



# WALA Umwelterklärung 2021

## WALA Environmental Statement 2021

Umweltbilanzzahlen der Jahre 2017 bis 2020  
Environmental impact assessment figures from 2017 to 2020

WALA Heilmittel GmbH  
WALA Stiftung / WALA Foundation



# Inhalt

## Contents

- |    |   |    |  |
|----|---|----|--|
| 4  | Aus der Natur für den Menschen.<br><i>Nature's treasures transformed for you.</i>               | 28 | Gut für die Haut, gut für die Welt.<br><i>Good for the skin, good for the world.</i>     |
| 6  | In Qualität vereint.<br><i>United in quality.</i>   | 30 | Produktschutz heißt Klimaschutz.<br><i>Product protection equals climate protection.</i> |
| 7  | Gemeinsam wirken mit Verantwortung.<br><i>Effective and responsible together.</i>               | 35 | Das Leben ist bunt.<br><i>Life is colourful.</i>   |
| 8  | Klimaneutral. Aber ehrlich.<br><i>Genuinely climate neutral.</i>                                | 37 | Was die WALA antreibt.<br><i>What powers WALA.</i>                                       |
| 16 | Zukunft gestalten.<br><i>Shaping the future.</i>  | 41 | Wasser ist Leben.<br><i>Water is life.</i>   |
| 19 | Umweltschutz als Unternehmenskultur.<br><i>Environmental protection as corporate culture.</i>   | 43 | Material sparen, Abfall vermeiden.<br><i>Save materials, avoid waste.</i>                |
| 21 | Klare Strukturen für nachhaltiges Handeln.<br><i>Clear structures for sustainable business.</i> | 46 | Wohin die Reise geht.<br><i>Where the journey is going.</i>                              |
| 22 | Auf die Natur bauen.<br><i>Building from nature.</i>  | 50 | Gültigkeitserklärung.<br><i>Declaration on validation.</i>                               |
| 26 | Ökologisch. Ohne Ende.<br><i>Endlessly ecological.</i>  |    |  |

# Aus der Natur für den Menschen. Nature's treasures transformed for you.

Aus der Natur für den Menschen – dieser Leitgedanke begleitet die WALA Heilmittel GmbH seit ihrer Gründung im Jahr 1935. Wir stellen Arzneimittel und Kosmetika her, deren Grundlage stets sorgfältig ausgewählte natürliche Stoffe sind. Sie stammen aus fairen Handelsbeziehungen und, soweit irgend möglich, aus biologischem Anbau.

Zu Beginn ihrer Geschichte war die WALA eine Pionierin. Heute, über 80 Jahre später, sind wir immer noch überzeugt: Der Weg gemeinsam mit der Natur verbindet uns mit ihren heilenden und pflegenden Kräften und erzieht uns zu einem Umgang mit ihr in Achtsamkeit und Wertschätzung.

Ein Unternehmen wie die WALA dient stets den Menschen – von den Patienten über die Kunden bis hin zu den Mitarbeitenden. Dieses Verständnis prägt die WALA bis heute.

So war und bleibt es nur konsequent, dass die WALA von ihren Gründern in eine Stiftung überführt wurde. Die WALA Stiftung ist Trägerin der WALA Heilmittel GmbH. Sie sichert uns die Unabhängigkeit und sorgt mit dafür, dass die Ziele und Werte des Unternehmens im Alltag des Wettbewerbs nicht aus dem Blick geraten.

Wir wollen im Sinne Rudolf Hauschkas sozial wirksam werden. Hierfür nutzen wir natürliche Rohstoffe und Lebensräume. Die Arbeit etwa mit Heilpflanzen ist daher immer auch mit Naturverbrauch verbunden, so wie jede wirtschaftliche Tätigkeit Naturverbrauch bedingt. Das bringt uns dazu, nachhaltige Wertschöpfungspartnerschaften mit stets wachsendem Erfahrungswissen auf unterschiedlichen Kontinenten zu initiieren und zu betreuen.



Dr. Johannes Stellmann  
WALA Heilmittel GmbH



Christiaan Mol  
WALA Stiftung / WALA Foundation

Nature's treasures transformed for you – this has been WALA Heilmittel GmbH's guiding principle ever since the company was founded back in 1935. We manufacture pharmaceutical and cosmetic products using carefully selected natural ingredients sourced under fair trade conditions and, wherever possible, from organic growers.

WALA started life as a pioneer, and 80 years on we still believe that working in harmony with nature connects us to its healing and caring powers and teaches us to treat it with respect and appreciation.

Companies like WALA exist to serve people – from patients to customers to employees. And this is still what WALA strives to do to this day.

It was therefore only logical that Dr. Rudolf Hauschka and the WALA co-founders decided to turn the company into a foundation. The WALA Foundation is the sole proprietor of WALA Heilmittel GmbH. It guarantees our independence and ensures that we never lose sight of the company's goals and values within the competitive everyday business environment.

We want to serve society in the spirit of Rudolf Hauschka by making use of natural raw materials and habitats. Working with medicinal plants always goes hand in hand with the consumption of nature, as is the case with all economic activities. This has induced us to initiate and foster sustainable value-added partnerships on different continents with an ever-growing wealth of empirical knowledge.

### Daten und Fakten

- › 1935 gegründet durch Dr. Rudolf Hauschka (1891–1969)
- › Stiftungsunternehmen seit 1986 (WALA Stiftung)
- › WALA Arzneimittel seit 1935: über 900 verschiedene Präparate gemäß der anthroposophischen Menschen- und Naturerkenntnis
- › Dr. Hauschka Kosmetik seit 1967: kontrollierte Naturkosmetik mit über 160 Präparaten zur Gesichts- und Körperpflege, Make-up und medizinischen Produkten aus der Natur, die auf besondere Pflegebedürfnisse abgestimmt sind (Dr. Hauschka MED)
- › Biologisch-dynamisch bewirtschafteter Heilpflanzengarten (Demeter-zertifiziert)
- › Weltweite Förderung biologisch-dynamischer Anbauprojekte und Partnerschaften

### Facts & figures

- › Founded in 1935 by Dr. Rudolf Hauschka (1891–1969)
- › Foundation-owned company since 1986 (WALA Foundation)
- › WALA Medicines, est. 1935: more than 900 different products manufactured in accordance with the anthroposophical view of humans and nature
- › Dr. Hauschka Skin Care, est. 1967: certified natural cosmetics with more than 160 face care and body care products, make-up and natural medicinal products tailored to meet special care needs (Dr. Hauschka MED)
- › Biodynamically managed medicinal herb garden (Demeter guidelines)
- › Worldwide promotion of biodynamic cultivation projects and partnerships

### Unternehmenskennzahlen

#### Key company figures

	2017	2018	2019	2020
Umsatz (Mio. €) Turnover (in million €)	144	141	144	134
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen) Number of employees (full-time)	901	925	898	956
Gebäudegrundflächen (in m <sup>2</sup> ) Total floor surface area of company premises (in m <sup>2</sup> )	25.144	31.581	29.484	26.569
Nettogeschossflächen (in m <sup>2</sup> ) Net floor surface area (in m <sup>2</sup> )	54.370	69.939	69.998	65.385

## In Qualität vereint. United in quality.

Die Produkte der WALA Heilmittel GmbH dienen dem Heilen, Pflegen und Gedeihen – und somit allen Menschen, die mit ihnen in Berührung kommen. Doch WALA Arzneimittel, Dr. Hauschka Kosmetik und die medizinischen Pflegeprodukte von Dr. Hauschka MED sind viel mehr als reine Konsumgüter. Sie sind auch Ausdruck der Unternehmenswerte und stehen für soziale und ökonomische Verantwortung sowie für den Respekt gegenüber der Natur und den Menschen. Ihre besondere Qualität verdanken Arzneimittel und Kosmetik sorgfältig ausgewählten, rein natürlichen Inhaltsstoffen. Und einem einzigartigen, von Dr. Rudolf Hauschka entwickelten Verfahren: Im rhythmischen Wechsel von Licht und Dunkelheit, Wärme und Kälte, Bewegung und Ruhe entstehen wässrige Heilpflanzenszüge. Das aufwändige Herstellungsverfahren bewahrt die Kräfte der Natur und die Wirkung der Heilpflanzen ganz ohne Alkohol und ohne synthetische Konservierungsstoffe.

Auszüge und Essenzen machen jedoch noch kein fertiges Produkt. Für viele Rezepturen werden unterschiedlich aufbereitete Substanzen zu einer neuen Komposition verbunden. Diese Kompositionspräparate sind nicht nur charakteristisch für die WALA Arzneimittel, sondern auch für die Dr. Hauschka Kosmetik. Dabei ist das Endprodukt immer mehr als die Summe seiner Bestandteile. Jede Pflanze, jeder natürliche Inhaltsstoff trägt mit spezifischen Eigenschaften dazu bei, dass die Gesamtkomposition stimmig und wirksam wird. So entstehen Arzneimittel und Kosmetikprodukte, die den Menschen individuell und ganzheitlich ansprechen: körperlich, seelisch und geistig.

WALA Heilmittel GmbH's products help to heal, nourish and thrive – effects that can be felt by all those who encounter them. But WALA Medicines, Dr. Hauschka Skin Care and the medical skin care products from Dr. Hauschka MED are far more than just consumer goods. They are also an expression of the company's values and stand for social and economic responsibility as well as respect for nature and people. Our medicines and cosmetics owe their special quality to carefully selected, purely natural ingredients, as well as the unique process developed by Dr. Rudolf Hauschka: aqueous plant extracts are created through the rhythmic alternation of light and darkness, heat and cold, movement and rest. This elaborate production process preserves the forces of nature and the effect of the medicinal plants without using alcohol or synthetic preservatives.

However, extracts and essences do not make a finished product. Many formulations contain substances that have been prepared in different ways and combined to form a new composition. These composite preparations are characteristic not only of WALA Medicines but also of Dr. Hauschka Skin Care. And the resulting product is always more than the sum of its parts. Every plant, every natural ingredient with its specific properties, contributes to making the overall composition harmonious and effective. The result is medical and cosmetic products that address each individual in a holistic way: physically, mentally and spiritually.

### Verkaufte Präparate (Bruttogewichte) [t] Products sold (gross weight) [t]

	2017	2018	2019	2020
Arzneimittel Medicines	480	517	551	521
Kosmetika Skin Care	1.765	1.569	1.549	1.363
<b>Summe Total</b>	<b>2.245</b>	<b>2.086</b>	<b>2.100</b>	<b>1.884</b>

# Gemeinsam wirken mit Verantwortung.

## Effective and responsible together.

Die WALA ist unterschiedlichen externen Faktoren ausgesetzt. Dabei spielen sowohl organisatorische (z. B. rechtliche) als auch physische (z. B. technologische) Grenzen eine Rolle, die sich auf den Wirkungsbereich des Unternehmens auswirken. Hier wollen Chancen und Risiken sorgsam abgewogen werden, damit wir auch im Hinblick auf unternehmerische Verantwortung die Unternehmensziele verwirklichen können.

Bei all unserem Denken und Handeln beziehen wir die Natur mit ein. Und das tun wir aus Überzeugung. Unser Grundgedanke ist, die Erde besser zu hinterlassen, als wir sie vorgefunden haben, und einen Beitrag zur Heilung des Bodens zu leisten. Dieses Anliegen integrieren wir direkt in unsere Wertschöpfungskette – vom Anbau der Rohstoffe über die Herstellung der Produkte bis hin zu den sozialen Strukturen.

Im Streben nach diesem Ziel sehen wir unsere größte soziale Wirksamkeit. Das war und ist ein ganz konkreter, gemeinsamer sozialer Prozess: gemeinsam mit unseren Partnern in der Wertschöpfungskette und in der Region – und mit unseren Kunden.

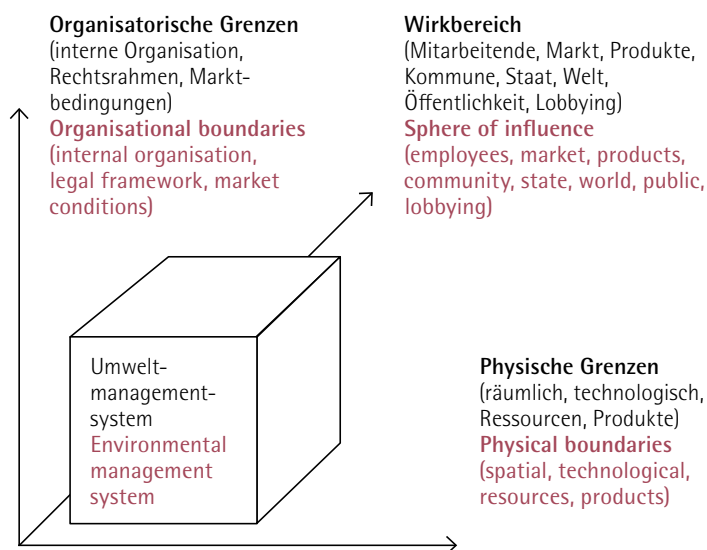
WALA is subject to various external factors. Both organisational (e.g. legal) and physical (e.g. technological) limits come into play and affect the company's sphere of influence and activity. Opportunities and risks constantly need to be carefully assessed so that we can achieve our business goals while also staying mindful of our corporate responsibilities.

We take nature into account in all our thoughts and actions. And we do this out of conviction. Our guiding principle is to leave our planet in a better state than we found it and to help heal the soil. We integrate this commitment directly into our value chain – from the cultivation of raw materials to the manufacture of products to social structures.

It is in working towards this goal that we believe we make the biggest social impact. This has been and continues to be a very concrete, joint social process that involves our customers and our regional partners, as well as those all along the value chain.

### Auf dem Weg in die Zukunft

#### Looking to the future



# Klimaneutral. Aber ehrlich. Genuinely climate neutral.

Im Pariser Klimaabkommen haben sich die Staaten darauf geeinigt, die Erderwärmung auf deutlich unter zwei Grad, wenn möglich sogar auf 1,5 Grad, zu begrenzen. Dies ist nur zu erreichen, wenn die CO<sub>2</sub>-Emissionen sofort drastisch reduziert werden. Das Ziel der Treibhausgasneutralität erfordert einen langfristig angelegten grundlegenden Wandel. Dieser Herausforderung und dieser Verantwortung sehen wir uns verpflichtet – und wir wollen unseren Beitrag dazu leisten.

Daher legen wir unsere Prioritäten darauf, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß der WALA auf die unvermeidbaren Emissionen zu reduzieren und diese Emissionen dann komplett zu kompensieren.

## **Klimaneutral – was bedeutet das?**

Eigentlich ist CO<sub>2</sub> ein natürlicher Bestandteil der Erdatmosphäre. In geringen Mengen ist es sogar notwendig für das Gleichgewicht unseres Planeten. Pflanzen benötigen CO<sub>2</sub> für ihre Photosynthese, denn sie bilden daraus den lebensnotwendigen Sauerstoff. Außerdem hat CO<sub>2</sub> Einfluss auf das Klima der Erde und den pH-Wert der Meere. Problematisch wird die Situation erst, wenn durch Abgase, Massentierhaltung und Waldrodung regelmäßig große Mengen an Treibhausgasen frei werden. Als Folge steigen die Temperaturen und der sogenannte Treibhauseffekt entsteht.

Ein Unternehmen arbeitet klimaneutral, wenn durch seine Produktion oder Dienstleistung die Menge an klimaschädlichen Gasen in der Atmosphäre nicht erhöht wird. Dabei kommt es wesentlich auch darauf an, auf welche Art und Weise dies geschieht. Grundsätzlich stehen zwei Möglichkeiten zur Verfügung: Vermeidung und Kompensation.

Die WALA erreicht an ihren Standorten in Bad Boll, Aichelberg, Zell und Rosenfeld durch konsequente Vermeidung von Treibhausgasemission weitgehende CO<sub>2</sub>-Neutralität (Scope 1 und 2). Und zwar „echte“ Neutralität, die nicht kompensiert werden muss. Unsere Aufgabe sehen wir jedoch ganz klar darin, noch mehr zu tun, um den Ausstoß schädlicher Emissionen weiter zu verringern. Denn Kompensation bekämpft nur die Symptome klimaschädlicher Gase. Wir aber wollen deren Ursache beseitigen.

The Paris Climate Agreement saw states agree to limit global warming to well below 2 °C, if possible even to 1.5 °C. This can only be achieved with an immediate and drastic reduction of CO<sub>2</sub> emissions. The goal of greenhouse gas neutrality requires long-term and fundamental change. We regard this challenge and responsibility as an obligation – and want to play our part.

That is why we have made it our priority to reduce WALA's CO<sub>2</sub> emissions to the absolute minimum and then fully offset the unavoidable ones.

## **What does climate neutral really mean?**

CO<sub>2</sub> is actually a natural component of the Earth's atmosphere. In small amounts, it is even necessary for the balance of our planet. Plants need CO<sub>2</sub> for photosynthesis, which turns it into the oxygen they need to survive. CO<sub>2</sub> also has an impact on our planet's climate and the pH value of the oceans. The situation only becomes problematic when vast quantities of greenhouse gases are regularly released by vehicles, factory farming and deforestation. Temperatures start to rise and the greenhouse effect ensues.

A company can be said to operate in a climate-neutral manner if its production activities or services do not increase the amount of climate-damaging gases in the atmosphere. Another important factor is how this is achieved. There are two basic possibilities: avoidance and off-setting.

WALA has achieved extensive CO<sub>2</sub> neutrality (scope 1 and 2) at its sites in Bad Boll, Aichelberg, Zell and Rosenfeld by consistently avoiding greenhouse gas emissions. This is 'genuine' neutrality that does not need to be offset. However, we see it as our duty to work towards reducing harmful emissions even further. After all, offsetting only combats the effects of climate-damaging gases. We want to eliminate their causes.



### Wie wir unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß verringern

In der WALA haben wir die Wende von fossiler zu erneuerbarer Energie bereits im Jahr 2001 mit dem Bezug von 100 % Ökostrom eingeläutet. Daneben bauen wir die Eigenerzeugung von Strom durch Installation von Photovoltaikanlagen kontinuierlich aus.

Ab dem 1. Januar 2020 haben wir den gesamten Bezug von fossilem Erdgas umgestellt auf Biomethan: Das Unternehmen, von dem wir unser Biogas beziehen, verwertet dafür anfallenden Biomüll und landwirtschaftliche Reststoffe.

### Wie wir auf natürliche Weise mehr CO<sub>2</sub> binden

Unsere Naturkosmetik und unsere Arzneimittel bestehen aus natürlichen Rohstoffen: von landwirtschaftlichen Betrieben, die nach biologischen und Demeter-Richtlinien arbeiten, aus kontrollierter Wildsammlung und aus unserem Heilpflanzengarten. Ist das bereits ein Beitrag zum Klimaschutz? Ja, weil in der ökologischen Landwirtschaft nicht nur auf synthetischen Dünger verzichtet wird, sondern weil die humusreicheren Böden mehr CO<sub>2</sub> speichern. Darüber hinaus benötigt die Bewirtschaftung rund 30 – 50% weniger Energie.

Die Demeter- und die Biolandwirtschaft fördern außerdem die Biodiversität, die ebenfalls positiv zum Klimaschutz beiträgt. So speichern zum Beispiel biodiverse Pflanzengemeinschaften nachweislich mehr klimaschädliches CO<sub>2</sub> im Boden. Auch benötigen wir die Artenvielfalt, um in Zukunft den klimatischen Veränderungen besser begegnen zu können.

### How we reduce our CO<sub>2</sub> emissions

WALA heralded the transition from fossil to renewable energy back in 2001 by switching to 100% green electricity. We are also continuously increasing our own electricity-generating capacities by installing photovoltaic systems.

Since 1 January 2020, all of our gas needs have been met by biomethane rather than fossil gas: the company from which we obtain our biogas converts organic and agricultural waste into energy.

### How we naturally absorb more CO<sub>2</sub>

Our natural cosmetics and medicines are made from natural raw materials: from farms that work according to organic and Demeter standards, from controlled wild harvesting and from our own medicinal herb garden. Is that already contributing to climate protection? Yes, as organic farming not only dispenses with synthetic fertilisers, but also absorbs more CO<sub>2</sub> from the air with its humus-rich soils. In addition, organic cultivation uses around 30 – 50% less energy.

Demeter and organic methods also promote biodiversity, which makes a positive contribution to climate protection. For example, research shows that biodiverse plant communities store more climate-damaging CO<sub>2</sub> in the soil. We also require biodiversity to be able to cope better with climatic changes in the future.

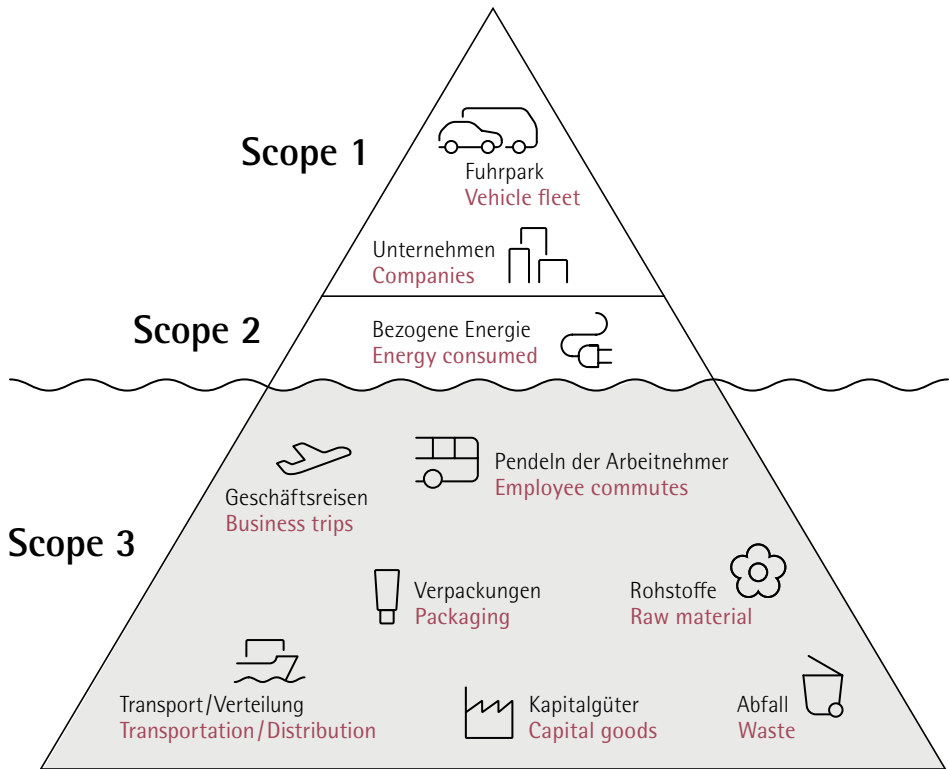
## Kennzahlen

### Business figures & ratios

	2017	2018	2019	2020 <sup>1</sup>
Emission CO <sub>2</sub> /verkauftes Produkt [t CO <sub>2</sub> /t] CO <sub>2</sub> emissions/product sold [t CO <sub>2</sub> /t]	1,57	1,62	1,61	2,81
Emission CO <sub>2</sub> /Mitarbeitende [t CO <sub>2</sub> /MA] CO <sub>2</sub> emission/employee [t CO <sub>2</sub> /employees]	3,92	3,66	3,77	5,54

<sup>1</sup> Wir haben begonnen, die Systemgrenzen neu festzulegen, und beziehen auch Emissionen aus Scope 3 mit ein. Das führt zu höheren Emissionswerten.

<sup>1</sup> We have started to redefine the system boundaries and also include scope 3 emissions. This is causing an increase in emissions.



### Der Eisberg des Klimaschutzes

Viele Unternehmen bezeichnen sich bereits als „klimaneutral“, wenn in ihren Büros Ökostrom fließt und sie den CO<sub>2</sub>-Ausstoß ihrer Fahrzeuge kompensieren. Doch damit zeigen sie meist nur die Spitze des Eisberges. Der viel größere, gefährlichere Teil ihres CO<sub>2</sub>-Problems bleibt bei der Betrachtung unberücksichtigt. Unsere Fragen reichen weiter, im sogenannten Scope 3. Hier arbeiten wir an der Klimaneutralität unserer gesamten unternehmerischen Aktivität. Wir schauen wirklich auf alles, bis hin zu den Arbeitswegen unserer Pendler. Wenn wir Klimaneutralität so umfassend definieren, sind wir noch lange nicht am Ziel. Sondern nur „sogenannt“ klimaneutral. Wir in der WALA bekennen ganz ehrlich, dass wir noch viele offene Fragen haben. An diesen in ihrer ganzen Tiefe und Breite zu arbeiten liegt uns mehr, als einfache Antworten an der Oberfläche zu finden.

### The climate protection iceberg

Many companies refer to themselves as 'climate neutral' from the moment their offices are powered by green electricity and they have started offsetting their vehicles' CO<sub>2</sub> emissions. But this is usually just the tip of the iceberg. The much bigger and more dangerous part of their CO<sub>2</sub> problem lurks in the dark. We probe further, into what is known as 'scope 3'. Here, we work to achieve climate neutrality in relation to all of our business activities. We look at absolutely everything, right down to how our commuters travel to work. Yet even with such a comprehensive definition of climate neutrality, we are still a long way from achieving our end goal. Instead we are only 'purportedly' climate neutral. Here at WALA, we freely admit that we still have many unresolved issues. Working on all the finer intricacies of these is far more important to us than superficially sparkling with simple answers.

### Wie wir unvermeidliche Emissionen kompensieren

Trotz aller Bemühungen, unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren, verursachen auch wir immer noch CO<sub>2</sub>-Emissionen, z. B. durch notwendige Dienstreisen. Diese unvermeidbaren Emissionen kompensieren wir bei atmosfair. Die gemeinnützige Organisation finanziert damit Klimaschutzprojekte in der ganzen Welt. Wir sind dabei, ein gemeinsames Projekt von atmosfair und WALA auf den Weg zu bringen. Bei einem unserer Rohstoffpartner sollen Nusschalen vergast und daraus Strom und Wärme gewonnen werden.

### Was wir erreicht haben

- › Seit dem 1. Januar 2020 kompletter Bezug von Biomethan aus Reststoffen (umgestellt von Erdgas). Dadurch jährliche Vermeidung von ca. 2.000t Kohlenstoffdioxid.
- › Der Anteil erneuerbarer Energie liegt nun bei 94% – damit erreichen wir 85% „echte“ CO<sub>2</sub>-Neutralität und die WALA ist ab 2020 an ihren Standorten sogenannt CO<sub>2</sub>-neutral (Scope 1 und 2).
- › (Noch) nicht vermeidbare Emissionen werden seit 2020 durch Investitionen in zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert.
- › Wir haben begonnen, die Systemgrenzen neu festzulegen, und führen alle Bereiche aus Scope 3 auf.

### Ziel

Auf dem Weg zur Klimaneutralität setzt sich die WALA das Ziel, ihre gesamten Treibhausgasemissionen bis 2030 um mindestens 85% gegenüber dem Basisjahr 2019 zu reduzieren.

### Maßnahmen

- › Definition des Prozesses zur Ermittlung der indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen Scope 3 (Emissionen in unserer Wertschöpfungskette außerhalb der WALA, wie z. B. durch Geschäftsreisen, Transport, Produktion von Rohstoffen, Verpackungen etc., Mitarbeiteranfahrten, Abfälle, Infrastruktur).
- › Alle ausländischen Töchter in der WALA Gruppe stellen auf Ökostrom um.
- › Anreisemanagement für Gäste und Mitarbeitende aus dem Projekt **gemeinsamweiterkommen** wird eingeführt.

### How we offset unavoidable emissions

Despite all our efforts to reduce our CO<sub>2</sub> emissions, we are still responsible for a small amount of them, for example as a result of essential business trips. We offset unavoidable emissions via atmosfair, a non-profit organisation that uses this money to finance climate protection projects all over the world. We are in the process of launching a joint project between atmosfair and WALA. One of our raw material partners is committed to gasifying nut shells to generate heat and electricity.

### What we have achieved

- › Since 1 January 2020, all natural gas consumption has been replaced with biomethane generated from waste. This avoids the production of approx. 2,000 tonnes of carbon dioxide per year.
- › The share of renewable energy now stands at 94%. This means that we are achieving 85% 'genuine' CO<sub>2</sub> neutrality, enabling WALA to label its sites as CO<sub>2</sub> neutral since 2020 (scope 1 and 2).
- › Since 2020, (as yet) unavoidable emissions have been offset through investments in certified climate protection projects.
- › We have started to redefine the system boundaries and include all scope 3 areas.

### Goal

As it strives for climate neutrality, WALA has set itself the target of reducing its total greenhouse gas emissions by at least 85% by 2030 compared to the base year of 2019.

### Measures

- › Definition of the process for determining the scope 3 indirect CO<sub>2</sub> emissions (emissions in WALA's value chain as a result of e.g. business trips, transportation, the production of raw materials, packaging etc., employee commutes, waste, infrastructure).
- › All foreign subsidiaries in the WALA Group are switching to green electricity.
- › Travel management to be introduced for visitors and employees on the basis of the **gemeinsamweiterkommen** ('moving forward together') initiative.

### Unsere aktuell ermittelten Emissionen

Die Emissionsbilanz für Kohlendioxid haben wir gemäß den Kategorien des Treibhausgasprotokolls aufgebaut. Die Scopes 1 und 2 erfassen wir vollständig. Für Scope 3 haben wir alle 15 Unterscopes wie im Treibhausprotokoll vorgesehen aufgeführt. Soweit möglich geben wir dazu auch Emissionswerte an bzw. erläutern, warum das bisher nicht möglich ist.

Im Vergleich zum Leitparameter Kohlenstoffdioxid sind die Emissionen von Kohlenstoffmonoxid, Schwefeldioxid, Stickoxiden und Feinstaub nicht wesentlich. Deshalb führen wir diese Verbindungen auch nicht in der Tabelle auf.

### Our current emissions levels

Our impact assessment for carbon dioxide emissions is based on the categories of the Greenhouse Gas Protocol. We fully record all scope 1 and 2 emissions. For scope 3, we have listed all 15 reporting categories as required by the Greenhouse Gas Protocol. We also provide emission values where possible and otherwise explain why we are currently unable to do so.

Compared to the key parameter of carbon dioxide, our carbon monoxide, sulphur dioxide, nitrogen oxide and particulate matter emissions are insignificant. As a result, we do not include these compounds in the table.

### Emissionen CO<sub>2</sub> [t CO<sub>2</sub>-Äquivalente]

#### CO<sub>2</sub> emissions [t CO<sub>2</sub> equivalents]

	2019 <sup>3</sup>	2020
<b>Scope 1, Primärenergie</b> <b>Scope 1, Primary energy</b>	<b>2.452</b>	<b>362</b>
Erdgas Fossil gas	2.076,1	0,0
Biogas aus Reststoffen Biogas from waste materials	0,0	0,0
Flüssiggas/Propan Liquid gas/propane	11,1	11,3
Pellets Pellets	0,0	0,0
Heizöl Fuel oil	0,0	10,8
Diesel Notstrom Emergency diesel	10,2	9,6
<b>Kraftstoffe für Fuhrpark [MWh]</b> <b>Fuel for the vehicle fleet [MWh]</b>	<b>349,6</b>	<b>280,1</b>
Kältemittelverlust Refrigerant loss	4,9	50,1 <sup>2</sup>
<b>Scope 2, Sekundärenergie</b> <b>Scope 2, Secondary energy</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Ökostrom Green electricity	0,0	0,0

<sup>2</sup> Die Emissionen durch Kältemittelverluste resultieren daraus, dass an unserer großen Anlage in der Dorfstraße 1 nach einer Reparatur 38 kg Kältemittel nachgefüllt werden mussten; sie ergeben sich aus Verlusten durch Leckage und Umfüllmaßnahmen.

<sup>2</sup> The emissions from refrigerant losses resulted from us having to top up our large system at Dorfstraße 1 with 38 kg refrigerant following a repair and include losses through leakage and refilling measures.

Emissionen CO<sub>2</sub> [t CO<sub>2</sub>-Äquivalente]  
CO<sub>2</sub> emissions [t CO<sub>2</sub> equivalents]

	2019 <sup>3</sup>	2020
<b>Scope 3</b>		
<b>A) Vorgelagerte Treibhausgas-Emissionen</b> <b>A) Upstream Green-house-gas emissions</b>	<b>625</b>	<b>2.813</b>
<b>Eingekaufte Waren und Dienstleistungen</b> <b>Purchased goods and services</b>	<b>26,5</b>	<b>19,1</b>
Auftragshersteller, Rohstoffe, Packmittel, Werbemittel, Betriebsstoffe, Catering Contract manufacturers, raw materials, packaging, advertising materials, consumables, catering		<sup>4</sup>
Bezug von Wasser Water supply	26,5	19,1
<b>Kapitalgüter</b> <b>Capital goods</b>		
Maschinen und Anlagen, Gebäude, Fahrzeuge, Möbel und Einrichtung, IT Machines and systems, buildings, vehicles, furniture and fittings, IT		<sup>4</sup>
<b>Brennstoff- und energiebezogene Emissionen</b> <b>Fuel and energy-related emissions</b>	<b>412,1</b>	<b>1.886,4</b>
Biogas aus Reststoffen Biogas from waste materials	89,6	1.569,2
Pellets Pellets	17,9	12,8
Ökostrom Green electricity	304,6	304,4
<b>Transport (von eingekauften Waren/Dienstleistungen)</b> <b>Transportation (of purchased goods/services)</b>		
Logistik zu WALA Logistics to WALA		<sup>4</sup>
<b>Produzierter Abfall</b> <b>Waste produced</b>	<b>61,0</b>	<b>45,3</b>
Behandlung und Entsorgung in nicht eigenen Anlagen Treatment and disposal in external facilities	11,3	9,2
Abwasser Waste water	49,7	36,1

<sup>3</sup> Im Zuge der Neufassung der Bilanzgrenzen wurden auch Emissionsfaktoren teilweise neu ermittelt. Wo möglich haben wir die Bilanzgrenzen auch rückwirkend für 2019 geändert. Dies führt teilweise zu veränderten Emissionswerten im Vergleich zur Umwelterklärung 2020.

<sup>3</sup> Some emission factors were newly determined within the scope of redefining the boundaries of the impact assessment. Where possible, we have also retrospectively amended the impact assessment boundaries for 2019. This means that some emissions values differ from those in the 2020 environmental statement.

<sup>4</sup> Erfassung wird derzeit vorbereitet; ab 2021 sollen hier Daten veröffentlicht werden.

<sup>4</sup> Preparations for recording the emissions are currently under way; data should be published here from 2021.

Emissionen CO<sub>2</sub> [t CO<sub>2</sub>-Äquivalente]  
CO<sub>2</sub> emissions [t CO<sub>2</sub> equivalents]

	2019 <sup>3</sup>	2020
<b>Dienstreisen (Geschäftsreisen)</b> <b>Business trips</b>	<b>125,8</b>	<b>10,3</b>
Flüge D <b>Domestic flights</b>	25,9	6,6
Flüge Europa <b>Flights within Europe</b>	25,2	2,3
Flüge interkontinental <b>Intercontinental flights</b>	66,7	1,1
<b>Summe Flüge</b> <b>Total flights</b>	<b>117,9</b>	<b>9,9</b>
<b>Bahn</b> <b>Train</b>	<b>3,2</b>	<b>0,2</b>
<b>Mietwagen</b> <b>Rental cars</b>	<b>4,8</b>	<b>2,1</b>
<b>Hotelübernachtungen</b> <b>Hotel stays</b>		<b>0,1</b>
<b>Pendeln der Arbeitnehmer</b> <b>Employee commutes</b>		<b>852<sup>5</sup></b>
Wege zur WALA, Bad Boll <b>Travel to WALA, Bad Boll</b>		852
<b>Angemietete oder geleaste Sachanlagen</b> <b>Rented or leased property</b>		
Nicht relevant, für WALA unter Scope 1 enthalten Not relevant, contained under scope 1 for WALA		

<b>B) Nachgelagerte THG-Emissionen</b> <b>B) Downstream GHG emissions</b>		<b>2033</b>
<b>Transport und Verteilung (verkaufter Produkte)</b> <b>Transportation and distribution (sold products)</b>	<b>254,4</b>	<b>2.101,7</b>
Logistik D-AT <b>Logistics D-AT</b>	237,6	214,7
Export <b>Exports</b>		1.870,0 <sup>5</sup>
Versand online-Shop <sup>4</sup> <b>Online shop shipping<sup>4</sup></b>		
Sonstige Transporte und Pendelverkehre <b>Other transportation and commutes</b>	16,8	17,0
<b>Verarbeitung der verkauften Güter</b> <b>Processing of the goods sold</b>		
Nicht relevant, WALA verkauft Fertigprodukte Not relevant, WALA sells finished products		

**Emissionen CO<sub>2</sub> [t CO<sub>2</sub>-Äquivalente]**  
**CO<sub>2</sub> emissions [t CO<sub>2</sub> equivalents]**

	2019 <sup>3</sup>	2020
<b>Nutzung der verkauften Güter</b> <b>Use of the goods sold</b>		
Emissionen beim Endverbraucher durch Nutzung der Produkte werden nicht ermittelt The end user emissions generated through the use of the products are not determined		
<b>Umgang mit verkauften Gütern am Lebenszyklusende</b> <b>Handling sold goods at the end of the life cycle</b>	26,2	23,2
Entsorgung der Produkte bzw. Packmittel nach Nutzung Disposal of the products and packaging after use	26,2	23,2
<b>Vermietete oder verleaste Sachanlagen</b> <b>Rented or leased property</b>		
Für WALA bereits unter Scope 1 und 2 enthalten For WALA, already included in scope 1 and 2		
<b>Franchise</b> <b>Franchise</b>		
Für WALA nicht relevant, da kein Franchise-Modell Not relevant for WALA as not a franchise model		
<b>Investitionen (Finanzierungen, Beteiligungen ...)</b> <b>Investments (financing, shareholdings etc.)</b>		4
<b>Summe CO<sub>2</sub> [t] (Scope 1-3)</b> <b>Total CO<sub>2</sub> [t] (Scope 1-3)</b>	<b>3.358</b>	<b>5.300<sup>5</sup></b>

<sup>5</sup> Wir haben begonnen, die Systemgrenzen neu festzulegen, und beziehen auch Emissionen aus Scope 3 mit ein. Das führt zu höheren Emissionswerten.  
<sup>5</sup> We have started to redefine the system boundaries and also include scope 3 emissions. This is causing an increase in emissions.

# Zukunft gestalten. Shaping the future.

## Unsere Mission

Die WALA Stiftung und die WALA Heilmittel GmbH helfen heilen, pflegen und gedeihen – und zwar möglichst andauernd und nachhaltig. Das bedeutet konkret, dass wir auf verschiedenen Ebenen Heilungsimpulse setzen. Damit ermöglichen wir eine gedeihliche Entwicklung für

- › die Menschen, insbesondere hinsichtlich Gesundheitspflege und persönlicher Entfaltung;
- › die Natur, vor allem mit Blick auf Erde, Pflanzen und Tiere;
- › die Gesellschaft und die Wirtschaft – sowohl auf Mikro- als auch auf Makroebene.

## Unternehmerische Kernwerte

Unsere wirtschaftliche Wertschöpfung betrachten wir bis hinein in die einzelnen Lieferketten. Es geht uns also nicht nur um Produkt-, sondern auch um Prozessqualität. Oder noch genauer: Wir arbeiten nicht nur am Unternehmensstandort Bad Boll nach unseren Kernwerten. Vielmehr stellen wir auch sicher, dass unsere Anbaupartner und Lieferanten unsere Mission teilen. Ökologische Wertschöpfung und Ressourcenschonung sind Hauptanliegen. Das bedeutet: Wir streben danach, positive Wirkungen auf die Umwelt zu verstärken und negative zu minimieren. Wir verpflichten uns zur stetigen Weiterentwicklung und Verbesserung unserer Umweltleistung. Gesetzliche Vorschriften und betriebliche Vorgaben halten wir selbstverständlich als Mindeststandards ein. Wo dies für das Wohl von Mensch und Natur erforderlich ist, übertreffen wir sie. Wir beziehen unsere Mitarbeitenden aktiv in unsere Umweltschutzaktivitäten ein und informieren die Öffentlichkeit regelmäßig darüber.

## Strategische Zielsetzung

Ausgehend von unserer Mission und mit Blick auf unsere Kernwerte ergeben sich übergeordnete Umweltziele, die wir in den kommenden Jahren erreichen wollen. Sie sind nicht utopisch, aber durchaus anspruchsvoll. Daher gehen wir Schritt für Schritt vor – und berichten jährlich im Detail und anhand messbarer Größen über konkrete Einzelziele und Maßnahmen sowie die erreichten Teilerfolge. Zudem ist jede Abteilung aufgefordert, abgeleitet aus dieser Zielsetzung eigene konkrete Ziele und Maßnahmen festzulegen und umzusetzen.

## Our mission

The WALA Foundation and WALA Heilmittel GmbH help to heal, nourish and thrive – as continuously and sustainably as possible. In concrete terms, this means that we stimulate healing at various levels. In doing so, we promote the flourishing development of:

- › people, particularly with regard to health care and personal development.
- › nature, especially the soil, plants and animals.
- › society and the economy – at both the micro and macro level.

## Core company values

We examine our economic value creation right down to the individual supply chains. We are therefore not only concerned with product quality, but also with process quality. To put it more precisely, we ensure that our core values are not only implemented at our Bad Boll site, but that our mission is shared by all our cultivation partners and suppliers. Ecological value creation and resource conservation are among our primary concerns. This means that we strive to strengthen our positive impact on the environment and to minimise our negative effect. We are committed to continuously developing and improving our environmental performance. It goes without saying that we adhere to statutory regulations and operational requirements. For us, these are the minimum. But wherever we feel it is necessary for the well-being of people and nature, we surpass these requirements. We actively involve our employees in our environmental protection activities and regularly inform the public about them.

## Strategic objectives

Based on our mission and in view of our core values, we have overarching environmental goals that we want to achieve in the coming years. These goals are not unrealistic, but they are certainly challenging. We therefore focus on gradual progress. Using measurable variables, we publish detailed annual reports on specific targets and measures as well as the partial successes achieved. In addition, each department is required to define and implement its own concrete goals and measures on the basis of these company-wide targets.



### **Ressourcenverbrauch**

- › Wo immer möglich vermeiden oder reduzieren wir Materialeinsatz.
- › Wir steigern den Anteil recycelter Materialien.
- › Beim Einsatz fossiler Rohstoffe achten wir darauf, dass sie im Recyclingkreislauf erhalten bleiben.

### **Energie und CO<sub>2</sub>-Emissionen**

- › Wir erhöhen den Eigenenergieanteil.
- › Der Anteil erneuerbarer Energien am WALA Energieverbrauch soll steigen. Deshalb treiben wir bereichsweise den Ausstieg aus der Energieversorgung durch fossile Quellen voran. Dabei denken wir die gesamte Lieferkette mit.
- › Wir senken unseren Energiebedarf.
- › Wir suchen nach Ersatz für erdölbasierte Produkte.

### **Arbeitssicherheit**

- › Die Bewahrung der körperlichen, geistigen und seelischen Unversehrtheit der Mitarbeitenden ist eine ständige Aufgabe.
- › Wir fördern die eigenverantwortliche (Selbst-) Entwicklung – im Sinne der dialogischen Unternehmenskultur „Eigenständig im Sinne des Ganzen“.

### **Rohstoffe und Rohstoffqualität**

- › Wir fördern den Ausbau von Demeter- und Bioanbauflächen.
- › Unsere Produkte erzielen eine positive soziale und ökologische Wirkung, zum Beispiel, indem sie das Grundwasser nicht belasten.
- › Wir sichern die umfassende Produkt- und Prozessqualität in physikalisch-chemischer und sensorischer Hinsicht, mit Blick auf Anbau, regionale Herkunft, soziale Auswirkungen und vollständige Dokumentation.
- › Wir betrachten den gesamten Lebenszyklus unserer Produkte.

### **Consumption of resources**

- › Avoid or reduce material usage wherever possible.
- › We are increasing the proportion of recycled materials used.
- › When using raw fossil materials, we make sure that they remain in the recycling loop.

### **Energy and CO<sub>2</sub> emissions**

- › We are increasing the proportion of self-generated energy used.
- › We intend to increase the proportion of renewable energies used by WALA. We are therefore forging ahead with the gradual phasing out of energy obtained from fossil sources in each of our departments. This applies to our entire supply chain.
- › We are reducing our energy requirements.
- › We are looking for alternatives to petroleum-based products.

### **Occupational safety**

- › We continuously work to preserve the physical, mental and spiritual health and integrity of our employees.
- › We promote autonomous development in the sense of dialogical corporate culture philosophy: 'independence in the sense of the whole'.

### **Raw materials and raw material quality**

- › We promote the expansion of Demeter and organic agriculture land.
- › Our products have a positive social and ecological impact, for example by not polluting groundwater.
- › We ensure all-round product and process quality in physical, chemical and sensory terms, with a focus on cultivation, regional origin, social impact and full documentation.
- › We consider the entire life cycle of our products.

### **Kommunikation**

- › Wir öffnen die WALA zur Gesellschaft hin und leisten unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft.
- › Wir suchen die Zusammenarbeit und den Austausch mit Partnern aus Politik, Wissenschaft und Gesellschaft.

Die nachfolgend bei den Umweltaspekten genannten Ziele und Maßnahmen gelten für das Jahr 2021, soweit kein anderer Zeitraum genannt ist.

### **Communication**

- › We open WALA up to the public and play an active part in the sustainable development of society.
- › We seek collaborations and exchanges with partners from politics, science and society.

The environmental goals and measures mentioned in this Statement apply to the year 2021, unless another period is specified.

---

### **Eine kleine Auswahl unserer Auszeichnungen**

#### **2002**

WALA erhält den baden-württembergischen Umweltpreis für Unternehmen

#### **2013**

1. Preis beim Wettbewerb „Büro und Umwelt 2013“ in der Kategorie „Über 500 Mitarbeiter“

#### **2016**

Die WALA Umwelterklärung 2015 ist „Winner“ beim German Brand Award in der Kategorie „Brand Behaviour“

#### **2017**

Hauptpreis beim Wettbewerb „Mobil gewinnt“ in der Kategorie „Öffentlich-private Kooperationen“

#### **2018**

Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg, Jurypreis „Erhalt und Förderung der biologischen Vielfalt“

#### **2019**

Dr. Philip Lettmann erhält den B.A.U.M. | Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis 2019 in der Kategorie „Kleine und mittelständische Unternehmen“

#### **2020**

Fahrradfreundlicher Arbeitgeber, Auszeichnung in der Kategorie „Gold“ vom ADFC

### **Eine kleine Auswahl unserer Auszeichnungen**

#### **2002**

Baden-Württemberg Environmental Award for Companies goes to WALA

#### **2013**

First prize in the 'Büro und Umwelt 2013' (Office and environment 2013) competition in the 'Over 500 employees' category

#### **2016**

WALA 2015 Environmental Statement is declared a German Brand Award winner in the 'Brand behaviour' category

#### **2017**

First prize in the 'Mobil gewinnt' (mobile wins) competition in the category 'Public-private cooperation'

#### **2018**

Judges' Prize in the Baden-Württemberg Environmental Award for the 'Preservation and promotion of biological diversity'

#### **2019**

Dr. Philip Lettmann receives the B.A.U.M. 2019 Environmental and Sustainability Award in the 'Small and medium-sized enterprises' category

#### **2020**

Bicycle-friendly employer, 'Gold' award from the German Cyclists' Association (ADFC)

# Umweltschutz als Unternehmenskultur.

## Environmental protection as corporate culture.

### Unternehmenskultur

Das Wort „Kultur“ kommt vom lateinischen „Cultura“ – und meinte ursprünglich „Ackerbau“. Heute bezeichnen wir mit „Kultur“ all das, was Menschen gestaltend hervorbringen. Auch, indem sie sich umsichtig der Naturreiche bedienen. In diesem bescheidenen Sinne ist die WALA heute eher ein Kulturbetrieb als ein Industriebetrieb. Wir sehen Gesundheit und Schönheit des Einzelnen nicht als Produkt, sondern als Prozess. Und uns selbst nicht als Hersteller, sondern als Gestalter. Vielleicht finden sich deshalb unter unseren Mitarbeitenden und Kunden so auffällig viele kreative Menschen.

Wie entsteht eine Unternehmenskultur, in der Mitarbeitende nachhaltig handeln? Wie lässt sich Umweltbewusstsein dauerhaft in den Alltag integrieren? Und welche Plattform braucht es, um gute Ideen zu sammeln und umzusetzen?

### Selber aktiv werden

Alle Mitarbeitenden können sich im Mitarbeiter-Umweltkreis engagieren, sich an der Diskussion zu aktuellen Umweltthemen beteiligen und aktiv an der Planung von Aktionen mitwirken. Im Intranet gibt es außerdem eine eigene Seite zum Thema „Umwelt und Arbeitssicherheit“ mit vielen Tipps und Hinweisen von A wie Abfall bis Z wie Ziele.

### Was wir erreicht haben

Um die Aktionstage „Arbeitssicherheit und Umwelt“ nicht absagen zu müssen, haben wir eine Plattform gestaltet, auf der das Programm digital abrufbar war – Videobeiträge, Literatur, Links und eine Aktion zur aktiven Teilnahme. Das Konzept ging auf: Die Aktionsseiten wurden täglich von 200 bis 320 Mitarbeitenden aufgerufen, insgesamt machte das über 4 Tage 3.919 Klicks.

Eine Keynote zum Thema Klimakrise war dabei das Topthema. Eindrücklich wurde darin die Notwendigkeit zum aktiven Handeln dargestellt. Und der Aufruf wurde angenommen: Insgesamt wurden von Mitarbeitenden über 100 Maßnahmen und Aktionen geplant, die zum Klimaschutz beitragen.

### Corporate culture

The word 'culture' comes from the Latin 'cultura', which originally meant 'cultivation' or 'agriculture'. Today, we use the term to describe everything that is cultivated from human design – including through the thoughtful use of the natural kingdoms. In this modest sense, modern-day WALA is more of a cultural than an industrial enterprise. We see an individual's health and beauty not as a product, but as a process. And we regard ourselves not as manufacturers, but as designers. Perhaps that is why we count so many creative people among our employees and customers.

How can a corporate culture be created that encourages employees to act sustainably? How can environmental awareness be permanently integrated into everyday life? And what platforms are required to collect and implement good ideas?

### Encouraging action

All employees can become involved in the Employee Environmental Group, take part in discussions on current environmental issues and actively help plan campaigns. We also have a separate intranet page on the topic of 'Environment and occupational safety', which provides A-to-Z tips on how everyone can act responsibly and sustainably.

### What we have achieved

To prevent us having to cancel the 'Occupational safety and environment' campaign day, we created a platform where the programme was digitally accessible. Videos, literature, links and a campaign in which viewers could actively get involved. The concept was a success: the campaign pages were accessed by about 200 to 320 employees per day, resulting in a total of 3,919 clicks over four days.

A keynote address on the climate crisis was the primary topic. This clearly highlighted the need to take action. And the call was taken up: the staff planned over 104 measures and campaigns that will help to improve climate protection.

### Sicherheit geht vor

Wir wollen sicheres Arbeiten für alle Mitarbeitenden ermöglichen. Erforderliche Maßnahmen für die Arbeitssicherheit werden umgehend umgesetzt, auch wenn sie nicht budgetiert waren.

Es ist uns wichtig, auch kleinere Unfälle sowie sogenannte Beinahe-Unfälle zu erfassen und auszuwerten. Daraus leiten wir Präventionsmaßnahmen ab. Ein Team von Fachkräften für Arbeitssicherheit und von Sicherheitsbeauftragten ist im Hause aktiv und steht Mitarbeitenden wie Führungskräften beratend zur Verfügung.

### Ziel

Wir fördern die eigenverantwortliche (Selbst-)Entwicklung, im Sinne der dialogischen Unternehmenskultur „Eigenständig im Sinne des Ganzen“.

### Maßnahme

Um Führungskräfte bei der Erledigung von Rechtspflichten und der Erstellung von Gefährdungsbeurteilungen zu unterstützen, werden wir dazu eine Software einführen.

### Safety first

We want to ensure a safe working environment for all our employees. Any necessary occupational safety measures are implemented immediately, even if they have not been budgeted for.

It is important to us to record and evaluate even minor accidents and 'near accidents'. We use this information to develop preventative measures. We have our own team of in-house occupational safety specialists and safety officers who are on hand to advise employees and managers.

### Aim

We promote autonomous development in the sense of dialogical corporate culture philosophy: 'independence in the sense of the whole'.

### Measures

We will introduce software that helps managers fulfil their legal obligations and create risk assessments.

## Kennzahlen

### Business figures & ratios

	2017	2018	2019	2020
Meldepflichtige Arbeitsunfälle (AU) Reportable work-related accidents (WR)	11	5	16	12
Meldepflichtige Wegeunfälle (WU) Reportable commute-related accidents (CR)	13	4	6	6
1.000-Mann-Quote meldepflichtige AU/WU Reportable WR/CR accident rate/thousand	24,9	9,4	16,7	12,9
Nicht meldepflichtige Arbeitsunfälle Non-reportable work-related accidents	31	25	39	34
Nicht meldepflichtige Wegeunfälle Non-reportable commute-related accidents	5	6	2	4
<b>Gesamtunfälle</b> <b>Total number of accidents</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>63</b>	<b>56</b>

# Klare Strukturen für nachhaltiges Handeln.

## Clear structures for sustainable business.

Für die nötige Struktur und eine optimale Umsetzung der Maßnahmen sorgt ein Managementsystem für Umwelt- und Arbeitsschutz. Es erfasst und prüft alle Unternehmensabläufe, die Einfluss auf die Umwelt haben.

### **Hauptamtliche Umweltbeauftragte**

Zwei hauptamtliche Umweltbeauftragte koordinieren das Umweltmanagementsystem, moderieren, beraten und unterstützen. Sie decken etwaige firmeninterne ökologische Defizite auf und helfen, diese auf ein ökonomisch vertretbares Maß zu reduzieren. Zu diesem Zweck prüfen sie neue Technologien, Verfahren und Methoden und integrieren diese in Zusammenarbeit mit den betroffenen Fachbereichen in das Unternehmen.

### **Für jedes Thema eine Lösung**

Neben den Umweltbeauftragten kümmern sich Menschen um spezielle Themen in der WALA als sogenannte Betriebsbeauftragte: Energie, Abfall, Fahrrad, Gefahrstoffe, Gefahrgut, Arbeitssicherheit, Brandschutz und Arbeitsmedizin. Sie arbeiten in enger Abstimmung zusammen und erörtern Maßnahmen zu den genannten Themen.

### **Verschiedene Umweltkreise**

Der Mitarbeiter-Umweltkreis trifft sich regelmäßig und erörtert WALA-spezifische Umweltthemen. Die Ressortleitungen kommen in festgelegten Abständen mit den Umweltbeauftragten zusammen und legen die strategische Zielsetzung, das Budget und den Zeitrahmen für die Realisierung der Ziele fest.

### **Umweltaspekte**

Jedes Jahr beurteilen wir sogenannte direkte und indirekte Umweltauswirkungen. Entscheidend dabei sind deren Relevanz und Beeinflussbarkeit für die WALA.

Nach dieser Bewertung sind unsere wesentlichen Umweltaspekte aktuell die Themen Energie, Verpackungen, Rohstoffe und Materialien, Wasser und Emissionen sowie die Umweltauswirkungen durch die Produkte und unsere gesellschaftliche Verantwortung insgesamt.

An environmental and occupational safety management system provides the necessary structure and ensures the optimal implementation of the measures. This system records and checks all company processes that impact the environment.

### **Full-time environmental officers**

Two full-time environmental officers are responsible for coordinating the environmental management system. They also act as moderators and provide advice and support. They uncover any ecological deficits within the company and help to reduce them to an economically justifiable extent. They do this by examining new technologies, processes and methods and integrating these into the company in cooperation with the relevant departments.

### **A solution to every problem**

In addition to its environmental officers, WALA has a variety of operational officers – people who deal with specific issues such as energy, waste, cycling, hazardous materials, dangerous goods, occupational safety, fire safety and occupational medicine. They work in close cooperation and discuss potential measures relating to these particular topics.

### **Our environmental groups**

Our Employee Environmental Group holds regular meetings to discuss WALA-specific environmental issues. The department heads meet with the environmental officers at set intervals to determine strategic objectives, budgets and time frames for the goals that have been set.

### **Environmental aspects**

Every year we assess areas of direct and indirect environmental impact. The decisive factors are their relevance for WALA and their ability to be influenced.

Determined in this way, our key environmental aspects currently include energy, packaging, raw materials and supplies, water and emissions, as well as the environmental impact of the products and our overall social responsibility.

## Auf die Natur bauen. Building from nature.

Unsere Gebäude sollen sich architektonisch organisch in die umgebende Landschaft einfügen. Aus Umweltschutzgründen versiegeln wir außerdem so wenig Fläche wie möglich. Wir bauen also eher in die Höhe als in die Breite. Zudem schaffen wir Grünflächen und Gründächer. Auch unsere Parkplätze betonieren wir nicht einfach. Wir arbeiten mit sogenannten Rasengittern, zwischen denen das Wasser abfließen kann.

Das Wachstum der WALA erfolgt immer in enger, vertrauensvoller Abstimmung mit der Gemeinde und dem Landratsamt. Denn es ist uns wichtig, dass wir standorttreu und damit in Bad Boll und Umgebung bleiben können. Die Bauplanung wird von unseren Umweltbeauftragten begleitet und hinsichtlich ökologischer Aspekte beaufsichtigt.

### **Umweltverträgliche Materialien**

Wir legen beim Bauen Wert auf umweltverträgliche Materialien, die keine giftigen Stoffe abgeben. Auch ihre Herkunft ist uns wichtig. Holz beziehen wir aus Deutschland oder Mitteleuropa; es muss zudem FSC-zertifiziert sein. Alle neuen Gebäude sind energetisch auf dem neuesten Stand und besitzen moderne Heizungs-, Lüftungs-, Klimasowie Photovoltaik-Anlagen. Die zugehörige Infrastruktur gestalten wir möglichst fahrradfreundlich, mit überdachten Abstellplätzen, Umkleieräumen und Duschen. Bei der Innenausstattung und -gestaltung der Gebäude achten wir von vornherein darauf, dass die Oberflächen und Bodenbeläge leicht und vorzugsweise ohne Chemie zu reinigen sind.

### **Handarbeit und moderne Technik**

Viele Arbeitsschritte erledigen wir von Hand, etwa den Anbau unserer Heilpflanzen oder deren Verarbeitung im Pflanzenlabor. Allerdings ist die WALA auch ein Pharmabetrieb mit allen zugehörigen Auflagen, Pflichten und Hygienevorschriften. Dazu kommen noch die umweltrechtlichen Vorgaben wie beispielsweise zu Gewässerschutz, Emissionen oder Abfällen. In unseren Produktionsräumen setzen wir hochmoderne Technik ein, beispielsweise große Misch- und Abfüllanlagen, Förderbänder, Temperierung, Belüftung und Entfeuchtung. Da unsere Produkte keine synthetischen Konservierungsstoffe enthalten, müssen wir

The architecture of our buildings should always fit organically into the surrounding landscape. For environmental reasons, we also make sure that as much ground area as possible remains permeable. This means we tend to build upwards rather than outwards. We also create green spaces and green roofs. Even our car parks are not simply tarmacked. Instead, we use 'lawn grids', which enable water to drain through them.

WALA's growth always takes place in close cooperation with the municipality and the responsible district office. After all, to ensure that our operations can continue here in Bad Boll and the surrounding area, it is important that we are loyal to the location. Construction plans are developed in cooperation with our environmental officers and supervised with regard to ecological aspects.

### **Environmentally friendly materials**

When planning new buildings, we favour environmentally compatible materials that do not release toxic substances. We also pay attention to the origins of the materials we use. All our wood is FSC-certified and sourced from Germany or Central Europe. All new buildings are state-of-the-art in terms of energy efficiency and equipped with modern heating, ventilation, air conditioning and photovoltaic systems. The associated infrastructure is designed to be as bicycle-friendly as possible, with covered bike racks, changing rooms and showers. When designing and furnishing our building interiors, we ensure that surfaces and floor coverings are easy to clean – preferably without the use of chemicals.

### **Manual processes meet modern technology**

Many of our production stages are carried out by hand, such as the cultivation of our medicinal plants and their processing in the plant laboratory. However, WALA is also a pharmaceutical company with all the associated requirements, duties and hygiene regulations. In addition, we have strict environmental regulations regarding water protection, emissions and waste, for example. Our production facilities feature state-of-the-art technology, such as

sie unter möglichst keimarmen – im Falle der Ampullenpräparate sogar unter keimfreien – Bedingungen herstellen und abfüllen. Natürlich benötigt der Betrieb dieser Anlagen viel Energie. Deshalb achten wir auf effiziente Technik und effiziente Abläufe in allen Bereichen.

### **Anders einkaufen**

Für den laufenden Betrieb kaufen wir zum Beispiel Büromaterial ein, aber auch IT-Geräte sowie Anlagen für die Herstellung und Werbemittel wie Warenaufsteller. Wir kaufen nur noch sogenannte Green PCs. Sie zeichnen sich durch einen geringen Energieverbrauch aus. Standardmäßig sind Drucker so eingestellt, dass diese schwarz-weiß und doppelseitig drucken. Bei allen Einkäufen achten wir auf Qualität und Regionalität.

Das heißt, die Produkte und Hersteller müssen folgende Kriterien erfüllen.

**Ökonomisch:** Ist das Produkt langlebig, von guter Qualität und wirtschaftlich sinnvoll?

**Ökologisch:** Wie viele Ressourcen wurden bei der Herstellung verbraucht? Ist das Produkt im besten Fall regional (um unnötige Transporte zu vermeiden), ist es ökologisch, gentechnisch unverändert, aus nachwachsenden Rohstoffen und recycelbar?

**Sozial:** Beahlt der Hersteller seine Angestellten fair, schützt er sie vor Gesundheitsrisiken, vermeidet er Diskriminierung und Kinderarbeit?

### **Gut essen**

Der Menüplan in der Cafeteria ist regional und saisonal geprägt. 75% der Zutaten unseres Speiseplans haben Demeter- oder Bioqualität. Zahlreiche weitere Produkte, etwa Tee, Kaffee, Müsli, Brot, Gebäck und Milch, stammen zu 100% aus biologisch-dynamischem Anbau. Auch eine artgerechte Tierhaltung vor der Fleischproduktion ist uns wichtig. Der Gastronomiebetrieb, der unser Mittagessen liefert, wurde durch eine unabhängige Öko-Kontrollstelle für ökologisch erzeugte Lebensmittel zertifiziert.

large mixing and filling machines, conveyor belts, temperature control, ventilation and dehumidification systems. As our products contain no synthetic preservatives, we must manufacture and fill them in conditions that are as low in bacteria as possible – in fact, in the case of our ampoule preparations, conditions must be completely sterile. Of course, operating these systems requires a lot of energy. We are therefore careful to employ efficient technology and processes in all areas.

### **Shopping differently**

Our everyday operations require the purchase of resources such as office supplies, IT equipment, production equipment and advertising materials like displays. We only purchase green PCs, which are characterised by their low energy consumption. By default, our printers are set to print black and white and double-sided. With all our purchases, we pay attention to quality and regionality.

This means that the products and manufacturers must meet the following criteria:

**Economical:** is the product durable, of good quality, and economically viable?

**Ecological:** how many resources were used in production? Is the product regional as is ideal (to avoid unnecessary transport), ecological, genetically unmodified, made from renewable raw materials and recyclable?

**Social:** does the manufacturer pay its employees fairly, protect them from health risks, and avoid discrimination and child labour practices?

### **Eating well**

The cafeteria menu we offer our employees features regional and seasonal produce. 75% of the ingredients on our menu are of organic or Demeter quality. Numerous other products such as tea, coffee, cereals, bread, pastries and milk are obtained solely from biodynamic cultivation methods. When it comes to meat production, animal welfare is extremely important to us. The catering company that supplies our lunches has been certified by an independent inspection body for organically produced food.

## Reinigen

Um Reinigungs- und Desinfektionsmittel kommen wir nicht herum. Wir benötigen sie, um den erforderlichen Hygienemaßstäben gerecht zu werden. Die in der Tabelle angegebenen Mengen ermitteln wir auf Basis der eingekauften Stoffe ohne vorherige Lagerbestandsbereinigung.

## Cleaning

Unfortunately, we cannot completely dispense with detergents and disinfectants. We need these products to meet and maintain the hygiene standards required. The quantities indicated in the table are calculated on the basis of materials purchased without prior stock clearance.

### Verbrauch an Reinigungs- und Desinfektionsmitteln Detergent and disinfectant use

	2017	2018	2019	2020
Reinigungsmittel (kg) Detergent (kg)	35.042	47.108	44.496	39.326 <sup>1</sup>
Desinfektionsmittel (kg) Disinfectant (kg)	11.313	12.805	9.214	16.283 <sup>2</sup>
<b>Summe Total</b>	<b>46.355</b>	<b>59.913</b>	<b>53.710</b>	<b>55.609<sup>2</sup></b>
Verbrauch Desinfektionsmittel je Quadratmeter Stockwerkfläche [kg/m <sup>2</sup> ] Disinfectant use per square metre of floor area [kg/m <sup>2</sup> ]	0,21	0,18	0,13	0,23 <sup>2</sup>
Verbrauch Reinigungs- und Desinfektionsmittel je verkauftes Produkt [kg/t] Detergent and disinfectant use per product sold [kg/t]	20,6	28,7	25,6	29,5 <sup>2</sup>

1 Der Bedarf an Reinigungsmitteln, insbesondere in der Herstellung, konnte weiter gesenkt werden.

1 Conversely, we were able to reduce the need for cleaning agents, in particular in production.

2 Häufigere Reinigungsintervalle und vermehrte Desinfektion bedingt durch die Corona-Pandemie führten zu einem deutlich erhöhten Bedarf an Desinfektionsmitteln.

2 Shorter cleaning intervals and more regular disinfection as a result of the coronavirus pandemic led to a far greater need for disinfectants.



### **Werkfeuerwehr und Gefahrenabwehr**

Unsere Werkfeuerwehr ist zuständig für die Abwehr von Gefahren, die durch Feuer, Unwetter oder Gefahrstoffe entstehen können. Durch monatliche Einsatzübungen stellt sie sicher, dass alle Feuerwehrleute immer auf einem aktuellen Ausbildungsstand sind.

Regelmäßig nehmen wir Notfallszenarien unter die Lupe, reflektieren Einsätze der Werkfeuerwehr und kontrollieren unsere Gebäude in Bezug auf Sicherheit. Aufgrund dieser Erkenntnisse ermitteln wir Maßnahmen zur Vorbeugung und überwachen deren Umsetzung. So sind wir auch bei Extremwetterereignissen gut gewappnet.

### **Was wir erreicht haben**

Im Vergleich zu 2019 haben wir 680.000 Ausdrücke an unseren Druckern/Kopiergeräten eingespart, dies konnte im Wesentlichen durch Einführung weiterer elektronischer Dokumentensysteme erreicht werden.

### **Ziel**

Die Frage „Wie geht es mit weniger (Material)?“ soll das Tun aller Mitarbeitende begleiten. Das heißt, bei Entscheidungen nicht nur Transparenz über die Kosten zu schaffen, sondern auch die Materialmenge im Blick zu behalten und darüber bewusst zu entscheiden.

### **Company fire brigade and emergency response**

Our company fire brigade is responsible for responding to dangerous situations that may arise from fire, storms or hazardous substances. Monthly drills ensure that all firefighters always have the most up-to-date training.

We regularly examine emergency scenarios, reflect on the deployment of the company fire brigade and inspect the safety of our buildings. Based on our findings, we identify suitable preventative measures and monitor their implementation. As a result, we are also very well prepared for extreme weather events.

### **What we have achieved**

We created 680,000 fewer printouts/photocopies than in 2019, primarily due to the introduction of further electronic document systems.

### **Aim**

Employees should ask themselves 'Can we use less (materials)?' in relation to all their activities. That means making transparent and informed decisions that are not only based on costs but also on the amount of material used.

# Ökologisch. Ohne Ende. Endlessly ecological.



## Rohstoffanbau

Woher beziehen wir unsere Rohstoffe? Welche Auswirkungen hat die Anbaumethode auf Wasser und Boden? Wie viel Schadstoffausstoß entsteht? Ist das Anbauprojekt fair und sozial?

### Raw material cultivation

Where do we source our raw materials? What effects does the cultivation method have on the water and soil? How much pollution is emitted? Is the cultivation project fair and social for all involved?



## Rohstoffverarbeitung

Gehen wir so schonend wie möglich mit den Rohstoffen um? Wie viel Energie benötigen wir dazu?

### Processing raw materials

Do we use our raw materials as sparingly as possible? How much energy do our processes require?



## Einkauf

Welche Materialien kaufen wir wo ein? Arbeiten unsere Lieferanten umweltfreundlich?

### Purchasing

What materials do we purchase where? Are our suppliers environmentally friendly?



## Transporte

Wie viel Schadstoffausstoß entsteht auf dem Weg zur WALA?

### Transport

What are the emissions levels produced by the journey to WALA?

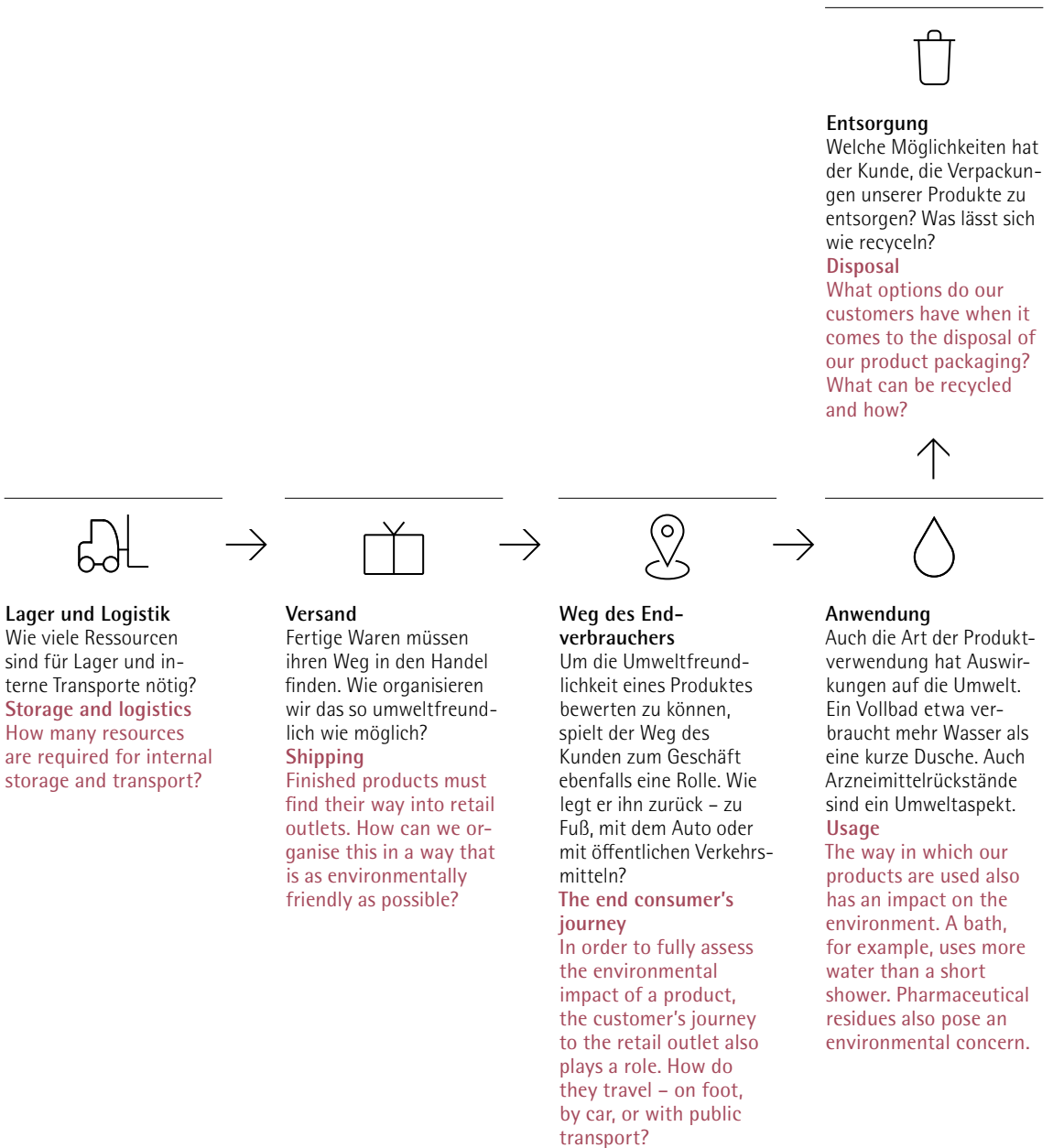


## Herstellung

Wie gehen wir mit den verschiedenen Aspekten und Auswirkungen der Produktion um, zum Beispiel mit Energie, Wasser, Abfall und Abwasser?

### Production

How do we deal with the various aspects and impacts of production, such as energy, water, waste and wastewater?



# Gut für die Haut, gut für die Welt. Good for the skin, good for the world.

Aus der Natur für den Menschen – dafür steht die WALA Heilmittel GmbH. In den Rezepturen der Arzneimittel und Kosmetika werden daher überwiegend nachwachsende Substanzen eingesetzt: zum Beispiel Heilpflanzen, pflanzliche Öle und Wachse oder echte ätherische Öle – natürlich am liebsten in Bio- oder Demeter-Qualität.

## **Demeter-Qualität im eigenen Garten**

Rohstoffe stammen wenn möglich vom eigenen Demeter-Bauernhof oder aus dem Heilpflanzen-garten, der direkt hinter dem ältesten Firmenge-bäude liegt. Hier gedeihen mehr als 150 ver-schiedene Pflanzenarten für die Herstellung der Dr. Hauschka Kosmetik und der WALA Arzneimittel. Die ca. 2,5 ha große Fläche kultivieren die Gärtne-rinnen und Gärtner kontinuierlich mit biologisch-dynamischen Methoden. Blätter, Blüten, Früchte oder Wurzeln werden ganzjährig von Hand ge-erntet. Auch das Saatgut, aus dem sich im Frühling Setzlinge für 25.000 Jungpflanzen entwickeln, wächst im firmeneigenen Heilpflanzengarten heran.

## **Arnika aus dem Schwarzwald**

Die Arnika liebt saure, magere Bergwiesen der europäischen Mittelgebirge. Die bekannte Heil-pflanze wirkt desinfizierend und entzündungs-hemmend und hilft, Gewebe zu regenerieren. Durch die zunehmende Zerstörung ihres Lebens-raums, der Magerwiesen, ist die Arnika in ihrem Bestand gefährdet und daher besonders geschützt. Um den Arnikabestand im Schwarzwald zu sichern und zu fördern, hat die WALA 3 ha Land gepachtet, die das ganze Jahr über gepflegt werden. Ein hierfür beauftragter Nebenerwerbslandwirt und ein Förster übernehmen die Hauptarbeit, ste-hen jedoch immer in engem Kontakt mit der WALA und mit der unteren Naturschutzbehörde. Damit sich die Arnika nicht nur vegetativ über ihre Wur-zeln vermehrt, sondern auch generativ durch Aus-samung, werden die Wiesen erst gemäht, wenn die Pflanze ihre Samen bereits verstreut hat.

## **Biorohstoffe aus aller Welt**

So manche Pflanzenart, die für die Rezepturen der Arzneimittel und Kosmetik benötigt wird, gedeiht nicht im gemäßigten europäischen Klima: Duft-rosen, Mandelbäume oder Jojobasträucher zum Beispiel. Damit auch sie in Bioqualität eingesetzt

Nature's treasures transformed for you. This is the idea behind WALA Heilmittel GmbH. As a result, we use mainly renewable substances in our medical and cosmetic preparations, includ-ing medicinal plants, real essential oils and bo-tanical oils and waxes – preferably in organic or Demeter quality, of course.

## **Home-grown Demeter quality**

Whenever possible, we use raw materials from our own Demeter farm or from the medicinal herb garden, which is located directly behind the oldest company building. More than 150 different plant species flourish here, ready to be used in Dr. Hauschka Skin Care and WALA Medicines products. The roughly 2.5-hectare plot is continuously tended by our gardeners, who employ biodynamic methods. Leaves, pet-als, fruits and even roots are harvested by hand all year round. Even the seeds that develop into seedlings for 25,000 young plants in spring come from the company's own medicinal herb garden.

## **Arnica from the Black Forest**

The arnica plant loves the alkaline grasslands found in Europe's low mountain ranges. This well-known medicinal plant has disinfecting and anti-inflammatory properties and helps to regenerate tissue. Due to the increasing destruc-tion of its preferred habitat of rough grasslands, arnica's existence is under threat and the plant requires protection. To safeguard and promote arnica growth in the Black Forest, WALA has leased 3 hectares of land that it maintains throughout the year. A contracted part-time farmer and a forester do the majority of the work but are always in close contact with WALA and the relevant nature conservation authority. To ensure that the arnica not only reproduces asexually (or vegetatively) via its roots, but also sexually via its seeds, the meadows are only mowed once the plant has scattered its seeds.

## **Organic raw materials from all over the world**

Some of the plants we use in our medical and cosmetic preparations do not thrive in the tem-perate European climate, such as Damask roses,

werden können, regt die WALA mitunter die Produktion von Biorohstoffen überhaupt erst an. Gibt es strategisch wichtige Rohmaterialien auf dem Weltmarkt nicht in der gewünschten Qualität zu kaufen, werden gezielt langfristige Anbauprojekte und starke Partnerschaften initiiert, beispielsweise zum Anbau von ätherischem Rosenöl, Mangobutter, Rizinusöl und Sheabutter. Die Anbauer dieser Rohstoffe werden zum einen mit finanziellen Mitteln unterstützt, zum anderen mit der Bereitstellung von Wissen über biologischen Anbau. Auf Wunsch steht ihnen ein biologisch-dynamischer Berater mit seinem Expertenwissen zur Seite. Er hilft den Farmern unter anderem beim Aufbau von Produktionskapazitäten und Biozertifizierungen.

almond trees and jojoba shrubs. To also obtain these ingredients in organic quality, we sometimes lend a helping hand in the initial development of organic cultivation projects. If strategically important raw materials are not available on the world market in the desired quality, we initiate targeted, long-term cultivation projects and strong partnerships – for example for the production of essential rose oil, mango butter, castor oil and shea butter. Here, we provide local growers with both financial support and our valuable knowledge of organic farming. If desired, we can also provide biodynamic consultants to lend even more expert knowledge. These can help the farmers increase production capacities and gain organic certification, for example.

4 t

#### Naturidentische Stoffe

Sie kommen in dieser Form in der Natur vor oder werden durch chemische Reaktion aus in der Natur vorhandenen Rohstoffen gewonnen

**Nature-identical substances**  
Substances that occur in the same form in nature or are obtained by chemical reaction from raw materials present in nature

56 t

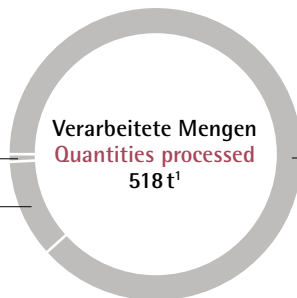
#### Naturnahe Stoffe

Sie werden durch chemische Reaktion aus nachwachsenden Rohstoffen gewonnen

**Near-natural substances**  
Substances that are obtained by chemical reactions from renewable raw materials

<sup>1</sup> Zum Vergleich: 573 t im Jahr 2019 und 588 t im Jahr 2018.

<sup>1</sup> For comparison: 573 t in 2019 and 588 t in 2018.



458 t

#### Naturstoffe

Substanzen pflanzlichen, anorganisch-mineralischen oder tierischen Ursprungs sowie deren Gemische und Reaktionsprodukte, die chemisch unverändert sind

Öle, Fette:	206 t
Ätherische Öle:	13 t
Pflanzen:	43 t
Sonstige (z. B. Zucker, Alkohol):	196 t

#### Natural substances

Substances that are of plant, inorganic-mineral or animal origin as well as mixtures and reaction products derived from them that are chemically unaltered

Oils, fats:	206 t
Essential oils:	13 t
Plants:	43 t
Other (e.g. sugar, alcohol):	196 t

# Produktschutz heißt Klimaschutz.

## Product protection equals climate protection.

Ob Globuli velati oder Tagescreme, ob Arzneimittel oder Kosmetik – sie alle sind frei von synthetischen Konservierungsstoffen. Um ihre Qualität bestmöglich zu erhalten, müssen wir sie deshalb besonders clever verpacken und vor äußeren Einflüssen wie Licht und Sauerstoff schützen.

Die perfekte Verpackung gibt es nicht, das wissen wir. Trotzdem prüfen wir sehr genau, welche Tuben, Flaschen oder Tiegel wir für welches Produkt einsetzen. Und unsere langjährige Erfahrung zeigt uns: Kein Material ist pauschal besser oder schlechter als das andere.

### Unsere Verpackungsmaterialien

**Glas** benötigt zwar viel Energie für Herstellung und Transport, ist aber sehr gut recyclingfähig. Es hat außerdem sehr gute Barriereigenschaften. Es gibt keine Stoffe an das Produkt ab und lässt von außen nichts hinein.

**Aluminium** ist wie Glas gut recyclingfähig, aber energieintensiv bei der Herstellung. Es weist jedoch den besten Produktschutz auf, schirmt zuverlässig gegen Licht, Wasserdampf und Luft ab. Aluminiumtuben sind das Packmittel der Wahl für unsere empfindlichen und festeren Rezepturen. Die Tuben sind mit einem unbedenklichen Innenschutzlack beschichtet, so besteht kein direkter Kontakt zwischen Produkt und Aluminium. Durch die Umstellung unserer Aluminiumtuben auf 100% Recycling-Aluminium aus Industrieabfällen (PIR = post-industrial recycled) sparen wir 95% Energie und reduzieren damit den Ausstoß von klimaschädlichem CO<sub>2</sub>.

**Kunststoff** ist, im Vergleich zu Glas und Aluminium, in der Herstellung weniger belastend für das Klima. Deswegen lehnen wir ihn nicht rigoros ab. Unsere Kunststoffverpackungen enthalten keine Weichmacher wie Phthalate, BPA oder ähnlich problematische Zusätze. Außerdem bieten Kunststoffe guten Produktschutz bei geringem Materialeinsatz. Wir nutzen derzeit vorwiegend PE und PP. Diese Kunststoffe zeichnen sich auch durch gute Recyclingfähigkeit aus. Nach Möglichkeit setzen wir recycelte Kunststoffe in Verpackungen ein und erreichen Recyclinganteile von bis zu 97%.

Whether globuli velati or day creams, medicines or cosmetics, all of our products are free of synthetic preservatives. This means that, in order to best preserve their quality, we have to package them in particularly clever ways and protect them from external influences such as light and oxygen.

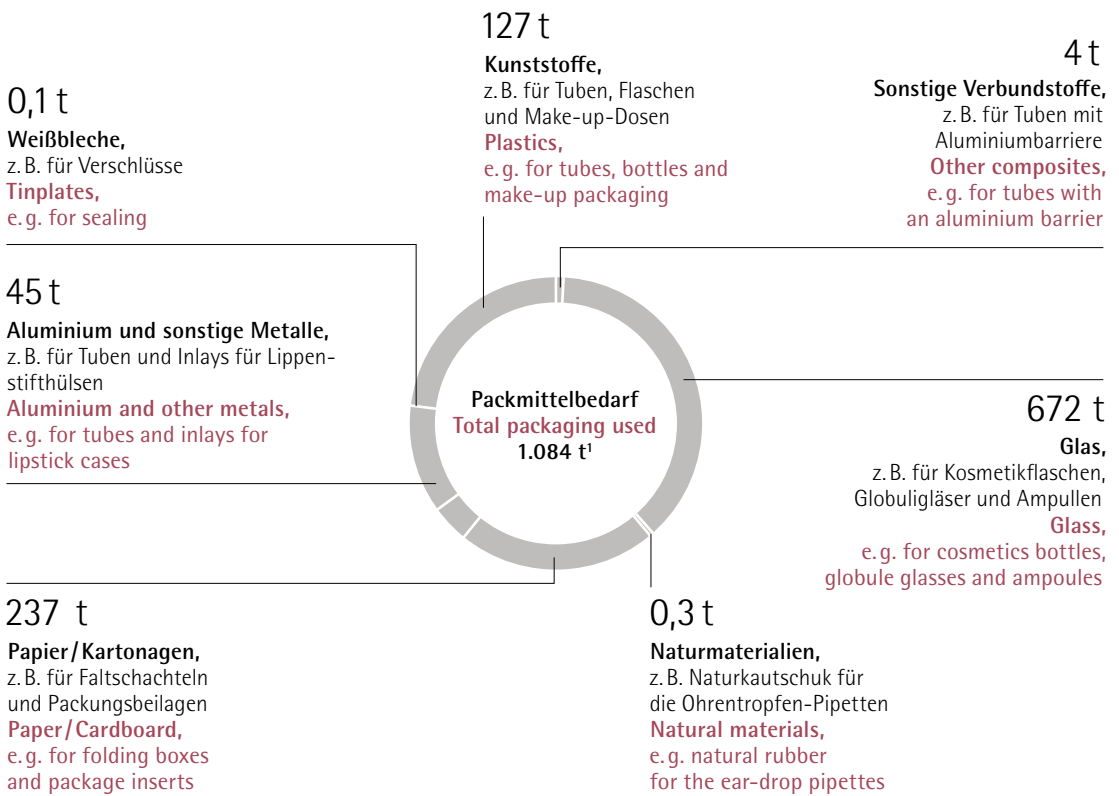
One thing we know is that the 'perfect' packaging does not exist. Nevertheless, we check very carefully which tubes, bottles or jars we use for which product. And our many years of experience have taught us that no material is better or worse across the board than another.

### Our packaging materials

**Glass** may require a lot of energy for production and transportation, but it is very easy to recycle. It also has excellent barrier qualities, not releasing anything into or absorbing anything from the product.

**Aluminium** is similar to glass in that it is easy to recycle but energy-intensive to produce. However, it provides the best product protection, reliably preventing contamination from light, moisture and air. Aluminium tubes are the preferred packaging for our more sensitive and viscous formulations. The tubes have a non-hazardous protective coating inside, so there is no direct contact between the product and the aluminium. By switching to 100% post-industrial recycled (PIR) aluminium for our aluminium tubes, we reduce the amount of energy required by 95% and thus the level of climate-damaging CO<sub>2</sub> emissions.

**Plastic** is less detrimental to the climate to produce than glass and aluminium. For this reason, we do not want to strictly rule it out. Our plastic packaging is free from plasticisers such as phthalates, BPA or similar problematic additives. Furthermore, plastics provide good product protection while using little material. At present, we primarily use PE and PP, both of which are easy to recycle. Where possible, we use recycled plastics in our packaging and achieve a recycled content of up to 97%.



<sup>1</sup> Es handelt sich um die 2020 eingekauften Packmittel. Zum Vergleich: 1.226 t im Jahr 2019 und 1.171 t im Jahr 2018. Gründe für den gesunkenen Bedarf sind Einsparungen und ein Absatzrückgang. Außerdem schwankt die eingekaufte Packmittelmenge, da sie von der am Lager befindlichen Menge abhängt.

<sup>1</sup> This is the packaging purchased in 2020. For comparison: 1,226 t in 2019 and 1,171 t in 2018. In addition to the savings achieved, the reduced demand is also due to a decline in sales. Furthermore, the quantity of packaging material purchased fluctuates, as it depends on the quantity already in stock.

**Papier-Faltschachteln** verhindern Schäden an Glasflaschen und Aluminiumtuben bei Transport, Lagerung und Präsentation im Handel. Bei Kunststofftuben verzichten wir nach Möglichkeit auf Faltschachteln. Der Recyclinganteil unserer Make-up-Faltschachteln liegt bei 90%, alle weiteren Faltschachteln werden bisher noch zu 100% aus FSC-Material, d. h. unter Verwendung von Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern hergestellt. Unsere Packungsbeilagen bestehen zu 100% aus Recyclingmaterial mit dem Blauen Engel. Für die Bedruckung setzen wir nur mineralölfreie Druckfarben auf Basis nachwachsender Rohstoffe ein.

**Paper folding boxes** prevent glass bottles and aluminium tubes from being damaged during transport, storage and presentation in retail outlets. Where possible, we are dispensing with folding boxes for our plastic tubes. Our make-up boxes have a recycled content of 90%; all other folding boxes are currently still made of 100% FSC-certified materials, i.e. materials from sustainably managed forests. Our Blue-Angel-certified package inserts are made 100% from recycled paper. We exclusively print with mineral-oil-free inks made from renewable raw materials.

### **Wie stehen wir zu Biokunststoffen?**

„Biokunststoffe“ auf Basis nachwachsender Rohstoffe halten aus unserer Sicht längst nicht alles, was der Name verspricht, und sind oft nicht nachhaltiger als Kunststoffe auf Mineralölbasis. In der Kritik stehen häufig der Anbau, der mit dem Einsatz von Pestiziden und Dünger verbunden ist, sowie die Nutzung gentechnisch veränderter Pflanzen und die Konkurrenz um Acker- oder Waldflächen. Für uns kommen Biokunststoffe erst in Frage, wenn sie nachweislich umweltfreundlicher sind als konventionelle Kunststoffe.

Biokunststoffe, die biologisch abbaubar sind, setzen wir derzeit ebenfalls nicht ein. Werden sie nicht sachgerecht entsorgt, können sie zur Mikroplastikproblematik beitragen. Dennoch sehen wir in nachhaltigen, umweltfreundlichen Biopolymeren für Verpackungen eine Materialalternative. Aus diesem Grund behalten wir die Entwicklungen im Auge und nehmen als Industriepartner an unterschiedlichen Forschungsvorhaben auf diesem Gebiet teil.

### **Was wir erreicht haben**

Schritt für Schritt arbeiten wir an der Erhöhung der Recyclinganteile unserer Verpackungen. So kamen unsere neuen Haarpflegeprodukte Shampoo und Spülung in Tuben mit ca. 60% Recyclinganteil aus Konsumentenabfällen (PCR= post-consumer recycled) auf den Markt – mit insgesamt 1 t recyceltem Kunststoff. Zudem konnten wir bei beiden Produkten auf die Umverpackung (Packungsbeilage und Faltschachtel) verzichten und dadurch allein 2020 1,7 t Material einsparen. Für unsere 30- und 50-ml-Aluminium-Kosmetiktuben haben wir mit der Umstellung auf 100%-Recycling-Alu aus PIR begonnen: 35% der Tuben konnten wir 2020 bereits in dieser Qualität einkaufen. Dies entspricht rund 7 t Recycling-Alu. Die ersten Tuben sind bereits auf dem Markt. Bei den Faltschachteln unserer Dr. Hauschka Make-up-Produkte konnten wir den Recyclinganteil von 70 auf 90% erhöhen.

### **Unsere Ziele**

Ressourcenschonung ist unser oberstes Ziel. Und deshalb wählen wir die nachhaltigen Packmittel und Verpackungen für Dr. Hauschka nach den

### **What is our stance on bioplastics?**

We do not believe that bioplastics made from renewable raw materials live up to the promise of their name as they are often no more sustainable than mineral-oil-based plastics. Criticism is frequently levelled at the raw material cultivation methods which involve the use of pesticides and fertilisers, as well as the use of genetically modified plants and the competition for arable or forest land. Bioplastics are therefore only a consideration for us if they are demonstrably more environmentally friendly than conventional plastics.

We do not currently use bioplastics that are biodegradable either. If they are not properly disposed of, they simply add to the microplastic problem. Nevertheless, we do believe that sustainable, environmentally friendly biopolymers could provide an alternative packaging material in the future. We are therefore keeping a close eye on developments in this area and are participating in various research projects as industrial partners.

### **What we have achieved**

We are gradually increasing the recycled content of our packaging. For example, our new hair care products Shampoo and Conditioner were launched in tubes made with an approx. 60% recycled content comprising post-consumer recycled (PCR) materials. This equated to a tonne of recycled plastic. We were also able to dispense with the outer packaging (package insert and folding box) for both products and thereby save 1.7 tonnes of material in 2020 alone. We have started the migration to 100% post-industrial recycled (PIR) aluminium for our 30 and 50 ml aluminium tubes for our Skin Care products and were already able to purchase 35% of the tubes in this quality in 2020. This equates to approx. 7 tonnes of recycled aluminium. The first tubes are already on the market. We were also able to increase the recycled content of the folding boxes used for our Dr. Hauschka Make-up products from 70 to 90%.

### **Our goals**

Conserving the planet's resources is our top



Aspekten Produktschutz, Materialeinsparung, Recyclingfähigkeit und Recyclinganteile aus.

- › Wir setzen dabei so wenig Material wie möglich ein.
- › Wir erhöhen die Recyclingfähigkeit<sup>1</sup> unserer Dr. Hauschka Verpackungen für Pflegeprodukte bis 2025 von derzeit ca. 80% auf 90%.
- › Wir erhöhen Schritt für Schritt die Recyclinganteile<sup>1</sup> in unseren Dr. Hauschka Verpackungen für Pflegeprodukte: auf 15% bis 2022 und auf 45% bis 2025.

### Maßnahmen

Unsere Kosmetikprodukte in 30- und 50-ml-Alu-tuben kommen mit 100% Recycling-Alu aus PIR und einer Energieeinsparung von 95% auf den Markt. Weitere Tuben wie die Probierrößen und Arzneimitteltuben sollen folgen. Den Recyclinganteil unserer Faltschachteln für Make-up werden wir noch weiter von 90 auf 100% erhöhen. Auch werden Faltschachteln, die derzeit noch aus FSC-zertifiziertem Material bestehen, auf Recyclingmaterialien umgestellt. Außerdem arbeiten wir an einer Erhöhung der Recyclinganteile unserer Flaschen und Gläser.

### Werbematerialien

Unsere Werbematerialien erstellen wir ebenfalls nach strengen Richtlinien. So bestehen unsere Drucksachen und Displays vorwiegend aus Papier bzw. Karton aus Recyclingmaterial. Ist dies in Einzelfällen nicht möglich, ist FSC-zertifiziertes Material unser Mindeststandard.

### Was wir erreicht haben

Auch bei den Werbematerialien setzen wir auf Materialreduktion und Kreislaufführung. Eine Regalplatzierung, die wir für eine langlebige Benutzung aus Kunststoff konzipieren mussten, haben wir so gestaltet, dass die Händler sie am Ende ihres Einsatzes an uns zurücksenden können. Sie wird dann über unseren Lieferanten in ein direktes Recycling überführt und zu Recyclinggranulat für einen erneuten Einsatz verarbeitet.

<sup>1</sup> Bezogen auf die Gewichtsanteile der Recyclinganteile und recycelbaren Materialien.

priority. That is why, here at Dr. Hauschka, we choose sustainable packaging materials based on the aspects of product protection, material savings, recyclability and recycled content.

- › We also use as little material as possible.
- › We will increase the recyclability<sup>1</sup> of our Dr. Hauschka Skin Care packaging from the current level of around 80% to 90% by 2025.
- › We will gradually increase the recycled content<sup>1</sup> of our Dr. Hauschka Skin Care packaging from 15% in 2022 to 45% by 2025.

### Measures

The 30 and 50 ml tubes for our Skin Care products are made from 100% post-industrial recycled (PIR) aluminium and offer a 95% energy saving. Further tubes, such as the trial sizes and pharmaceutical tubes, should follow. We will further increase the recycled content of our folding boxes for Make-up from 90 to 100%. Folding boxes that are currently still made of FSC-certified material will also be converted to recycled materials. We are also working to increase the recycled content of our bottles and jars.

### Advertising materials

Our advertising materials are also produced according to strict guidelines. All of our printed material and displays, for example, consist mainly of recycled paper or cardboard. Where this is not possible, our minimum requirement is the use of FSC-certified material.

### What we have achieved

We are also committed to reducing material usage and applying closed-loop recycling with regard to our advertising materials. Where we had to design a shelf unit from plastic for durability reasons, we did so in such a way that retailers can return it to us once they are finished with it. Our suppliers then put this into a direct recycling process and turn it into recycled granulate for re-use.

<sup>1</sup> Based on the weight of the recycled content and recyclable materials.

Regulatorische Anforderungen führen leider immer wieder dazu, dass Materialien mit relevanten Texten nicht mehr in Umlauf gebracht werden dürfen. Betroffene Bestände unserer Kompendien (Ratgeber) für Fachpersonal konnten wir durch eine Überarbeitung weiterhin in Verkehr bringen und dadurch mehr als 5 t Material erhalten.

Nachdem wir den Materialeinsatz der Klappkarten für unsere Proben-Sachets im Vorjahr bereits um 17% reduziert hatten, konnten wir 2020 das Material nochmals um 50 % verringern und somit mehr als 30 t Material einsparen. Zudem haben wir auf die Folienprägung verzichtet sowie die Folienbeutel zur Bündelung durch Papierbanderolen ersetzt.

Unfortunately, regulatory requirements frequently lead to us no longer being able to use advertising materials that contain certain information. By revising the affected stocks of our compendia (guidance leaflets) for specialist personnel, we were able to continue using them and preserve over 5 tonnes of material.

After reducing the amount of material used for the folding cards for our sachet samples by 17% in 2019, we were able to achieve a further 50% reduction in 2020, thereby saving over 30 tonnes of material. We have also dispensed with the foil embossing and replaced the foil bags for holding multiple cards with paper bands.

15 t

**Bedarfsgegenstände,**  
z. B. Pinsel, Bürsten, Etuis und Mappen  
**Consumer goods**  
e. g. brushes, carry cases and folders



156 t

**Drucksachen,**  
z. B. Broschüren, Flyer und Plakate  
**Printed materials**  
e. g. brochures, flyers and posters

29 t

**Dekomaterial, Displays und Werbemittel,**  
z. B. Warenaufsteller und Schau-  
fensterdekorationen  
**Decorative materials, displays and advertising materials**  
e. g. product displays and shop window decorations

<sup>2</sup> Zum Vergleich: 371 t im Jahr 2019 und 557 t im Jahr 2018. Es zeigt sich 2020 insbesondere ein Rückgang von Arzneimittel-Werbemitteln.

<sup>2</sup> For comparison: 371 t in 2019 and 557 t in 2018. In 2020, there was a particular decrease in advertising materials for medicines.

# Das Leben ist bunt. Life is colourful.

Die Begriffe „biologische Vielfalt“ und „Biodiversität“ beschreiben die bunte Fülle des Lebens in der Natur. Sie umfassen das breite Spektrum der Pflanzen, Tiere, Pilze und Mikroorganismen. Aber auch der Reichtum von Ökosystemen wie Regenwäldern oder Weltmeeren, heimischen Buchenwäldern und Magerwiesen sowie die genetische Mannigfaltigkeit der Arten und Kultursorten gehören dazu.

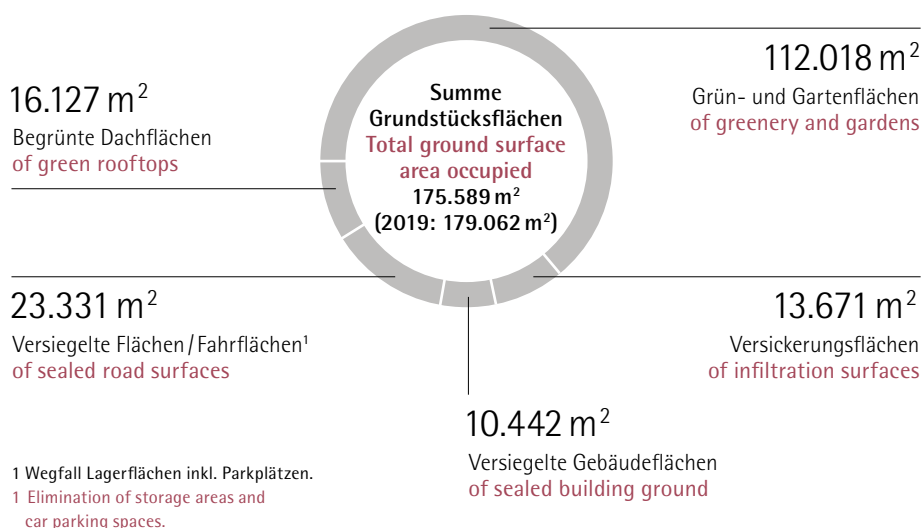
Nur durch biologische Vielfalt bleiben Ökosysteme stabil. Deshalb setzen wir uns ganz besonders dafür ein. Dies tun wir im Rahmen von Anbauprojekten im Ausland, bei nachhaltiger Wildsammlung, in unserem Heilpflanzengarten und auf dem eigenen Demeter-Bauernhof.

Auch eine nachhaltige Nutzung kann zur Erhaltung beitragen. Auf einigen Bergwiesen im Schwarzwald ernten wir auf schonende Weise Arnikapflanzen. Wir nutzen die betreffenden Areale extensiv und pflegen sie sorgfältig, damit die artenreichen Flächen nicht verwalden. Dadurch bewahren wir den Lebensraum der für diese Region typischen Tiere und Pflanzen.

The terms 'biological diversity' and 'biodiversity' describe the colourful abundance of life that exists in the natural world. They cover the broad spectrum of plants, animals, fungi and microorganisms. But they also include the planet's wealth of ecosystems like rainforests, oceans, indigenous beech forests and rough grasslands, as well as its genetically diverse species and cultivated varieties.

Ecosystems rely on biological diversity to remain stable. That is why we are so committed to protecting this diversity. This is a primary concern in our cultivation projects abroad, during our sustainable wild harvesting activities, in our own medicinal herb garden and on our Demeter farm.

Sustainable use of nature can also contribute to its conservation. We harvest arnica plants in a sustainable way from several mountain meadows in the Black Forest. We make extensive use of our chosen land and carefully maintain it so that these species-rich areas do not become wooded. By doing so, we are preserving the habitat of the animals and plants typical of this region.



Rund 50% der WALA Dachflächen sind begrünt und dienen Pflanzen und Tieren ebenfalls als Lebensraum. Im Zuge der Gestaltung der Grünflächen um die Neubauten herum konnten viele Flächen zusätzlich biodivers gestaltet werden. Insgesamt sind damit 44.774 m<sup>2</sup> unserer Firmenflächen mit Teichen, Wildblumenwiesen oder Gehölzen biodivers gestaltet. Das entspricht 25% der Gesamtfläche. Außerdem werden zusätzlich zum Heilpflanzengarten die Flächen um das Laborgebäude konsequent biologisch-dynamisch bewirtschaftet.

Der Verlust an Arten auf allen Ebenen stellt uns Menschen vor große gesamtgesellschaftliche Herausforderungen. Artenreiches Grünland bietet einen besonders hohen ökologischen Wert, speziell hier in unseren Regionen Baden-Württembergs. Gleichzeitig ist deren Vielfalt unmittelbar abhängig von der Nutzungsform. Ein Grund, warum gerade diese Lebensräume so stark durch Schwund betroffen sind.

### **Was wir erreicht haben**

Der Arbeitskreis Biodiversität der WALA hat zusammen mit dem Demeter-zertifizierten Sonnenhof geeignete Grünlandflächen ausgewählt, um die Artenvielfalt auf diesen Flächen zu erhöhen. Bisher wurde das Arteninventar auf diesen Flächen bonitiert und zielführende Maßnahmen erfasst und bewertet.

### **Ziel**

Ziel ist, die Artenvielfalt dort zu erhöhen und gleichzeitig wertvolle Erkenntnisse in Kooperation mit der ökologischen Landwirtschaft und der Wissenschaft zu gewinnen und zu teilen.

### **Maßnahmen**

Dieses Jahr werden drei Formen von Maßnahmen umgesetzt: Mahdgutübertragung aus artenreichen Spenderflächen, Extensivierung der Nutzung im Grünland und die Entwicklung nach historischem Vorbild aus einem Acker heraus.

Around 50% of WALA's roof areas are landscaped and thus also provide habitats for plants and animals. When designing the green spaces around the new buildings, we were able to prioritise biodiversity in many areas. A total of 44,774 m<sup>2</sup> of our company premises have now been designed with biodiversity in mind, featuring ponds, wildflower meadows or woody plants. That corresponds to 25% of the total area. In addition to the medicinal herb garden, the areas around the laboratory building are consistently biodynamically cultivated.

The loss of species at all levels presents us with major challenges for society as a whole. Species-rich grassland areas offer particularly high ecological value, especially here in our Baden-Württemberg regions. At the same time, their biodiversity is directly dependent on the manner of their use. This explains why these habitats are shrinking so severely.

### **What we have achieved**

WALA's biodiversity working group and Demeter-managed Sonnenhof farm have together selected suitable grassland areas to increase the biodiversity of these regions. To date, the species inventory for these areas has been determined and targeted measures have been recorded and evaluated.

### **Aim**

The aim is to increase the biodiversity of the areas while also obtaining and sharing valuable knowledge in cooperation with organic farmers and scientific organisations.

### **Measures**

Three types of measures are being implemented this year: the transfer of grass cuttings from more species-rich donor areas, the extensification of the grassland use and the conversion of arable land into grassland based on historical records.

## Was die WALA antreibt. What powers WALA.

Die Hauptenergieträger, die zum Einsatz kommen, sind Strom und Gas. Die wesentlichen Energieverbraucher sind die Klima- und Lüftungsanlagen, da wir unsere Arzneimittel und auch die Kosmetik unter strengen Pharmabedingungen herstellen.

Bereits seit 2001 beziehen wir zertifizierten Ökostrom aus regenerativen Energiequellen. Auf diese Weise lassen sich jährlich Hunderte Tonnen CO<sub>2</sub>-Ausstoß vermeiden. Unser Anbieter ist ein Unternehmen aus der Nachbarschaft. Zusätzlich produzieren wir mittels eigener Photovoltaikanlagen und eines BHKW Strom und Wärme auch selbst.

Unter Leitung der Energiebeauftragten trifft sich das Energieteam aus Technikern und Ingenieuren regelmäßig, um die aktuellen Verbrauchszahlen unter die Lupe zu nehmen. Anhand der so erfassten Daten können wir Auffälligkeiten und eventuelle technische Defekte frühzeitig erkennen und rechtzeitig gegensteuern. Außerdem werden in diesem Kreis weitere Möglichkeiten zur Optimierung erörtert und erarbeitet. Bei Bedarf werden dazu auch weitere Fachbereiche oder externe Fachleute einbezogen.

Weil der stetige Erfahrungsaustausch wichtig ist, engagieren wir uns in einem regionalen Netzwerk für Energieeffizienz. Unternehmen unterschiedlichster Branchen kommen unter dem Motto „Unternehmen vernetzen. Wissen teilen. Energie sparen.“ regelmäßig zusammen.

### **Was wir erreicht haben**

Die Umstellung der Beleuchtung auf LED wurde fortgesetzt. Alte, ineffiziente Ladegeräte der Stapler im Bereich der Logistik wurden erneuert.

Seit letztem Jahr bekommen alle Lernlinge für den Bereich Umwelt und Arbeitssicherheit eine zweitägige Einführung, um sie u. a. für das Thema Energie zu sensibilisieren. Denn wir sind auf Hinweise zu Auffälligkeiten und auf die Ideen aller unserer Mitarbeitenden angewiesen.

Die geplante Energiemanagementsoftware ist installiert und wird nun sukzessive aufgebaut. Mit ihr können wir unsere Verbräuche noch systematischer erfassen und bewerten.

The main energy sources that we use are electricity and gas. The primary energy consumers are the air conditioning and ventilation systems, as we manufacture both our medicines and cosmetics in strict pharmaceutical conditions.

We have been purchasing certified green electricity from renewable energy sources since 2001. This enables us to reduce our CO<sub>2</sub> emissions by hundreds of tonnes every year. A local company supplies our green electricity. In addition, we produce our own electricity and heat using photovoltaic systems and a CHP unit.

Under the direction of the energy officers, an energy team comprising technicians and engineers meets regularly to examine the current consumption figures. This data helps us detect any irregularities and possible technical defects at an early stage and enables us to act quickly to implement countermeasures. This group also discusses and works out further possibilities for optimisation. If necessary, they may bring in other specialist departments or external experts.

Because the constant exchange of experience is important, we are involved in a regional network for energy efficiency. This brings together companies from a wide range of industries on a regular basis under the motto 'Networking companies. Sharing knowledge. Saving energy.'

### **What we have achieved**

The switch to LED lighting continued and the old, inefficient forklift chargers in the logistics department were replaced.

Since last year, all trainees in the field of environmental protection and occupational safety have received a two-day induction to increase their awareness of topics such as energy. After all, we rely on all our employees to report irregularities and present their own ideas.

The planned energy management software has been installed and is now being successively developed. This will enable us to record and assess our consumption levels even more systematically.

Erfreulicherweise konnten wir beim Strom eine leichte Reduktion von 0,1% und beim Gesamtenergieverbrauch von 1 % gegenüber dem Vorjahr erreichen. Der Wärmeenergiebedarf ist um 0,6% gestiegen.

#### Unsere Ziele

- › Wir erhöhen die Eigenenergieerzeugung.
- › Wir senken unseren Energiebedarf.
- › Weitere Sensibilisierung der Mitarbeitenden für das Thema „Energie“.

#### Maßnahmen

Für die bestehenden Dachflächen prüfen wir den Ausbau der Photovoltaikanlagen. Weitere Gebäude und Räume sollen auf LED-Beleuchtung umgestellt werden. Mitarbeitende werden weiterhin aktiv einbezogen, Aktionen durchgeführt und Informationen im Intranet bereitgestellt.

We were pleased to slightly reduce our electricity usage by 0.1% and our total energy consumption by 1% compared to the previous year. The thermal energy requirement rose by 0.6%.

#### Our goals

- › We are increasing the proportion of self-generated energy used.
- › We are reducing our energy requirements.
- › We are further raising employees' awareness of the topic of energy.

#### Measures

We are looking into expanding our photovoltaic systems on existing roof areas. Further buildings and rooms are to be converted to LED lighting. We are continuing to actively involve our employees, implement campaigns and provide information on the intranet.

## Energie-Produktions-Verhältnis

### Energy-production ratios

	2017	2018	2019	2020 <sup>1</sup>
Ökostrom / verkaufte Produkte [MWh/t] Green electricity / products sold [MWh/t]	3,41	3,77	3,63	4,04
Wärmebedarf (klimabereinigt) / Fläche [kWh/m <sup>2</sup> ] Heating requirements (climate-adjusted) / surface area [kWh/m <sup>2</sup> ]	208	188	168	174
Gesamtenergieverbrauch / verkaufte Produkte [MWh/t] Total energy consumption / products sold [MWh/t]	9,15	9,97	9,59	10,59
Gesamtenergieverbrauch / Umsatz [MWh/Mio. €] Total energy consumption / turnover [MWh/million €]	143	148	140	149

1 Infolge der pandemiebedingten Umsatzrückgänge verschlechtern sich alle Kennzahlen.

1 All key figures deteriorated due to the decline in sales caused by the pandemic.

2 Pelletofen zeitweise außer Betrieb.

2 Pellet oven temporarily out of service.

3 Halle nicht mehr angemietet.

3 Hall no longer leased.

**Wärmeenergiebedarf [MWh]**  
**Heating requirements [MWh]**

	2017	2018	2019	2020
<b>Bad Boll</b>				
Erdgas Fossil gas	9.153	9.032	8.699	0
Biomethan aus Reststoffen Biomethane from waste materials			405	9.206
Flüssiggas/Propan Liquid gas/propane	25	23	25	24
Heizöl Fuel oil	39	37	0	40
Pellets Pellet fuel		416	432	207 <sup>2</sup>
<b>Aichelberg</b>				
Erdgas (ab 2020: Biomethan) Fossil gas (ab 2020: Biomethan)	291	339	276	189
<b>Weilheim</b>				
Erdgas (ab 2020: Biomethan) Fossil gas (ab 2020: Biomethan)	539	468	382	0 <sup>3</sup>
<b>Rosenfeld</b>				
Flüssiggas/Propan Liquid gas/propane	13	48	22	23
Pellets Pellet fuel	229	133	140	153
<b>Zell unter Aichelberg</b>				
Erdgas (ab 2020: Biomethan) Fossil gas (ab 2020: Biomethan)	532	758	1.198	1.208
Pellets Pellet fuel	328	565	206	197
<b>Summe Wärmeenergiebedarf [MWh]</b> <b>Total heating requirements [MWh]</b>	<b>11.149</b>	<b>11.819</b>	<b>11.179</b>	<b>11.248</b>

**Erzeugte Strommenge Solaranlagen**  
**Solar-generated electricity**

	2017	2018	2019	2020
Bad Boll	76	131	128	130
Rosenfeld	37	37	37	39
Zell unter Aichelberg		162	197	200
<b>Erzeugte Strommenge gesamt [MWh]</b> <b>Total electricity generated [MWh]</b>	<b>113</b>	<b>330</b>	<b>362</b>	<b>369</b>

**Ökostrom [MWh]**  
**Green electricity [MWh]**

	2017	2018	2019	2020
Bad Boll	6.611	6.604	6.317	6.243
Aichelberg	293	282	228	214
Weilheim	94	88	78	0 <sup>3</sup>
Rosenfeld	140	98	100	122
Zell unter Aichelberg	536	794	891	1.032 <sup>4</sup>
<b>Summe Ökostrom [MWh]</b> <b>Total green electricity [MWh]</b>	<b>7.674</b>	<b>7.866</b>	<b>7.615</b>	<b>7.611</b>

**Sonstiger Energiebedarf**  
**Other energy requirements**

	2017	2018	2019	2020
Diesel für Notstromaggregat Diesel for emergency power generator	0	41	38	36
<b>Kraftstoffe für Fuhrpark [MWh]</b> <b>Fuel for vehicle fleet [MWh]</b>				
Diesel Diesel	1.468	995	1.121	829
Benzin Petrol	0	119	192	222
<b>Kraftstoffe WALA gesamt [MWh]</b> <b>WALA's total fuel consumption [MWh]</b>	<b>1.468</b>	<b>1.155</b>	<b>1.351</b>	<b>1.088</b>
<b>Gesamtenergieverbrauch [MWh]</b> <b>Total energy consumption [MWh]</b>	<b>20.548</b>	<b>20.839</b>	<b>20.145</b>	<b>19.946</b>
<b>Anteil regenerativer Energien (Ökostrom, Pellets) [%]</b> <b>Proportion of renewable energies (green electricity, pellets) [%]</b>	<b>42,4</b>	<b>43,2</b>	<b>45,9</b>	<b>94,1</b>

Der Energiebedarf von ausgelagerten Prozessen beträgt unter 1% des WALA Energiebedarfs und wird hier deshalb nicht aufgeführt.

The energy requirement relating to outsourced processes is not listed as it equates to less than 1% of WALA's energy requirement.

3 Halle nicht mehr angemietet.  
3 Hall no longer leased.

4 Vertriebs- und Logistikzentrum ab 2020 im Vollbetrieb.  
4 Sales and logistics centre fully operational since 2020.



# Wasser ist Leben.

## Water is life.

Wasser fließt nicht nur in unsere Produkte ein. Wir brauchen es auch zur Reinigung, zur Dampfsterilisation in der Herstellung und für die Sanitäranlagen. Um sorgsam mit dem kostbaren Gut umzugehen, weichen wir, wo es möglich und sinnvoll ist, auf Regenwasser aus. Deshalb sammeln wir Niederschlag (Grauwasser) in Zisternen. Dieses Wasser dient der Toilettenspülung, der Bewässerung von Gartenflächen sowie der Kühlung technischer Anlagen. Produktionsabwässer bringen wir zu einer großen Kläranlage in der Region, die sie biologisch reinigt. Diese Maßnahme entlastet die örtliche Kläranlage. In der Tabelle zum Wasserverbrauch weisen wir unter anderem den potenziell in unseren Zisternen aufgefangenen Niederschlag aus. Da unser Wassernutzungssystem über Jahre gewachsen und inzwischen sehr komplex ist, lassen sich die exakten Grauwassermengen allerdings nicht messen. Stattdessen berechnen wir sie aus dem auf unsere Dachflächen gefallenen Niederschlag.

Water is not only an essential ingredient in our products; we also use it for cleaning, steam sterilisation on the production lines and in our sanitary facilities. In order to handle this precious commodity with care, we use rainwater wherever possible and viable. We collect precipitation (rainwater) in cisterns. This is then used for flushing toilets, watering gardens and cooling technical installations. We transport production wastewater to a large sewage treatment plant in the region, where it is cleaned using biological processes. This measure relieves the burden on the local wastewater treatment plant. The table on water consumption shows, among other things, the estimated quantities of precipitation we collect in our cisterns. Since our water management system has expanded over the years and is now very complex, it is not possible to measure the exact quantities of rainwater collected. Instead, we calculate it from the precipitation that falls on our roof surfaces.

### Abwasser [m<sup>3</sup>] Wastewater [m<sup>3</sup>]

	2017	2018	2019	2020
Häusliches Abwasser Domestic wastewater	32.262	40.511	37.590	27.548
Produktionsabwasser (Abfuhr) Production wastewater (drainage)	8.103	9.510	8.997	8.603
Häusliches Abwasser aus Grauwasser <sup>1</sup> Häusliches Abwasser aus Rainwater <sup>1</sup>	21.108	16.495	23.570	14.773
<b>Summe Abwasser [m<sup>3</sup>] Total wastewater [m<sup>3</sup>]</b>	<b>61.473</b>	<b>66.516</b>	<b>70.157</b>	<b>50.924</b>

1 Grauwasser kommt überwiegend in Toilettenspülungen zum Einsatz.

1 Rainwater is mainly used in our toilet cisterns.

2 Der Rückgang des Wasserverbrauchs ist weitgehend darauf zurückzuführen, dass viele Mitarbeitende im Homeoffice tätig waren.

2 The reduction in water consumption is largely due to the fact that many employees were working from home.

### Kennzahlen Business figures & ratios

	2017	2018	2019	2020
Wasser/verkaufte Produkte [m <sup>3</sup> /t] Water/products sold [m <sup>3</sup> /t]	28,9	30,6	36,7	29,4 <sup>2</sup>
Wasser/Mitarbeitende [m <sup>3</sup> /MA] Water/employee [m <sup>3</sup> /employees]	72,0	69,1	85,8	57,9 <sup>2</sup>

**Wasserverbrauch [m<sup>3</sup>]**  
**Water consumption [m<sup>3</sup>]**

	2017	2018	2019	2020
<b>Stadtwasser</b> <b>Municipal</b>				
Bad Boll	38.998	40.525	51.426	37.720 <sup>3</sup>
Aichelberg	266	281	332	324
Rosenfeld	1.523	1.103	1.054	1.101
Zell unter Aichelberg		5.019	681	1.434 <sup>4</sup>
<b>Brunnenwasser</b> <b>Well water</b>	1.180	693	449	112 <sup>5</sup>
<b>Niederschlag (Grauwasser)</b> <b>Precipitation (rainwater)</b>	21.108	16.495	23.570	14.773
<b>Wasser WALA gesamt [m<sup>3</sup>]</b> <b>WALA's total water consumption [m<sup>3</sup>]</b>	<b>64.858</b>	<b>63.872</b>	<b>77.063</b>	<b>55.464<sup>3</sup></b>

3 Bedingt durch Kurzarbeit und Arbeiten zu Hause und damit verbunden weniger Toilettenbesuche sinkt der Wasserverbrauch deutlich. Zudem war zeitweise die Cafeteria geschlossen bzw. ist auch dort ein Rückgang der Besucher zu verzeichnen.

3 The water consumption vastly decreased as the toilets were used far less due to short-time working arrangements and people working from home. The cafeteria was also temporarily closed and otherwise had fewer people using it.

4 Seit 2020 ist das Vertriebs- und Logistikzentrum im Vollbetrieb. Im ersten Jahr wurde viel Wasser zum Befüllen des Sprinklerbeckens und zur Bewässerung des Außengeländes benötigt.

4 The sales and logistics centre has been fully operational since 2020. In the first year, a large volume of water was needed to fill the sprinkler basin and water the grounds.

5 Der Brunnen im Heilpflanzengarten kann aufgrund seiner geringen Nachspeisemenge nicht mehr für die Produktion verwendet werden. Das Wasser wird jetzt in die Zisterne eingespeist.

5 The well in the medicinal herb garden can no longer be used for production due to its low levels of replenishment. The water is now fed into the cisterns.

## Material sparen, Abfall vermeiden. Save materials, avoid waste.

Unser Abfallmanagement unterliegt den Grundsätzen der Kreislaufwirtschaft und der Gewerbeabfallverordnung: Oberster Grundsatz ist die Abfallvermeidung, danach stehen die Wiederverwendung, das Recycling oder die sonstige Verwertung unserer Abfälle. Die beste Möglichkeit ist die direkte Wiederverwertung: Papier wird wieder zu Papier und aus Kunststoffen entsteht neuer Kunststoff. Auch die thermische Verwertung ist nutzbringend, Müllheizkraftwerke verbrennen die dafür geeigneten Abfälle. Daraus entsteht Energie, die zum Beispiel als Fernwärme zum Heizen dient. Pflanzen- und Küchenabfälle sowie organische Abfälle aus der Produktion bringen wir zur Biogasanlage. Bestimmte Stoffe sind für die geschilderten Entsorgungswege nicht geeignet. Dazu gehören zum Beispiel gefährliche Abfälle wie Chemikalien, die wir entsprechend den gesetzlichen Vorgaben entsorgen. Unsere Abfallbeauftragte ist Expertin und zentrale Ansprechpartnerin für die Mitarbeitenden in allen Fragen der Abfallwirtschaft.

Our waste management system is based on 'circular economy' principles and the *Gewerbeabfallverordnung* (German Industrial Waste Ordinance). First and foremost, we avoid producing waste wherever possible. We also reuse, recycle and find other uses for our waste products. The best option is direct recycling, where paper is turned back into paper and plastics are turned into new plastics. Recycling heat is also beneficial. Waste-to-energy plants incinerate all appropriate waste. This produces energy that can be used for district heating, for example. Our plant, kitchen and organic waste from production are all fed into our biogas system. However, certain substances are not suitable for this method of disposal. Examples include hazardous waste such as chemicals, which we dispose of in accordance with legal requirements. Our Waste Management Officer is the expert and central contact person for employees in all waste management issues.

### Recycling: wertvoller Kreislauf Recycling takes precedence

	2017	2018	2019	2020
Abfälle zur Beseitigung (t) Waste for disposal (t)	2,1	15,4	42,5 <sup>1</sup>	21,7
Abfälle zur thermischen Verwertung (t) Waste for thermal recycling (t)	279,5	165,0	155,8	145,2
Abfälle zur stofflichen Verwertung (t) Waste for material recycling (t)	382,2	385,9	329,7	265,8
<b>Summe Total</b>	<b>663,8</b>	<b>589,2</b>	<b>528,0</b>	<b>432,7</b>

### Kennzahlen Business figures & ratios

	2017	2018	2019	2020
Abfall / Umsatz (kg/T €) Waste / turnover (kg / thousand €)	4,6	4,2	3,7	3,2
Abfall / Output (t/t) Waste / output (t/t)	0,30	0,28	0,25	0,23
Anteil stofflicher Verwertung (%) Proportion of recycled waste (%)	57,6	65,5	62,4	61,4

<sup>1</sup> Beim Austausch der Filter von Klimaanlage fielen 12,9 t Dämmmaterial an. Dieses war bisher als „zur Verwertung“ eingestuft. 2019 wurde dies geändert.

<sup>1</sup> Replacing the filters of air conditioning systems required 12.9 tonnes of insulation material. This was previously classified as 'for recycling'. It was changed in 2019.

**Abfall [t]**  
**Waste [t]**

	2017	2018	2019	2020
<b>Nichtgefährliche Abfälle</b> <b>Non-hazardous waste</b>	<b>642</b>	<b>551</b>	<b>498</b>	<b>410</b>
Gemischter Siedlungsabfall <b>Mixed municipal waste</b>	270	116	121	105
Kartonage/Papier <b>Cardboard/paper</b>	176	188	201	157
Glas <b>Glass</b>	24	25	27	21
Kunststoffe <b>Plastics</b>	40	37	32	16
Holz <b>Wood</b>		8	6	12
Metalle <b>Metals</b>	1	12	22	14
Bioabfälle <b>Organic waste</b>	130	114	40	40
Weitere Abfallfraktionen <b>Other waste fractions</b>	1	51	50	45
<b>Gefährliche Abfälle</b> <b>Hazardous waste</b>	<b>22</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>22</b>
<b>Abfälle gesamt</b> <b>Total waste</b>	<b>664</b>	<b>589</b>	<b>528</b>	<b>431</b>

Unsere gemischten Siedlungsabfälle machen mehr als 10% der Gesamt- abfallmenge aus und werden deshalb geeigneten Vor- behandlungsanlagen zugeführt. Our mixed municipal waste accounts for over 10% of the total amount of waste and is therefore sent to suitable pre-treat- ment plants.

**Thema Recycling**

Recycling reduziert Müllberge und schützt das Klima. Beim Thema Recycling ist jede und jeder Einzelne gefragt. Denn nur über die richtige Entsorgung landen wertvolle Materialien nicht in der Verbrennung, sondern im Wertstoffkreislauf.

Deshalb empfehlen wir, Kunststoffdeckel von Alu- tuben immer abzuschrauben und beide Materia- lien getrennt zu entsorgen. Mit Altpapier oder PCR-Kunststoffen schonen wir wertvolle Rohstof- fe und tragen aktiv zum Klimaschutz bei. Denn durch ihre Nutzung wird die energieintensive und umweltschädigende Förderung und Herstellung von Rohmaterial reduziert.

Papier und Pappe gehören in die Altpapiersamm- lung. Beim Gelben Sack, bei der Gelben Tonne und den Sammelbehältern auf Wertstoffhöfen gilt der Grundsatz: Alle Verpackungen aus Kunststoffen,

**Recycling**

Recycling reduces waste and protects the cli- mate. When it comes to recycling, every single one of us must play our part. After all, only through correct disposal can valuable materials end up in the recycling cycle instead of a furnace.

We therefore recommend that plastic lids should always be unscrewed from our aluminium tubes and the two materials disposed of separately. By using waste paper and post-consumer recycled (PCR) plastics, we reduce the need for valuable raw materials and actively protect the environ- ment. Using these materials reduces the energy- intensive and environmentally damaging pro- cesses of sourcing and producing raw materials.

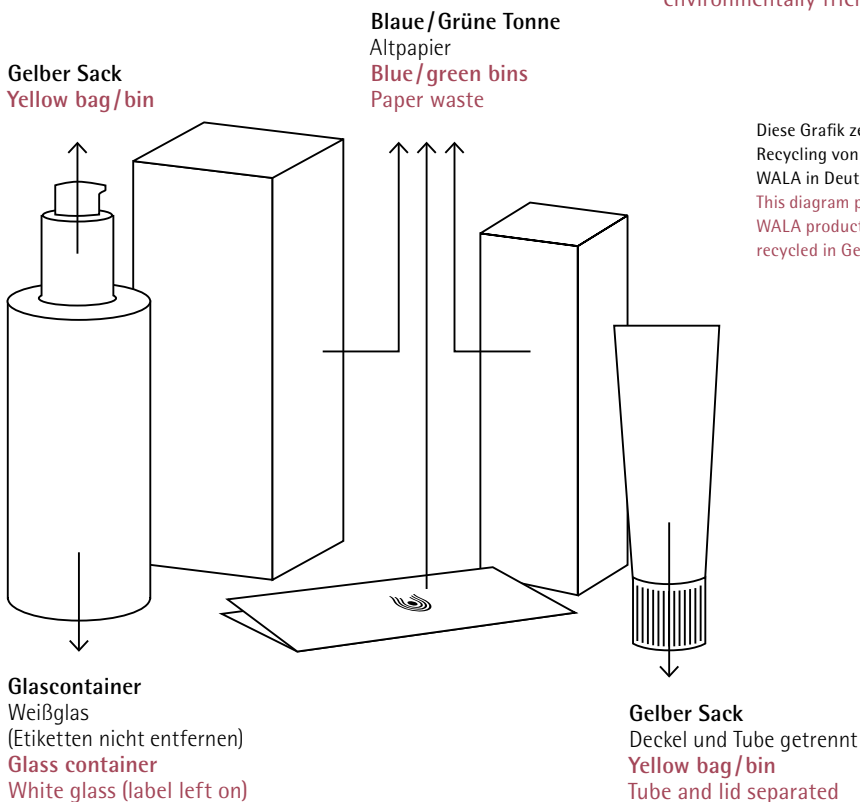
Paper and cardboard should be disposed of with other waste paper. The following guidelines ap- ply to the yellow bags, yellow bins and collection

aus Metallen wie Aluminium und Weißblech sowie aus Verbundstoffen, wie z. B. Getränkekartons, ob mit oder ohne Grünen Punkt, dürfen in die genannten Behälter wandern. Allerdings müssen unterschiedliche Materialien möglichst voneinander getrennt werden (etwa Plastik-Joghurtbecher und deren Aludeckel). Beim Glas ist der Wertstoffkreislauf ebenfalls nicht trivial: Milchglas und Opalglas gehören in den Grünglas-Container, Kosmetikflaschen aus Klarglas gehören in den Container für Weißglas.

Wir wissen, dass Recycling stark von der Technologie der jeweiligen Recyclinganlage abhängt. Sie kann von Land zu Land und sogar von Region zu Region variieren. In Zweifelsfällen hilft das örtliche Abfallamt weiter. Klar ist: Noch vor dem Recycling muss die Materialvermeidung stehen. Denn Material, dessen Herstellung vermieden wird, ist die umweltverträglichste Lösung.

containers at recycling yards: all packaging made of plastics, metals such as aluminium and tinplate and composite materials such as beverage cartons, whether or not they have a green dot, may be disposed of in these containers. However, different materials must be separated as much as possible (e.g. plastic yoghurt pots and their aluminium lids should go in separately). Glass recycling is also far from simple: frosted and opaline glass belong in the bins for green glass, while cosmetic bottles made from clear glass belong in those for white glass.

We know that recycling is highly dependent on the technology of the respective recycling plant. This can vary from country to country and even from region to region. In case of doubt, the local waste management office will be able to help. One thing that is very clear is that reducing material usage must come before recycling. After all, material that is not made at all is the most environmentally friendly solution.



Diese Grafik zeigt, wie richtiges Recycling von Produktverpackungen der WALA in Deutschland aussehen kann. This diagram provides an example of how WALA product packaging can be properly recycled in Germany.

## Wohin die Reise geht. Where the journey is going.

Es ist uns ein Anliegen, möglichst umweltfreundlich unterwegs zu sein. So erstatten wir allen Mitarbeitenden, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit pendeln, die Kosten für die Fahrkarten. Im WALA Intranet gibt es zudem eine Mitfahrbörse zur Bildung von Fahrgemeinschaften – sowohl für den täglichen Weg zur Arbeit als auch für Wochenend- und Dienstreisen.

### **Fahrradfreundlicher Betrieb**

Vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) erhielt die WALA die Auszeichnung Fahrradfreundlicher Arbeitgeber in der Kategorie „Gold“. Bereits seit Jahren bieten wir einen Fahrradcheck an und zahlen den Mitarbeitenden – abhängig von der Häufigkeit ihrer Fahrradnutzung – einen Reparaturkostenzuschuss.

Als persönliche Schutzausrüstung erhält jede und jeder Mitarbeitende kostenlos einen eigenen Helm. Für Fahrten in Bad Boll stehen Fahrräder und Elektrofahrräder sowie ein Lastenrad bereit. Zudem verfügt die WALA über 136 vom ADFC empfohlene Fahrradständer und eine Druckluftstation. Für schlechtes Wetter liegen Regenponchos bereit, für kleinere Notfälle steht ein Reparaturset mit Ersatzteilen zur Verfügung.

Seit 2015 bieten wir den Mitarbeitenden im Rahmen des Modells „JobRad“ die Möglichkeit, ein hochwertiges Fahrrad zu leasen, aktuell sind ca. 200 Verträge abgeschlossen.

### **Kraftstoff sparen**

Um die CO<sub>2</sub>-Emissionen des WALA Fuhrparks zu reduzieren, wählen wir beim Kauf von Neuwagen ausschließlich kraftstoffsparende Modelle. Die Mitarbeitenden des WALA Außendienstes nehmen regelmäßig an Fahrsicherheits- und Ökofahrtrainings teil.

Auf WALA Parkplätzen stehen Besuchern und Mitarbeitenden drei Elektro-Ladesäulen zur Verfügung. Mit nun insgesamt fünf vollelektrischen Fahrzeugen konnten wir den Anteil alternativer Antriebe auf 6% des Fuhrparks steigern.

It is important to us to be as environmentally friendly as possible when it comes to mobility. For example, we reimburse ticket costs for all employees who commute to work using public transport. WALA's intranet also has a car-sharing platform to encourage carpooling – both for daily commutes and for weekend and business trips.

### **A bicycle-friendly company**

WALA has been named a 'Gold' bicycle-friendly employer by the German Cyclists' Association (ADFC). We have been offering free bicycle checks for years now and pay our employees a subsidy for repair costs, calculated based on the frequency with which they use their bicycles.

As personal protective equipment, each employee receives his or her own bicycle helmet free of charge. We provide conventional and electric bicycles as well as a cargo bike for journeys within Bad Boll. WALA also has 136 ADFC-recommended bicycle racks and a compressed air station. Rain ponchos can be borrowed in bad weather and a repair kit with spare parts is available for minor emergencies.

Since 2015, we have been offering employees the opportunity to rent high-quality bicycles as part of the 'JobRad' model and have concluded about 200 rental contracts so far.

### **Saving fuel**

To reduce the CO<sub>2</sub> emissions from WALA's vehicle fleet, we only ever choose fuel-efficient models when purchasing new vehicles. WALA sales reps regularly take part in driving safety and eco-driving training courses.

WALA car parks provide visitors and employees with three electric charging points. With five fully electric vehicles, we have increased the proportion of alternative drive systems to 6% of the fleet.

### Mit Partnern vor Ort

Aus der Initiative **gemeinsamweiterkommen** erhoffen wir uns übertragbare Ergebnisse und Erfahrungen zu den Bedingungen für die Veränderung von Mobilitätsverhalten. Soziale Normen regeln unseren Alltag. Sie entstehen durch Gespräche, Beobachtungen und Erfahrungen. Wir haben in vielen Bereichen starke Überzeugungen, was ein „übliches Verhalten“ ist. Und daran orientieren wir unser eigenes Handeln und Denken – auch in Bezug auf Mobilität. Weitere Eindrücke und aktuelle Informationen unter: [gemeinsam-weiterkommen.de](http://gemeinsam-weiterkommen.de)

### Was wir erreicht haben

Die Befunde einer empirischen Evaluationsstudie zeigen, dass die Projektaktivitäten zu messbaren Veränderungen der Mobilitätskultur geführt haben. Die Befragten haben den Eindruck, dass in Bad Boll mehr Fahrrad gefahren und häufiger der ÖPNV genutzt wird, und das spiegelt sich auch in ihrem eigenen, selbstberichteten Verhalten. Gleichzeitig ist jedoch die Nutzung des Pkw unverändert hoch. Die Einschätzung der Befragten zur verkehrspolitischen Stimmungslage verdeutlicht diesen Zwiespalt: Es wird eine Stimmung wahrgenommen, die die politische Förderung nachhaltiger Mobilitätskonzepte unterstützt, aber gleichzeitig die Pkw-freundliche Verkehrspolitik nicht in Frage stellt. Eine Ausnahme stellen die Einschätzungen zur Parkplatzsituation dar: die wahrgenommene Unterstützung für die Maßnahme zur Reduzierung und Bepreisung von Parkplätzen ist deutlich gestiegen.

Hier fassen wir theseartig zusammen, was die Initiative aus der zweijährigen Projektphase gelernt hat:

- 01. Die gegenwärtigen Krisen lassen sich nur durch neues Denken lösen.** Die Mobilitätswende kommt nicht allein mit neuen Technologien, sie braucht vor allem soziale Innovationen.
- 02. Der ländliche Raum spielt im Mobilitätsdiskurs häufig eine untergeordnete Rolle.** Dabei sind es häufig die Pendler aus dem Umland, die die Staus in den Städten verursachen.

### With local partners

We hope that our **gemeinsamweiterkommen** ('moving forward together') initiative will yield transferable results and insights into the conditions for changing mobility behaviour. Our daily lives are dictated by social norms, which arise through conversation, observation and experience. We have strong beliefs on many issues regarding what constitutes 'normal behaviour'. These beliefs govern our thoughts and actions, including when it comes to mobility. More insight and information can be found at [gemeinsam-weiterkommen.de](http://gemeinsam-weiterkommen.de) (only available in German).

### What we have achieved

An empirical evaluation study has found that the project activities have led to measurable changes in the mobility culture. Those surveyed believe that more bicycles are ridden and public transport is used more frequently in Bad Boll – and this is also reflected in their own, self-reported behaviour. At the same time, however, the car usage remains as high as ever. The opinion of those surveyed on the current attitude towards transport policy emphasises this conflicting situation: an attitude is perceived that offers political support for sustainable mobility concepts yet does not question car-friendly transport policy. The only exception lies in the opinions on the car parking situation, where the perceived level of support for the measure intended to reduce and appropriately price parking spaces has significantly increased.

Below is a summarised list of what the initiative has learned during the two-year project phase:

- 01. The current crises can only be resolved through a change in mindset.** New technologies alone cannot bring about a change in mobility; social innovations are also imperative.
- 02. Rural areas often play a subordinate role in the discussions on mobility.** At the same time, it is often the commuters from the surrounding areas who cause the traffic jams in the cities.

- 03. Der ÖPNV auf dem Land ist besser als sein Ruf und er will genutzt werden.** Wir stellen fest, dass Bürger das ÖPNV-Angebot häufig nicht kennen. Vor allem diejenigen, die keine Erfahrungen mit dem ÖPNV haben, halten ihn für zu teuer und zu langsam.
- 03. Public transport in rural areas is better than reputed and ready to be used.** We have determined that citizens are often unaware of the public transport services available. Above all, those with no experience of public transport believe that it is too expensive and too slow.
- 04. Städte und Dörfer haben mit der Mobilitätswende viel zu gewinnen.** Wir können uns ein Straßenbild kaum noch vorstellen, das nicht durch Autos geprägt ist. Unsere Dorfmitte könnte ein Platz für Begegnung und ein „Schwätzle“ auf einer Bank sein. Kinder könnten wieder vor der Haustür auf der Straße spielen.
- 04. Cities and villages have a lot to gain from the change in mobility.** We struggle to imagine roads without cars. Our village centre could be a place to meet with others and sit on a bench for a chat. Children could once again play on the street outside their homes.
- 05. Wir müssen uns aus der Abhängigkeit vom Auto befreien.** Aus dem Freiheitsversprechen des Autos sind Pfadabhängigkeiten geworden. Das Auto macht uns bequem, weil es immer verfügbar ist und keine Anstrengung von uns verlangt. Mit dem Fahrrad haben wir für viele Alltagswege eine gesunde Alternative. Wir machen uns etwas vor, wenn wir glauben, das Auto sei billig und bequem. Wir zahlen einen hohen Preis dafür.
- 05. We need to free ourselves from our dependency on cars.** The promise of freedom provided by cars has made us dependent on them. Cars offer convenience as they are always available and their use requires no effort. Bicycles are a healthy alternative for many everyday routes. We are deceiving ourselves if we think that cars are cheap and convenient – and are paying a high price for this mindset.
- 06. Menschen orientieren sich am Verhalten anderer.** Soziale Normen geben uns Richtlinien für das, was ein „übliches Verhalten“ in bestimmten Situationen ist. Durch Beobachtung, Gespräche und Erfahrungen bilden wir uns ganz automatisch eine Meinung über verkehrspolitische Stimmungslagen und das Mobilitätsverhalten unserer Nachbarn, Freunde und Kollegen.
- 06. People are guided by others' behaviour.** Social norms give us guidance on what constitutes 'normal behaviour' in certain situations. We automatically form an opinion on the current attitude towards transport policy and the mobility habits of our friends, neighbours and colleagues based on our observations, conversations and experience.
- 07. Je unattraktiver das Auto wird, desto attraktiver werden andere Verkehrsmittel.** Um eine Reduzierung der Autonutzung zu erreichen, reicht es nicht aus, die Qualität des Umweltverbunds zu verbessern. Es braucht Strategien, die darauf abzielen, die Autonutzung unattraktiver zu machen. **gemeinsamweiterkommen** wird sich deshalb verstärkt mit dem Thema Parkraummanagement auseinandersetzen.
- 07. The less attractive the car, the more attractive other means of transport become.** To reduce car usage, we need to do more than just improve the quality of the environmental alliance. We need strategies that aim to make using cars less attractive. As such, the **gemeinsamweiterkommen** ('moving forward together') initiative is increasingly focussing on parking management.



**08. Die überbetriebliche Projektstruktur von gemeinsamweiterkommen hat sich bewährt,** nicht nur wegen der größeren Schlagkraft, die die Partner durch die Kooperation gewinnen, sondern auch, weil die einzelnen Partner im Tagesgeschäft nicht die Kapazitäten haben, das Themenfeld intensiv im Blick zu behalten.

**08. The inter-company project structure of gemeinsamweiterkommen has proven successful,** not only due to the greater impact that the partners achieve by working together, but also because the individual partners do not have the capacities to intensively focus on the topic during their everyday business activities.

**09. Es fehlt an Erfahrungen, guten Beispielen und Unterstützung zur Verstetigung von Projekten.** Häufig werden mit öffentlichen Geldern Projekte finanziert, die nach Ende des Förderzeitraums nicht weitergeführt werden (können).

**09. We need more experience, good examples and support for the permanent adoption of projects.** Public funds are often used to finance projects that do not continue once the funding period has come to an end (as they are unable to do so).

**10. Mobilitätsprojekte wie gemeinsamweiterkommen brauchen sozialwissenschaftliche Begleitung.** Damit andere von Erfahrungen und aus Fehlern lernen können, müssen Projekte wissenschaftlich evaluiert und die Ergebnisse verbreitet werden.

**10. Mobility projects such as gemeinsamweiterkommen need support from the social sciences.** For others to learn from past experiences and mistakes, projects need to be scientifically evaluated and their results disseminated.

**Unser Ziel**

Das Projekt **gemeinsamweiterkommen** wird fortgeführt – auch ohne Fördergelder. Mehrere Partner, darunter die WALA, haben eine Grundfinanzierung zugesagt.

**Our goal**

We are continuing our **gemeinsamweiterkommen** project – even without funding. Several partners, including WALA, have pledged basic financing.

**Kennzahlen**

**Business figures & ratios**

	2017	2018	2019	2020
Durchschnittsverbrauch Kraftstoff (L/100 km)	5,96	5,36	5,95	- <sup>1</sup>
Average fuel consumption (L/100 km)				

<sup>1</sup> Aufgrund eines Anbieterwechsel bei den Tankkarten wurden die Kilometerangaben nicht übermittelt, deshalb können wir den Durchschnittsverbrauch nicht berechnen. Wir schätzen diesen aber weiterhin auf ca. 6 L/100 km.

<sup>1</sup> The mileage data was not provided due to a change of fuel card supplier. We are therefore unable to calculate the average consumption but estimate this to again be approx. 6 L/100 km.

# Gültigkeitserklärung. Declaration on validation.

Die im Folgenden aufgeführten Umweltgutachter bestätigen, dass die Standorte, wie in der vorliegenden Umwelterklärung der Organisation WALA Heilmittel GmbH mit der Registrierungsnummer DE-175-00058 angegeben, alle Anforderungen der Verordnung (EG) Nr.1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 in der Fassung vom 28.08.2017 und 19.12.2018 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS) erfüllen.

The environmental verifiers listed below confirm that the sites specified in this environmental statement by WALA Heilmittel GmbH with registration number DE-175-00058 comply with all the requirements established by Regulation (EC) no 1221/2009 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 in the versions of 28/08/2017 and 19/12/2018 on the voluntary participation by organisations in a Community eco-management and audit scheme (EMAS).

Name des Umweltgutachters Name of environmental verifier	Registrierungsnummer Registration number	Zugelassen für die Bereiche (NACE) Valid for the areas (NACE)
Jan Uwe Lieback	DE-V-0026	20.42 Herstellung von Körperpflegemitteln u. Duftstoffen 20.42 Manufacture of body care products and fragrances 21.2 Herstellung von pharmazeutischen Spezialitäten u. sonstigen pharmazeutischen Erzeugnissen 21.2 Manufacture of speciality pharmaceuticals and other pharmaceutical products
Ralf Steinborn	DE-V-0314	

Mit der Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass:

- › die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 in der durch die Verordnung (EU) 2017/1505 und (EU) 2018/2026 der Kommission geänderten Fassung durchgeführt wurden,
- › das Ergebnis der Begutachtung und Validierung bestätigt, dass keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften vorliegen, und
- › die Daten und Angaben der Umwelterklärung ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.

Berlin, 14. Mai 2021



Prof. Dr.-Ing. Jan Uwe Lieback

GUT Zertifizierungsgesellschaft  
für Managementsysteme mbH  
Umweltgutachter DE-V-0213  
Eichenstraße 3b  
12435 Berlin  
Tel. +49 30 233 2021-0  
Fax +49 30 233 2021-39  
info@gut-cert.de

By signing this statement, the following is confirmed:

- › the audit and validation have been performed in full compliance with the requirements of Regulation (EC) no 1221/2009 in the version amended by Commission Regulations (EU) 2017/1505 and (EU) 2018/2026,
- › the results of the audit and validation show that there is no evidence of non-compliance with the applicable environmental legislation and
- › that the data and information provided in the environmental statement present a reliable, credible and truthful picture of all of the organisation's activities.

This document is not equivalent to EMAS registration. EMAS registration can only be granted by a competent body under Regulation (EC) No 1221/2009. This document shall not be used as a stand-alone piece of public communication.

Berlin, 14. May 2021



Ralf Steinborn



# Impressum

## Legal notice

### Standorte

#### Locations

#### **WALA Heilmittel GmbH**

#### **WALA Heilmittel GmbH**

#### **Bad Boll**

Dorfstraße 1 + 3

Boßlerweg 2

Badstraße 62

Badwasen 2

Roßbauchtert 2 + 4

Im Grund 3

#### **Zell unter Aichelberg**

Obere Wängen 6

#### **Weilheim**

Carl-Benz-Straße 26

#### **Rosenfeld**

Fischermühle 10

#### **WALA Stiftung**

#### **WALA Foundation**

#### **Bad Boll**

Boßlerweg 2

© 2021 WALA Heilmittel GmbH  
Dorfstraße 1, 73087 Bad Boll/Eckwälden  
Tel. +49 7164 930-0  
Fax +49 7164 930-297  
info@wala.de

Verantwortlich für den Inhalt:  
Clarissa Bay und Stefan Weiland,  
Umweltbeauftragte

Kopien und mechanische Vervielfältigungen  
nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Mehr zum Thema Umweltschutz erfahren  
Sie bei den WALA Umweltbeauftragten:  
Tel. +49 7164 930-344. Oder Sie mailen  
an [umwelt@wala.de](mailto:umwelt@wala.de)

WALA®, WALA Logo®, viaWALA®,  
Dr. Hauschka®, Dr. Hauschka Med®,  
Dr. Hauschka CulturCosmetic®,  
CulturCosmetic® und Dr. Hauschka Design  
sind eingetragene Marken  
der WALA Heilmittel GmbH.

Stand Mai 2021  
[www.wala.world](http://www.wala.world)

© 2021 WALA Heilmittel GmbH  
Dorfstraße 1, 73087 Bad Boll/Eckwälden  
Tel. +49 7164 930-0  
Fax +49 7164 930-297  
info@wala.de

Responsible for content:  
Clarissa Bay and Stefan Weiland,  
Environmental Officers

Copies and mechanical reproduction only  
with permission of the publisher.

You can find out more about environmental  
protection from WALA's Environmental  
Officers: Tel. +49 7164 930-344. Or contact  
them via email at [umwelt@wala.de](mailto:umwelt@wala.de)

WALA®, WALA Logo®, viaWALA®,  
Dr. Hauschka®, Dr. Hauschka Med®,  
Dr. Hauschka CulturCosmetic®,  
CulturCosmetic® and Dr. Hauschka Design  
are registered trademarks of  
WALA Heilmittel GmbH.

Last updated May 2021  
[www.wala.world](http://www.wala.world)

Aus der Natur für den Menschen.

