



WESTWING Unser Weg zur Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsbericht 2024

INHALT

Unternehmen

Westwing Group

[lesen](#)

Vorwort unseres CEOs und
unserer Gründerin & CCO

[lesen](#)

Nachhaltigkeit

[lesen](#)

WE CARE für unsere Produkte

Verantwortungsbewusste Materialauswahl

[lesen](#)

Nachhaltige Verpackungslösungen

[lesen](#)

Förderung der Kreislaufwirtschaft durch
Innovation und Zusammenarbeit

[lesen](#)

WE CARE für den Planeten

Der Weg in eine
emissionsarme Zukunft

[lesen](#)

WE CARE für Menschen

WE CARE für unsere Lieferanten

[lesen](#)

WE CARE für unsere Kundinnen
und Kunden

[lesen](#)

WE CARE für unsere Mitarbeitenden

[lesen](#)

Anhang

Leistungsindikatoren
zur Nachhaltigkeit

[lesen](#)



Über den Bericht

Dieser Bericht ist der vierte jährliche Nachhaltigkeitsbericht der Westwing Group SE, in dem wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie, Ziele, Leistungen und Ausblicke für die Zukunft teilen. Der Bericht basiert auf den drei Säulen unserer Strategie: Produkte, Menschen und Planet.

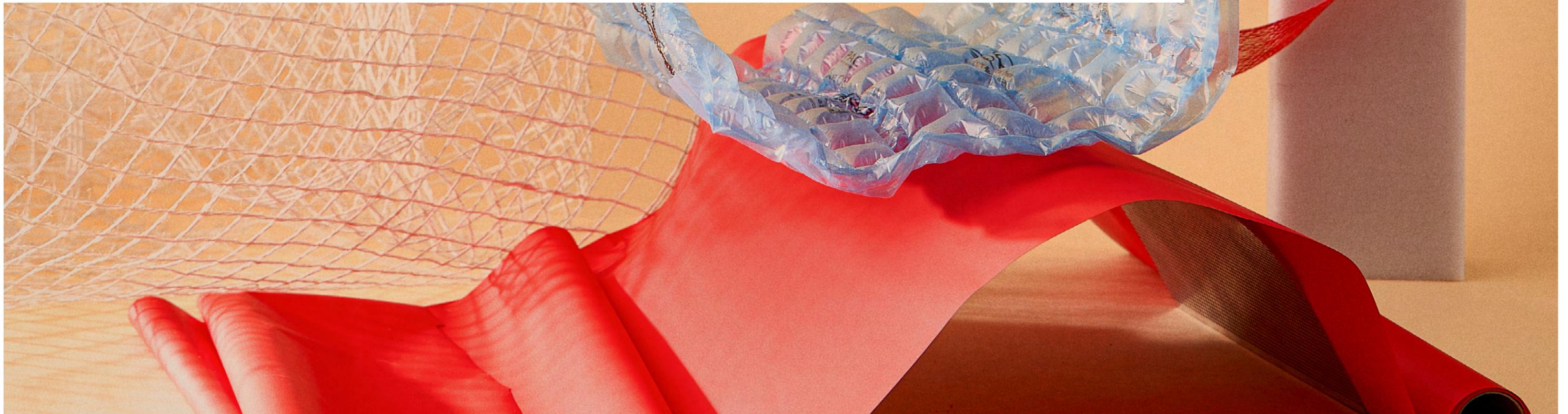
Der Berichtszeitraum umfasst das Geschäftsjahr 2024, vom 1. Januar bis zum 31. Dezember. Die Umwelt- und Sozialindikatoren umfassen die Aktivitäten, die unter unserer operativen Kontrolle stehen, sofern nicht anders angegeben.

In diesem Jahr haben wir außerdem damit begonnen, unsere Leistung gemäß der Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSRD) offenzulegen. Während die Nachhaltigkeitserklärung in unserem jährlichen Geschäftsbericht für Aufsichtsbehörden und Investoren bestimmt ist, stellt dieser Nachhaltigkeitsbericht unseren Ansatz

und unsere Leistung auf eine für unsere Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sowie für andere Stakeholder zugänglichere Weise dar.

Wir sind der Ansicht, dass Nachhaltigkeit fortlaufender Anstrengungen bedarf. Dieser Bericht ist Teil unseres Engagements, um unsere Fortschritte transparent darzustellen. Wir schätzen Ihr Feedback und Ihre Beteiligung zu allen Aspekten unserer Nachhaltigkeitsstrategie und -leistung sehr. Bei Fragen oder Kommentaren wenden Sie sich daher bitte an sustainability@westwing.de.

Weitere detaillierte Informationen zu Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen im Einklang mit der CSRD finden Sie im vollständigen Bericht [hier](#).





Unternehmen

Über Westwing

Als Europas Nr. 1 im *Beautiful Living* E-Commerce haben wir es uns seit unserem Start im Jahr 2011 zur Aufgabe gemacht, unsere Kundinnen und Kunden jeden Tag aufs Neue zu inspirieren. Unsere sorgfältig kuratierte Auswahl an Home & Living Produkten sowie hochwertigen Premium-Inhalten macht es ihnen leicht, ihre Lieblingsprodukte zu entdecken und bequem zu bestellen.

Wir sind die One-Stop Destination für sorgfältig kuratierte Produkte aus allen Home & Living-Kategorien sowie außergewöhnliche Services – ein Konzept, das uns von anderen E-Commerce-Modellen unterscheidet. Mit 8,6 Millionen Instagram-Followern betreiben wir den weltweit größten Home & Living-Markenaccount auf Instagram – ein Beweis für die Relevanz unseres Sortiments und unserer Inhalte für unsere Kundinnen und Kunden.

Unsere täglich neuen Inspirationen und unser einzigartiges Markenerlebnis sorgen dafür, dass unsere Kundinnen und Kunden immer wieder gerne in unseren Online-Shop zurückkehren. Wir kombinieren unsere eigene Westwing Collection mit einer kuratierten Auswahl an Designermarken von Drittanbietern sowie exklusiven Dienstleistungen wie dem Westwing Design Service oder dem Westwing Delivery Service.

Unsere beiden stationären Geschäfte – unser Flagship-Store in Hamburg und ein Store-in-Store bei Breuninger in Stuttgart – bieten die Möglichkeit, Westwing hautnah zu erleben und unsere Produkte in einem inspirierenden Ambiente direkt vor Ort zu entdecken.

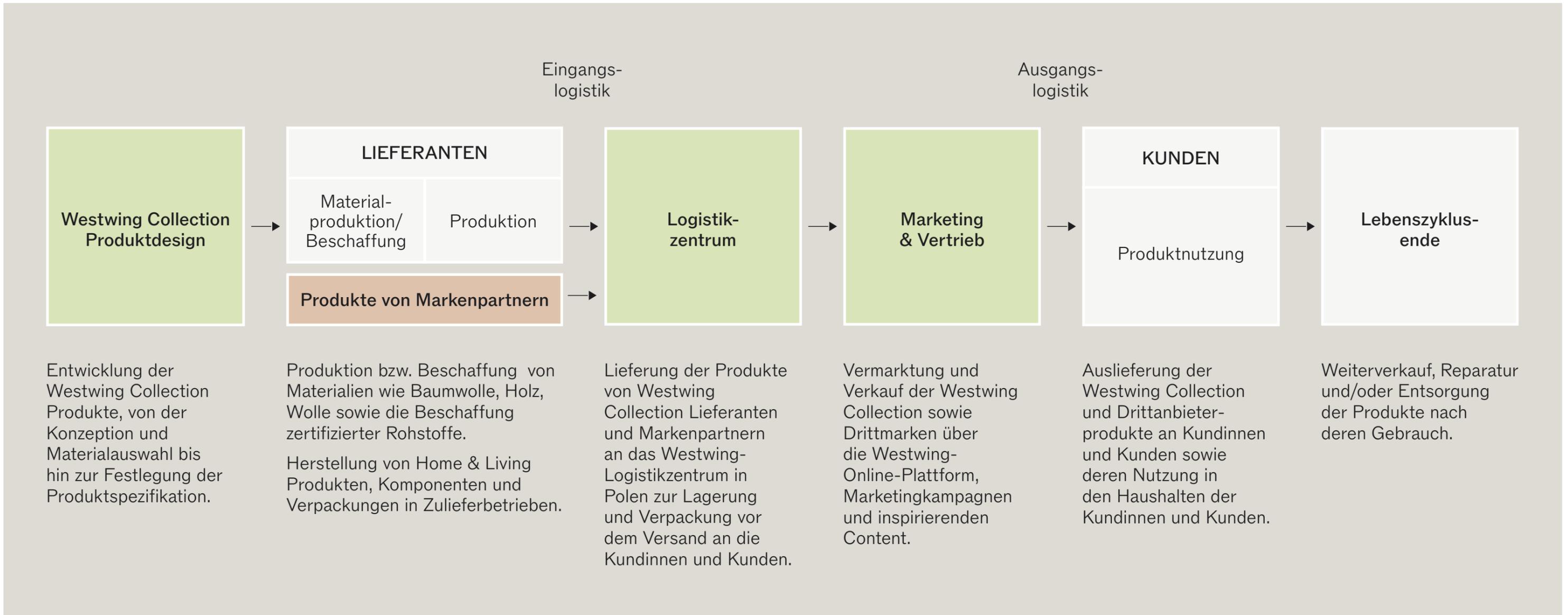


Unser Geschäftsmodell



Shop	Westwing ist die erste Adresse für Designliebhaber und bietet die exklusive Westwing Collection sowie hochwertige Designmarken. Mit vielfältigen Stilrichtungen und Produktkategorien bringen wir stilvolles Wohnen direkt zu unseren Kunden – inspiriert durch beeindruckende Inhalte und perfekt abgestimmte Looks.
Retail Campaigns	Täglich präsentieren wir neue thematische Einkaufserlebnisse auf unserer Website und App, begleitet von ansprechenden Newslettern und digitalen Kanälen.
Stores & Store-In-Stores	Westwing ist auch stationär erlebbar. Unsere Stores bieten eine exklusive Auswahl der Westwing Collection und Premiummarken. Fachkundige Beratung, inspirierende Präsentationen und Events machen das Shopping zu einem besonderen Erlebnis.
Westwing Business	In ausgewählten Ländern bieten wir B2B-Kunden maßgeschneiderte Lösungen – von der Planung bis zur Montage für Wohnbau, Büros, Gastronomie und Hotellerie.
Design Service	Unser Design-Service unterstützt Kunden professionell bei der Wohnraumgestaltung. Interior-Experten erstellen persönliche Konzepte und helfen, Räume stilvoll einzurichten.
Westwing Collection	Unsere Eigenmarke steht für Qualität, Design und Nachhaltigkeit. Sie vereint Ästhetik mit Funktionalität und greift aktuelle Trends auf.
Markenpartner	Unser Sortiment umfasst renommierte Marken und aufstrebende Labels – eine sorgfältige Mischung aus Klassikern und Trendprodukten für individuelle Wohnräume.

Westwing's Wertschöpfungskette





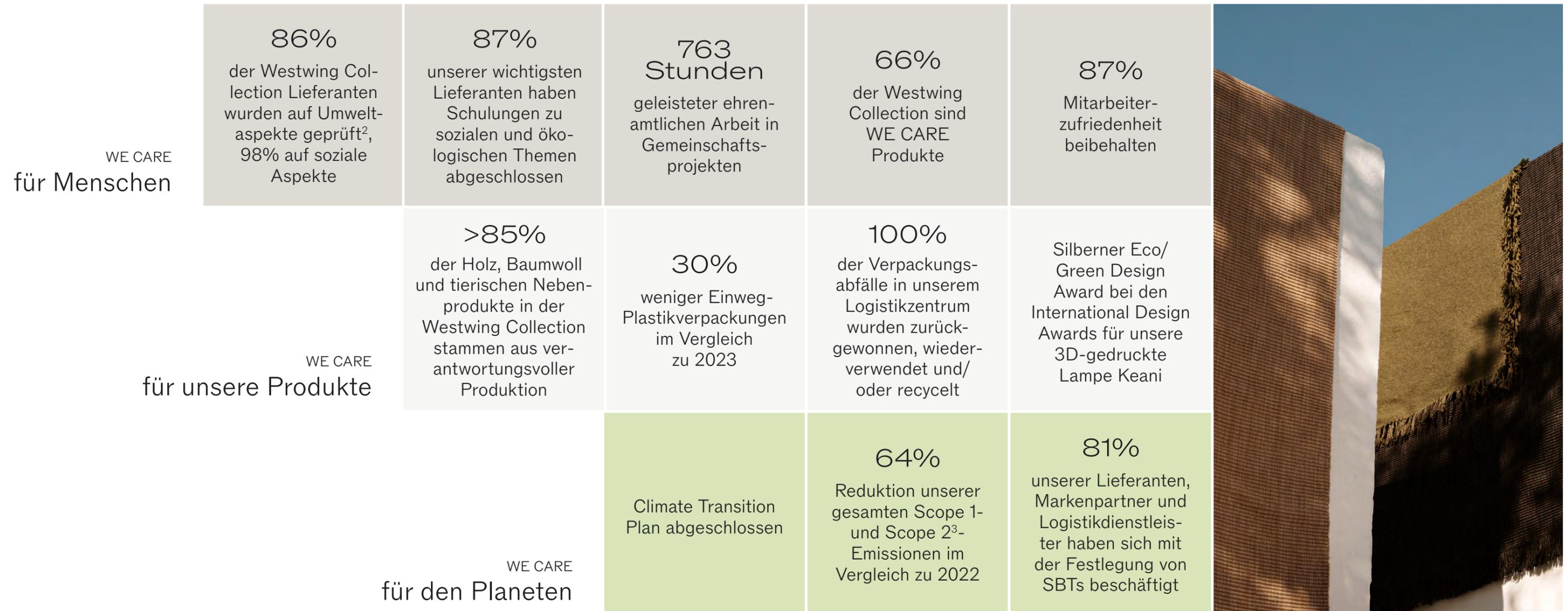
Westwing im Jahr 2024

- EUR 444 Mio. Umsatz
- 1.291¹ Mitarbeitenden aus 66 Nationen
- Vertreten in 12 Ländern in ganz Europa
- Mehr als 1,2 Mio. aktive Kundinnen und Kunden Mehr
- als 2,5 Mio. verarbeitete Bestellungen pro Jahr

¹FTE.

Highlights 2024

Sechs Ziele vorzeitig erreicht¹ — Erste CSRD-konforme Erklärung veröffentlicht



¹Siehe Unsere Ziele auf Seite 14. ² Nach Einkaufsvolumen. ³ Marktbasiert.

Unsere Leistung in Nachhaltigkeitsratings 2024



Westwing erhielt ein AAA-Rating (auf einer Skala von AAA bis CCC) in der MSCI ESG Ratings-Bewertung.



Im S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2024 erzielten wir 42 von 100 Punkten¹ und erreichten das 92. Perzentil in der RTS-Retailing-Branche. Das bedeutet, dass 92% der Unternehmen eine gleichwertige oder niedrigere ESG-Bewertung erzielten.



Im ISS ESG Corporate Rating erhielten wir die Bewertung C, womit wir im obersten 2. Dezil eingestuft wurden.



Wir haben unsere Antworten für die CDP Module "Climate" und "Forest" eingereicht und erhielten für beide im Jahr 2024 die Bewertung C.

¹ Stand: 27.12.2024.

Vorwort unseres CEOs und unserer Gründerin & CCO

2024 war ein bedeutendes Jahr für Westwing: Mit Portugal als neuem Markt starteten wir unsere Expansionsstrategie. Gleichzeitig wuchsen wir weiter, entwickelten uns, verfeinerten unsere Nachhaltigkeitsziele und meisterten Herausforderungen. Unser Ziel bleibt, das Leben unserer Kundinnen und Kunden gemäß *Live Beautiful* zu verschönern – mit Verantwortung für Menschen und Planeten.

Nachhaltigkeit ist zentral für uns, aber kein einfacher Weg. Während wir Emissionen reduzieren und nachhaltige Geschäftspraktiken entlang der Wertschöpfungskette etablieren, gewinnen wir wertvolle Erkenntnisse – insbesondere durch die Umsetzung unserer Science-Based Targets (SBTs). Trotz aller Herausforderungen haben wir Fortschritte erzielt: Mehr recycelte Materialien in Verpackungen, verbesserte soziale und ökologische Standards bei Lieferanten sowie höhere Beschaffungs- und Haltbarkeitsanforderungen für die Westwing Collection.

Die regulatorischen Anforderungen steigen, insbesondere mit der neuen CSRD-Richtlinie. Diese Vorschriften beeinflussen nicht nur, wie wir Fortschritte messen und kommunizieren,

sondern erfordern, dass Nachhaltigkeit noch tiefer in unsere Prozesse integriert wird. Dies stellt uns vor Herausforderungen, bietet aber auch Chancen für ein verantwortungsbewusstes Wachstum.

Unsere Westwing Collection setzt neue Maßstäbe mit nachhaltigen Materialien, optimierten Verpackungen und langlebigem Design. Zudem intensivieren wir die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Markenpartnern, um Nachhaltigkeit im gesamten Sortiment zu verankern.

2024 beschäftigte uns auch die Frage, wie Wachstum und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen. Die Expansion in neue Märkte eröffnet Chancen, mehr Kunden zu erreichen, verlangt aber auch, unseren Werten treu zu bleiben. Deshalb setzen wir auf verantwortungsbewusstes Wachstum, konzentrieren uns auf direkt beeinflussbare Bereiche und arbeiten mit Partnern zusammen, um auch dort Fortschritte zu erzielen, wo unser Einfluss begrenzt ist.

Unsere Fortschritte wären ohne das Engagement unserer Teams nicht möglich. Ihr Fachwissen und ihre Leidenschaft treiben uns



an, Nachhaltigkeit noch stärker in Prozesse und Produkte zu integrieren – im Einklang mit den Erwartungen unserer Kunden, Mitarbeiter und Stakeholder.

Mit Blick auf die Zukunft möchten wir unsere Vision von *Live Beautiful* weiter zum Leben erwecken – durch durchdachtes Design, ein nahtloses Kundenerlebnis und ein tief verwurzeltes Engagement für Nachhaltigkeit. Indem wir auf unseren Stärken aufbauen und eng mit Partnern und Teams zusammenarbeiten, sind wir überzeugt, nachhaltig zu wachsen und unsere Kundinnen und Kunden zu inspirieren, ihr Zuhause in einen Ort voller Schönheit zu verwandeln.

Andreas

DR. ANDREAS HOERNING
Chief Executive Officer
Westwing

Delia

DELIA LACHANCE
Gründerin & Chief Creative Officer
Westwing

Unser Nachhaltigkeitsengagement

Als Premium-One-Stop-Destination für Designliebhaberinnen und -liebhaber möchten wir unsere Kundinnen und Kunden mit einer sorgfältig kuratierten Produktauswahl inspirieren, die Verantwortung für den Planeten und die Menschen widerspiegelt. Gemeinsam schaffen wir Wohnräume, die dieses Engagement verkörpern.

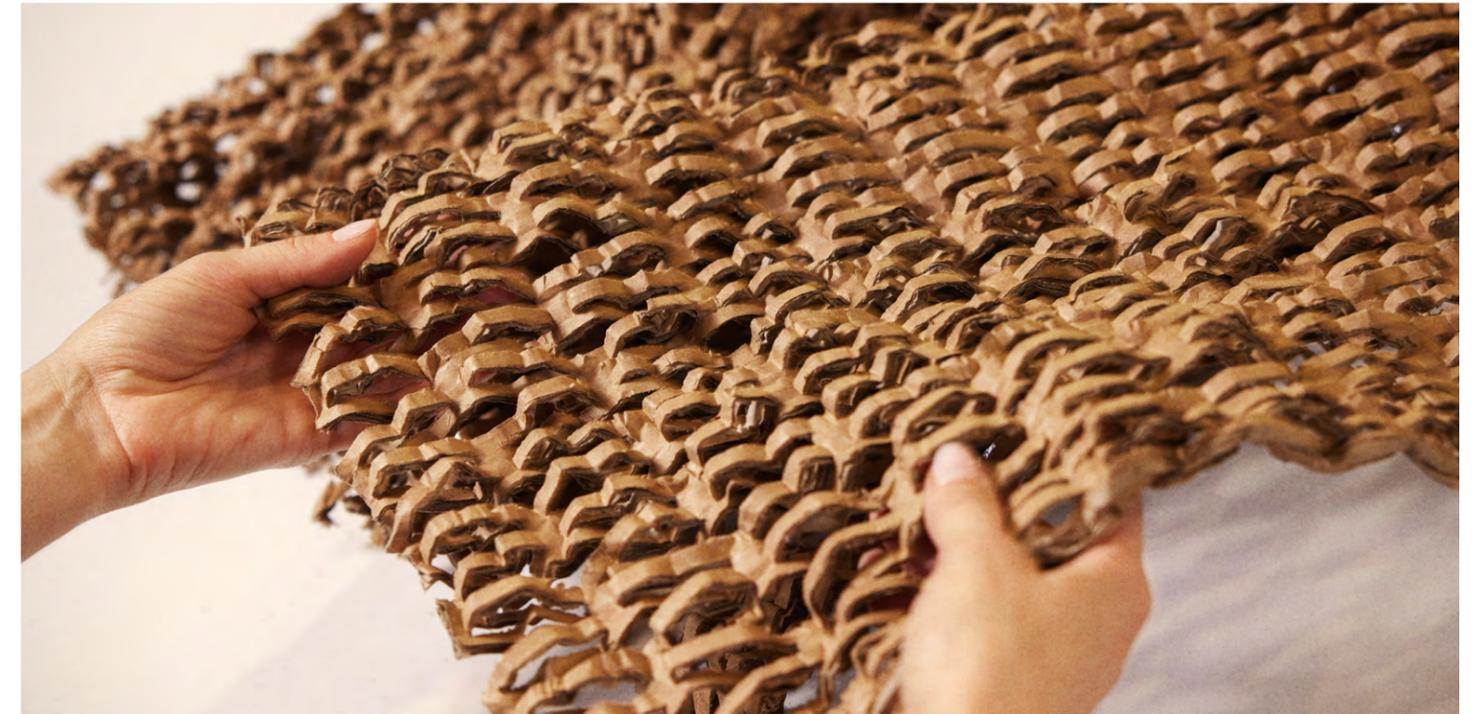
Als Premium-One-Stop-Destination für Designliebhaberinnen und -liebhaber möchten wir unsere Kundinnen und Kunden mit einer sorgfältig kuratierten Produktauswahl inspirieren, die Verantwortung für den Planeten und die Menschen widerspiegelt. Gemeinsam schaffen wir Wohnräume, die dieses Engagement verkörpern.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf drei Säulen: WE CARE für Produkte, den Planeten und die Menschen. Diese definieren klare Ziele für alle Geschäftsbereiche – von Mitarbeitenden und Lieferanten bis hin zu Produkten sowie Kundinnen und Kunden. Sie bilden das strategische Fundament unserer Nachhaltigkeitsbemühungen und gewährleisten einen strukturierten Ansatz für die wichtigsten Themen.

Doppelte Wesentlichkeitsanalyse (DMA)

Die Grundlage unserer Strategie bildet die Doppelte Wesentlichkeitsanalyse (DMA), die uns hilft, bedeutende Auswirkungen, Risiken und Chancen (IROs) zu identifizieren und zu priorisieren. Eine Wesentlichkeitsanalyse ist essenziell, um Maßnahmen auf die Bereiche zu fokussieren, in denen wir den größten Einfluss haben.

2024 haben wir unsere Wesentlichkeitsanalyse von 2021 gemäß CSRD aktualisiert, um unseren Ansatz weiter zu stärken und regulatorische Anforderungen zu erfüllen. Dabei bewerteten wir sowohl Auswirkungswesentlichkeit – wie unser Unternehmen Menschen und Umwelt beeinflusst – als auch finanzielle



Wesentlichkeit – wie Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen unsere wirtschaftliche Leistung beeinflussen.

Im Rahmen der Analyse untersuchten wir die gesamte Wertschöpfungskette, tauschten uns mit zentralen Stakeholdern wie Mitarbeitenden, Lieferanten, Geschäftspartnern und Investoren aus und bewerteten Nachhaltigkeitsthemen anhand interner Expertise sowie externer Benchmarking-Prozesse. Die Analyse priorisierte Auswirkungen, Risiken und Chancen über kurz-, mittel- und langfristige Zeiträume.

Die aktualisierte Wesentlichkeitsanalyse bestätigte die Relevanz unserer drei Säulen – WE CARE für Produkte, den Planeten und die Menschen – und zeigte,

dass unsere Strategie auf wesentlichen Themen und regulatorischen Anforderungen basiert. Besonders hervorgehoben wurden Klimaschutz, Energie, Kreislaufwirtschaft, Ressourcennutzung, Arbeitsbedingungen, Arbeitnehmerrechte, Verbraucherinteressen und Unternehmensführung. Diese Themen wurden gegenüber 2021 weiter verfeinert, um veränderte Prioritäten und detailliertere Analysen zu berücksichtigen.

Durch vorhergehende Analysen und den Dialog mit Stakeholdern stellen wir sicher, dass unser Wesentlichkeitsansatz belastbar bleibt und sowohl mit unseren Unternehmenszielen als auch mit regulatorischen Vorgaben übereinstimmt. Detaillierte Informationen zur DMA finden sich in der Nachhaltigkeitserklärung gemäß CSRD, die Teil unseres Geschäftsberichts ist.

WE CARE für unsere Produkte

Bei Westwing legen wir Wert auf Qualität und Nachhaltigkeit – von Design und Material bis zur Verpackung, ob eigene Kollektion oder Drittmarken.



Verantwortungsvolle Materialbeschaffung¹

- Erhöhung des Anteils verantwortungsvoll beschaffter Materialien in unseren Produkten
- Steigerung des Einsatzes recycelter Kunststoffe in unseren Produkten
- Verbesserung der Rückverfolgbarkeit der Materialbeschaffung

Verpackung²

- Reduzierung des Verpackungsmaterials
- Erhöhung des Anteils recycelter Materialien
- Eliminierung von Einwegplastik
- Einführung recyclingfähiger oder kompostierbarer Verpackungen
- Vermeidung des Einsatzes gefährlicher Materialien
- Wiederverwendung, Rückgewinnung oder Recycling von Verpackungsabfällen an unseren eigenen Standorten

WE CARE für den Planeten

Angesichts des Klimawandels minimieren wir unseren ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette und arbeiten eng mit Lieferanten an Verbesserungen.



Klima

- Vermeidung und Reduzierung von Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette



WE CARE für Menschen

Menschen stehen im Mittelpunkt – von Lieferanten und Mitarbeitenden bis zu Kundinnen und Kunde. Wir fördern ihr Wohl und verbessern soziale sowie ökologische Standards.



Auswirkungen auf Lieferanten

- Verbesserung der sozialen und ökologischen Leistung unserer Lieferanten
- Sicherstellung der Übereinstimmung unserer Markenpartner mit unseren Nachhaltigkeitsstandards

Mitarbeiterwohlbefinden und -entwicklung

- Förderung von Wohlbefinden, Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Gewinnung, Weiterentwicklung und langfristige Bindung der besten Talente

Produktzufriedenheit und Sicherheit

- Steigerung des Anteils an WE CARE Produkten in unserem Sortiment
- Eliminierung gefährlicher Stoffe und Vermeidung des Einsatzes toxischer Chemikalien

¹ Deckt die Produkte der Westwing Collection ab. ² Umfasst die Verpackungen, die für die Produkte von Westwing Collection verwendet werden, die von den Lieferanten an unsere Lagerhäuser geschickt werden, sowie die Verpackungen, die für alle Produkte in unseren Lagerhäusern verwendet werden.

Unsere Ziele¹

Säule	Wesentliches Thema	Ziel	Zieljahr	2023	2024	Status
WE CARE für unsere Produkte	Verantwortungsvolle Materialbeschaffung ²	Verwendung von mehr als 90% zertifiziertem Holz aus verantwortungsvollen Quellen ³	2026	74%	94%	
		Verwendung von mehr als 90% zertifizierter Baumwolle aus verantwortungsvollen Quellen ⁴	2026	68%	85%	
		Verwendung von mehr als 90% tierischen Nebenprodukten aus verantwortungsvollen Quellen ⁵	2026	46%	92%	
	Verpackung ⁶	Eliminierung von Schaumstoffen	2025	100%	100% ⁷	
		Nutzung von 100% recyceltem Papier	2025	86%	99%	
		Erhöhung des Anteils an Kunststoffverpackungen mit über 60% recyceltem Material auf über 90%	2025	43%	98%	
		Reduzierung der Menge an Kunststoffverpackungen pro versendetem Artikel um 40%	2027	17%	35%	



Ziel erreicht



Ziel auf Kurs



Ziel gefährdet



Ziel nicht erreicht

¹ Das Basisjahr ist 2022, wo anwendbar, sofern nicht anders angegeben. ² Die vollständige Liste der akzeptierten Standards und Zertifizierungen finden Sie [hier](#). ³ Zertifizierungen wie FSC® und PEFC. ⁴ Zu den Zertifizierungen gehören BCI, GOTS usw. ⁵ Zu den tierischen Nebenprodukten gehören Leder, Federn, Daunen, Wolle, Kaschmirwolle und anerkannte Standards wie Leather Working Group, Downpass usw. ⁶ Deckt das Logistikzentrum ab. ⁷ Der Wert wurde aufgerundet; der exakte Wert beträgt 99,8.

Säule	Wesentliches Thema	Ziel	Zieljahr	2023	2024	Status
	Verpackung ¹	Reduzierung der Menge an Einweg-Kunststoffverpackungen um 100% ²	-	-	30%	
		Wiederverwendung, Rückgewinnung oder Recycling von mehr als 90% der an unseren Standorten anfallenden Verpackungsabfälle	2027	95%	100%	
WE CARE für den Planeten	Klimaschutz	Abdeckung von 80% unseres Einkaufsvolumens (einschließlich Westwing Collection, Drittmarken sowie vorgelagerter Transport und Distribution) mit SBTs	2027	4%	12%	
		Bezug von 100% unseres Energiebedarfs aus erneuerbaren Quellen	2027	9%	9%	
		Reduzierung der absoluten Scope 1- und Scope 2-THG-Emissionen um 75%	2030	43%	64%	
WE CARE für Menschen	Auswirkungen auf Lieferanten ³	Regelmäßige Bewertung von 100% der Westwing Collection Lieferanten auf Umweltaspekte	2025	-	86%	

 Ziel erreicht
  Ziel auf Kurs
  Ziel gefährdet
  Ziel nicht erreicht

¹Deckt das Logistikzentrum ab. ² Das Basisjahr ist 2023. ³ Die Lieferantenziele basieren auf dem Einkaufsvolumen.

Säule	Wesentliches Thema	Ziel	Zieljahr	2023	2024	Status
	Auswirkungen auf Lieferanten ¹	Regelmäßige Bewertung von 100% der Westwing Collection Lieferanten auf soziale Aspekte	2025	-	98%	
		Etablierung von Umweltmanagementsystemen bei 50% der Westwing Collection Lieferanten	2028	11%	24%	
		Etablierung von Sozialmanagementsystemen bei 50% der Westwing Collection Lieferanten	2028	3%	10%	
		Umsetzung von Programmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei 50% der Westwing Collection Lieferanten	2028	-	76%	
		Angleichung von 100% unserer Markenpartner an unseren Business Partner Code of Conduct	2027	11%	66%	
Mitarbeiterwohlbefinden und -entwicklung		Aufrechterhaltung einer Mitarbeiterzufriedenheit bei Westwing von über 80%	jährlich	87%	87%	



Ziel erreicht



Ziel auf Kurs



Ziel gefährdet



Ziel nicht erreicht

¹Die Lieferantenziele basieren auf dem Einkaufsvolumen.

Säule	Wesentliches Thema	Ziel	Zieljahr	2023	2024	Status
	Mitarbeiterwohlbefinden und -entwicklung	Beibehaltung einer Lost Time Injury Frequency Rate (LTIFR) unter eins in unserem Logistikzentrum	jährlich	-	14,2	
	Kundenzufriedenheit und Sicherheit	Erhöhung des Anteils der als „WE CARE“ gekennzeichneten Produkte in der Westwing Collection auf 50%	2027	48%	66%	

-  Ziel erreicht
-  Ziel auf Kurs
-  Ziel gefährdet
-  Ziel nicht erreicht





WE CARE
für unsere Produkte

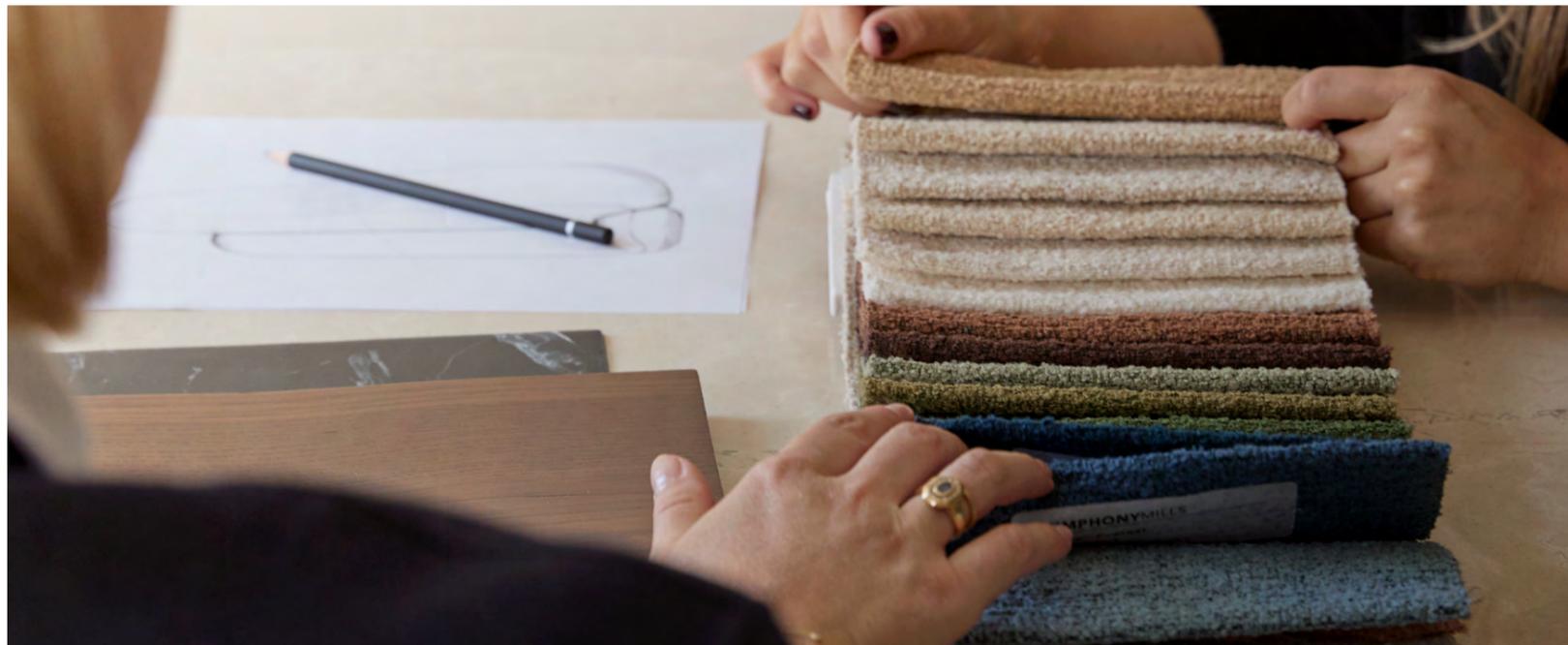


Bei Westwing legen wir großen Wert auf jedes einzelne Produkt, das wir anbieten – von unserer Westwing Collection bis hin zu Drittmarken. Vom Produktdesign über die Materialbeschaffung bis hin zur Verpackung legen wir Wert auf hochwertige Produkte mit zeitlosem Design und treffen zugleich verantwortungsvolle Entscheidungen, die unser Engagement für Nachhaltigkeit widerspiegeln.

Verantwortungsbewusste Materialauswahl

Zentral für den Entwicklungsprozess unserer Westwing Collection ist die sorgfältige Auswahl der Materialien. Holz und Baumwolle machen den größten Anteil unserer verwendeten Materialien aus und stehen im Mittelpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Auch Kunststoffe und Metalle sind Teil unseres Materialmixes, wobei unser Fokus darauf liegt, den Anteil recycelter Kunststoffe zu erhöhen. Darüber hinaus sind wir uns der ökologischen Auswirkungen von tierischen Nebenprodukten wie Wolle, Leder und Daunen bewusst und setzen uns für eine verantwortungsvolle Beschaffung ein.

Die Herstellung dieser Materialien trägt wesentlich zu unserem ökologischen Fußabdruck bei. Um diesen zu verkleinern, setzen wir bevorzugt Materialien ein, die den Kriterien glaubwürdiger externer Zertifizierungsstandards entsprechen. Dies stellt sicher, dass soziale, ökologische und ethische Anforderungen eingehalten werden – insbesondere, da die Produktion am Anfang unserer Lieferkette und außerhalb unseres direkten Einflussbereichs stattfindet.



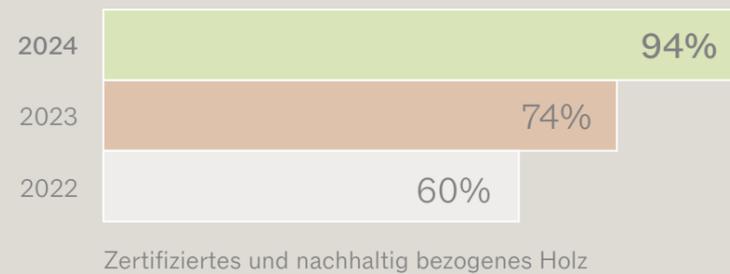
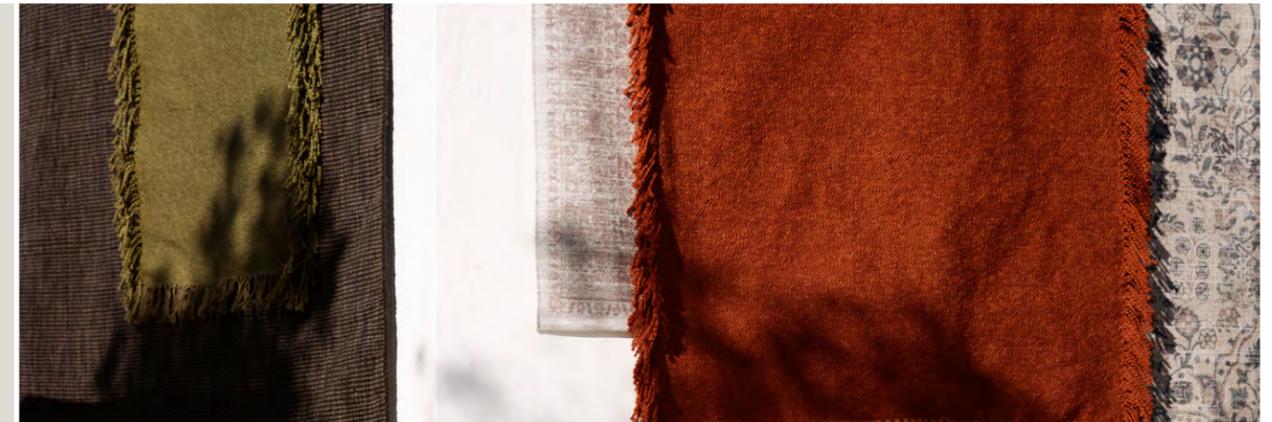
Highlights 2024

- Deutliche Erhöhung des Anteils verantwortungsvoll beschaffter Materialien bei unseren wichtigsten Rohstoffen: Holz, Baumwolle und tierische Nebenprodukte.
- Erlangung der renommierten Blauen-Engel Zertifizierung für unsere Sofaserie Sofia.
- Einführung eines Product Lifecycle Management (PLM)-Tools, das es uns ermöglichen wird, Produkteigenschaften zu analysieren und die Herkunft jedes einzelnen Materials und Verpackungsbestandteils nachzuverfolgen.

Zukünftiger Fokus

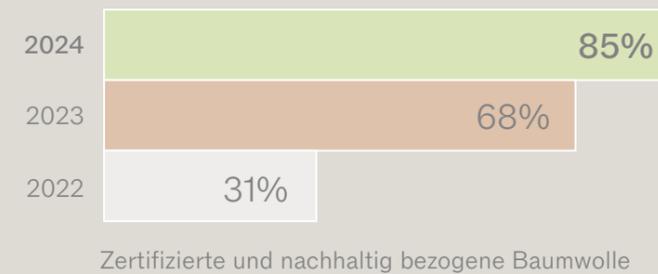
- Verbesserung der Rückverfolgbarkeit und des Materialdatenmanagements durch das PLM-System.
- Erhöhung des Anteils recycelter Kunststoffe in Produktkomponenten.

Materialien für Produkte der Westwing Collection



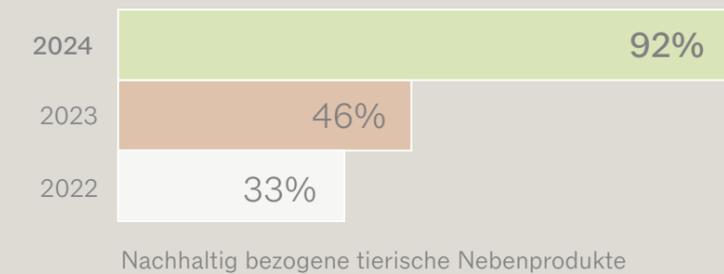
Holz

94% unseres Holzes stammen aus FSC®- oder PEFC-zertifizierten sowie anderen kontrollierten Quellen. Der Forest Stewardship Council (FSC®) fördert weltweit eine verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung durch Standards, die von Umwelt-, Sozial- und Wirtschaftsinteressen-gruppen unterstützt werden.



Baumwolle

Der Anbau von Baumwolle kann erhebliche ökologische und soziale Auswirkungen haben, wie bspw. ein hoher Wasser- und Chemikalienverbrauch sowie schlechte Arbeitsbedingungen. Zudem ist Baumwollanbau stark durch den Klimawandel gefährdet. Daher priorisieren wir den Bezug von Bio-Baumwolle, recycelter Baumwolle oder Baumwolle aus verantwortungsvoller Produktion – durch führende Initiativen wie Better Cotton und GOTS.



Tierische Nebenprodukte

Tierische Nebenprodukte wie Wolle, Leder und Daunen sind wichtig, aber ethisch herausfordernd. Daher bevorzugen wir zertifizierte Materialien wie den Leather Working Group Standard, Downpass oder Responsible Wool Standard, um tiergerechte Praktiken entlang unserer gesamten Lieferkette zu fördern.

Erhöhung des Anteils recycelter Kunststoffe in unseren Produkten

Im Rahmen unseres Engagements, den Anteil recycelter Kunststoffe in unseren Produkten zu erhöhen, haben wir eine interne Roadmap entwickelt, die diesen Übergang bis 2027 steuert. Zunächst haben wir die verwendeten Kunststoffarten in unserer Westwing Collection und deren Einsatzbereiche analysiert. Dabei wurde festgestellt, dass der Hauptanteil von Kunststoffen in Polstermöbeln verwendet wird – insbesondere in Schaumstoffen und synthetischen Stoffen. Kunststoffe finden sich häufig auch in kleineren Produktkomponenten, während ihr Einsatz in größeren Produktkomponenten begrenzt ist. Diese Bestandsaufnahme hat uns dabei geholfen, zentrale Handlungsfelder und wesentliche Veränderungstreiber zu identifizieren.

Unsere Analyse zeigte, dass recycelte Kunststoffe in unserer Branche noch nicht weit verbreitet sind, da sich der Markt erst in der Entwicklungsphase befindet. Daher konzentrieren wir uns zunächst auf Produkte wie Polsterstoffe, bei denen ein Umstieg auf recycelte oder alternative nachhaltige Materialien am realistischsten ist. Gleichzeitig arbeiten wir weiterhin an unserem übergeordneten Ziel, den Einsatz von neu produzierten Kunststoffen in unserer Westwing Collection zu reduzieren. Wir bleiben diesem Wandel verpflichtet und setzen auf innovative Lösungen, um den Fortschritt voranzutreiben.



Was umfasst die Blauer Engel Zertifizierung?

Geringe Emissionen

Begrenzung von Schadstoffen wie flüchtigen organischen Verbindungen (VOCs) für ein gesünderes Raumklima.

Verantwortungsvolle Holzbeschaffung

Verwendung von Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern (z. B. FSC®- oder PEFC-zertifiziertes Holz).

Auszeichnung mit dem Blauen Engel

Unsere Sofia-Sofaserie wurde mit dem Blauen Engel zertifiziert – unserer ersten Nachhaltigkeitszertifizierung auf Produktebene. Dieses Umweltzeichen bestätigt, dass das Produkt über seinen gesamten Lebenszyklus hinweg – von der Herstellung über die Nutzung bis hin zum Recycling und der Entsorgung – geringere Umwelt- und Gesundheitsauswirkungen hat als vergleichbare Produkte ohne diese Zertifizierung. Diese Auszeichnung war das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit mit unserem Lieferanten, um die Anforderungen zu verstehen und die richtigen Materialien auszuwählen, die den hohen Standards der Zertifizierung entsprechen.

Eingeschränkter Einsatz gefährlicher Chemikalien

Verbot oder Begrenzung von Substanzen, die der Umwelt oder Gesundheit schaden könnten.

Langlebigkeit und Reparierbarkeit

Förderung einer kreislauffähigen Produktgestaltung durch robuste Materialien und die Verfügbarkeit von Ersatzteilen.

Steigerung der Rückverfolgbarkeit

In diesem Jahr haben wir einen wichtigen Meilenstein erreicht: die Einführung eines Product Lifecycle Management (PLM)-Tools. Mit diesem System können wir Produkteigenschaften detailliert analysieren und die Herkunft aller Materialien und Verpackungskomponenten nachverfolgen – ein entscheidender Schritt zur besseren Kontrolle, Steuerung und Reduzierung unserer Auswirkungen.

Um die Materialbeschaffung und die Auswirkungen von Verpackungen zu verbessern, ist es wichtig, den Weg unserer Produkte zu verstehen. Da die Rückverfolgung von Materialien und die Erhebung detaillierter Daten eine Herausforderung darstellt, ermöglicht uns das PLM-Tool, tiefere Einblicke in jedes Produkt zu gewinnen – von Abmessungen, Gewicht und Materialart bis hin zur chemischen Zusammensetzung und Lieferanteninformationen. Diese erweiterte Transparenz verbessert die Nachverfolgbarkeit und hilft uns, fundierte Entscheidungen zu treffen.

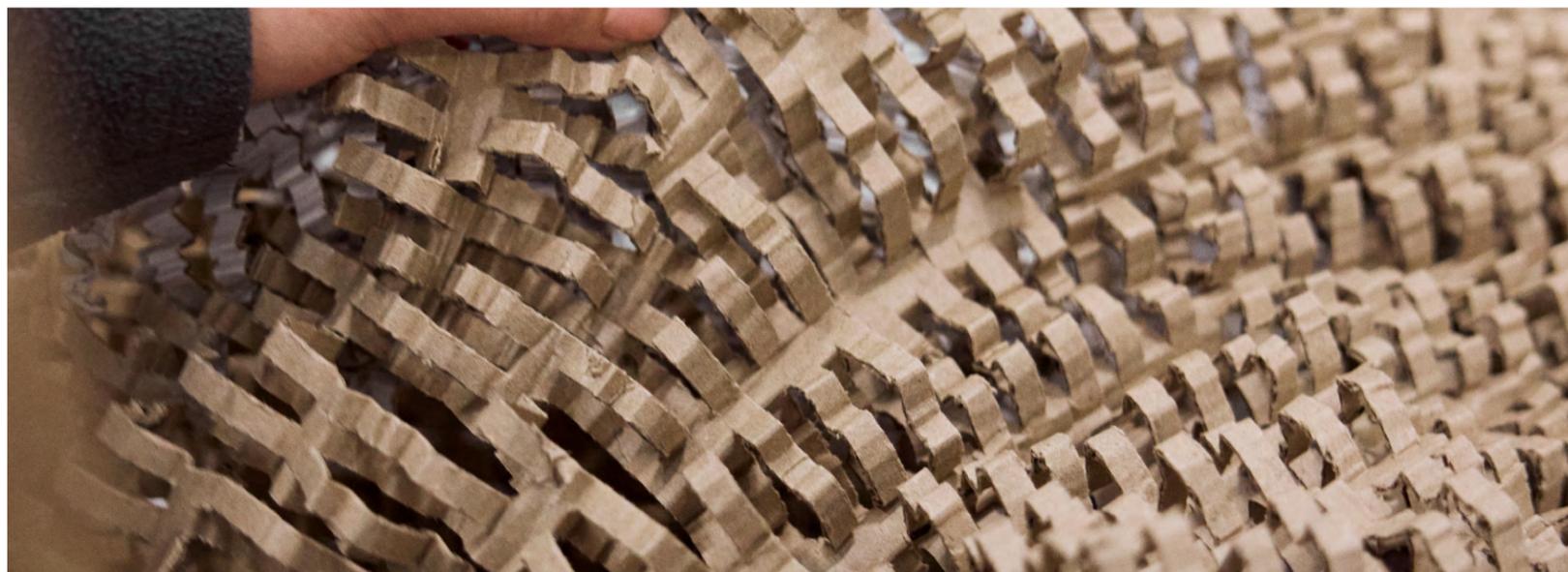


Rückverfolgbarkeit bedeutet zu wissen, woher unsere Rohstoffe stammen, wie sie beschafft werden und unter welchen Bedingungen sie produziert werden. Sie ist entscheidend für Transparenz und eine verantwortungsvolle Beschaffung.

Nachhaltige Verpackungslösungen

Nachdem unsere Produkte von unseren Lieferanten aus sorgfältig ausgewählten Materialien gefertigt wurden, werden sie an unser Logistikzentrum in Polen versandt. Nach der Ankunft werden sowohl die Produkte der Westwing Collection als auch die unserer Markenpartner sortiert und für die Auslieferung an unsere Kundinnen und Kunden vorbereitet. Die Verpackung spielt dabei eine entscheidende Rolle – sie schützt die Produkte auf ihrem gesamten Weg: vom Lieferanten zum Logistikzentrum und schließlich zu unseren Kundinnen und Kunden.

Für unsere Westwing Collection arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen, um Verpackungsmethoden zu optimieren und sicherzustellen, dass die verwendeten Materialien unseren Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards entsprechen. Bei Drittmarken teilen wir unsere Verpackungsrichtlinien mit unseren Partnern, konzentrieren uns jedoch hauptsächlich darauf, Verpackungsprozesse zu verbessern, sobald die Produkte unser Logistikzentrum erreichen. Daher überwachen wir unsere Verpackungsinitiativen in zwei zentralen Bereichen: Verpackung der Westwing Collection und Verpackung innerhalb und außerhalb unseres Logistikzentrums.



Highlights 2024

Verpackung der Westwing Collection

Ersatz von Einwegplastik-Komponenten wie z.B. Passformbeutel, Bänder, Silicia-Beutel und Klebebänder durch Papieralternativen.

Verpackung im Logistikzentrum

Einführung von "Loose Loading" (loses Verladen ohne zusätzliche Paletten oder Stretchfolie).

Eliminierung von Einwegplastik (mit Ausnahme von Klebebändern).

Erhöhung des Recyclinganteils der Stretchfolie auf 60%.

Umstellung auf recycelte Papierpolsterung.

Zukünftiger Fokus

Verpackung der Westwing Collection

Überwachung neuer Verpackungsvorschriften.

Verpackung im Logistikzentrum

Reduzierung des Plastikanteils pro versendetem Artikel.

Minimierung von Umpackprozessen durch optimierte Materialverwendung in Zusammenarbeit mit Lieferanten.

Umgestaltung der Verpackungen der Westwing Collection

Unsere Verpackungsrichtlinien für die Westwing Collection setzen klare Standards für Lieferanten und definieren, wie Produkte verpackt und an unser Logistikzentrum geliefert werden sollen. Sie umfassen Anforderungen bis hin zu den kleinsten Verpackungskomponenten und konzentrieren sich auf:

- Beseitigung von Styropor und Einwegplastik-Komponenten¹,
- Priorisierung recycelter Materialien,
- Reduzierung des Verpackungsvolumens.

Dank unseres engagierten Einsatzes haben wir die meisten unserer Verpackungsziele vorzeitig erreicht. Diese Umstellung erforderte eine enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und innovative Denkansätze. Wir haben Styropor erfolgreich eliminiert und bedeutende Fortschritte beim Ersatz von Einwegplastik-Komponenten wie Passbeuteln, Bändern und Klebebändern durch Papieralternativen erzielt. Nachhaltige Verpackungslösungen mit der notwendigen Qualität, Stärke und Haltbarkeit sind jedoch nicht immer sofort verfügbar.



Welche Einwegplastik-Komponenten kommen in unserer Verpackung vor?

Unsere Bemühungen, Einwegplastik-Komponenten in der Verpackung zu beseitigen, konzentriert sich auf Elemente wie Klebebänder, Kabelbinder, Passbeutel und Silica-Beutel. Diese Komponenten sind aufgrund ihrer gemischten Materialien oder ihres geringen Wiederverwertungswertes oft nicht recycelbar und landen häufig auf Mülldeponien. Die Umstellung auf recycelbare oder wiederverwendbare Alternativen ist ein wichtiger Schritt zur Verringerung der Umweltbelastung durch unsere Verpackungen.

Innovation mit Lieferanten

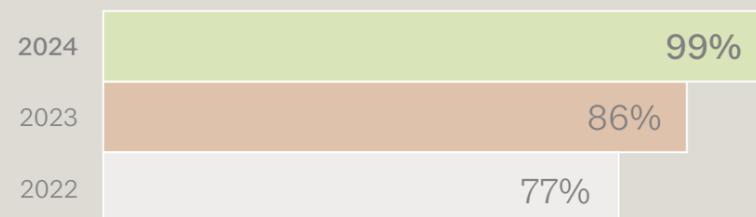
Die Suche nach Alternativen zu Einwegplastik in Verpackungen stellt eine Herausforderung dar, insbesondere wenn kurzfristig keine Lösungen verfügbar sind. Früher wurden in den Verpackungen von Westwing Collection Kunststoffbänder verwendet, um Komponenten wie Schrauben am Hauptprodukt zu befestigen. In enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten haben wir eine innovative und kreative Lösung entwickelt: Wir haben Papiertütengriffe zu Fixierbändern umfunktioniert und so den Einsatz von Plastik erfolgreich eliminiert.

¹Sie umfasst alle Einweg-Kunststoffkomponenten in Verpackungen.

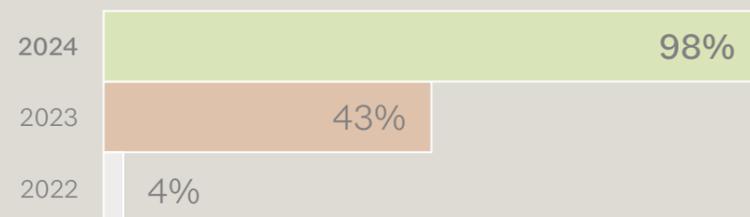
Neugestaltung der Verpackung in unserem Logistikzentrum

Nach dem Eintreffen der Produkte in unserem Logistikzentrum werden sie bearbeitet und verpackt, um ihren Schutz während der Lagerung und Vorbereitung auf den Versand an Kundinnen und Kunden sicherzustellen. Diese Verpackung erfüllt zwei wesentliche Zwecke: den Schutz der Produkte innerhalb des Logistikzentrums und die Gewährleistung einer sicheren Lieferung an unsere Kundinnen und Kunden.

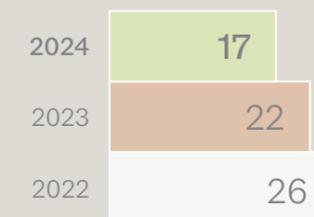
Dieses Jahr haben wir unsere Verpackungsprozesse optimiert, indem wir Standards vereinheitlicht und die Anzahl der verwendeten Materialien reduziert haben. Durch die Konsolidierung unserer Logistikzentren haben wir einen einheitlichen Standard für alle Verpackungen etabliert, um Qualität, Konsistenz und Kontrolle zu verbessern. Im Jahr 2024 haben wir eine umfassende Überprüfung und Auditierung aller Verpackungsarten durchgeführt, um exakte Nettogewichte und die Einhaltung von Nachhaltigkeitszertifizierungen sicherzustellen.



99%
Recyclinganteil in
der Papierverpackung



98%
Plastikverpackungen mit
≥ 60% recyceltem Anteil



17g
Menge an Kunststoffverpackung
pro versendetem Artikel



Durch Initiativen wie den Verzicht auf Einwegplastik, die Einführung von losen Verladungen sowie die Nutzung optimierter, leichterer Verpackungen konnten wir innerhalb eines Jahres *eine Reduzierung der Plastikverpackungen pro versandten Artikel um 35%* erreichen.



Eliminierung von Schaumstoff und Einwegplastik-Komponenten

Wir haben erfolgreich auf Schaumstoffe verzichtet, transparente Beutel für kleinere Artikel entfernt und alle Einwegplastik-Komponenten in unserer Verpackung im Logistikzentrum schrittweise abgeschafft oder durch Alternativen ersetzt – mit Ausnahme von Klebebändern.



Erhöhung des Anteils recycelter Kunststoffe

Wir haben den Anteil an recycelten Kunststoffen in unseren Verpackungen im Logistikzentrum erheblich erhöht. Alle Folienbeutel sowie die Stretchfolie zur Palettenumwicklung bestehen nun zu über 60% aus recyceltem Material, ohne dabei die erforderliche Stabilität für einen sicheren Transport zu beeinträchtigen.



Einführung der losen Verladung

Ein bedeutender Fortschritt war die Einführung der losen Verladung. Durch den Verzicht auf Paletten und Stretchfolie laden wir Produkte direkt in Transportbehälter, ohne zusätzliche äußere Verpackung. Diese Methode maximiert den verfügbaren Platz, reduziert den Materialeinsatz und minimiert Abfall.

Umstellung auf Polsterungen aus recyceltem Papier

Polstermaterial ist ein wesentlicher Bestandteil von Verpackungen, da es Produkte während des Transports durch Stoßdämpfung schützt und Schäden verhindert. Dies gewährleistet eine sichere Lieferung und reduziert zugleich den Abfall durch Retouren oder beschädigte Artikel. Da Polstermaterial in Verpackungen häufig verwendet wird, haben wir Maßnahmen ergriffen, um die Umweltbelastung zu minimieren:

- Wir haben herkömmliches Papierpolstermaterial durch 100% recyceltes Papierpolstermaterial ersetzt, das mit dem Blauen Engel zertifiziert ist.¹
- Wir haben begonnen, ungenutzte Kartonreste zu schreddern und als zusätzliches Polstermaterial zu verwenden, um Schaumstoff zu ersetzen.

¹ Der Blaue Engel ist das Umweltzeichen der deutschen Regierung, das strenge Standards für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen setzt.

Förderung der Kreislaufwirtschaft durch Innovation und Zusammenarbeit

Bei der Betrachtung der Auswirkungen von Produkten, einschließlich des Ressourcenverbrauchs und des Abfalls, erweist sich die Kreislaufwirtschaft als wichtiger Aspekt. Innovation spielt dabei eine zentrale Rolle, da sie es ermöglicht, Produkte im Einklang mit kreislaufwirtschaftlichen Prinzipien zu gestalten und ihre Langlebigkeit, Widerstandsfähigkeit und Qualität zu verbessern.

Im vergangenen Jahr haben wir neue Technologien wie den 3D-Druck erforscht und mit Lieferanten zusammengearbeitet, um Produkte aus innovativen Recyclingmaterialien zu entwickeln. Doch ähnlich wie bei den Herausforderungen im Verpackungsbereich sind neue

Materialien wie recycelte Kunststoffe oft nur begrenzt verfügbar, und die Entwicklungs- und Testprozesse benötigen Zeit, um unseren hohen Qualitäts- und Sicherheitsstandards gerecht zu werden.

Durch die Fokussierung auf Innovation und Zusammenarbeit erweitern wir unser Angebot an kreislauffähigen Produkten. Für das Jahr 2025 planen wir die Einführung einer innovativen Tisch- und Hockerfamilie, deren Furnier aus recycelten Textilabfällen und einem biologisch abbaubaren Bindemittel hergestellt wird. In ähnlicher Weise wollen wir unsere Stuhlfamilie Claire auf die Verwendung von recyceltem Kunststoff umstellen.



Highlights 2024

- Einführung der ersten 3D-gedruckten Lampe „Keani“ und Gewinn der Silbermedaille bei den International Design Awards in der Kategorie Eco/Green Design.
- Reparatur von 12.286 Artikeln zur Verlängerung ihrer Nutzungsdauer und Reduzierung von Abfall.

Zukünftiger Fokus

- Verlängerung der Garantie für Produkte der Westwing Collection und Bereitstellung umfassender Pflegehinweise zur Erhöhung der Langlebigkeit der Produkte.
- Angebot von Ersatzteilen zur Vermeidung kompletter Produktaustausche und Retouren.
- Entwicklung einer Materialbibliothek für nachhaltige Werkstoffe und Integration von Materialinnovationen und Prinzipien des Kreislaufdesigns in die Produktentwicklung.



Unsere preisgekrönte 3D-gedruckte Lampe Keani

Die Keani-Lampe ist unsere erste 3D-gedruckte Lampe, die zu 85% aus recyceltem Material besteht und die neueste Innovation in unserer Westwing Collection ist. In Zusammenarbeit mit recozy, einem führenden deutschen Unternehmen im Bereich der additiven Fertigung, haben wir die Keani-Lampe entwickelt. Sie wird aus 85-88% recyceltem Kunststoff hergestellt, der aus Abfällen von Lebensmittelverpackungen, wie Blisterschalen und Obstschalen gewonnen wird. Dank der Präzision des 3D-Druckverfahrens von recozy wird kein Material verschwendet, und der Energieverbrauch ist im Vergleich zu herkömmlichen Methoden reduziert.

Verlängerung der Lebensdauer unserer Produkte

Ein zentraler Aspekt der Kreislaufwirtschaft ist die Verlängerung der Produktlebensdauer durch Reparatur und Pflege. In unserem Logistikzentrum sorgt ein spezialisiertes Team dafür, dass beschädigte Artikel sorgfältig aufbereitet werden, um unseren hohen Qualitätsstandards gerecht zu werden. Diese Produkte werden entweder erneut verkauft, einer neuen Nutzung zugeführt oder angemessen weiterverkauft.

Gelegentlich kommen Artikel mit kleineren Schäden an, die durch Transport oder Handhabung entstehen. Unser erfahrenes Team kann eine Vielzahl solcher Schäden beheben, darunter die Restaurierung von Geschirr und Dekorationsartikeln, das Aufarbeiten von zerkratzten Tischplatten sowie die Reparatur von Stuhlkomponenten. Im Jahr 2024 haben wir 12.286 Gegenstände repariert, um ihnen einen neuen Zweck zu geben und unnötigen Abfall zu vermeiden.

Für die Zukunft prüfen wir weitere Maßnahmen zur Verlängerung der Produktlebensdauer, darunter verbesserte Pflegeanleitungen, erweiterte Garantien und die Bereitstellung von Ersatzteilen. So stellen wir sicher, dass unser Fokus auf Qualität und Langlebigkeit mit unserem Premiumanspruch im Einklang steht.





WE CARE
für den Planeten

Unser Planet steht vor großen Herausforderungen, von denen der Klimawandel eine der dringendsten ist. Um unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern, konzentrieren wir uns auf die Klimaauswirkungen in unserer gesamten Wertschöpfungskette und arbeiten mit unseren Lieferanten zusammen, um Verbesserungen zu erzielen.

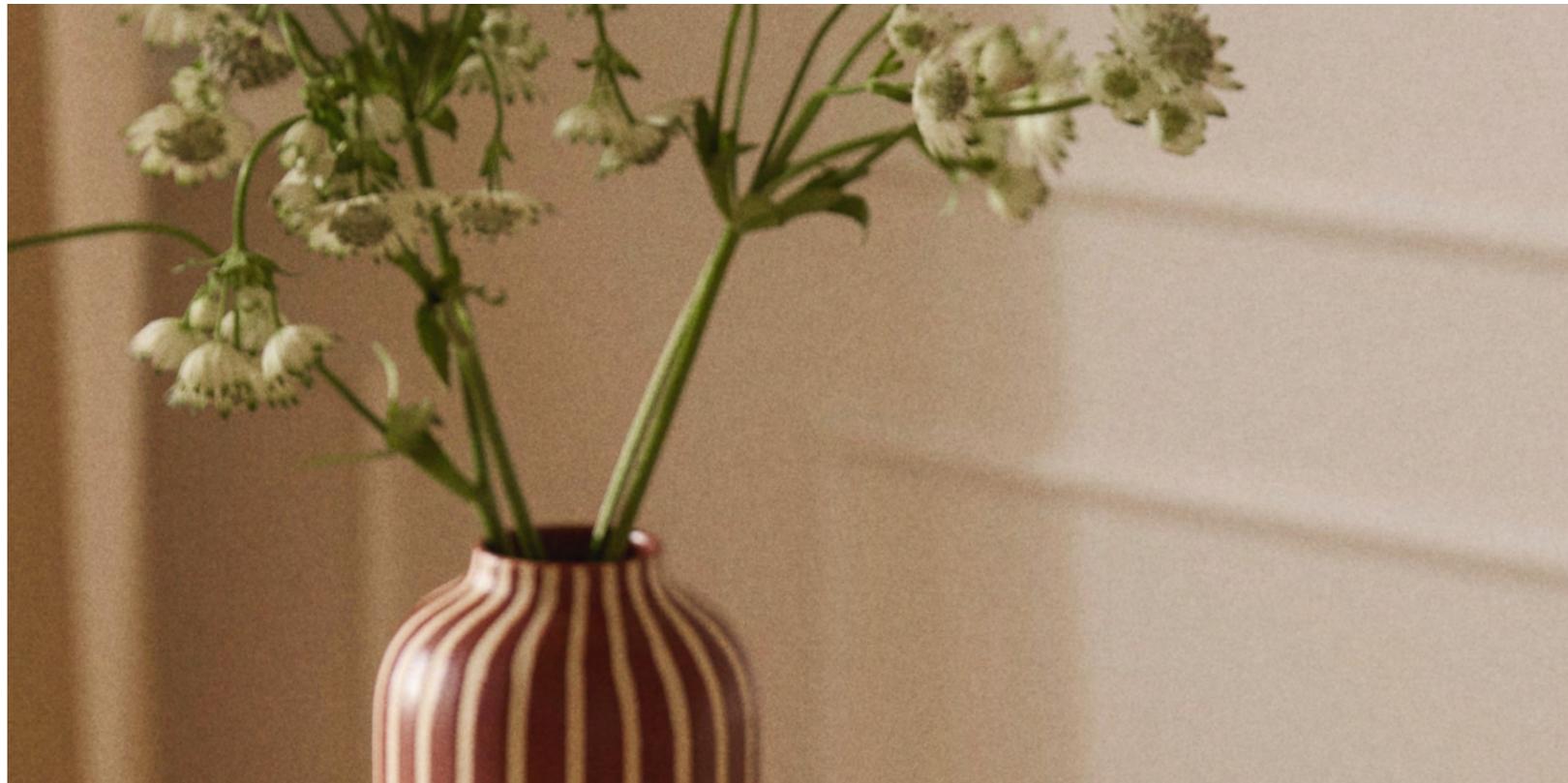


Der Weg in eine emissionsarme Zukunft

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit und erfordert gemeinsame Anstrengungen von Einzelpersonen, Unternehmen und Regierungen. Der Übergang zu einer emissionsarmen Zukunft ist essentiell, und wir unternehmen konkrete Schritte, um diesen Prozess zu unterstützen.

Wir haben wissenschaftlich fundierte Ziele (Science Based Targets, SBT) festgelegt, die mit dem 1,5°C-Ziel zur Begrenzung der

globalen Erwärmung übereinstimmen, und einen umfassenden Climate Transition Plan entwickelt, um diese Ziele zu erreichen. Unsere Lieferkette stellt den größten Bereich unserer Klimaauswirkungen dar und ist daher ein zentraler Fokus unserer Bemühungen. Durch die enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und Geschäftspartnern streben wir an, Emissionen zu reduzieren und Fortschritte in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu erzielen.



Highlights 2024

- Abschluss unseres Climate Transition Plans.
- Durchführung einer ersten qualitativen Klimaszenarioanalyse.
- Sicherung eines höheren Anteils von Strom aus erneuerbaren Energien für unser Logistikzentrum in Polen.
- Einbindung von über 250 Lieferanten, Markenpartnern und Logistikdienstleistern in die Berechnung unseres CO₂-Fußabdrucks und die Festlegung von Science-Based Targets (SBTs).
- Optimierung von Logistikprozessen zur Reduzierung der Transportemissionen.

Zukünftiger Fokus

- Verbesserung der Genauigkeit von Scope 3-Emissionsdaten.
- Durchführung einer Drittprüfung unserer Scope 3-Emissionsberechnungsmethodik.
- Fortsetzung der Lieferanten-Einbindung zur Förderung der SBTi-Implementierung.
- Machbarkeitsanalysen zur Nutzung erneuerbarer Energien für die Wärmeerzeugung in unserem Logistikzentrum.

Verständnis unseres Einflusses auf den Klimawandel

Die Analyse unseres Einflusses auf den Klimawandel beginnt mit der systematischen Erhebung und Verbesserung unserer Emissionsdaten. Dazu zählen Scope 1 (Direkte Emissionen aus unseren eigenen Geschäftstätigkeit), Scope 2 (Indirekte Emissionen aus bezogener Elektrizität), und Scope 3 (Indirekte Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, beispielsweise von Lieferanten, Logistikpartnern und der Nutzung unserer Produkte). Scope 3 bleibt die komplexeste Kategorie, da sie auf externen Daten aus einer Vielzahl von Stakeholdern wie Lieferanten und Logistikpartnern basiert. Die Verbesserung der Datenqualität ist der Schlüssel zur Entwicklung effektiver Reduktionsstrategien.

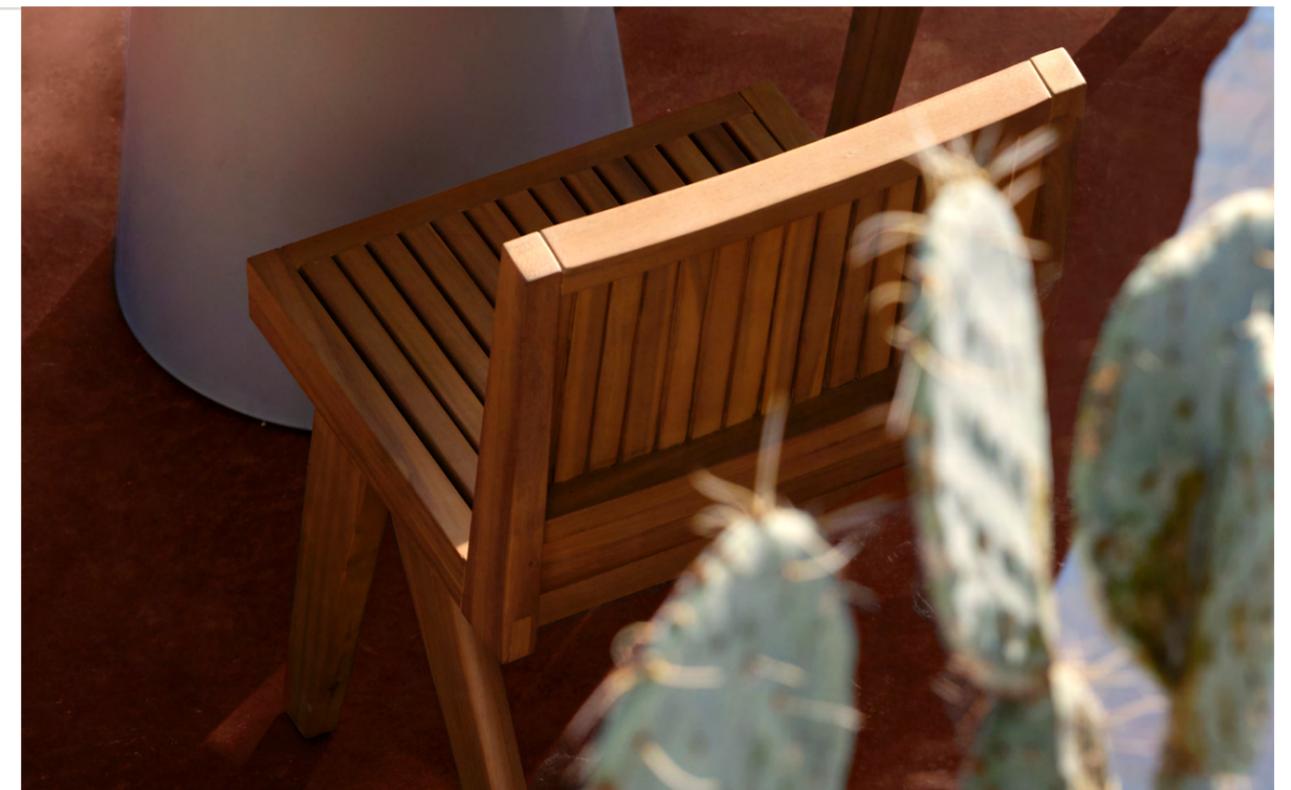
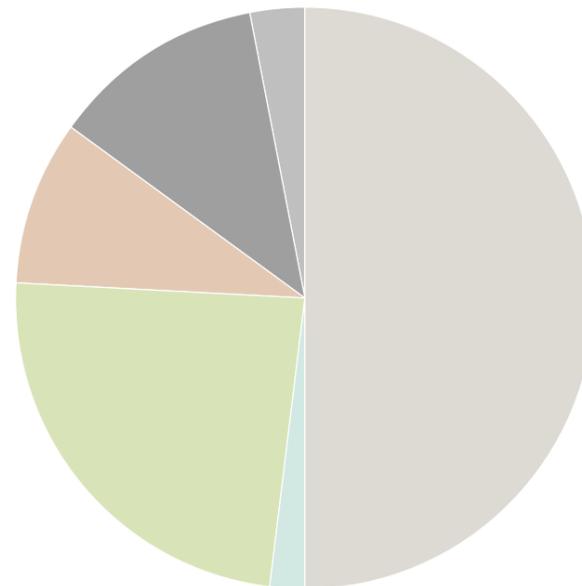
In diesem Jahr haben wir unsere Datenerhebung vereinheitlicht und enger mit unseren Lieferanten zusammengearbeitet, um detaillierte Informationen zu erhalten. Zudem haben wir

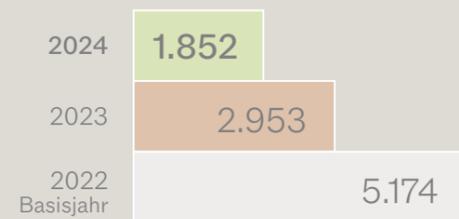
unseren Berechnungsansatz an das GHG-Protokoll angepasst und eine umfassende Scope 3-Emissionsbewertung abgeschlossen. In diesem Zusammenhang haben wir eine Bewertung von Wald, Land und Landwirtschaft (FLAG) durchgeführt – ein SBTi-Rahmenwerk zur Messung von Emissionen aus landbezogenen Aktivitäten wie Entwaldung, Landnutzungsänderung und Landwirtschaft. Unsere Analyse hat bestätigt, dass FLAG-bezogene Emissionen für unser Geschäft vernachlässigbar sind, da wir nicht stark von landintensiven Aktivitäten abhängig sind.

Im Jahr 2025 planen wir eine Drittprüfung unserer Scope 3-Emissionsberechnungsmethodik, um weitere Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren.

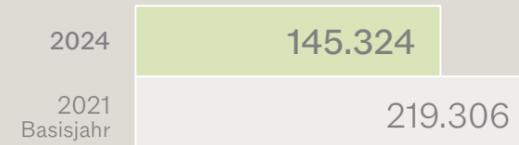
Aufschlüsselung der Scope 3-Emissionen

- 50% Eingekaufte Waren und Dienstleistungen
- 24% Transport und Distribution in der vorgelagerten Lieferkette
- 12% Lebenszyklusende (Entsorgung)
- 9% Verwendung der verkauften Produkte
- 3% Sonstiges
- 2% Investitionsgüter

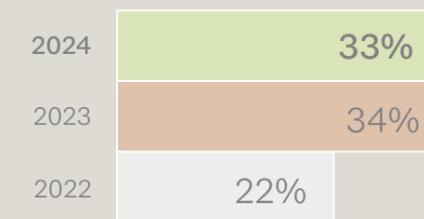




Scope 1 und 2 Emissionen (tCO₂e)¹



Scope 3 Emissionen (tCO₂e)²



Anteil erneuerbarer Elektrizität

Was ist die Science Based Targets Initiative (SBTi)?

Die SBTi bietet Unternehmen einen Rahmen zur Festlegung von Klimazielen, die mit den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen übereinstimmen. Diese Ziele helfen Unternehmen dabei, die globale Erwärmung auf 1,5°C oder deutlich unter 2°C zu begrenzen, wie es das Pariser Abkommen vorsieht. Durch die Umsetzung der SBTi können Unternehmen ihre Strategien an globalen Klimazielen ausrichten und ihr Engagement für wirksamen Klimaschutz unter Beweis stellen.

Emissionsumfang	SBTi geprüftes Ziel
Scope 1 + 2	Bis 2030: Reduktion der absoluten Scope 1- und Scope 2-Treibhausgasemissionen (THG) um 75% im Vergleich zu 2022
Scope 3	Bis 2027: 80% der Lieferanten (nach Einkaufsvolumen) aus den Bereichen Westwing Collection, Drittanbieterprodukte sowie vorgelagerter Transport und Distribution sollen SBTs festlegen



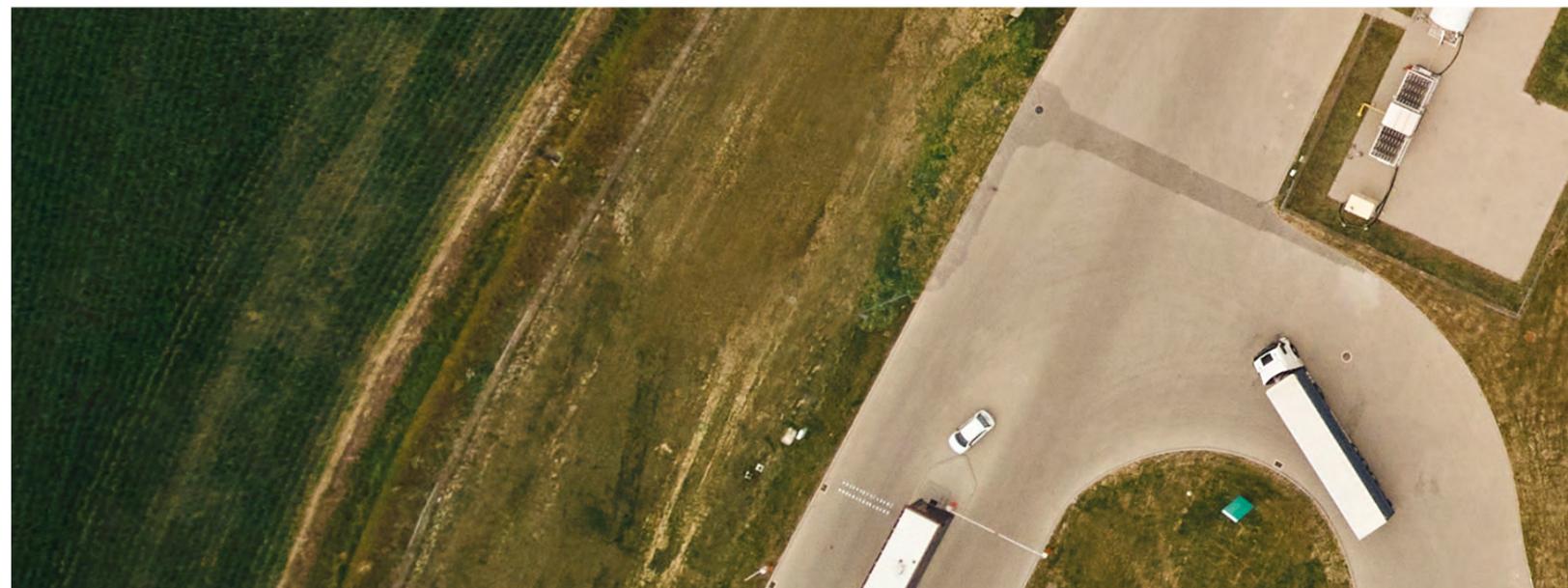
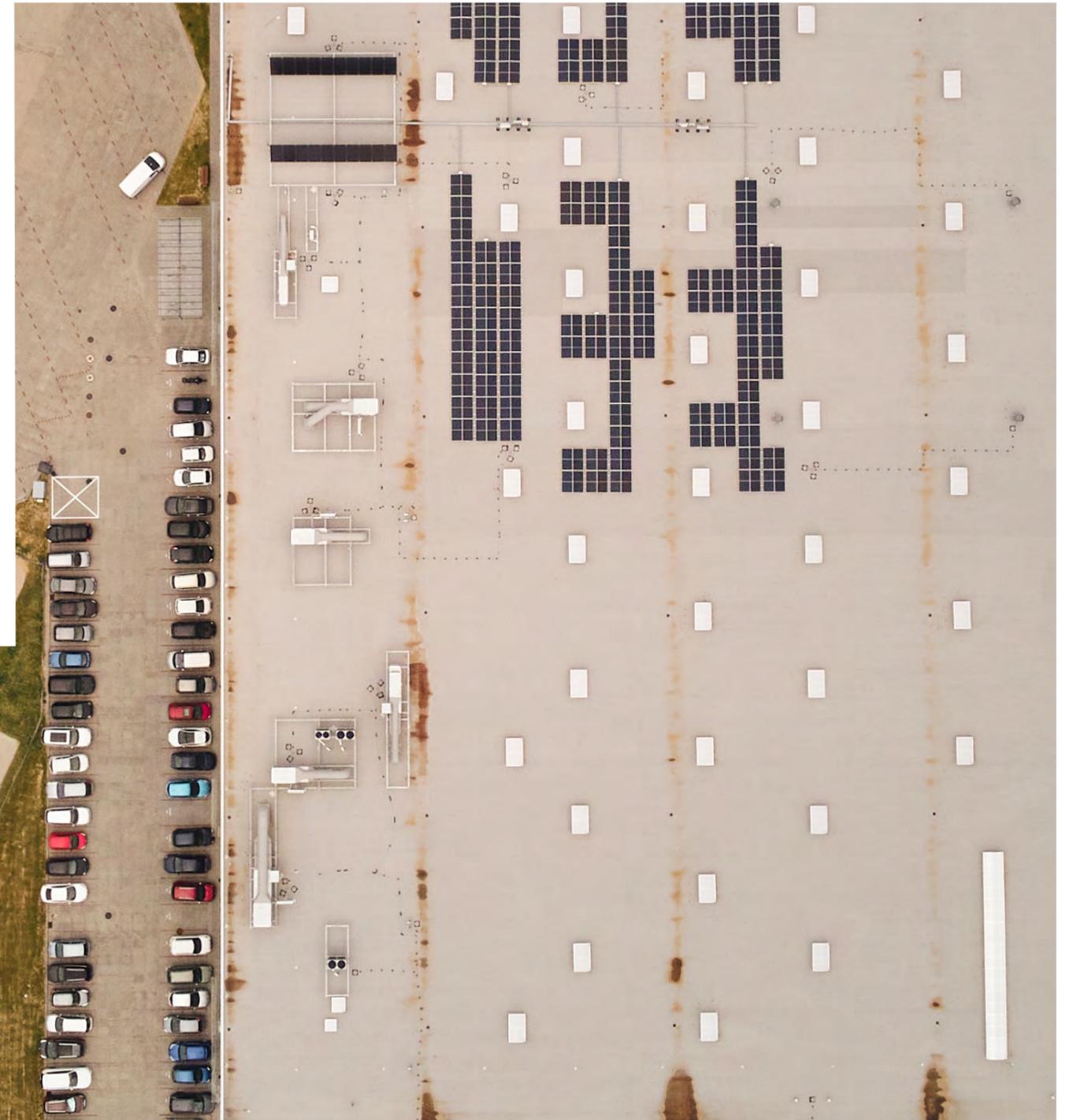
¹ Alle direkten Emissionen aus Heizung, der Verbrennung von Kraftstoffen durch unsere eigenen Fahrzeuge und flüchtige Emissionen aus Klimaanlage. Marktbezogen. ² Alle indirekten Emissionen aus gekauften Waren und Dienstleistungen, Investitionsgütern, Geschäftsreisen, Pendeln der Mitarbeitenden, energie- und kraftstoffbezogenen Aktivitäten, die nicht in Scope 1 und Scope 2 enthalten sind, vorgelagerte Transporte und Distribution, Abfall, der in den Betriebsabläufen entsteht, Nutzung verkaufter Produkte und die Entsorgung von Produkten am Ende ihrer Lebensdauer.

Reduzierung der Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette

Durch die Optimierung und Konsolidierung unserer Geschäftsabläufe haben wir unsere Scope 1- und Scope 2-Emissionen bereits um 64% gesenkt und nähern uns unserem 75%-Reduktionsziel. Um die verbleibende Reduzierung zu erreichen, planen wir, die Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energien in unserem Logistikzentrum in Polen weiter auszubauen.

Als Einzelhändler, der überwiegend im E-Commerce tätig ist, machen die Scope 3-Emissionen mit über 98% der Gesamtemissionen den größten Teil unseres CO₂-Fußabdrucks aus. Der größte Anteil entsteht durch die Produkte, die wir verkaufen – insbesondere durch die Rohstoffgewinnung, Produktion und den Transport von Lieferanten zu unserem Lager und weiter zu den Kundinnen und Kunden.

Im Jahr 2024 haben wir die verpackungsbedingten Emissionen erfolgreich gesenkt, indem wir die Einsatz von Verpackungsmaterialien optimiert und den Anteil an recycelten Materialien erhöht haben. Allerdings sind die Transportemissionen im Vergleich zu unserem Basisjahr gestiegen, da die Integration lokaler Lagerhäuser zu längeren Transportwegen geführt hat. Um dem entgegenzuwirken, arbeiten wir mit unseren Logistikpartnern zusammen, um die Transportwege zu optimieren und alternative Lösungen wie Abhol- und Rückgabestellen zu prüfen, um die Emissionen so weit wie möglich zu reduzieren.



Entwicklung unseres Climate Transition Plans

Die Bekämpfung des Klimawandels erfordert einen klaren Plan. Nach einer Bewertung unserer Emissionen und Klimaauswirkungen haben wir SBTi-geprüfte Ziele festgelegt und einen Climate Transition Plan entwickelt. Dieser Plan konzentriert sich auf zentrale Bereiche wie Energieeffizienz, erneuerbare Energien, nachhaltige Lieferkettenpraktiken und verantwortungsbewusste Materialbeschaffung.

Unsere Maßnahmen erstrecken sich über Scope 1, 2 und 3, wobei der Schwerpunkt auf Scope 3 liegt, da hier der größte Teil unserer Emissionen entsteht. Durch enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und die Optimierung unserer Beschaffungspraktiken wollen wir langfristige Emissionsreduktionen erzielen und die Ressourceneffizienz verbessern.

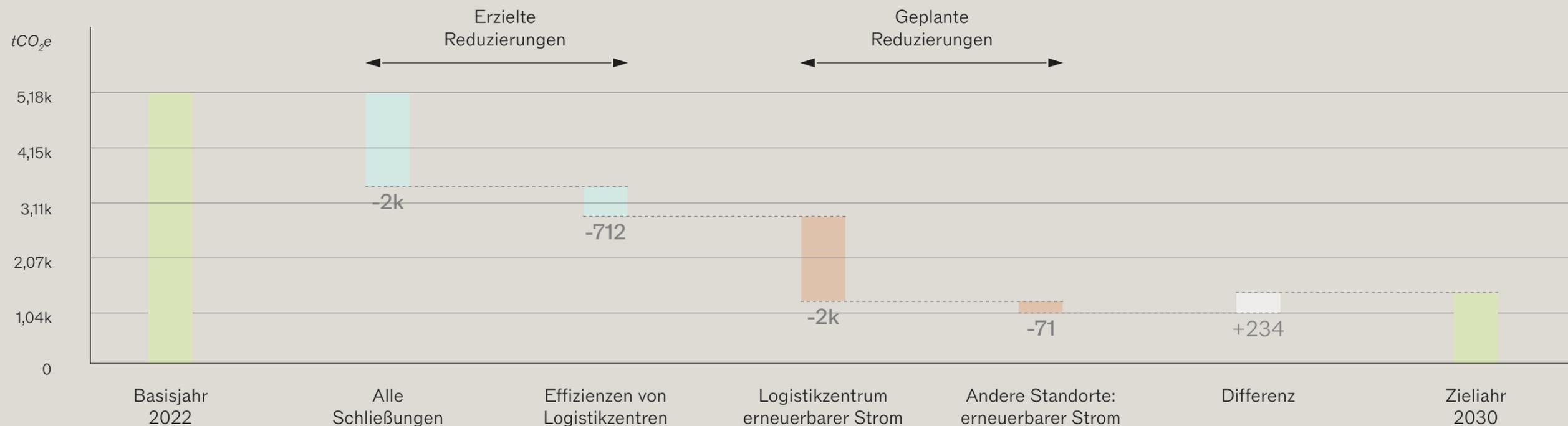
Ebenso wichtig ist es, die Auswirkungen des Klimawandels ganzheitlich zu verstehen. In diesem Jahr haben wir unsere erste qualitative Klimaszenarioanalyse durchgeführt,

um potenzielle Risiken und Chancen zu bewerten. Weitere Details dazu finden Sie in unserem [Climate Transition Plan](#) auf Seite 18.

Zu Beginn unseres Engagements für den Klimaschutz haben wir CO₂-Zertifikate erworben, um Projekte zur Entfernung von CO₂ aus der Atmosphäre zu unterstützen. Damit wollten wir unmittelbar einen Beitrag zum Klimaschutz leisten, während wir parallel noch unseren Emissionsfußabdruck analysiert und unsere Reduktionsziele festgelegt haben.

Da wir nun wissenschaftlich fundierte Ziele haben, liegt unser Fokus auf der direkten Reduzierung von Emissionen. Deshalb erwerben wir keine zusätzlichen CO₂-Zertifikate, sondern fokussieren uns auf konkrete Maßnahmen wie die Umstellung auf erneuerbare Energien.

Pfad zur Reduzierung der Scope 1- und Scope 2-Emissionen



Strategien zur Minderung von Scope 1- und Scope 2-Emissionen



Umstellung auf erneuerbare Energien

Unser Ziel ist es, bis 2027 100% unserer Energie aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Derzeit deckt eine Photovoltaikanlage (PV) in unserem Logistikzentrum in Poznań etwa 14% des Strombedarfs. Zusätzlich werden unsere Büros in München und Warschau, der Westwing Delivery Service Hub in München und unser Store in Hamburg mit Ökostrom betrieben.

Die Ausweitung unseres Anteils an erneuerbarer Energie ist herausfordernd, insbesondere in angemieteten Gebäuden, in denen die Energieversorgung von externen Anbietern abhängt. Trotz dieser Einschränkungen haben wir erhebliche Fortschritte bei der Sicherung zusätzlicher erneuerbarer Energie gemacht und werden unseren Anteil in naher Zukunft weiter steigern. Um den verbleibenden Strombedarf zu decken, prüfen wir den Einsatz von Herkunftsnachweisen (GOs) als Zwischenlösung.

Über den Strom hinaus bleibt die Umstellung auf erneuerbare Energien für Heizsysteme eine komplexe Herausforderung. Wir suchen aktiv nach praktikablen Wegen, um unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen zu verringern und nachhaltigere Energiequellen in unseren Betrieb zu integrieren.

Energieeffizienz

Im Jahr 2023 wurden bei Energieaudits in unserem Logistikzentrum Möglichkeiten zur Optimierung des Energieverbrauchs ermittelt, die zu konkreten Effizienzmaßnahmen führten. Dazu gehörten die Stabilisierung der Innentemperaturen, der Einbau von Türdichtungen sowie die Optimierung der Betriebszeiten, der Beleuchtung und der Ladezyklen der Gabelstaplerbatterien. Darüber hinaus haben wir durch Konsolidierung unserer internationalen Standorte inklusive der Zentralisierung der Logistikprozesse in Polen Prozesse verschlankt und so den Energieverbrauch sowie die Emissionen weiter gesenkt.

Umstellung der Fahrzeugflotte

Unsere Bemühungen zur Flottenumstellung konzentrieren sich auf Fahrzeuge, die sich im Besitz von Westwing befinden oder von uns betrieben werden. Während der größte Teil unserer Flotte immer noch auf fossile Brennstoffe angewiesen ist, verfügen wir über zwei Elektrofahrzeuge. Die Umstellung bleibt eine Herausforderung, da es nur eine begrenzte Verfügbarkeit geeigneter Fahrzeugmodelle für unseren Westwing Delivery Service gibt – insbesondere in den benötigten Größen und mit der erforderlichen Reichweite. Wir beobachten weiterhin die Marktentwicklungen und prüfen Partnerschaften mit externen Anbietern, um den Übergang zu einer nachhaltigeren Flotte zu beschleunigen.

Strategien zur Minderung von Scope 3-Emissionen



Nachhaltige Lieferkettenpraktiken

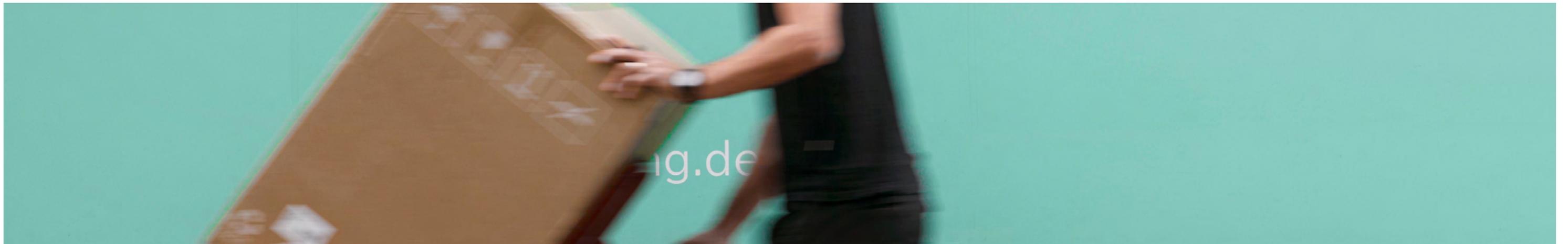
Bis 2027 wollen wir, dass 80% unserer Lieferanten (nach Einkaufsvolumen) Science-Based Targets (SBTs) setzen. Daher haben wir den Austausch mit Westwing Collection Lieferanten, Markenpartnern und Logistikanbietern intensiviert und interne Schulungen eingeführt. Diese behandeln unter anderem die Berechnung von Kohlenstoffemissionen und das SBTi-Regelwerk. Die Einbindung von Lieferanten in der Festlegung von SBTs ist herausfordernd, da diese unterschiedlichste Reifegrade in Bezug auf Klimastrategie, Datenverfügbarkeit und internem Wissen vorweisen. Umso wichtiger ist Zusammenarbeit, um das notwendige Bewusstsein zu schaffen und sie zu konkreten Klimaschutz-Verpflichtungen zu ermutigen. Durch die Kooperation wollen wir Emissionen entlang der Wertschöpfungskette reduzieren, von der Produktion über den Transport bis zur Endauslieferung. Insbesondere unter unseren Lieferanten der Westwing Collection zeigt sich eine größere Bereitschaft zum Klimaschutz. Zusätzlich kooperieren wir mit Logistikdienstleistern, um emissionsärmere Transportlösungen zu entwickeln. Dazu gehören Elektrifizierung der Flotten, Routenoptimierung und alternative Kraftstoffe. Weitere Details finden sich im Abschnitt zu [Logistikemissionen](#).

Verantwortungsvolle Materialbeschaffung

Nachhaltig beschaffte Materialien haben oft eine geringere CO₂-Bilanz als herkömmliche Alternativen. Dies wird durch umweltfreundlichere Anbau-, Forstwirtschafts- und Herstellungspraktiken erreicht, die weniger Pestizide und Düngemittel erfordern, geringere Emissionen verursachen und ressourcenschonender sind. Diese Verbesserungen senken die CO₂-Intensität der Materialien in unseren Produkten und tragen zur Reduktion von Scope 3-Emissionen bei. Bei Westwing legen wir besonderen Wert auf verantwortungsvolle Materialbeschaffung, besonders bei der Westwing Collection, wo wir die größte Kontrolle über Materialwahl und Lieferantenpraktiken haben. Weitere Informationen dazu finden sich im Abschnitt [WE CARE für unsere Produkte – Materialien](#).

Nachhaltige Verpackung und Abfallmanagement

Um unseren CO₂-Fußabdruck und Ressourcenverbrauch zu reduzieren, fokussieren wir uns auf weniger Verpackungsmaterial, mehr recycelte Materialien und Abfallreduzierung, besonders in unserem Logistikzentrum. Unsere Maßnahmen umfassen die Optimierung des Verpackungsdesigns, die Umstellung auf recycelte und recycelbare Alternativen sowie die Verbesserung des Abfallmanagements. So wollen wir Emissionen senken, Ressourcen schonen und die Umweltbelastung verringern. Weitere Infos finden sich im Abschnitt [WE CARE für unsere Produkte – Verpackung](#).



Reduzierung unserer Logistikemissionen

Durch die Neugestaltung und Optimierung unserer Logistikprozesse wollen wir unseren CO₂-Fußabdruck verringern und gleichzeitig effiziente Abläufe sicherstellen, die den Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden entsprechen. Unser Fokus liegt auf zwei zentralen Phasen der Logistik: Linehaul und Last-Mile-Zustellung. Linehaul bezeichnet den Transport von Waren von den Lagern zu den Verteilzentren. Last-Mile-Zustellung umfasst den letzten Transportabschnitt von den Verteilzentren bis zur Haustür der

Kundinnen und Kunden. Beide Phasen bieten spezifische Optimierungsmöglichkeiten zur Emissionsreduzierung.

Im Jahr 2024 haben wir die Zusammenarbeit mit all unseren Logistikdienstleistern zur CO₂-Bilanzierung und zur Implementierung von Science-Based Targets (SBTs) gestartet und werden diese Initiative im Laufe des Jahres weiterführen.



Deep Dive: Reduzierung unserer Logistikemissionen



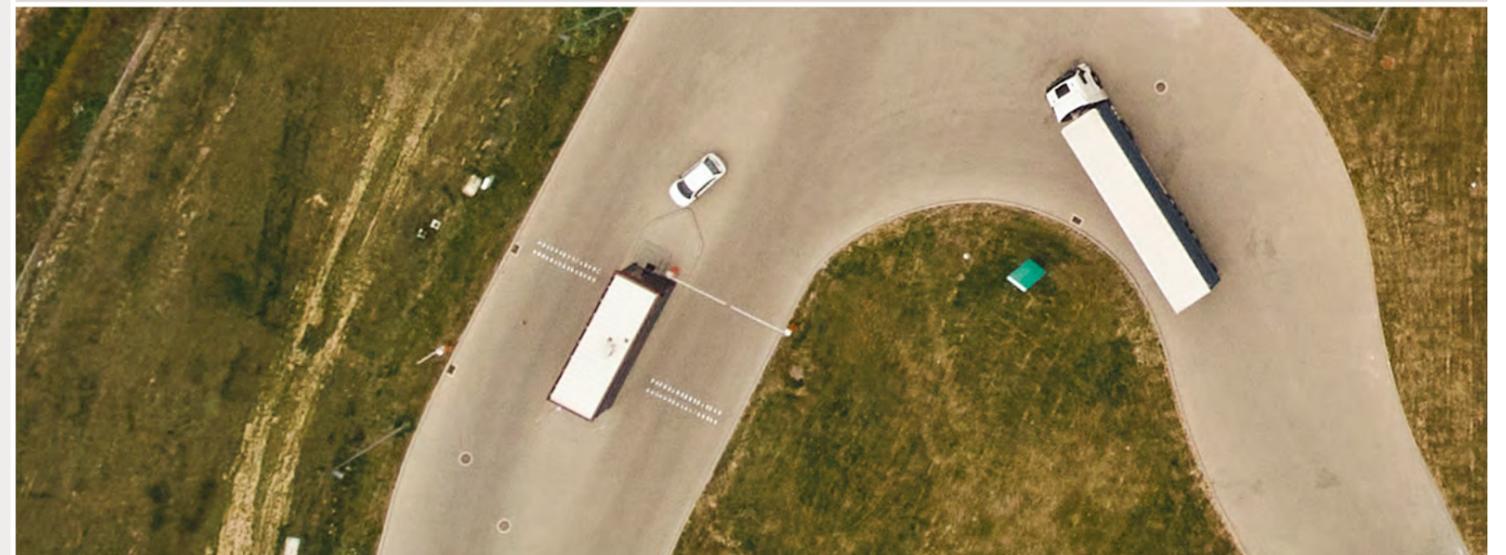
Förderung emissionsarmer Last-Mile-Zustellung

Wir erforschen Lösungen, die Emissionen senken und die Effizienz steigern sollen. Zu unseren wichtigsten Initiativen gehören:

- Seit Anfang 2024 werden alle Paket- und Großlieferungen in Hamburg ausschließlich mit Elektrofahrzeugen durchgeführt.
- Nachhaltigkeit wurde erstmals als zentrales Auswahlkriterium für Transportdienstleister eingeführt.
- Wir weiten das Drop-Shipping aus, bei dem Produkte direkt von Lieferanten an Kundinnen und Kunden versendet werden, wodurch unser Logistikzentrum umgangen, Emissionen reduziert und Effizienz gesteigert wird.
- Wir prüfen alternative Zustelloptionen wie Paketstationen und Abhol- bzw. Rückgabestellen.
- Wir evaluieren nachhaltige Versandlösungen, darunter elektronische Lastwagen und klimafreundliche Kraftstoffe, um den CO₂-Ausstoß weiter zu senken.

Reduzierung der Emissionen im Linehaul-Transport

Um die Emissionen im Ferntransport zu senken, optimieren wir die Fahrzeugauslastung und reduzieren die Anzahl der Fahrten. Ein bedeutender Meilenstein war der Wechsel hin zu einem näher gelegenen Verteilzentrum eines Logistikpartners in Polen. Diese Maßnahme optimiert Transportwege und senkt die Emissionen weiter. Dennoch bleiben Herausforderungen bestehen, insbesondere bei der Integration einiger unserer Linehaul-Dienstleister in das CO₂-Emissionsmanagement, da dieses Thema für viele noch relativ neu ist.





WE CARE
für Menschen



Menschen stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Von unseren engagierten Lieferanten und Mitarbeitenden bis hin zu den Kundinnen und Kunden, die uns ihr Vertrauen schenken – wir setzen uns für ihr Wohlbefinden ein.



01

WE CARE

für unsere
Lieferanten

Unsere hochwertigen Produkte der Westwing Collection werden in den Fabriken unserer Lieferanten hergestellt. Damit ist unsere Lieferkette ein wichtiger Faktor für sozialen und ökologischen Fortschritt.

Unser Engagement erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette und umfasst auch die Bedingungen, unter denen unsere Produkte hergestellt werden.



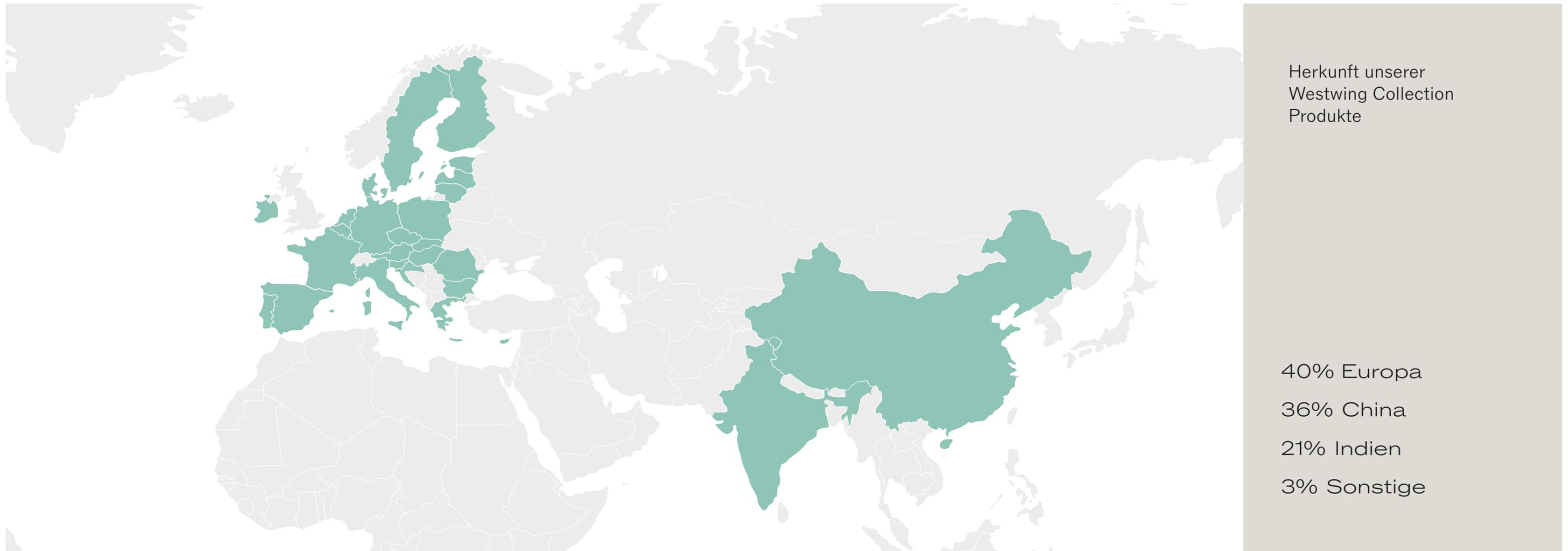
Highlights 2024

- Durchführung umfassender Umwelt- und Sozialaudits bei nahezu allen wichtigen und strategischen Lieferanten.
- Einführung eines Ausbildungs-Programms, bei dem 68% unserer wichtigsten und strategischen Lieferanten Schulungen zu sozialen und ökologischen Themen über die amfori Academy abgeschlossen haben.

Zukünftiger Fokus

- Einführung von Selbstevaluierungen für unsere ergänzenden Lieferanten und Fortsetzung der Audits mit dem Ziel, bis Ende 2025 alle Lieferanten zu bewerten.
- Erhöhung des Anteils der Lieferanten, die an den Schulungsprogrammen der amfori Academy teilnehmen.

Unsere Lieferanten der Westwing Collection¹



¹Basierend auf dem Einkaufsvolumen.

Optimierung unseres Lieferantenmanagements

Um sichere und faire Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette zu gewährleisten und gleichzeitig die Umweltbelastung zu minimieren, setzen wir auf ein strukturiertes Audit-System. Dieses kombiniert eigene Bewertungen mit Audits durch unabhängige Dritte und basiert auf international anerkannten Standards. Durch die Identifizierung von Entwicklungsbereichen arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen, um ihre kontinuierliche Verbesserung zu unterstützen.

Früher bewerteten wir EU- und Nicht-EU-Lieferanten separat, doch mittlerweile verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz mit Fokus auf wichtige und strategische Lieferanten, um zielgerichtetere Verbesserungen zu ermöglichen. Unser Ziel ist es, langfristige Partnerschaften mit diesen Lieferanten aufzubauen und ihre sozialen sowie ökologischen Standards weiter zu erhöhen.



Verhaltenskodex für Lieferanten (CoC)

Von unseren Lieferanten wird erwartet, dass sie unsere CoCs lesen und einhalten, die die Bereiche Umwelt, Soziales und Unternehmensführung abdecken.

Sozial- und Umweltaudits

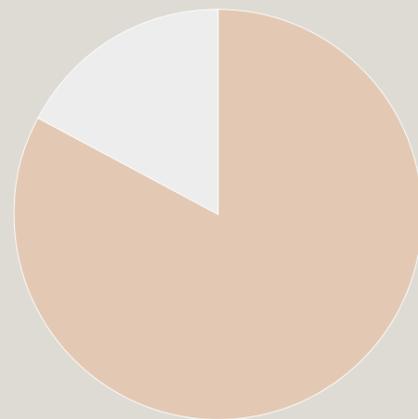
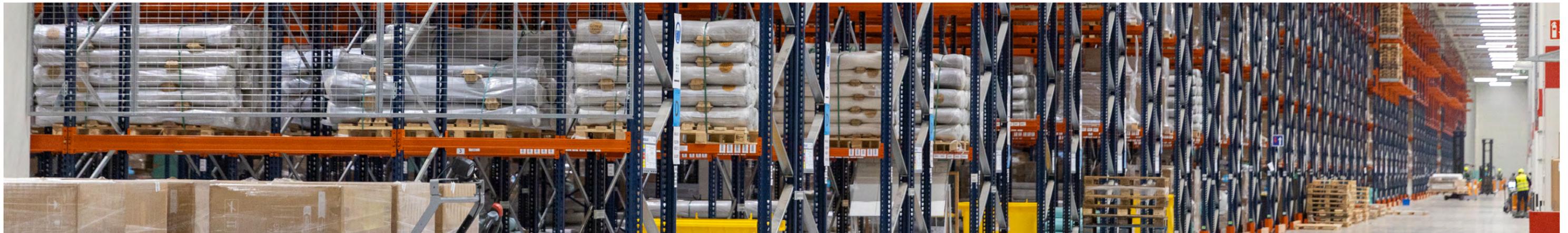
Unsere Lieferanten unterziehen sich Audits auf der Grundlage international anerkannter Standards und Systeme, um sicherzustellen, dass die Einhaltung der Standards in ihren Produktionsstätten überprüft wird.

Pläne für Abhilfemaßnahmen

Für festgestellte Lücken und Probleme werden Korrekturmaßnahmenpläne erstellt. Wir klassifizieren Feststellungen als geringfügig, schwerwiegend, kritisch oder Nulltoleranz.

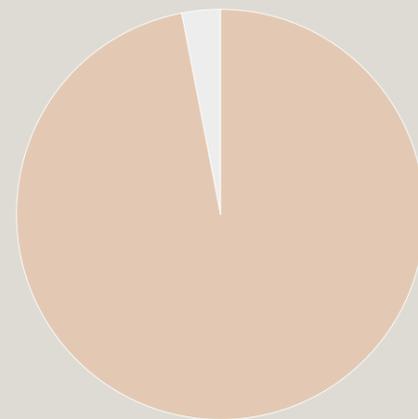
Follow-up-Prüfungen

Wir führen Follow-up-Audits durch, um zu überprüfen, ob die festgestellten Probleme und Lücken wirksam behoben wurden.



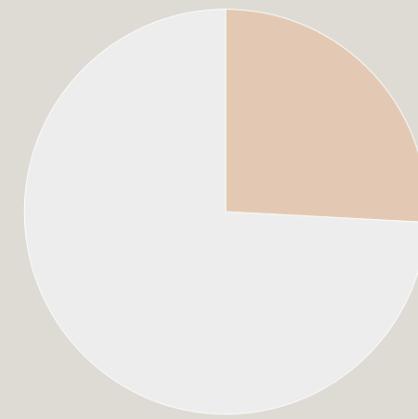
86%

Anteil der Westwing Collection Lieferanten, die zu Umweltaspekten bewertet wurden¹



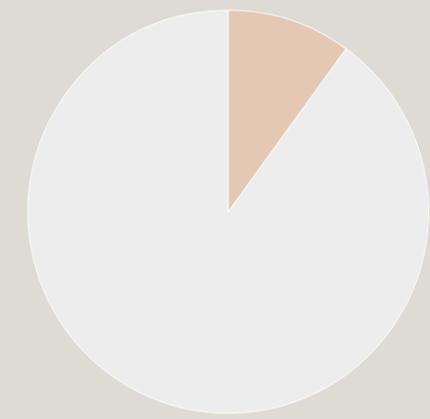
98%

Anteil der Westwing Collection Lieferanten, die zu sozialen Aspekten bewertet wurden¹



24%

Anteil der Westwing Collection Lieferanten mit Umweltmanagementsystemen¹



10%

Anteil der Westwing Collection Lieferanten mit sozialen Managementsystemen¹

¹Basierend auf dem Einkaufsvolumen.

Wie kategorisieren wir unsere Lieferanten?

- **Strategische Lieferanten:** Partner mit hohem Wachstumspotenzial und Innovationskraft, mit denen wir langfristige Verbesserungen vorantreiben.
- **Wichtige Lieferanten:** Zuverlässige Partner mit zentraler Bedeutung für unser Produktsortiment.
- **Ergänzende Lieferanten:** Partner mit einem geringen Einkaufsvolumen oder Nischenprodukte zur Ergänzung unseres Angebots.



Wie gehen wir bei ergänzenden Lieferanten vor?

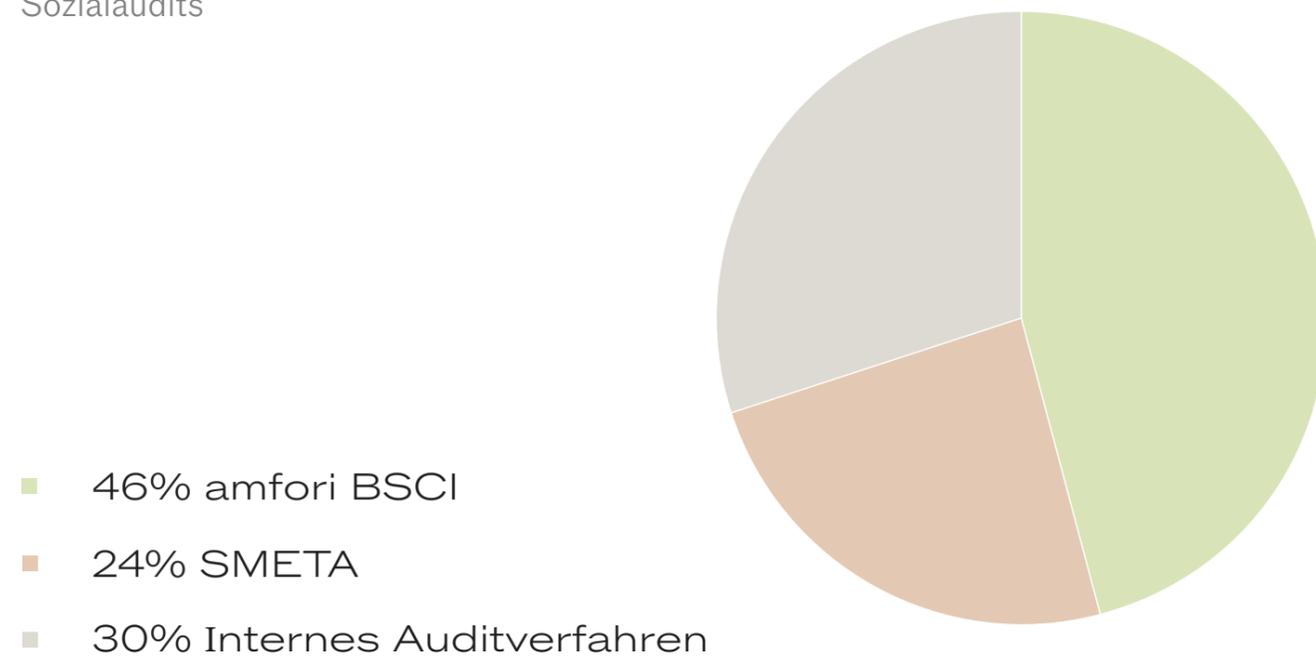
Während unsere wichtigen und strategischen Lieferanten im Mittelpunkt unserer strategischen Zusammenarbeit und Schulungs-Maßnahmen stehen, setzen wir uns gleichermaßen dafür ein, hohe Standards für alle Lieferanten der Westwing Collection aufrechtzuerhalten. Um dies zu erreichen, führen wir soziale und ökologische Selbstevaluierungen für unsere ergänzenden Lieferanten ein.

Unser Ziel ist es, dass alle ergänzenden Lieferanten diese Bewertungen bis Ende 2025 abschließen. Für Umweltbewertungen nutzen wir das BEPI-Tool von amfori, während wir für soziale Bewertungen auf ein internes Tool zurückgreifen, das weitgehend auf den BSCI-Standards basiert.

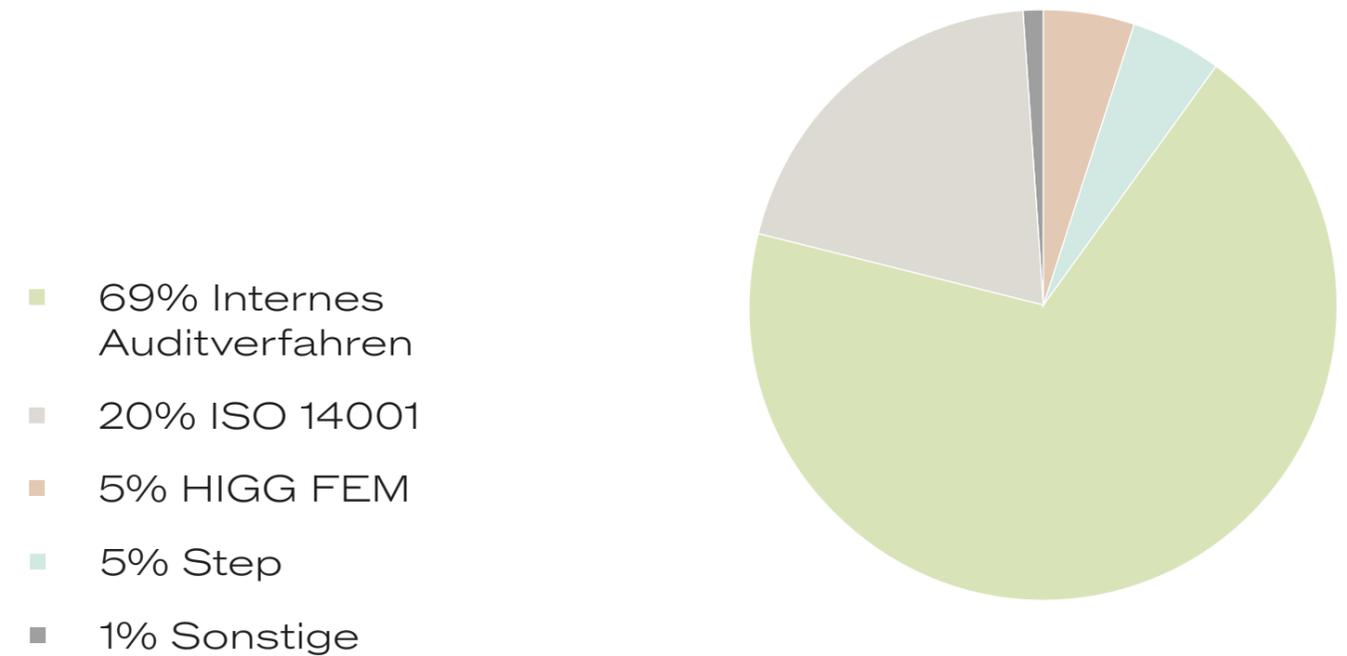
Was bewerten wir in sozialen Audits?

Soziale Audits untersuchen die Arbeitsbedingungen und ethischen Geschäftspraktiken der Lieferanten. Die Bewertung umfasst Themen wie: Menschenrechte, Diskriminierung & Vielfalt, Arbeitszeiten & Löhne, Gesundheit & Sicherheit, und Unternehmensethik.

Sozialaudits



Umweltaudits



Was bewerten wir in Umweltaudits?

Umweltaudits bewerten Lieferanten hinsichtlich der Einhaltung ökologischer Standards und der Bemühungen für den Klimaschutz. Dabei werden folgende Aspekte bewertet: Umweltgenehmigungen, Umweltmanagementsysteme Energie- & Wasserverbrauch, Abwasser- & Luftemissionen, und Abfallmanagement & Chemikalienkontrolle.

Was sind unsere wichtigsten Erkenntnisse?

Unsere Audits haben gezeigt, dass in allen Regionen Verbesserungspotenzial bei Gesundheits- und Sicherheitsstandards besteht. EU-Lieferanten weisen Entwicklungsmöglichkeiten in sozialen Managementsystemen auf. In Nicht-EU-Regionen gibt es zusätzlich Herausforderungen im Bereich der Arbeitszeiten.

Wir haben festgestellt, dass die Vertrautheit mit sozialen und ökologischen Audit-Prozessen zwischen EU- und Nicht-EU-Lieferanten variiert, da sie durch spezifische Marktbedingungen beeinflusst wird. Dies kann zu unterschiedlichen Anpassungsgeschwindigkeiten an diese Anforderungen führen.

Um alle Lieferanten bei der Bewältigung dieser Herausforderungen zu unterstützen, legen wir besonderen Wert auf offene Kommunikation. Dadurch helfen wir ihnen, die Audit-Anforderungen zu verstehen und notwendige Verbesserungen umzusetzen.

Um die Leistung unserer Lieferanten zu verbessern konzentrieren wir uns auf zwei zentrale Bereiche:

- **Umwelt- und Sozialmanagementsysteme:** Diese Rahmenwerke bieten wirksame Instrumente, um identifizierte Verbesserungsbereiche anzugehen und langfristige Fortschritte zu fördern. Wir unterstützen unsere Lieferanten aktiv bei der Einführung dieser Systeme.
- **Schulungen:** Alle wichtigen und strategischen Lieferanten werden eingeladen, an den Schulungsprogrammen der amfori Academy teilzunehmen. Diese Programme vermitteln wertvolles Wissen und Ressourcen, um ihre Geschäftspraktiken zu verbessern.



Partnerschaft mit amfori

amfori ist eine globale Initiative zur Förderung positiver sozialer und ökologischer Veränderungen innerhalb von Lieferketten. Effektive Lieferantenbeziehungen gehen über Audits hinaus – sie erfordern Zusammenarbeit und den Austausch von Wissen, um nachhaltige Verbesserungen zu erzielen. Durch unsere Partnerschaft nutzen wir die Expertise und das weitreichende Netzwerk von amfori, um unsere Lieferanten in der Optimierung ihrer Geschäftspraktiken zu unterstützen.

Wir engagieren uns aktiv in zwei wichtigen Arbeitsgruppen von amfori: **Speak for Change Revision** (mit Schwerpunkt auf sozialen Themen) und **BEPI Continuous Improvement** (mit Schwerpunkt auf Umweltthemen). In diesen Gruppen teilen wir Erkenntnisse und arbeiten gemeinsam an der Weiterentwicklung dieser Programme.

amfori Academy

Ausgewählte wichtige und strategische Lieferanten nehmen an der amfori Academy teil, die E-Learning, Webinare und Schulungen zu sozialen und ökologischen Themen anbietet. Mehr als 68% unserer Lieferanten, vor allem in Asien, haben ihre Schulungen bereits abgeschlossen und wertvolle Kenntnisse zur weiteren Verbesserung ihrer Praktiken gewonnen.

Speak for Change

Um Arbeitnehmer zu stärken, haben wir gemeinsam mit ausgewählten Lieferanten den amfori-Beschwerdemechanismus "Speak for Change" eingeführt. Diese Initiative bietet eine sichere und vertrauenswürdige Plattform, um Feedback zu teilen und Lösungen zu finden. Aktuell nehmen fünf unserer wichtigen und strategischen Lieferanten in Indien und Vietnam an diesem Programm teil.

Obwohl die geplante Erweiterung auf weitere Regionen zunächst vorgesehen war, hat amfori die Einführung in Indien und China vorübergehend pausiert, um den Ansatz weiter zu verfeinern. Wir werden das Programm weiterhin unterstützen und richten uns an der Weiterentwicklung des Programms aus.





02

WE CARE
für unsere
Kundinnen
und Kunden

Unsere Verantwortung gegenüber unseren Kundinnen und Kunden geht über das Angebot schöner Produkte hinaus – sie umfasst die Sicherstellung höchster Standards in den Bereichen Nachhaltigkeit, Qualität und Sicherheit. Mit unserem WE CARE Label bieten wir Produkte an, die nachhaltige Eigenschaften

besitzen und unter Berücksichtigung unserer Verantwortung gegenüber Umwelt und Menschen hergestellt wurden. Darüber hinaus halten wir strenge Qualitäts- und Sicherheitsstandards ein, um langlebige, zuverlässige und sichere Produkte für den Alltag zu gewährleisten.



Highlights 2024

- Erhöhung des Anteils an WE CARE Produkten in der Westwing Collection von 48% auf 66% im Vergleich zum Vorjahr und Erreichen des 50%-Ziels.
- Einrichtung einer Arbeitsgruppe zur Förderung der Nachhaltigkeitskommunikation und Festlegung einer Grundlage zur Messung der Zielerreichung.
- Veröffentlichung von über 150 Beiträgen zur Hervorhebung von WE CARE Produkten und Tipps für ein nachhaltiges Leben, um unsere Community von über 12 Millionen Followern zu inspirieren.

Zukünftiger Fokus

- Weiterentwicklung des WE CARE Labels und Erweiterung des Anteils an nachhaltigen Westwing Collection Produkten.
- Erforschung und Integration innovativer und nachhaltiger Materialien.
- Aufrechterhaltung strenger Produktqualitäts- und Sicherheitsstandards.
- Stärkung der Nachhaltigkeitskommunikation zur Erhöhung des Bewusstseins.

Förderung nachhaltiger Produkte und Lebensweisen

Wir möchten nachhaltige Lebensstile fördern, indem wir Produkte mit dem WE CARE Label anbieten und unseren Kundinnen und Kunden helfen, fundierte Produktentscheidungen zu treffen. In unserem Shop können Besucherinnen und Besucher die Nachhaltigkeitseigenschaften unserer Produkte mithilfe des WE CARE Filters erkunden.

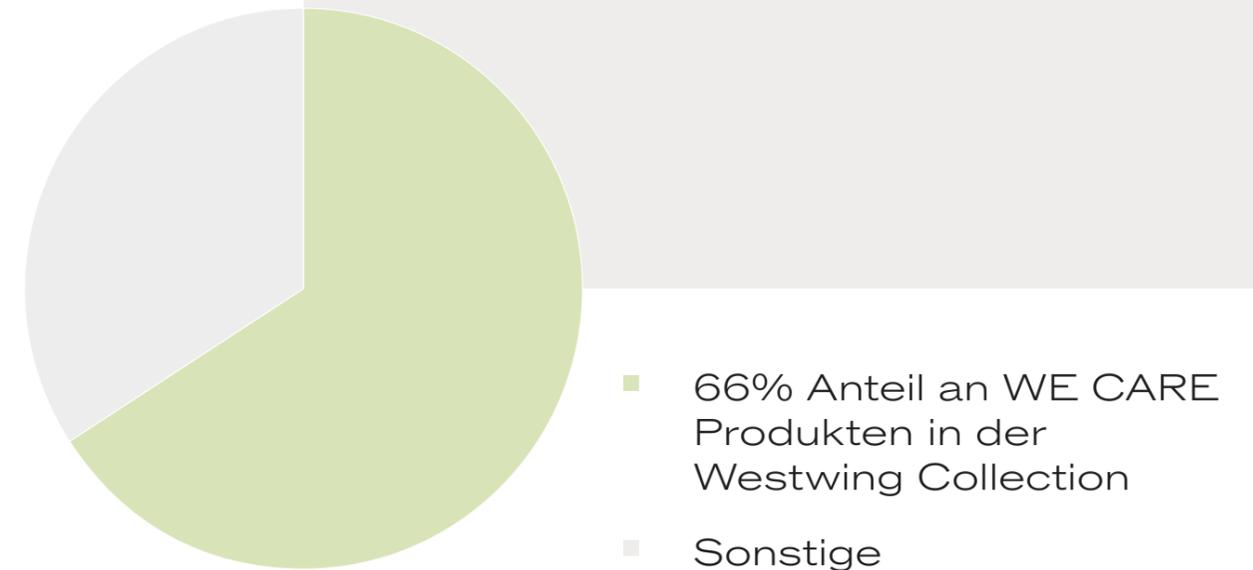
Im Vergleich zum Vorjahr haben wir den Anteil der als WE CARE gekennzeichneten Produkte in der Westwing Collection von 48% auf 66% erhöht. Diese Produkte machen aktuell 24%

unseres gesamten Sortiments aus. Unser Ziel ist es, dieses Label auf alle Westwing Collection Produkte auszuweiten, indem wir das Sortiment nachhaltiger Produkte kontinuierlich erweitern.

Mehr darüber, wie wir verantwortungsvolle Materialien und Produkte beschaffen und den Anteil von WE CARE Produkten in unserem Gesamtportfolio steigern, ist im Abschnitt [WE CARE für unsere Produkte - Materialien](#) zu finden.

Was ist das WE CARE Label?

Dieses Label kennzeichnet Produkte, die spezifische Nachhaltigkeitskriterien erfüllen, beispielsweise durch die Verwendung verantwortungsvoll beschaffter, biologischer oder recycelter Materialien. Es umfasst über 40 unabhängige Nachhaltigkeitszertifikate und Standards, darunter FSC® und GOTS. Weitere Informationen zu den genauen Kriterien des WE CARE Labels finden Sie [hier](#).



Einhaltung hoher Qualitäts- und Sicherheitsstandards

Wir arbeiten mit unabhängigen Laboren zusammen, um physikalische und chemische Prüfungen durchzuführen und sicherzustellen, dass unsere Produkte der Westwing Collection den Vorschriften von REACH (Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe) entsprechen. REACH ist eine europäische Verordnung, die darauf abzielt, die menschliche Gesundheit und die Umweltsicherheit zu verbessern, indem die Verwendung von gefährlichen Substanzen reduziert wird. Die Einhaltung von REACH ist wichtig, um sowohl unsere Kunden als auch die Umwelt zu schützen, indem wir die schädlichen Substanzen in unseren Produkten auf ein Minimum reduzieren.

Unsere Qualitätsteams führen regelmäßig Inspektionen durch, darunter auch laufende Qualitätsprüfungen und Haltbarkeitstests, um sicherzustellen, dass die Produkte unseren Standards entsprechen. Zu diesen Prozessen gehören Bewertungen wie Belastungstests, um zu bestätigen, dass unsere Möbel dem täglichen Gebrauch standhalten können. Indem wir Tests und Untersuchungen einen hohen Stellenwert einräumen, wollen wir sichere, langlebige und hochwertige Produkte liefern, denen unsere Kundinnen und Kunden in ihrem Zuhause vertrauen können.





03

WE CARE
für unsere
Mitarbeitenden

Der Großteil der Westwing Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist an unserem Hauptsitz in München sowie in unserem Büro- bzw. Logistikzentrum in Polen tätig. Um den Bereich People & Culture (P&C) zu optimieren, haben wir den OneP&C-Ansatz eingeführt und eine einheitliche P&C-Organisation geschaffen. Diese zentralisierte Struktur verbessert die Effizienz unserer P&C-Initiativen, sorgt für Konsistenz innerhalb des

Unternehmens und fördert die Leistung. Im Einklang mit diesem Ansatz spiegelt unsere Employee Value Proposition (EVP) unsere Kernwerte wider und kommuniziert diese gezielt. Das EVP stärkt unser Engagement für höchste Qualität und Kreativität für unsere Kundinnen und Kunden und befähigt unsere Teams gleichzeitig dazu, sich weiterzuentwickeln und erfolgreich zu sein.



Highlights 2024

- Implementierung von OneP&C, um unsere P&C-Teams zu zentralisieren und Prozesse sowie Initiativen effizienter und wirkungsvoller zu machen.
- Etablierung eines dedizierten Learning & Development-Teams, um Wachstum und Entwicklung zu fördern, und Einführung eines Onboarding-Programms für Führungskräfte.
- Verbesserung und Ausbau von Initiativen zur mentalen Gesundheit zur Steigerung des Wohlbefindens der Mitarbeitenden.

Zukünftiger Fokus

- Umsetzung von Gesundheitsinitiativen im Logistikzentrum.
- Weiterentwicklung umfassender Trainingsprogramme für Führungskräfte.

Vielfalt und Offenheit am Arbeitsplatz

Eine unserer größten Stärken bei Westwing ist unser vielfältiger und integrativer Arbeitsplatz, an dem Teammitglieder aus 66 Nationen vertreten sind. Frauen spielen eine entscheidende Rolle in unserem Unternehmen und sind auf allen Ebenen stark vertreten. Wir fördern aktiv die Geschlechtervielfalt und stellen eine leistungsorientierte Vergütung sicher, indem wir die individuelle Leistung der einzelnen Teammitglieder fair und unvoreingenommen bewerten. Unser Ziel ist es, ein Umfeld zu schaffen, in dem sich Mitarbeitende respektiert, gestärkt und in der Lage fühlen, ihr volles Potenzial zu entfalten - um kontinuierlich Verbesserungen zu realisieren und damit unsere Wettbewerbsfähigkeit sicherzustellen.

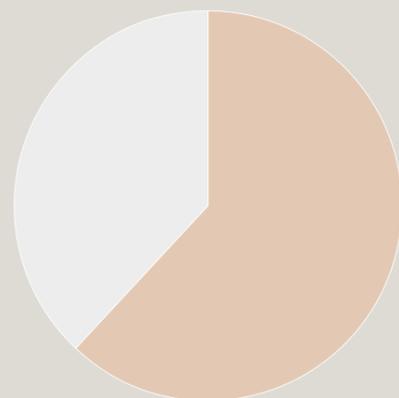
Wir pflegen eine Open-Door-Policy und holen regelmäßig durch Mitarbeiterzufriedenheitsumfragen Feedback ein. Unsere Group-Allhands Versammlungen bieten Updates zur Unternehmensentwicklung und eine Plattform für Fragen, während

wir gleichzeitig Erfolge und Leistungen gemeinsam feiern. Das Intranet dient als zentrale Informationsplattform und bietet Zugang zu Schulungen, Unternehmensnews, Nachhaltigkeitsthemen und Richtlinien.

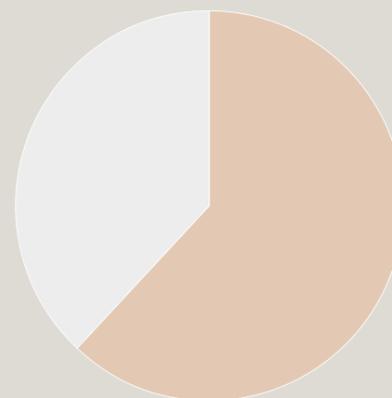
Zusätzlich fördern das **SE-Konsultationsgremium** und die polnischen Gewerkschaften den offenen Dialog zwischen Management und Mitarbeitenden, indem sie kontinuierlich wertvolles Feedback austauschen. Unser Whistleblower-Tool ermöglicht es Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zudem, potenzielle Verstöße gegen Gesetze, Unternehmensrichtlinien oder unethisches Verhalten anonym zu melden.

Für weitere Informationen über die Arbeit bei Westwing:
<https://www.westwing.com/careers/working-at-westwing/>

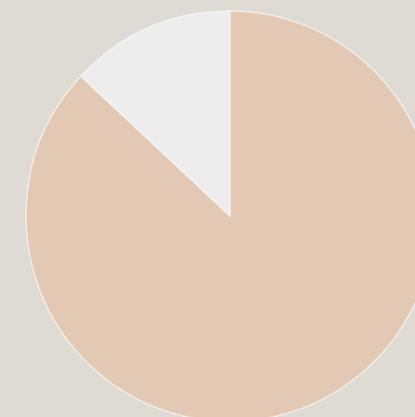
1.291 Mitarbeitenden¹ aus 66 Nationen



62%
Anteil weiblicher Mitarbeiter



62%
Anteil weiblicher Führungskräfte



87%
Anteil zufriedener Mitarbeitender²

¹FTE. ²Prozentsatz der Mitarbeitenden, die ihre Zufriedenheit in Mitarbeiterbefragungen als sehr positiv, positiv oder neutral bewerten.

Förderung der persönlichen Entwicklung

Die persönliche Weiterentwicklung ist ein zentrales Element unseres Erfolgs. Wir setzen auf dynamisches Lernen und fördern unsere Teams darin, Verantwortung für ihre eigene Entwicklung zu übernehmen. Unser Performance-Management-Ansatz unterstützt die persönliche und fachliche Entwicklung und begleitet Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf ihrem Karriereweg. Ein zentrales Element sind **360-Grad-Assessments**, die umfassendes Feedback von Kolleginnen und Kollegen, sowie Vorgesetzten bieten und so individuelle Verbesserungsmöglichkeiten identifizieren.

Um Entwicklungsmöglichkeiten weiter zu stärken und die Leistung unserer Teams zu maximieren, haben wir ein dediziertes **Learning & Development-Team**, welches sich auf die Bereitstellung von Insight-Sessions, sowie interne und externe Schulungsprogramme konzentriert.

Das **MyCareer-Programm** bietet strukturierte Unterstützung in den Bereichen Karriere-entwicklung, Nachfolgeplanung, Leistungsmanagement, Vergütung und

Schulungen. Im vergangenen Jahr wurde das Programm auf unsere polnischen Standorte ausgeweitet.

Unser **Leadership-Trainingsprogramm** unterstützt die Entwicklung wesentlicher Führungs-, Kommunikations- und Organisationsfähigkeiten durch Workshops, Erfahrungsaustausch sowie maßgeschneiderte Schulungspläne und sorgt dafür, dass unsere talentierten Teammitglieder ihr volles Potenzial ausschöpfen können. Im Jahr 2024 haben 67 Teilnehmer insgesamt 194 Trainingsstunden absolviert.

Das **Key Talent Programme** (HQ) erkennt und unterstützt Top-Talente durch eine einjährige Initiative, die Mentoring, Gruppenworkshops, Buddy-Support und Job Shadowing umfasst. Im vergangenen Jahr nahmen 15 Teilnehmer an insgesamt 104 Stunden Training teil.

In unserem Logistikzentrum bietet die **Westwing Academy** praxisnahe Schulungen zu Themen wie Unfallverhütung, Führungskompetenzen und sicherer Materialhandhabung an.



Stärkung von Gesundheits- und Sicherheitsstandards

Gesundheit und Sicherheit haben bei Westwing oberste Priorität, insbesondere in unseren Logistikzentren. Um die hohen Standards zu gewährleisten und unsere Teammitglieder zu schützen, führen wir maßgeschneiderte Initiativen für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz ein, darunter:



Regelmäßige OHS-Schulungen

Regelmäßige Sicherheitsschulungen für bestimmte Tätigkeitsbereiche

Safety Academy

Gezielte Schulungen für Vorgesetzte und Fahrer zur Verbesserung der betrieblichen Sicherheitspraktiken

Brandschutz- und Erste-Hilfe-Schulungen

Wichtige Vorbereitung auf Notfallszenarien

Sicheres Arbeiten in der Höhe

Spezielles Training für Wartungsteams, die in hochgelegenen Bereichen arbeiten

Gezielte Informationskampagnen

Themen wie Sicherheit im Winter und Vorsichtsmaßnahmen bei heißem Wetter, um sich unter verschiedenen Bedingungen zu schützen

Verbesserung des Arbeitsumfelds

Ein positives Arbeitsumfeld zu fördern bedeutet, sowohl berufliches als auch persönliches Wohlbefinden zu unterstützen. Unsere Initiativen umfassen:

Unterstützung für die *psychische Gesundheit*

Zugang zu wertvollen Informationen über ein spezielles Tool zur Förderung der psychischen Gesundheit

Jährliche *Health Week*

Eine Reihe von Workshops und Aktivitäten, die sich auf Stressmanagement, Gesundheitsuntersuchungen, Ergonomie und allgemeines Wohlbefinden konzentrieren

Unterstützung für *Eltern*

Zugang zu Kinderbetreuungseinrichtungen, flexible Arbeitszeiten und maßgeschneiderte Unterstützung durch unser P&C-Team





Wirkung erzielen durch freiwilliges Engagement der Mitarbeitenden

Wir ermutigen unsere Mitarbeitenden, sich aktiv in ihren Gemeinschaften zu engagieren und ihre Fähigkeiten sinnvoll einzusetzen. Unsere Community-Engagement-Richtlinien inspirieren dazu, persönliche Stärken für gesellschaftlichen Mehrwert zu nutzen. Durch unsere **Social Impact Day-Initiative** erhält jeder Mitarbeitende einen bezahlten Arbeitstag pro Jahr für ehrenamtliche Aktivitäten. Dazu gehören beispielsweise Besuche in Seniorenheimen, Müllsammelaktionen und die Unterstützung von Tierheimen. Im Jahr 2024 engagierten sich:

- 122 Teilnehmer in insgesamt 12 Projekten
- 763 Stunden ehrenamtliche Arbeit

Anhang



Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit¹

PRODUKTE

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Materialien	Anteil von zertifiziertem ² , verantwortungsvoll bezogenem Holz	%	60	74	94
	Anteil von zertifizierter ³ , verantwortungsvoll bezogener Baumwolle	%	31	68	85
	Anteil von verantwortungsvoll bezogenen tierischen Nebenprodukten ⁴	%	33	46 ⁵	92
	Anteil von recyceltem Kunststoff mit >30% Post-Consumer-Recyclinganteil	%	-	7	11
Verpackungs-materialien⁶	Gesamtgewicht der Verpackungsmaterialien	Tonnen	-	-	7.944
	Gesamtgewicht der Holz-/Papierfaserverpackung	Tonnen	-	-	7.340
	Anteil an recycelten/zertifizierten Materialien in Holz-/Papierverpackungen	%	-	-	59

¹Für Metriken, deren Verfolgung 2023 oder 2024 begann, sind keine historischen Daten verfügbar. ²Zertifizierungen wie FSC® und PEFC. ³Zu den Zertifizierungen gehören BCI, GOTS usw. ⁴Zu den tierischen Nebenprodukten gehören Leder, Federn, Daunen, Wolle, Kaschmirwolle und anerkannte Standards wie Leather Working Group, Downpass usw. ⁵Wir haben Ungenauigkeiten in den zuvor gemeldeten Daten zu tierischen Nebenprodukten festgestellt und sie korrigiert, um Transparenz und Genauigkeit zu gewährleisten. ⁶Deckt die in unserem Logistikzentrum und bei Westwing Collection und Markenpartnern verwendeten Verpackungen ab.

PRODUKTE

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Verpackungs- materialien¹	Gesamtgewicht der Metallverpackungen	Tonnen	-	-	0,7
	Anteil an recycelten/zertifizierten Materialien in Metallverpackungen	%	-	-	0
	Gesamtgewicht der Glasverpackungen	Tonnen	-	-	39
	Anteil an recycelten/zertifizierten Materialien in Glasverpackungen	%	-	-	0
	Gesamtgewicht der Kunststoffverpackungen	Tonnen	-	-	563
	Anteil der recycelbaren Kunststoffverpackungen	%	-	-	94
Verpackung im Logistik- zentrum	Anteil recycelbarer ² Materialien an den gesamten Verpackungsmaterialien	%	99	99	100
	Anteil der verwerteten und/oder recycelten Verpackungen an den gesamten Verpackungsabfällen	%	82	95	100

¹Deckt die in unserem Logistikzentrum und bei Westwing Collection und Markenpartnern verwendeten Verpackungen ab. ²Recycelbare Kunststoffe beziehen sich auf Polyethylen niedriger Dichte (LDPE), Polyethylen hoher Dichte (HDPE), Polypropylen (PP), Polyethylen (PE) und PET; recycelbare Papiere beziehen sich auf alle Papiere, die nicht mit Wachs, Folie oder Kunststoff überzogen sind. Ausgenommen sind alle Einwegkunststoffe (gemäß Westwing-Definition) und alle Schaumstoffe.

PRODUKTE

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Verpackung im Logistikzentrum	Anteil des Schaumstoffs an den gesamten Kunststoffmaterialien	%	2	0,5	0,2
	Reduzierung von Einwegplastikverpackungen pro versandtem Artikel im Vergleich zu 2023	%	-	-	30
	Reduzierung von Kunststoffverpackungen pro versandtem Artikel im Vergleich zu 2022	%	-	17	35
	Anteil von Papierverpackungen mit 100% recyceltem Material an allen Papierverpackungen	%	77	86	99
	Anteil von Kunststoffverpackungen mit >60% recyceltem Material an allen Kunststoffverpackungen	%	4	43	98

PLANET

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Energie¹	Erneuerbare Energie	MWh	867	891	615
	Anteil erneuerbarer Energien	%	5	9	9
	Nicht-erneuerbare Energie	MWh	15.708	8.710	6.085
	Gesamtenergieverbrauch	MWh	16.575	9.601	6.699
Treibhausgas-emissionen	Scope 1	tCO ₂ e	2.776	1.560	1.081
	Scope 2 (marktbasiert)	tCO ₂ e	2.397	1.393	771
	Scope 2 (standortbezogen)	tCO ₂ e	2.783	1.356	1.023
	Scope 3 ²	tCO ₂ e	5.788	3.163	145.324

¹Verbrauch von Elektrizität und Heizung. ²Die Werte für 2022 und 2023 beinhalten Emissionen aus Geschäftsreisen, dem Pendeln von Mitarbeitern und kraftstoff- und energiebezogenen Aktivitäten, die nicht in Scope 1 und Scope 2 enthalten sind. Die Emissionen für 2024 umfassen alle zuvor angegebenen Kategorien zusätzlich zu den eingekauften Waren und Dienstleistungen, Investitionsgütern, vorgelagerten Transporten und Vertrieb, im Betrieb anfallenden Abfällen, der Verwendung verkaufter Produkte und der End-of-Life-Behandlung verkaufter Produkte.

PLANET

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024	
Treibhausgas-emissionen	Scope 3 ¹	Eingekaufte Waren und Dienstleistungen	tCO ₂ e	-	-	72.769
		Investitionsgüter	tCO ₂ e	-	-	3.414
		Transport und Distribution in der vorgelagerten Lieferkette	tCO ₂ e	-	-	34.294
		Verwendung der verkauften Produkte	tCO ₂ e	-	-	13.038
		Lebenszyklusende (Entsorgung)	tCO ₂ e	-	-	17.652
		Sonstiges	tCO ₂ e	-	-	4.157
		Insgesamt Scope 1, 2 (marktbasiert) und 3	tCO ₂ e	10.961	6.116	147.175
Wasser	Wasserentnahme	m ³	12.974	13.008	13.742	

¹Die Werte für 2022 und 2023 beinhalten Emissionen aus Geschäftsreisen, dem Pendeln von Mitarbeitern und kraftstoff- und energiebezogenen Aktivitäten, die nicht in Scope 1 und Scope 2 enthalten sind. Die Emissionen für 2024 umfassen alle zuvor angegebenen Kategorien zusätzlich zu den eingekauften Waren und Dienstleistungen, Investitionsgütern, vorgelagerten Transporten und Vertrieb, im Betrieb anfallenden Abfällen, der Verwendung verkaufter Produkte und der End-of-Life-Behandlung verkaufter Produkte.

PLANET

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024	
Abfall	Gesamtgewicht des Abfalls	Tonnen	1.792	2.449	2.245	
	Anteil der verwerteten und/oder recycelten Abfälle	%	89	83	84	
	Gefährlicher Abfall	Recycelter/wiederverwendeter Abfall	Tonnen	-	-	0,02
		Entsorgter Abfall	Tonnen	-	-	0,02
		Deponierter Abfall	Tonnen	-	-	0
		Abfallverbrennung mit Energierückgewinnung	Tonnen	-	-	0,02
	Nicht-gefährlicher Abfall	Recycelter/wiederverwendeter Abfall	Tonnen	-	-	1.663

PLANET

Thema	Leistungsindikator		Einheit	2022	2023	2024
Abfall	Nicht-gefährlicher Abfall	Entsorgter Abfall	Tonnen	-	-	582
		Deponierter Abfall	Tonnen	-	-	359
		Abfallverbrennung mit Energierückgewinnung	Tonnen	-	-	222

MENSCHEN¹

Thema	Leistungsindikator					
Lieferkette	Gesamtzahl der Tier-1-Lieferanten		#	-	-	181
	Gesamtzahl der wichtigen und strategischen Lieferanten in Tier-1		#	-	-	102
	Anteil der wichtigsten und strategischen Lieferanten am gesamten Einkauf		%	-	-	84

¹Die KPIs basieren auf Vollzeitäquivalenten (FTE).

MENSCHEN¹

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Bewertung der Lieferkette²	Anteil der regelmäßig auf soziale Themen geprüften Westwing Collection-Lieferanten	%	-	-	98
	Anteil der regelmäßig auf Umweltaspekte geprüften Westwing Collection-Lieferanten	%	-	-	86
	Anteil der Westwing Collection-Lieferanten mit einem Umweltmanagementsystem (EMS)	%	9	11	24
	Anteil der Westwing Collection-Lieferanten mit einem Sozialmanagementsystem (SMS)	%	-	3	10
	Anteil der Westwing Collection-Lieferanten mit Programmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen	%	-	-	76
	Anzahl der bewerteten Lieferanten mit erheblichen tatsächlichen/potentiellen negativen Auswirkungen	#	-	-	12
	Anteil der Lieferanten mit erheblichen tatsächlichen/potentiellen negativen Auswirkungen, die einen vereinbarten Korrektur-/Verbesserungsplan haben	%	-	-	75

¹Die KPIs basieren auf Vollzeitäquivalenten (FTE). ²Basierend auf dem Einkaufsvolumen.

MENSCHEN¹

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Bewertung der Lieferkette²	Anzahl der Lieferanten mit erheblichen tatsächlichen/ potentiellen negativen Auswirkungen, denen gekündigt wurde	#	-	-	0
	Gesamtzahl der Anbieter in Programmen zum Kapazitätsaufbau	#	-	-	77
	Verhaltenskodex (Code of Conduct), von unseren Shop-Markenpartnern unterzeichnet	%	100	100	100
	Verhaltenskodex (Code of Conduct) von unseren Retail Campaigns-Markenpartnern unterzeichnet	%	-	11	66
Kunden-zufriedenheit	Kundenzufriedenheit	%	-	-	89
	Anteil der befragten Kunden	%	-	-	16
WE CARE Produkte	Anteil der Online-Produkte der Westwing Collection mit dem WE CARE-Label	%	29	48	66
	Anteil der Online-Produkte von Drittanbietern mit dem WE CARE-Label	%	5	5	11

¹Die KPIs basieren auf Vollzeitäquivalenten (FTE). ²Basierend auf dem Einkaufsvolumen.

MENSCHEN¹

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Mitarbeiter	Gesamtzahl der Mitarbeiter	#	1.729	1.614	1.291
Aufschlüsselung nach Geschlecht und Alter	Anteil der weiblichen Beschäftigten	%	59	60	62
	Anteil von Frauen in allen Führungspositionen	%	52	59	62
	Anteil von Frauen in Senior Positionen	%	62	58	63
	Anteil der Frauen in Junior Positionen	%	-	-	62
	Anteil der Mitarbeiter unter 30 Jahren	%	-	-	33
	Anteil der Mitarbeiter zwischen 30-50 Jahren	%	-	-	64
	Anteil der Mitarbeiter über 50 Jahren	%	-	-	3

¹Die KPIs basieren auf Vollzeitäquivalenten (FTE).

MENSCHEN¹

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Einstellung und Mitarbeiterbindung	Gesamtzahl der Neueinstellungen	#	469	338	248
	Anteil der offenen Stellen, die von internen Kandidaten besetzt werden	%	-	-	9
	Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	Jahre	2,7	3,3	3,5
	Fluktuationsrate der Mitarbeiter	%	-	-	28
Mitarbeiterzufriedenheit	Anteil aller Teammitglieder, die ihre Zufriedenheit in Mitarbeiterbefragungen als „sehr zufrieden“, „zufrieden“ oder „neutral“ bewerten ²	%	85	87	87
Schulung und Entwicklung	Durchschnittliche Schulungs- und Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter	#	-	-	3
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (eigene Mitarbeiter)	Anzahl der Todesfälle	#	0	0	0
	Häufigkeitsrate von Ausfallzeiten aufgrund von Verletzungen (Lost Time Injury Frequency Rate, LTIFR) ³	#	-	-	14,2

¹Die KPIs basieren auf Vollzeitäquivalenten (FTE). ²Im Jahr 2023 wurde unsere frühere Pulse Check-Umfrage durch unsere neue Office Vibe-Umfrage ersetzt. Aus diesem Grund sind die Zahlen für 2023 und 2024 nicht mit denen von 2022 vergleichbar. ³(Anzahl der Unfälle mit Ausfalltagen im Berichtszeitraum) x 1.000.000 / Insgesamt geleistete Arbeitsstunden im Berichtszeitraum - einschließlich Logistikzentrum.

MENSCHEN¹

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Soziale Verantwortung	Teilnehmende am Social Impact Day (nur Hauptsitz)	#	248	143	122
	Gesamtzahl der ehrenamtlichen Stunden (nur Hauptsitz)	#	1.360	640	763
Politische Beiträge	Gesamtsumme der finanziellen und sachbezogenen politischen Beiträge	EUR	-	-	0
Geschäftsethik & Compliance	Korruption oder Bestechung	#	-	-	0
	Diskriminierung oder Belästigung	#	-	-	7
	Personalbezogene Angelegenheiten	#	-	-	2
	Datenschutz von Kunden	#	-	-	0
	Interessenkonflikte	#	-	-	0

¹Die KPIs basieren auf Vollzeitäquivalenten (FTE).

MENSCHEN¹

Thema	Leistungsindikator	Einheit	2022	2023	2024
Geschäftsethik & Compliance	Geldwäsche oder Insiderhandel	#	-	-	0
	Gesamtzahl der gemeldeten Fälle	#	-	-	9
Produktrückrufe	Anzahl der Produktrückrufe	#	-	-	2

¹Die KPIs basieren auf Vollzeitäquivalenten (FTE).

Zusätzliche Informationen. Der Inhalt dieses Nachhaltigkeitsberichts wird durch unseren [CDP-Bericht 2024](#) sowie durch den [Fortschrittsbericht für den UN Global Compact](#) konkretisiert. Weitere Einblicke in unsere Geschäftstätigkeit und unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten finden Sie auf unserer Website: www.westwing.com/sustainability.

Zukunftsgerichtete Aussagen: Einige der in diesem Bericht enthaltenen Aussagen können zukunftsgerichtete Aussagen darstellen. Diese beruhen auf Annahmen, die zum Zeitpunkt ihrer Entstehung angemessen erschienen, zugleich aber erheblichen Risiken und Unsicherheiten unterliegen. Solche Aussagen sind nicht als Vorhersagen zukünftiger Ereignisse zu verstehen, und wir übernehmen keine Verpflichtung, sie zu aktualisieren oder zu überarbeiten.

Feedback: Wir sind sehr an Ihrem Feedback zu allen Aspekten unserer Nachhaltigkeitsstrategie und Nachhaltigkeitsperformance interessiert. Bitte wenden Sie sich für jegliche Fragen und Kommentare an sustainability@westwing.de.



WESTWING

Live Beautiful.