



ROSSMANN
Drogéria Parfüméria

**A ROSSMANN MAGYARORSZÁG
ELSŐ FENNTARTHATÓSÁGI JELENTÉSE**

Tudjok, mire vágyasz!



TARTALOMJEGYZÉK

Ügyvezetői Köszöntő	4
Bevezető	5
A Rossmann története	6
A Rossmann Magyarország bemutatása	7
Rossmann és a fenntarthatóság	9
Fogyasztóink - Tudjuk, mire vágysz	12
Termékeink	13
Innováció	21
Csomagolás	22
Tudjuk mire vágynak munkatársaink	27
Bérezés	32
Covid	33
Társadalmi felelősségvállalás	35
Logisztika	37
Online Drogéria	40
Beszállítók	41
Fenntartható Fejlődési Célok	42

ÜGYVEZETŐI KÖSZÖNTŐ

A Rossmann 27 éve van jelen a magyar piacon, mely idő alatt a hazai drogéria-piac egyik meghatározó szereplőjévé vált. Hosszú évek kemény munkája az, hogy a Rossmann mostanra megközelíti a hazai top 100 nagyvállalatot és átléptük a 100 milliárd forintos éves árbevételt. Tehát felnőttkorba léptünk, amely érettség felelősséggel is jár.

Gazdasági fenntarthatóságunk és stabilitásunk lehetőséget biztosít számunkra ahhoz, hogy a fenntarthatóság környezeti és társadalmi vonatkozásaira is kiemelt figyelmet fordítsunk. Pontosan tudjuk, hogy tevékenységünknek milyen gazdasági, környezeti és társadalmi hatásai vannak. Stratégia célunk, hogy a vállalati működés által okozott negatív környezeti hatásokat lehetőségeinkhez mérten minimalizáljuk, pozitív gazdasági és társadalmi hatásainkat pedig maximalizáljuk. Amellett, hogy számos teendőnk van, országos hálózatunkon keresztül számtalan lehetőség áll rendelkezésre számunkra.

Fenntarthatósági jelentésünk egy újabb mérföldkő a Rossmann életében. Meglátásunk, hogy a fenntarthatóságba való befektetés mindenki számára előnyös helyzetet eredményez. Szeretnénk kivenni mi is a részünket abban, hogy a globális célkitűzések megvalósításában helyi szinten szerepet vállaljunk. Törekedni fogunk arra, hogy a vállalatunk tovább haladjon a fenntartható fejlődés útján, amelyben minden érintettel együtt kívánunk dolgozni.

Kornél *László*



Németh Kornél
és Flórián László

BEVEZETŐ

Nők, fiatalok és családok számára elérhető, megbízható, barátságos, szakértő ugyanakkor modern és trendi drogéria vagyunk.

Mottónkat már ismered – TUDJUK, MIRE VÁGYSZ!

A Rossmann Magyarország első fenntartható fejlődési jelentését olvasod¹.

A Rossmannál nagyon sokat teszünk gazdasági fenntarthatóságunk, környezeti hatásaink csökkentése és a velünk érintkezésben lévő társadalmi csoportok jóléte érdekében. Ennek egészét nagyon kevesen látják, hiszen a velünk érintkező szereplők - fogyasztók, munkatársak, beszállítók, tulajdonosok, helyi közösségek, non-profit szervezetek, média - más és más oldalról közelítik vállalatunkat.

A fogyasztók a termékeinket ismerik, illetve üzleteinket és webshopunkat. Munkavállalóink jó rálátással vannak cégünk egészére, de többségüknek természetes módon nincs ugyanolyan mélységű betekintése a vállalati működés minden szegletére. Beszállítóink a logisztikai folyamatokat már jól ismerik, talán fogyasztóink is egyben, de más oldalról nekik sincs rálátásuk működésünkre. Bár lehet, hogy azonos távolságra vannak tőlünk, mégis más kapcsolatunk van az üllői lakókkal és településen található egyéb kereskedelmi egységekkel.

Fenntarthatósági törekvéseinket most közös nevezőre helyezzük. Célunk az, hogy jelentésünkkel egységes képet mutassunk be arról, hogy vállalatunk különböző területein hogyan jelenik meg a fenntarthatóság.

Hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő FMCG vállalatoként tudatában vagyunk annak, hogy tevékenységünk különböző hatással van a környezetre, társadalomra és a gazdaságra. Környezetterhelésünk jelentős, hiszen a forgalmazott termékek egy nagy része műanyagba csomagolt, a termékeink alapanyagai pedig nem minden esetben állnak kizárólag természetes anyagokból. Továbbá ahhoz, hogy fogyasztóinkhoz időben és a megfelelő minőségben, biztonságosan eljussanak az áruk, szén-dioxid kibocsátással járó logisztikai folyamatokra van szükség. Közvetve partnereink és beszállítóink további hatásokkal vannak környezetünkre.

Vállalatunk negatív környezeti hatásai mellett számos fontos pozitív gazdasági és társadalmi eredménnyel bír, hiszen kiskereskedelmi tevékenységünk befolyással van a kereslet és kínálati egyensúlyra, a foglalkoztatásra, illetve pénzforgalmi hatásunk is jelentős. Tudatában vagyunk tevékenységeink hatásaival és felelősséget vállalunk értük.

Jelentésünkben a Rossmann sajátmárkás termékeire helyezzük a fókuszot, hiszen ezekre van közvetlen ráhatásunk. A leírtak alapvetően az elmúlt két év tevékenységeit tükrözik, de a 2020-as év kiemelt figyelmet kap.



*Tudjuk, mire
vágysz!*

¹ Nem pedig a kezében tarthatod. Jelentésünket papír alapon nem terjesztjük, kérjük lehetőség szerint te se nyomtasd ki!

A ROSSMANN TÖRTÉNETE

TULAJDONOSI HÁTTÉR BEMUTATÁSA

A **DIRK ROSSMANN GMBH** az egyik legnagyobb drogéria-lánc Európában. A vállalat többségi tulajdonosa a Rossmann család. A cég alapítója, Dirk Rossmann 1972-ben megnyitotta első üzletét Hannoverben. Székhelyük azóta is Hannover közelében, Burgwedelben található.

AZ **A.S. WATSON GROUP**, amely a világ legnagyobb nemzetközi egészségügyi és szépségápolási kiskereskedője a **DIRK ROSSMANN GMBH** tulajdonosi hányadának 40%-át birtokolja. Az A.S Watson group 16 000 üzletével 27 piacon van jelen, 140 000 alkalmazottat foglalkoztat és a 12 kiskereskedelmi hálózatunkban évente több mint 5,9 milliárdan vásárolnak.

Mottójuk:
Mosolyt csalni vásárlóink arcára!

A **DIRK ROSSMANN GMBH-NAK** Európában 56 300 alkalmazottja és 4 244 fiókja van, köztük 2233 Németországban. Napjainkra a Rossmann már nyolc európai országban van jelen, Lengyelországban (1993), Magyarországon (1993), Csehországban (1994), Albániában (2009) és Törökországban leányvállalattal. Ezen túl 2018 óta Koszovóban és 2020 óta Spanyolországban van még jelen a márka.

KENTAUR

A fehér és piros szín kívül és belül egyaránt dominál, ezeket tükrözi a „ROSSMANN” logó. A Rossmann nevében szereplő O betű közepén lévő rajz egy kentaurt ábrázol. Ez a görög mitológiából származó mesebeli lény szimbolizálja az alapító és tulajdonos Dirk Rossmann nevét.

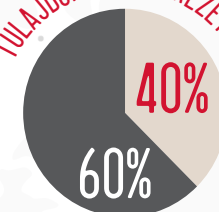


DIRK ROSSMANN

1972-ben megnyitotta első üzletét Hannoverben.

Napjainkra a Rossmann már nyolc európai országban van jelen.

TULAJDONOSI SZERKEZET



40% A.S. WATSON GROUP
60% DIRK ROSSMANN GMBH

HANNOVER

A.S. WATSON GROUP

16 000
üzlet világszerte



jelenlét
27 piacon



140 000
alkalmazott



DIRK ROSSMANN GMBH

4 244
üzlet Európában

56 300
alkalmazott

ROSSMANN MAGYARORSZÁG BEMUTATÁSA

A Rossmann Magyarország 12 fős menedzsmentje 100%-ban magyar vezetőkből áll. A 2 fős ügyvezetés irányítása alatt 10 osztály működik. Az operatív osztályok (értékesítés, beszerzés, marketing, IT, üzemeltetés, expanzió) működéséért Flórián László ügyvezető a felelős, a támogató osztályok (HR, pénzügy, logisztika, revízió) pedig Németh Kornél közvetlen irányítása mellett működnek.

Az üzleti döntések nagy részét helyi szinten hozzuk meg.

Ez az anyavállalat részéről a Rossmann Magyarország iránti bizalom jele.

DECENTRALIZÁLT VÁLLALATIRÁNYÍTÁS

A Rossmann Magyarország vállalatirányítási stílusa hasonlít a német anyacég által kialakított vállalati kultúrához. Hiszünk a tiszta, decentralizált struktúrákban, a rövid döntéshozatali utakban, továbbá nem hagyatkozunk túlzott mértékben az írásban rögzített irányelvekre, viselkedési kódexekre. Tapasztalatunk

megegyezik, hogy ez gyors és rugalmas reagálást eredményez számunkra.

A helyi szintű döntéshozatal által maximálisan tudunk alkalmazkodni a magyar lakosság igényeihez. Szemléletünk vásárló központú, amelyet kutatásokkal és a vásárlói kérdőívekkel támasztunk alá, hogy minél jobban megértsük vevőink elvárásait és igényeit.

A FENNTARTHATÓSÁGÉRT FELELŐSÖK

A Rossmann menedzsmentjében a fenntarthatóságért két vezető felel. A marketing vezető hatásköréhez tartozik a fenntarthatósági stratégia, a HR vezetőhöz pedig a társadalmi felelősségvállalás témaköre. A két terület szorosan együttműködik a kérdést illetően. Emellett minden osztályon megjelennek a fenntartható fejlődésre vonatkozó célok, döntések, intézkedések, kezdeményezések és programok.

1993

Megnyitott az első Rossmann Magyarországon. Az első boltot Debrecenben a Jerikó lakótelepen nyitottuk meg.

2003

Megnyitott a 100. Rossmann bolt Magyarországon.

2009
A vállalat központja Üllőre költözött.

2012

Megnyitott az Online Drogéria.

2014

Új szlogenünk: Tudjuk, mire vágysz!

2016

Mamut II. Bevásárlóközpontban megnyitott az első új koncepciós drogéria.

2015

Fogyatékos-barát Munkahely lettünk.

2019

5. alkalommal nyertük meg a SuperBrands díjat, Elindult a Rossmann+ VIP hűségprogram, CSR Hungary Díjat nyertünk.

2020

Flórián László és Németh Kornél együtt vezet a Rossmann Magyarország Kft-t.



16 000

termék

100%

magyar vezetés

28

saját márka

224

üzlet országszerte

130

városban jelenlét

400

beszállító

**ROSSMANN
SZÁMOKBAN**

2184

munkavállaló

12%

szortiment magyar termék



Természetesen Rossmann

Rossmann és a fenntarthatóság

Dirk Rossmann pontosan megfogalmazta, hogy
a Rossmann számára a fenntarthatóság mit jelent



A fenntarthatóság számunkra egy folyamat – nem szabad abbahagynunk a fenntarthatóság és a jobbá válás érdekében folytatott munkánkat! Mindezt nem a lelkiismeretünk megnyugtatóására tesszük, hanem önmagunkért, Földünkért és az utánunk következő generációkért, akiknek munkánk eredményét hátrahagyjuk .

Dirk Rossmann, CEO

GAZDASÁGI FENNTARTHATÓSÁG

A Rossmann Magyarországnál is ebben a folyamatelvű megközelítésben hiszünk. Gondolkodásunkat természetesen módon a fenntarthatóság szemszögéből megalapozzák az anyacég által követett irányok, legfőképpen annak köszönhetően, hogy a Rossmann sajátmárkás termékek fejlesztése Németországban történik.

A Rossmann számára a fenntartható gazdálkodás kiemelt jelentőséggel bír. Meggyőződésünk, hogy a fenntarthatóság minden elemét csak akkor tudjuk megvalósítani, ha vállalatunk sikeresen teljesít és képes biztosítani azokat a pénzügyi forrásokat, amelyek szükségessé a környezeti és társadalmi fenntarthatóság megteremtéséhez. Ezért a fenntarthatóság értelmezésében elsődleges helyen a hosszú távon fenntartható, gazdaságilag sikeres vállalati működés áll. Folyamatos pozitív üzletfejlődésünk, működési hatékonyságunk és többek között a vállalati folyamatok költség-hatékony módon történő működtetése az eszköz ahhoz, hogy környezetkímélő módon gazdálkodhassunk és a társadalmi kérdésekre is nagy hangsúlyt tudjunk fordítani.



SEGÍTJÜK A VÁSÁRLÓT

Drogériaként egy olyan szektorban dolgozunk, amelynek jelentős környezeti hatása van. A Rossmann az innovatív sajátmárkás termékekkel számos környezetbarát alternatívát kínál a tudatos fogyasztóknak. A márka ígérete azonban nem lehet az, hogy holnaptól nem árul több műanyagot. De felelősségünk tudatában járunk el és azon dolgozunk, hogy minél nagyobb környezetbarát kínálatot rendelkezünk, a vásárlók megismerjék a fenntartható termékeket és számukra elérhető áron biztosítsuk a fenntartható vásárlás lehetőségét.

BCSDH

Úgy véljük, hogy a fenntarthatóság egy olyan terület, ahol különös jelentősége van a partnerségeknek és közös gondolkodásnak. Flórián László ügyvezető igazgatónk 2015-ben csatlakozott a Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért (BCSDH) szervezethez. Tagóságunk által a magyar piaci szereplőkkel együtt dolgozunk azon, hogyan lehet a fenntarthatósági gyakorlatokat ténylegesen megvalósítani, valamint új és innovatív megoldásokkal támogatni tevékenységünket. Ügyvezetőnk a BCSDH Tanácsadói Testület tagjaként is támogatja a szervezet munkáját.

**FENNTARTHATÓSÁGI
JELENTÉSÜNK
SEGÍTSÉGNYÚJTÁSI
SZÁNDÉKUNK
KINYILATKOZTATÁSA ÉS
SZÁMONKÉRHETŐSÉGÜNK
ALAPJA.**

FOGYASZTÓNK – TUDJUK, MIRE VÁGYSZ!

A FOGYASZTÓKÉRT DOLGOZUNK

Tudjuk, mire vágnak a vásárlóink. Az a küldetésünk, hogy vásárlóink önmagukat szebbnek, ápoltabbnak és egészségesebbnek, otthonukat pedig tisztábbnak érezzék. Fontos számunkra, hogy a vásárlói igényeknek legmegfelelőbb választékot, versenyképes árat, magas színvonalú és udvarias kiszolgálást nyújtsunk. A Rossmann minden területén úgy dolgozunk, hogy az a vásárlói elégedettséget szolgálja és megfeleljen a vásárlói igényeknek.

ISMERJÜK A FENNTARTHATÓ ÉLETMÓDDAL JÁRÓ NEHÉZSÉGEKET

Tudjuk, hogy vásárlóink között egyre többen vannak, akik fenntarthatóbban szeretnének élni és hogy ez nem csak örömet és elégedettséget eredményez, hanem egyben komoly elhivatottságot, elköteleződést követel. A tudatos életmód és vele együtt a vásárlás időigényes, hiszen meg kell ismerni az alternatív termékeket, az új összetevőket, illetve fel kell fedezni a lelőhelyeket. Tapasztalhatják vevőink, hogy a környezetbarát termékek sok esetben drágábbak is, mint a hagyományos társaik.

Ez több ok miatt alakulhat így:

- a fenntartható termékek termelése és gyártása többbe kerül,
- a jó hírű, harmadik féltől származó tanúsítványok további költségeket jelentenek,
- az organikus anyagok is drágábbak, mint a vegyi anyagokkal tömegesen előállított alternatívák.

Mi a Rossmannál eldöntöttük, hogy segítünk abban, hogy ezt a frusztrációt feloldjuk. Korlátaink persze nekünk is vannak.

Nem tudunk minden problémát megoldani vagy tudunk minden műanyagot kivonni a forgalomból. Azonban felelősségünk tudatában mindent megteszünk azért, hogy segítsünk eligazodni a témák információ között.

RÁADÁSUL
NEM MINDEN ESETBEN
EGYÉRTELMŰ, HOGY MIVEL
TESZÜNK TÉNYLEGESEN
JÓT, HISZEN EGY KÉRDÉST
NAGYON SOK OLDALRÓL
LEHET MEGKÖZELÍTENI.

MIT TUDUNK TENNI?

Megmutatjuk milyen elérhető árú alternatívákat kínálunk sajátmárkás termékeink által. Sorban bemutatjuk a szortiment fenntartható elemeit. Humorral, de tudományos alapokra helyezett edukációs tartalmakkal segítünk megismerni a fenntarthatóság problematikáit és a megoldást jelentő termékeket. Ebben segítségünkre vannak influencereink is a közösségi médiában. Velük együtt bemutatjuk azokat az apró lépéseket, melyekkel egyébként is megtehetünk a környezetünkért.

Tesszük ezt közben úgy, hogy ne erősítsük tovább a klímaszorongást és ne támassunk újabb irreális elvárásokat. Viszont lehetőségeket biztosítunk számotokra arra, hogy fenntartható módon vásároljanak.

NE FELEJTSÜK,
KÖZÖSEN MÉG TÖBBET
TEHETÜNK BOLYGÓNKÉRT.
MI EBBEN PARTNEREK
VAGYUNK.

Sajátmárkás termékek fenntarthatósági mérföldkövei

Az első négy Rossmann sajátmárka, a Babydream, a Facelle, a Sunozon és a Winston bevezetése.

1997

A Rossmann bevezette az Alterra Naturkosmetika sajátmárkát.

2000

Az enerBIO márka átfogó bio-élelmiszer-választékkal megjelenik a piacon.

2003

Az első eldobható pelenkák Babydream márkanéven és „Blauer Engel” német ökojeldjellel ellátva a Rossmann polcaira kerülnek.

2019

A Rossmann „Mikroműanyag mentes” jel megjelenik az összes mikroműanyagtól mentes termékén.

Erőteljesebbé válik az újrahasznosított műanyagból készült Rossmann termékek csomagolás megjelenése.

2020

A Naturland mellett néhány enerBIO termék is viseli a jövőben a Bioland jelet, amely még magasabb szintű bio megfelelést jelent.

TERMÉKEINK

Fogyasztóink elégedettségének záloga termékeinkben rejlik. A Rossmann Magyarország szortimentjében 16 000 termék szerepel, a piaci trendeknek és a drogéria szortimentnek megfelelően. Az állandó szortiment mellett évente ismétlődően időszakos termékek is vannak ünnepek alkalmával, vagy bizonyos szezonokhoz - mint, a rovar- vagy a napozó szezon - alkalmazkodva.

száma több, mint 4 200. Sajátmárkás termékeink megbízhatóak, a német gyártás során magas szintű minőség-ellenőrzéseknek vannak alávetve. Rossmann termékeink alternatívákat kínálnak a drágább, márkás termékekre. A környezetbarát termékek esetére is igaz, hogy alacsony áron, jó minőségű termékeket ajánlunk.

SAJÁT MÁRKÁS TERMÉKEK

A Rossmann sajátmárkás termékek az elmúlt 20 évben a vállalat sikerének kulcsává fejlődtek. A 28 saját Rossmann márka mind megtalálható a magyarországi boltok polcain és ezáltal a Magyarországon elérhető sajátmárkás termékek



Megjelennek az első „Klímasemleges” jelölésű termékek.

A Naturland mellett néhány enerBIO termék is viseli a jövőben a Bioland jelet, amely még magasabb szintű bio megfelelést jelent.

TUDJUK, HOGY FONTOS AZ ÁR

Mi, magyarok többségében árérzékenyek vagyunk. Nem csak az fontos nekünk, amit veszünk, hanem az is, hogy azt mennyiért tudjuk megvásárolni. Szeretnénk segíteni fogyasztóinknak a saját gazdasági fenntarthatóságuk támogatásában. A Rossmannnál ezért figyelünk arra, hogy folyamatosan legyenek csökkentett árú termékek. Az akcióban szereplő árucikkek rendszeres fluktuációja révén a vásárlók gazdaságosabb vásárlását támogatjuk.



AKCIÓS ÚJSÁGOK

Az akciókhoz köthető egy másik környezeti terhelésünk, az akciós újságok. Tudatában annak, hogy többségük rövid időn belül a kukában végzi - remélhetőleg a szelektívben -, alternatív eszközöket vezetünk be a papír teljes vagy részleges kiváltására. Erre szolgálnak az e-mailes hírlevelek

és promóciós tájékoztatók, a Rossmann applikáció, valamint egyéb digitális csatornákon megjelenő reklámjaink. 2018 óta 1 millió darabdal csökkentettük a nyomtatott példányban megjelent újságokat. Ezzel több, mint 700 tonna papírt spórolunk meg egy év során. Célkitűzésünk, hogy az elkövetkező 3 éven során tovább csökkentsük a nyomtatott újságokat, optimális esetben megfelevezve a most felhasznált papírmennyiséget.

TERMÉSZETESEN ROSSMANN

Szeretnénk a környezetbarát termékek közül egyre többet megismertetni vevőinkkel, ezért 2021-től kampányainkban is kiemelt helyet biztosítunk számukra. A 2021-es év tavaszi kampányát "Természetesen Rossmann" jelszóval indítottuk el. Olyan termékeket válogattunk össze, amellyel fenntartható módon tudják magukat kényeztetni fogyasztóink. A termékeink mellett támogatást nyújtunk a mindennapi ökodilemmák kezeléséhez, a Tényleg Zöld? című könyvhöz való kedvezményes hozzájutáson keresztül.



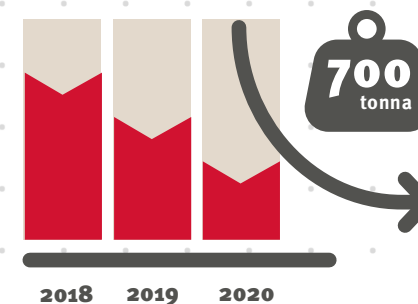
JUTALMAZZUK A HŰSÉGEDET

A fogyasztók bizalmát és hűségét a Rossmann+ programmal tudjuk megköszönni. A kedvezménykártyát azért alkotuk meg, hogy még több támogatást tudjunk biztosítani hűséges vevőink számára. A Rossmann+ VIP Program pedig a Rossmann+ programon belül a leghűségesebb vásárlóinknak szól. Rossmann+ programunkba már majd 1,300.000-en regisztráltak, bizalmukat köszönjük! A kedvezménykártya által egyre jobban megismerjük egymást, reméljük egyre inkább személyre szabottabb ajánlatokkal tudunk szolgálni.

ROSSMANN+ ZÖLDEBB LETT

A Rossmann+ kártya lehetőséget adott nekünk arra is, hogy komoly digitalizációs fejlesztéseket vezessünk be és ezáltal csökkentsük a környezeti terhelést. A korábban alkalmazott, a postaládákba eljuttatott 10%-os papír alapú kuponlevél hosszú éveken keresztül a vásárlók kedvence volt. 2018-ban digitalizáltuk ezt a kedvezménykupont, 2020-ban pedig a Rossmann+ VIP indulásával a leghűségesebb vásárlóinkat negyedévente további kedvezmények igénybevételeire tettük jogosulttá. Eredményképpen nagyon sok papírt szabadítottunk fel.

akciós újságok





MINŐSÉGBIZTOSÍTÁS ÉS MINŐSÉGELLENŐRZÉS

Termékeink ára nem megy a minőség rovására, vevőink bízhatnak abban, hogy a termékek minősége egyenletesen magas színvonalú. Kiforrott és megbízható technológiákkal dolgozunk. Németországban - ahol a termékek gyártása történik - 2011-ben egy úgynevezett „Rossmann kockázati mátrix”-ot vezettek be kifejezetten a sajátmárkás termékek biztonságossá tétele érdekében. A rendszer célja a Rossmann sajátmárkás termékeire vonatkozó biztonsági és a törvényi szabályozások betartásának garانتálása, független, akkreditált intézetek és laboratóriumok bevonásával. A törvényi és a Rossmann által meghatározott paraméterek mellett a környezeti szempontból lényeges aspektusok is szerepet játszanak.

KITŰNŐ TERMÉKEK

Immár negyedik alkalommal tesz eleget az Alterra Naturkosmetik és az enerBIO élelmiszer márka a nemzetközi tekintélyű GREEN BRANDS minősítés feltételeinek. A GREEN BRANDS azokat a márkákat emeli ki, amelyek komolyan veszik a környezetvédelem, a klímavédelem és a fenntarthatóság értékeit. Az Alterra Naturkosmetik és az enerBIO magától értetődő módon győzte meg a minősítést odaítélő zsűrit a termékeknek a környezetvédelmet és a fenntarthatóságot messzemenően szem előtt tartó gyártásával, feldolgozásával és csomagolásával.

MINŐSÍTÉSEK, JELÖLÉSEK

A tudatos termékválasztás egyre nagyobb szerepet kap a mindennapokban. Az egészség és a környezet védelme is közrejátszik abban, hogy körültekintőbben válogatják meg vásárlóink, hogy mi kerül a kosarukba. Felismertük a kialakulóban lévő új vásárlói igényeket és egységes jelölések bevezetésével igyekszünk iránymutatást adni vevőinknek a boltokban és az Online Drogériánkban is. A sajátmárkás termékeink minőséget és környezetvédelmet igazoló védjegyei jó példái annak, hogy következetesen figyelünk a magas minőségű és fenntartható termékekre. Ezek a minőséget jelölő védjegyek a tudatos, fenntartható életstílust folytató vásárlók számára megfelelő tájékozási lehetőséget adnak a termékek összetevőiről, illetve egyéb tulajdonságairól, mint pl. a csomagolás jellemzői.



**ISMERD MEG A TERMÉKEINKEN TALÁLHATÓ
JELÖLÉSEKET, HOGY TUDATOS DÖNTÉSEKET
HOZHASS VÁSÁRLÁSAID SORÁN.**

Környezetkímélő megoldások

BIO

Semmilyen műtrágyát és szintetikus, toxikus anyagot nem tartalmazó növényi és állati eredetű alapanyagokból készült termékek.



VEGÁN

A termék sem állati összetevőt, sem állatokból nyert összetevőt nem tartalmaz.



NATÚR KOZMETIKUMOK

A natúr kozmetikumok olyan kozmetikumok, amelyek egyrészt nem tartalmaznak mesterséges adalékanyagot, mesterséges illatanyagot, színyanyagot, illetve szilikonokat.

NATÚR TERMÉKEK

A Natura minősítéssel ellátott termékek esetén valódi natúrkozmetikumokról van szó, feldolgozatlan növényi vagy állati eredetű természetes anyagot tartalmaznak.



ÖKO-TEST

A termék megfelelt az egészségi és környezeti szempontú tesztelésen.

Erdők megvédésére

PEFC

A tanúsítás fenntartható erdőgazdálkodást és birtoklási láncolat kezelését takarja.



FSC

A papír alapanyagául szolgáló fa kitermelésével az erdészetek nem veszélyeztetik az erdők fenntarthatóságát, az erdő élőlényeinek lakhelyét, hanem úgy gazdálkodnak ezzel az erőforrással, hogy az biztosan és folyamatosan megújulhasson.

PÁLMAOLAJ MENTES

A pálmaolaj-termeléshez óriási méretű erdőirtásokra van szükség.

MIKORMŰANYAGMENTES

A termék nem tartalmaz mikroműanyagot, tehát 5 mm-nél kisebb műanyag részecskéket.

BPA MENTES

A BPA mentes termékekben nincs az az ipari vegyi anyag, amelyet bizonyos műanyagok és gyanták előállítására használnak.

Műanyagból származó problémák csökkentésére

MIKRO-MŰANYAG NÉLKÜL

BPA MENTES

LAKTÓZ MENTES

GLUTÉN MENTES

LAKTÓZMENTES

A laktózmentes megjelölést háromféleképpen is lehet értelmezni: ténylegesen tejcukor mentes termék, laktáz enzimmel ellátott, vagy a határérték alatti laktóz tartalom. A tejtermék laktóztartalma a fogyasztásra kész állapotban kevesebb, mint 0,1 g/100 g, vagy 100 ml

GLUTÉNMENTES

A gluténérzékenységet nem maga a glutén váltja ki, hanem a glutén egyik komponense, a gliadin.

Mentes termékek

ALUMÍNIUM MENTES

A dezodor alumínium mentes, tehát nem tartalmazza azt az anyagot, amely pórusösszehúzó hatásának köszönhetően meggátolja az izzadást.

SZÍNEZÉKMENTES

A termékekben csak természetes színezék van, ezzel védjük bőrünket a káros anyagoktól.



ÉTERI OLAJ
MENTES

ÉTERI OLAJ MENTES

Az éteri olaj olyan illóolaj, amely nagyobb mennyiségben káros lehet szervezetedre



ALUMINIUM
MENTES



ÁSVÁNYI ANYAG
MENTES

ÁSVÁNYI ANYAG MENTES

Az ásványi anyag mentes termékek nem tartalmaznak káros hatóanyagot.



SZÍNEZÉK
MENTES



PEG
MENTES

PEG MENTES

A PEG-vegyületek enyhe irritánsok, de ennél nagyobb probléma, hogy segítik a legkülönbözőbb vegyületek, köztük káros szennyező anyagok átjutását a bőrfelületen.

Mentes termékek

SZILIKON MENTES

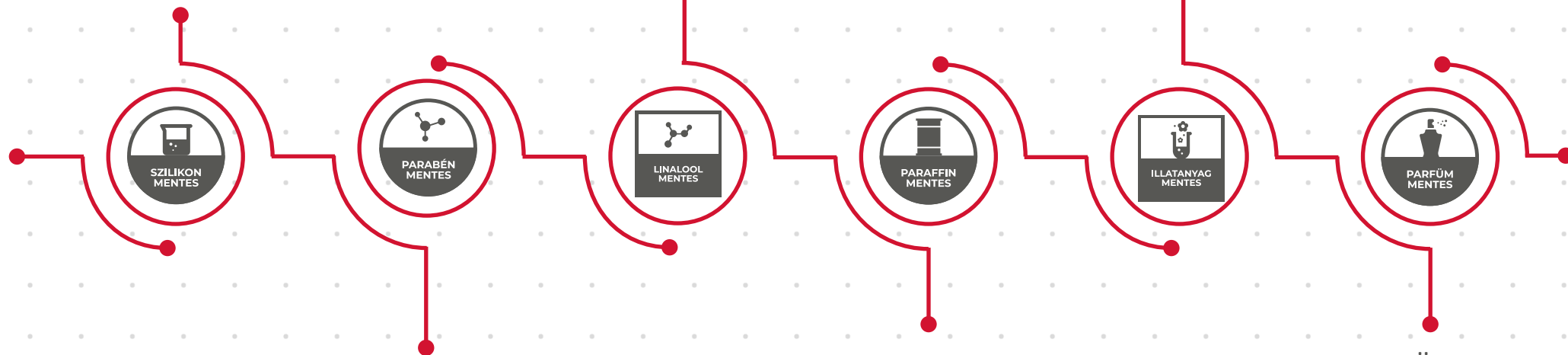
A szilikon egy polimer műanyag, amely már gyártása során is szennyezi a környezetet, mivel természetes módon képtelen lebomlani. Az összetevő „védőréteget” képez a bőrön és elzárja azt.

LINALOOL MENTES

A Linalool kozmetikumban megtalálható illatanyag, mely a bőrre kenve károsítja a szervezetet.

ILLATANYAGMENTES

A szagtalan termékeket illatokra érzékeny vásárlók számára fejlesztették ki, pl. kismamák, babák, kisgyerekek, érzékeny bőrűek, ekcémások. A szagtalan termékek nem tartalmaznak allergizáló illatanyagokat, nem zavarják a használójukat.



PARABÉN MENTES

A parabének befolyásolhatják az ösztrogén termelését, felhalmozódva a bőrben az UVB sugárzás káros hatásait is fokozzák nem mellesleg gyorsítják a bőr öregedését.

PARAFFIN MENTES

A kőolajszármazékok eltömítik a pórusokat, megtelepsznek a bőrön, megakadályozzák a bőrlégzést és a bőr méregtelenítését, összezavarják az egészséges zsírréteggépződést, felgyorsítják a ráncok kialakulását és a bőr rugalmasságának elvesztését, emellett allergiás reakciókat, akné-t és függőséget is okozhatnak.

PARFÜMMENTES

A parfümmentes termékeknek friss, tiszta illata van. A nyersanyagok tiszta illata köszön vissza bennük.

INNOVÁCIÓ

A Rossmann termékek fejlesztése során stratégiai szerepet kap a fenntarthatóság, amely eredményeképpen folyamatos innovációkra törekszünk. Szüntelenül keressük az új megoldásokat és új ötleteket valósítunk meg. Rugalmasan és gyorsan reagálunk a változásokra, a piaci trendek alapján törekszünk arra, hogy ne csak megfeleljünk, hanem alakítsuk is a jövőbeni vevői igényeket. Az innovációval alapvetően a környezeti problémákra keressük a megoldásokat, hogy ezzel is csökkentjük környezeti lábnyomunkat. Bár a példák alapvetően a német gyártáshoz köthetőek, az üzenetük és relevanciájuk a hazai fogyasztás szempontjából ugyanolyan súlyú.

FENNTARTHATÓ PÁLMAOLAJ

Felelős magatartásunk a beszállítókkal folytatott együttműködéssel kezdődik. Tudatában vagyunk annak a problémának, hogy a pálmaolaj termelés az esőerdők irtásának egyik oka. Pont ezért, ahol lehetséges és ésszerű, nem használunk sajátmárkás termékeinkben pálmaolajat. Továbbá a Rossmann a **FENNTARTHATÓ PÁLMAOLAJ KEREKASZTAL (RSPO)** és a **FENNTARTHATÓ PÁLMAOLAJ FÓRUM (FONAP)** aktív tagjaként támogatja a fenntartható olajpálma termesztést. 2019-ben a Rossmann márkák 95%-a tanúsított pálmaolajat tartalmazott.

MIKROMŰANYAGOK NÉLKÜLI ÖSSZETEVŐK

A mikroműanyagok - tehát az 5 mm-nél kisebb műanyagdarabok - terhelik a környezetet ugyanis a kis-méretű részecskék nagy távolságra is képesek eljutni a vízhálózaton keresztül. A Rossmann feladatult tűzte ki saját magának, hogy amennyire csak a technológia lehetővé teszi, más anyagokkal helyettesíti a mikroműanyag tartalmú összetevőket. Éppen ezért 2013 óta nem használunk a sajátmárkás kozmetikumokban szilárd mikroműanyagot tartalmazó hámlasztó alkotókat. Helyette kizárólag természetes eredetű anyagokkal dolgozunk, hogy ne terheljük feleslegesen a természetet. A Rossmann kozmetikai márkák közül több mint 800 termék már nem tartalmaz mikroműanyagot³.

VÉDJÜK VIZEINKET

Nemcsak a mikroműanyagok csökkentésével védjük vizeinket. A Sunozon márkánk mellett, hogy a lehető legjobb UV-szűrést biztosítja, a terméknek a környezetre gyakorolt hatását is a legalacsonyabb szinten kívánja tartani. A „We Love the Ocean” Sunozon termékcsalád nemcsak a napra érzékeny bőrt védi, hanem az óceáni ökoszisztémát is azzal, hogy az összetevőkbe nem tesz olyan anyagot, amely a korallokra kártékony.

KLÍMASEMLEGESSÉG

Klímasemlegesen előállított Rossmann termékeken dolgozunk. Ez azt jelenti, hogy az adott termék előállítása – a nyersanyagtól kezdve a szállításon keresztül egészen a polcra kerülésig – nem befolyásolja a klímát. Az elkerülhetetlen kibocsátások esetén a Rossmann klímavédelmi projektekre investál cserébe. Ezen termékeink a ClimatePartner „Klímasemleges” jelével vannak ellátva.

³ A „Mikroműanyagtól mentes receptúra” védjegy kizárólag a termék összetételére vonatkozik, a termékcsomagolásra, ill. a tartó anyagaira azonban nem.

CSOMAGOLÁS

A Rossmann németországi tervezői prioritást helyeznek a sajátmárkás termékek csomagolásának minél környezetbarátabb megoldásaira.

#1 ELKERÜLÉS

Első számú szempont az elkerülés, hiszen az a legjobb hulladék, amely meg sem születik. Tehát, ahol csak lehet, nem használunk csomagolást. Erre azonban minőségbiztonság, illetve a termékek tulajdonságai miatt csak bizonyos keretek között van lehetőség.



PÉLDA

Az enerBIO több mint száz terméke esetében nem használunk kartondobozt, papírcímkét, visszazárható címkét, csomagolódobozt, belső tasakot. Ezzel a módszerrel évente kereken 48 tonna csomagolóanyagot takarítunk meg. Önmagában az enerBIO lenmag kartoncsomagolás elhagyásával csaknem 16 tonna papír megtakarítását értük el.

48 tonna
csomagolóanyag
megtakarítás



16 tonna
papír
megtakarítás



#2 CSÖKKENTÉS

A csomagolás csökkentésének egy másik módszere magának a csomagolóanyag falvastagságának vékonyítása. A határainkat e téren a termékbiztonság és a megfelelő használhatóság szabja.



PÉLDA

2019 eleje óta csökkentettük az Isana márka 500 ml-es szappanadagoló súlyát.

Ezzel párhuzamosan újrahasznosított műanyagot használunk a szappanadagoló gyártására. Ezáltal és a jelentősen csökkentett anyagvastagságnak köszönhetően évente csaknem 25 tonna PET anyagot takarítunk meg.

ISANA 500ml
lecsökkentettük
a szappanadagoló
súlyát



25 tonna
PET anyagot
megtakarítás
évente



#3 ÚJRAHASZNOSÍTOTT ANYAGOK

Szeretnénk hozzájárulni ahhoz, hogy sokkal kevesebb hulladék kerüljön vissza a körforgásba és ezzel is hozzájáruljunk az erőforrás felhasználás csökkentéséhez. A csomagolások ezért egyre nagyobb mértékben vannak újrahasznosított anyagokból.



■ PÉLDA

A Domol márkájú termékek közül több mint 30 termék csomagolása (flakon vagy kupak) teljes egészében újrahasznosított műanyagból készül. Ezzel évente 830 tonna új gyártású műanyagot takarítunk meg.

30 termék csomagolása újrahasznosított műanyagból



830 tonna új gyártású műanyag megtakarítás



#4 ÚJRAHASZNOSÍTHATÓ ANYAGOK

A körforgásos gazdaság sarkall minket arra is, hogy a sajátmárkás termékeink csomagolásához felhasznált anyagok újrahasznosíthatóak legyenek és ezáltal lehetőséget biztosítsunk arra, hogy minél hosszabb legyen életútjuk.



■ PÉLDA

Perforált fóliacsomagolás használatával növeljük csomagolásaink visszaforgathatóságát. Az optimális visszaforgatáshoz szelektíven kell gyűjteni a fóliát, a flakont és a kupakokat, mivel a szelektív gyűjtés növeli az újrahasznosíthatóság arányát.

növeljük csomagolásaink visszaforgathatóságát



szelektív gyűjtéssel növeljük az újrahasznosíthatóság arányát



MÁRKATERMÉKEK

Üzleteinkben nem csak a sajátmárkás termékek között található meg környezetbarát árucikk, hanem egyéb márkatermékek között is egyre markánsabban megjelenik ez a tendencia. Jellemzően a természetre és vízbázisra káros anyagoktól mentes termékösszetevők, a vegyi anyagok természetes alternatívákkal való kiváltása és a mikroműanyag mentesség jelenik meg egyre markánsabban. A beszállítók egyre nagyobb arányban részesítik előnyben az újrahasznosítható vagy újrahasznosított, lebomló csomagolásokat, illetve a bambusz, papír alapú csomagolás is rohamosan terjed.

MAGYAR TERMÉKEK

Támogatjuk az új, magyar innovatív brandeket. Ezzel közvetlenül is hozzá tudunk járulni a hazai vállalkozók támogatásához és pozitív hatással vagyunk a magyar piacra. Nem elhanyagolható az sem, hogy a hazai termékek beszerzése a környezeti hatások csökkentésére is hatással van, hiszen a beszerzési utak jelentősen lerövidülnek. A magyar termékek ma már teljes szortimentünk 12%-át teszik ki. Az egészséges termékek, élelmiszerek, étrendkiegészítők, arcápolás és általában öko, bio termékek esetében magasabb az arányuk. Fogyasztóink is támogatják a rövidebb beszerzési utakat, az elmúlt évben 1,5%-kal növekedett forgalmi arányuk.

BOLTOK

Fogyasztóink 130 városban és 224 Rossmann drogériában tudnak vásárolni⁴. Mind a választék, mind azok elhelyezése a vásárlók igényeinek megfelelően és ismeretében kialakított. Boltjaink könnyen és gyorsan átláthatóak. Az egyes kategóriák elhelyezése logikusan kapcsolódik egymáshoz. A könnyebb megközelítés érdekében a napi használatú kozmetikai cikkek vannak a bolt elején. Külön sorban vannak a háztartási tisztító termékek és a babaápolással kapcsolatos termékek, egymás mellett helyezkednek el a dekorkozmetika, az arc- és a testápolás termékei, majd a kassza előtt a reformélelmiszer és étrendkiegészítők, vitaminok. Figyelünk arra, hogy az újdonságok gyorsan megjelenjenek polcainkon és mindig legyen szezonális választék.



⁴ 2021. áprilisi státusz



14 000

• elérhető termék a Rossmann Online Drogériában

22

• termékminősítő kategória

884

• sajátmárkás termék leírásában

WEBSHOP

Egyre többen részesítik előnyben az online vásárlást. Annak érdekében, hogy minél gyorsabban és hatékonyabban kiszolgáljuk vevőinket, az utóbbi év során számos változtatást vezetünk be.

Jelenleg a Rossmann Online Drogériában 14 000 termék érhető el, de dolgozunk azon, hogy a teljes szortiment felkerüljön az online kínálatunk közé is. 2021 év eleje óta az Online Drogéria új funkcióval várja a tudatos vásárlás iránt érdeklődő vevőket: 22 termékminősítő kategória már 884 sajátmárkás termék leírásában megtalálható. Látjuk, hogy egyre többen keresnek a környezetbarát kulcsszavakat használva. A Rossmann hosszú távú tervei között szerepel a minősítések kiterjesztése a beszállítói termékekre is⁵.

PANASZOK KEZELÉS

Fogyasztóink visszajelzése fontos számunkra. A vásárlóinknak több fórumon keresztül van lehetősége arra, hogy termékeink és szolgáltatásaink kapcsán véleményt formáljanak. Személyesen az üzletekben panaszkönyv áll rendelkezésre. Központi elérhetőségeinken is (telefonszám, email, messenger) fogadjuk a fogyasztói bejelentéseket. Igyekszünk a hozzánk beérkezett megkeresésre minél hamarabb válaszolni, általában a salesforce automatizált rendszerének köszönhetően erre 3 - 5 napon belül sor kerül.

⁵ Az Online Drogéria logisztikai folyamataival kapcsolatos kérdéseket a Logisztika fejezetben részletezzük.

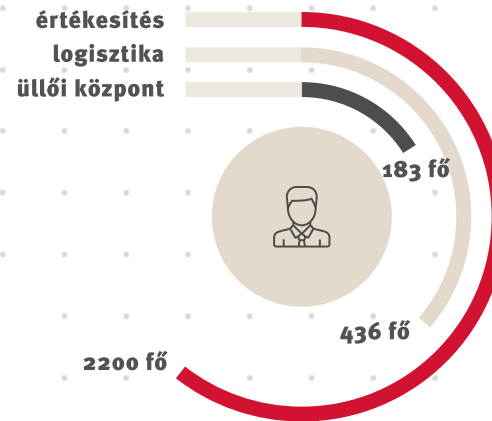
A munkatársaink képviselik
a legfontosabb értéket számunkra



TUDJUK, MIRE VÁGYNAK A MUNKATÁRSAINK

Magyarországon a Rossmann majd 2 200 főt foglalkoztat. A foglalkoztatottak közül 183 fő dolgozik üllői központunkban, 436 fő a logisztikai területen és 1565 fő pedig az értékesítés területén⁶. Az értékesítésben 378 fő aktív Budapesten és 836 fő vidéken.

foglalkoztatás

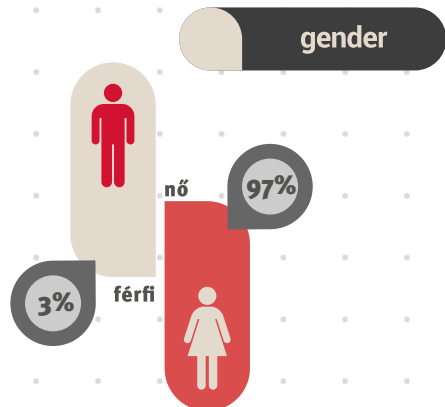


Munkatársaink értékeit megbecsüljük. A munkatársaink képviselik a legfontosabb értéket számunkra. Ezért társadalmi fenntarthatóság tekintetében a munkatársak iránti felelősségünk kiemelt helyen szerepel. Stabil, megbízható munkahely vagyunk, amelynek fenntartása a legmagasabb szintű prioritásunk. A COVID járvány alatt a hozzánk hasonló, megbízható munkahelyek felértékelődtek, hiszen a Rossmannnál a pandémia miatt senki sem veszítette el állását. Figyelemmel kísérjük munkavállalóink igényeit és törekszünk arra, hogy a lehetőségeinkhez mérten azokra reagáljunk. Hiszünk abban, hogy mindenkinek az a jó, ha a megfelelő ember a megfelelő munkakörben dolgozik.

⁶ 2021. áprilisi adatok.

GENDER

Vállalatunknál a nők kapják a főszerepet és ez így van a munkavállalóink között is, hiszen a nők aránya a vállalaton belül 94,7%. Ez az arány a vezetőségben 25%-os.



nők aránya a teljes munkavállalók között

DISZKRIMINÁCIÓ

A Rossmann minden döntésnél szem előtt tartja az egyenlő bánásmód elvét. Elkötelezettek vagyunk a befogadó munkaerő létrehozása és támogatása mellett. A diszkriminációt nem toleráljuk és nem engedélyezünk semmilyen vallás, hit, fogyatékoság, életkor, szexuális orientáció, faji és etnikai alapon történő kirekesztést. Vállalatunknál diszkriminációval kapcsolatos esetet munkavállalóink ezidáig nem jelentettek.



nők aránya a vezetőségben

SOKSZÍNŰSÉG

Sokszínűségekre való törekvésünk támogatja az esélyegyenlőséget. Fókuszunkban azon csoportok állnak, akik valamilyen okból kifolyólag nehezebben tudnak elhelyezkedni a munkaerőpiacon.

A Rossmann kiemelt figyelmet fordít a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatására. Intézményesített keretek között, a logisztikai területen 40 megváltozott munkaképességgel élő munkatársat foglalkoztatunk, de a jövőben az értékesítési területen is szeretnénk biztosítani foglalkoztatási lehetőségeket számukra.





2017

Fogyatékoság-barát Munkahely

2015

Fogyatékoság-barát Munkahely

A SALVA VITA ALAPÍTVÁNY minden évben díjazza a Fogyatékoság-barát Munkahelyeket, hogy ezzel is támogassa a fogyatékkal élő, állást kereső emberek elhelyezkedését. 2015-ben a Rossmann elnyerte a Fogyatékoság-barát Munkahely elismerést, 2017-ben pedig a „Toborzás és kiválasztás” kate-

góriában végzett kiemelkedő helyen. Sokszínűségekre való törekvésünk megmutatkozik a munkatársaink kor szerinti eloszlásában is. Fontosnak tartjuk, hogy olyan korosztályok tagjai számára is adjunk munkavállalási lehetőséget, akik

munkaerőpiaci elhelyezkedése nehezebb. Ezért már a hirdetéseinkben is megjelenítjük, hogy szívesen fogadjuk az 50 év feletti munkavállalók jelentkezését, hiszen tapasztalatukkal hozzájárulnak a folyamatok hatékonyságának növeléséhez.

dolgozóink életkor szerinti eloszlása:



DOLGOZÓI ELÉGEDETTSÉG

2013 óta mérjük
a dolgozói elégedettséget



Munkatársainkra hosszú távon számítunk, ezért a dolgozók elégedettsége kiemelt prioritást élvez számunkra. Ahhoz azonban, hogy tudjuk, munkatársaink mit szeretnének, tisztában kell lennünk azzal, hogyan érzik magukat vállalatunknál. Ezért a dolgozói elégedettséget 2013 óta mérjük egy külsős cég segítségével. Munkatársaink főbb üzenetei és a fejlesztendő területei alapján részletezzük, mit tesz a Rossmann a munkavállalói elégedettség növelése érdekében.

TERET ADUNK AZ ÖTLETEKNEK

Egy folyamatosan fejlődő cég vagyunk, amely teret biztosít az egyéni ambícióknak, ötleteknek. A vezetés nyitott az innovációra és szívesen fogadja a munkatársak ötleteit. Számos lehetőség nyílik munkatársaink számára javaslataik megosztására például az osztály megbeszéléseken, a management és középvezetői meetingeken, a Chatbot üzenetküldési felületen, illetve a logisztikai területen elhelyezett ötletládán keresztül.

MUNKA-MAGÁNÉLET EGYENSÚLY

Cégünk a munka-magánélet egyensúly javítására törekszik. Ennek érdekében különböző intézkedéseket vezetünk be. A központi irodai, logisztikai irodai és a területi vezető munkatársak számára a home office lehetősége biztosított.

Az egyéni igények támogatása érdekében a csúsztatott munkarend alkalmazása bejáratott gyakorlat. Bevezettük az irodai dolgozók számára a pénteki rövidített munkanapot és ezzel meghosszabbítottuk a hétvégi pihenés lehetőségét.

A budapesti és környékbeli munkavállalók számára megkönnyítjük a közlekedési lehetőséget céges autóbusz járatokkal. A buszok rövidebb menetidőt, kényelmesebb és higiénikusabb körülményeket biztosítanak a logisztikán és központban dolgozó munkatársak számára.



A bolti hálózatban dolgozó munkatársaink munka és magánélet közti egyensúlyát számos módon támogatjuk. A boltja-

ink nyitvatartási ideje eltérő, törekszünk arra, hogy kollégáink a személyes igények alapján kerüljenek elhelyezésre és beosztásra. A magánélet és a munka között egyensúlyt támogatja, hogy a bolti folyamatok egyszerűsítése következtében nyitás előtt és után kevesebb időt kell munkatársainknak előkészületekkel és utómunkálatokkal foglalkoznia.

RÉSZMUNKAI DŐS FOGLALKOZTATÁS

A munka és magánélet közti egyensúlyt hivatott támogatni az is, hogy bizonyos területeken lehetőséget biztosítunk a részmunkaidős foglalkoztatásra. A bolti hálózatban van lehetőség igény szerint 4 és 6 órás munkaidőben is dolgozni. A logisztikai területen a megváltozott munkaképességű kollégák számára biztosítunk 4 vagy 6 órás munkavégzési lehetőséget. A visszatérő kismamák minden területen, az általuk választott munkaidőben végezhetik munkájukat.

EGÉSZSÉGES ÉLETMÓD

Figyelünk munkatársaink egészségére. Hiszünk abban, hogy csak egy fizikailag egészséges és mentálisan kiegyensúlyozott munkavállaló tud jól teljesíteni, hatékonyan és jókedvűen dolgozni. Hiszünk abban, hogy a munkatársakkal való törődés megtérül és az egészségük mellett elkötelezettebbek lesznek cégünk felé

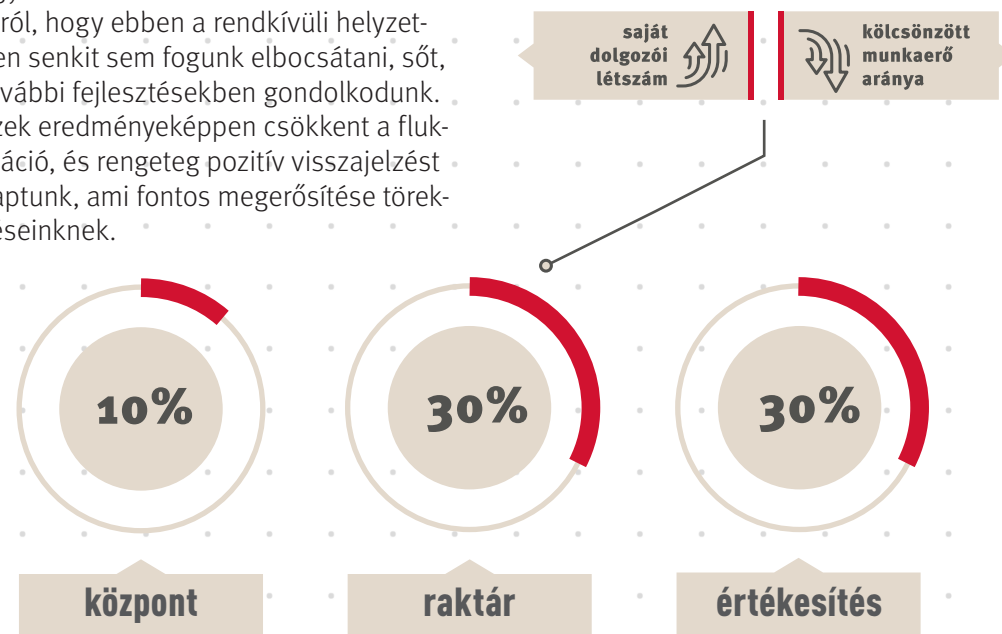
is, így hosszú távon számíthatunk rájuk. Pandémiás időszakon kívül ezért évente minimum egy alkalommal szűrőkamiont és egyéb preventív szűréseket biztosítunk a központi és logisztikai kollégák számára, nem szokványos szűrésekkel kiegészítve. A munkavállalók mindennapi egészségére is figyelünk, ingyenes gyümölcscsel, multivitaminokkal, valamint szűrt és tisztított vízhez való hozzáféréssel. Létesítményeinkben sportolásra alkalmas tér nincs, cserébe a sportolási lehetőség vállalati dolgozói kedvezményrel támogatjuk.



FLUKTUÁCIÓ

Vállalatunkban a fluktuáció mértéke területenként eltérő. A központban 10% alatt van ez a mutató. A raktárban közel 30%, miután megduplázódott a dolgozói létszám (saját munkavállalók száma 150 főről 400-ra emelkedett) párhuzamosan azzal, hogy csökkentettük a kölcsönzött munkaerő arányát. A boltokban sikerült lelassítani a fluktuációt, így 30% alatt van. Ez részben a COVID-19 pandémia során tett intézkedéseknek köszönhető és dolgozóink meghálálták azt, hogy ügyvezetői szinten biztosítottuk őket arról, hogy ebben a rendkívüli helyzetben senkit sem fogunk elbocsátani, sőt, további fejlesztésekben gondolkodunk. Ezek eredményeképpen csökkent a fluktuáció, és rengeteg pozitív visszajelzést kaptunk, ami fontos megerősítése törekvéseinknek.

rült lelassítani a fluktuációt, így 30% alatt van. Ez részben a COVID-19 pandémia során tett intézkedéseknek köszönhető és dolgozóink meghálálták azt, hogy ügyvezetői szinten biztosítottuk őket arról, hogy ebben a rendkívüli helyzetben senkit sem fogunk elbocsátani, sőt, további fejlesztésekben gondolkodunk. Ezek eredményeképpen csökkent a fluktuáció, és rengeteg pozitív visszajelzést kaptunk, ami fontos megerősítése törekvéseinknek.



BÉREZÉS

Tudjuk, hogy munkatársaink számára egyaránt fontos az anyagi és erkölcsi elismerés. A Rossmannnál törekszünk arra, hogy évente bért fejlesszünk. A bérezésnél figyelemmel kísérjük a piaci viszonyokat, a versenytársakat és piaci változásokat is. A bérek közötti eltérések alapvetően a vállalatnál eltöltött időhöz, illetve a boltok tekintetében a Budapest-vidék viszonyhoz köthetőek.

A fejlődési lehetőség biztosítása érdekében a munkatársaink teljesítményét rendszeresen értékeljük, elismeréssel és építő jellegű visszajelzéssel segítjük. Vállalatunk teljesítményértékelő rendszert használ, annak érdekében, hogy a bérezés ne szubjektív alapon történjen és kiszámítható legyen minden fél számára. Az éves szintű, vezetők általi értékelést a vállalati rendszerben rögzítjük és az eredménytől függően a kollégák számára tréningen való részvételt biztosítunk (pl. kommunikáció, változáskezelés, stresszkezelés). Munkabér mellett széles spektrumú juttatásokban részesülnek munkavállalóink (pl. céges autó, Rossmann VIP Arany tagság, sajátmárkás ajándék, szociális háló, leltárprémium).

A béren kívüli juttatások elemeit folyamatosan fejlesztjük.

FEJLŐDÉSI LEHETŐSÉGEK

Minden munkatársunk számára fejlődési lehetőséget biztosítunk, mértéke és fajtája alapvetően attól függ, hogy milyen területen és beosztásban dolgozik. Képzési lehetőségeink szorosan kapcsolódnak a munkavégzéshez szükséges készségekhez. A központi munkatársak számára a széleskörű tréningek fajtái eltérőek az osztályspecifikus szakmai képzésektől kezdve, nyelvoktatáson át és mentál-higiéniás előadásokig.

Rossmann Akadémia



Az értékesítés területén a Rossmann Akadémiának van központi szerepe, ugyanis itt valósul meg az értékesítési vezetőképzés. Vezetőinkről sem feledkezünk meg, számukra vezetői coaching és felsővezetői fejlesztés áll rendelkezésre.

TEHETSÉGGONDOZÁS

Fontosnak tartjuk a tehetséggondozást, amelyre külön programot hoztunk létre. A TEVE programban a tehetséges leendő vezetők vehettek részt, az Y-gen programban pedig y-generációs munkatársak fejlesztését indítottuk el.



COVID

2020-ról nehéz úgy említést tenni, hogy ne érintenénk a COVID-19 pandémiát. Vállalatvezetésünknek folyamatosan alkalmazkodnia kellett és azonnali döntéseket és intézkedéseket kellett hoznia a vállalati működés minden területén.

Első számú prioritásunk volt, hogy a munkatársaink egészségéről és biztonságáról gondoskodjunk. Az értékesítésen dolgozó munkatársaink, valamint fogyasztóink védelme érdekében azonnali lépéseket tettünk. A dolgozókat az első napoktól kezdve elláttuk védekező eszközökkel, mint maszk, gumikesztyű és kézfertőtlenítő, a kasszáknál pedig plexifalat helyeztünk el. A mindennapi lázmérés mellett folyamatos, csoportos tesztelést végzünk, akár egyéni igények mellett is. A központban létszámkorlátozást vezettünk be. Minden területen folyamatos ózonfertőtlenítést végzünk (bolthálózat, logisztika, központ) és extra fertőtlenítő takarítást vezettünk be. Covidos megbetegedés esetére a forgatókönyv a teljes kollektíva szűrése és az üzlet fertőtlenítése.

Fontosnak tartjuk, hogy a kollégák ne csak a munkahelyükön érezzék magukat biztonságban. A pandémia alatt folyamatosan biztosítunk egészségügyi csomagot minden kolléga számára magánhasználatra is, a kötelező felszereléseken kívül. Továbbá belső kommunikációban segítjük a kollégákat információkkal a saját biztonságuk védelmében.

A COVID a Rossmannál felgyorsította a digitalizáció folyamatát. Pár nap alatt átállt a cég online működésre. Az egymás közötti kommunikáció többségében digitális platformokon folyt. Ennek eredményeképpen kevesebb papírt és energiát használtunk fel, kevesebb anyagot égettünk el.

**MUNKATÁRSAINK
EGÉSZSÉGE ÉS
BIZTONSÁGA ELSŐSZÁMÚ
PRIORITÁSUNK VOLT**

munkatársainkat a kezdetektől elláttuk védőfelszerelésekkel



üzleteinkben a kasszáknál plexifalat helyeztünk el



bevezettük a mindennapos lázmérést az értékesítésben dolgozó munkatársainknál



munkatársainkat folyamatosan teszteljük, egyéni igények mellett is



az üllői központunkban létszámkorlátozást vezettünk be



működésünk minden területén folyamatos ózonfertőtlenítést végzünk



pár nap alatt átálltunk online működésre



A photograph of four people standing on a grassy hill at sunset. They are seen from behind, embracing each other. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The background shows a vast, hazy landscape with rolling hills. In the bottom left corner, there is a small red square.

Hiszzünk a partnerségeinkben.

TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS

ROSSMANN SZÍV

A Rossmannnál fontosnak tartjuk, hogy visszaadjunk a közösségnek. Társadalmi felelősségvállalásunk (CSR) illeszkedik fenntarthatósági szemléletünkbe, fókuszában a fenntarthatóság, az esélyegyenlőség és az egészséges életmód áll.

A Rossmann Magyarország 2016 óta rendelkezik CSR stratégiával. Célunk, hogy a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos tevékenységünk által olyan értékeket, ismereteket, információkat adjunk át, amelyek hosszú távon hatást gyakorolnak a társadalomra, vagy a társadalmi csoportok egy részére. Fő fókuszunkban a nők - kiemelten a kismamák és az édesanyák - és a gyerekek állnak. Szeretünk ezen a területen is hosszú távú együttműködésekben gondolkodni, ezen az elven több mint 7 éve minden karácsonykor támogatjuk sajátmárkás termékekkel az ÁGOTA Alapítványt.

SZERETÜNK SEGÍTENI!

Szponzorációs kérésekkel kapcsolatban is a CSR stratégia elveit követjük. A középpontban ezen a területen szintén a kismamák, kisgyermekes anyukák, az egészséges életmód és az esélyegyenlőség témaköre áll. Cégünk a legtöbb esetben sajátmárkás termékekkel nyújt szponzorációs támogatást. A szponzorációs kérelmek elbírálása egyedi, ugyanakkor szabályozott keretek mentén történik.

Hiszünk a partnerségekben, együtt sokkal több mindent meg tudunk valósítani. Számos CSR programunk partner cégekkel közösen szervezünk a nagyobb társadalmi hatás elérése érdekében.



KIEMELT CSR PROGRAMJAINK

A KORASZÜLÖTTEKÉRT

A Koraszülöttekért Országos Egyesületet az elmúlt két évben a P&G-vel közösen támogattuk. Minden eladott Pampers pelenka csomag után a Pampers 1 db koraszülött pelenkát, a Rossmann pedig összesen 3 millió forint értékben termékeket adományozott az Egyesület számára.

HELP A GIRL

Help a girl néven 2020-ban indult nyereményjátékunk az Unileverrel közösen. Help a girl csomag vásárlásával minden vásárló kapott egy kupont, amivel részt vehettek online előadássorozaton és ajándécsomagot kaptak.

ISKOLAI PROGRAM

Unileverrel együttműködve négy kiválasztott iskola mosdóját Rossmann munkatársak önkéntes alapon újíttattak fel 2018-ban. Ezen felül a Rossmann minden iskolának egy évre elegendő wc-papírt, papírzsebkendőt és kézfertőtlenítőt adományozott.



HELYI KÖZÖSSÉGEK

Fontos számunkra, hogy a helyi közösségeknek is visszaadjunk, hiszen tevékenységeink hatását közvetlen ők is érezhetik. Üllőn és a környező településeken ezért rendszeresen edukációs és termék támogatással segítjük a bölcsődéket, az óvodákat és a gyermekotthonokat.

ÖNKÉNTESKEDÉS

Munkatársainkat ösztönözzük arra, hogy vegyenek részt CSR programjainkban. Angyal programunk keretén belül munkavállalóink önkéntes tevékenységet folytathatnak projektjeinkben.

LOGISZTIKA

Vállalatunk környezeti hatása részben a logisztikai folyamatokból és az üzemeltetésből adódik. Az üllői telephelyünk tisztán logisztikai, raktározási elosztó központként funkcionál, hiszen a Rossmann sajátmárkás termékek gyártása nem Magyarországon történik.

Logisztikai központunk raktározási területe 28 800 m² két raktározási helyszínen. Logisztikai területen 400 fő dolgozik jelenleg, általánosságban két műszakban. Logisztikai központunk látja el az Online Drogéria rendeléseit is.



üllői
telephely



logisztikai,
raktározási
elosztó
központ

28 800 m²



raktározási
terület



400
munkatárs

kamionok
kihasználtsága
80-82%



célunk a CO₂
kibocsátás
csökkentése



A RAKTÁRBÓL AZ ÜZLETBE

Gazdasági fenntarthatóság szempontjából kiemelt terület a logisztika. A hatékonysági tényezők itt jelennek meg leginkább, itt van lehetőség az optimalizálásra. A logisztikában fontos a gyors és pontos munkavégzés. Különböző modern berendezések és megoldások gondoskodnak arról, hogy a termékek a lehető leghatékonyabban legyenek. Az online készletvezető szoftver valós időben és bármikor képes ellátni a fióközleteket a készleten lévő árukkal. Az optimális idő- és költséggazdálkodás mellett rövid várakozási idő és kisebb adminisztrációs munkaigény jelentkezik. A raktár jelenleg manuális kiszedési formában működik, Pick by Voice technológiával.

5S

Vállalatunkban bevezettük az 5S módszert, amely segítségével egy hatékony, jól szervezett, tiszta és biztonságos munkahelyet tudunk kialakítani és hosszútávon fenntartani. Az 5S egy olyan kultúrát és rendszert alakít ki, ami javítja a folyamatok áttekinthetőségét, segíti a rend fenntartását és a folyamatokkal kapcsolatos problémák feltárását és megoldását. Az 5S bevezetésével célunk az volt, hogy támogassuk a fenntartható vállalati kultúra megteremtését és építsük a tudatosságot. Az 5S módszer bevezetésével a raktárt részlegekre osztottuk és minden résznek megvan a felelős vezetője, illetve a közvetlen felelőse.

ÁRUSZÁLLÍTÁS

Üzlethálózatunkat termékeinkkel Üllőről látjuk el, így gazdasági és környezeti érdek, hogy a kamionok kihasználtsága minél hatékonyabb legyen és ezáltal csökkenjen a szén-dioxid kibocsátásunk is. Folyamatos előrelépés van ezen a területen. A korábban 75% alatti kihasználtsági szint jelenleg 80-82%-on áll. Külső partnerünkkel új fajta elszámolási és optimalizálási rendszert vezetünk be, annak érdekében, hogy a következő években 90%-os kihasználtsági szintet érjünk el.

ÖTLETLÁDA

A folyamatok hatékonyságának kialakításában fontos szerepe van munkatársainknak. Bízunk értékítéletükben, gyakorlatukban és fontosnak tartjuk a folyamatok javítása érdekében alkotott véleményüket és ötleteiket. Gyakorlati tapasztalataik során szerzett megoldási javaslatok vállalatunk számára hatékonyságnövelést eredményezhetnek, így kifejezetten ösztönözzük az ötletek megosztását egy ún. ötletláda bevezetésével. Munkatársaink ide helyezhetik el javaslatukat a fejlesztésre, megtakarítási lehetőségekre, munkakörülményekre, környezetvédelemre, energiatudatosságra, munkavédelemre és a munkamorál építésére vonatkozóan. Az ötletekkel kapcsolatban minden esetben visszajelzünk a javaslattevőnek, valamint bevonjuk az ötlet pontos kidolgozásába. Az ötlet kéri-





tékelése az illetékes szakmai vezetővel együtt történik. Az ötlet feldolgozása, illetve megvalósítása ajándékkal jár.

BALESETEK

A biztonsági előírások betartásának eredményeképpen a balesetek előfordulása havi szinten 2-4 esetben fordul elő, jellemzően kisebb beütések vagy karcosodásokkal.

ÚJ LOGISZTIKAI CENTRUM

A jelenlegi raktárban nem tervezünk bevezetni komolyabb technológia újítást, erre az új raktárban lesz mód. Egy olyan rendszert szeretnénk, ahol a gépek egyrészt segítik és sokkal hatékonyabbá teszik a folyamatokat, másrészt még biztonságosabbá teszik a munkát.

A zöldmezős beruházás megvalósítási terveihez kapcsolódóan megújuló energiafelhasználási és energiahatékony technológiák kialakítási lehetőségeinek vizsgálata is folyamatban van, hogy a környezeti hatásokat tovább csökkentjük.

PAPÍRCSÖKKENTÉS

A logisztikai területen jelentős adminisztrációs kötelezettség van a folyamatok megfelelő leköltése érdekében, amely korábban jelentős papírfelhasználással járt egyben. A teljes vállalatra jellemző irányzatnak megfelelően digitalizáltuk az ellenőrzési folyamatot és átálltunk e-számlára, így már csak minimális papírt használunk.

A papírcsökkentés nem csak a logisztikai területen jelenik meg, hanem az egész vállalatra nézve mérvadó tendencia. A központ papír felhasználása a digitalizáció miatt csökkenést mutat. Az üzletekben szintén csökkenő tendencia figyelhető meg, főleg, mióta a teljes bolt-hálózatba bevezettük a tabletet a papírmertesség érdekében.

ONLINE DROGÉRIA

A logisztikai központ látja el az Online Drogéria rendeléseit is. A teljes raktározási terület webshopos kiszedési területként is funkcionál. A dedikált webshopos terület, a csomagolási és kiszállítási zóna kb. 600m². A megnövekedett online forgalom hatékonyabb végrehajtása miatt 2021 tavaszától dedikált helyet kap az online drogéria részleg.

A megrendelt termékek kiszállítása kapcsán odafigyelünk arra, hogy minél kisebb legyen a Rossmann környezeti terhelése. Ezt egyrészt a csomagolóanyag fajtájával és mennyiségének csökkentésével, valamint a kiszállítások hatékonyságával tudjuk mérsékelni.

A megrendelt árut a vevők vagy átvételi pontokon veszik át, vagy a házhozszállítást választathatják. A házhozszállítást Budapesten saját futárokkal végezzük, az ország többi részén pedig postaszolgálattal. A saját futárszolgálatot a fogyasztók igényeit meghallva vezettük be azért, hogy magas minőségben tudjuk a vásárlóinkat kiszolgálni. Saját futárokkal történő kiszállítás lehetőséget ad a gyorsabb kiszállításra, az időablakos rendelésnek köszönhetően akár még aznap kézhez kerülhetnek a megrendelt áruk.

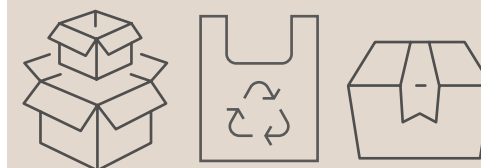
CSOMAGOLÁS

A legkisebb anyagfelhasználás érdekében a termékek csomagolását hat különböző méretű karton dobozban, illetve saját kiszállításkor papírtáskával oldjuk meg. A csomagolóanyagok mind FSC minősítésűek, vagyis az anyagok tanúsítottan a felelős erdőgazdálkodásból származnak. A termékek védelme miatt sok esetben térkitöltőket használunk, amelyeket mára olyan légpárnákra cserélünk le, amely fóliája egyrészt majd fele arányban megújuló, másrészt az ISCC által tanúsított források és gyártási folyamat által olyan szén-dioxid-semleges terméket biztosítanak, amely hozzájárul a fenntartható világhoz és a körforgásos gazdasághoz. A légpárnák újra felhasználhatóak és 100%-ban újrahasznosíthatók.

kisebb anyagfelhasználás

termékek csomagolását hat különböző méretű karton dobozban, illetve saját kiszállításkor papírtáskával oldjuk meg

a csomagolóanyagok tanúsítottan felelős erdőgazdálkodásból származnak



BESZÁLLÍTÓK PARTNERSÉG, MEGBÍZHATÓSÁG, INNOVÁCIÓ

Anyacégünk kiemelt figyelmet fordít a beszállítókkal folytatott szoros együttműködésre, egyrészt nyersanyagaink forrásának ismerete, másrészt a termékbiztonság és a termékminőség biztosítása érdekében. Erről egy beszállítói kódex gondoskodik, amely elfogadása a Rossmannal folytatott együttműködés előfeltétele. Ily módon közvetetten hozzájárulnak ahhoz, hogy az ellátási láncban betartsák az emberi jogokat és akkor is megvalósuljanak gyakorlatban a társadalmi és környezeti szokványok, ha közvetlen befolyási területünkön kívül esnek.

Ugyan a Rossmann Magyarország közvetlenül nem foglalkozik nyersanyagokkal és gyártással, de a termékekre fordított figyelmünk az anyacégünk hozzáállásával azonos. Magyarországi beszállítóink esetében az ellátásbiztonság van a középpontban.

BESZÁLLÍTÓINK KULCSSZEREPLŐK

Közel 400 beszállítóval dolgozunk együtt. Beszállítóink kulcsszereplők, hiszen nélkülük nem tudnánk a fogyasztói igényeknek megfelelni. A magas vevői elégedettséghez és értékteremtéshez kulcsfontosságú a folyamatosan változó vásárlói igényeknek való megfelelés, ezt

csak hosszú távú együttműködésekkel lehet biztosítani. Éppen ezért jó együttműködésre, megbízhatóságra, korrekt partneri viselkedésre és szállítási pontosságra törekszünk. Beszállítóink nagy arányban a kezdetek óta velünk dolgoznak.

Elvárásainkat magunkra nézve is kötelezőnek tartjuk. A Rossmann mindent megtesz annak érdekében, hogy a beszállítói igényeknek eleget tegyünk és a felmerült kérdéseket a lehetőségek mentén rugalmasan kezeljük. Kiszámítható, tervezhető partner vagyunk, tartjuk magunkat a megállapodásokhoz, beleértve a határidők és kifizetések kapcsán is.

Beszerezéseink során a fenntartható termékek bővítését támogatjuk és azt érzékeljük, hogy ez a kereslet a beszállítói kínálatban is egyre szembetűnőbb.

A Rossmann működésének gazdasági hatását a hazai beszállítói hálózatunk is érzékeli, számukra stabil keresletet biztosítunk. Beszállítóinkon keresztül is hozzájárulunk a foglalkoztatáshoz, a beruházási hajlandósághoz, valamint a magyar államháztartás bevétel gyarapításához az adók és járulékok befizetésén keresztül.

Advantage



Az Advantage Group egy B2B piacutatót végző vállalat, amely kidolgozta az üzleti kapcsolatok értékelésének koncepcióját. A vállalat kiemelt szolgáltatása az Advantage Report®, amely méri az együttműködést a beszállító partnerek és kereskedelmi láncok között.



2018



2019



2020

ELSŐ HELYEZÉS

A Rossmann Magyarország az úgynevezett nettó kedvezőségű mutató szerint már három éve, 2018-ban, 2019-ben és 2020-ban is az első helyen végzett.

Az összteljesítmény öt terület értékelése alapján történik, úgy mint Üzleti kapcsolatok, Munkatársak/Szervezet, Kategória/Üzletfejlesztés, Kereskedelmi megvalósítás és Logisztika/Értékesítési lánc alkotják. 2020 az első négy területen a Rossmann drogéria-láncot értékelték a legjobbnak, Logisztika/Értékesítési lánc területen pedig a második legjobb helyet érte el.

FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSI CÉLOK

Az ENSZ 2015 szeptemberében elfogadta a 17 célból álló Fenntartható Fejlődési Célokat (Sustainable Development Goals), amely a fenntarthatóság nemzetközi iránytűje.

Tevékenységünk által közvetlen és közvetett módon is hatással vagyunk a nemzetközi keretrendszerben foglalt célok megvalósulására.

Célunk, hogy a fenntartható fejlődési célok elérésében a Rossmann egyre jelentősebb szerepet vállaljon és lehetőség szerint minél több célhoz hozzájáruljon. Partnerségek kiépítése beszállítóinkkal e törekvéseinkben kulcsszerepet játszanak.



Direkt módon az alábbi célokhoz járulunk hozzá:

»» termékeink támogatják a jobb táplálkozás megteremtését és az egészség és jólét megvalósulását⁷,



»» tevékenységünk által támogatjuk a tisztességes munka és gazdasági növekedés, az ipari innováció és infrastruktúra, valamint a felelős fogyasztás és termelés kérdésekhez kapcsolódó célokat,



»» fenntarthatósági célkitűzéseink és társadalmi felelősségvállalásunk által leginkább a minőségi oktatáshoz és a nemek közötti egyenlőséghez járulunk hozzá.

⁷ Sajátmárkás termékeink előállítási folyamata még több célt érint, de ezek a jelentésünk hatáskörén kívül esnek németországi gyártásuk által.



IMPRESSZUM

Kiadta - Rossmann Magyarország Kft.

Szakmai tartalom - Tomaj Zsófia fenntartható fejlődési szakértő

Grafika, tördelés - Buru Éva

Fotók forrása - Rossmann, Unsplash

Kapcsolat - callcenter@rossmann.hu

Kiadás dátuma - 2021. április

A photograph of three young women laughing and talking in a field of dry, golden-brown grass. The woman on the left is wearing a black beanie and a dark jacket. The woman in the middle is wearing a denim jacket and a black choker. The woman on the right is wearing glasses and a dark jacket. The background is a soft-focus field of dry grass under warm, golden light. A small red square is visible in the top left corner.

**Továbbra is szeretnénk tudni mire vágysz -
maradjunk kapcsolatban!**
