



Politik des Sozialen Dialogs von Global Cosmed Kapitalgruppe



Eine gute, regelmäßige Kommunikation, der Fluss von Kenntnissen und Erfahrungen ist eine der Voraussetzungen für die Entwicklung des Unternehmens und baut Verständnis, Vertrauen und Engagement, Solidarität bei der Umsetzung der Ziele und Innovation auf. Sie ist die Grundlage für die Umsetzung unserer Mission und ein Instrument zur Gestaltung von Werten wie Freundlichkeit und Respekt.

Der Vorstand von Global Cosmed S.A. ist sich seiner eigenen Verantwortung und der der gesamten Unternehmensgruppe in diesem Bereich bewusst. Er weiß die Vorteile des Sozialen Dialogs zu schätzen und setzt ihn durch die Bereitstellung angemessener personeller und finanzieller Mittel um. Er fördert aktiv den gesamten Prozess und überwacht die Wirksamkeit und Effizienz der ergriffenen Maßnahmen.

Beim sozialen Dialog halten wir uns u.a. an die Anforderungen der Verordnung des Finanzministers über aktuelle und periodische Informationen, die von Emittenten der Wertpapiere bekannt gegeben werden, und über die Voraussetzungen für die Anerkennung der nach den Gesetzen eines Drittstaates geforderten Informationen als gleichwertig (Grundsätze für die Erstellung von aktuellen und periodischen Berichten, darunter insbesondere des Jahresberichts). Wir bemühen uns, die Grundsätze der „Besten Praktiken für an der WSE notierte Unternehmen 2021“ (insbesondere die Grundsätze der Informationspolitik und der Kommunikation mit den Anlegern), die sich aus der CSRD-Richtlinie ergebenden Leitlinien (Grundsatz der Sorgfaltspflicht, Grundsatz der doppelten Wesentlichkeit, Karte der Interessengruppen), den Europäischen Standard für nichtfinanzielle Berichterstattung und den AA1000-Standard (Dreiecksprinzip: Einbeziehen - Reagieren - Integrieren) einzuhalten.

Die Grundprinzipien des sozialen Dialogs bei der Global Cosmed Unternehmensgruppe sind folgende:

1. Der Soziale Dialog wird von der Unternehmensleitung unter grundsätzlicher Einbeziehung der Mitarbeiter gepflegt (Inklusion),

2. Grundlage des Sozialen Dialogs sind die Mission, die Vision, die Werte und die Geschäftsstrategie für die Entwicklung der Unternehmensgruppe, darunter die Strategie im Bereich der Nachhaltigkeit, die wir mit dem Ziel vermitteln, das Verständnis und die Akzeptanz bei den Interessengruppen zu verstärken und sie in die Umsetzung einzubeziehen,
3. Ziel des Sozialen Dialogs ist es, eine Kultur des offenen und sicheren Dialogs mit allen Interessengruppen aufzubauen und zu fördern (speak up Kultur), ihre Anforderungen an die Geschäftstätigkeit der Unternehmensgruppe kennenzulernen und zu berücksichtigen, mögliche Risiken zu mindern und mögliche Lücken zu schließen, die im konstruktiven Dialog aufgedeckt werden, und so die Unternehmensgruppe und die Qualität ihrer Tätigkeit in allen Bereichen permanent weiterzuentwickeln, Synergien für die Erarbeitung noch besserer Wege der Unternehmensentwicklung und die Umsetzung der in der Agenda 2030 der Vereinten Nationen festgelegten Nachhaltigkeitsziele zu schaffen.
4. Der Soziale Dialog wird unter Anwendung der gesetzlichen Regelungen und ethischen Standards für diesen Bereich geführt,
5. Der Soziale Dialog ist in die Prozesse der Unternehmensgruppe integriert,
6. Der Soziale Dialog unterliegt einer kontinuierlichen Optimierung,
7. Ein effektiver und effizienter sozialer Dialog stellt einen Wettbewerbsvorteil für die Unternehmensgruppe dar.

Methoden zur Stärkung des sozialen Dialogs:

1. Steigerung von Kenntnissen, Kompetenzen und persönlicher Entwicklung der Mitarbeiter.
2. Effektive interne, externe, proaktive und Krisenkommunikation unter Berücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse der Unternehmensgruppe und der Interessengruppen:

a. interne („permanente“) Kommunikation:

- von oben nach unten (top-down)- es werden geeignete Kommunikationssysteme und -methoden eingerichtet, um sicherzustellen, dass die Botschaft alle Mitarbeiter erreicht und von ihnen wahrgenommen wird, auch im Rahmen der für sie definierten Anforderungen („Weiterleitung“ der Informationen an die unteren Organisationsebenen). Die Botschaft wird jeweils an die Zielgruppen angepasst.

Unsere Instrumente: Fortbildung, Workshops, Arbeitsgruppen, E-Mail-Korrespondenz, Schwarze Bretter, Newsletter, usw.

- von unten nach oben (bottom-up) - wir schaffen eine Kultur des offenen und sicheren Dialogs, um wichtiges Feedback zu geben, aber auch um es zu erfassen und zu überprüfen. Wir schaffen Meldekanäle, damit die Mitarbeiter Verstöße gegen Politik und Verfahren, neue Risiken, die sie festgestellt haben, aber auch Ideen und Innovationen melden.

Unsere Instrumente: Treffen, Diskussionen, Schulungsmaßnahmen, Meldekanal für Verstöße, Kanal für Beschwerden und Anträge, Audits, Mitarbeiterumfragen, eigene Mitarbeiterprogramme, usw.

b. externe Kommunikation:

- gegenüber externen Interessengruppen (Kunden, Lieferanten, Investoren, Verwaltungsbehörden, Aufsichtsbehörden, Medien) - angemessenes Informationsmanagement im Einklang mit der Unternehmensstrategie. Externe Maßnahmen stärken das Verständnis und die Akzeptanz der Mitarbeiter und anderer Interessengruppen dafür, dass die in der Unternehmensgruppe angewandten Lösungen von Interesse und Bedeutung für den Markt sind und einen Wettbewerbsvorteil, sowie das Vertrauen der externen Interessengruppen verschaffen, die Transparenz und Maßnahmen zum Risikomanagement zu schätzen wissen.

Unsere Instrumente: Website, E-Mail-Korrespondenz, Pressemitteilungen, Werbung, Newsletter, Finanz- und Nichtfinanzberichte, Mitmachen an externen Veranstaltungen, Veröffentlichungen in der Fachpresse, Mitarbeit in externen Gremien (Ausschüsse, Komitees, Verbände, Berufsorganisationen, Programmbeiräte), Vorträge bei Kongressen, Konferenzen oder Leitung und Teilnahme an externen Schulungen, Meinungsumfragen, usw.

3. Bekanntmachung der Erfolge der Unternehmensgruppe gegenüber den Interessengruppen.
4. interne Kontrolle, internes und externes Audit (Bewertung der Angemessenheit und Wirksamkeit unserer Aktivitäten des sozialen Dialogs).
5. ständige Bewertung der Wirksamkeit und Qualität des sozialen Dialogs.

Für die Umsetzung dieser Politik sind der Vorstand und die Mitarbeiter in Übereinstimmung mit den in der Unternehmensgruppe festgelegten Regeln verantwortlich. Besondere Bedeutung kommt dabei den Managern und Leitern zu, die im täglichen Umgang mit den Mitarbeitern der verschiedenen Abteilungen des Unternehmens, den Kunden, den Aufsichtsorganen und den Aktionären, den Lieferanten, den Nutzern unserer Produkte oder den sozialen Einrichtungen das Unternehmen und seine Werte vertreten und durch ihren Ansatz Vertrauen und langfristige Geschäfts- und Sozialbeziehungen aufbauen.

Management Global Cosmed S.A.

Magdalena Miele
Vorstandsvorsitzende

Arthur Mielimonka
Vorstandsmitglied

Kamil Szlaga
Vorstandsmitglied