



Klimawin BW

Bericht

2024

Richard Henkel GmbH

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	4
2. Die Klimawin BW	5
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	5
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	5
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	6
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	7
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	7
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	8
4. Unsere Schwerpunktthemen	9
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	9
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	9
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	10
4.4 Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	15
4.5 Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	17
4.6 Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	19
5. Weitere Aktivitäten	22
6. Unser Klimawin BW-Projekt	25
6.1 Das Projekt	25
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	25
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	25
6.4 Ausblick	26
Impressum	27

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Die Richard Henkel GmbH ist ein kleines mittelständisches Unternehmen mit 35 Mitarbeitern geführt in 3. Generation. Gegründet wurde das Unternehmen 1922 in Heilbronn am Neckar, seit 1944 ist es in Ernsbach im Kochertal ansässig. Seit Gründungsbeginn ist umweltkonformes Tun, Einsatz von natürlichen Stoffen und geringe Auswirkungen auf das Umfeld Grundlage. Bereits das Firmenlogo 1922 zeigt klar: *neu und gebraucht* – repariert! Lebensbildung bis heute! Das bleibt so.



Die Richard Henkel GmbH 1922 und heute

Seit 1947 stellen wir hochwertige Stahlmöbel für Garten-, Kur- und Erholungsbereiche her. Als einziges Unternehmen in Europa bieten wir seit Jahrzehnten die lebenslange Produktbegleitung – Ersatzteile und Redesign – an. Opa Richard hatte das Prinzip des sogenannten Ökodesigns bereits im Herzen und im TUN! Respekt! Unsere Kunden werfen alte oder kaputte Produkte nicht weg – wir überarbeiten sie, sichern damit die Produktlebenszeit und sparen gemeinsam Ressourcen. Redesign! Dieses Facelift gilt nicht nur für unsere eigenen Produkte, sondern auch für Produkte fremder Hersteller. Geliebte „alte Schätzchen“, teils wertige „Designerstücke“ werden so feinst überarbeitet. Ergebnis: Ressourceneinsparung, positives Handeln für die Umwelt und ein glücklicher Kunde – kann es noch besser werden? Die Hersteller selbst weltweit bieten keine Ersatzteile oder Reparatur als Dienstleistung an. Man möchte Neues verkaufen. Das ist „Old School“ und nicht pro unserer Erde gerechnet, sondern pro Umsatz und danach ausgerichteter Tantieme. No go!

Im 2. Geschäftsbereich wird seit 1973 für Eigen- und Fremdprodukte die Dienstleistung Oberflächentechnik angeboten. Das heißt: mechanische Teilebearbeitung mit speziellen Strahlsystemen und Pulverlackierung. Kunden z.B. aus dem Bereich Luftfahrt, Klimatechnik oder Automotive mit weltweit eingesetzten Produkten. Bei uns gilt die strikte Vorgabe der geschlossenen Kreisläufe, von geringst möglichem Ressourcen- und Energieverbrauch. CO₂-Reduzierung als unser „Basic Ziel“. Diese real gelebte Unternehmensphilosophie ist unumstößlich! Für uns zählt das reale Tun für die Zukunft und die Umwelt. Und so erlauben wir uns doch auch mal zu einer Kundenvorgabe nein zu sagen, wenn diese nicht dieser Grundlage entspricht. Gerade auch die gelebte, kontrollierte Lieferkette ist hier ein gutes Werkzeug.

1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der Klimawin BW bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

2.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:
www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 11.11.2014

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	ja	ja
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	nein	nein
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	ja	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	nein
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	nein
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	ja	nein

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Diakonieverband Hohenlohe - Öhringer Tafel		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: nein	soziale Nachhaltigkeit: ja	
Art der Förderung		
finanziell: ja	materiell: nein	personell: nein

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Erneuerung des Hohenloher Bauernlehrpfads		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: nein	soziale Nachhaltigkeit: ja	
Art der Förderung		
finanziell: ja	materiell: nein	personell: nein



**Wir gehören zusammen
- siehst Du?!**

4. Unsere Schwerpunktthemen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Die gewählten Schwerpunkte sind für uns von besonders großer Bedeutung. Mittlerweile sollte jedem klar sein, dass aktiver **Klimaschutz**, **Schonung von Ressourcen** sowie eine funktionierende **Kreislaufwirtschaft** unumgänglich sind, um die Lebensgrundlage für uns und für die kommenden Generationen zu sichern. Als Unternehmen können wir hier viel bewirken. Ziel ist es, konkrete Maßnahmen umzusetzen, durch die die betrieblichen CO₂-Emissionen gesenkt, Ressourcen und Rohstoffe effizienter genutzt sowie Produkte nachhaltig und langlebig gestaltet werden.

Da in unserer Produktion unter Umständen auch körperlich schwere Arbeit anfällt, ist es besonders wichtig, das **Wohlbefinden unserer Mitarbeiter** sicherzustellen. Im Bereich der Oberflächenbeschichtung bearbeiten wir nach wie vor viele schwere Teile. Die damit verbundene Belastung unserer Mitarbeiter gilt es möglichst gering zu halten, um gesundheitliche Risiken zu vermeiden. In einer Zeit steigender Anforderungen sind Mitarbeiter mehr denn je auf Unterstützung angewiesen. Der menschliche Beitrag – das Auge, die Aufmerksamkeit und die Fähigkeit, über den Teller- und Rand hinaus zu denken – ist unverzichtbar und lässt sich nicht durch Roboter ersetzen. Gesundheit, Wohlfühlen und Zeit für die Familie bleiben dabei zentrale Werte.

Durch unsere Unternehmensphilosophie setzen wir **Anreize zur Transformation und zum Umdenken**. Durch einen offenen und stetigen Dialog mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten tragen wir die Bedeutung eines Umdenkens nach außen. Der Dialog ist besonders wichtig, denn die notwendige Transformation erfordert breite Akzeptanz und aktive Beteiligung auf allen Ebenen. Ziel ist es, ein entsprechendes Bewusstsein zu schaffen, zu informieren, sich auszutauschen und so

mehr Akteure für das konkrete Handeln zu gewinnen. Dabei soll nicht nur auf das Negative hingewiesen werden, sondern das Aufzeigen alternativer und besserer Lösungen im Vordergrund stehen.

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Unser grundsätzliches Ziel besteht darin, CO₂-Emissionen langfristig und effektiv einzusparen, um einen tatsächlichen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Um das zu erreichen, werden bei uns dauerhaft Projekte und Maßnahmen im Bereich der Energieeffizienz, Ressourceneffizienz und innerhalb der Lieferkette geplant und umgesetzt. Die Wichtigkeit darin haben wir schon sehr früh erkannt und sind mit unserem Umweltmanagementsystem seit 1998 EMAS-zertifiziert. Die ganzheitliche Bilanzierung unseres CO₂-Fußabdrucks soll aufzeigen, an welchen Stellen noch weiterer Handlungsbedarf und weiteres Einsparpotential besteht. In den kommenden Jahren stehen etliche Ziele und Meilensteine auf der Agenda. Die bis zum Ende des Jahres 2024 umgesetzten Projekte und Maßnahmen werden im Folgenden genauer beschrieben.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Erfolgreich umgesetztes Projekt zur Reduzierung der Prozesswärme in einem speziellen Produktbereich der Oberflächentechnik ab August 2024.
- Installation einer neuen, effizienteren Druckluftanlage.
- Überwachung von Druckluft, Elektrik und Gas durch spezielle Thermografie-Technik zur präventiven Abstellung von Energieverlusten und Erkennen von Einsparpotentialen.
- Gezielte Lieferantenauswahl und Umsetzung von Einkaufsstrategien zur Reduzierung von transportbedingten CO₂-Emissionen.

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die Ergebnisse unserer Bestrebungen zeigen eine kontinuierliche Reduzierung der betrieblich anfallenden CO₂-Emissionen. Zur Erzeugung der Prozesswärme im Oberflächenbereich wird noch fossiles Flüssiggas verwendet. Hierdurch entsteht der Großteil unserer CO₂-Emissionen. Eine Möglichkeit zur Reduzierung der Emissionen ist also die Reduzierung der Prozesswärme. Das entsprechende Projekt startete im August 2024. Bereits zum Jahresende konnte eine positive Tendenz hinsichtlich des Verbrauchs festgestellt werden.

Die bereits im vorherigen Jahr neu installierte Druckluftanlage ist deutlich energieeffizienter als ihr Vorgänger. Der Stromverbrauch wird wöchentlich dokumentiert. Nachdem die Anlage nun ein komplettes Jahr am Stück in Betrieb war, ist die Stromeinsparung deutlich spürbar.

Durch die jährliche Untersuchung unserer Druckluft-, Gas-, und Elektroleitungen werden Leckagen frühzeitig erkannt und behoben. Neben Aspekten des Risikomanagements werden dadurch bereits seit mehreren Jahren aktiv Energieverluste vermieden.

Durch die Auswahl von möglichst regionalen Lieferanten werden CO₂-Emissionen in Scope 3 eingespart. Sofern möglich, wird unser Einkaufsursprung nur auf Deutschland und maximal auf Europa beschränkt. Lieferanten, die einen relativ weiten Transportweg zu uns haben, werden schrittweise durch regionale Alternativen ersetzt. Das ist ein kontinuierlich laufender Prozess, welcher auf lange Sicht deutliche Einsparungen der transportbedingten CO₂-Emissionen bewirken wird. Ein Großteil der Lieferfirmen sind bereits in unserer direkten Nähe.

4.3.4 Indikatoren

Eine quantitative Dokumentation der im Jahr 2024 erzielten Ergebnisse findet anhand des Flüssiggasverbrauchs und anhand des Strombedarfs der neuen Druckluftanlage statt. Die Ermittlung und Behebung von Leckagen in unserem Druckluft-, Gas-, und Elektronetz ist nicht quantitativ zu beziffern. Die transportbedingten CO₂-Emissionen innerhalb unserer Lieferkette sind Teil der Scope 3-Bilanz, auf welche im Kapitel 4.3.5 noch detailliert eingegangen wird. Eine Entwicklung lässt sich hier noch nicht darstellen, da wir Scope 3 im Jahr 2024 zum ersten Mal bilanziert haben.

Indikator 1: Flüssiggasverbrauch in der Oberflächentechnik

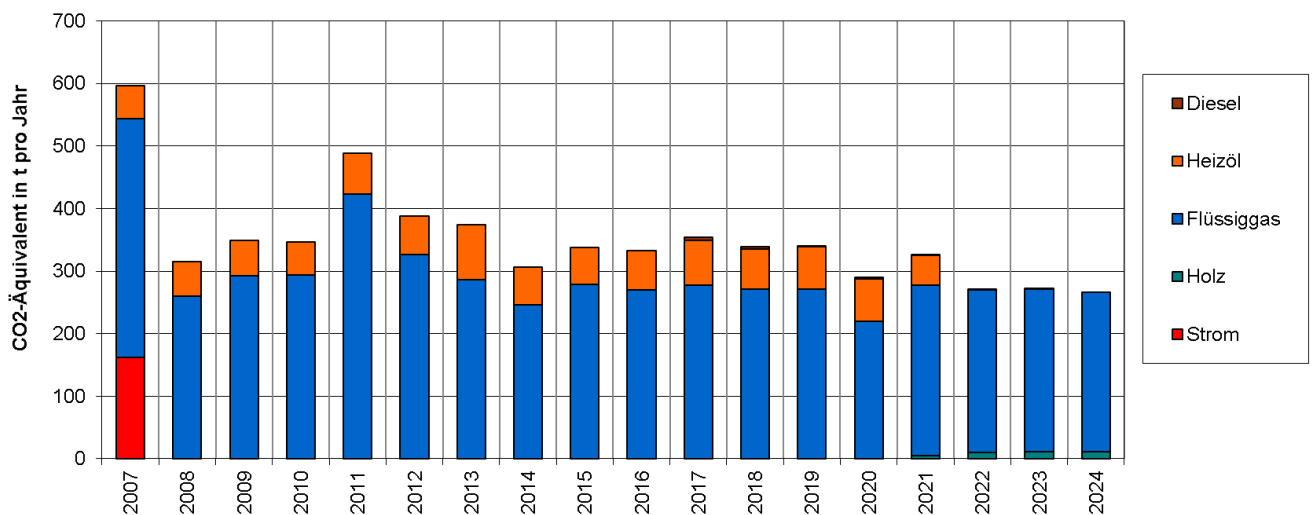
- Kennzahl: relativer Flüssiggasverbrauch (Verbrauch pro Kilogramm beschichtetem Produkt)
- Langfristiges Ziel: Flüssiggas-Einsparung von mindestens 5% im Vergleich zum Stand vor Projekt-Start 08/2024
- Ergebnis zum Ende 2024: Da der Start des Projekts mitten im Jahr war, kann keine 100% exakte Bilanz aufgestellt werden. Unsere mit gewisser Unsicherheit behaftete Hochrechnung zeigt bereits die gewünschte **Einsparung von circa 5%**. Durch die Analyse des folgenden Geschäftsjahres 2025 soll das geprüft und bestätigt werden.

Indikator 2: Strombedarf Druckluftanlage

- Kennzahl: relativer Stromverbrauch (Verbrauch pro erzeugter Druckluftmenge)
- Langfristiges Ziel: Deutlich spürbare Stromeinsparung durch die neue Druckluftanlage im Vergleich zur Vorgänger-Anlage
- Ergebnis zum Ende 2024: Der jährliche Energieverbrauch des Druckluftsystems konnte von rund 21.000 kWh auf circa 15.000 kWh reduziert werden. Das entspricht einer **Einsparung von fast 30%**.
- Auch wenn wir zu 100% Ökostrom beziehen und diese Stromeinsparung theoretische keine CO₂-Einsparung bringt, ist das nicht nur aus wirtschaftlicher, sondern auch aus ökologischer Sicht als sehr sinnvoll zu bewerten, denn der "sauberste" Strom ist der, der gar nicht erst erzeugt werden muss.

4.3.5 Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1, 2 und 3 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt. Scope 1 und 2 bilanzieren wir bereits seit 2002. Damals betrug der entsprechende jährliche CO₂-Ausstoß circa 714 Tonnen. Im Jahr 2024 stehen wir bei 266 Tonnen. Geschafft haben wir das durch unzählige erfolgreich umgesetzte Projekte und Einsparmaßnahmen. Besonders die Umstellung auf Ökostrom (2008) und der Wechsel von Öl- zur Pelletheizung (2021) haben einen bedeutenden Anteil daran. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wird daher in untenstehender Tabelle das Jahr 2022 als Bezugsjahr für die Ausgangsbilanz gewählt, da seitdem die wesentlichen CO₂-Emissionsquellen in Scope 1 und 2 unverändert sind: Flüssiggas (Prozesswärme Oberflächentechnik), Pellets (Gebäudewärme) sowie Diesel (Kraftstoff unseres Staplers). Emissionen, die innerhalb unserer Wertschöpfungskette in Scope 3 entstehen, wurden 2024 erstmals bilanziert. Der hier berechnete Wert gilt als Bezugsgröße für die kommenden Jahre.



Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangs- bilanz 2022	Aktuelles Geschäftsjahr 2024	Veränderung gegenüber Referenzjahr	Zielsetzung und -erreichung		
	THG- Emissionen in t CO ₂ e	THG- Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e	Zieljahr	Reduktions- ziel in t CO ₂ e oder %	Ziel- erreichung in %
Direkte THG-Emissionen Scope 1	271,4	267,0	-4,4	2026	6,4 t CO ₂ e	69%
Indirekte THG- Emissionen Scope 2	0	0	0		-	-
Indirekte THG- Emissionen Scope 3	-	259,3	-		9,3 t CO ₂ e	-

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Die Emissionsquellen in Scope 1 und 2 sind relativ überschaubar. Scope 2 fällt komplett weg, da wir CO₂-freien Strom beziehen. In Scope 1 fielen 2022 271,4 Tonnen CO₂e an. Scope 1 setzt sich folgendermaßen zusammen:

- Flüssiggas zur Erzeugung der Prozesswärme in der Oberflächentechnik (Anteil 95,4%)
- Pellets zur Erzeugung der Gebäudewärme (Anteil 4,3%)
- Diesel als Kraftstoff für Stapler (Anteil 0,3%)

Bei der Bilanzierung der in unserer Wertschöpfungskette anfallenden Scope 3-Emissionen wurde sich an der Methode des GHG-Protokolls orientiert. Insgesamt fallen 2024 259,3 Tonnen CO₂e an. Berücksichtigt sind Emissionen, die durch folgende Quellen entstehen:

- Gekaufte Waren und Dienstleistungen (Anteil 32,0%)
- Investitionsgüter (Anteil 0,2%)
- Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten (Anteil 10,8%)
- Vor- und nachgelagerte Transporte (Anteil 45,9%)
- Im Betrieb anfallende Abfälle (Anteil 0,3%)
- Pendeln der Arbeitnehmer (Anteil 10,8%)

THG-Bilanz – Ziele, Maßnahmen und Entwicklungen

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Ausgangsbilanz erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt. Zur Erreichung des Ziels sollen konkrete Maßnahmen umgesetzt bzw. fortgeführt werden.

Die Scope 1-Emissionen möchten wir ausgehend vom Bezugsjahr 2022 um mindestens 6,4 Tonnen auf jährliche 265 Tonnen CO₂e senken. Da unser Flüssiggasverbrauch den deutlichen Hauptanteil der Scope 1-Emissionen ausmacht, werden Maßnahmen in diesem Bereich am meisten bewirken. Die geplante Reduzierung um 6,4 Tonnen CO₂e soll hauptsächlich durch die Umsetzung folgender Maßnahmen erreicht werden:

- Reduktion der Prozesswärme in einem speziellen Bereich der Oberflächentechnik. Diese Maßnahme startete im August 2024 und bereits zum Ende des Jahres ist hier schon eine positive Tendenz zu erkennen, da die Gesamt-Emissionen um jährliche 4,4 Tonnen CO₂e gesenkt werden konnten. Unser Energieeffizienz-Projekt hat vermutlich einen großen Anteil daran. Für die Bilanz des kommenden Jahres 2025, wobei der positive Effekt der Einsparmaßnahme das gesamte Jahr über wirkt, erwarten wir eine weitere Flüssiggas-Reduktion, sodass unser Ziel der jährlichen 265 Tonnen CO₂e erreicht werden kann. Was beachtet werden muss: im Gegensatz zur in Kapitel 4.3.4 beschriebenen relativen Flüssiggas-Einsparung, handelt es sich hier um absolute Verbrauchswerte.
- Auf lange Sicht ist die Verwendung von Bio-Flüssiggas eine weitere Möglichkeit zur Senkung der Scope 1-Emissionen. Diese Maßnahme muss allerdings noch umfassend auf technische und wirtschaftliche Machbarkeit geprüft werden.

Scope 3 wurde erstmals 2024 bilanziert. Insgesamt stehen 259,3 Tonnen CO₂e zu Buche. Als erstes Ziel wird eine Verringerung um 9,3 Tonnen auf jährliche 250 Tonnen CO₂e beschlossen. Die Fertigung gekaufter Waren und Dienstleistungen sowie vor- und nachgelagerte Transporte verursachen den Hauptanteil der Scope 3-Emissionen. Daher sehen wir vor allem in diesen beiden Kategorien Verbesserungsmöglichkeiten:

- Einige unserer Haupt-Rohstoffe können alternativ zu konventionellen Fertigungsmethoden auch CO₂-neutral bzw. CO₂-reduziert hergestellt werden. Hier soll eine Überprüfung der Machbarkeit stattfinden.
- Es ist bereits geplant, einige Lieferanten durch regionale Alternativen zu ersetzen, wodurch transportbedingte CO₂-Emissionen sinken werden.

Was erwähnt werden muss: die in diesem Abschnitt formulierten THG-Reduktionsziele sind immer mit Vorsicht zu genießen. Es handelt sich um absolute Verbrauchs- und Emissionswerte, in die verschiedenste Faktoren mit einfließen. So kann beispielsweise eine Emissions-Einsparmaßnahme erfolgreich umgesetzt worden sein, die Gesamt-Emissionen allerdings ansteigen, da z.B. die Auftragslage und somit auch die Produktionsstunden angestiegen sind. Hierdurch kann ein verfälschtes Bild entstehen. Um unsere Zielerreichung in Zukunft zu bewerten, müssen also Kennzahlen gebildet werden, die den relativen CO₂-Ausstoß und die relative Einsparung (z.B. bezogen auf den Umsatz oder die Auslastung) wiedergeben.

4.3.6 Ausblick

Auch im kommenden Berichtsjahr und darüber hinaus sollen im Hinblick auf den Klimaschutz bereits aufgenommene Maßnahmen bestehen bleiben und neue aufgenommen werden. Unser Projekt zur Reduzierung der Prozesswärme wird fortgeführt und die dadurch erzielten Einsparungen ermittelt. Weiterhin besteht die präventive Überwachung unserer Druckluft-, Elektrik- und Gasleitungen. Indirekte CO₂-Emissionen in Scope 3 wollen wir langfristig durch gezielte Einkaufsstrategien verringern. Unser Einkaufsursprung soll weiterhin mit mindestens 95% in Deutschland und sonst Europa verbleiben. Mögliche Materialwechsel für eine weitere CO₂-Reduzierung sind geplant. Darüber hinaus soll die Planung einer Photovoltaikanlage zur teilweisen Deckung unseres Eigenbedarfs aufgenommen werden. In Kombination mit einem Speichersystem soll die Autarkie bei eventuellen Ausfällen sichergestellt werden.

4.4 Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

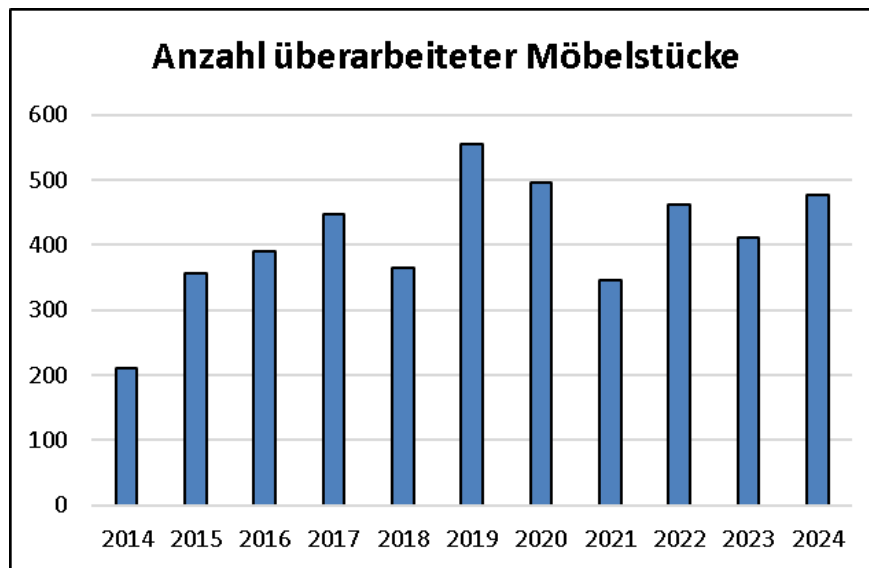
4.4.1 Zielsetzung

Durch unsere Produkte und deren Herstellungsweise wollen wir einen positiven Beitrag zur Ressourcenschonung und zur Kreislaufwirtschaft leisten. Oberstes Ziel ist immer die Auslegung auf Langlebigkeit, Wiederverwendbarkeit und Reparaturfähigkeit. Dieses Prinzip gilt sowohl für unseren Möbelbereich als auch für die Oberflächentechnik. Der seit Jahrzehnten stehende Service FACELIFT ≈ LIFELONG ermöglicht unserer Kundschaft, ihre Möbel nach jahrelanger Nutzung kostengünstig und ressourcenschonend zu überarbeiten und wieder für viele weitere Jahre nutzbar zu halten, sozusagen als ein „Neu-Möbel“. Das machen wir selbstverständlich nicht nur für unsere eigenen Möbel, sondern auch für Fremdprodukte. Der große Vorteil ist, dass kein komplett neues Produkt hergestellt bzw. gekauft werden muss. Das spart dem Kunden Geld, vermeidet Abfall und schont Ressourcen. Die geringe Menge der beim Überarbeiten entstehenden "Abfälle" soll nicht entsorgt, sondern einer weiteren Verwertung zugeführt werden. Wir stellen einen immer größeren Bedarf an Überarbeitung und Redesign fest. Das zeigt, Life Cycle Management ist im Bewusstsein vieler angekommen.

4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- Wir bieten unseren Kunden den Überarbeitungsservice " FACELIFT ≈ LIFELONG " an
- Wir setzen Kreislaufwirtschaft in der Praxis um: "Abfälle" werden nachweislich verwertet

4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen



Unser Redesign-Service wird immer beliebter. Mittlerweile erhalten wir sogar mehr Aufträge für die Überarbeitung als für die Neu-Herstellung von Möbeln. Große Mengen an Metall, CO₂ und Energie konnten so auch 2024 wieder eingespart werden. Das ist definitiv ein Schritt in die richtige Richtung, an dem wir in den kommenden Jahren weiter festhalten werden. Bei der Möbelüberarbeitung bleibt das Grundprodukt (Stahlrohr-Rahmen) immer erhalten. Diverse Kleinteile und die Kunststoff-Schnurbespannung werden üblicherweise ausgetauscht. Der dabei anfallende "Abfall" wird bei uns sortenrein gesammelt und an Recyclingunternehmen übergeben. Hier findet anschließend eine Aufbereitung und nachweisliche Wiederverwertung statt.

4.4.4 Indikatoren

Indikator 1: Überarbeitete Möbelstücke und dadurch eingesparte Ressourcen im Jahr 2024

- Anzahl überarbeiteter Möbelstücke: **477**
- Eingesparte Ressourcen: bei der Möbel-Überarbeitung wird im Vergleich zur Neu-Herstellung kein Metall in Form von Stahlrohren benötigt. Für unsere Möbel werden im Schnitt rund 11 kg Stahlrohr eingesetzt. Laut Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) verursacht die Stahlgewinnung und -produktion rund 2,18 kg CO₂-Äquivalent pro kg Produkt.
 - Durch die Überarbeitung von 477 Möbeln wurden also über **5,2 Tonnen Stahl** und dadurch über **11,4 Tonnen CO₂** eingespart. Dabei sind nur die Gewinnung und Herstellung des Stahls, nicht der Transport berücksichtigt. Die tatsächlich eingesparten CO₂-Emissionen dürften also deutlich höher sein.

Indikator 2: Recycling von Alt-Kunststoffen

- Nachweislich recycelte Menge im Jahr 2024: 3.240 kg

4.4.5 Ausblick

Selbstverständlich werden wir weiterhin an diesem Schwerpunktthema festhalten. Für uns gibt es nichts schöneres, als alten und ausgedienten Produkten neues Leben zu schenken und dem Kunden viele weitere Jahre der Nutzung zu sichern. Wir tragen dazu bei, kein Teil mehr der Wegwerfgesellschaft zu bleiben, sondern etwas zu ändern. Gemeinsam können und müssen wir alles bewegen, was nur möglich ist – pro unserer wunderbaren Erde.



4.5 Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

4.5.1 Zielsetzung

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter gilt es kontinuierlich zu erhalten. Besonders bei teilweiser schwerer körperlicher Arbeit muss eine ausreichende Erholung in den Pausen gewährleistet sein. Unser Ziel und unsere Aufgabe ist es, das passende Umfeld hierfür zu schaffen. Durch die Umgestaltung und Modernisierung unserer Aufenthalts- und Umkleidebereiche haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, in angenehmer Atmosphäre abzuschalten, sich wohlfühlen und mit Kollegen zusammensitzen. Besonders erholsam sind Pausen an der frischen Luft, weshalb in den warmen Jahreszeiten auch ein Wohlfühlbereich im Freien zur Verfügung steht.



In der Oberflächenbeschichtung bearbeiten wir viele schwere Kundenteile. Das belastet den gesamten Körper und speziell den Rücken, die Schultern und die Beine. Wichtig ist daher für uns die präventive Vorsorge: Entlastung und Aufklärung. Regelmäßig gehen wir in den Dialog mit unseren Mitarbeitern und klären über das "richtige Heben und Tragen" schwerer Lasten auf und machen auf die Wichtigkeit der regelmäßigen Pausen aufmerksam. Zusätzlich werden spezielle entzündungshemmende Knieschoner und Handschuhe zur Verfügung gestellt, die spürbaren Erfolg zeigen - Schmerz no go! Zudem bieten wir bald wieder im Rahmen unseres Programms „fit with Sole“ kostenlose Eintrittskarten für das nahegelegene Solebad in Niedernhall an. Diese Maßnahme ist aktuell zwar ausgesetzt, wird aber zur Neueröffnung des Solebads im Dezember 2025 wieder aufgenommen. Denn die Resonanz unsere Mitarbeiter war stets sehr positiv. Die besondere Wasserqualität (Sole und wertvolle Mineralien), Wärme und Bewegung tragen zur Entlastung und präventiven Minderung krankheitsbedingter Ausfälle bei. Mit Blick auf Vorsorge stellen wir vermehrt fest, dass sich bei Mitarbeitern generell z.B. Knie- oder Handprobleme zeigen – Arthritis, Rheuma oder Muskelschwächen. Die Sole hilft hier ebenfalls.

4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Bereitstellung von Erholungsmöglichkeiten für die Pausen unserer Mitarbeiter
- Prävention von Verletzungen und Krankheit durch stetigen Dialog
- Präventive Vorsorge und Entspannung durch unser fit with sole-Programm
- Bereitstellung spezieller Arbeitskleidung

4.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Bezüglich der neu gestalteten und modernisierten Aufenthaltsmöglichkeiten für Pausen haben wir viel positive Resonanz erhalten. Unsere Mitarbeiter können sich in angenehmer Atmosphäre erholen und abschalten. Das „fit with Sole“-Programm wurde von unseren Mitarbeitern seit Beginn gerne angenommen und zeigte darüber hinaus eine spürbare Minderung von Krankheitsfällen. Daher möchten wir dieses Angebot nach der Wiedereröffnung des Solebads Niedernhall unbedingt erhalten. Die besondere Ausrüstung für den Knie- und Handbereich wurde getestet und wird heute mit Überzeugung getragen.

4.5.4 Indikatoren

Eine quantitative Dokumentation ist zur Bewertung des Mitarbeiterwohlbefindens nicht möglich. Die positive Resonanz spricht allerdings für sich.

4.5.5 Ausblick

An diesem Schwerpunktthema werden wir auch in Zukunft weiterhin festhalten, denn ohne unsere Mitarbeiter und die Sicherstellung ihres Wohlbefindens würde es bei uns stillstehen. Dieses Thema hat für uns also oberste Priorität! Hier ist es auch wichtig, aufmerksam zuzuhören sowie Feedback und Vorschläge zu beachten und ernst zu nehmen - und genau das tun wir jederzeit.

4.6 Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

4.6.1 Zielsetzung

Durch unsere Unternehmensphilosophie wollen wir einen Anreiz zum Umdenken setzen. Unser Ziel ist es, ein Bewusstsein zu schaffen und zu vermitteln, wie jeder Einzelne einen Beitrag zur Ressourcenschonung, zur nachhaltigen Produktnutzung oder zur Abfallvermeidung leisten kann. Für uns ist die Motivation des Umdenkens sehr wichtig. Daher sind wir im stetigen und direkten Austausch mit Kunden, Lieferanten oder sonstigen Interessensgruppen. Motivation und Anreize kann man über verschiedene Wege vermitteln. Der Weg über die Presse, zum Beispiel durch Magazine oder über das Fernsehen, eignet sich besonders gut. Durch verschiedene Beiträge über uns hat der Anreiz zum Umdenken eine bemerkenswerte Reaktion hervorgerufen. Etliche Anfragen zum Redesign und somit an der Idee, Gutes für die Umwelt zu tun. Der Anreiz zum Umdenken hat also funktioniert. Bis heute gibt es zum Thema Umwelt und Nachhaltigkeit etliche Projekte, die wir in Angriff genommen haben. So wurden die Lieferscheinschläge von Folie und Plastik auf Papier umgestellt. Ebenso wurden im kompletten Betrieb Plastikhüllen durch Papierhüllen ersetzt, die genauso stabil und langlebig sind. Eine einfache und für Kunden sichtbare positive Veränderung pro Umwelt! Bezüglich der Verpackung von Ware wurden außerdem in allen Bereichen Plastikfolien soweit als machbar verbannt und durch Papier, bzw. bei Dauerprodukten, durch Rundlaufverpackungen ersetzt.

4.6.2 Ergriffene Maßnahmen

- Motivation zum Umdenken durch Presse- und Medienbeiträge mit einem enormen positiven Rücklauf.
- Teilnahme an Fach-Veranstaltungen und Führen von Interviews
- Dialog mit unseren Kunden über Presse, Medien oder unsere Internetseite: Alte Möbel müssen nicht entsorgt, sondern sollten von uns überarbeitet werden.
- Überlegung und Tat, wie man Plastik im Firmenalltag ersetzen kann: Folien und Lieferscheinschläge aus Plastik ersetzen wir durch Papier. Das neue Material hat für die Qualität und Wirkung keinerlei negative Folgen, sondern wird gerne angenommen.

4.6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Wir und der öffentliche Dialog:

- Interview mit einem Forschungsteam der Universität St. Gallen: Strategien der Suffizienz im Unternehmenskontext
- Interview mit der ISM in Frankfurt: Postwachstumsstrategien in kleinen und mittelständischen Unternehmen
- Teilnahme am 33. Pulversymposium in Dresden. Zentrale Themen waren Nachhaltigkeit, Energieeffizienz sowie der CO₂-Fußabdruck. Der offene Dialog mit Interessensgruppen aus der Oberflächentechnik ist sehr wichtig!

Durch den offenen Dialog und das Aufzeigen von Möglichkeiten im Bereich Nachhaltigkeit wird auch unser Redesign-Service immer beliebter. Im Kapitel 4.4 wurde bereits detailliert darauf eingegangen. Wir hoffen auch, dass sich andere Unternehmen daran ein Beispiel nehmen und beim Versuch, Produkte auf Langlebigkeit und Reparaturfähigkeit auszulegen, mitmachen. Der Aspekt, gemeinsam nach Alternativen zu suchen, schafft Gemeinschaft. Vor allem der offene Dialog zeigt Chancen und Bausteine auf, um umweltkonform zu agieren. Durch die strikte Einforderung von Auskünften aller, ob Lieferant oder Kunde, zu allen Elementen wie Inhaltsstoffen, Ursprungsländern oder realen Arbeitsbedingungen, wird Erfolg sichtbar.

4.6.4 Indikatoren

Konkrete Zahlenindikatoren lassen sich hier nicht abbilden. Das Feedback unserer Kunden, die Veranstaltungen und Interview-Anfragen zeigen einfach ein sehr steigendes Interesse am Thema Nachhaltigkeit. Wir wollen hier natürlich mit gutem Beispiel vorangehen. Dass wir dies erfolgreich tun, bestätigt sich durch die positive Resonanz sowie durch regelmäßige Auszeichnungen. Dazu zählt der im Jahr 2024 erhaltene "AGEEN-Award", ausgestellt von der Arbeitsgemeinschaft der Energieeffizienz- und Klimaschutz-Netzwerke Deutschland. Hierauf sind wir besonders stolz.



4.6.5 Ausblick

Wir werden an diesem Austausch mit der Öffentlichkeit festhalten. Gutes Tun nach außen tragen und selbst durch den Dialog – ob mit Firmenkollegen oder privaten Menschen – unser Wissen weitergeben und erweitern, unser Lernen pro Zukunft und gutem Tun nie ein Ende setzen! Durch weitere Beiträge und Artikel in Fachmagazinen zum Thema Nachhaltigkeit und Redesign können noch mehr Menschen auf Chancen zur Verbesserung aufmerksam gemacht werden.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	Vor allem in unserer Beschichtungshalle kann es im Sommer sehr warm werden. Für unsere Mitarbeiter sollen angenehme Arbeitsbedingungen sichergestellt sein.	Natürliche Lüftung (Nachtkühlung) durch Deckenklappen. Die Funktionsweise ähnelt dem Prinzip des Termitenhügels.	Trotz warmer Sommertemperaturen und der generellen Wärme unserer Beschichtungsanlage schaffen wir es, ohne Klimaanlage für angenehme Temperaturen in der Produktionshalle zu sorgen.	Beibehaltung unserer umweltfreundlichen Nachtkühlung.
Leitsatz 04 – Biodiversität	Vermehrte Schaffung und Erhalt von naturnahen Flächen.	Nicht genutzter Raum (Hallen, Gebäude, versiegelte Flächen) wird wieder "an die Natur zurückgegeben".	Ca. 17% unseres Firmengeländes sind naturnahe, versickerungsfähige Flächen.	Weiterer Erhalt der naturnahen Flächen.
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	- Wir möchten garantieren, dass jedes unserer Produkte einer strengen Prüfung unterzogen wird, bevor es von uns eingekauft, verarbeitet und schließlich verkauft wird. - Unsere Produkte sollen langlebig sein. Wir möchten das Prinzip der Kreislaufwirtschaft erfüllen: Reparieren/Überarbeiten statt wegwerfen.	- Prüfung von Lieferkette, Materialien und Inhaltsstoffen. Sicherheitsdatenblätter für jedes Material/Produkt wird angefordert. - Lebenslange Produktbegleitung und Ersatzteilgarantie für unsere Kunden.	- Durch unsere umfassende Prüfung haben wir und unsere Kunden die Garantie, dass unsere Produkte und deren Inhaltsstoffe geltende Richtlinien (z.B. REACH-VO) erfüllen. - Sehr positives Feedback unserer Kunden bzgl. des Überarbeitungsservice und unserer Ersatzteilgarantie.	Weiterhin strikte Prüfung und Analyse unserer Lieferkette, künftig auch in Zusammenhang mit Scope 3-Emissionen.
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	Strikte Prüfung unserer gesamten Wertschöpfungskette durch unseren schriftlich dokumentierten Code of Conduct	Kommunizieren unseres Code of Conduct mit Lieferanten. Prüfung von: Arbeitsbedingungen,	Einhaltung von Menschenrechten, Chancengleichheit und Vermeidung von Ausbeutung in unserer Lieferkette.	Weitere Verfolgung der Lieferkettenprüfung und Einhaltung der Lieferketten-sorfalspflicht

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		Lohnsystem, Korruption, Mitarbeiterrechte.		
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	▪ Unterschiedliche Anspruchsgruppen und deren Interessen sollen berücksichtigt werden	▪ Aktiver Kontakt und Dialog mit der Öffentlichkeit ▪ Mitwirkung in Netzwerken ▪ Veröffentlichungen zu unserem nachhaltigen Tun in Form von Umwelterklärungen, Berichten, Vorträgen und Interviews	▪ Förderung von nachhaltigem Engagement bei verschiedensten Interessensgruppen, indem wir Möglichkeiten und Alternativen aufzeigen	▪ Diesen Weg werden wir weiterhin offen und konsequent beibehalten
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	▪ Unser Unternehmenserfolg soll langfristig sichergestellt werden. ▪ Wir wollen unseren Mitarbeitern Sicherheit bzgl. ihrer Arbeitsplätze gewährleisten	▪ Wir bieten ein attraktives Arbeitsumfeld und binden unsere Mitarbeiter langfristig	▪ Unser gesamtbetrieblicher Erfolg und unsere Auftragslage sind sehr gut ▪ Unsere Arbeitsplätze sind stabil	▪ Weiterhin langfristige Bindung unserer Mitarbeiter
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	▪ Wir wollen Menschen, Projekte und Interessensgruppen in unserer direkten Umgebung unterstützen und dadurch einen regionalen Mehrwert bieten	▪ Förderung regionaler Projekte und Verbände ▪ Wir empfehlen unseren Kunden, einen Besuch bei uns mit einem Kurzurlaub zu verbinden.	▪ Aktive Zusammenarbeit mit Menschen und Netzwerken in unserer Umgebung macht großen Spaß und bietet allen Seiten einen Mehrwert. ▪ Unterstützung des regionalen Tourismus.	▪ Der offene, aktive und positive Umgang mit unserer Region begeistert alle Beteiligten und wird selbstverständlich beibehalten
Leitsatz 11 – Transparenz	▪ Korruption ist und bleibt ein absolutes No-Go ▪ Wir verfolgen eine Finanzpolitik, die zu 100% transparent und auf Fair Play ausgerichtet ist	▪ Offener Umgang und Aufdecken von Missständen ▪ Kontrolle und Offenlegung unseres Beschaffungsprozesses	▪ Korruption ist bei uns ausgeschlossen ▪ Meidung von potentiellen Missständen und Risiken innerhalb unserer Lieferkette	▪ Weiterhin Stärkung des fairen Umgangs im Unternehmen und Kontrolle unserer Lieferkette

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	▪ Faire und transparente Lieferkette			

6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unseren Klimawin BW-Projekten leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

6.1 Das Projekt

Wir haben uns im Jahr 2024 für zwei verschiedene Klimawin-Projekte entschieden, die wir unterstützt haben.

Zum einen haben wir das "Evangelische Bauernwerk in Württemberg" bei der **Neugestaltung und Neuinstallation des Hohenloher Bauernlehrpfades** unterstützt. Der Hohenloher Bauernlehrpfad ist ein Rundwanderweg mit 45 informativen, abwechslungsreichen Tafeln, welche Einblicke in die Hohenloher Landwirtschaft geben. Damit bietet das Evangelische Bauernwerk ein kulturelles Angebot für Menschen, die sich für Landwirtschaft interessieren und dies mit einem attraktiven Naherholungsangebot verbinden wollen. Der Lehrpfad verbindet Wissenstransfer mit Spaß, Abwechslung und Erholung. Für den in die Jahre gekommene Lehrpfad stand die Neugestaltung der 45 Infotafeln auf dem Programm. Auch mithilfe unserer Spende wurde dies ermöglicht, sodass der Bauernlehrpfades im Rahmen des Schleierhöfer Dorffests im August 2024 neueröffnet werden konnte.



Eine weitere finanzielle Unterstützung erfolgte an die **Öhringer Tafel**. Die Tafel sorgt für einen fairen Zugang zu Lebensmitteln für alle und trägt zur Rettung von Lebensmitteln bei. Beides liegt uns am Herzen, weshalb die Unterstützung für uns selbstverständlich ist.

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Beide Projekte wurden finanziell unterstützt.

Umfang der Förderung: jeweils 1.000 €

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Durch unsere Spende haben wir dazu beigetragen, dass der Hohenloher Bauernlehrpfad wieder instandgesetzt werden konnte. Damit wird ein regionales Angebot mit wirklichem Mehrwert für

viele weitere Jahre aufrechterhalten. Durch die Spende an die Öhringer Tafel werden Bedürftige unterstützt und Lebensmittelverschwendung vorgebeugt.

6.4 Ausblick

Das Evangelische Bauernwerk in Württemberg kümmert sich um verschiedenste Angebote im Bereich Bildung, Kultur und Freizeit. Es freut uns sehr, dass der Bauernlehrpfad wieder eröffnet werden konnte. Gerne unterstützen wir den Verein zukünftig weiterhin im Rahmen neuer Projekte und Vorhaben. Die Öhringer Tafel soll ebenfalls weiterhin unterstützt werden.



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

Richard Henkel GmbH
Forchtenberger Straße 46
74670 Forchtenberg
Telefon: +49-7947-9180-0
E-Mail: info@richard-henkel.de
Internet: www.richard-henkel.de

Ansprechperson

Susanne Henkel/Kai Henkel - Geschäftsleitung

Stand

10.03.2026