

Klimawin BW

Bericht

2026

Krempel GmbH

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
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 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	13
4.5 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	13
5. Weitere Aktivitäten	15
6. Unser Klimawin BW-Projekt	18
6.1 Das Projekt	18
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	18
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	19
6.4 Ausblick	19
Impressum	20

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Die Krempel-Unternehmensgruppe ist mit 13 Standorten auf vier Kontinenten vertreten und beschäftigt weltweit mehr als 1.400 Mitarbeitende. Als Hersteller von Elektroisierstoffen, Elektronikmaterialien und Strukturkomponenten aus Kunststoffen, Verbundwerkstoffen und Papier beliefern wir verschiedenste Unternehmen aus den Bereichen Energy, Mobility und Industry. Für Generatoren, Windkraftanlagen, Transformatoren und elektrische Antriebe bieten wir Elektroisierstoffe. Speziell für den Automotive-Bereich entwickeln wir zukunftsfähige Materialien für Elektromotoren sowie für die Batterie- und Busbarisolation. In der Luft- und Raumfahrt sind unsere Prepregs, Verbundwerkstoffe und Komponenten genauso präsent wie im Maschinen- und Gerätebau, im Schienenverkehr oder in der Medizin- und Elektrotechnik. Unser Ziel ist, dass unsere technischen Materialien und Komponenten dazu beitragen, den Schutz von Leben und Technik effizient, verlässlich und verantwortungsvoll zu sichern. Durch unsere flexiblen Fertigungsprozesse können wir ein nahezu unbegrenztes Produktportfolio anbieten. Unser Anspruch ist es, gemeinsam mit unseren Kunden deren explizite Anforderungen in hochspezialisierte, individuelle Lösungen zu übersetzen. Unsere oft über Jahrzehnte kultivierten Kundenbeziehungen sind geprägt von hohem Vertrauen und Zuverlässigkeit. Unser umfangreiches Know-how in Werkstoffen, Fertigungstechnologien und Anwendungen wird perfekt ergänzt durch langjährige Technologiepartnerschaften mit führenden Vorlieferanten. Zudem setzen wir uns hohe Standards in der Produktqualität und investieren in unsere Innovationskraft sowie den Aufbau von Fachwissen.



Mitarbeitende der Krempel Insulations Xiamen am Krempel Social Day

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: 14.05.2025

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

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

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Krempel Social Day, weltweit		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: ja	soziale Nachhaltigkeit: ja	
Art der Förderung		
finanziell: ja	materiell: ja	personell: ja

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 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

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

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

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

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Bereits im Jahr 2024 haben wir eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, deren Ergebnis zeigt, dass die wesentlichen IROs hauptsächlich diesen drei Schwerpunktleitsätzen zuzuordnen sind. Besonders die Bereiche Energie, Mitarbeitendenwohlbefinden und vor allem der Erfolg unseres Unternehmens als Familienunternehmen sind integrativer Bestandteil unserer strategischen Ausrichtung.

Als in Teilen energieintensives, produzierendes Unternehmen sind wir uns des Einflusses auf den Klimawandel bewusst. Nahezu ein Drittel unserer gesamten Treibhausgasemissionen fallen in Scope 1 und 2 an. Daraus lässt sich ableiten, dass wir über einen großen Hebel verfügen, selbst tätig zu werden, um Energie effizienter einzusetzen und mehr aus erneuerbaren Quellen zu nutzen. Gleichzeitig verringert dies dann die Abhängigkeit von risikobehafteten Einfuhren von Energieträgern und steigert unsere Autarkie.

Wir fühlen uns als Familienunternehmen dazu verpflichtet, das Familiäre in den Vordergrund zu stellen. Unter 'familiär' verstehen wir sich zu kümmern, zu zuhören und Handlungsbedarf abzuleiten, Gerechtigkeit und Gleichbehandlung zu leben und Arbeitsbedingungen zu schaffen, die die Arbeitskraft unserer Mitarbeitenden längst- und bestmöglich erhält – für einen erfolgreichen Bestand unseres Unternehmens und ein gesundes Privatleben unserer Mitarbeiterschaft. Daher ist uns das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden besonders wichtig. Um hier den Weg der ständigen Verbesserung zu gehen, stellen wir unsere Unternehmenskultur immer wieder auf den Prüfstand, wirken auf das Führungsverhalten unserer Führungskräfte zielgerichtet ein, suchen eine konstruktive und offene Zusammenarbeit mit unseren Arbeitnehmervertretungen und bieten unseren Mitarbeitenden eine immer offene Tür für ihre Anliegen.

Wir haben einen großen Fokus auf Kunden in der Energietechnik und in der emissionsfreien Mobilität. Unsere Produkte sind erfolgs- und effizienzkritische Bestandteile in elektrischen

Maschinen (Motoren, Generatoren und Transformatoren) sowie in elektrisch angetriebenen Fahrzeugen (EV/PHEV-PKW und Nutzfahrzeuge, Schienenfahrzeuge). Durch einen kontinuierlichen Prozess der Innovation und Weiterentwicklung unserer Produkte tragen wir mit unseren Kunden erheblich zum Gelingen der Energiewende und der weiteren Digitalisierung bei.

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Wir bekennen uns zur Klimaneutralität bis 2045 und wollen unsere Treibhausgasemissionen um 30 % bis 2030 und 95 % bis 2045 im Vergleich zum Jahr 2024 reduzieren.

Als energieintensives Unternehmen sehen wir besonders in unserem Energieverbrauch einen großen Hebel und dementsprechend Handlungsbedarf. Wir beabsichtigen daher einerseits eine Steigerung des Anteils der erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch auf 40 % bis 2030 und > 99 % bis 2045 und wollen andererseits unseren spezifischen Energieverbrauch um 15 % bis 2030 und 50 % bis 2045 im Vergleich zum Jahr 2024 reduzieren.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Installation von PV-Anlagen an drei Standorten
- Diverse Energieeffizienzmaßnahmen: Modernisierung der Produktionsanlagen, Austausch von Lampen, Einbau von Bewegungsmeldern
- Schrittweise Umstellung der Dienstwagenflotte auf E- bzw. Plug-in-Hybrid-Fahrzeuge
- Elektrifizierung der Flurförderfahrzeuge

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Nach zwei Jahren Datenerhebung, ist es noch nicht absolut einsichtig, in welche Richtung unsere Bemühungen sich entwickeln. Aktuell sind wir im Bereich Energie auf einem guten Kurs, unsere Ziele zu erreichen. Allerdings stehen noch große Veränderungen an, die es gilt, langfristig zu planen.

4.3.4 Indikatoren

Indikator 1: Anteil der erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch

- Entwicklung: 20,5 %
- Ziel: Steigerung des Anteils der erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch auf 40 % bis 2030 und > 99 % bis 2045

Indikator 2: Energieintensität

- Entwicklung: 7,1 %

- Ziel: Reduktion der Energieintensität um 15 % bis 2030 und 50 % bis 2045 im Vergleich zum Jahr 2024

4.3.5 Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir bereits das zweite Jahr in Folge eine THG-Bilanz erstellt.

THG-Emissionen der letzten zwei Berichtsjahre

Erfassungsbereiche	Ausgangsbilanz 2024	Aktuelles Geschäftsjahr 2025	Veränderung gegenüber Referenzjahr
	THG-Emissionen in t CO ₂ e	THG-Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e
Direkte THG-Emissionen Scope 1	12.352	13.433	+ 1.081
Indirekte THG-Emissionen Scope 2 (standortbasiert)	7.204	7.269	+ 65
Indirekte THG-Emissionen Scope 2 (marktbasiert)	7.303	8.196	+ 893
Indirekte THG-Emissionen Scope 3	57.077	64.441	+ 7.364

Aufgrund der geringen Relevanz für die Gesamtbilanz wurde auf die Datenerhebung für unser Office in Wien verzichtet. Die THG-Emissionsberechnung in Scope 3 basiert aktuell noch auf einer umsatzbasierten Hochrechnung für 5 der 11 Produktionsstandorte. Die großen, deutschen Standorte sind vollständig bilanziert. Wir planen, die Datengrundlage in den nächsten Jahren deutlich zu verbessern.

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Die Auswertung der THG-Bilanz ergibt, dass wir als teilweise energieintensives Unternehmen unsere Treibhausgasemissionen zu einem großen Anteil selbst in der Hand haben. In Scope 3 hat uns eine Wesentlichkeitsanalyse aufgezeigt, in welchen Bereichen wir besonders hohe Emissionen verursachen. Dies ist vor allem im Bereich der eingekauften Materialien und Dienstleistungen der Fall. Aber auch der innerbetriebliche und globale Transport weist Verbesserungspotential auf.

THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung

Auf Basis der Ausgangsbilanz von 2024 haben wir bereits im vergangenen Jahr neben den Zielen für erneuerbare Energien und Energiereduktion auch Ziele für die Reduktion des THG-Ausstoßes festgelegt. bis 2045 und wollen unsere Treibhausgasemissionen um 30 % bis 2030 und 95 % bis 2045 im Vergleich zum Jahr 2024 reduzieren. Die absolute Erhöhung der THG-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr ist auf eine Ausweitung unseres Unternehmens, um ein Logistikzentrum in Kroatien und eine Produktionsstätte in Mexiko gegen Ende des Jahres 2024

zurückzuführen. Diese werden zwar im bereits im Jahr 2024 erfasst, waren damals lediglich im Aufbaustadium, sodass deren THG-Emissionen im Jahr 2025 stärker ins Gewicht fallen. Positiv ist, dass die Scope 2 Emissionen über die meisten Standorte hinweg reduziert werden konnten und diese trotz des Unternehmensvergrößerung annähernd konstant blieben.

THG-Bilanz – Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

Die zentrale Maßnahme im aktuellen Berichtsjahr ist die Installation von PV-Anlagen an drei Standorten mit einer Peak-Leistung von ungefähr 2,7 MW. Die erste Anlage wurde Ende 2025 in Betrieb genommen. Erste Auswertungen der Wirksamkeit können nächstes Jahr vorgenommen werden. Zudem wurden diverse Energieeffizienzmaßnahmen, wie die Modernisierung der Produktionsanlagen, der Einbau von LED-Lampen und der Einbau von Bewegungsmeldern vorgenommen. Ein laufender Prozess ist die schrittweise Umstellung der Dienstwagenflotte auf E- bzw. Plug-in-Hybrid-Fahrzeuge sowie die Elektrifizierung der Flurförderfahrzeuge. Auch diese weniger ins Gewicht fallende Maßnahmen sind jeweils ein Schritt hin zur fossilen Unabhängigkeit.

4.3.6 Ausblick

Aufgrund der Vergrößerung unseres Unternehmens und der damit verbundenen Verschiebung in der Erfüllung unserer Ziele, haben wir uns dazu entschlossen, unsere Ziele der THG-Reduktion zu korrigieren. Zudem wollen wir das Jahr 2025 als neues Basisjahr wählen, da ab diesem Jahr die THG-Emissionen aller aktuellen Standorte vollständig in die Bilanz eingehen. Die neuen Ziele zur THG-Reduktion lauten wie folgt:

- Reduktion der Scope 1 und Scope 2 Emissionen um 42 % bis zum Jahr 2030 und um 90 % bis zum Jahr 2045 im Vergleich zum Basisjahr 2025
- Reduktion der Scope 3 Emissionen um 25 % bis zum Jahr 2030 und um 90 % bis zum Jahr 2045 im Vergleich zum Basisjahr 2025

Im kommenden Berichtsjahr planen und hoffen wir, folgende Maßnahmen weiter zu verfolgen bzw. neu umzusetzen:

- Ausbau der Datengrundlage durch Zentralisierung der Datenerfassung
- Fokussierung auf Risikobetrachtung
- Inbetriebnahme von weiteren Photovoltaikanlagen
- Ökostrombezug in allen deutschen Standorten
- ISO 50001 Zertifizierung in Vaihingen Enz und Kuppenheim
- Technische Verbesserung von Produktionsanlagen in der Papierfertigung
- Kontinuierliche Umstellung der Geschäfts- und Flurförderfahrzeuge auf Elektroantrieb
- Konzepte zum Einsatz von Recycling- bzw. Bioharzen

4.4 Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

4.4.1 Zielsetzung

Wir wollen vermehrt mit unseren Mitarbeitenden in den Dialog treten und führen daher weltweit Mitarbeiterjahresgespräche mit unseren Mitarbeitenden. Außerdem bauen wir ab 2026 Angebote im Rahmen der Mitarbeitendenbenefits auf und in den folgenden Jahren weiter aus. Hierbei stehen finanzielle Begünstigungen, Unterstützung zum Umstieg auf das Fahrrad und ein Angebot zur Förderung des mentalen Wohlbefindens im Fokus.

4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- Große Erweiterung der Mitarbeitendenbenefits ab 2026
- Einführung neuer Mitarbeiterjahresgespräche in allen außerdeutschen Gesellschaften
- Individuelle Weiterbildungsplanung abgeleitet aus den Mitarbeiterjahresgesprächen

4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Wir konnten mögliche Angebote zu den Mitarbeitendenbenefits evaluieren und sind aktuell in der Phase des Ausrollens der Benefits. Unter Anderem werden Zuschüsse für Lebensmittelbesorgungen und regionale Einkäufe unserer Mitarbeitenden in Deutschland gewährleistet. Zudem haben wir unsere Mitarbeiterjahresgespräche global standardisiert. Über die Bewertung der Feedbacks der Mitarbeitenden konnten wir unser Weiterbildungsangebot gezielter planen. Gleichzeitig führten wir ein weltweites Talentmanagement ein und können daher unseren Führungsnachwuchs besser individuell fördern und die interne Nachbesetzung unserer Key Positions unterstützen.

4.4.4 Ausblick

Neben der finanziellen Begünstigung unserer Mitarbeitenden planen wir zukünftig weitere Maßnahmen, um das Wohlbefinden in unserer Belegschaft zu stärken.

- "Open Up"-Portal als Beratungsmöglichkeit in persönlichen Mitarbeiterbelangen
- Einführung eines Employee Self Service
- Umsetzung der Entgelttransparenzrichtlinie

4.5 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

4.5.1 Zielsetzung

Krempel hat das Ziel als global agierendes Unternehmen eine stabile und positive Umsatzentwicklung fortzuschreiben. Dazu werden die Umsatzziele jedes Jahr unter Berücksichtigung eines Zielertrags und des prognostizierten Fortschritts der strategischen Geschäftsfelder neu festgelegt. Zudem setzen wir uns das Ziel, auch weiterhin Innovationskultur im Unternehmen zu

fördern. Hierbei werden wir einen signifikanten Anteil unseres Budgets in Forschung und Entwicklung investieren. Weiterhin wollen wir aktiv die Beziehung zur bestehenden Kundschaft pflegen und streben im Rahmen unserer strategischen Geschäftsfelder neue Kundenbeziehungen an.

4.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- Ausbau des Geschäfts bei Krempel Mexico
- Innovationen: Neue Reparaturlösung für Photovoltaik-Modulen
- Kundenbefragungen

4.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Das Berichtsjahr war geprägt durch volle Auftragsbücher vor allem im Bereich der Papierfertigung. Das zeigt uns, dass wir zur elektrischen Transformation beitragen können und besonders am Netzausbau partizipieren. Durch die Übernahme der EIC Insulation Company (jetzt: Krempel Mexico) im Jahr 2024 konnten wir unsere Geschäftstätigkeit weiter diversifizieren und unseren Kundenkreis in Nord- und Südamerika erweitern. Im Laufe des Jahres 2025 wuchs Krempel Mexico weiter um ca. 15 % bezogen auf die Mitarbeitendenanzahl. Im Berichtsjahr zeigt sich dies unter anderem in einem Sprung in der Umsatzentwicklung. Eine strukturierte Befragung von mehr als 100 Kunden im In- und Ausland hat insgesamt eine hohe Zufriedenheit gezeigt. Krempel wird als zuverlässiger, technisch kompetenter Qualitätslieferant wahrgenommen.

4.5.4 Indikatoren

Indikator 1: Umsatzentwicklung

- Entwicklung: + 16,9 %
- Ziel: > 5 % im Jahr 2026

Indikator 2: Durchschnittliche Dauer einer Kundenbeziehung

- Aktuell: 20 Jahre

4.5.5 Ausblick

Wir blicken in Zukunft auf weiterhin sehr guten Auftragsbestand in der Papierfertigung. Unter anderem hierdurch hoffen wir in der nächsten Berichtsperiode auf einen weltweit steigenden Umsatz. Längerfristig soll die ständige Bewertung von neuen Ideen über unseren Innovationsprozess auf dem aktuellen Technologieniveau halten und unser Produktportfolio fortlaufend weiterentwickeln. Außerdem wollen wir unsere Kundenbeziehung stetig verfestigen und auf weitere Regionen global ausbauen.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	Klimarisikoanalyse Wir setzen uns das Ziel, eine Klimarisikoanalyse an allen Standorten durchzuführen. Wir wollen für die relevanten Standorte einen Notfallplan für Dürreperioden erarbeiten, welche unsere Versorgung mit Wasser und somit die Produktion gefährden.	■ Analyse der Wasserisrisiken an allen Standorten ■ Sammlung erster Ideen für Notfälle	■ Erste Absicherungen für potenzielle Überflutung und Kontamination des Wassers mit Chemikalien bereits vorhanden ■ Verbesserung der Hitzeschutzpläne in allen produzierenden Standorten	Wir setzen uns das Ziel, bis 2030 eine vollständige Klimarisikoanalyse an allen Standorten durchzuführen. Wir wollen für die relevanten Standorte entsprechende Notfallpläne für drohende Produktionsunterbrechungen erarbeiten.
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	Verpackung Wir verpacken unsere Produkte schrittweise sowohl bei internem Transport als auch für die externe Logistik ökoeffizienter.	■ Erste Schritte zur Förderung der Kreislaufwirtschaft im Bereich Paletten durch Reduktion Einsatz von Einwegpaletten reduziert und Erhöhung von Mehrwegpaletten ■ Umstellung von Stretchfolie, Umreifungsband und Kartonagen auf Materialien mit höherem Recyclinganteil	■ Verpackungsmaterialien werden hinsichtlich Recyclinganteil, Recyclingfähigkeit und PPWR-Konformität bewertet	Wir setzen uns das Ziel, Verpackungen, Lagerhilfsmittel und Palettentauschprozesse stärker kreislaforientiert auszurichten und dabei die Anforderungen der PPWR zu berücksichtigen. Wir setzen auf ökoeffiziente Verpackungslösungen und wollen den Einsatz recyclingfähiger sowie recycelter Materialien erhöhen.
Leitsatz 04 – Biodiversität	Biodiversitätsanalyse Wir führen bis 2030 eine Biodiversitätsanalyse durch.	■ Erstellung eines Zeit- und Ablaufplans	■ Verbesserte Datentransparenz	Wir führen bis 2030 eine Biodiversitätsanalyse durch.
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	Erfassung Wir erfassen Anteile an Rezyklat und an bio-basierten Rohstoffen in unseren Produkten. Wir optimieren unsere Produkte kontinuierlich, um eine minimale	■ Informationen zu problematischen Inhaltsstoffen, Rezyklaten und bio-basierten Anteilen in Rohstoffen werden systematisch gesammelt.	■ Datenbasis zu Rohstoffen wurde erheblich vergrößert. ■ Die Anteile problematischer Substanzen, Rezyklaten und bio-basierter Anteile ist stark vom	Vervollständigung der Datenbasis für Rohstoffe Bewertung von Rohstoffen hinsichtlich deren Nachhaltigkeit Bereitstellung der Informationen innerhalb

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	Umweltbelastung, Ressourcenschonung und Energieeffizienz zu ermöglichen.		Produktportfolio der jeweiligen Standorte abhängig.	des Unternehmens bis 2030 Optimierung des Rohstoffportfolios, um die Nachhaltigkeit der Produkte steigern zu können.
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	Menschenrechte Wir setzen uns das Ziel, die Menschenrechte entlang unserer gesamten Lieferkette zu überwachen und damit sicherzustellen, dass ökologische und soziale Verantwortung Hand in Hand gehen – von der Rohstoffgewinnung bis zum Endprodukt.	■ Umsetzung des LkSG durch externen Dienstleister	■ Bisher keine Auffälligkeiten in der Lieferkette in Bezug auf Menschenrechte und deren Verletzung.	Wir setzen uns das Ziel, die Menschenrechte entlang unserer gesamten Lieferkette zu überwachen und damit sicherzustellen, dass ökologische und soziale Verantwortung Hand in Hand gehen – von der Rohstoffgewinnung bis zum Endprodukt.
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	Austausch Im Rahmen der Klimawin BW möchten wir den Austausch mit Zulieferunternehmen vertiefen und nach weiteren Möglichkeiten des regelmäßigen Dialogs suchen. Wir ermöglichen durch jährliche Befragungen von unseren Kundinnen und Kunden, dass sie aktiv ihre Ansprüche äußern können.	■ Regelmäßiger Austausch mit unseren Lieferanten in Form von regelmäßigen Lieferantenbesuchen, Audits und Lieferantenbewertungen ■ Erste Abfrage der THG-Emissionen der eingekauften Produkte (PCF) von unseren Lieferanten ■ Durchführung von über 100 Kundenbefragungen	■ Austausch mit unseren Lieferanten ist als positiv zu erachten -> nachhaltige Lieferantenbeziehungen ■ Die Qualität des Scope 3 THG-Emissionsberechnung wurde verbessert. ■ Kundenbefragung zeigt hohe Kundenzufriedenheit	Im Rahmen der Klimawin BW möchten wir den Austausch mit Zulieferunternehmen vertiefen und nach weiteren Möglichkeiten des regelmäßigen Dialogs suchen. Wir ermöglichen durch jährliche Befragungen von unseren Kundinnen und Kunden, dass sie aktiv ihre Ansprüche äußern können.
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	Attraktive Arbeitsplätze Wir bieten attraktive Arbeitsplätze, auch um Fachkräfte aus der Region binden zu können.	■ Faire Bezahlung ■ Attraktive Benefits ■ Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten	■ Konstante Mitarbeitendenanzahl in Baden-Württemberg	Wir bieten attraktive Arbeitsplätze, auch um Fachkräfte aus der Region binden zu können.
Leitsatz 11 – Transparenz	Meldestelle Durch den Aufbau einer Meldestelle im Rahmen des Hinweisgeberschutzgesetzes bieten wir unseren Mitarbei-	■ Meldestelle war das ganze Jahr verfügbar.	■ Keine Meldungen über das Hinweisgeberportal ■ Keine negativen Vorkommnisse	Weiterhin keine negativen Vorkommnisse.

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	tenden die Möglichkeit, ohne Sanktionen befürchten zu müssen, entsprechende Hinweise zu geben. Diesen Hinweisen gehen wir nach. Mit einem bestellten Compliance-Officer stellen wir sicher, dass allen Unregelmäßigkeiten, die bekannt werden, objektiv und tiefgründig nachgegangen wird.			
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	Schulung und Motivation Wir wollen unsere Mitarbeitenden 1-mal jährlich zu Nachhaltigkeitsthemen schulen. Wir motivieren die Mitarbeitenden z.B. durch Teilnahme an Wettbewerben mit Nachhaltigkeitsbezug zu mehr nachhaltigem Handeln.	■ Konzeption einer ■ allgemeinen Nachhaltigkeitsschulung zunächst für alle neuen Mitarbeitenden ■ Durchführung eines Fahrradwettbewerbs mit Preisen für die Radelnden mit den meistgefahrenen Kilometer	■ Ergebnisse Fahrradwettbewerb: ➢ 22 Radelnde ➢ Stärkung des sozialen Miteinanders ➢ Motivation einiger Mitarbeitende zum Pendeln mit dem Fahrrad auch außerhalb der Wettbewerbszeit ➢ Ausbau der Fahrradstellplätze an den teilnehmenden Standorten	Wir wollen ab 2027 unsere Mitarbeitenden 1-mal jährlich zu Nachhaltigkeitsthemen schulen. Wir motivieren die Mitarbeitenden jährlich z. B. durch Teilnahme an Wettbewerben mit Nachhaltigkeitsbezug zu mehr nachhaltigem Handeln.

6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

6.1 Das Projekt

Am 13.03.2026 fand unser erster, weltweiter "Krempel Social Day " statt. An unseren Standorten in Brasilien, China, England, Indien, Kroatien, Mexiko, Österreich und den USA wurden diverse lokale Projekte tatkräftig unterstützt. In Deutschland wurde dieser Gedanke Krempel Social Day durch gezielte Geldspenden, z.B. an die Familienherberge Lebensweg gGmbH in Schützingen und die Lebenshilfe Vaihingen-Mühlacker e.V., verwirklicht.

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Mit der Unterstützung der Familienherberge Lebensweg gGmbH in Schützingen wollen wir die Unterbringung von Kindern mit Behinderung und deren Familie in pflegegerechten ausgestatteten Kurzzeitwohnplätzen unterstützen. Hierfür haben wir 2.500 € für den Unterhalt der Einrichtung gespendet. Mit weiteren 2.500 € förderten wir die Lebenshilfe Vaihingen-Mühlacker e.V. und wollen hierbei einen Beitrag zur Begleitung, Betreuung und Unterbringung von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen mit Behinderungen sowie deren Familien leisten.



KREMPPEL GmbH spendet 2.500 Euro an die Lebenshilfe Vaihingen Mühlacker

Beim Krempel Social Day wurden ca. 7.000 Arbeitsstunden in Eintagesprojekten in der regionalen Umgebung unserer Standorte unserer Tochtergesellschaften geleistet. Hierbei wurde auch Arbeitsmaterial von uns bereitgestellt.

Umfang der Förderung: Spende (Deutschland): 2x 2.500 €
 Krempel Social Day (global): ca. 7.000 Arbeitsstunden

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Ob beim Reinigen von Stränden, beim Streichen im Kindergarten und anderen sozialen Einrichtungen, bei der Essensausgabe in der Tafel oder bei der Installation von Regenwasserauffangeinrichtungen in Armenvierteln der Krempel Social Day war ein voller Erfolg. Wir sind stolz zu sehen, wie unsere globalen Teams zusammenarbeiten, um einen positiven Beitrag für die Gesellschaft und die Umwelt zu leisten.



Mitarbeitende am Krempel Social Day: Strandsäuberung in Xiamen (links) und Restaurierung von Spielgeräten auf einem Spielplatz in Slavonski Brod (rechts)

6.4 Ausblick

Wir nehmen uns vor, eine lokale Initiative (z.B. in Vaihingen an der Enz) mit einer nennenswerten Geldspende zu unterstützen.

Impressum

Herausgeber

Krempel GmbH
Papierfabrikstraße
71665 Vaihingen/Enz
Telefon: +49 7042 915 0
E-Mail: info@krempel.com
Internet: www.krempel.com

Ansprechperson

Jonas Fischer
Specialist Sustainability Management
Telefon: +49 7042 915 396
E-Mail: sustainability@krempel.com

Stand

31.07.2026