

Klimawin BW

Zielkonzept

2025

Krempel GmbH

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
2. Die Klimawin BW	4
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	4
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	4
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	5
3. Unsere Schwerpunktthemen	6
3.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	6
3.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	6
4. Zielsetzung unserer Schwerpunktthemen	7
4.1 Leitsatz 01 – Klimaschutz	7
4.2 Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	8
4.3 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	9
5. Weitere Aktivitäten	10
6. Unser Klimawin BW-Projekt	12
6.1 Dieses Projekt wollen wir unterstützen	12
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	12
Impressum	13

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Die Krempel-Unternehmensgruppe ist mit 12 Standorten auf vier Kontinenten vertreten und beschäftigt weltweit mehr als 1.400 Mitarbeitende. Als Hersteller von Elektroisolierstoffen, 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 Elektroisolierstoffe. 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.



© Steffen Schanz

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. Unsere Schwerpunktthemen

3.1 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.“

3.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

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. Zugleich verringert dies 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 kümmern, zuhören und Handlungsbedarf ableiten, Gerechtigkeit und Gleichbehandlung leben und Arbeitsbedingungen schaffen, die die Arbeitskraft unserer Mitarbeitenden längst möglich 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. Zielsetzung unserer Schwerpunktthemen

4.1 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.1.1 Wo wir stehen

Krempel trägt mit seinem Produktportfolio zum Erreichen der Energiewende bei. Wir sorgen mit unseren Elektroisolierstoffen und Elektronikmaterialien für eine sichere Elektrifizierung und mit unseren Leichtbauprodukten für einen geringeren Energieverbrauch bei Transporten.

Wir haben für das Jahr 2024 eine vollständige Treibhausgasbilanz erstellt, die uns aufzeigt, welche Handlungsfelder wir angehen wollen. Als teilweise energieintensives Unternehmen haben wir unsere Treibhausgasemissionen zu einem großen Anteil selbst in der Hand. Unsere Standorte in Thalheim und Zwönitz besitzen eine Energiemanagement-Zertifizierung nach ISO 50001. Aktuell werden an den deutschen Standorten PV-Anlagen installiert, um unsere Abhängigkeit vom Strommarkt zu verringern. 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.

4.1.2 Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Unser wichtigster Hebel ist der Energieverbrauch. Wir planen daher für unsere Standorte in Baden-Württemberg in Vaihingen an der Enz und Kuppenheim ein Energiemanagement nach ISO 50001 einzuführen und uns zertifizieren zu lassen. Im Rahmen dieses Vorhabens sind diverse Energieeffizienzmaßnahmen, wie z.B. Wärmerückgewinnung und Frequenzumwandler, vorgesehen, um unseren Verbrauch von fossilen Energieträgern und somit unsere Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Zudem wollen wir schrittweise unseren Strombezug auf erneuerbare Quellen umstellen. Die Erstellung eines Transformationsplans soll uns bei der Bewertung und der Umsetzung von Maßnahmen bis hin zum vollständigen Einsatz von erneuerbaren Energien unterstützen. Um die Scope 3.1 Emissionen besser einordnen zu können, planen wir Lieferantenbefragungen. Hierdurch wollen wir qualitativ hochwertigere Daten zu den eingekauften Produkten in Erfahrung bringen, um besser einschätzen zu können, in welchen Rohstoffen und Materialien die größten Emissionsreduktionspotentiale schlummern.

4.1.3 Woran wir uns messen wollen

- Wir wollen die Treibhausgasemissionen um 30 % bis 2030 und 95 % bis 2045 im Vergleich zum Jahr 2024 reduzieren.
- Wir beabsichtigen eine Steigerung des Anteils der erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch auf 40 % bis 2030 und > 99 % bis 2045.
- Wir wollen den spezifischen Energieverbrauch um 15 % bis 2030 und 50 % bis 2045 im Vergleich zum Jahr 2024 reduzieren.

4.2 Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

4.2.1 Wo wir stehen

Als Familienunternehmen mit einer über 155-jährigen Geschichte sind Mitarbeitendenschaft und Arbeitsbedingungen der Kern unseres internen Handelns. Unser Unternehmen hätte es nicht zu dieser langen Bestandszeit gebracht, wenn wir unseren Mitarbeitenden keine gute Arbeitsumgebung bieten könnten. Dies spiegelt sich auch in einer sehr hohen Quote von langjährigsten Zugehörigkeiten in der Mitarbeitendenschaft wider.

Krempel ist ein familiengeführtes Unternehmen ohne eine operative Beteiligung der Familie Krempel im Unternehmen. Über Beirat und Gesellschafterversammlung stellt die Familie ihren Einfluss auf die Steuerung und Ausrichtung des Unternehmens sicher – und das beeinflusst immer auch zum Positiven die Mitarbeitenden.

Im weitesten Sinne des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) verfolgen wir als Selbstverständlichkeit die Grundregeln von Gleichbehandlung und Gleichberechtigung in alle Richtungen. Wir dulden keine Formen von Diskriminierung, egal welcher Art und setzen uns aktiv für gelebte Diversität ein. Durch die langjährige Zugehörigkeit zu einem Tarifvertrag haben wir ein Regelwerk für gerechte Behandlung aller und schätzen unsere Arbeitnehmervertretungen als Kooperations- und Sparringspartner. Zusätzlich und freiwillig beteiligen wir unsere Mitarbeitenden am jährlichen Unternehmenserfolg in Form der Auszahlung einer Erfolgsbeteiligung.

4.2.2 Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Im Rahmen eines neu aufgesetzten Employer Branding haben wir eine umfassende Mitarbeitendenbefragung durchgeführt und aktiv nach den Stärken und Schwächen des Unternehmens als Arbeitgeber gefragt. Die Ergebnisse nutzen wir nun dazu, Maßnahmen festzulegen und umzusetzen. Dabei sind stets die Erhaltung und Verbesserung der Zufriedenheit, der Gesundheit sowie des Wohlbefindens unserer Mitarbeitenden.

Wir entwickeln gerade unseren unternehmensweiten Personalentwicklungsprozess weiter – auch durch die Komplettüberarbeitung unserer Mitarbeiterjahresgespräche – und führen in diesem Zuge ein weltweites Talentmanagement ein. Mit diesen Maßnahmen geben wir den Mitarbeitenden die Möglichkeit ein regelmäßiges, verlässliches Feedback zu erhalten und auch selbst dem Unternehmen als Rückmeldung zu geben.

4.2.3 Woran wir uns messen wollen

- Wir führen ab 2026 ein neues, aktualisiertes Mitarbeiterjahresgespräch für unsere Mitarbeitenden ein.
- Wir bauen ab 2026 Angebote im Rahmen der Mitarbeitendenbenefits auf und in den folgenden Jahren aus.
- Wir wollen auf Basis des Feedbacks der Mitarbeitenden, die Zufriedenheit der Mitarbeitenden erhalten und steigern.

4.3 Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

4.3.1 Wo wir stehen

Krempel wird als Hidden Champion bezeichnet. Das ehrt uns sehr, denn wir arbeiten stets daran den bisherigen Status als nachhaltigen Unternehmenserfolg zu etablieren. Wir agieren bereits jetzt in zukunftssträchtigen Märkten und haben darin ein breites Produktportfolio etabliert. Auch unsere über Jahrzehnte aufgebauten, engen Kundenbeziehungen sind uns ein hohes Gut. Durch unser vielfältig aufgebautes Produktportfolio sind wir weitgehendst krisensicher aufgestellt, was uns die Möglichkeit zu einer langfristigen Beschäftigungssicherheit für unsere Mitarbeitenden gibt.

4.3.2 Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Auf der Basis des aktuellen Unternehmenserfolgs wollen wir nicht stillstehen, sondern mit der Zeit gehen und uns dementsprechend weiterentwickeln. Unser Fokus liegt dabei auf zukunftsfähigen Märkten, Produktinnovation und Ausbau der Kundenbeziehungen. Wir behalten die Marktentwicklung stetig im Blick und wollen mit unserem breiten Produktportfolio auf jegliche Schwankung des Marktgeschehens reagieren können. Hierzu zählt auch, frühzeitig von möglichen Veränderungen zu erfahren und innovative Ideen, die evtl. bereits ausgereift, aber noch nicht den Anklang gefunden haben, in dieser Situation ausspielen zu können. Aber auch in bestehenden Märkten wollen wir uns durch unsere individuellen und qualitativ hochwertigen Produkte sowie enge Kundenbeziehungen weiterentwickeln.

4.3.3 Woran wir uns messen wollen

- Unter Berücksichtigung eines Zielertrags und der strategischen Geschäftsfelder setzen wir unsere Umsatzziele jährlich neu fest.
- Wir setzen uns das Ziel, auch weiterhin Innovationskultur im Unternehmen zu fördern, und streben an, einen signifikanten Anteil unseres Budgets in Forschung und Entwicklung zu investieren.
- Wir pflegen aktiv die Beziehung zur bestehenden Kundschaft und streben im Rahmen unserer strategischen Geschäftsfelder neue Kundenbeziehungen an.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele und geplante Aktivitäten
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> Wir setzen uns das Ziel, eine Klimarisikoanalyse durchzuführen. Wir wollen für die relevanten Standorte einen Notfallplan für Dürreperioden erarbeiten, welche unsere Versorgung mit Wasser und somit die Produktion gefährden.
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Wir verpacken unsere Produkte schrittweise sowohl bei internem Transport als auch für die externe Logistik ökoeffizienter.
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> Wir führen bis 2030 eine Biodiversitätsanalyse durch.
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	<ul style="list-style-type: none"> Wir erfassen Anteile an Rezyklat und an bio-basierten Rohstoffen in unseren Produkten. Wir optimieren unsere Produkte kontinuierlich, um eine minimale Umweltbelastung, Ressourcenschonung und Energieeffizienz zu ermöglichen.
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Wir bieten attraktive Arbeitsplätze, auch um Fachkräfte aus der Region binden zu können.
Leitsatz 11 – Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> Durch den Aufbau einer Meldestelle im Rahmen des Hinweisgeberschutzgesetzes bieten wir unseren Mitarbeitenden 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	<ul style="list-style-type: none"> Wir wollen unsere Mitarbeitenden 1-mal jährlich zu Nachhaltigkeitsthemen schulen.

Leitsatz	Ziele und geplante Aktivitäten
	<ul style="list-style-type: none">▪ Wir motivieren die Mitarbeitenden 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 Dieses Projekt wollen wir unterstützen

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Krempel Social Day, weltweit

Schwerpunktbereich:

ökologische Nachhaltigkeit: nein

soziale Nachhaltigkeit: ja

Mit der Durchführung der neuen Initiative des "Krempel Social Day" möchten wir alle Mitarbeitenden weltweit dazu bewegen an verschiedenen sozialen Projekten teilzunehmen. Diese Projekte finden im direkten Umfeld unserer Standorte und in enger Zusammenarbeit mit den Gemeinden und Institutionen vor Ort statt. Es werden gemeinnützige und kommunale Einrichtungen unterstützt, um den Menschen in den Gemeinden etwas von unserem Erfolg zurückzugeben. So werden Kindergärten renoviert, Grünanlagen von Altersheimen mit Gehilfen begehbar und erodierte Grünflächen erneut bepflanzt. Hier stehen wir in engem Austausch mit den Gemeinden, um zielgerichtet notwendige Projekte umsetzen zu können.

6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Art der (geplanten) Förderung:

finanziell: nein

materiell: ja

personell: ja

Umfang der Förderung:

Krempel Deutschland:

ca. 4.200 Arbeitsstunden

Krempel (global):

ca. 11.200 Arbeitsstunden

Alle bereitstehenden Mitarbeitenden von Krempel weltweit werden am "Krempel Social Day" ihre Arbeitszeit eines Arbeitstages bei der Unterstützung eines der ausgewählten Projekte in der Umgebung des hauptsächlichen Tätigkeitsstandortes verbringen. Wir stellen Arbeitskraft und bei uns vorhandene, für die Projekte notwendige Maschinen bereit.



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 Controlling
Telefon: +49 7042 915 396
E-Mail: sustainability@krempel.com

Stand

12.08.2025