



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

05.05.2015-31.12.2016

RICHARD HENKEL GMBH



Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns.....	1
2.	Die WIN-Charta	2
3.	Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	3
4.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	Leitsatz 5: Energie und Emissionen.....	4
5.	Weitere Aktivitäten.....	9
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	9
	Umweltbelange.....	10
	Ökonomischer Mehrwert.....	11
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	12
	Regionaler Mehrwert.....	13
6.	Unser WIN!-Projekt	14
7.	Kontaktinformationen	15
	Ansprechpartner	15
	Impressum	15

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Richard Henkel GmbH ist ein kleines mittelständisches Unternehmen mit aktuell ca. 45 Mitarbeitern. Gelegen im wunderschönen Kochertal, wird täglich en detail bewusst: nachhaltiges Tun ist gut und notwendig. Das Unternehmen wird in 3. Generation Familien-geführt und feiert 2017 sein 95. Jahr des Bestehens.

Es gibt zwei Geschäftsbereiche:

Stahl-Möbel für den Wellness-, Kur- oder Saunabereich, sowie den Pflegebereich Kliniken. Als einziges Unternehmen in Europa bietet man seit Jahrzehnten die lebenslange Produktbegleitung. Neben auf Langlebigkeit ausgerichteten Produkten, werfen Kunden keine Produkte von Henkel weg. Man nutzt das Reparieren, Überarbeiten und verzweifacht die Produkt-Lebenszeit. Auch für Wettbewerbsprodukte, für die es in Deutschland keine Ersatzservice gibt.

Im 2. Bereich werden Eigenprodukte und hauptsächlich Lohnkundenteile z.B. aus den Industriesektoren Luftfahrt, Automotive, Medizin- und Klimatechnik in der Pulverbeschichtung lackiert und im vorgelagerten Mechanischen Bereich bearbeitet. In der Oberflächentechnik bietet Henkel ein in Europa modernstes und einzigartig nachhaltiges Komplettkonzept mit hochreduzierten Ressourcen.

Nachhaltigkeit, Verantwortung, zuverlässiges reales Tun ziehen sich durch alle Bereiche. Das ist 100% Unternehmensphilosophie: Leistungen und Produkte mit sicherer Beachtung und konstanter präventiver Prüfung der ökologischen und ökonomischen Gesamtbilanz. Mensch und Umwelt stets im Blick und Vordergrund. Es zählt das TUN.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 05.05.2015

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	☐	x	☐
Leitsatz 2	☐	x	☐
Leitsatz 3	☐	x	☐
Leitsatz 4	☐	x	x
Leitsatz 5	x	x	x
Leitsatz 6	☐	x	☐
Leitsatz 7	☐	x	☐
Leitsatz 8	☐	x	☐
Leitsatz 9	☐	☐	☐
Leitsatz 10	☐	x	☐
Leitsatz 11	☐	x	☐
Leitsatz 12	x	x	☐

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Kinderchor Gesangverein Ernsbach e.V. („Pichorbello“) / Grundschule Ernsbach

Schwerpunktbereich: in Zusammenarbeit mit der Grundschule Ernsbach wurde von Uli Dachtler (Chorleiter Pichorbello/Gesangverein Ernsbach e.V.) ein neuer Kinderchor gegründet. Wir unterstützen dieses Projekt mit dem Ziel, jungen Menschen mit Spaß zu zeigen, wie wichtig und schön die eigene Stimme ist und wie man mit ihr in einer Gruppe spürbar Spaß und Kontakt haben kann. Ohne Handy! Und dies mit allen kids egal woher.

☐ Energie und Klima ☐ Ressourcen ☒ Bildung für nachhaltige Entwicklung
☐ Mobilität x Integration

Art der Förderung:

x Finanziell x Materiell x Personell

Umfang der Förderung: EUR 1.500,--/anno über 3 Jahre, ein gemeinsames Armbändchen soll zeigen: wir machen mit! „Ich sehe und höre es und Du auch“. Aktuell 2 Arbeitstage -1 Person

Projektpate: Uli Dachtler, Rosa Müller (Gemeinde, Ortschaftsrat Ernsbach), Heike Limbach, Vorsitzende Gesangverein Ernsbach e.V.

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 5: Energie und Emissionen: wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken THG-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.
- Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken: wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen (z.B. Kunden, Lieferanten, etc.) in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Gelebte Nachhaltigkeit hat bei Henkel hohen Stellenwert. Seit 1987 umgesetzte Maßnahmen zeigten enorme Einspar-Potentiale für Energie und Material, Bausteine für die Kosten-Sicherung, Planbarkeit des Unternehmens **und** wichtiger, notwendiger Beitrag für eine bessere Zukunft. Als energieintensiv arbeitendes Unternehmen ist das Augenmerk hierauf besonders gerichtet. Nicht-Brauchen und Effizienz steht **vor** Energieherstellung. Vermeiden von Zuviel. „Anders Denken“ und so Neues entdeckt durch Tun - häufig erlebt -, wurde es Lehre: immer über den Rand hinaus zu schauen. Viele in den letzten 30 Jahren umgesetzte Maßnahmen zur Effizienz und Ressourcenschonung haben uns bewiesen, dass dieser Weg der einzig richtige ist. Unseren Wegbegleitern, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden möchten wir weitere Bausteine zur Bewusstmachung bieten, den aktiven Austausch pflegen und für uns neue Wege entdecken. Mit gemeinsamem Wissen, Willen zu ändern und Tun, können wir die für uns alle wichtigen Ziele des **notwendigen** Wandels für Klima, Ressourcen und Menschen erreichen! Heute mehr denn je! Im Rucksack positive Bausteine für Wettbewerbsvorteile.

Leitsatz 5: Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Bei der Möbelfertigung sowie in der Oberflächentechnik (Strahlen, Schleifen und Pulverbeschichten) für eigene und hochwertige Produkte von Lohnkunden werden Strom und Prozesswärme in großer Menge benötigt. Im Rahmen von Projekten, eigenständig oder mit Netzwerken (z.B. 1. Energietisch in der BRD mit dem Modell Hohenlohe 2002, Arbeitskreis Effizienz DFO (Deutsche Forschungsgesellschaft für Oberfläche)) seit 2007 haben wir viele Maßnahmen umgesetzt.

Seit 2001-2016 steht nun eine Reduzierung unseres Gesamtenergieverbrauchs (Strom, Prozess- und Gebäudewärme) um rund **54%**. Unseren **CO₂-Footprint** konnten wir im gleichen Zeitraum sogar um rund **56%** reduzieren. Aus reiner Prozesseffizienz.

Projekte werden konstant und ohne Ausnahme nach dem Prinzip der Nutzdauer - life cycle management – abgewogen und entschieden. Unser Ziel galt aktuell der weiteren Verbesserung der Lichtsituation.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Im Bereich **Beleuchtung** Gesamtbetrieb hatten wir bereits 2004/2005 vieles reduziert z.B. durch Nutzung von Reflektoren. Die gesamte Lichtanlage wurde 2015-2016 mehrfach geprüft, Planläufe für LED erstellt. Der spezielle Bereich in der Oberflächentechnik vermessen. Probleme durch Ex-Schutz und Wärmezonen in Lichtnähe standen letztendlich gegen LED. Ein machbares System, das der notwendigen langen Nutzdauer von LED hier standhält, ist aktuell am Markt nicht machbar. So steht nun die Entwicklung und Aufstellung eines Gesamtsystems, das unter Einbindung der weiteren gefundenen Aufgaben eine Lösung stellen kann. Ein Projekt dazu wird 2017 erfolgen.
- Im Bereich der 2016 neu gestalteten Aufenthaltsräume und Toiletten konnte der Bereich LED und Bewegungsschaltung Ende 2016 erfolgreich umgesetzt werden.
- Eine verstärkte Ausrichtung von täglichen Prozessplanungen am Temperaturbild reduzierte nochmals etwas den Verbrauch (Strom- und Prozesswärme).

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Qualitative Dokumentation

LED zeigte überraschende Schwächen: Unklarheiten in Bereichen mit Ex-Schutz oder notwendiger „Gut“-Beleuchtung (Qualitätsprüfungen, Fixe Farbwerte, Mitarbeiterwohlbefinden). Wärme wurde als hoher Negativpunkt für LED (Lebensdauer) ermittelt. In unserer Oberflächentechnik herrscht in manchen Hallenhöhen, in denen Licht liegt, bis zu 70-80°C Wärme. Damit scheidet LED aus, das heute zuverlässig bis max. 50°C dauerhaft schafft. Höheres reduziert die Lebensdauer enorm.

Die reale kurze Lebensdauer ist kalkulatorisch energetisch und finanziell nicht sinnvoll.

Mit einer umfassenden Neuprüfung wollen wir den richtigen Weg ermitteln. Die 2015 neu in Betrieb genommene hochmoderne Pulverkabine zeigt Reduzierpotential: Abwärme. Weiter steht die Abwärme von Produkten. Der Bereich Zuluft hat sich dazu gesellt als wichtiges Lösungselement. Der Blick wurde sozusagen geschärft: Diese Elemente zur Verbesserung Raumklima und Energieeinsparung in Verbindung mit einer endgültigen effizienten Lichtlösung. Die Einzelelemente sollen 2017 in einem Projekt untersucht und in Verbindung für eine Gesamtlösung gesetzt werden.

Parallel sollen weitere Wege von zeit- und mitarbeiterunabhängigen Schaltungen „entlasten“ und echt bedarfsbezogen geprüft und umgesetzt werden. Diese Aufgaben-Kombination wird das Ziel sein, die Abweichung vom bisherigen Zielkonzept zu lösen.

Unabhängig davon konnten wir zusätzlich durch verbesserte Produktionsplanung (Laufzeitenregelung) unseren Energie-Verbrauch verbessern. Dies trotz des hohen Unwetterschadens, der 2016 auch uns betroffen hatte. Produktionsausfall und viele Wochen energie-intensive Hallen- und Kellertrocknungsläufe.

Indikatoren

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Energieverbrauch Strom

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Jahr 2015: 252.499 kWh
- Jahr 2016: 226.037 kWh
- Unser Ziel ist, hier 2017 3-5% zu reduzieren

Indikator 2: Flüssiggas Prozesswärme

- Jahr 2015: 1.044.224 kWh
- Jahr 2016: 1.012.864 kWh
- Unser Ziel ist, hier 2017 5-7 % zu reduzieren.

AUSBLICK

Das Schwerpunktthema Energie ist nach wie vor für uns sehr wichtig: hoher, nicht planbarer Kostenträger und Umwelthema Prio 1 für uns.

Hauptziel wird das Projekt im Oberflächenbereich sein, um hier über die eigentlich zuerst gewollte Neuregelung Licht, ein gefundenes Gesamtkonzept mit mehr Potential zur Verbrauchsreduzierung zu realisieren.

Abwärmenutzung, Luftbedarf auf den heutigen Realbedarf reduziert, wird die Chance nicht nur für Verbrauchsreduzierung setzen, sondern auch für ein wesentlich besseres Raumklima und für Mitarbeiterwohlbefinden sorgen und für die LED-Technik besser Grundlagen schaffen.

- Gesamtprojekt, in dem alle Bereiche Zuluft, Abwärme und gegenseitige Nutzung gemessen und auf Umsetzungsvarianten geprüft und gelöst werden.
- Unser Ziel: wir gehen davon aus, dass wir dies 2017 realisieren werden, genaue Zieldaten sind aktuell nicht sicher zu beziffern.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

ZIELSETZUNG

Unsere Mitarbeiterzeitung „Henkelino“ weiter als wichtiges Instrument: bewusst machen, Ideen aufzeigen für zu Hause, um Ressourcen einzusparen und von **Mitarbeitern** umgesetzte Ideen und Projektbeteiligungen vorstellen. Unser „**Effibird**“ zeigt hier als visueller „Finger“ auf Wunden und Lösungen im Gesamtbetrieb.



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Für unsere Produkte im Möbelbereich (Schwimmbad, Sauna, Hotel, Privatkunden) setzen wir seit Jahrzehnten die lebenslange Produktbegleitung um. **FACELIFT ≈ LIFELONG**. Langlebige hochwertige Produkte als Basis. Alle Prozesse und Produktkonstruktionen sind und werden darauf abgestellt. Danach gilt: nicht wegwerfen, sondern aufarbeiten. Damit schonen unsere **Kunden** mit uns zusammen Rohstoffe (Metalle), Energie (Erst-Herstellung Metalle, Transportwege), Wasser.

Für unsere Lieferanten setzen wir dieselben Vorgaben. Wir setzen strikt das Einhalten von nachhaltigen Standards voraus.

Mit der neuen Info-Broschüre „**unsere Kugel und wir - let's do it**“ möchten wir nachvollziehbar motivieren und bewusst machen. Dies im Rahmen konkreter Darstellungen Daten/Zahlen/Fakten pro Umwelt und Klima bewusst gestaltet. Wir zeigen die Vorteile des life-cycle-managements. Aufarbeiten kann man – und wir tun es für unsere Produkte. Und tun es für Wettbewerbsprodukte, die aus Übersee/Asien bzw. anderen europäischen Ländern kommen. Wertstoffhaltige Produkte, für die es keine oder wenige Ersatzteile gibt und die im Falle des „Wegwerfens“, eine Abfalllast für Deutschland bedeuten. Bedeuten würden - wenn wir nichts tun! Zusammen mit unseren Kunden: Wertschöpfung anders - weiter betrachten. Gemeinsames nachhaltiges Tun! Über das sollte man sprechen und die positiven bypass-Chancen zeigen und nutzen.

Das gilt erst recht für unsere Möbel im Pflege-/Klinikbereich. Patientenprodukte werden – so schlimm es klingt - nach dem Ableben des Patienten – idR weggeworfen. Ressourcen-Verschwendung, der man positiv begegnen kann und muss. Kosten- und umweltneutral, hygienisch und entlastend für viele Beteiligte.

Lieferanten werden aktiv einbezogen und ihnen so die Chance eröffnet, das mit uns zunächst singuläre nachhaltige Projekt in der eigenen Branche zu vervielfältigen. Aufzeigen, dass heute Energie-, Material- und Ressourceneffizienz Standard sein müssen. Sehr erfolgreich zeigte dies der für uns umgesetzte, in der Effizienz verbesserter erstmalige Bau unserer neuen Pulverkabine: von unserem Lieferpartner bereits bei vielen weiteren Kunden realisiert, mit Zahlen, Daten, Fakten, was sich ändern muss: WIN-WIN: die Chancen genutzt durch bewusstes anderes Sehen und Tun. KMUs bieten hier mehr als man denkt. Weitere gemeinsame Neuprojekte sind das Ziel.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- **„Henkelino“**: unsere Mitarbeiterzeitung, das Mittel, unseren Mitarbeitern aktiv unser Tun und Planen zu zeigen und mit vielen Einspar-Möglichkeiten für sie selbst, wird konstant umgesetzt.
- **Unser Infofolder „unsere Kugel und wir - let's do it“** versenden wir an unsere Kunden, Lieferanten und andere Interessierte. Konkrete Beispiele sollen Ansporn sein. Wir sehen - zur Freude unserer Mitarbeiter -, dass viele dies auch tun - lesen und überlegen – und dies bis heute mit viel Begeisterung und Rückmeldung auch zeigen. Am 06.06.2015 haben wir beim Deutschen Evangelischen Kirchtag in Stuttgart in der „MachBar“ mitgewirkt zum Thema „Sparen reicht nicht - Umgang mit Ressourcen in Wirtschaft und Gesellschaft“ und hier erstmals unseren Infofolder aktiv verteilt, mit viel positiver Resonanz.
- **Unser „Heldentüte“**. Dieses Umwelt-bewusstmachende Tütchen setzen wir seit 2016 für den Versand von Kleinteilen an unsere Kunden um. No plastic – Beutel, sondern Papier, geschlossen mit Juteband!! Mitliefern wir eine Ideenblatt: was „stecken“ für Chancen in unserem tollen Tüte: Platz für Malstifte der

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Kinder, **das Strickzeug** und zum guten Schluß die Biotonne . Unser Lohn: viele begeisterte und überraschte Anrufe über dieses Tun. Dialog und Tun!



ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Qualitative Dokumentation

Die ergriffenen Maßnahmen „Henkelino“, Effibird, Infofolder „unsere Kugel und wir - let's do it“ sowie unser „Heldentüte“ sind bei unseren Mitarbeitern, unseren Kunden und Lieferanten oder auch Teilnehmern von Tagungen mit viel Freude angenommen worden. Wir erfahren viele Rückmeldungen, häufig Erstaunen. Auf jeden Fall aktives, begeistertes Wahr nehmen. Das wollten wir erreichen: sehen, bewusst werden, nachdenken und tun! Auch unsere Mitarbeiter haben viel Spaß damit und Stolz!!

INDIKATOREN

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Quantitative Indikatoren sind hier nicht wirklich bezifferbar. Wir setzen für die Verpackung von Kleinteilen statt Folien heute mit dem Heldentüte Papier ein, das wir mit wunderbarem Juteband wie 1922 verschließen – back to the roots: wir kommen aus der Juteindustrie. Was zählt und was wir sehen, ist die aktive Rückmeldung. Begeistert und überrascht über diese einfache umweltfreundliche Idee. Und letztendlich nehmen die Anfragen und Bestellungen von Ersatzteilen, der Überarbeitung von Produkten (viele Produkte sind über 50 Jahre alt!) oder auch der Neukauf von unseren Produkten bei uns zu , **w e i l** das alles so ist und **w e i l** wir die lebenslange Begleitung bieten und **w e i l** der Kunde und wir als Team **pro Nachhaltigkeit handeln, handeln wollen!**

AUSBLICK

Wir werden an diesem Schwerpunkt festhalten, da wir überzeugt sind, hier noch viel mehr tun zu können. Das Denken ändert sich spürbar für uns. Nachhaltige Daten auch in unseren Angeboten benennen. Der Kunde weiß **bei der** Kaufentscheidung, was er „im Rucksack“ mit kauft. Dem Lieferant wird bewusst, **für was** er hier liefert. Zahlen Daten Fakten auch für die Nutzungsdauer des Produktes.

- Daten/Zahlen/Faktenplan für unsere Produkte und Dienstleistungen, die klar aufzeigen, welche Faktoren für Ressourcen, für CO₂, für die Nachhaltigkeit generell stehen. Den Blick des Einkaufs über den reinen Preis hinaus, auf die Lebenszeit und das Produktende lenken. Er/Sie soll bewusst allen Folgen einzubeziehen.
- Unser Ziel: 2017 dieses Datenkonzept fertig zu stellen und auch schon in Testläufen die Wahrnehmung nachzufragen.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bei uns wird der Mindestlohn mit Zuschlag umgesetzt. Die Gleichstellung Frau/Mann ist Firmenprinzip und Inhalt der Arbeitsverträge. Bei Lieferanten wird dies überwacht.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unser Ziel wird dazu 2017 sein, auch unseren Industriekunden beizubringen, dass es schön ist, wenn deren Mitarbeiter Sonderprämien bekommen. Es muss daher bei der Preisgestaltung künftig berücksichtigt werden, dass auch die Mitarbeiter der Zulieferer Anspruch auf Sonderprämien haben. Also kein Preispressing, sondern price-fairness-sharing! Wir sind gespannt. Erste Versuche 2016 endeten mit Auftragsabzug - nun denn – auch das wird sich ändern, wenn man offen darüber spricht! Wir verteidigen den verdienten Anspruch unserer Mitarbeiter und der unserer Lieferanten auf „equalpay“.

Ausblick:

- Wir werden unser Denken und Tun und die konstante Prüfung in diesem Bereich strikt beibehalten.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hier stehen verschiedene Bereiche, die unsere Bemühungen zum Mitarbeiterwohlbefinden stützen
- Mit unserer seit Jahrzehnten bestehenden Unternehmensstiftung sind wir in der Lage Wohl und Wehe unserer Mitarbeiter zu stützen. Wir sehen auch private Sorgen und stützen unsere Menschen!
- Thema Arbeitssicherheit wird konsequent gelebt und umgesetzt. Leider, das muss man aussprechen, hat unsere BG (Textil) die jahrelangen, jährlichen Betreuungsbesuche eingestellt - Kosteneffizienz? Kein Zukunftsfähiges Verhalten! Hier sind wir deshalb sehr aktiv im Arbeitskreis des Modell Hohenlohes USG und erfahren durch dieses Netzwerk präventive Informationen und den Austausch von Massnahmen. Mit Unterstützung unseres Betriebsarztes natürlich.
- Mitarbeiter mit größerer Rückbelastung werden mit Gutscheinen fürs Schwimmen in unseren naheliegenden Solebädern unterstützt - das wird sehr gerne wahr genommen und die Wertigkeit schnellst „erlebt“.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der Bereich Arbeitsunfälle ist minimalst, ebenso der eigentliche Krankheitsanfall. Grippewellen mal aussen vorgekommen. Wir behalten unsere sehr aktive Vorsorge bei.

Ausblick:

- Im Bereich der steigenden Lasten von Produkten ist unser Ziel eine spezielle Hebelösung umzusetzen. Prüfungen für Lösungswege sind bereits in Umsetzung und erste Überlegungen mit unserem WIN Partner Fa. Schmalz getätigt.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hier stehen wir sehr aktiv durch bundesweite Netzwerke. Hier berichten wir offen – Veranstaltungen, Presse - über unser nachhaltiges Tun und die so erreichten ökologischen und ökonomischen Erfolge.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Veröffentlichung der jährlichen **Umweltberichte** und aktuellen **Umwelterklärung (2016 EMAS III)**
- Versenden unserer Brochüre „**unsere Kugel und wir - let's do it**“

Ausblick:

- Diesen Weg werden wir offen und konsequent beibehalten.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten

- Hier gab es weitere Schulungen zu verstärktem Materialbewusstsein inhouse (Materialwechsel, Umstellen auf Fertigteile) und auch Vorschläge an unsere Kunden aus der Oberflächentechnik, die dann in Form von Verpackungsrundläufen umgesetzt wurden. Leider nicht von allen – noch nicht - aber bereits von vielen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der Bereich Abfall gesamt wurde 2015 auf 80,7% Wertstoffe und 19,3 %Abfall reduziert und 2016 so stabil gehalten. Hier hat leider der Abfall aus dem Unwetterschaden eine weitere Verbesserung gestört.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Momentan keine weiteren Planungen, wir wollen unser gutes Konzept strikt beibehalten.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hier pflegen wir seit Jahren in allen Bereiche – Möbel und Oberfläche- aktivstes Tun

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Kunden aus den Möbelbereichen nehmen dies 100% an. Der Bereich Geschäftskunden im großen und ganzen auch, doch stellen wir immer wieder fest, dass hier 2016 Prio 1 der Hauptgedanke im Einkauf beim Preis ad hoc steht und man das Prüfen, Denken und Handeln in v **life cycle mangement** noch nicht kennt, kennen darf und nicht lebt. Da wir unser Tun deshalb nicht ändern werden, heißt dies auch Kundenverlust. Wir bemerken Neukunden, die gerade mit diesem Hintergrund zu uns kommen. Guter Tausch! Wir setzen deshalb auf wachsendes Bewusstsein. Mit unserem Plan hier mehr Daten und Fakten aufzuzeigen, sind wir überzeugt mehr und mehr Gehör zu finden.

Ausblick:

- Wir werden unser Denken und Tun in diesem Bereich strikt beibehalten.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hier haben wir mit speziellen Fortbildungen unseres Mitarbeiterbestand, ihren Blick auf ihre wichtige Aufgabe und sich selbst mehr sicheres Auftreten gegeben. Als Ziel steht die Wertschätzung der eigenen Aufgabe unabhängig von der Ausbildung. So konnten wir das Team stabilisieren und fachlich gut verstärken. Gerade im Bereich Metallverarbeitung allerdings ein Problem. Im Hohenlohekreis herrscht Vollbeschäftigung und gut ausgebildete Kräfte sind rar bzw. der Wettbewerb gegenüber ansässigen Großen sehr schwer ist. Daher weiter unser Bemühen durch besonderes Tun anders zu sein.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Strategie zu Betriebsergebnis und Ertragsstabilität hat sich bestens bewährt.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Wir werden weiterhin die Strategie gerade auf gute, motivierte im Team fest stehende Mitarbeiter ausrichten und stärken. Toll, was unsere heutigen Kollegen alles tun!

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Der Bereich der lebenslangen Produktbegleitung hat sich mehr als stabilisiert und wird strikt beibehalten. Im Medizinbereich nicht ganz einfach. Teillieferer aus Deutschland, leider mit Monopolstand, sind hier die Blockade. Warum soll man etwas ändern, wenn der Bestand läuft. Diese Blockade geht soweit, das man uns droht, uns nicht mehr zu beliefern, wenn wir weiter „meckern“ und fordern. Hier suchen wir Lösungen, eventuell auch über eine Umgestaltung und Entfall solcher solitären Teile.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der Bereich der Überarbeitung ist sehr stabil wachsend. Wir werden das strikt beibehalten.

Ausblick:

- Hier werden wir insbesondere bemüht sein, die Blockaden zu verändern, positiv

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hier haben wir einen seit Jahren sehr strikten, stabilen Weg.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Momentan keine Veränderung geplant.

Ausblick:

- Keine Veränderung

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bei uns im Unternehmen kein Thema. Im Gegenteil, es wird offen kommuniziert

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unser offener Umgang mit diesem Thema und die absolute Solidarität unserer Mitarbeiter hat 2016 dazu geführt, dass wir rasch und ehrlich von einem Versuch eines Wettbewerbers zu Mitarbeiterbestechung informiert wurde. Wenn auch zuerst Schock, so doch letztendlich Stolz auf unsere inhouse best case funktionierende Unbestechlichkeit. Toll.

Ausblick:

- Diesen fairen offenen Umgang werden wir inhouse stärken und weiter bewusst machen. Die Konsequenzen outhouse werden wir im Auge haben und prüfen. Grundsätzlich gilt aber: mehr Vorsicht aufgrund unserer 2016 leider gemachten Erfahrung.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hier sind wir bereits mit den Vereinen schon sehr aktiv, siehe Projekt Pichorbello.
- Viele unserer Kunden, die überarbeiten lassen, nutzen dies zum kleinen Urlaub hier – das stärken wir mit persönlichen Infos und Tips.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Viel Spaß werden wir mit Pichorbello haben, der nun ab 2017 mit vollem Elan und ersten öffentlichen Auftritten aktiv sein wird.

Ausblick:

- Diesen offenen, positiven und fördernden Umgang mit unserer Region werden wir beibehalten. Der Dialog dazu ist ohnehin mit allen Vereinen schon seit Jahrzehnten sehr aktiv.

UNSER WIN!-PROJEKT

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Zusammen mit der Grundschule Ernsbach und dem Gesangverein Ernsbach e.V. wurde von Uli Dachtler (Chorleiter Pichorbello) ein neuer Kinderchor gegründet. Nach den Ferien 2016 wurde die Probearbeit aufgenommen. Neben dem Ziel, hier die Gemeinschaft und das Selbstwertgefühl der Kinder, sowie Gehör und Sprachkompetenz zu verbessern, unterstützen wir dieses Projekt, um den jungen Menschen mit Spaß zu zeigen, wie wichtig und schön die eigene Stimme ist und man mit ihr in einer Gruppe miteinander und spürbar Spaß und Kontakt haben kann. Ohne Handy! Und dies mit allen kids, egal woher. Die ersten Auftritte sind für das Frühjahr 2017 geplant. Wir sind gespannt!



wir geben unserer
stimme „Ton“ !
laut, bunt und gemeinsam

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

In der Hauptsache steht hier die finanzielle Unterstützung über zuerst mal 3 Jahre, sowie ein geplantes Armbändchen - soll zum Erstauftritt fertig sein.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Bisher wird dieser Chor mit sehr viel Freude aufgenommen. Die „kids“ haben Spaß und Motivation. Da die ersten Auftritte erst 2017 sein werden – Üben braucht seine Zeit - können wir erst beim nächsten Bericht mehr erzählen. Auch wie sich das von uns geplante Bändchen bewährt.

AUSBLICK

Dieses Projekt planen wir nun, die kommenden 3 Jahre zu unterstützen. Am Ort des Unternehmens für die Menschen am Ort.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Susanne Henkel GL Richard Henkel GmbH

Fon: 0049 (0)7947-91800

email: s.henkel@richard-henkel.de

Impressum

Herausgegeben am 11.02.2017 von

Richard Henkel GmbH

Forchtenberger Str. 46, D – 74670 Forchtenberg-Ernsbach

Telefon: 0049(0)7947-9180-0

Fax: 0049(0)7947-9180-99

E-Mail: info@richard-henkel.de

Internet: www.richard-henkel.de

