



WIN-Charta

Zielkonzept

2015

Richard Henkel GmbH

**Zielkonzept im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg**

Inhalt

1. Unsere Schwerpunktthemen	2
2. Zielsetzung hinsichtlich der Schwerpunkt-Themen	3
Schwerpunktthema 1: Energie und Emissionen	3
Schwerpunktthema 2: Anreize zum Umdenken	4
3. Weitere Aktivitäten	7
4. Unser WIN!-Projekt	9

1. Unsere Schwerpunktthemen

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta

- ☐ Leitsatz 7: Energie und Emissionen: Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken THG-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.
- ☐ Leitsatz 11: 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, ein im 93. Jahr bestehendes, familiengeführtes KMU, hohen Stellenwert. Seit 1987 hierzu umgesetzte Maßnahmen zeigten hohe Einspar-Potentiale, Bausteine für die Kosten-Sicherung und Planbarkeit des Unternehmens, sowie wichtige Beiträge für eine bessere Zukunft.

Als energieintensiv arbeitendes Unternehmen hat Henkel auf diesen Bereich das Augenmerk besonders gerichtet. Nicht-Brauchen, Effizienz wird **vor** Energieherstellung gestellt. Vermeiden von Zuviel als Ziel. Hier stehen noch wichtige Maßnahmen, die ein „Anders Denken“ bedingen.

Als eines der ersten Unternehmen der Region wurde 1997 die Umsetzung der EMAS-Verordnung eingeführt und bestanden. Mit der erfolgreichen 6. (Re-)Validierung nach EMAS III 2014 wurde dieser Weg bestätigt und gefestigt. EMAS ist ein unersetzliches und sehr genutztes Instrument bei uns. Parallel zeigten und erfuhren wir durch aktives Netzwerken und den Austausch im vertraut gewachsenen Kreis, dass hier Chancen des Lernens und Weitergebens von Erfahrungen wertvolle Ideengeber sind.

Viele in den letzten 20 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 hier weitere Bausteine zur Bewusstmachung bieten und für uns neue entdecken. Mit gemeinsamem Wissen, dem Willen zu ändern, können die für uns alle wichtigen Ziele des notwendigen Wandels für Klima, Ressourcen und Menschen erreicht werden! Im Rucksack positive Bausteine für Wettbewerbsvorteile.

2. Zielsetzung hinsichtlich der Schwerpunkt-Themen

Schwerpunktthema 1: Energie und Emissionen

Wo stehen wir?

Bei Fertigung unserer Möbel sowie in der Oberflächentechnik (Strahlen, Schleifen und Pulverbeschichten) für eigene und hochwertige Produkte von Lohnkunden (Automotive, Luftfahrt, Klimatechnik) 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.

Wir erreichten seit 2001 eine Reduzierung unseres Gesamtenergieverbrauchs (Strom, Prozess- und Gebäudewärme) um rund 44%. Unseren CO₂-Footprint konnten wir im gleichen Zeitraum sogar um rund 54% reduzieren.

Seit 2008 nutzen wir 100% regenerativen Strom. Erlebtes hat uns gelehrt, konsequent Daten zu erstellen, sie zu nutzen. Projekte strikt nach dem Prinzip der Nutzdauer - life

cycle management – abzuwägen und zu entscheiden. Prozesse selbst konstant zu überdenken und neu anzugehen. Ohne Ausnahme. Auch bei Gegenwehr am Lieferantenmarkt.

2014 erfolgte eine komplette Umstellung unserer EDV auf Green IT. Die seit 2012 mit sehr guten Partnern eingeführte Datenvisualisierung, Erfassung und Pflege – heute Grundlage unseres Energie-Managements - zeigt weiteres Potential. Diesem geben wir Vorrang, um unserem Ziel „*Effizienz best possible*“, Vermeidung der Überdimensionierung des geplanten zentralen Gebäudewärmesystems vor der Eigenproduktion von Energie so nahe wie möglich zu kommen.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Im Bereich **Beleuchtung** Gesamtbetrieb hatten wir bereits 2004/2005 vieles reduziert z.B. durch Nutzung von Reflektoren. 2014 sollte hier der nächste Schritt mit LED folgen. Unklarheiten in wichtigen Bereichen mit Ex-Schutz oder notwendiger „Gut“-Beleuchtung (Qualitätsprüfungen, Fixe Farbwerte), der weiter notwendigen Geländesicherung (hohe Einbruchquote in den letzten Jahren in der Region) ließen uns dies auf 2015 verlegen. LED zeigte hier überraschende Schwächen. Wir wollen mit einer umfassenden Neuprüfung, die unsere Vorgaben strikt befolgt, inklusive Energieeffizienz, auch unter Abwägungen (tatsächliche Wirtschaftlichkeit und Umweltschutz) mit Einbeziehen anderer Technologien den richtigen Weg ermitteln. Parallel sollen weitere Wege von zeit- und mitarbeiterunabhängigen Schaltungen „entlasten“ und echt bedarfsbezogen geprüft und umgesetzt werden.

Daran wollen wir uns messen

- ☐ Anteil des Stromverbrauchs im Gesamtbetrieb um mindestens 3% reduzieren. Für Arbeitsplätze und speziell diejenigen mit besonderen Aufgaben (z.B. Qualitätsprüfungen, Farbbestimmung Lab-Werte, Ex-Schutz-Bereiche) wollen wir Lichtverbesserungen erreichen (nicht durch eine MEHR an Licht, sondern im Gegenteil: das Richtige, zu viel Licht soll vermieden werden).
- ☐ Innerhalb unserer seit 1997 im Rahmen von EMAS umfassend geführten Datenerhebungen sind die Zielvorgaben und -erreichung klar verfolgbar und im Rahmen der Visualisierung (Fließpläne) entscheid- und auch visuell rückverfolgbar.

Schwerpunktthema 2: Anreize zum Umdenken

Wo stehen wir?

Mit unserer Mitarbeiterzeitung „Henkelino“ informieren wir regelmäßig im Unternehmen zu unseren Umweltmaßnahmen und erreichten Werten. Besonders von **Mitarbeitern** umgesetzte Ideen und Projektbeteiligungen werden vorgestellt. Dadurch erreichte Auszeichnungen natürlich gebührend gefeiert. Auch viele Schulungen wurden umgesetzt zum Thema Nachhaltigkeit. Wir ermöglichen über spezielle Vereinbarungen mit unseren Strompartnern (regenerativer Strom) sog. Mitarbeitertarife. Einsparmöglichkeiten werden in internen Schulungen oder dem *Henkelino* konkret aufgezeigt. Unser „*Effibird*“ zeigt hier als „Finger“ auf Wunden und Lösungen.



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. Kosten/Nutzen wurde 2005 in einem Projekt mit dem IKP Stuttgart als sehr positiv bestätigt.

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

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Umweltschulung: Intensivierung unseres Infosystems Henkelino: hier möchten wir insbesondere aufgrund des sog. Rentenwechsels der neuen jungen Generation aktiv vieles wieder neu bewusst machen. Klare Beispiele, die jeder an seinem Arbeitsplatz erleben und weiter verbessern helfen kann. Immer verbunden auch mit Impulsen, wie das im Unternehmen Gelernte auch für zuhause genutzt werden kann.

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 weggeworfen. Ressourcen-Verschwendung, der man anders – wie bei unseren Möbeln – begegnen kann und muss. Kosten- und umweltneutral, hygienisch und entlastend für viele Beteiligte.

Dies alles ist auch auf Produktionsprozesse umsetzbar, dies möchten wir zeigen.

Lieferanten werden wir aktiv **in unsere Netzwerke dazu einbeziehen** und Ihnen so die Chance eröffnen, das mit uns zunächst singuläre nachhaltige Projekt in der eigenen Branche zu vervielfältigen. WIN-WIN und aufzeigen, dass heute Energie-, Material- und Ressourceneffizienz Standard sein müssen. Der Kunde, die Menschen fordern es, wenn sie die Möglichkeiten kennen - darauf muss man vorbereitet sein. Hier stecken Wettbewerbschancen. KMUs bieten hier mehr als man denkt. Gemeinsame Neuprojekte sind das Ziel.

Daran wollen wir uns messen

- ☐ Aktualisierung unseres Internen **Schulungs- und Informationssystems** Henkelino und Umsetzung **unseres internen Umwelttages**: „Unsere wunderbare Kugel und wir“
- ☐ Erstellen und konkrete Umsetzung des **Kundeninformationsfolders** zu face-lift und life-cycle-costs verbunden mit einem **Rückinformation-System**, wie dies mit weiteren Schritten gewünscht und gewollt wird.
- ☐ **Netzwerktagung** für unsere Lieferanten öffnen, hier messen wir uns an den erreichten Neukontakten und einem geplanten Gemeinschaftsprojekt (DFO).

3. Weitere Aktivitäten

Was wir außerdem erreichen wollen

- **Leitsatz 1: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze.** Nachhaltiges Wirtschaften, beispielgebend und Kundennutzen fördernd, steht zur Sicherung der Arbeitsplätze und des Unternehmens am Standort im Vordergrund und soll gefestigt werden.

Das Ziel: zuerst Ertragsstabilität : Effizienzmaßnahmen als Mittel zur Planungssicherheit. Krisenresistenz (2001 UMTS Zusammenbruch, 11. September 2001, 2008 Finanzkrise als Lehrmeister) und damit ohne Entlassungen: Sicherheit für unsere Arbeitnehmer. Wachstum aus nachhaltigem Tun heraus als fester 5-Jahresplan; dabei Beachtung der Tatsache: Wachstum hat Grenzen - bedingt auch durch die Realität der Globalisierung und unserer Achtung vor anderen Menschen und ihrem Recht auf eigenes Leben vor Ort. Zukunftsfähige Bildung unserer Arbeitnehmer stärken (sie wissen was Energie- oder Materialeffizienz ist, sie hören Druckluftleckagen und sie haben gelernt, damit umzugehen).

- **Leitsatz 2: Menschen- und Arbeitnehmerrechte**

Ziel: Menschen-und Arbeitnehmerrechte sind bei uns verankertes Firmenleitbild (EMAS). Gleichstellung Frau/Mann, Chancengleichheit, keinerlei Diskriminierung oder Ausbeutung gilt in allen Unternehmensprozessen. Für Lieferanten und Kunden setzen wir dies voraus. Dies prüfen wir aktiv. Mindestlohn ist seit langen bei uns Selbstverständnis auch im Bereich unserer Zeitmitarbeiter. Auch das überprüfen wir. Wir akzeptieren weder Menschen gefährdende Stoffe noch Tierversuche bei nachweislich gegebenen besseren Standardmöglichkeiten.

- **Leitsatz 3: Nachhaltige Innovation:** Henkel ist seit vielen Jahren aktiver Teilnehmer an F+E-Projekten mit dem Ziel Nachhaltigkeit. Als erster setzte Henkel 1988 im Prozessbereich das Prinzip des geschlossenen Kreislaufs in der Vorbehandlung Oberflächentechnik um - heute Stand der Technik. 2012 folgte die erste Umsetzung in der Anlagentechnik mit sog. Leichtbau, mit dem Erfolg der Energie- und Materialeffizienz.

Ziel: hier in Zusammenarbeit mit Kollegenbetrieben in einem Netzwerk mit Lieferanten mit einem F+E Projekt für zusätzliche Anwendungen Anschub geben. Seit Jahrzehnten bietet Henkel als einziges Unternehmen die sogenannte Lebenslange Produktbegleitung im Möbelbereich. Überarbeiten, reparieren statt wegwerfen. Lebenszyklen verzig-fachen. Ressourcen- und Geldbeutel schonend.

Ziel: dies zu erweitern und im Bereich der Medizinischen Möbel auch durch weitere F+E Projekte Raum zu geben.

- **Leitsatz 4: Finanzentscheidungen** Henkel ist ein in 3. Generation geführtes, kleines Familienunternehmen. Stabile, langfristig angelegte Absicherung hatten und haben oberste Priorität. Life-cycle-Management ist dazu als weiteres sicherndes Instrument ebenso wichtig, wie der im Rahmen des Risikomanagements geplante Blick auf potentielle künftige Veränderungen durch den Klimawandel, durch Wetter, Wasserknappheit oder Überfluss, Materialverfügbarkeit oder Risiken aus nicht Erfüllbarkeit von just-in-time Lieferungen für unsere Kunden.

Ziel: die hieraus entstehenden Gefahren bei Entscheidungen heute mit abzuwägen und einzuplanen, abzusichern und mit Kunden, Lieferanten, Arbeitnehmern, Banken und Versicherern offen anzusprechen.

- **Leitsatz 5: Anti-Korruption.** Henkel achtet strikt die dafür geltenden Gesetze. Hier gilt der Grundsatz des offenen Dialogs mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten und allen anderen Partnern.

Ziel: Status Quo zu halten.

- **Leitsatz 6: Ressourcen.** Die Achtung und der schonende Umgang mit Ressourcen ist fest verankerter Grundsatz unserer Nachhaltigkeitsstrategie und unserem Jahrzehnte langen darauf ausgerichteten Tun. Produktentwicklung, alle Prozesse und Materialentscheidungen tragen – als Vorreiter der Branchen Möbelfertigung und Oberflächentechnik - diese Merkmale sichtbar. Offener, aktiver Dialog mit Kunden, Kollegenbetrieben, Lieferanten, auch anderen Branchen ist Baustein unseres Umweltbewusstseins und dem Ziel zu bewegen. Viele umgesetzte Ressourcen-schonende Maßnahmen haben Nachahmer gefunden und sich so gefestigt.

Ziel: dieses Denken und Tun bei allen Prozessen zu festigen und unserer Anstrengung, bisher nicht vermeidbare Abfälle zu reduzieren, neben Vermeidung weiteren Nutzungen („Re-“, nicht „down-“) zuzuführen. Hohes Potential tragendes Element ist unsere Dienstleistung der lebenslangen Produktbegleitung.

- **Leitsatz 8: Produktverantwortung.** Dies nehmen wir seit Beginn unserer Unternehmensgründung 1922 sehr ernst. Bereits damals gab es die Dienstleistung Reparatur. Produktverantwortung heißt für uns, neben der Prüfung und Achtung von Auswirkungen für die Umwelt, Beachtung des Nutzens für den Kunden. Gesundheit, Anpassung an sich ändernde Lebenslagen der Kunden (modularer Tausch und Anpassung von Möbelteilen: Möbel, die Jahrzehnte halten, müssen sich z.B. auch an altersbedingte Veränderung des Nutzers anpassen können). Im Bereich der Oberflächentechnik pflegen wir eine aktive, offene Beratung unserer Kunden aus den Bereichen Automobil, Luftfahrt oder Klimatechnik. Chancen der Nachhaltigkeit, Nutzen der life-cycle-costs Betrachtung bereits bei der Produktentwicklung sind von uns aktiv dargestellte Verbesserungsmöglichkeiten.

Ziel: diesen sehr offenen und auch von unseren Kunden geschätzten Dialog weiter zu pflegen und zu verbessern.

- **Leitsatz 9: Regionaler Mehrwert.** Wir nehmen aktiv die regionalen Kontakte zu Schulen, Fachhochschulen wahr. Workshops, Praktika oder Vortragsreihen zum Thema Nachhaltigkeit sind Elemente, die die schon sehr nachhaltig agierende Region – das zeigt das 1991 gegründete Modell Hohenlohe - weiter festigt.

Ziel: Status Quo halten.

- **Leitsatz 10: Anspruchsgruppen** Henkel pflegt zu allen Anspruchsgruppen einen stets offenen und aktiven Dialog.

Ziel: Status Quo zu halten

4. Unser WIN!-Projekt

Dieses Projekt wollen wir unterstützen

Bereits seit vielen Jahren setzt Henkel aktiv Veranstaltungen zum Thema ‚Nachhaltiges Tun‘ für regionale Schulen, die Fach-Hochschule Heilbronn oder in Kollegenkreisen um. Dieses Austausch-Projekt möchten wir zusammen mit anderen Unternehmen, Organisationen und dem Modell Hohenlohe zunächst regional, bei Möglichkeit auch überregional „Bunter, lebendiger, vielfältiger umsetzen.



Dies unter dem Moto:

DIE WUNDERVOLLE KUGEL UND WIR - TAG

Der Film „home“ wid in beeindruckenden Bildern diese wundervoll Kugel und was nicht sein darf zeigen. Danach zeigen wir gemeinsam mit anderen (Firmen mit Produkten oder umgesetzten Maßnahmen) was man tun kann. hier zuhause, an seinem Arbeitsplatz oder was man als Unternehmer ändern kann - anhand praktischer, schon geprüfter, guter Beispiele. Unser Ziel, die Menschen gehen nachhause und können sofort beginnen.

Art und Umfang der geplanten Unterstützung

Als Start steht das Mitmachen hierzu in der „MachBar“ des Deutschen Kirchentages in Stuttgart im Juni 2015. Danach stehen Schul-/FH-Tage.

Für die konkrete Planung, Umsetzung gehen wir von ca. 150 Stunden und Geldmitteln von ca. 3.500 € aus.