



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2022 / 2023

KAROPACK GMBH



## Inhaltsverzeichnis

|    |   |      |
|----|---|------|
| 1. | Über uns .....  | 1    |
| 2. | Die WIN-Charta .....                                  | 2    |
| 3. | Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement .....     | 3    |
| 4. | Unsere Schwerpunktthemen .....                        | 4    |
|    | LEITSATZ 4: SCHWERPUNKTTHEMA RESSOURCEN .....         | 4    |
|    | LEITSATZ 3: SCHWERPUNKTTHEMA ANSPRUCHSGRUPPEN .....   | 6    |
| 5. | Weitere Aktivitäten .....                             | 7    |
|    | Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange .....   | 7    |
|    | Umweltbelange .....                                   | 8    |
|    | Ökonomischer Mehrwert .....                           | 9    |
|    | Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption ..... | 1010 |
|    | Regionaler Mehrwert .....                             | 111  |
| 6. | Unser WIN!-Projekt .....                              | 12   |
| 7. | Kontaktinformationen .....                            | 14   |
|    | Ansprechpartner .....                                 | 144  |
|    | Impressum .....                                       | 144  |

# NACHHALTIGKEITSBERICHT

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die karopack GmbH wurde 1995 als Kreiter Naturverpackung GmbH gegründet mit dem Ziel, aus den Altkartons und dem Altpapier unserer Kunden hochwertige, staubfreie, umweltfreundliche und nachhaltige Verpackungspolsterkissen für den Paketversand von Produkten zu fertigen. In 2009 wurde die Kreiter Naturverpackung GmbH zur Kreiter GmbH und in 2020 zur karopack GmbH.

Für die Herstellung der Polsterkissen werden die Produktionsanlagen (Kartonagenverwertungsanlage KVA) von der karopack GmbH selbst entwickelt und gebaut.

Nachdem die erste Produktionsanlage am Standort Kirchartd Anfang 1999 ausgelastet war, wurde im April 1999 eine zweite Produktionsanlage aufgestellt. Diese Anlage steht in einer Werkstatt für behinderte Menschen (WfbM). Von dieser werden die Polsterkissen gefertigt und auch fakturiert, so dass der Kunde einen erheblichen Teil des Rechnungsbetrages auf seine Schwerbehinderten-ausgleichsabgabe anrechnen kann.

Durch kontinuierliches Wachstum und die steigende Nachfrage konnten inzwischen zusätzlich zum Standort Sinsheim an den Standorten 09120 Chemnitz, 12057 Berlin (WfbM), 22525 Hamburg, 32312 Lübbecke (WfbM), 46459 Rees (WfbM), 58566 Kierspe (WfbM), 63505 Langenselbold (WfbM), 71106 Magstadt, 79541 Lörrach (WfbM), 81737 München und 95448 Bayreuth weitere Produktionsanlagen zur Herstellung von karopack-Polsterkissen aufgestellt werden. Diese Produktionsstätten werden von den Partnern im Rahmen eines Franchisekonzeptes selbständig und auf eigene Rechnung betrieben.

Die unter dem geschützten Markennamen *karopack* vertriebenen Polsterkissen werden in Mehrwegboxen auf Europalettenmaß an den Kunden ausgeliefert, der Kunde verbraucht die Polsterkissen und kann anschließend die Mehrwegboxen mit seinen Altkartons und seinem Altpapier befüllen. Bei Folgelieferung werden dann Boxen mit Polsterkissen gebracht und im Gegenzug die Boxen mit Polsterkissen zurückgenommen.

Zusätzlich zu dieser Dienstleistung für die Kunden durch die karopack-Partner werden von der karopack GmbH auch Karopack Maschinen gebaut und an Kunden verkauft, deren Anfall an Altkarton und Bedarf an Verpackungspolstern groß genug ist, um eine solche Anlage sinnvoll zu betreiben.

Wir sind seit März 2018 Unterzeichner der WIN-Charta.

Die karopack GmbH selbst beschäftigt 3 Mitarbeiter direkt. Indirekt sind ca. 70 Mitarbeiter mit der Produktion und dem Betrieb des karopack-Systems beschäftigt.

### 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 <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/win-charta-unternehmen>.

# NACHHALTIGKEITSBERICHT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 21.03.2018

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

|             | SCHWER-<br>PUNKTSETZUNG             | QUALITATIVE<br>DOKUMENTATION        | QUANTITATIVE<br>DOKUMENTATION       |
|-------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Leitsatz 1  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 2  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 3  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 4  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 5  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 6  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 7  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 8  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 9  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 10 | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 11 | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| Leitsatz 12 | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |

### ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

|   |                          |
|---|--------------------------|
| Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung | <input type="checkbox"/> |
| Zusatzkapitel: Klimaschutz                | <input type="checkbox"/> |

### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Pfadfinder Kirchartd

#### Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima       Ressourcen       Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 Mobilität       Integration

#### Art der Förderung:

- Finanziell       Materiell       Personell

**Umfang der Förderung:** 1000,- €/a, benötigtes Material für Gruppenstunden, zeitliches Engagement ca. 250 h/a.

## 4. Unsere Schwerpunktthemen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

#### LEITSATZ 4: **SCHWERPUNKTTHEMA RESSOURCEN**

#### LEITSATZ 3: **SCHWERPUNKTTHEMA ANSPRUCHSGRUPPEN**

#### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Der erste Schwerpunkt ist uns wichtig, weil Ressourceneffizienz und die Verringerung der Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen für uns der Schlüssel zur Nachhaltigkeit sind. Was nicht unnötig produziert werden muss, belastet auch nicht die Umwelt. Das ist Kerngedanke unseres Unternehmens, unseres Produktes und unseres Verkaufskonzeptes und soll möglichst konsequent umgesetzt werden. Gleichzeitig sichert diese Konsequenz auch den langfristigen Unternehmenserfolg.

Der zweite Schwerpunkt ist Teil unserer Unternehmenskultur und unseres praktischen und alltäglichen Handelns. Er gründet sich auf unserem christlichen Menschenbild, aufgrund dessen jeder Mensch von Gott seine Würde hat. Daher gilt unser Augenmerk besonders den Schwachen der Gesellschaft. Wir wollen der Ellenbogengesellschaft etwas entgegensetzen, indem wir denen eine Chance geben, die aufgrund eingeschränkter persönlicher Leistungsfähigkeit auf dem ersten Arbeitsmarkt nicht angenommen werden.

### **SCHWERPUNKTTHEMA RESSOURCEN**

#### ZIELSETZUNG

Unser vorrangiges Ziel ist es, weitere Produktionspartner zu suchen, mit Ihnen die Dichte der Produktionsstätten zu erhöhen und damit die Wege zu den Kunden zu verkürzen. Das spart Kraftstoff und schont die Umwelt. Zusätzlich erhöht es die Mengen an wiederverwendeter Kartonage und wiederverwendetem Papier im Versand und verringert dadurch die Mengen an zugekaufter Neuware. Dazu gehen wir gezielt auf potentielle Produktionspartner zu.

#### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Kontaktaufnahme mit WfbM in Regionen Deutschlands, die noch als „weiße Flecken“ zu definieren sind.
- Ausweitung der Geschäftstätigkeit ins benachbarte Ausland und Übersee. Konkret sind das hinsichtlich karopak-Produktionsstandorten Österreich und die Schweiz. Und hinsichtlich

# NACHHALTIGKEITSBERICHT

karopack-Produktion für den Eigenbedarf die Länder USA und Australien. In der Schweiz ist seit Januar 2022 ein Produktionsstandort in Betrieb. In Österreich wird voraussichtlich im November 2023 ein Produktionsstandort in Betrieb gehen.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Das Geschäftsmodell der karopack GmbH beruht auf dezentraler Produktion und Lieferung an die Kunden im Umkreis der Produktionsstätten. Durch diese Dezentralisierung werden weite Wege, und damit hohe Transportkosten, vermieden, entsprechende Ressourcen geschont und das Potential an vermeidbaren Abfällen deutlich erhöht. Durch die zunehmende Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und Abfallvermeidung hat unsere Tätigkeit in den vergangenen Jahren einen gewaltigen Schub erfahren. So haben wir allein innerhalb der letzten beiden Jahren unsere Umsätze mehr als verdoppelt. Entsprechend ist auch der Bedarf an zusätzlichen Produktionsstätten.

### Indikator 1: Anzahl karopack-Produktionsstätten

- Stand 01/2020: 8                      Stand 01/2021: 11                      Stand 06/2023: 13
- Zielsetzung bis 06/2024: 15

### Indikator 2: Anzahl karopack-Eigenproduktion

- Stand 01/2020: 6      Stand 06/2023: 13
- Zielsetzung 06/2024: 18

## AUSBLICK

Das Thema Ressourcen bleibt aufgrund der Bedeutung für das grundsätzliche Thema der Nachhaltigkeit von zentraler Bedeutung. Durch eine deutliche Ausweitung der karopack-Produktionsstandorte und der karopack-Eigenproduktionen können Abfallmengen an Papier und Karton wesentlich reduziert und damit Ressourcen geschont werden.

Angestrebt wird dabei in Verbindung mit karopack-Eigenproduktionen die Zusammenarbeit mit Herstellern von Kartonmaschinen, die inhouse bedarfsgerechte Versandkartons produzieren und dabei die anfallenden Stanzabfälle gleich zu Polsterkissen verarbeiten, das direkt als benötigtes Füllmaterial verwendet werden kann.

# NACHHALTIGKEITSBERICHT

## SCHWERPUNKTTHEMA ANSPRUCHSGRUPPEN

### ZIELSETZUNG

Aufgrund anfänglicher Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit einer ersten Werkstätte für behinderte Menschen (WfbM) hat sich herausgestellt, dass die karopack-Produktion sehr gut geeignet ist für WfbM und deren Beschäftigte. Die Einbindung in einen Produktionsprozess, das Arbeiten an einer Maschine und die Möglichkeit unterschiedlicher Tätigkeiten im Rahmen der karopack-Produktion hat sich als sehr fördernd und wertschätzend für die Beschäftigten erwiesen. Daher sollen beim weiteren Ausbau des Netzwerks an Produktionsstandorten bevorzugt WfbM berücksichtigt werden.

Mindestens 2/3 der karopack-Partner sollen anerkannte Werkstätten für behinderte Menschen (WfbM) sein. Von den momentan 13 karopack-Produktionsstätten werden 8 von WfbM betrieben.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Um dieses Ziel zu erreichen, werden bei der Suche nach neuen Produktionspartner gezielt WfbM gesucht und angefragt. Momentan sind wir mit 3 WfbM wegen einer möglichen Zusammenarbeit im Gespräch. Seitens der WfbM muss die Machbarkeit geprüft werden im Hinblick auf Räumlichkeiten, Logistik, Personal und allgemeiner Auftragslage.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

#### INDIKATOREN

**Indikator 1:** Anteil der WfbM an karopack-Standorten

- |                            |            |          |              |
|----------------------------|------------|----------|--------------|
| • Stand 01/2020:           | Gesamt: 8  | Wfbm: 5  | Anteil: 63 % |
| • Stand 01/2021:           | Gesamt: 11 | WfbM: 8  | Anteil: 73 % |
| • Stand 06/23              | Gesamt: 13 | WfbM: 8  | Anteil 62 %  |
| • Zielsetzung bis 06/2024: | Gesamt 15  | WfbM: 10 | Anteil: 67 % |

### AUSBLICK

An diesem Schwerpunkt wollen wir festhalten, weil uns die Schwachen der Gesellschaft am Herzen liegen und die Eignung der karopack-Produktion für WfbM bewusst nutzen, um hier zu beiderseitigem Vorteil einen Mehrwert für die Umwelt zu schaffen.

## 5. Weitere Aktivitäten

- **Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange**

### LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

Da unsere personellen und finanziellen Kapazitäten nicht ausreichen, um bei internationalen Lieferanten die Wahrung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten zu prüfen, arbeiten wir fast ausschließlich mit deutschen Lieferanten zusammen. Wir haben einige wenige ausländische Lieferanten. Diese kommen alle aus der Europäischen Union und sind uns persönlich bekannt. Die Wahrung der Menschen- und Arbeitnehmerrechte ist positiv geprüft.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- An dieser grundsätzlichen Ausrichtung, national, und wenn möglich sogar regional, einzukaufen, soll sich nichts ändern.  
Der Fachkräftemangel in Deutschland und daraus resultierende Lieferschwierigkeiten deutscher Unternehmen hat uns allerdings in Einzelfällen schon dazu gezwungen, auf europäische Lieferanten auszuweichen.

Ausblick:

- In den uns gegebenen Möglichkeiten setzen wir uns für eine Erhöhung des Mindestlohns ein. Dabei ist unser Antrieb, dass es keine Löhne geben darf, die einen stattlichen Zuschuss erfordern, weil man von dem Lohn nicht leben kann.

### LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir wollen durch einen guten und wertschätzenden Umgangston und die Einbindung der Mitarbeiter in Entscheidungsprozesse für ein gutes Arbeitsklima sorgen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Klare Verteilung von Kompetenzen und Ausweitung der Mitarbeiterkompetenzen

Ausblick:

- Erfolgsbeteiligung

# NACHHALTIGKEITSBERICHT

## LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Schwerpunktthema

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

SCHWERPUNKTTHEMA

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Die Einsparung von Energie und die Verringerung von Emissionen hängen für uns direkt mit dem Thema Ressourcen zusammen und sind daher für uns von großer Bedeutung.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Ziel ist die weitere Reduktion von Kraftstoff - und damit verbunden auch Emissionen. Geplant ist dazu die deutliche Ausweitung des Netzes an Produktionsstätten. Dazu werden bereits konkrete Gespräche mit potentiellen und grundsätzlich interessierten Partnern geführt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Erweiterung des Netzes an karopack-Produktionsstandorten seit 2020 auf 13 Standorte
- Kauf eines vollelektrischen Kfz. Lieferung soll in 11/2023 erfolgen.

Ausblick:

- Geplant sind für 2024 weitere zwei karopack-Produktionsstandorte

### LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

- Aufgrund der Einfachheit unseres Produktes ist die Qualität auch bei dezentraler Fertigung recht einfach sicherzustellen. Das Produkt hat sich seit Einführung vor 28 Jahren qualitativ nicht verändert. Und ist auch nicht zu verbessern. Einzelne Parameter (wie zum Beispiel Reißfestigkeit) ließen sich zwar verbessern, allerdings nur auf Kosten anderer Qualitätsmerkmale.

Daher ist dieser Punkt für uns von untergeordneter Bedeutung.

Im Bereich Herstellung der karopack Maschinen hat es in vielen kleinen Einzelschritten kontinuierliche Verbesserungen hinsichtlich Qualität, Montagefreundlichkeit, Bedienbarkeit und Energieeffizienz gegeben. An diesen Verbesserungen wird auch weiterhin beständig gearbeitet.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Der Unternehmenserfolg ist grundsätzlich elementar. Erfolg stellt sich ein bei Wettbewerbsfähigkeit. Die Wettbewerbsfähigkeit liegt im Produkt selbst und im dazugehörigen Kreislaufsystem. Gesteigert werden kann die Wettbewerbsfähigkeit – und damit auch der Unternehmenserfolg – mit kürzeren Transportwegen. Da in der Verpackungsbranche grundsätzlich frei Haus angeboten wird und unser Produkt großvolumig ist, kann die Wettbewerbsfähigkeit des Produkts zusätzlich noch durch kurze Anfahrtswege zum Kunden gesteigert werden. Dadurch können wir preisgünstiger anbieten und gleichzeitig die Margen erhöhen. Damit mündet auch dieser Schwerpunkt in das bereits genannte Ziel der Ausweitung der Produktionsstandorte. Dass dadurch auch Arbeitsplätze geschaffen werden, ist selbstredend.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Erweiterung des Netzes an karopack-Produktionsstandorten seit 2020 von 8 auf 13 Standorte.

Ausblick:

- Geplant sind bis Mitte 2024 zwei weitere karopack-Produktionsstandorte

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Die karopack-Polsterkissen verwenden als Hüllpapier ein Kraftpapier, das zum Verschweißen der Beutel mit einer dünnen PE-Schicht versehen ist. Das Papier bleibt selbst mit dieser PE-Beschichtung recyclingfähig und darf auch über das Altpapier entsorgt werden. Dennoch wollen wir weg von PE-beschichtetem Papier. Das Ziel ist ein Hüllpapier ohne Plastik.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Gemeinsam mit verschiedenen Papierlieferanten testen wir seit Jahren Hüllpapiere, die als Medium zum Verschweißen nicht mit PE beschichtet sind, sondern mit einem biologischen Kleber. Diese Tests waren bisher allerdings erfolglos. Das genannte Ziel bleibt nichtsdestotrotz bestehen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mittlerweile wurden zwar schon von verschiedenen Lieferanten Papiere getestet, die auch ohne PE-Beschichtung siegelfähig sein wollen, aber bisher ist keine Alternative erkennbar, die unsere jetzige Lösung komplett ersetzen kann.

Ausblick:

# NACHHALTIGKEITSBERICHT

- Wir sind nach wie vor zuversichtlich, in Zusammenarbeit mit Lieferanten eine Lösung zu finden.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Wir investieren kontinuierlich in den nachhaltigen Ausbau der Geschäftstätigkeit. Ein faires Miteinander mit den Partnern und ein beidseitig getragenes Risiko ist uns dabei sehr wichtig. Zur leichteren Gewinnung von Produktionspartnern werden diese in der Anfangsphase unterstützt.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Streckung der Zahlungsziele für die Anschaffung der Produktionsanlage auf bis zu zwei Jahre.
- Rücknahmegarantie für die Produktionsanlage zu vorher festgelegten Konditionen, sollte ein neuer Standort nicht den erhofften Kundenstamm aufbauen können.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Einer der Beiden in den vergangenen 12 Monaten hinzugekommenen Produktionspartner wurden in der oben beschriebenen Art und Weise unterstützt.

Ausblick:

- Die oben beschriebene Unterstützung der Produktionspartner soll auch auf ausländische Standorte übertragen werden. Die konkrete Ausgestaltung ist jeweils abhängig von der Situation vor Ort. Für den zu Jahresanfang 2022 eröffneten Produktionsstandort in der Schweiz wurde diese Unterstützung gewährt.

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Wir stellen uns als Unternehmen so auf, dass wir von Kunden nicht erpressbar sind. Und wir erpressen auch keine Kunden.

Wir stellen uns als Unternehmen so auf, dass wir nicht korrumpieren müssen. Und wir lassen uns auch nicht korrumpieren.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Für uns hat obiges Thema vor allem im Hinblick auf Zahlungsziele Relevanz. Wir gewähren keine Zahlungsziele, die 30 Tage netto überschreiten. Und wir erwarten von unseren Lieferanten keine Zahlungsziele, die 30 Tage netto überschreiten. Das ist für uns Ausdruck einer fairen Geschäftsbeziehung.

# NACHHALTIGKEITSBERICHT

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Dieses Ziel erreichen wir in vollem Umfang. Wir würden auch auf Kunden verzichten, sollten diese auf entsprechenden Zahlungszielen bestehen.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Ein Grundstein unserer Nachhaltigkeit ist die Regionalität der Produktion. Diese wollen wir weiter ausbauen. Und schaffen dadurch einen regionalen Mehrwert für die Region um die Produktionsstandorte herum. Produkte, die zentral eingekauft werden, sollen aus räumlicher Nähe bezogen werden.

Ausblick:

- Das soll auch weiterhin verstärkt werden. Allerdings mussten wir in der Vergangenheit aufgrund von langwierigen Lieferschwierigkeiten einige wenige deutsche Lieferanten durch europäische Lieferanten ersetzen.

### LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Der Nachhaltigkeitsgedanke soll nicht nur unser Produkt betreffen, sondern Unternehmenskultur werden. Dazu wurden für Mitarbeiter bereits E-bikes angeschafft.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Beim nächsten Autokauf sollen bevorzugt rein elektrisch angetriebene Fahrzeuge beschafft werden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Aufgrund der zeitweise hohen Tageslaufleistungen der Fahrzeuge und begrenzten Reichweite von E-Autos sind wir momentan noch mit Dieselfahrzeugen unterwegs. Allerdings ist ein E-Auto bestellt, das im November 2023 geliefert werden soll und dann ein Dieselfahrzeug ersetzen wird.

Ausblick:

- Das Ziel, zukünftig die Dieselfahrzeuge durch E-Autos zu ersetzen, ist nach wie vor relevant.

## 6. Unser WIN!-Projekt

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

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

In Kirchartd gibt es seit dem Jahr 2008 eine Pfadfinderarbeit, die von der ortsansässigen Evangelisch-Freikirchlichen Gemeinde verantwortet wird. Es kommen zurzeit etwa 40 Jungs und Mädchen im Alter von 6 bis etwa 14 Jahren. Ältere Pfadfinder ab 15 Jahren werden bereits als Juniorleiter und Teamhelfer eingesetzt und lernen, zunehmend Verantwortung zu übernehmen. Bei den Pfadfindern bin ich persönlich als Mitarbeiter tätig, konkret als Teamleiter.

Diese Arbeit ist unter anderem auch durch Ihren Bezug zur Natur und Umwelt geprägt. Dabei lernen die Kinder die Natur kennen, Baumarten, Holzarten, Pflanzenarten, die heimische Tierwelt und vieles mehr. Sehr großer Wert wird daraufgelegt, den Kindern auch den schonenden Umgang mit der Natur beizubringen. Pfadfinder lernen die Natur kennen und helfen, sie zu erhalten durch u.a. Verpackungen meiden, Recycling, Ressourcen wie Wasser und Strom sparen, Zeltplätze und die Natur sauber hinterlassen.

Die Naturverbundenheit der Pfadfinder fördert auch ein einfaches Leben. Die Kinder lernen, dass man vieles auch selbst herstellen kann und nicht alles fertig gekauft werden muss.

Der Stamm 399 Kirchartd trifft sich 14-tägig freitags. Nach den Sommerferien werden sich die Pfadfinder wöchentlich treffen. Die Kinder kommen aus allen gesellschaftlichen Schichten, sowohl aus Kirchartd selbst und aus umliegenden Ortschaften.



# NACHHALTIGKEITSBERICHT

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Diese Arbeit möchte ich fördern und unterstützen. Die Unterstützung soll wie folgt aussehen:

- Finanzielle Unterstützung in Höhe von 1.000,- €/Jahr. Das Geld soll sowohl der notwendigen Anschaffung für Material (Zelte, Jurte) als auch den regelmäßigen Stammtreffen zugutekommen.
- materielle Unterstützung in Form von Holz für temporäre Bauten wie Kochstelle, Essplatz, etc.
- persönliches Engagement durch Mitgestaltung von Teamtreffen, Camps, Hajks, Organisation von Müllsammelaktionen etc. , zeitlicher Aufwand ca. 250 Stunden jährlich.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Arbeit mit den Pfadfindern ist mittlerweile auf ca. 40 teilnehmende Kinder angewachsen. Im Rahmen des Kircharter Kinderferienprogramms bieten wir seit langen Jahren einen ganztägigen Pfadfinderschnupperkurs für Kinder von 7 – 10 Jahren an . Für das Jahr 2023 haben sich 32 Kinder dazu angemeldet. Wir gehen davon aus, dass etwa die Hälfte der Kinder anschließend regelmässig zu den Pfadfindertreffen kommen und die Arbeit dadurch signifikant wächst. Herausforderung bleibt immer die Gewinnung von weiteren benötigten Mitarbeitern.

## AUSBLICK

Das beschriebene WIN-Projekt soll auf absehbare Zeit fortgesetzt werden.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner**

Volker Kreiter

### **Impressum**

Herausgegeben am 22.06.2023 von

Karopack GmbH  
Hauptstr. 53

D – 74912 Kirchardt

Telefon: 07266/3731

E-Mail: [info@karopack.de](mailto:info@karopack.de)

Internet: [www.karopack.de](http://www.karopack.de)

