



Unser gemeinsames Boot brennt! Wir müssen jetzt handeln!

WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2021

RICHARD HENKEL GMBH



Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort.....	1
2. Über uns	2
3. Die WIN-Charta	3
4. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	4
5. Unsere Schwerpunktthemen	5
Leitsatz 2 -Mitarbeiterwohlbefinden	6
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken	8
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	10
Umweltbelange	11
Energie und Emissionen.....	15
Produktverantwortung	16
Ökonomischer Mehrwert	17
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruptiont	17
Regionaler Mehrwert	17
6. Unser WIN!-Projekt.....	18
7. Kontaktinformationen	19
Ansprechpartner.....	19
Impressum	19

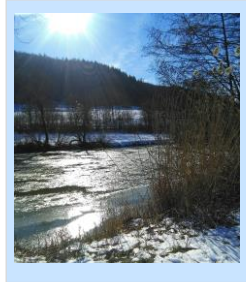
1. Vorwort

Liebe Leserinnen und liebe Leser,



zuerst möchten wir uns beim gesamten WIN-Charta Team entschuldigen. Wir haben mit 2020/2021 zwei nicht zu beschreibende Jahre hinter uns. Wie wohl vielen, hat uns die Coronapandemie mit allen notwendigen Maßnahmen und eine mehr als guter Auslastung, mit einem gleichzeitig extremen Fachpersonalmangel und vielen Zusatzaufgaben einfach Grenzen gesetzt. Der jährliche WIN Bericht war nicht machbar. Wir werden uns sehr bemühen, dass dies eine absolute Ausnahme ist.

Im Unternehmen ist diesen 2 Jahren vor allem bewusst geworden, wie wichtig Lieferanten- und Ressourcennähe ist. Nicht nur in Bezug auf CO₂ – Reduzierung von CO₂ ist selbstverständlich für uns. Hinzu kommt die Nicht- mehr- Planbarkeit z.B. von China. Bekommt man Materialien oder Produkte noch zeitnah oder droht Produktionsstillstand - die Lieferfähigkeit war in Gefahr. Man lenkt den Blick auf sein Umfeld: ein gutes faires Netzwerk, regionale, lokale Nähe. Haben wir geschafft. Ebenso ganz wichtig: Arbeitnehmer werden prüfbar fair bezahlt und arbeiten unter fairen Bedingungen. Inhaltstoffe sind gesichert, belegt und Umweltkonform in jeder Hinsicht! All made in Deutschland, „ a bissle“ made in EU. Es entstand viel Dialog und aktiver Austausch, mit Universitäten, Firmen und mit einer sehr pro Umwelt agierenden Presse. Die Zeit des Lockdowns hat uns und vielen Menschen dazu gezeigt, wie wichtig der tägliche Spaziergang an der frischen Luft und in der Natur ist, man diese mit anderen Augen wahr nimmt – gleich um die Ecke: ein Platz der Erholung, der Ablenkung, der Freude – wichtig! Es steht die Möglichkeit, etwas zu erleben, sich diesem wichtigen Element bewusst zu werden. Dazu: viele Ideen „gedeihen“, bekommen „Oberwasser“. Und in den 2 Jahren: Umsetzung.



Durch den Stillstand auch der Menschen hatten Tiere und Natur Zeit, sich von uns zu erholen. So sind beispielsweise Delfine in den Kanälen von Venedig geschwommen! Die positive Wirkung auf die Umwelt zeigt sich auch durch die CO₂-Einsparung. Allerdings hielt dies nur kurze Zeit! Wichtig: wir sehen deutlich: ohne unseren ständigen Eingriff in die Natur, in den Lebensraum der Tiere, fühlen diese sich wohler, die Natur kann sich erholen. Auch wenn manche Giraffe im Zoo, die Besucher vermisst hat...Wir m ü s s e n **jetzt handeln!**



Wir Menschen weltweit. Präventiv, Mengen-effizient, kostensparend und umweltkonform! Durch die Corona Pandemie entstand nur kurzzeitig Positives: die **weltweite CO₂-Emission sank 2020 um 7% - Bericht der** Wissenschaftler um Corinne Le Quére von der University of East Anglia berichten.¹ Dies ließ sich nicht lange halten! **Die heutigen Werte 2021 sind wieder gestiegen und teils dramatisch.** Wir müssen hocheffizient sein, mit vollem Blick auf CO₂. Wir haben keine Zeit mehr dies zu „umgehen“! **Wir haben nur e i n e Erde und diese ruft nach Hilfe** auch für uns! **JETZT!!!!**

Mach was – Mensch!



¹ Zdf Heute 06.03.2021 Studie – Corona-Pandemie hält Klimawandel nicht auf

2. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Richard Henkel GmbH ist ein kleines mittelständisches Unternehmen mit 40 Mitarbeitern. Es wird heute in 3. Generation geleitet und wird 2022 seinen 100. Geburtstag feiern.

Seit Gründungsbeginn ist **umweltkonformes Tun**, Einsatz von natürlichen Stoffen und geringe Auswirkungen auf das Umfeld Grundlage: das Firmenlogo 1922 zeigt klar: neu, gebraucht, repariert! Lebensbildung bis heute! Das bleibt so. Seit 1947 stellen wir hochwertige Metallmöbel für Garten- Kur- und Erholungsbereiche her. Als einziges Unternehmen in Europa bieten wir seit Jahrzehnten die lebenslange Produktbegleitung – Ersatzteile und redesign - an. **Opa Richard hatte den Inhalt von sogenanntem Ökodesign bereits im Herzen und im TUN! Respekt!** Unsere Kunden werfen alte oder kaputte Produkte nicht weg – wir überarbeiten sie, sichern damit die Produkt-Lebenszeit und sparen gemeinsam Ressourcen. Redesign! Dieses Facelift gilt nicht nur für unsere eigenen Produkte, sondern auch für Produkte fremder Hersteller. Geliebte „alte Schätzchen“, teils wertige „Designerstücke“ werden so feinst überarbeitet. Ergebnis: Ressourceneinsparung, positives Handeln für die Umwelt und ein glücklicher Kunde - kann es noch besser werden? Die Hersteller selbst weltweit bieten keine Ersatzteil oder repair als Dienstleistung an. Man möchte Neues verkaufen. Das ist „old school“ und nicht pro unserer Erde gerechnet, sondern pro Umsatz und danach ausgerichteter Tantieme. No go!

Im 2. Geschäftsbereich wird seit 1973 für Eigen- und Fremdprodukte die Dienstleistung Oberflächentechnik angeboten. Das heißt: mechanische Teilebearbeitung mit speziellen Strahlsystemen und Pulverlackierung. Kunden z.B. aus dem Bereich Luftfahrt, Klimatechnik oder Automotive mit weltweit eingesetzten Produkten. Bei uns gilt die strikte Vorgabe der geschlossene Kreisläufe, von geringst möglichem Ressourcen- und Energieverbrauch. CO2 Neutralität als unser „basic Ziel“. Diese real gelebte Unternehmensphilosophie ist unumstößlich! Für uns zählt das reale Tun für die Zukunft und die Umwelt. Und so erlauben wir uns doch auch mal zu einer Kundenvorgabe nein zu sagen, wenn diese nicht dieser Grundlage entspricht. Gerade auch die gelebte, kontrollierte Lieferkette ist hier ein gutes Werkzeug.

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 wichtigsten wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

1922:

heute:



3. 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>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

4. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 11.11.2014

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

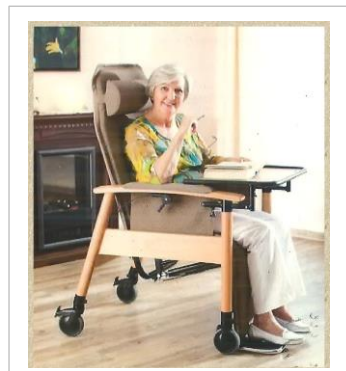
ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Projekt Fußballjugend und Senioren

Unsere neue Fußball- Jugendgruppe brauchte sichtbar gemeinsames. So gab es neue neue schicke Shirts für die Neugruppe. Gerade in dieser Zeit so wichtig zusammen sein! Und so sollte es auch Senioren gehen: beweglich werden um wieder draußen am Leben teil zu nehmen. So haben wir Pflegestützpunkt Hohenlohe und dem Diakonieverbund Erlacher Höhe mehrere unserer speziellen Stühle für diesen Bereich gespendet. Geh raus und nehme am Leben wieder teil!



CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | <input type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige
Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input checked="" type="checkbox"/> Integration | |
-

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: Sportverein : 999€ an 3 Pflegeheime 11.170€

Projektpartner: Kai Henkel

5. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."
- 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."

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Mitarbeiter brauchen heute bei den Anforderungen unserer Zeit mehr denn je jedwede Unterstützung. Roboter werden diese Menschen niemals ersetzen, deren Auge, deren Aufmerksamkeit auch über den Tellerrand hinaus, ist wichtiger denn je. Gesundheit, Wohlfühlen, Bildung und Zeit für den Menschen, die Familie bleibt daher vor allem im Corona-Jahr unser Schwerpunkt.

Gerade auch weil unsere Mitarbeiter ein wichtiger Baustein sind, das Umdenken vorzuleben, selbst zu verstehen, anzupassen und weiter zu geben. Offen und überzeugt. Umdenken fördern und Anreize setzen, bleibt auch der Schwerpunkt gegenüber unseren Lieferanten, unseren Kunden und allen Menschen zu denen wir in Verbindung stehen. Gemeinsamkeit schafft Stärke und man bewegt schneller und besser die heute so wichtigen Elemente der Nachhaltigkeit. Und man schafft so sofort eine Vervielfältigung!

Leitsatz 2 -Mitarbeiterwohlbefinden

ZIELSETZUNG

Unabhängig in welchem Bereich, durch Corona hat sich 2020 einiges geändert. Unser Projekt „fit with Sole“, das erholsame Schwimmen nach der Arbeit, konnte in diesen Jahren wegen Corona leider nicht mehr fortgeführt werden. Da sich das Leben durch das Virus für viele Menschen negativ verändert hat, wollten wir unseren Mitarbeitern jetzt erst recht die nötige Sicherheit, Gesundheit und Schutz bieten. Wir haben dazu Masken, Handschuhe und Desinfektionsmittel an jeden Mitarbeiter verteilt und so sichergestellt, dass alle geschützt und mit hohen Hygienemaßnahmen arbeiten können. Und dies zuhause tun. In der Beschichtung wurde ab Mitte 2020 zum Test und einem Kundenbeispiel folgend auf eine 4-Tage-Woche umgestellt. So wurde der einzelne Arbeitstag zwar etwas länger, der Freitag aber konnte so intensiv zuhause für die Familie genutzt werden. Und die Kunden wurden natürlich gleichermaßen zufrieden gestellt. Unsere Mitarbeiter nutzten diese längere Familienzeit sehr. Leider mussten wir dieses Konzept wegen doch zuviel Auftragsumfang im Mai 2021 wieder umstellen auf 5 Tage.

Trotz intensivem und ständigem Einsatz, konnten wir leider nicht verhindern, dass die Volksbank Ernsbach, die so in unmittelbarer Nähe unserer Mitarbeiter und der hier lebenden Menschen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

gewesen ist, schließt und nun alle Mitarbeiter weite Wege - CO2 verursachend - fahren müssen, um ihre Finanzen zu regeln. Gerade die älteren Menschen in Ernsbach müssen dazu erst mit dem Bus in den Nachbarort- k e i n „Volks-oder genossenschaftliches, oder Umweltkonformes Tun“.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Verteilung von ausreichend Masken, Handschuhen und Desinfektionssprays zum nötigen Schutz der Mitarbeiter, auch für zuhause und intensive Gesundheitsaufklärung zum Thema Corona und aktive Unterstützung.
- Umstellung auf eine 4-Tage-Woche für ca. 10 Monate – längere Tage aber längeres Wochenende für die Familie gerade in so einer neuen nicht einfachen Zeit.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die hygienischen Maßnahmen wurden dankend von den Mitarbeitern angenommen und werden nach wie vor jeden Tag genutzt, egal ob im Umgang mit Kunden, Lieferanten oder anderen Mitarbeitern, oder zuhause. So konnten Corona- und Quarantäneausfälle oder sogar eine Schließung erfolgreich verhindert werden.

Die 4-Tage-Woche ermöglichte unseren Mitarbeitern mehr Zeit für sich selber und vor allem für ihre Familie. Gerade in dieser schwierigen Zeit war es uns wichtig, dass sie die kleinen Dinge wertschätzen können, auch wenn dies nur bis Mitte 2021 erfolgen konnte.

INDIKATOREN

- Dieser Bereich ist nicht wirklich zu bewerten. Realiter konnten wir trotz zunächst unbekanntem Corona Thema, aber die Krankzeiten und eventuell schweren Nachwirkungen bei unseren Mitarbeitern so vermeiden.

AUSBLICK

- An diesem Schwerpunktthema werden wir, wie auch schon länger, weiterhin festhalten, da unsere Mitarbeiter für uns an erster Stelle stehen! Geplant ist hier, sobald es wieder möglich ist, das Projekt „fit with sole“ wieder aufzunehmen. Beim Thema Bildung wollen wir zu wichtigen Themen die „Lehrer ins Haus zu holen“, damit so viele Mitarbeiter wie möglich einbezogen werden können. Erste Themen – wie den Produktionsbereich selbst „klimakonformer“ gestalten – dh. die Mitarbeiter selbst prüfen was stört – wir änderbar- wurden bereits kräftig intern im Kollegenteam diskutiert und erste sehr Ansätze stehen – Umdenken! Neudenken!

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Der offene Dialog zum Thema Nachhaltigkeit besteht weiterhin und ist bei uns Grundsatz. Dass wir mit unserem „Heldentüte“ und darin verpackten Ersatzteilen, sowie mit unserem Reinigungsset die Kunden überraschen, ist geblieben. Sie melden sich begeistert und aktiv zurück und der sichtbar mögliche Verzicht von Plastiktüten steckt an.

Für uns ist die Motivation des Umdenkens sehr wichtig. Unser Ziel ist es, anderen Menschen und Kunden bewusst zu machen, dass man alte oder kaputte Produkte nicht wegwerfen muss, sondern die Möglichkeit zur Reparatur und Erneuerung besteht. Genau das bieten wir an! Durch Redesign sichert man sich die zig-fache Produkt-Lebenszeit mit gleichzeitiger Ressourcenschonung. Unsere Bereitschaft zur Überarbeitung gilt nicht nur für unsere eigenen, sondern auch für Fremdprodukte. Geliebte „alte Schätzchen“, teils wertige „Designerstücke“ werden so feinst überarbeitet. Ein gutes Beispiel und somit unsere Umwelthelden ist ein Bad in Stuttgart, das über 70 Jahre alte Möbel von uns überarbeiten ließ – 70 Jahre lang Stahl gespart!

Umwelt
Helden



Motivation und Anreize kann man über verschiedene Wege vermitteln. Der Weg über die Presse, zum Beispiel Magazine oder über das Fernsehen, eignet sich besonders gut. Durch einen Beitrag im ZDF „Plan B: Wirtschaft, die gut tut“ hat der Anreiz zum Umdenken eine riesen Reaktion hervorgerufen. Über 1000 Menschen – so die Emails und Anrufe - waren am Redesign interessiert und somit an der Idee, Gutes für die Umwelt zu tun. Der Anreiz zum Umdenken hat also funktioniert. Die konkreten Ressourceneinsparungen daraus werden beim *Leitsatz 04: Ressourcen* geschildert.

2020 gab es zum Thema Umwelt und Nachhaltigkeit weitere Projekte, die wir in Angriff genommen haben. So wurden die Lieferscheinumschläge von Folie und Plastik auf Papier umgestellt. Eine einfache und für Kunden sichtbare positive Veränderung pro Umwelt!

Außerdem wurden Plastikfolien soweit als machbar verboten, durch Papier ersetzt und bei Dauerprodukten durch Rundlaufpackages.



Papier statt
Plastik.
Zusammen für die
Umwelt.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Überlegung und Tat, wie man Plastik im Firmenalltag ersetzen kann: Folien und Lieferscheinplaketten aus Plastik ersetzen wir durch Papier. Das neue Material hat für die Qualität und Wirkung keinerlei negative Folgen, sondern wird gerne angenommen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Motivation zum Umdenken durch Presse- und Medienbeiträge übermitteln und die Menschen so zum Umdenken anregen – hier mit einem enormem positiven Rücklauf.
- Erfreulich ist, dass der enge und persönliche Kontakt mit den Kunden weiterhin im Vordergrund steht. Auch 2020 und 2021 besuchten uns trotz Corona mit aller Vorsicht viele und wollten „erleben“ – dieses Jahr mit Maske und Sicherheitsabstand. Wir bekommen auch viele positive Rückmeldungen durch den offenen Dialog mit unseren Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Das Thema Redesign soll auch 2021, 2022 ff weiter behandelt werden und noch mehr Ansehen bekommen. Durch weitere Beiträge und Artikel in Fachmagazinen zum Thema Nachhaltigkeit und Redesign können mehr Menschen auf die Idee hingewiesen werden kein Teil mehr der Wegwerfgesellschaft zu bleiben, sondern etwas zu ändern. Somit sparen wir an Ressourcen und Material, bei konstantem Umsatz und Reduzierung der laufenden Ausgaben!

Die Veränderung pro Umwelt und Nachhaltigkeit wollen wir natürlich fortführen, auch in anderen Bereichen. Weiterer Materialaustausch ist hier schon in Überlegung. Wir hoffen auch, dass sich andere Unternehmen daran ein Beispiel nehmen und beim Versuch, Plastik zu ersetzen, mitmachen.

Der Aspekt, **gemeinsam** nach Alternativen zu suchen, schafft Gemeinschaft. Vor allem der **offene Dialog** zeigt Chancen und Bausteine auf, um umweltkonform zu agieren. Durch die strikte Einforderung von Auskünften aller, ob Lieferant oder Kunde, *zu allen* Elementen wie Inhaltsstoffen, Ursprungsländern oder realen Arbeitsbedingungen, wird Erfolg sichtbar. Es bleibt:

„Zeige - Lerne - Tu es“:



Wir und der öffentliche Dialog:

Auch wenn Corona vieles einschränkte, so konnten wir weiter den Dialog nach draußen pflegen – diesmal an „online“ ein Danke – aber auch nur diesmal!

2020-04-04 2020 Sendung ZDF Plan b

„Wirtschaft die gut tut“ Bericht über Richard Henkel GmbH: Wirtschaft mit Zukunft – Langsames Wachstum, mehr Zufriedenheit.

2020-08-27 www.stb-web.de Portal der Steuerberater online Interview Richard Henkel GmbH Frau Henkel:

»Allen Respekt vor den Fridays for Future – aber jetzt müssen die Alten ran« und nachhaltiges Wirtschaften umsetzen!

2021-04-21 Berliner Energietagen Online Vortrag/Dialog Richard Henkel GmbH Frau Henkel „Blitzlichter feinsten Energieeffizienz-Lösungen“

2021-09: Presse: Zeitschrift Impulse : zur Richard Henkel GmbH:

Artikel HENKEL_Postwachstum Bericht wie es gut geht ohne Wachsen und pro unserer Erde (erst. Hr Prizibilla)



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Zahlen sind hier nicht möglich. Aber die reaktionen waren bei allen Veranstaltungen enorm. Allein nach der Sendung des ZDF kamen über 1000 sehr positive Reaktionen und starkes Interesse am Austausch zu unseren Maßnahmen. Und diese wurden dann auch real umgesetzt. Es kamen auf alle 4 Veranstaltungen auch viele Besucher zu uns, denen wir soweit in Coronazeit möglich auch unsere konkreten Maßnahmen zeigten.

AUSBLICK

Wir werden an diesem Austausch mit der Öffentlichkeit fest halten. Gutes Tun nach außen tragen und selbst durch den Dialog - ob mit Firmenkollegen oder private Menschen – unser Wissen erweitern, unser Lernen pro Zukunft und gutem Tun nie ein Ende setzen! Gemeinsam können und müssen wir alles bewegen was nur möglich ist – pro unserer wunderbaren Erde.

• Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

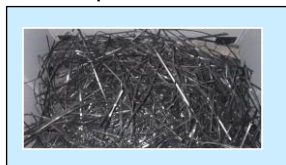
Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben 2020/2021 ganz in Vordergrund die Prüfung unserer Lieferkette gestellt und das Ziel Arbeitsbedingungen, faires Lohnsystem und die realen Inhaltsstoffe aller bezogenen Materialien und Produkte zu prüfen – auch das beeinflusst das Umfeld dieser Menschen. Und am Material-Lebensende das Umfeld unserer hier lebenden Menschen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Alle Materialien wurden geprüft und wir haben auch viel gelernt. Viel neues wurde so auch „entdeckt“ und trug zur Verbesserung auch bei uns bei. Und brachte Ideen für laufende Großkunden: kleines Beispiel: viel Rohware kam zu uns mit Kabelbindern – Einmalnutzung.

Sehr viel Müll
Geht einfach!
und bei der
eine komplette
Jahr umgelegt!!



mit dem Kunden umgestellt auf wieder einsetzbare!
Dies auch für das Kollegenumfeld - bei Herstellung
Nutzung – die Schnittkanten sind weg! Jeden 2. Tag
Gitterbox im Rundlauf- eine große Menge auf das
Kleine Maßnahme- großer Wirkung.

Ausblick:

- Da wir hier nun doch sehr erfolgreich sein konnten mit unserer Lieferkettenprüfung, haben wir unser gesamtes Beschaffungssystem danach ausgerichtet. Wir erkennen heute sehr schnell, wo eine „Knick“ sitzen könnte und stellen diesen ab. Nahezu alles konnte auf made in Deutschland oder maximal der EU umgestellt werden und trägt damit auch sehr heftig zur Reduzierung von Transporten und so CO2 bei. Geht eigentlich ganz einfach! Und diesen Weg werden wir beibehalten.

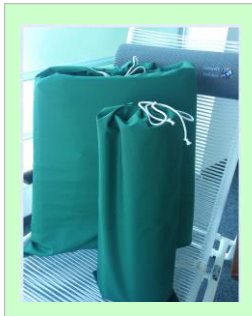
UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

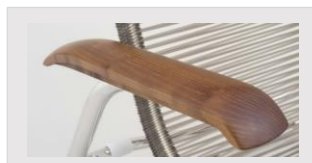
Maßnahmen und Aktivitäten:

- **Abfall:** unser **Projekt „pack for future“** hat viel bewirkt. Plastik wurde im Möbelbereich komplett verboten – hier stehen **Stoffsäcke made in germany:**

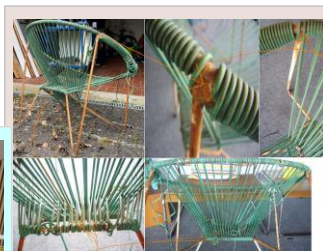
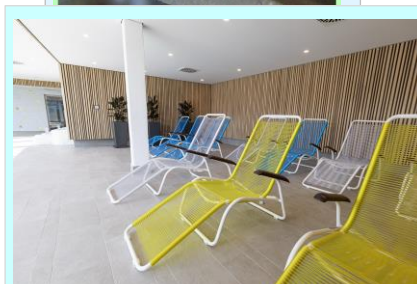
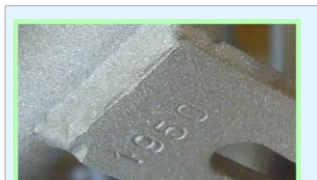


Unsere Kunden können so Decken und Kissen auch im Winter wieder geschützt aufbewahren. Wir erfahren Begeisterung!

- **Abfall und Verbrauchsmenge Papier:** Unsere Vorgabe des beidseitigen Drucks bei notwendiger Papierdoku hat sich perfekt umgesetzt. Sichthüllen, Pakethüllen, Verpackungsbänder wurden alle von Plastik auf Papier umgestellt. Menge reduziert und vor allem Plastik komplett ersetzt. Und alles: **made in germany** !
- **Material:** unser spezielles leichtes Stahlmaterial muss für weitere Anwendungen noch etwas warten, die Coronazeiten setzten hier Grenzen. Anders das Thema Holz. Hier konnten wir 100% unsere Materialien auf langlebiges und haltbares Holz der Robine **made in germany** umstellen. Dieser Baum hat sich auch in Deutschland als schönes, dauerhaft nutzbares Material etabliert.



- Unser **Service Redesign** für unserer Möbel und für Fremdprodukte - Thema Reduzierung von Ressourcenverbrauch war in diesen 2 Jahren ein sehr genutzter Service. Viele wunderbare und hochwertige Teile konnten wieder gerettet werden. Langjährige Kunden unserer Liegen kamen zum überarbeiten. **Stuttgarter Bäder ein Riesenvorbild:** viele Möbel made 1950 redesigned, bereit für weitere Jahrzehnte - **70 Jahre lang die Ressource Stahl gespart.** Vorbildlich! Und es wurden **viele alte designstücke gerettet:**



Acapulco original DDR 1961

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- **Wasser:** in Verbindung mit unserer neuen Öl ablösenden Pelletheizung, können wir alle Ölbehälter schließen. Diese werden danach komplett gereinigt und durch Anschluß an die nahe liegenden Dachrinnen für Regenwasser genutzt: Rücklage für den Sommer für unseren Garten und worst case als Löschwasser. Und – das ist auch noch zu prüfen – Einsatz in den Toilettenspülungen. Ziel basic: einsparen von Wasserverbrauch. Die Pläne sind fertig, doch Corona ließ den Heizungslieferanten erst für Ende 2021 eine Umsetzung zusagen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Insgesamt konnten unsere Abfälle in der Menge zwar nicht sehr reduziert werden, aber die Menge verwertbarer Abfälle haben erheblich die Abfälle zur Beseitigung abgelöst. Hier zeigt sich auch die Coronazeit als Bremse und wird nach Ende dieses Drama mit viel Positivem wieder fortfahren, da wir unseren geplanten Maßnahmen endlich Realität geben können.
- Positiv ist festzustellen, dass die 2019 erfahrenen Negativpunkte wie nicht umwelt konformes Verpackungsmaterial im Kundenbereich oder verrostete Wertstoffbehälter in 2020/2021 nicht mehr vorkamen.

Ausblick:

- Hier bleibt unser Ziel auf ein baldiges Ende der Coronazeit und die Möglichkeit der Umsetzung der verbesserten Heizung: statt Öl Pellet, die Regenwassergewinnung und Nutzung, für reinen Eigenbedarf eine kleine Photovoltaikanlage. Wir bleiben strikt mit Kunden und Lieferanten in Verbindung die umgesetzten Rundlaufverpackungen beizubehalten – bisher sehr erfolgreich. Auch unser Kontakt zu den Schulen für unser graffiti Projekt : zeige notwendiges Umweltkonformes Tun bleibt bestehen. Sicher freuen sich die Kinder darauf hier nach Corona wieder kreativ durch die Gegend „zu malen“. Wir sind bereit!

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Unser Plan war Strom und Prozesswärme zu reduzieren..

Ölheizung durch eine Pelletheizung ersetzen – die Wärme im Bereich Verwaltung und Metallverarbeitung.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Ausschreibung und Auftragsvergabe – wieder ein Produkt made in germany – ist erfolgt. Gestartet werden konnte jedoch realiter erst gegen Ende 2021. Corona und Mitarbeitermangel setzten hier die Blockade. Wir werden damit erst 2022 berichten können. Weitere Massnahmen waren 2020/2021 nicht in Planung.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Qualitative Dokumentation

In der Oberfläche wurden verschiedene Versuche mit sogenannten Niedertemperaturpulver umgesetzt - Ziel Reduzierung der Prozesswärme. Mit Blick auf unsere bestehenden, sehr hohen Qualitätsanforderungen mussten wir leider feststellen, dass die aktuell verfügbaren Produkte am Markt zwar viel Werbung machen. Unsere Vorgaben können aber nicht eingehalten werden. Daher bleibt es aktuell bei den, wenn auch mehr Energie fordernden Verfahren. Die aber 100% die Qualität halten, die wir benötigen und fordern. Und ganz nebenbei, zu nahezu 90% made in germany und so mit Blick auf die Lieferkette und CO2 des Transportweges mit positivem bypack.

Bei Strom waren diese beiden Jahre schwierig zu bewerten , denn Corona förderte einmal den Bereich redesign und so wenige Neuproduktion und geringere Energie und auch im Wärmeprozess der Oberflächentechnik ist dies nicht wirklich bewertbar. Wir bewerten keine umgestezte Maßnahme, sondern einen nicht planbaren Markteinfluss durch eine weltweite „Gesundheitskrise“. Auch das Thema Risikomangement gerät hier an seine Grenzen.

Dennoch zeigte gerade der Punkt redesign positive, wenn auch kleine Wirkung auf unser Ziel der CO2-Neutralität. 2020 waren wir bei 292 CO2 T/anno, 2021 nochmal bei 328 CO2 T/anno da hier auch ein Resteinfluß der alten Ölheizung steht der Ende 2021 beendet wird.

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Energieverbrauch Strom

- Jahr 2017: 231.452 kWh (hohe Kosten Trocknungen nach Wasserschäden Unwetter August 2017 und „Verbrauchs- Teilnahme“ an den Straßen/Kanalüberarbeitung der Gemeinde – man „plugt“ einfach in“)
- Jahr 2018: 221.029 kWh

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Jahr 2019: 213.098 kWh (Reduzierung: Ablöse Stanze ohne Druckluft- trotz höherem Umsatz)
- Jahr 2020: 170.040 kWh (Reduzierung:) auch bei Strom zeigt der Anstieg im Möbelbereich redesign den Entfall der Metallproduktion und so Energiereduzierung.
- Jahr 2021: 193.180 kWh grundsätzlich Reduzierung zu den Vorjahren 2019, hier nun wieder Anstieg von Neuprodukten Möbel und in der Oberfläche mehr schwere Teile.

Indikator 2: Flüssiggas Prozesswärme

- Jahr 2017: 1.038.720 kWh (die Menge an massigen Produkten nimmt stark zu)
- Jahr 2018: 1.013.984 kWh
- Jahr 2019: 1.015.718 kWh trotz erhöhtem Umsatz gerade auch schwerer Teile konnte die Zunahme moderat gehalten werden mit ca. 0,18%.
- Jahr 2020 : 821.239 kWh Die Zunahme des Themas redesign im Möbelbereich zeigt Wirkung: hier muss nicht immer auch die Oberfläche überarbeitet werden. Mehr Umsatz an Möbel heißt also nicht mehr Energieverbrauch- redesign reduziert dies!
- Jahr 2021: 1.018.478 kWh (schwergewichtige Teile im Oberflächenbereich, Vollmaterial nehmen stark zu - dies entgegen dem Wissen, dass es a. Leichtmaterial gibt und b. die Folgekosten wie Transport weltweit hier ebenfalls Kostensteigernd sind da Gewichtsbezogen. Das Bewußtsein mit neuen Materialien zu arbeiten, fehlt am Markt noch sehr.

AUSBLICK

Unser Schwerpunktthema Energie bleibt weiter wichtig. Es bleibt das Ziel hier Basics wie Ersatz der Ölheizung, oder geplante Abwärmenutzung imv Raumklima umzusetzen. Und der Punkt Eigenstromproduktion und evtl etwas Solar für den Warmwasserbereich. Plan , Partner und Projekte stehen bereit. CO2 Neutralität dann geschafft.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hier haben wir 2020 begonnen die Lieferkette alle Materialien strikt zu prüfen. Alternativen zu suchen um Liefernähe zu bekommen. Zuverlässigkeit, Inhaltsstoffe der Ware sind das eine, wichtig ist uns damit Transportwege und so CO2 zu reduzieren. Wir können so dem Kundenguten Gewissens sagen: made hier in Deutschland oder EU und wir wissen und kennen wie es gefertigt wird, dass die dort arbeitenden Menschen fair behandelt werden und auch diese Lieferanten mit uns pro Umwelt agieren.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Viele Lieferanten konnten umfassend bis Ende 2021 geprüft werden. Leider gab es vor allem wegen unserer Reklamation der Sicherheitsdatenblätter und der dort gezeigten Inhaltsstoffe Änderungswünsche. Ebenso Materialien für die heute noch Tierversuche umgestetzt werden. Für uns ein No go! So werden wir erst 2022 alle auf dem Level haben das wir vorgeben. Und vor allem, dass wir dies überprüft haben.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ausblick:

- Unser Tun pro Umwelt, Klimaschutz und fairem Verhalten bleibt Grundlage ohne Ausnahme. Auch wir haben mittlerweile viel Erfahrung um „Schummelei“ aufzudecken und dies auch mit unseren Netzwerken auszutauschen. Damit erreichen wir Änderung und werden diesen Weg so weiter gehen. Mit vielen Kollegen zusammen! In der Menge liegt die Kraft!

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- 2020/2021 hat Corona dem aktiven Austausch Grenzen gesetzt. Der Bericht im ZDF zu uns hat vieles in Bewegung gesetzt. Kunden haben dies sehr wahr genommen und wir erhielten viele Nachfragen dazu und auch eine klare Kundenentscheidung für uns und unsere Produkte.
- Unser Gesamtbetrieblicher Erfolg ist und bleibt damit weiter sehr gut.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Ausrichtung auf Ökologie und Ökonomie hat auch bei den Mitarbeitern hohes Interesse geweckt und viele arbeiten aktiv daran mit. Unsere Arbeitsplätze sind stabil und wir haben auch als Arbeitgeber gerne und vor Herzen alle mit Ihren Familien in der harten Coroanzeit alles getan um sie zu unterstützen.

Ausblick:

- Diese Strategie bleibt ohne Ausnahme –es wächst ein „Familien“ artiger Zusammenhalt. Mit den meisten unserer Geschäftskunden ist es auch möglich und TUN gemeinsam Ökologie und Ökonomie anzugehen und für deren Produkte umzusetzen.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Es bleibt unser Ziel , viele Metallprodukt durch ein dünneres, hochfestes Material abzulösen. Unser Lieferant ist bekannt, leider nur 2020/2021 auch Coroan bedingt nicht Lieferfähig ausser Muster für Tests. Parallel haben wir unserem Ziel Metalle generell made in Deutschland oder max der EU zu beschaffen neue Lieferantenkontakt beigestellt. Gerade hier steht das Thema CO2 und unser Ziel der Reduzierung im Vordergrund. Erste Tests 2021 haben sehr gute Möglichkeiten aufgezeigt.2022 steht als Umsetzung vor der Türe.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Leider war durch Corona keines der Projekte über Tests hinaus, also für Serie umsetzbar .

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ausblick:

Wir haben alle Tests für Gewichtsreduzierung und Materialeignung nahezu abgeschlossen und werden dieses Projekt das nicht nur Energieverbrauch reduziert, sondern auch die Last der Mitarbeiter baldmöglichst umsetzen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- An unserer Anlagen- und Finanzierungspolitik 100% fair play hat sich nichts verändert. Unsere Partner im Bankenbereich stehen aktuell zuverlässig zur Seite, wobei wir finanziell sehr gut da stehen und so auch kaum Hilfe benötigen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Momentan keine Veränderung geplant.

Ausblick:

- Keine Veränderung

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

- Für unser Unternehmen bleibt dies nach wie vor wichtig, dies offen und deutlich zu kommunizieren: bei uns ein No-go! Und wir greifen hier bei anderem TUN auch strengst ein!

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der offene Umgang mit dem Thema ist nach wie vor notwendig. Unsere Mitarbeiter ziehen strikt mit uns an einem Strang! Leider gab es auch 2020 und 2021 wieder Versuche an unser know how zu kommen. Man ist manchmal wirklich fassungslos . Aber unser Team steht 190% zu uns, so konnte dies wieder gestoppt werden. Fairplay, Compliance steht überall drauf, scheint aber nicht überall wirklich vorhanden zu sein. Aber bei uns und unserem Team gesichert!

Ausblick:

- Das bleibt Grundsatz ohne Ausnahme: den fairen offenen Umgang stärken wir im Unternehmen aktivst und zeigen, wie stolz wir auf die Solidarität der Mitarbeiter sind! Niemand soll es gelingen, hier einzudringen!

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unser Sportverein bleibt uns wichtig für Unterstützung und Förderung. Auch hier war leider Corona nun Bremse für vieles.. Wir hoffen sehr dies nun wieder evtl zusammen mit den Schulen aufnehmen zu können und unserer Wertschätzung unserer Erde endlich Bild zu geben. „Male an unsere Wand, was wir schützen und erhalten wollen!“
- Der Mehrwert für die Region durch unsere Möbelkunden stieg erheblich. Gerade in der Coronalage nutzten viele ein besuch bei uns, da man dies wunderbar verbinden konnte mit kleinen Wanderungen in der herrlichen Natur um uns herum. Und das „ gute vespere im Freien“ gab es auch trotz Corona.
- Die Aufnahme der Seniorenheime in unseren Kontaktbereich den wir 2021 aufgenommen haben hat viel Spaß gemacht . Wir werden prüfen was wir hier weiter evtl gemeinsam tun können.

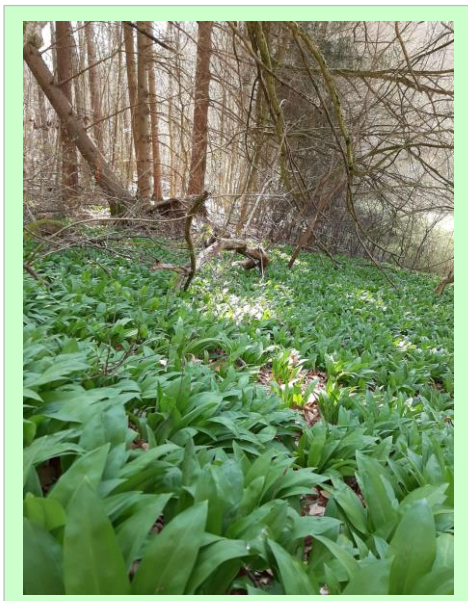
Ergebnisse und Entwicklungen:

- Uns fehlte in dieser Sperrzeit unser Kontakt mit unseren Schülern und Sportlern sehr. Aber aufgehoben ist nicht aufgehoben und wir freuen uns auf das nächset Jahr!

Ausblick:

- Der offene, aktive Umgang mit unserer Region, Vereinen und Schulen und auch der Universität in Heilbronn zb. begeistert uns. Alle stehen bereit für Neues, wenn man endlich wieder darf- 2022 wir zählen auf Dich!

Unsere Region einfach wunderschön



Im Frühjahr
frischer
Bärlauch und
wunderbare
Blumengrüße
in den
Weinbergen!



6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Corona hat leider die persönliche Verbindung mit der Grundschule Ernsbach und dem Jugendsportverein eingeschränkt. Gerade den Sportverein Ernsbach e.V. haben wir weiter unterstützt. Aufgenommen haben wir auch den Blick zu unseren Senioren um Umfeld. Kontakte und die Unterstützung mit unseren speziellen Seniorenstühlen wurden begeistert aufgenommen.

Wichtig bleibt mit Blick auf unsere wunderbare Erde und deren Erhalt unser offener Dialog mit Universitäten und der Presse. Dies war gerade 2020/2021 nahezu der einzige Weg aufmerksam zu machen auf den **so notwendigen Klimaschutz**. Die Resonanz war unglaublich und zeigte uns, dass dies der richtige Weg ist und bleibt. Wir Menschen müssen zusammen handeln um zu verändern. Wir gestalten unsere Zukunft nur gemeinsam durch TUN.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Aktuell stand hier die finanzielle Unterstützung, aber auch die Begleitung von zb einigen Diplomarbeiten zum Thema Nachhaltigkeit. Viel Freude hat der Dialog mit der Presse gemacht, der nach Veröffentlichung unglaublichen Rückdialog mit den Menschen schuf. Ganz klar zeigte dies: die Menschen möchten nachhaltiges Tun, sie wollen wissen, wo kommt etwas her, was steckt drin, wie lange hält es. Mehr und mehr verstehen sie, dass sie Einfluss darauf haben, was am Markt geht oder nicht geht.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wirklich viel Freude haben wir in den Seniorenheimen erlebt. Dem möchten wir weiter folgen.

AUSBLICK

Es bleibt unser Ziel den aktiven Austausch mit den Menschen zu pflegen. Besser geht es einfach nicht. Wir hoffen sehr auf ein freieres folgendes 2022 für alle.



**Erinnert ihr euch noch?
2004 haben wir euch
schon aufgefordert
nachhaltig und
verantwortlich zu
handeln! Und 17 Jahre
später?? Ist immer noch
nicht viel von euch
gekommen! Los geht's**

Wann startet Ihr?

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Susanne Henkel GL Richard Henkel GmbH

Fon: 0049 (0)7947-91800

Email: s.henkel@richard-henkel.de

Impressum

Herausgegeben am 29.06.2023 von

Richard Henkel GmbH

Telefon: Forchtenbergerstr. 46, D – 74670 Forchtenberg-Ernstbach

Telefon: 0049(0)7947-9180-0

Fax: 0049(0)7947-9180-99

E-Mail: info@richard-henkel.de

Internet: www.richard-henkel.de

Hinweis Datenschutz. Für alle namentliche Nennungen und Bilder liegen uns die Freigaben zur Nutzung vor.

