

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2016

MIT HAND, HERZ  
UND HALTUNG  
FÜR EINE  
LEBENSWERTE  
ZUKUNFT.



**HAKRO**  
ACTIVEWEAR

# Inhalt

Vorwort

—> : S. 2

HAKRO im Porträt

—> : S. 3 - 10

01.  
Unternehmensführung



—> : S. 11 - 32

02.  
Produkte



—> : S. 33 - 54

03.  
Mitarbeiter



—> : S. 55 - 76

04.  
Umwelt



—> : S. 77 - 94

05.  
Gesellschaft



—> : S. 95 - 108

Berichtsprofil

—> : S. 109 - 128

# Vorwort

LIEBE LESERIN,  
LIEBER LESER,

der Name HAKRO steht nicht nur für den Unternehmensgründer Harry Kroll, sondern auch für eine wertorientierte Haltung, die seit jeher allen Entscheidungen in unserem Familienunternehmen zugrunde liegt. Wir übernehmen Verantwortung für unser unternehmerisches Handeln. Genauer: für die Qualität und Herstellung der Produkte, die wir verkaufen, für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die wir beschäftigen, sowie für die Umwelt und Gesellschaft, in deren Rahmen wir tätig sind. Diese Verantwortung spiegelt sich in vielfältigen operativen Maßnahmen wider.

In den kommenden Jahren wollen wir einen Schritt weitergehen: Wir werden unsere ökologischen und sozialen Aktivitäten auf eine strategische Grundlage stellen, sie weiter ausbauen und über ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement steuern. Aus Überzeugung, aber auch aus unternehmerischer Voraussicht. Denn vor dem Hintergrund globaler Herausforderungen wie des Klimawandels, begrenzter natürlicher Ressourcen und globalisierter Märkte wird nachhaltiges Handeln in Zukunft zu einem zentralen Faktor für wirtschaftlichen Erfolg. Und für eine gute Reputation.

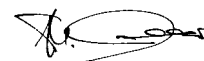
Ein Meilenstein auf unserem Weg ist unser erster Nachhaltigkeitsbericht, den Sie in den Händen halten. In einer umfassenden Bestandsaufnahme informiert er Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Lieferanten, Partner und die breite Öffentlichkeit über unsere ökologischen und sozialen Aktivitäten und bislang Erreichtes. Zugleich weist er in die Zukunft, indem er Ziele und Vorhaben formuliert. Inhaltlich orientiert sich der Bericht an dem international anerkannten Standard der Global Reporting Initiative (GRI).

Mit der Veröffentlichung unseres ersten Nachhaltigkeitsberichts starten wir zugleich den Dialog mit unseren Anspruchsgruppen. Wir möchten erfahren, wie sie unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten bewerten und was sie künftig von uns erwarten. Unsere herzliche Bitte an Sie: Senden Sie uns den Antwortbogen auf den letzten Seiten dieses Berichts ausgefüllt zu. Ihre Meinung ist für uns ein wichtiger Impuls für unsere Nachhaltigkeitsstrategie, in der wir die strategische Ausrichtung und unsere Ziele bis 2020 festlegen.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und freuen uns auf einen inspirierenden Dialog mit Ihnen!



Carmen Kroll  
Geschäftsführerin



Thomas Müller  
Geschäftsführer



## HAKRO im Porträt

→ : S. 3 – 10

HAKRO im Porträt  
Unternehmenschronik  
HAKRO-Wirtschaftsbilanz 2011–2015

S. 5  
S. 6  
S. 10

: HAKRO IST EIN MITTELSTÄNDISCHES TEXTIL-UNTERNEHMEN. QUALITÄT PRÄGT SEIT JEHER UNSERE PRODUKTE, EINE WERT-ORIENTIERTE HALTUNG UNSER GESCHÄFTLICHES HANDELN. UNSER ERFOLG BESTÄTIGT UNS DARIN.

## HAKRO im Porträt

FAMILIENUNTERNEHMEN  
IN DER ZWEITEN GENERATION



Die HAKRO GmbH ist ein mittelständischer Hersteller von hochwertigen Textilien für Beruf (Corporate Fashion) und Freizeit. Die Produktpalette umfasst T-Shirts, Poloshirts, Hemden, Blusen, Sweatshirts und Jacken für Frauen, Männer und Kinder. Vertrieben werden sie in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Benelux sowie weiteren europäischen Ländern ausschließlich über autorisierte Fachhändler. Dazu zählen Anbieter von Corporate Fashion, Sport- und Modefachhändler sowie Textilveredler und Spezialisten für gewerbliche Wäscheaufbereitung. Zu den Endkunden von HAKRO zählen Beschäftigte in Industrie, Handel und Handwerk. Neben der eigenen Kollektion produziert das Unternehmen zudem Bekleidungsstücke für die Eigenmarken anderer Handelsfirmen.

Seinen Ursprung hat HAKRO in dem 1967 eröffneten Bekleidungshaus Harry Kroll. Dessen gleichnamiger Gründer entwickelte es über die Jahre zu einer eigenen Premi-ummarke. Seit 2003 führt seine Tochter Carmen Kroll die

HAKRO GmbH in zweiter Generation als alleinige Gesellschafterin. Operativ unterstützt wird sie von Geschäftsführer Thomas Müller. Der Sitz der HAKRO GmbH ist Schrozberg, eine Kleinstadt im Nordosten Baden-Württembergs (Landkreis Schwäbisch Hall). Hier befinden sich die Verwaltung sowie ein Logistikzentrum mit Warenlager und Versand. Für die Herstellung seiner Textilien arbeitet das Unternehmen mit ausgewählten Lieferanten und Produzenten in der Türkei, Bangladesch, Laos und China zusammen. Zweigniederlassungen oder Beteiligungen hält die HAKRO GmbH nicht.

In den vergangenen Jahren entwickelte sich das Unternehmen sehr dynamisch. Der Umsatz stieg in den Geschäftsjahren 2011 bis 2015 um 58 Prozent, die Belegschaft um 50 Prozent. Im Geschäftsjahr 2015 erzielten 126 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Umsatz von 62 Millionen Euro, ein Plus von 22 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

# Unternehmenschronik

VOM BEKLEIDUNGSHAUS ZUR QUALITÄTSMARKE

- 1967 • Der Einzelhändler Harry Kroll eröffnet das „Bekleidungshaus Harry Kroll“ in Schrozberg mit Oberbekleidungsartikeln für Damen, Herren und Kinder.
- 1969 • Eintrag der Firma Harry Kroll in das Handelsregister.
- 1974 • Beginn des Aufbaus eines kleinen Filialnetzes in Baden-Württemberg und Bayern.
- 1987 • Harry Kroll veräußert die Einzelhandelsgeschäfte und investiert den Erlös in den Aufbau der eigenen Bekleidungsmarke HAKRO.  
• Gründung der HAKRO Textilimport-Warenvertriebs GmbH und erste eigene Kollektion von T-Shirts, Sweatshirts und Poloshirts, die in der Türkei gefertigt werden.



Bekleidungshaus Harry Kroll 1969 /--  
Harry Kroll (4. von links) und Mitarbeiter / --



HAKRO heute /--  
Logistikzentrum am Standort Schrozberg

- 1998 • Carmen Kroll, die Tochter des Firmengründers, tritt in das Unternehmen ein.
- 1999 • Carmen Kroll wird Geschäftsführerin.
- 2000 • Einweihung des Logistikzentrums.
- 2003 • Carmen Kroll wird geschäftsführende Gesellschafterin (es ist der Generationswechsel), Thomas Müller tritt in die Geschäftsführung ein.

- 2004 • Zertifizierung der gesamten HAKRO-Kollektion nach OEKO-TEX® Standard 100.
- 2005 • Einführung des Dot-Markenzeichens. Seine vier Elemente symbolisieren Hersteller, Produkt, Handel und Verbraucher.
- 2009 • Beitritt zum *Global Compact* der Vereinten Nationen.  
• HAKRO wird Systempartner von *bluesign*®.
- 2010 • Veröffentlichung der ersten Fortschrittsmitteilung für den *Global Compact*.  
• Gründung der *Harry Kroll-Foundation*.
- 2012 • Inbetriebnahme einer Fotovoltaikanlage auf dem Dach des Logistikzentrums.  
• Start der Textilkennzeichnung *Think Green – Wash at 30 °C*.  
• Teilnahme an den ersten Nachhaltigkeitstagen Baden-Württemberg.  
• Beitritt zur *Business Social Compliance Initiative (BSCI)*.
- 2013 • Erster *Freitag* bei HAKRO.  
• Einweihung des *Harry Kroll Waisenhauses* in Bangladesch.
- 2014 • Start des Reisprojekts in Bangladesch.  
• Zertifizierung des Qualitätsmanagementsystems nach ISO 9001:2008.  
• Einführung der Gleitzeit für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Verwaltung.
- 2015 • Bezug von Ökostrom und klimaneutraler Versand des Großteils der Ware an die Fachhändler.  
• Unterzeichnung der *Charta der Vielfalt* und der *Gemeinsamen Erklärung Erfolgsfaktor Familie* sowie Beitritt zum *Modell Hohenlohe e. V.*  
• Beginn der Umstellung auf den elektronischen Rechnungsversand.  
• Unterzeichnung der *Women's Empowerment Principles (WEP)*, des *Commitments Wirtschaft pro Klima* und der *Luxemburger Deklaration zur betrieblichen Gesundheitsförderung*.  
• Beitritt zum *Bündnis für nachhaltige Textilien*.  
• Erste Ausgabe des internen *Nachhaltigkeitsbriefes fürs Team*, Mitarbeiterumfrage zum Entwurf des Nachhaltigkeitsleitbildes.  
• Unterzeichnung der *WIN-Charta* des Landes Baden-Württemberg und des *Bangladesh Accord*, Überwachungsaudit nach ISO 9001 bestanden.  
• Unterzeichnung des *Paris Pledge for Action* (Klimaschutz).

→ [Eine ausführliche Chronik ist abrufbar unter www.hakro.com](http://www.hakro.com)





Carmen Kroll | Thomas Müller

DIE UNTERNEHMER

*Carmen Kroll und Thomas Müller sind die Geschäftsführer von HAKRO. Sie haben sich in puncto Nachhaltigkeit anspruchsvolle Ziele gesetzt.*

## HAKRO-Wirtschaftsbilanz 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015	Entwicklung	
						2014 -2015	2011 -2015
<b>Umsatz (netto in Mio. Euro)</b>	39,3	40,4	45,0	51,0	62,0	+22 %	+58 %
<b>Wareneingänge <sup>1</sup></b>	146	150	167	190	235	+24 %	+61 %
<b>Bestelleingänge</b>	105.600	117.800	125.500	139.500	151.000	+8 %	+43 %
<b>Versendete Textilien (in Mio.)</b>	5,2	5,1	5,6	6,3	7,2	+14 %	+38 %
<b>Versendete Pakete</b>	135.000	157.000	169.000	211.000	231.000	+9 %	+71 %
<b>Reklamationsquote</b>	<0,1 %	<0,1 %	<0,1 %	<0,1 %	<0,1 %	+/-0 %	+/-0 %
<b>Ausgaben für Sponsoring (in Euro)</b>	63.000	70.000	85.000	190.000	350.000	+84 %	+455 %

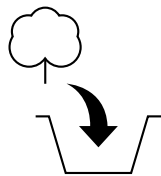
UMSATZ  
(NETTO)  
Entwicklung 2011 - 2015

+58%



WARENEINGÄNGE <sup>1</sup>  
Entwicklung 2011 - 2015

+61%



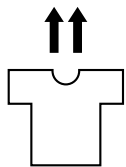
BESTELLEINGÄNGE  
Entwicklung 2011 - 2015

+43%



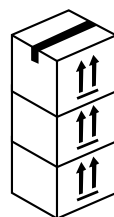
VERSENDETE TEXTILIEN  
Entwicklung 2011 - 2015

+38%



VERSENDETE PAKETE  
Entwicklung 2011 - 2015

+71%



REKLAMATIONSQUOTE  
2011 - 2015

<0,1%



AUSGABEN FÜR SPONSORING  
Entwicklung 2011 - 2015

+455%



\* / Anm.: Die Daten sind kaufmännisch gerundet.  
<sup>1</sup> Eingehende Lieferungen aus Produktionsstätten (per Lkw, Schiff und Flugzeug).

# 01

## Unternehmensführung

→ : S. 11 - 32

Werte und Integrität	S. 15
Nachhaltigkeitsmanagement	S. 17
Fragen an Carmen Kroll	S. 21
Unser Nachhaltigkeitsleitbild	S. 22
Nachhaltigkeit heute - und morgen	S. 24
Unsere Vorhaben	S. 26
Anspruchsgruppen und Dialog	S. 28
Fragen an Thomas Müller	S. 31
Unsere Ziele für 2016-2017	S. 32



: HAKRO IST ALS  
FAMILIENUNTERNEHMEN  
DEM LEITBILD DES EHRBAREN  
KAUFMANNS VERPFLICHTET.  
UNSER ÖKOLOGISCHES UND  
SOZIALES NACHHALTIGKEITS-  
ENGAGEMENT ERWEITERN  
WIR JETZT ZUM UMFASSEN-  
DEN NACHHALTIGKEITS-  
MANAGEMENT.

## Unternehmensführung

### DER ÜBERBLICK:

FAMILIENUNTERNEHMEN MIT KAUFMANNSEHRE  
LEITBILD FÜR NACHHALTIGKEIT FORMULIERT  
TEILNEHMER DES GLOBAL COMPACT - MITGLIED IM TEXTILBÜNDNIS  
PROJEKT NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE



Alleinige Gesellschafterin der HAKRO GmbH ist seit 2003 Carmen Kroll. Sie teilt sich die Geschäftsführung mit Thomas Müller. Als Familienunternehmen legt HAKRO Wert auf flache Hierarchien, um schnell und flexibel handeln zu können. Unterhalb der Geschäftsführung und ihrer Stabsstellen gibt es die beiden Bereiche Verwaltung (mit den Abteilungen Einkauf, Verkauf und Buchhaltung) und Logistik (mit den Abteilungen Wareneingang, Lager und Warenausgang). Der Bereich Logistik hat einen Bereichsleiter und mehrere Teamleiter, in der Verwaltung sind die Teamleiter die direkten Ansprechpartner für die Belegschaft. In dringenden Fällen sind zudem die Geschäftsführer und Prokuristen jederzeit ansprechbar.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Verwaltung werden durch die Geschäftsführung oder deren Assistenten über Veränderungen und Neuigkeiten im Unternehmen informiert, in der Logistik übernimmt diese Aufgabe der dortige Bereichsleiter. Diese Zuständigkeiten betreffen auch das Erteilen von Anweisungen und Vollmachten.

Für eine GmbH unserer Größe ist ein Aufsichtsgremium rechtlich nicht vorgeschrieben. Alle wichtigen Entscheidungen treffen die beiden Geschäftsführer gemeinsam, dies bezieht sich auch auf das Risikomanagement des Unternehmens. In ihrer Unternehmensführung orientieren sich die Geschäftsführer am *Governance Kodex für Familienunternehmen*, den der Verband *Die Familienunternehmer - ASU* im Jahr 2010 veröffentlicht hat.

### NACHHALTIGKEIT IST CHEFSACHE

Das Thema Nachhaltigkeit ist bei der Gesellschafterin Carmen Kroll auf der höchsten Ebene des Unternehmens angesiedelt. Unterstützt wird sie vom betrieblichen Beauftragten für Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit.

## HAKRO-Wertekanon

### WICHTIGE REFERENZDOKUMENTE DES UNTERNEHMENS



#### UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- Satzung der HAKRO GmbH<sup>1</sup>
- HAKRO-Nachhaltigkeitsleitbild<sup>2</sup>
- Governance Kodex für Familienunternehmen (ASU)<sup>3</sup>
- Führungsgrundsätze für KMU zur Bekämpfung von Korruption (TI)<sup>3</sup>



#### PRODUKTE

- ISO 9001<sup>2</sup>
- Standards von bluesign® und OEKO-TEX® Standard 100<sup>2</sup>
- BSCI-Verhaltenskodex<sup>2</sup>
- Bangladesh Accord<sup>2</sup>
- Unternehmensverpflichtung gegen Kinder- und Zwangsarbeit im usbekischen Baumwollanbau<sup>2</sup>
- ICC-Marketing- und -Werbekodex<sup>3</sup>
- Nationale Charta der deutschen Textil- und Modebranche („Leben hat Gewicht“)<sup>3</sup>



#### MITARBEITER

- Charta der Vielfalt der Unternehmen<sup>2</sup>
- Grundsätze zur Stärkung der Frauen in Unternehmen (UN Women)<sup>2</sup>
- Gemeinsame Erklärung Erfolgsfaktor Familie<sup>2</sup>
- Regelwerke der Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik<sup>1</sup>
- Luxemburger Deklaration zur betrieblichen Gesundheitsförderung<sup>2</sup>



#### UMWELT

- „Wirtschaft pro Klima“-Commitment der Unternehmen zum Klimaschutz<sup>2</sup>
- Paris Pledge for Action (Unterstützung des Pariser Klimaabkommens)<sup>2</sup>



#### ENGAGEMENT

- Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte<sup>3</sup>
- Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC)<sup>2</sup>
- WIN-Charta der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit<sup>2</sup>

\* / Anm.: Die Zuordnungen dienen der leichteren Übersicht (teilweise überschneidend).  
 1 rechtlich verpflichtend — 2 freiwillig unterzeichnet bzw. zertifiziert — 3 daran orientiert

## Werte und Integrität

### GRUNDLAGE DES WIRTSCHAFTLICHEN ERFOLGS

Das traditionelle Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“ beschreibt treffend unser Verständnis von Unternehmertum und Verantwortung. Aufrichtigkeit und Glaubwürdigkeit, Fairness und Loyalität, der Einsatz für die Belegschaft und das Engagement für die Gesellschaft: Diese Werte prägen das Unternehmen. Denn nur ein Unternehmen, das verantwortlich handelt, kann das Gleiche von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Geschäftspartnern erwarten.

HAKRO lebt dieses Verständnis seit seiner Gründung. Besonders deutlich zeigt sich dies in der Beständigkeit der Beziehungen, die von Wertschätzung und Vertrauen geprägt sind: Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bleiben ihr ganzes Berufsleben lang im Unternehmen, Lieferanten wechseln selten und Kunden sind der Marke oft seit Jahrzehnten treu.

Auch die hohe Produktqualität gehört zu unserem Selbstverständnis: Wir verkaufen ausschließlich Textilien von hoher Qualität und Langlebigkeit. Trotz unseres wirtschaftlichen Erfolgs bleiben wir unseren Werten treu: hastiges Wachstum und der schnelle Profit um jeden Preis sind nicht unsere Sache.



Die Werte von HAKRO manifestieren sich auch in den Kodizes und Erklärungen, die das Unternehmen unterzeichnet beziehungsweise anerkannt hat. Sie betreffen unter anderem die Themen

- Chancengleichheit
- Frauenförderung
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- Gesundheitsschutz
- Klimaschutz

→ Einen Überblick über die wichtigsten Referenzdokumente des Unternehmens gibt der HAKRO-Wertekanon (s. Seite 14).

## GESETZE UND REGELN WERDEN EINGEHALTEN

Zum Selbstverständnis von HAKRO gehört es, sich an gesetzliche Regelungen wie auch ungeschriebene Regeln eines professionellen und partnerschaftlichen Umgangs zu halten. Diese Regeltreue (Compliance) umfasst selbstverständlich auch Fairness im Wettbewerb.

Im Berichtszeitraum 2011–2015 gab es keine Gesetzesverstöße bei HAKRO – weder gegen das *Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)* oder gegen Menschenrechte noch hinsichtlich Produktkennzeichnungspflichten, Produktwerbung, Wettbewerbsverhalten, den Datenschutz oder das Umweltrecht. Ebenso wenig gab es Fälle von Bestechung oder Korruption. Mithin gab es keine gegen uns verhängten Bußgelder oder anderen Sanktionsmaßnahmen.

Bestechung und Korruption dulden wir nicht. Die HAKRO-Mitarbeiter sind mündlich über die diesbezügliche Unternehmenspolitik unterrichtet; Verstöße haben die Kündigung zur Folge. Anfang 2015 hat die Geschäftsführung die *Führungsgrundsätze für kleine und mittlere Unternehmen zur Bekämpfung von Korruption* von *Transparency International (TI)* Deutschland zur internen Richtschnur ihrer Korruptionsprävention gemacht und ergänzend das Selbstaudit von TI erstmals durchgeführt.

Für größere Ausgaben oder Investitionen holen wir Angebote von verschiedenen Anbietern ein, die Auftragsvergabe erfolgt unabhängig von persönlichen Kontakten und Präferenzen nach dem Preis-Leistungs-Verhältnis. Von Produktionspartnern verlangt das Unternehmen, dass diese sich „weder an Korruption, Erpressung oder Veruntreuung noch an irgendeiner Form von Bestechung“ beteiligen; dies sieht der von ihnen zu unterzeichnende Verhaltenskodex vor. Sollten Bestechungs- oder Korruptionsfälle auftreten, beendet HAKRO die Geschäftsbeziehung. Seit 2011 verzichtet das Unternehmen auf Weihnachtsgeschenke für Kunden zugunsten einer Spende für die *Harry Kroll-Foundation* (→ [siehe Kapitel „Gesellschaft“](#)).

## HOHES BEWUSSTSEIN FÜR DEN DATENSCHUTZ

HAKRO erhebt und verarbeitet lediglich die Daten von Beschäftigten, Kunden und Vorlieferanten, die im Zusammenhang mit dem Arbeitsverhältnis beziehungsweise der Geschäftstätigkeit erforderlich sind. Eine Übermittlung von Daten an Dritte findet nicht statt. Zum Umgang mit personalisierten Daten hat HAKRO freiwillig ein Verzeichnissverzeichnis auf seiner Website veröffentlicht. Datenschutzbeauftragter des Unternehmens ist ein externer Sachverständiger. Ein Beitrag zum Datenschutz ist auch die Teilnahme am Website-Sicherheitscheck durch die *Initiative-S*, die vom IT-Branchenverband *eco* getragen wird.

## Nachhaltigkeitsmanagement

### EINE EIGENE HANDSCHRIFT ENTWICKELN

Bis 2014 war das Nachhaltigkeitsengagement von HAKRO geprägt von Maßnahmen für den vorsorgenden Umwelt- und Verbraucherschutz (besonders bei Textilien) sowie von vielfältigen karitativen Aktionen. Wichtige Wegmarken in dieser ersten Phase waren die Zertifizierung der gesamten Warenkollektion mit dem Gütesiegel *OEKO-TEX® Standard 100* (seit 2004), der Beitritt zum *Global Compact* der Vereinten Nationen (UNGC) im September 2009 und zur *Business Social Compliance Initiative (BSCI)* im September 2012 sowie die Einweihung des von unserer *Harry Kroll-Foundation* mitfinanzierten Waisenhauses in Bangladesch (2013). Einen Überblick gibt die → [Unternehmenschronik](#).

Die zweite Phase der Entwicklung zu einem nachhaltigen Unternehmen startete Anfang 2015: HAKRO baut seitdem seine ökologischen und sozialen Aktivitäten zu einem stringenten, alle Tätigkeitsfelder umfassenden Nachhaltigkeitsmanagement aus, um den stetig steigenden Herausforderungen, besonders in der Lieferkette, noch gezielter entsprechen zu können.

Dabei wollen wir eine eigene Handschrift entwickeln, die den Charakter des Unternehmens ausdrückt. Ein Beispiel dafür ist das *HAKRO-Nachhaltigkeitsleitbild*: Die Geschäftsführung hat es nicht von oben verordnet, sondern ihren Entwurf im Mai 2015 den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Kommentierung vorgelegt. Wichtige Anmerkungen sind eingeflossen. Offiziell ist das Leitbild seit dem 1. Juni 2016 in Kraft.

### NACHHALTIGKEITSLEITBILD DEFINIERT HANDLUNGSFELDER

Das Leitbild (→ [siehe „Unser Nachhaltigkeitsleitbild“](#)) formuliert unser Verständnis von Nachhaltigkeit sowie unsere Handlungsfelder und die Grundzüge der diesbezüglichen Managementansätze. Letztere werden wir in den kommenden Jahren weiter ausarbeiten. Nachhaltigkeit ist ein dauerhafter Prozess.

Im Zusammenhang mit der Arbeit an diesem Bericht ist das erste Nachhaltigkeitsprogramm entstanden, das Maßnahmen für 2016-2017 thematisch listet. Das Programm wird künftig jährlich fortgeschrieben und dient intern als Aufgabenliste für das im Juni 2015 gegründete *HAKRO-Nachhaltigkeitsteam*; ihm gehören die Geschäftsführung, der Beauftragte für Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit sowie je ein Teammitglied aus Verwaltung und Logistik an.





*Danny Jüngling* an seinem Arbeitsplatz in der HAKRO-Verwaltung.  
Als Assistent der Geschäftsführung und Prokurist treibt er auf unterschiedlichen Ebenen das  
Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen voran.

Danny Jüngling

**VORANTREIBEND** / --  
Der Nachhaltigkeitsbeauftragte



## LIEFERKETTE UND KLIMASCHUTZ IM FOKUS

Nachhaltige Entwicklung ist ein dauerhafter Prozess. Zwei große Herausforderungen werden nach gegenwärtiger Einschätzung in den nächsten Jahren im Mittelpunkt des Nachhaltigkeitsmanagements von HAKRO stehen.

**HERAUSFORDERUNG LIEFERKETTE.** Die Arbeits- und Umweltbedingungen gilt es in der gesamten Wertschöpfungskette der Textilbranche weiter zu verbessern. Die Aufgaben reichen von der Achtung der Menschenrechte beim Baumwollanbau über verbesserte Arbeitsbedingungen in den Produktionswerken bis zum klimaschonenden Warentransport und zur Textilverwertung.

In gemeinschaftlichen Initiativen wie dem *Bündnis für nachhaltige Textilien*, dem auch HAKRO beigetreten ist, lässt sich hier in den kommenden Jahren sicherlich einiges erreichen.

**HERAUSFORDERUNG KLIMAWANDEL.** Der Klimawandel wird in den nächsten Jahrzehnten auch für die Textilbranche gravierende Folgen haben. Das fängt beim wichtigsten Rohstoff an: Die klimatischen Bedingungen in den Anbauregionen für Baumwolle könnten sich ändern, damit auch die Bezugsmöglichkeiten und -wege der Produktionspartner. Welche finanziellen Folgen der Klimawandel für HAKRO haben könnte, lässt sich bislang nicht seriös beurteilen.

Der Verbrauch fossiler Energieträger ist drastisch zu reduzieren, wenn die Weltgemeinschaft die negativen Folgen des Klimawandels begrenzen will. Zu denken ist auch an die Folgen für die Produktionsländer: Bangladesch beispielsweise gehört bereits heute zu den Opfern klimatisch bedingter Naturkatastrophen. Textilhersteller stehen zudem vor der Herausforderung, mittelfristig Alternativen für die aus Erdöl hergestellten Synthetikfasern zu finden, denn die Ölvorkommen sind eines Tages erschöpft.

## ENGAGIERT IN NETZWERKEN



Für einen inspirierenden Austausch mit anderen Unternehmen trat HAKRO im März 2015 dem *Modell Hohenlohe e. V.* bei, einem regionalen Netzwerk für nachhaltige Unternehmensführung. Einen starken regionalen Bezug hat auch die *Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)* des Landes Baden-Württemberg, der wir seit Juli 2015 angehören. Im Mai 2015 trat HAKRO dem im Oktober 2014 gegründeten *Bündnis für nachhaltige Textilien* bei. Dieser Multi-Stakeholder-Initiative gehören Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaften und Wirtschaftsverbände an, gemeinsam wollen sie „die soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit entlang der gesamten Textilkette kontinuierlich verbessern“ (→ [siehe Kapitel „Produkte“](#)).

Weitere Informationen finden Sie in unserem Überblick über die wichtigsten Mitgliedschaften mit Nachhaltigkeitsbezug (→ [siehe Seite 27](#)).



## FRAGEN AN: Carmen Kroll

Jahrgang 1965,  
Textilbetriebswirtin  
Geschäftsführerin  
und Gesellschafterin  
der HAKRO GmbH

**In welchem Verhältnis stehen bei Ihnen Verantwortungsgefühl und wirtschaftliche Erwägungen?** Wir müssen unsere Arbeit gut machen. Nur wenn wir wirtschaftlich erfolgreich sind, können wir soziale Verantwortung übernehmen. Unser nachhaltiges Bewusstsein trägt zur Qualität unserer Produkte bei. Darum sind Verantwortung und wirtschaftlicher Erfolg für HAKRO keine Gegensätze. Das eine macht das andere erst möglich.

**Was reizt Sie ganz besonders an Ihrem Beruf?** Es macht mir ungeheuren Spaß, Ideen zu verwirklichen und Mitarbeiter für neue Ziele zu begeistern. Meine große Leidenschaft gilt dem Thema Qualität. Was hochwertige Bekleidung ausmacht, habe ich schon von Kindesbeinen an von meinen Eltern gelernt.

**Welcher Führungstyp sind Sie?** Um ehrlich zu sein: Ich bin ein absoluter Harmonie-Mensch. Für mich ist es wichtig, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich alle wohlfühlen und jeder Wertschätzung genießt. Die HAKRO-Mitarbeiter sind die Basis des Unternehmenserfolges. Ich habe großen Respekt vor ihrer Leistung. Darum möchte ich jedem Sicherheit und Vertrauen geben.

**Worauf sind Sie in Ihrem Unternehmen besonders stolz?** Auf unsere Firmenkultur, ich nenne sie die HAKRO-DNA. Werte und Ziele werden im gesamten Unternehmen wirklich gelebt, das kann man überall spüren. Es gibt eine starke Loyalität und Identifikation mit unserer Art zu arbeiten. Sie wird auch an neue Mitarbeiter weitergegeben – gewissermaßen vererbt, wie eine DNA.

**Was hat Sie in Ihrer Zeit als HAKRO Geschäftsführerin besonders bewegt?** Mein erster Besuch in Bangladesch vor über 20 Jahren. Ich war betroffen von der Armut in diesem Land. Damals haben wir uns zum Ziel gesetzt, nur in Bangladesch zu produzieren, wenn wir dadurch die Situation vor Ort positiv beeinflussen können. Wir wollen den Menschen in Bangladesch nicht nur Arbeit geben, sondern die Lebensqualität aller Frauen und Männer, die mit der Herstellung von HAKRO-Textilien verbunden sind, verbessern.

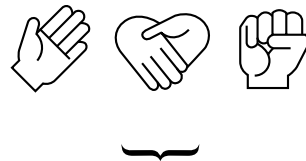
**Stichwort Work-Life-Balance: Gelingt es Ihnen, Arbeits- und Privatleben gut zu vereinbaren?** In einem Familienunternehmen wie HAKRO verschmelzen Arbeits- und Privatleben oft miteinander. Viele Dinge in meinem Beruf machen mir einfach großen Spaß. Da vergesse ich oft, das Ende zu finden und einfach mal Feierabend zu machen.

**Thema Nachhaltigkeit privat: Was findet sich in Ihrem Einkaufskorb?** Meine Eltern haben mir sehr früh beigebracht, auf Qualität zu achten. Als Kind konnte ich mit ihrer Kompromisslosigkeit in Sachen Qualität nichts anfangen. Jetzt weiß ich, dass genau das ihr Erfolgsrezept war. Jetzt ist es auch meins geworden. Die Suche nach Qualität zieht sich wie ein roter Faden durch mein Leben und darum achte ich auch bei Lebensmitteln auf höchste Qualität. Als leidenschaftliche Hobby-Gärtnerin baue ich Obst, Gemüse und Kräuter selbst an, ernte sozusagen aus meinem eigenen Bio-Anbau. Ich produziere also nicht nur nachhaltige Textilien.



# Unser Nachhaltigkeitsleitbild

MIT HAND, HERZ UND HALTUNG FÜR EINE LEBENSWERTE ZUKUNFT!



**HAKRO trägt Verantwortung – für seine Produkte und Produktionsbedingungen, Mitarbeiter und Kunden wie auch für Umwelt und Gesellschaft. Auf Dauer erfolgreich können wir nur sein, wenn wir dieser Verantwortung gerecht werden.**

**Als Familienunternehmen ist uns das seit Langem bewusst.**

**Unsere geschäftlichen Ziele verknüpfen wir daher mit dem Anspruch, ökologisch und sozial verträglich zu handeln.**

**Das gelingt in einer komplexen Welt nicht immer leicht, markiert jedoch den Weg, den wir konsequent verfolgen – mit Hand, Herz und Haltung.**

## Produkte.

HAKRO STEHT FÜR LANGLEBIGE, HOCHWERTIGE KLEIDUNG.

Unsere Produkte zeichnen sich aus durch Premiumqualität. Die Verwendung hochwertiger und strapazierfähiger Materialien, präzise Verarbeitung sowie ein klassisches Design verleihen ihnen eine lange Lebensdauer. Für den damit verbundenen ökologischen Aspekt sensibilisieren wir unsere Kunden.

## Produktion.

HAKRO LÄSST VERANTWORTUNGSBEWUSST FERTIGEN.

Zur Produktion unserer Textilien arbeiten wir mit sorgfältig ausgewählten Lieferanten und Produzenten zusammen. Durch langfristige Geschäftsbeziehungen sind wir ihnen ein verlässlicher Partner. Sie wiederum verpflichten sich, unsere strengen ökologischen und sozialen Standards einzuhalten und faire Arbeitsbedingungen zu schaffen.

## Mitarbeiter.

HAKRO WERTSCHÄTZT DEN MENSCHEN.

Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bieten wir attraktive, langfristige Arbeitsplätze und gleiche Chancen – unabhängig von Alter, Geschlecht, Nationalität oder anderen trennenden Merkmalen. Wir schätzen Charaktere, fördern Vielfalt sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Neues voneinander zu lernen, ist uns wichtig – und Voraussetzung für unseren Erfolg.

## Umwelt.

HAKRO SCHONT NATÜRLICHE RESSOURCEN.

Unseren ökologischen Fußabdruck wollen wir so klein wie möglich halten – an unserem Standort wie auch in der Produktionskette unserer Textilien. Um den Ressourcen- und Energiebedarf zu reduzieren, analysieren wir unsere Prozesse und achten auf Effizienz. Stoffkreisläufe schließen wir, wo immer es möglich ist.

## Gesellschaft.

HAKRO LEBT SEINE SOZIALE VERANTWORTUNG.

Unserem Standort fühlen wir uns verpflichtet. Wir zahlen dort Steuern, schaffen Arbeitsplätze und vergeben Aufträge an lokale Partner. Zudem engagieren wir uns vor Ort auf vielfältige Weise für das Gemeinwohl. Über eine eigene Stiftung unterstützen wir benachteiligte Kinder und Jugendliche in der Region und in unseren Produktionsländern.

## Unternehmensführung.

HAKRO HANDELT WERTEORIENTIERT.

Wir glauben an Werte wie Anstand, Fairness und Loyalität und leben sie im Umgang mit Kunden, Partnern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Als Unterzeichner des *UN Global Compact* folgen wir dessen zehn Prinzipien für verantwortungsvolles Unternehmertum. Unsere Aktivitäten erweitern wir schrittweise zu einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsmanagement.

# Nachhaltigkeit heute

WAS WIR VON 2011 BIS 2015 ERREICHT HABEN



## Unternehmensführung

- Umsatz um 58 Prozent gesteigert (2011–2015)
- Nachhaltigkeitsleitbild verfasst und Stakeholder-Analyse durchgeführt (2015)
- *Bündnis für nachhaltige Textilien* beigetreten (2015)



## Produkte

- *OEKO-TEX®-Standard-100*-Zertifikate jährlich erneuert
- *BSCI-Verhaltenskodex* unterzeichnet (2012)
- Qualitätsmanagement nach ISO 9001 zertifiziert (seit 2014)
- Weitgehend klimaneutraler Warenversand an die Kunden (seit 2015)
- *Bangladesh Accord* unterzeichnet (2015)



## Mitarbeiter

- Mitarbeiterzuwachs von 50 Prozent (2011–2015)
- *Freutage* (seit 2013)
- Frauenquote von 67 Prozent (2015)
- Gleitzeit eingeführt (2014)
- Charta der Vielfalt sowie Gemeinsame Erklärung
- Erfolgsfaktor Familie und Grundsätze zur Stärkung der Frauen in Unternehmen unterzeichnet (2015)



## Umwelt

- CO<sub>2</sub>-Emissionen um 32 Prozent gesenkt (2011–2015)
- Fotovoltaikanlage in Betrieb genommen (2012)
- Bezug von Ökostrom (2015)
- Netzwerk *Modell Hohenlohe* beigetreten (2015)
- *Commitment Wirtschaft pro Klima* und *Paris Pledge for Action* unterzeichnet (2015)



## Gesellschaft

- Spenden von 782.000 Euro geleistet (2011–2015)
- *Harry Kroll-Foundation* aufgebaut (ab 2010)
- Teilnahme an den Nachhaltigkeitstagen Baden-Württemberg (seit 2012)
- Waisenhaus in Bangladesch eröffnet (2013)
- *WIN-Charta* unterzeichnet (2015)

# und morgen

WAS WIR BIS 2017 ERREICHEN WOLLEN (NACHHALTIGKEITSPROGRAMM)



## Unternehmensführung

- Nachhaltigkeitsstrategie 2020 verfassen (Ziele, Wesentlichkeitsmatrix, Managementansätze)
- Kennzahlensystem erweitern
- Stakeholder-Dialog starten
- Jährlichen Nachhaltigkeitsbericht einschließlich *WIN-Charta*-Bericht veröffentlichen
- (Re-)Zertifizierung nach ISO 9001:2015 vorbereiten



## Produkte

- *Bündnis für nachhaltige Textilien* aktiv begleiten
- Teilnahme am Fairtrade-Programm für Baumwolle von Fairtrade International prüfen
- *Clevercare*-Logo verwenden



## Mitarbeiter

- Verhaltenskodex formulieren
- Mitarbeiterzeitung herausgeben
- Mitarbeiterumfrage durchführen (inklusive Vorschlagswesen)
- Weiterbildungsangebot ausbauen
- Freiwilligendienst *HAKRO Teamshare* starten



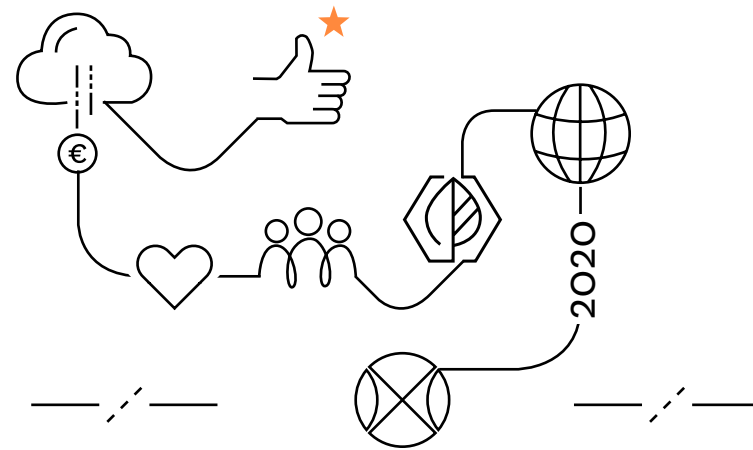
## Umwelt

- Umweltmanagementnorm EMAS III inhaltlich umsetzen
- E-Auto anschaffen
- CO<sub>2</sub>-Emissionen des Geschäftsreiseverkehrs erfassen
- Klimaneutralität erweitern (Erdgasverbrauch)
- Ökobilanz der Werbemittel verbessern
- Selbstchecks zum Biodiversitätsmanagement durchführen



## Gesellschaft

- Solidaritätsfonds *HAKRO Fairshare* starten
- Konzept für karitatives Engagement sowie Textilspenden erarbeiten
- IOOI-Verfahren für Wirkungsmessung prüfen



UNSERE  
VORHABEN:

# HAKRO- Nachhaltigkeitsstrategie 2020

In seinem Leitbild hat HAKRO definiert, was das Unternehmen unter Nachhaltigkeit versteht und auf welche Handlungsfelder es seine Aktivitäten richtet.

Der nächste Schritt: 2016 wollen wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie 2020 entwerfen. Sie soll die mittelfristigen wirtschaftlichen Ziele des Unternehmens mit den weiteren Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung in Einklang bringen.


Die Herausforderung ist, ökonomische, soziale, ökologische und gesellschaftliche Aspekte in allen Handlungsfeldern und Geschäftsabläufen stets gemeinsam, also integriert, zu berücksichtigen und über entsprechende Managementansätze und Kennzahlen zu steuern.

Berücksichtigen wird HAKRO in seiner Strategie auch, was das Unternehmen zum Erreichen der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDG) sowie der Ziele des Bündnisses für nachhaltige Textilien beitragen kann. Schließlich gilt es zu prüfen, wie das Unternehmen den Norm-Leitfaden *Gesellschaftliche Verantwortung* (ISO 26000) schrittweise umsetzen kann.


## HAKRO-Mitgliedschaften und -Kodizes

 UNTERNEHMENSFÜHRUNG	Mitglied	Kodex	Beitritt/ Unterzeichnung
Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken <sup>1</sup>	●		1987
GermanFashion – Modeverband Deutschland	●		2007
Dialog Textil und Bekleidung (DTB)	●		2009
Verband für Dienstleistung, Groß- und Außenhandel Baden-Württemberg (VDGA) <sup>2</sup>	●		2010


  

 PRODUKTE	Mitglied	Kodex	Beitritt/ Unterzeichnung
Business Social Compliance Initiative (BSCI)	●	●	2012
Bündnis für nachhaltige Textilien	●	●	2015
Bangladesh Accord	●	●	2015
Unternehmensverpflichtung gegen Kinder- und Zwangsarbeit im usbekischen Baumwollanbau		●	2015


  

 MITARBEITER	Mitglied	Kodex	Beitritt/ Unterzeichnung
Charta der Vielfalt		●	2015
Unternehmensnetzwerk und Erklärung „Erfolgsfaktor Familie“	●	●	2015
Luxemburger Deklaration zur betrieblichen Gesundheitsförderung		●	2015

 UMWELT	Mitglied	Kodex	Beitritt/ Unterzeichnung
Modell Hohenlohe – Netzwerk betrieblicher Umweltschutz	●		2015
Initiative und Commitment „Wirtschaft pro Klima“	●	●	2015
Paris Pledge for Action (Klimaschutz)		●	2015

 GESELLSCHAFT	Mitglied	Kodex	Beitritt/ Unterzeichnung
UN Global Compact (UNGC) – Deutsches Global Compact Netzwerk (DGCN)	●	●	2009
WIN-Charta der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit		●	2015

\* / Anm.: Die Zuordnungen dienen der leichteren Übersicht (teilweise überschneidend).  
<sup>1</sup> Pflichtmitglied — <sup>2</sup> zugleich Arbeitgeberverband

## Anspruchsgruppen und Dialog

EXTERNE MEINUNGEN SIND GEWÜNSCHT

Wer hat ein berechtigtes Interesse am Nachhaltigkeitsengagement von HAKRO? Verbunden mit der Arbeit an diesem Bericht haben wir erstmals die Anspruchsgruppen des Unternehmens definiert. Hierzu gehören die unmittelbaren Interessengruppen wie Mitarbeiter oder Kunden und mittelbare Gruppen, mit denen das Unternehmen nicht ständig in Kontakt steht (siehe Grafik Seite 29).



Unsere wichtigste Anspruchsgruppe sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit ihnen pflegen wir einen engen Austausch (siehe S. 60). Besonders wichtig für uns sind zudem die von uns autorisierten Fachhändler. Sie sind sowohl im Geschäft mit Unternehmen (Business-to-Business, B2B) als auch mit Verbrauchern (Business-to-Consumers, B2C) tätig. Um deren Zufriedenheit richtig einschätzen zu können, führt HAKRO jährlich eine Umfrage unter Stammkunden durch.

Welche Ansprüche diese und weitere Gruppen jeweils an HAKRO stellen, haben wir zunächst intern analysiert. Ob diese

Einschätzungen richtig sind, ob andere oder weitere Punkte für wesentlich erachtet werden, erheben wir nun über eine Umfrage unter unseren Anspruchsgruppen.

Zu diesem Zweck liegt diesem Nachhaltigkeitsbericht ein Fragebogen bei: Die eingehenden Antworten bilden eine wichtige Grundlage für die Validierung unserer wesentlichen Themen und Handlungsfelder.

## HAKRO-Anspruchsgruppen



ERWARTUNGEN AN HAKRO:

### Unmittelbare Anspruchsgruppen

MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

*Ihre Ansprüche: sichere und attraktive Arbeitsplätze, Chancengleichheit, gutes Betriebsklima.*

PRODUKTIONSPARTNER UND DIENSTLEISTER

*Ihre Ansprüche: verlässlicher Partner, langfristige Beziehungen.*

FACHHÄNDLER

*Ihre Ansprüche: sehr hohe Qualität der Produkte und des Kundenservices, Verlässlichkeit.*

MARKENPARTNER

*Ihre Ansprüche: verlässlicher Partner, langfristige Beziehungen.*

BEHÖRDEN UND AUFSICHTSINSTITUTIONEN

*Ihre Ansprüche: sicherer Arbeitgeber, Rechtseinhaltung, Engagement für die Stadt und Region.*

NETZWERKE UND ZERTIFIZIERER

*Ihre Ansprüche: Transparenz, Glaubwürdigkeit, hohe Sozial- und Umweltstandards.*

### Mittelbare Anspruchsgruppen

FAMILIENMITGLIEDER DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

*Ihre Ansprüche: sichere und attraktive Arbeitsplätze, gutes Betriebsklima für die HAKRO-Mitarbeiter.*

ARBEITERINNEN UND ARBEITER DER PRODUKTIONSWERKE

*Ihre Ansprüche: Einhaltung des BSCI-Kodex, sichere Arbeitsplätze, hohe Sozial- und Umweltstandards.*

VERBRAUCHER

*Ihre Ansprüche: hohe Produktqualität, hohe Sozial- und Umweltstandards.*

SOZIALPARTNER

*Ihre Ansprüche: Sozialengagement, verlässlicher Partner, langfristige Beziehungen.*

REGIONALE MITTLER

*Ihre Ansprüche: Engagement für die Region.*

NICHTREGIERUNGSORGANISATIONEN UND MEDIEN

*Ihre Ansprüche: Transparenz, Glaubwürdigkeit, hohe Sozial- und Umweltstandards.*

FRAGEN AN:  
Thomas Müller

Jahrgang 1964,  
Betriebswirt (VWA)  
Geschäftsführer  
der HAKRO GmbH



**In welchem Verhältnis stehen bei Ihnen Verantwortungsgefühl und wirtschaftliche Erwägungen?** Uns geht es nicht um Wettbewerbsfähigkeit um jeden Preis. Billige Massenware lehnen wir kategorisch ab. Wir wollen ein Produkt, das durch hervorragende Qualität und Langlebigkeit überzeugt und das dennoch zu einem guten und nachvollziehbaren Preis zu haben ist. Die Herausforderung ist es, dies auf nachhaltige Weise mit fairen Produktionsbedingungen umzusetzen. Das gelingt uns durch langfristige, vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Produzenten.

**Was reizt Sie ganz besonders an Ihrem Beruf?** Ich trage als Geschäftsführer gerne Verantwortung für das Unternehmen und seine Mitarbeiter. Neue Projekte wie beispielsweise die Arbeit an unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht machen mir großen Spaß. Und dann ist da natürlich auch noch das Element der Selbstverwirklichung, man kann Ideen konkret umsetzen und durch persönliche Entscheidungen großen Einfluss nehmen.

**Welcher Führungstyp sind Sie?** Ich praktiziere einen sehr offenen, unkomplizierten Umgang und Führungsstil.

**Worauf sind Sie in Ihrem Unternehmen besonders stolz?** In den vergangenen Jahren konnten wir unser Unternehmen nachhaltig positiv entwickeln. So hat sich in den letzten zwölf Jahren die Zahl unserer Mitarbeiter hier in Schrozberg beinahe verfünffacht, wir mussten in all den Jahren noch nie einen Mitarbeiter aufgrund schlechter Wirtschaftslage entlassen. Und: Trotz der schnellen Entwicklung sind wir der sehr persönlichen

und familiären Art, das Unternehmen und die Mitarbeiter zu führen, treu geblieben.

**Was hat Sie in Ihrer Zeit als HAKRO Geschäftsführer besonders bewegt?** Es gibt viele positive Momente, an die ich mich gerne erinnere. Besonders berührt hat mich der erste Besuch in dem von uns mit gegründeten Waisenhaus in Bangladesch.

**Stichwort Work-Life-Balance: Gelingt es Ihnen, Arbeits- und Privatleben gut zu vereinbaren?** Arbeits- und Privatleben vermischen sich in einem Familienunternehmen wie unserem, weil sich die Themen und Strukturen zwischen Familie, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden oft überschneiden. Insofern lassen sich Arbeits- und Privatleben zwar ganz gut vereinbaren, aber nicht trennen. Da das in den meisten Fällen mit viel Spaß verbunden ist, bin ich mit der Situation ganz zufrieden.

**Welches Ihrer Produkte tragen Sie privat selbst am liebsten?** Eigentlich mag ich alle Teile unserer Kollektion und es vergeht kein einziger Tag, an dem ich nicht mindestens eines selbst trage. Wenn wir neue Modelle entwickeln, müssen sie immer auch meinen persönlichen Ansprüchen genügen. Ich bin da ein strenges Versuchskaninchen. In der bestehenden Kollektion habe ich zwei Lieblings-Produkte: Unser Poloshirt aus Pima-Baumwolle, weil es sportlich und modern ist und sich noch dazu super anfühlt, und unsere Outdoorjacke aus leichtem Softshell-Material. Egal wo ich hingehe, die Jacke habe ich fast immer dabei.



## Unsere Ziele für 2016–2017

### DIE WICHTIGSTEN MASSNAHMEN IM HANDLUNGSFELD UNTERNEHMENSFÜHRUNG

**MANAGEMENT:** Das Zielkonzept zur Umsetzung der *WIN-Charta* wird eine Zwischenstufe zur Erarbeitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie 2020 sein ( —> siehe „Unsere Vorhaben“). Darin werden die Managementansätze für unsere Handlungsfelder eine zentrale Rolle einnehmen. Zudem gilt es, die Kennzahlen- und Indikatorenreihen beziehungsweise das Nachhaltigkeitscontrolling zu erweitern.

**HERAUSFORDERUNGEN:** Die Themen Lieferkette und Klimawandel werden in den nächsten Jahren im Mittelpunkt stehen. Das *Bündnis für nachhaltige Textilien* wollen wir deshalb aktiv begleiten und eine weitere Etappe zur Klimaneutralität unseres Unternehmens nehmen ( —> siehe Kapitel „Produkte“ und „Betriebsökologie“).

**DIALOG:** Mit diesem ersten Nachhaltigkeitsbericht startet der Dialog mit externen Anspruchsgruppen über unser Nachhaltigkeitsmanagement. Die Meinungen unserer Stakeholder wollen wir künftig erheben. Flankierend wird HAKRO seine Kommunikation zu ökologischen und sozialen Aktivitäten erweitern.

—> Alle Ziele im Überblick nennt das Nachhaltigkeitsprogramm von HAKRO (s. Seite 25).



# 02

## Produkte

—> : S. 33 - 54

Verwendete Rohstoffe	S. 35
Produktionsökologie	S. 37
Verbraucherschutz	S. 38
Produktkennzeichnung	S. 39
Unsere Produkte im Überblick	S. 40
Produktionspartner und Arbeitsbedingungen	S. 42
Unsere Vorhaben	S. 45
Logistik und Vertrieb	S. 46
Marketing und Sponsoring	S. 50
Gebrauch und Verwertung	S. 50
Unsere Ziele für 2016–2017	S. 54

: NACHHALTIGKEIT HEISST  
FÜR UNS: HAKRO STEHT  
ALS QUALITÄTSMARKE FÜR  
HOCHWERTIGE UND  
BESONDERS LANGLEBIGE  
TEXTILIEN. UND ÜBERNIMMT  
VERANTWORTUNG  
AUF ALLEN STUFEN DER  
WERTSCHÖPFUNG.

## Produkte

### DER ÜBERBLICK:

QUALITÄT IM MITTELPUNKT  
OEKO-TEX® STANDARD 100 FÜR ALLE ARTIKEL  
PARTNER MÜSSEN BSCI-KODEX ANERKENNEN  
KLIMANEUTRALER WARENVERSAND  
MENSCHENRECHTE IM FOKUS



HAKRO bietet Bekleidung in Premiumqualität mit den Marken HAKRO Activewear und Harry Kroll – The Premium League of Shirts and Jackets. Preislich positioniert sind beide in der Mittelklasse bis oberen Mittelklasse des Marktes. Die Kollektion umfasst über 120 Modelle in klassischen Formen und 44 Farbtönen: T-Shirts, Poloshirts, Hemden, Blusen, Sweatshirts und Jacken für Frauen, Männer und Kinder (siehe Seite 40). Sie zeichnen sich aus durch beste Passform, perfekte Verarbeitung, erstklassige Materialien, hohe Strapazierfähigkeit und eine lange Lebensdauer.

Entwicklung und Design der Produkte erfolgen am Unternehmensstandort in Schrozberg, Produktionspartner im Ausland fertigen die Kleidungsstücke nach unseren Vorgaben. Ein Beleg für die hohe Qualität der Ware ist die geringe Reklamationsquote: Sie liegt seit Jahren unter 0,1 Prozent der verkauften Textilien.

### Verwendete Rohstoffe

#### BAUMWOLLE UND MEHR

Eines unserer Qualitätsmerkmale: Die verwendeten Baumwollfasern sind deutlich länger, als es branchenüblich ist. Der Vorteil für die Verbraucher: Das Material ist erheblich reißfester, deshalb lassen sich die Kleidungsstücke länger tragen. Das ist ganz im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit, denn damit reduziert sich der Bedarf an neuer Bekleidung.

Baumwolle ist nach wie vor der meistgenutzte Rohstoff in unserer Gesamtkollektion. In den vergangenen Jahren ging der Anteil jedoch stark zugunsten anderer Materialien zurück. Im Jahr 2015 bestand die Kollektion zu 39 Prozent aus konventioneller Baumwolle, zu 31 Prozent aus synthetischen Fasern (Polyester, Polyamid) und zu 27 Prozent aus Materialmischungen (Baumwolle, Polyester, Viskose); ein Teil der Strickwaren ist aus Wolle hergestellt (ca. 3 Prozent). Hinzu kommen Reißverschlüsse aus Nylon und Knöpfe aus Polyester.



Im August 2014 hat der TÜV Süd das Qualitätsmanagementsystem von HAKRO nach der internationalen Norm ISO 9001 zertifiziert, im Juli 2015 haben wir das erste jährliche Überwachungsaudit erfolgreich bestanden.

Die Rohwaren kaufen unsere Produktionspartner nach unseren Qualitätsmaßstäben ein. Mittelfristig (voraussichtlich ab 2017) wollen wir auch Artikel aus biologisch angebauter oder recycelter Baumwolle anbieten.



Unsere Partnerbetriebe beziehen die benötigte Baumwolle insbesondere aus Ägypten, Australien, China, Zypern und den USA. Aus Achtung der Menschenrechte lässt HAKRO keine Baumwolle aus Usbekistan verarbeiten, solange es dort Kinder- und Zwangsarbeit bei der Baumwollernte gibt (→ siehe Seite 26 „Unsere Vorhaben“).

Zweitwichtigster Rohstoff für unsere Textilien ist Erdöl, aus dem die synthetischen Garne gewonnen werden; die Gebrauchseigenschaften der Synthetikfasern – geringes Knittern, leichte Pflege, schnelles Trocknen – möchte heute keiner mehr missen. Eine Herausforderung der Zukunft: Gibt es umweltverträglichere Alternativen zu Synthetikfasern? Eine Option könnte der Einsatz von Recyclaten sein; geeignet dafür ist das Polyethylenterephthalat der PET-Flaschen; es ist ein Kunststoff aus der Familie der Polyester. Eine andere Option wäre der verstärkte Einsatz von Viskose; der Rohstoff für diese Chemiefaser ist nachwachsende Cellulose.

Ein kleiner Teil des HAKRO-Sortiments besteht aus Wolle, hierzu gehören Strickjacken und Pullover. Die von unseren Produktionspartnern verarbeitete Wolle stammt aus Australien.

## Ökologische Aspekte von Textilfasern

	Baumwolle (konventioneller Anbau)	Baumwolle (biologischer Anbau)	Viskose (cellulosische Chemiefaser)	Polyester/ Polyamid (synthetische Chemiefasern)	Wolle (tierische Faser)
Anteil am Weltfaserverbrauch	ca. 28 %	ca. 1 %	ca. 6 %	ca. 64 % <sup>1</sup>	ca. 1 %
Nachwachsender Rohstoff	ja	ja	ja	nein	ja
Flächenbedarf	hoch	hoch	gering	gering	hoch
Energiebedarf <sup>2</sup>	2	1	3	5	4
Wasserbedarf <sup>2</sup>	3	2	1	4	5
Pestizideinsatz	ja	nein	nein	nein	nein
Recycling	recyclbar/ biologisch abbaubar <sup>3</sup>	recyclbar/ biologisch abbaubar <sup>3</sup>	recyclbar/ biologisch abbaubar <sup>3</sup>	recyclbar	recyclbar/ biologisch abbaubar <sup>3</sup>

\* / Anm.: Es handelt sich um eine vereinfachte Darstellung. Viele Bekleidungsstücke von HAKRO bestehen aus Mischungen von Baumwolle und Polyester/Polyamid.  
<sup>1</sup> Anteil bezieht sich auf alle Synthetikfasern — <sup>2</sup> Rangfolge in der Umweltbilanz, 1 = am besten, 5 = am schlechtesten — <sup>3</sup> Sofern die Textilie ausschließlich aus Baumwolle/Viskose gefertigt ist (ohne Synthetikfasern).  
 Quellen: OEKO-TEX® Gemeinschaft, Industrievereinigung Chemiefaser, eigene Recherchen/HAKRO

## Produktionsökologie

### RESSOURCENVERBRAUCH REDUZIEREN

Ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl der Produktionspartner ist deren betrieblicher Umweltschutz: Hier können wir einen wichtigen Beitrag leisten, um den Ressourceneinsatz in der Textilproduktion zu verringern beziehungsweise umweltverträgliche Produktionsverfahren zu unterstützen.

So kommen bei der Produktion von HAKRO-Textilien hauptsächlich Farbstoffe der Marke DyStar zum Einsatz; die hochfixierenden und hochkonzentrierten Farbstoffe verringern den Wasser- und Energieeinsatz sowie die erforderlichen Hilfsstoffe (darunter Salze) beim Färben um bis zu 50 Prozent. Dank der eingesetzten Qualitätsfarbstoffe werden die Farben nicht so schnell ausgewaschen, das trägt zu einer längeren Haltbarkeit der Kleidungsstücke bei.

Unsere Produktionspartner nutzen modernste computergesteuerte CAD-Schneideplotter für die Schnittmuster, um Verschnittreste zu reduzieren – das schont Ressourcen und spart Geld. Die unvermeidbaren Verschnitte werden stofflich wiederverwertet.



Seit Oktober 2009 ist HAKRO Systempartner von bluesign®. Mit diesem Standard soll die Umweltbelastung während des gesamten Produktionsprozesses minimiert werden, indem alle bei der Fertigung eingesetzten Substanzen und Rohwaren schon vor Produktionsbeginn überprüft werden. Auch dem Arbeitsschutz, etwa beim Umgang mit Chemikalien, widmet sich der Standard. Bei der Auswahl von Vorlieferanten in der Zulieferkette (Färbereien, Spinnereien etc.) bemühen wir uns, diese für eine Zertifizierung durch bluesign® zu gewinnen. Weil die Durchgängigkeit in der Lieferkette noch nicht vorhanden ist, tragen HAKRO-Artikel bislang noch kein bluesign® Label.

## Verbraucherschutz

### PRODUKTE MIT ZERTIFIKAT

Für Verbraucher ist es nicht einfach, im Dschungel der Textilsiegel den Durchblick zu behalten. Seit Jahren wächst die Zahl der Labels, die ökologische und soziale Aspekte der Bekleidungsproduktion auszeichnen – *Cotton made in Africa*, *Fairtrade*, *Fairwear*, *GOTS*, *Naturtextil* oder *OEKO-TEX®* sind nur einige.

Viele dieser Zeichen sind durch die Initiative von Nichtregierungsorganisationen entstanden, was zeigt, dass es auch auf dieser Seite unterschiedliche Vorstellungen und Konzepte für eine nachhaltige Textilkette gibt.

### SEIT 2004 ZERTIFIZIERT NACH OEKO-TEX® STANDARD 100



HAKRO hat sich für das Gütesiegel *OEKO-TEX® Standard 100* entschieden, es ist das weltweit führende Label für schadstoffgeprüfte Textilien; vielen Verbrauchern dürfte es unter der Bezeichnung „Textiles Vertrauen – Geprüft auf Schadstoffe“ bekannt sein. Bereits Mitte der 1990er-Jahre hatten wir die ersten zertifizierten Artikel im Sortiment, seit April 2004 sind alle unsere Kleidungsstücke mit diesem Label ausgezeichnet.

Der *OEKO-TEX® Standard 100* ist ein unabhängiges Prüf- und Zertifizierungssystem für textile Roh-, Zwischen- und Endprodukte aller Verarbeitungsstufen der Textilkette (von Garnen über Gewebe bis zu konfektionierten Artikeln) und bescheinigt, dass diese keine gesundheitsbedenklichen Substanzen enthalten – weder gesetzlich verbotene, reglementierte Substanzen noch bekanntermaßen gesundheitsbedenkliche, aber noch nicht gesetzlich geregelte Chemikalien.

Träger des Standards ist die *Internationale OEKO-TEX® Gemeinschaft*, Mitglieder sind 16 unabhängige Textilprüfinstitute aus 60 Ländern, darunter das *Hohenstein Textile Testing Institute* aus Deutschland.

Bei den antragstellenden Textilunternehmen wird vorab in einem Qualitätssicherungsaudit geprüft, ob sie die Kriterien organisatorisch dauerhaft erfüllen können; diese Prüfung wird alle drei Jahre wiederholt, bei HAKRO fand das jüngste Audit im November 2014 statt. Ferner führt *OEKO-TEX®* jährlich Kontrollen an zertifizierten Produkten in einem Umfang von mindestens 25 Prozent der ausgestellten Zertifikate durch. Unangemeldete Betriebsbesuche und Stichprobenkontrollen kommen hinzu. Bei den Kontrollen von HAKRO-Artikeln gab es bislang keine Beanstandungen.

Durch die *OEKO-TEX®*-Zertifizierung kann HAKRO seinen Kunden gegenüber gewährleisten, dass die Anforderungen der EU-Verordnung zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe (REACH) erfüllt sind. Verbraucher haben danach ein Auskunftsrecht, ob ein bestimmtes Produkt Chemikalien enthält, die auf der EU-Liste für besonders besorgniserregende Stoffe stehen. Unsere Mitarbeiter im Kundendienst sind darüber informiert, wurden dazu bislang jedoch noch nie angefragt.

Von 2004 bis 2010 war ein Teil unserer Kollektion mit dem Prüfzeichen *UV-Standard 801* ausgezeichnet, das den Schutz vor gefährlicher ultravioletter Strahlung garantiert. Aufgrund des geringen Interesses aufseiten der Händler und Verbraucher hat sich das Siegel als verzichtbar herausgestellt.

## Produktkennzeichnung

### PFLEGEETIKETTEN NENNEN HERKUNFTSLAND

Erst seit Mai 2012 müssen in der Europäischen Union (EU) verkaufte Textilien eine Angabe über die Anteile der verwendeten Textilfasern enthalten, beispielsweise „50 % Baumwolle, 50 % Polyester“. HAKRO-Artikel nennen schon seit 1987 die verwendeten Textilfasern.

Freiwillig haben wir uns ferner für eine Herkunftsangabe entschieden, auf unseren Pflegeetiketten heißt es seit 2015: „Designed in Germany – Made in ...“ (Turkey, Bangladesh, Laos, China). Das schafft Transparenz dem Verbraucher gegenüber und ist eine Anerkennung der Arbeit der Menschen, die mit größter Sorgfalt und handwerklichem Können unsere Produkte fertigen.

Sämtliche HAKRO-Artikel sind mit einem Code versehen, der uns die Rückverfolgbarkeit zum Produktionsbetrieb ermöglicht. Das dient dem Verbraucherschutz, sollte es einmal einen Rückruf geben – was bislang noch nicht der Fall war.



## Unsere Produkte im Überblick



\*a./ PERFORMANCE  
FOR WORK



\*b./ T-SHIRTS &  
LONGSLEEVES



\*c./ POLOSHIRTS



\*d./ HEMDEN & BLUSEN



\*e./ STRICK



\*f./ SWEATSHIRTS &  
SWEATJACKEN



\*g./ FUNCTION



\*h./ FLEECE & JACKEN



\*i./ KIDS & SCHOOLWEAR

## Produktionspartner und Arbeitsbedingungen

### LANGFRISTIGE BEZIEHUNGEN ERHÖHEN DEN EINFLUSS

HAKRO bezog 2015 seine Artikel von sieben Produktionspartnern in der Türkei, Bangladesch, Laos und China. Hier nähen und konfektionieren insgesamt 1.700 Frauen und Männer für uns (siehe Tabelle S. 46f.). Eigene Produktionswerke betreiben wir nicht. Auf die Partnerbetriebe in der Türkei und Bangladesch, mit denen wir seit vielen Jahren zusammenarbeiten, entfallen zusammen über vier Fünftel der gesamten von uns in Auftrag gegebenen Liefermenge. Drei Grundsätze prägen die Zusammenarbeit:

**LANGFRISTIGE BEZIEHUNGEN.** Wir pflegen langfristige Beziehungen zu unseren Produktionspartnern. Für beide Seiten ist das ein Gewinn. Je länger die Geschäftsbeziehungen dauern, umso größer wird das gegenseitige Vertrauen. Als verlässlicher, langfristiger Auftraggeber hat HAKRO naheliegenderweise auch einen größeren Einfluss auf die Arbeitsbedingungen vor Ort. Schon öfter haben unsere Initiativen dazu beigetragen, die Arbeitsbedingungen bei Produktionspartnern zu verbessern.

**KEINE SUBUNTERNEHMER.** Die Fertigung erfolgt nur bei den unmittelbar beauftragten Partnern: Wir vergeben keine Aufträge an Unternehmer, die Aufträge weiterleiten.

**GANZJÄHRIGE AUSLASTUNG.** Im Unterschied zu vielen anderen Unternehmen der Branche disponiert HAKRO nicht kurzfristig, sondern lastet die Partnerbetriebe das gesamte Jahr hindurch mit vorher vereinbarten monatlichen Stückzahlen konstant aus. Das ist ein großer Vorteil für die Partnerbetriebe, denn kontinuierliche Bestellungen garantieren einen stetigen Produktionsablauf und sichern den Mitarbeitern in den Werken einen verlässlichen Arbeitsplatz – das sind faire Handelsbeziehungen.

Lieferantenwechsel sind sehr selten. Wird ein neuer Produktionspartner gesucht, recherchiert HAKRO gründlich und prüft bei den Kandidaten vor Ort die sozialen und ökologischen Verhältnisse der Betriebe ebenso wie deren Qualitätsstandards.

Bestehende Produktionspartner besuchen wir regelmäßig; in der Regel führen Geschäftsführer und Mitarbeiter aus unseren Abteilungen Einkauf, Verkauf sowie Qualitätssicherung vor Ort Gespräche. Die Werke in der Türkei und Bangladesch werden jährlich mindestens zweimal, die Werke in Laos und China jährlich aufgesucht.

### PARTNER MÜSSEN VERHALTENSKODEX UNTERZEICHNEN

Mit der Unterzeichnung des *Global Compact* der Vereinten Nationen im Jahr 2009 machten wir die Anerkennung seiner zehn Prinzipien durch unsere Partner zur Bedingung der weiteren Zusammenarbeit. Inzwischen sind die Anforderungen an sie deutlich präziser. Als Mitglied der *Business Social Compliance Initiative* (BSCI) verpflichten wir all unsere Partner seit 2012 zur Einhaltung des *BSCI-Verhaltenskodex*.



Er beinhaltet Werte und Grundsätze hinsichtlich Arbeitszeiten und Löhne, Arbeitsschutz und Menschenrechte in den Produktionsbetrieben.

Unabhängige Prüfungen (Social Audits), beispielsweise durch die Technischen Überwachungsvereine aus Deutschland, sollen die Einhaltung der BSCI-Grundsätze bei den Produzenten kontrollieren; inzwischen werden Audits auch unangekündigt durchgeführt. Die BSCI-Teilnehmer sind verpflichtet, innerhalb von dreieinhalb Jahren nach ihrem Beitritt zwei Drittel ihrer Lieferanten in den Prozess einzubinden. Ende 2014 waren alle sieben von HAKRO beauftragten Produktionspartner auditiert.

Nichtregierungsorganisationen haben immer wieder kritisiert, dass die BSCI als Initiative der Wirtschaft zu geringe Anforderungen stellte. Es ist sicherlich auch diesen kritischen Standpunkten zu verdanken, dass der im Januar 2014 aktualisierte BSCI-Verhaltenskodex verschärft wurde – was HAKRO begrüßt.

So ist jetzt das Prinzip *Fair remuneration* in den Kodex aufgenommen. Es besagt, dass die Arbeitnehmer eine angemessene Vergütung erhalten müssen, „die ausreicht, um ihnen und ihren Familien ein menschenwürdiges Leben zu ermöglichen“ – das ist deutlich weitreichender, als nur Mindestlöhne zu fordern, wie es der Kodex von 2009 tat: Nicht in jedem Land reichen die Mindestlöhne aus, um ein menschenwürdiges Leben führen zu können.

Ursprünglich hatten wir geplant, unsere Partner für Audits durch die *Fair Wear Foundation* (FWF) zu gewinnen; HAKRO war vor seinem BSCI-Beitritt ein Jahr lang Mitglied der Stiftung (2012). Leider konnten wir einen für uns wichtigen Betrieb nicht überzeugen, sich durch die FWF auditieren zu lassen (wohl aber durch die BSCI), zumindest nicht im ersten Anlauf. Wir müssen hier akzeptieren, dass der Kodex der BSCI, dem sich bislang rund 1.500 Unternehmen (Auftraggeber) angeschlossen haben – darunter das Gros aus der Textilbranche – bei den Produktionsbetrieben mehr Anklang findet als die Anforderungen der *Fair Wear Foundation*, die lediglich ca. 80 Mitglieder zählt.

An diesem Beispiel zeigt sich, dass wir als Auftraggeber nicht denselben Einfluss haben wie Unternehmen mit eigener Produktion: Wir können nicht anordnen, wir müssen überzeugen – manchmal dauert dies etwas länger.

#### ZUSAMMENARBEIT IM BÜNDNIS FÜR NACHHALTIGE TEXTILIEN

Für ein kleineres Unternehmen, das keine eigenen Produktionswerke hat, ist es sinnvoll, gemeinsam mit anderen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen an einem Strang zu ziehen, um die sozialen und ökologischen Zustände in der Lieferkette nachhaltig zu verbessern. Deshalb ist HAKRO im Mai 2015 dem nur wenige Monate davor gegründeten *Bündnis für nachhaltige Textilien* beigetreten. Mitglieder sind Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen wie die *Kampagne für Saubere Kleidung*, Gewerkschaften und, als Initiator, das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). Ziel des Bündnisses ist es, die soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit entlang der gesamten Textilkette kontinuierlich zu verbessern.

#### „MADE IN EUROPE“ ALLEIN LÖST KEINE PROBLEME IN ASIEN

Nicht zur Diskussion steht für HAKRO, die Produktionsaufträge aus Ländern wie Bangladesch oder Laos abzuziehen und ausschließlich in Europa beziehungsweise der EU produzieren zu lassen. Zwar wäre dies ein einfacher Weg, um möglicher Kritik, etwa an den Arbeitsbedingungen in der asiatischen Textilproduktion, zu entgehen. Wir halten dies jedoch für einen kontraproduktiven Ansatz. Europäische Auftraggeber sollten ihren Einfluss nutzen, um die sozialen wie ökologischen Verhältnisse in den asiatischen Produktionsbetrieben zu verbessern.

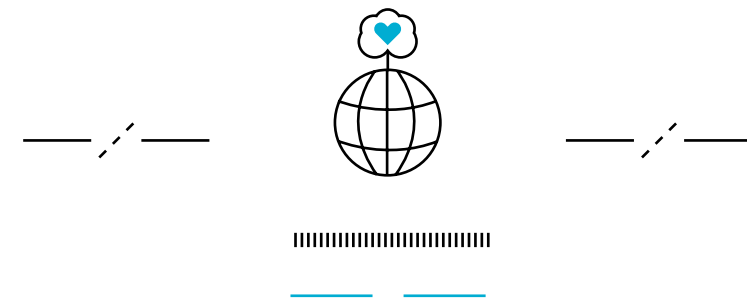
Verantwortung in der langen Textilkette tragen alle: Auftraggeber, Produzenten, Händler und Verbraucher. Es ist auch ein Verdienst der Nichtregierungsorganisationen, das öffentliche Bewusstsein in den letzten Jahren dafür geschärft zu haben, dass Bekleidung keine Ex-und-hopp-Ware sein darf.

#### TEILNAHME AM BANGLADESH ACCORD



Bangladesch steht als Produktionsstandort der Textilindustrie besonders im Fokus. Grund dafür ist der durch ein Feuer ausgelöste Einsturz des Fabrikgebäudes Rana Plaza bei Dhaka im April 2013, bei dem über 1.100 Menschen ums Leben kamen. Als Reaktion darauf entstand auf Initiative der internationalen Gewerkschaftsdachverbände *IndustriALL* und *UNI* das *Abkommen zum Brand- und Gebäudeschutz in Bangladesch*, kurz *Bangladesh Accord*. Bisher haben es rund 200 Textilunternehmen unterzeichnet. Sie sichern zu, dass in ihren Produktionsstätten Sicherheitsinspektionen durchgeführt und abhängig von den Ergebnissen der Brand-, Gebäude- sowie Arbeitsschutz verbessert werden.

Auch wenn sich der Brand- und Gebäudeschutz bei unseren Produktionspartnern in Bangladesch bereits auf einem sehr hohen Niveau befindet, hat HAKRO den *Bangladesh Accord* im Juli 2015 unterzeichnet – als weitere präventive Sicherheitsmaßnahme für die in den Werken arbeitenden Menschen.



#### UNSERE VORHABEN:

## HAKRO- Menschenrechtsengagement

Ein dauerhaftes Anliegen von HAKRO ist der Einsatz für die Menschenrechte. Die vom Menschenrechtsrat der Vereinten Nationen im Juni 2011 angenommenen Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte sind für uns das zentrale Referenzdokument zum Thema. Darin heißt es: „Die Verantwortung von Wirtschaftsunternehmen zur Achtung der Menschenrechte obliegt allen Unternehmen unabhängig von ihrer Größe, dem Sektor, dem sie angehören, ihrem operativen Umfeld, ihren Eigentumsverhältnissen und ihrer Struktur.“

Eine ausformulierte schriftliche Menschenrechtspolitik, wie sie die UN-Prinzipien den Unternehmen nahelegen, haben wir bislang nicht. Unser Nachhaltigkeitsleitbild bezieht sich jedoch bereits dezidiert auf die Menschenrechte; in der geplanten Nachhaltigkeitsstrategie werden wir uns noch ausführlicher äußern.

In der langen textilen Wertschöpfungskette beginnt der Einsatz für Menschenrechte beim Baumwollanbau. Im September 2015 hat HAKRO seine Produktionspartner angewiesen, ihre Vorlieferanten nachdrücklich darauf hinzuweisen, dass wir keine Baumwolle aus Usbekistan verarbeiten lassen wollen, solange es in diesem Land Kinder- und Zwangsarbeit bei der Baumwollernte gibt. Dazu haben wir uns der *Unternehmensverpflichtung gegen Kinder- und Zwangsarbeit im usbekischen Baumwollanbau* angeschlossen; sie ist eine Initiative des internationalen *Responsible Sourcing Network*, einer Nichtregierungsorganisation, die sich für Menschenrechte im Rohstoffsektor engagiert.

Wichtige Menschenrechte der abhängig Beschäftigten beschreiben die acht *Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation* (International Labour Organization, ILO): Es sind Übereinkommen gegen Zwangsarbeit (ILO-Abkommen Nr. 29 und Nr. 105), zur Vereinigungsfreiheit und zum Recht auf Kollektivverhandlungen (Nr. 87 und Nr. 98), zur Gleichheit des Entgelts (Nr. 100), gegen die Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf (Nr. 111), zum Mindestalter (Nr. 138) sowie zum Verbot der Kinderarbeit (Nr. 182).

Die Normen wenden sich an die Mitgliedstaaten der ILO, diese haben sie zu ratifizieren und in nationales Recht umzusetzen. Deutschland hat dies in allen acht Fällen getan. Das Textilproduktionsland China hingegen hat bisher lediglich vier der acht Kernarbeitsnormen ratifiziert.

Auch der BSCI-Kodex bezieht sich auf die ILO-Normen und verlangt deren Einhaltung durch die Produzenten. Hier gibt es einen ethischen Konflikt für Auftraggeber, die sich für die Menschenrechte einsetzen: ein Konflikt zwischen der Forderung, dass Produzenten alle Normen zu erfüllen haben, und der Tatsache, dass dies noch längst nicht in jedem Land möglich ist.



## Logistik und Vertrieb

BIS ZU SECHS WOCHEN AUF HOHER SEE



Textilien aus Bangladesch, Laos und China werden via Containerschiff transportiert, sie sind bis zu sechs Wochen unterwegs. Die in der Türkei produzierten Waren erreichen unser Logistikzentrum direkt per Lkw. Aufgrund verbesserter Disposition größerer Lagermengen ist der Transport via Flugzeug nur noch in Ausnahmefällen erforderlich. Im Jahr 2015 hatten Schiffstransporte einen Anteil von 50 Prozent an der an HAKRO gesendeten Warenmenge, Lkws einen Anteil von 49 und Flugzeuge von 1 Prozent.

Zum Straßentransport gibt es keine Alternative, da unser Standort keinen Bahnanschluss für den Güterverkehr hat.

Zu den Umweltbelastungen auf diesen Transportwegen (Emissionen von Kohlendioxid und Schadstoffen) liegen uns bislang keine Daten vor. Dies ist ein Punkt, an dem wir in den nächsten Jahren arbeiten werden (→ [siehe auch Kapitel „Umwelt“](#)).

Zu unseren Qualitätsmerkmalen gehört es, Waren stets verfügbar zu haben, um sie binnen 24 Stunden an die Kunden ausliefern zu können; das ist das „Never-out-of-Stock-Prinzip“ (NOS). Deshalb umfasst unser Hochregallager in Schrozberg rund drei Millionen Artikel.

Der Versand der Ware an den Fachhandel erfolgt seit Januar 2015 weitgehend klimaneutral: Der von uns beauftragte Paketdienstleister errechnet die durch den Versand verursachten Kohlendioxidemissionen; HAKRO erwirbt Klimaschutzzertifikate, die im selben Umfang Investitionen in Ausgleichsmaßnahmen zum Walderhalt oder zur Förderung regenerativer Energien garantieren.

## HAKRO-Produktionspartner (Fertigungsbetriebe) 2015

Land	Türkei	Bangladesch – Betrieb 1	Bangladesch – Betrieb 2	Laos – Betrieb 1	Laos – Betrieb 2	VR China – Betrieb 1	VR China – Betrieb 2
<b>Fabrikstandort</b>	nahe Istanbul	Dhaka	Dhaka	Vientiane	Vientiane	Dongguan	Shenzen
<b>HAKRO-Lieferant seit</b>	2002	2007 (bis Herbst 2015)	1999	2012	2011	2011	2012
<b>Fertigung von</b>	T-Shirts, Poloshirts, Sweatshirts und Sweatjacken aus Rundstrick, Fleece	T-Shirts, Poloshirts aus Rundstrick	T-Shirts, Poloshirts aus Rundstrick	Blusen, Hemden	Funktionsbekleidung	Outdoor-Jacken	Strickwaren
<b>Baumwollbezug der Fabrik aus</b>	Fernost, Ägypten	USA, Ägypten, Zypern, Australien	USA, Ägypten, Zypern, Australien	China	USA, China	keine	China (Wolle aus Australien)
<b>Anteil an HAKRO-Liefermenge 2015</b>	51 %	21 %	13 %	5 %	4 %	4 %	2 %
<b>Mitarbeiter (für HAKRO tätig)</b>	650	350	300	100	100	100	100
<b>Land und ILO-Kernarbeitsnormen</b>	8 von 8 ratifiziert	7 von 8 ratifiziert (nicht ratifiziert: C138)		5 von 8 ratifiziert (nicht ratifiziert: C87, C98, C105)		4 von 8 ratifiziert (nicht ratifiziert: C29, C87, C98, C105)	
<b>BSCI-auditiert</b>	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
<b>Lohnverhältnisse</b>	über Mindestlohn	über Mindestlohn	über Mindestlohn	über Mindestlohn	über Mindestlohn	Mindestlohn	Mindestlohn
<b>Freiwillige Sozialleistungen durch Fabrikant</b>	Bustransfer, Kantine, Betriebsarzt	Bustransfer, Kantine, Betriebsarzt	Bustransfer, Kantine, Betriebsarzt	Kantine, Unterkunft, Betriebsarzt, Bildung	Kantine, Unterkunft, Betriebsarzt, Bildung	Kantine, Unterkunft, Betriebsarzt	Kantine, Betriebsarzt
<b>Freiwillige Sozialleistungen durch HAKRO</b>	nein	ja (Reisprojekt, Impfprojekt)	ja (Fairshare, ab 2016)	nein	nein	nein	nein
<b>Vor-Ort-Besuche durch HAKRO 2011-2015</b>	jährlich mindestens zweimal	jährlich mindestens zweimal	jährlich mindestens zweimal	jährlich	jährlich	jährlich	jährlich





*Günter Hofelner* wurde 2014 im Alter von 63 Jahren bei HAKRO eingestellt. Damit ist er der jüngste und zugleich der älteste Mitarbeiter des Unternehmens. Mit seinen Kolleginnen und Kollegen kümmert er sich um den schnellen Versand der Waren.

Günter Hofelner

WERTSCHÄTZEND / --  
Die Haltung des Unternehmens



## Marketing und Sponsoring

ETHIK ZÄHLT AUCH HIER



Da HAKRO nicht im B2C-Geschäft tätig ist, betreiben wir vergleichsweise wenig Werbung. Dabei halten wir uns an den konsolidierten Ethikkodex der *Internationalen Handelskammer (ICC)* zur Praxis der Werbe- und Marketingkommunikation.

Dazu gehört, dass wir auf Vielfalt achten und keine extrem schlanken Menschen zeigen.

Aktiv sind wir im Sponsoring von Sportvereinen und -veranstaltungen, da diese wichtige Markenbotschafter für uns sind. Im Geschäftsjahr 2015 haben wir rund 350.000 Euro für das Sponsoring ausgegeben.

Unsere Sponsoringverträge sehen vor, dass wir Doping oder anderes unsportliches Verhalten nicht tolerieren; in einem solchen Fall behalten wir uns die Beendigung der Geschäftsbeziehung vor.

## Gebrauch und Verwertung

BEIM WASCHEN ANS ENERGIESPAREN DENKEN



Wie Endverbraucher mit unseren Textilien umgehen, darauf haben wir keinen unmittelbaren Einfluss. Doch wir können einen Beitrag leisten, damit die Ökobilanz in der Gebrauchsphase besser ausfällt: durch Informationen und Tipps für die Verbraucher.

Seit 2012 sind die Pflegeetiquetten mit dem Hinweis *Think Green – Wash at 30 °C* versehen. HAKRO empfiehlt, die Textilien bei reduzierter Temperatur zu waschen: Waschen bei 30 statt 60 °C halbiert den Strombedarf eines Waschgangs, die verringerte Temperatur reicht in der Regel für ein sauberes Ergebnis völlig aus. Die internationale Vereinigung für Pflegekennzeichnung *GINETEX* empfiehlt dies inzwischen auch auf ihrer 2014 gestarteten Verbraucher-Website *Clevertcare*, die Tipps zur umweltbewussten Textilpflege gibt.

Auch ein Shirt von HAKRO wird irgendwann ausgemustert. Wünschenswert wäre, dass die Verbraucher es nicht in den Restmüll (womit es in der Müllverbrennung endet), sondern in die Altkleidercontainer seriöser Sammler werfen – etwa der im Dachverband *FairWertung* zusammengeschlossenen karitativen Organisationen. Sind die Textilien noch gut erhalten, ist der Kleidertausch oder Secondhandverkauf die ökologisch deutlich bessere Wahl.

## Nachhaltigkeitsaspekte der Textilkette

Fertigungsstufe	Arbeitsschritte	Nachhaltigkeitsaspekte	HAKRO-Maßnahmen
Faserproduktion	/ Anbau von Naturfasern	/ Baumwolle: Risiko von Menschenrechtsverletzungen (Zwangs- und Kinderarbeit); Umweltbelastungen (Wasserbedarf, Pestizideinsatz)	/ Verzicht auf Baumwolle aus Usbekistan
	/ Erdölgewinnung	/ Erdöl: endlicher Rohstoff, Klimabelastung	/ Erste Artikel aus Bio-Baumwolle (geplant ab 2017)
Textilerzeugung	/ Spinnen	/ Arbeitsbedingungen	/ BSCI-Kodex
	/ Weben	/ Energiebedarf	/ Einsatz von langen Baumwollfasern (längere Lebensdauer)
	/ Stricken		/ bluesign®-Systempartner
Textilveredelung	/ Mechanisch bearbeiten (kalandern, krumpfen, schmirgeln)	/ Arbeitsbedingungen	/ Oeko-Tex® Standard 100
	/ Chemisch bearbeiten (bleichen, färben, ausrüsten, drucken)	/ Chemikalieneinsatz / Wasser- und Energiebedarf	/ bluesign®-Systempartner
Textilkonfektion	/ Zuschneiden	/ Arbeitsbedingungen	
	/ Nähen	/ Energiebedarf	/ BSCI-Kodex
	/ Verpacken	/ Ressourceneffizienz (Verschnitt) / Verpackungsmaterial	
Vertrieb	/ Transport von Textilfabriken zu Unternehmen – Handel	/ Umweltbelastungen durch Emissionen (CO <sub>2</sub> , NO <sub>x</sub> , SO <sub>2</sub> )	/ Reduzierung der Flugware / Klimaneutraler Warenversand an die Fachhändler
Nutzung	/ Waschen	/ Ex-und-hopp-Mentalität (Quantität statt Qualität)	/ Sehr hohe Qualitätsstandards (längere Lebensdauer)
	/ Reinigen	/ Wasser- und Energiebedarf	/ Pflegehinweis <i>Think Green – Wash at 30 °C</i>
		/ Waschmittelverbrauch (Chemikalien)	
Verwertung	/ Entsorgen	/ Altkleidersammlungen mitunter problematisch	/ Textilspenden für soziale Projekte
	/ Verschenken (secondhand)	/ Werkstoffliches Recycling	

\* / Quellen: OEKO-TEX® Gemeinschaft, eigene Recherchen/HAKRO

# BSCI-Verhaltenskodex 2014

// WORTLAUT (AUSZÜGE)

(...)

## V. Grundsätze

Die BSCI-Teilnehmer erwarten von all ihren Geschäftspartnern die Einhaltung des BSCI-Verhaltenskodexes. Darüber hinaus haben alle Geschäftspartner, die im Hinblick auf die Einhaltung der nachstehenden Grundsätze überwacht werden, nachzuweisen, dass sie (a) alle erforderlichen Maßnahmen ergreifen, um ihre eigene Einhaltung des BSCI-Verhaltenskodexes sicherzustellen, und (b) zumutbare Maßnahmen ergreifen, um zu gewährleisten, dass alle ihre an den Produktionsprozessen beteiligten Geschäftspartner den BSCI-Verhaltenskodex einhalten.

### DAS RECHT DER VEREINIGUNGSFREIHEIT UND DAS RECHT AUF KOLLEKTIVVERHANDLUNGEN.

Die Geschäftspartner: (a) achten das Recht der Arbeitnehmer, in freier und demokratischer Art und Weise Gewerkschaften zu gründen; (b) üben gegenüber den Arbeitnehmern keine Diskriminierung aufgrund einer Gewerkschaftszugehörigkeit aus und (c) achten das Recht der Arbeitnehmer auf Kollektivverhandlungen. (...)

**KEINE DISKRIMINIERUNG.** Den Geschäftspartnern ist es untersagt, Personen aufgrund von Geschlecht, Alter, Religion, Rasse, Kaste, Geburt, sozialem Hintergrund, Behinderung, ethnischer oder nationaler Herkunft, Nationalität, Mitgliedschaft in Arbeitnehmerorganisationen einschließlich Gewerkschaften, politischer Mitgliedschaft oder Anschauung, sexueller Neigung, familiären Verpflichtungen, Zivilstand oder einer anderen Situation, die eine Diskriminierung zur Folge haben könnte, zu diskriminieren, auszugrenzen oder zu bevorzugen. Insbesondere dürfen Arbeitnehmer aus den oben genannten Gründen keinen Schikanen oder Disziplinarmaßnahmen ausgesetzt werden.

**ANGEMESSENE VERGÜTUNG.** Die Geschäftspartner halten diesen Grundsatz ein, wenn sie unbeschadet der im Rahmen dieser Vereinbarung dargelegten spezifischen Erwartungen das Recht der Arbeitnehmer auf eine angemessene Vergütung, die ausreicht, um ihnen und ihren Familien ein menschenwürdiges Leben zu ermöglichen, sowie auf gesetzlich gewährte Sozialleistungen achten. (...)

**ZUMUTBARE ARBEITSZEITEN.** Die Geschäftspartner halten diesen Grundsatz unbeschadet der im Rahmen dieser Vereinbarung dargelegten spezifischen Erwartungen ein, wenn sie sicherstellen, dass die Arbeitnehmer nicht mehr als 48 reguläre Stunden pro Woche arbeiten müssen. Allerdings erkennt die BSCI die von der ILO festgelegten Ausnahmen an. (...)

**ARBEITSSCHUTZ.** Die Geschäftspartner halten diesen Grundsatz unbeschadet der im Rahmen dieser Vereinbarung dargelegten spezifischen Erwartungen ein, wenn sie das Recht der Arbeitnehmer und lokalen Gemeinschaften auf gesunde Arbeits- und Lebensbedingungen achten. Schutzbedürftige Einzelpersonen wie – aber

nicht beschränkt auf – jugendliche Arbeitnehmer, junge Mütter und Schwangere sowie Menschen mit Behinderungen erhalten einen besonderen Schutz. (...)

**KEINE KINDERARBEIT.** Die Geschäftspartner halten diesen Grundsatz ein, wenn sie weder direkt noch indirekt Kinder unter dem gesetzlichen Mindestalter für die Ableistung der Schulpflicht, das nicht weniger als 15 Jahre betragen darf, beschäftigen, es sei denn, es gelten die von der ILO anerkannten Ausnahmeregelungen. (...)

**Besonderer Schutz für jugendliche Arbeitnehmer.** Die Geschäftspartner halten diesen Grundsatz unbeschadet der im Rahmen dieses Grundsatzes dargelegten spezifischen Erwartungen ein, wenn sie sicherstellen, dass Jugendliche keine Nachtarbeit verrichten und gegen Arbeitsbedingungen geschützt sind, die ihre Gesundheit, Sicherheit, Moral und Entwicklung gefährden. (...)

**KEINE PREKÄRE BESCHÄFTIGUNG.** Die Geschäftspartner halten diesen Grundsatz ein, wenn sie unbeschadet der in diesem Kapitel festgelegten spezifischen Erwartungen (a) gewährleisten, dass ihre Beschäftigungsverhältnisse weder zu Unsicherheit noch zu einer sozialen oder wirtschaftlichen Gefährdung ihrer Arbeitnehmer führen; (b) wenn die Tätigkeit auf der Grundlage eines anerkannten und dokumentierten Beschäftigungsverhältnisses ausgeübt wird, das in Übereinstimmung mit den nationalen Rechtsvorschriften, Gepflogenheiten oder Praktiken und internationalen Arbeitsnormen zustande kommt, je nachdem, was umfangreicheren Schutz bietet. (...)

**KEINE ZWANGSARBEIT.** Die Geschäftspartner dürfen auf keine wie auch immer geartete Form von Knechtschaft, Zwangs- oder Pflichtarbeit, Leibeigenschaft, Menschenhandel oder unfreiwilliger Arbeit zurückgreifen. Geschäftspartner riskieren, dass gegen sie Vorwürfe der Komplizenschaft erhoben werden, wenn sie von diesen Formen von Arbeit durch ihre Geschäftspartner profitieren. (...)

**UMWELTSCHUTZ.** Die Geschäftspartner halten diesen Grundsatz ein, wenn sie unbeschadet der in diesem Kapitel festgelegten spezifischen Erwartungen die erforderlichen Maßnahmen zur Vermeidung von Umweltschäden treffen.

Die Geschäftspartner sollten das operative Geschäft auf erhebliche Umweltauswirkungen überprüfen und wirksame Richtlinien und Verfahren festlegen, die ihre Verantwortung für die Umwelt widerspiegeln. Sie werden die Umsetzung angemessener Maßnahmen sicherstellen, um die nachteiligen Auswirkungen auf die Gemeinschaft, natürliche Ressourcen und die Umwelt insgesamt zu reduzieren.

**ETHISCHES WIRTSCHAFTEN.** Die Geschäftspartner halten diesen Grundsatz ein, wenn sie unbeschadet der in diesem Kapitel festgelegten Ziele und Erwartungen weder an Korruption, Erpressung oder Veruntreuung noch an irgendeiner Form der Bestechung beteiligt sind – einschließlich, aber nicht beschränkt auf das Versprechen, das Angebot oder die Gewährung eines unlauteren finanziellen oder sonstigen Anreizes. (...)

→ [Der vollständige BSCI-Verhaltenskodex ist abrufbar unter www.hakro.com](http://www.hakro.com) (Rubrik „Downloads“).

## Unsere Ziele für 2016–2017

DIE WICHTIGSTEN MASSNAHMEN IM HANDLUNGSFELD PRODUKTE UND PRODUKTIONSBEDINGUNGEN

**MANAGEMENT:** In der Markenkommunikation soll das Thema Qualität künftig noch stärker herausgestellt werden. Die Entwicklung des *Bündnisses für nachhaltige Textilien* werden wir aktiv begleiten.

**PRODUKTION:** Wir prüfen eine Teilnahme am *Fairtrade-Programm für Baumwolle* von *Fairtrade International*. Dabei müssen mindestens fünf Prozent des gesamten Baumwollvolumens eines Unternehmens den *Fairtrade*-Standard erfüllen. Die Teilnehmer verpflichten sich ferner zu einer stufenweisen Erhöhung der *Fairtrade*-Beimischungen innerhalb von fünf Jahren.

**GEBRAUCH:** Das von *GINETEX* entworfene *Clevercare*-Logo, das auf die gleichnamige Website verweist, wird HAKRO künftig nutzen. Damit erhalten die Endverbraucher Hinweise, wie sie Textilien möglichst umweltschonend waschen und pflegen können. Mit einem kleinen Verbraucherratgeber wollen wir zudem über den nachhaltigen Kauf und Gebrauch von Bekleidung informieren.

→ [Alle Ziele im Überblick nennt das Nachhaltigkeitsprogramm von HAKRO \(s. Seite 25\).](#)



# 03

## Mitarbeiter

→ : S. 55 - 76

Attraktiver Arbeitgeber	S. 58
Chancengleichheit	S. 58
Unsere Vorhaben	S. 59
Einbindung aller Kollegen	S. 60
Aus- und Weiterbildung	S. 64
Arbeits- und Gesundheitsschutz	S. 65
Unsere Ziele für 2016-2017	S. 76

: NACHHALTIGKEIT HEISST  
FÜR UNS: HAKRO BIETET  
ATTRAKTIVE, LANGFRISTIGE  
ARBEITSPLÄTZE SOWIE EIN  
VON FAIRNESS UND OFFEN-  
HEIT, RESPEKT UND WERT-  
SCHÄTZUNG GEPRÄGTES  
UMFELD, IN DEM ALLE MIT-  
ARBEITERINNEN UND MITAR-  
BEITER GLEICHE CHANCEN  
HABEN.

## Mitarbeiter

### DER ÜBERBLICK:

KRÄFTIGER TEAMZUWACHS  
FRAUENQUOTE VON 67 PROZENT  
UNTERZEICHNER DER CHARTA DER VIELFALT  
CHANCEN FÜR MENSCHEN MIT HANDICAP  
WÖCHENTLICHER „FREUTAG“  
PROJEKT VERHALTENSKODEX



HAKRO ist ein Familienunternehmen, hier kennen die Geschäftsführer ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch mit Namen – selbst wenn wir in den vergangenen Jahren stark gewachsen sind: von 2011 bis Ende 2015 um 42 Köpfe auf aktuell 126 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (plus 50 Prozent). Je die Hälfte der Belegschaft arbeitet in der Verwaltung und in der Logistik, knapp die Hälfte ist in Teilzeit tätig.

Für den demografischen Wandel sieht sich HAKRO mit seinem altersgemischten Team gut gewappnet. Das hat auch der *Selbstcheck altersgerechte Personalentwicklung* von AGE CERT gezeigt, den wir 2015 durchgeführt haben.

Fairness und Offenheit, Chancengleichheit und Mitarbeiterzufriedenheit kennzeichnen unsere Personalpolitik – das spricht sich herum: Unsere Bewerber kommen meist aufgrund persönlicher Empfehlungen und Mundpropaganda auf uns zu.

Unser kollegialer, wertschätzender Umgang miteinander und das gute Arbeitsklima sind die beste Werbung in eigener Sache.

Was es bei uns nicht gibt, das ist die zeitlich befristete (Leih-)Arbeit: Menschen nur bei Auftragsspitzen einzustellen und sie anschließend in eine ungewisse Zukunft zu entlassen, entspricht nicht unserem Verständnis von verantwortungsbewusster Personalpolitik.

### CHARAKTER WICHTIGER ALS ZEUGNISSE

Zeugnisse und Lebensläufe spielen bei den Bewerbungsgesprächen nicht die einzige Rolle. Was uns neben der beruflichen Qualifikation besonders interessiert, das sind der Charakter und die Motivation der Bewerber. Zumal wir auch Menschen eine Chance geben, die es in unserer Gesellschaft nicht leicht haben.

Eine Besonderheit ist unsere sogenannte Kompetenzschmiede: Alle neuen Kolleginnen und Kollegen – auch die Bürokräfte – lernen in den ersten zwei Monaten die Abläufe im Logistikzentrum kennen. Deshalb sind auch unsere Verwaltungsmitarbeiter bestens mit dem Kommissionieren und Packen, dem Warenein- und -ausgang vertraut.

## Attraktiver Arbeitgeber

MITARBEITER SIND AM ERFOLG BETEILIGT

Als Mitglied im *Verband für Dienstleistung, Groß- und Außenhandel Baden-Württemberg* (VDGA), der auch Arbeitgeberverband ist, zahlt HAKRO mindestens den Tariflohn, in vielen Fällen auch über Tarif. Zu 13 Monatsgehältern kommt bei erfolgreichem Jahresabschluss ein Bonus hinzu, der ein halbes bis ganzes Monatsgehalt erreichen kann. In den Jahren 2012, 2013, 2014 und 2015 wurde zusätzlich ein volles Monatsgehalt ausgezahlt. Jeweils für die 10-, 20- und 30-jährige Betriebszugehörigkeit gibt es Jubiläumzahlungen. Seit Dezember 2015 besteht zudem ein Gruppenvertrag für die betriebliche Altersversorgung (bAV) mit Arbeitgeberzuschuss. Darüber hinaus erhalten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch viele kleine Aufmerksamkeiten von Geburtstagsgutscheinen über Weihnachtsgeschenke bis hin zu unseren wöchentlichen „Freitag“-Verkostungen oder Freikarten für Kultur- und Sportereignisse.

## FAMILIE UND BERUF VEREINBAREN

Als Familienunternehmen möchte HAKRO, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihr Berufs- und Privatleben gut vereinbaren können. Einen wichtigen Beitrag leisten hier angepasste Arbeitszeitmodelle. Seit Oktober 2014 können die Angestellten in der Verwaltung in Gleitzeit arbeiten. Für Wiedereinsteigerinnen und Wiedereinsteiger, etwa nach der Elternzeit, bieten wir flexible Arbeitszeiten.

Ein öffentliches Bekenntnis zum Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist die Mitgliedschaft im *Unternehmensnetzwerk Erfolgsfaktor Familie*, dem HAKRO im März 2015 durch die Unterzeichnung der gleichnamigen Grundsatzerklärung beigetreten ist.

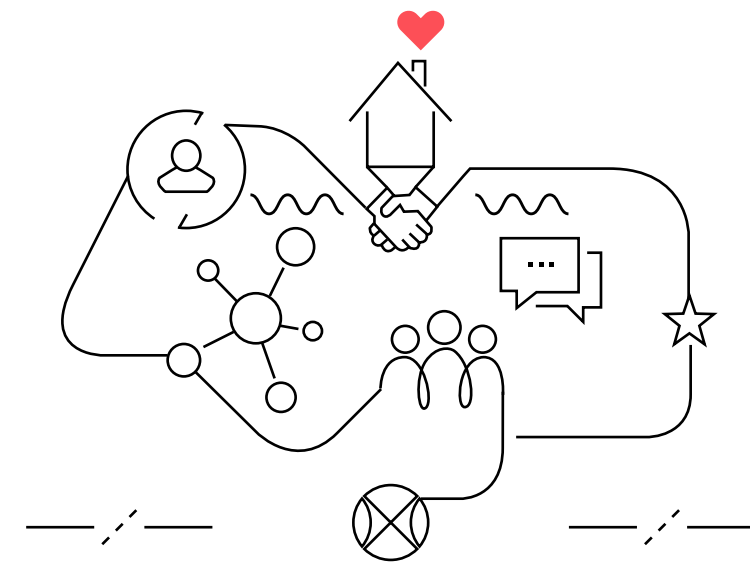


## Chancengleichheit

VIELFALT BEREICHERT



In der Zusammensetzung seines Teams achtet HAKRO auf eine möglichst große Vielfalt, denn sie bereichert den Horizont und Erfahrungsschatz aller. Ein öffentliches Bekenntnis zur Chancengleichheit ist die Unterzeichnung der *Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland* (März 2015), deren Kernaussage wir in unser Nachhaltigkeitsleitbild aufgenommen haben. Beschwerden aus der Belegschaft bezüglich möglicher Verstöße gegen das *Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz* (AGG) gab es im Berichtszeitraum nicht.



UNSERE  
VORHABEN:

# HAKRO-Verhaltenskodex

Werte sind die Grundlage unseres Wirtschaftens. Ein Verhaltenskodex, etwa für den Umgang untereinander im Team, gilt zwar *de facto*, ist aber noch nicht schriftlich formuliert: Mit dem *HAKRO-Verhaltenskodex* wollen wir dies nachholen. Unser Team wächst schnell, der Kodex soll deshalb besonders neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern helfen, sich mit dem „HAKRO-Spirit“ schnell vertraut zu machen.

Der Kodex wird auch die grundlegenden ethischen Prinzipien der Unternehmensführung benennen, für die die Geschäftsführer verantwortlich sind. Und wir werden hier unsere Erwartungen an Dienstleister und Produktionspartner ausdrücken und die Grundsätze verantwortungsbewusster und vertrauensvoller Zusammenarbeit beschreiben.

Auch hier müssen wir nicht alles neu erfinden: HAKRO hat sich zu einigen Kodizes und Erklärungen bekannt, deren Kernaussagen in den Verhaltenskodex integriert werden sollen. Die Prinzipien des *Global Compact* und der *WIN-Charta* gehören dazu (Unternehmensführung), die *Charta der Vielfalt* und die Erklärung *Erfolgsfaktor Familie* (Team) ebenso wie der *BSCI-Kodex* und der *Bangladesh Accord* (Produktionspartner).

Die Herausforderung besteht darin, auf dieser Grundlage einen „sprechenden“ Kodex zu formulieren, der für das Team und alle Partner eine wirkliche Hilfe in der Zusammenarbeit ist.





Frauen stellen bei HAKRO seit Langem die Mehrheit der Belegschaft, 2015 betrug ihr Anteil 67 Prozent; die Geschäftsführung ist paritätisch besetzt. Eine Selbstverständlichkeit für das Unternehmen ist es, Frauen und Männern für die gleiche Arbeit den gleichen Lohn zu zahlen (Equal Pay). Öffentlich setzen wir uns für die Chancengleichheit von Frauen im Wirtschaftsleben ein, einschließlich einer größeren Präsenz von Frauen in der immer noch männlich dominierten Unternehmerschaft.

Als erstes deutsches Unternehmen der Textilbranche hat HAKRO die *Grundsätze zur Stärkung der Frauen in Unternehmen* (Women's Empowerment Principles, WEP) unterzeichnet (Mai 2015), die der *UN Global Compact* mit *UN Women* formuliert hat. Die WEP sind die erste weltweite Erklärung, die sich gezielt der betrieblichen Förderung und Stärkung von Frauen widmet. Mit den WEP bekennen sich die Unternehmen dazu, die Gleichstellung ernst zu nehmen. Nicht missen wollen wir auch die kulturelle Vielfalt des Teams: Ein Fünftel der Belegschaft hat ausländische Wurzeln. Dieser Anteil ist in den letzten Jahren gestiegen.

Durch einen privaten Kontakt arbeitet HAKRO seit 2011 mit der *Konrad-Biesalski-Schule* (KBS) zusammen: einer privaten, staatlich anerkannten Heimsonderschule für körperbehinderte Kinder und Jugendliche in Wört (Ostalbkreis). Einen Schüler der KBS konnten wir 2011 in das Versandteam integrieren. Das Praktikum bestand er mühelos, seitdem arbeitet er unbefristet bei uns. Beeindruckend ist, wie gut die Integration im Team klappt: Die Kollegen bieten jederzeit ihre Unterstützung an, wenn sie benötigt wird. Mittlerweile konnten wir mehrere KBS-Praktikanten bei uns an das Arbeitsleben heranzuführen.

## Einbindung aller Kollegen

### DIE TÜREN STEHEN OFFEN

Bei HAKRO sind die Türen der Geschäftsführung sowie der Bereichs- und Teamleiter stets offen für schnelle Nachfragen, Ideen oder Informationen des Teams. Viel läuft bei uns über den „Flurfunk“: Die unbürokratische Kommunikation möchten wir nicht missen. Ein kommunikativer Treffpunkt sind die beiden Bistros und die Schwarzen Bretter mit internen Informationen.

Verbesserungsvorschläge können Mitarbeiter jederzeit bei ihrer Bereichs- und Teamleitung oder direkt bei der Geschäftsführung machen, auf ein bürokratisches schriftliches Vorschlagswesen haben wir deshalb bislang bewusst verzichtet. In den Abteilungs- und Teamtreffen werden die Vorschläge besprochen und auf ihre Umsetzbarkeit geprüft. Beiderseitige Anregungen und Vorschläge gibt es ferner in den jährlichen Personalgesprächen, die die Bereichs- und Teamleiter führen; hier werden auch die Zielvereinbarungen getroffen. Bei Problemen ließen sich bislang noch immer einvernehmliche Lösungen finden.

Seit Mai 2015 veröffentlichen wir den internen „HAKRO-Nachhaltigkeitsbrief fürs Team“: Mit ihm informieren wir monatlich darüber, was sich bei uns in Sachen Nachhaltigkeit tut und welche neuen Entwicklungen es diesbezüglich in der Textilbranche gibt.

Für einen nachhaltigen Lebensstil sensibilisieren wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit nützlichen Ratgebern, beispielsweise dem vom Umweltministerium Baden-Württemberg veröffentlichten „Themenheft Mode und Textil“ oder dem „PrimaKlima-Kochbüchle“.

### BEFRAGUNG ZUM NACHHALTIGKEITSLEITBILD

Im Mai 2015 befragte die Geschäftsführung das gesamte Team zum Entwurf des Nachhaltigkeitsleitbildes, um zu erfahren, ob sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter damit identifizieren können. Beteiligt hatten sich 93 Beschäftigte (78 % der Belegschaft). Es war die erste schriftliche Mitarbeiterumfrage von HAKRO. Das Ergebnis: Auf einer Skala von 1 bis 6 erhielt der Entwurf die Gesamtnote 1,4. Das Leitbild wird jetzt als Anlage bei neu abgeschlossenen Arbeitsverträgen ausgehändigt.

Als Anreiz für die Teilnahme an der Umfrage hatte die Geschäftsführung angekündigt, für jeden abgegebenen Antwortbogen 10 Euro für gute Zwecke zu spenden: Wir haben von 930 auf 1.000 Euro aufgerundet. Die Summe ging je zur Hälfte an den Evangelischen Kindergarten Schrozberg (sozial und lokal) und den Naturschutzbund (NABU) Baden-Württemberg, Ortsgruppe Rot am See (ökologisch und regional).

Befragt haben wir unser Team dabei auch nach Ideen und Vorschlägen zur Nachhaltigkeit bei HAKRO. Eine Auswahl der vielen Vorschläge findet sich am Ende dieses Kapitels, einige davon sind in das Nachhaltigkeitsprogramm eingeflossen.

### ZUSAMMENHALT STÄRKEN

Wie eng der Zusammenhalt bei HAKRO ist, das zeigen die gemeinsamen Freizeitaktivitäten. Ein Beispiel: Das Endspiel der Fußballweltmeisterschaft 2014 verfolgten viele von uns gemeinsam auf einer Großbildleinwand im Hochregallager.

Beim jährlich im Juli in Schrozberg stattfindenden *HAKRO-Stadtlauf* geht das Team „HAKRO & Friends“ an den Start, angefeuert von Kolleginnen und Kollegen am Streckenverlauf. Und bei den Heimspielen der Basketballer von den *Crailsheim Merlins* oder den Footballern der *Franken Knights* sitzen auf den Tribünen oft unsere Delegationen; Mitarbeiter erhalten Freikarten für die von HAKRO gesponserten Sportteams (zum Sponsoring → [siehe Kapitel „Produkte“](#)). Darüber hinaus gibt es viele weitere Aktionen, bei denen sich das Team von HAKRO gemeinsam engagiert (→ [siehe auch Kapitel „Engagement“](#)).





Nicole Trumpp | Hannelore Dümmler |  
Christina Dümmler

VERBUNDEN / --  
Die Mitarbeiter

Drei Kolleginnen, eine Familie. *Hannelore Dümmler* und ihre Töchter arbeiten in der HAKRO-Verwaltung. Die Mutter ist Leiterin der Finanzbuchhaltung und Prokuristin. *Nicole Trumpp* (links) ist ebenfalls Finanzbuchhalterin, *Christina Dümmler* (rechts) kümmert sich um die Qualitätssicherung.



## Aus- und Weiterbildung

### KOMPETENZEN FÖRDERN

Die hohen Qualitätsstandards kann HAKRO nur mit einem motivierten und gut geschulten Team erreichen. Ein vielfältiges Programm an Weiterbildungskursen steht deshalb jährlich auf dem Ausbildungs- und Schulungsplan der *HAKRO-Akademie*. Zertifikate und Bescheinigungen über absolvierte Schulungen werden in den Personalakten hinterlegt.

Im Terminkalender des Vertriebs- und Einkaufsteams steht ein wöchentlicher Fremdsprachenunterricht (Englisch, Französisch), alle 14 Tage gibt es Kurse zur Warenkunde und Betriebswirtschaft. Eine externe Beraterin führt zweimal im Jahr Telefon-, Team- und Einzelcoachings durch.

Im Jahr 2015 haben wir rund 80 Prozent der Belegschaft zu Fragen der Persönlichkeit sowie zu den Themen Qualitätsmanagement, Arbeitsschutz und Unternehmensverantwortung weitergebildet; für 60 Prozent der Angestellten stand die Weiterbildung in Sachen Warenkunde auf dem Programm.

### AUSBILDUNGSQUOTE VERDOPPELT

HAKRO bildet in drei Berufen aus: Groß- und Außenhandelskauffrau/-mann, Kauffrau/-mann für Bürokommunikation und Fachlagerist/-in. Unseren Nachwuchskräften vermitteln wir, dass es uns auf Sorgfalt, Akkuratess und vor allem auf die Qualität ankommt – in allen Unternehmensbereichen. Ende 2015 lernten im Unternehmen sechs Auszubildende, das waren nahezu fünf Prozent aller Beschäftigten. Seit 2011 hat sich die Ausbildungsquote mehr als verdoppelt. Eine erfolgreich abgeschlossene Ausbildung bei HAKRO ist mit einem anschließenden Arbeitsplatzangebot verbunden.

Nachwuchskräfte durchlaufen unabhängig von ihrem gewählten Beruf alle Abteilungen. In den ersten Monaten lernen sie die Logistik kennen (Warenanlieferung, Kommissionierung, Versand, Retourenbehandlung), anschließend die Kundenbetreuung (Service, Beratung, Auftragserfassung, Marketing), dann die Abteilungen Einkauf, Buchhaltung und Qualitätssicherung. Was uns besonders wichtig ist: Weil die Berufsschulen vornehmlich betriebswirtschaftliche Themen behandeln, schulen wir selbst in textiler Warenkunde. Dieses fachliche Know-how ist für uns unverzichtbar.

Schülern bieten wir ein einwöchiges Schnupperpraktikum an, in dem sie die verschiedenen Ausbildungsberufe kennenlernen können.

Auch Hochschulabsolventen eröffnet HAKRO einen qualifizierten Berufseinstieg. In Kooperation mit der *LDT Nagold – Akademie für Mode-Management* bietet das Unternehmen einen Studienplatz für das 30-monatige duale Studium zum Textilbetriebswirt (BTE). Bei dieser

praxisorientierten Art des Studiums verbringen die Studenten zweieinhalb Jahre abwechselnd im Betrieb und in der Akademie. Während dieser 30 Monate unterstützen wir die Studierenden nicht nur in den Praxisphasen, sondern auch bei den Semesterarbeiten und Fallstudien. Zudem übernehmen wir einen Teil der Studiengebühren. Zum Studium gehört die Ausbildereignungsprüfung IHK, ferner kann der Fachabschluss *Business English IHK* abgelegt werden.

Einen ähnlichen Aufbau hat das berufsbegleitende Hochschulstudium an der Akademie *Würth Business School* in Künzelsau, mit der wir ebenfalls zusammenarbeiten. Die Weiterbildung auf akademischem Niveau wird mit dem *Bachelor of Arts* im Fach Betriebswirtschaft abgeschlossen. Die Studiendauer beträgt sieben Semester, auch hier beteiligt sich HAKRO an den Studiengebühren.

## Arbeits- und Gesundheitsschutz

### PRÄVENTION GEWINNT

Lebensbedrohliche Arbeitsunfälle musste HAKRO glücklicherweise noch nicht melden. Die häufigste Unfallart sind Schnittverletzungen an den Händen (bedingt durch die scharfen Kanten der Transportkartons und das Öffnen von Paketen mit Cuttermessern). Die höchste Unfallquote gab es im Jahr 2011 mit 6,0 Prozent, bis zum Jahr 2015 sank die Quote erfreulicherweise deutlich auf 1,6 Prozent – wir haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter intensiver aufgeklärt und neue Schneidmesser angeschafft, deren Klängen selbstständig einfahren.

Zwei Beauftragte für Arbeitssicherheit sind im Betrieb benannt. Zudem unterstützt ein externer Dienstleister HAKRO beim betrieblichen Arbeitsschutz sowie in der arbeitsmedizinischen Betreuung. Unser Arbeitsschutzausschuss trifft sich jährlich.

Um Rückenbeschwerden vorzubeugen, hatte HAKRO 2012 einen Physiotherapeuten engagiert. In wöchentlichen Kursen über drei Monate hinweg lernten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wie sie durch richtige Körperhaltung und kleine Auflockerungsübungen ihren Rücken stärken können.

Die betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) hat auch für unser Unternehmen an Wichtigkeit gewonnen. Als einfache Maßnahme, um die Belegschaft für sicheres und gesundes Arbeiten zu sensibilisieren, haben wir an den WC-Innentüren Poster von Kampagnen für den Arbeits- und Gesundheitsschutz angebracht.







GESUNDE ERNÄHRUNG

HAKRO verfügt über keine bewirtschaftete Kantine, dafür aber über Bistros an den beiden Unternehmensstandorten. Hier stehen dem Team auch Kaffeemaschinen zur Selbstbedienung zur Verfügung, sie werden mit fair gehandeltem Kaffee gefüllt.

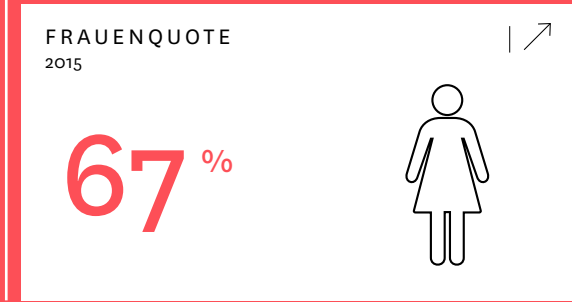
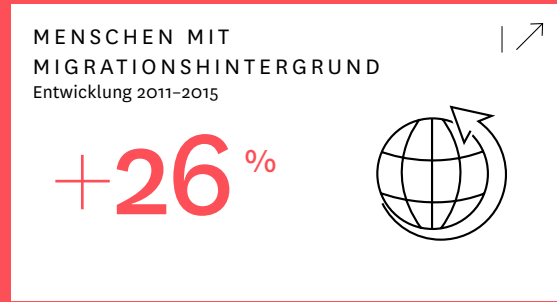
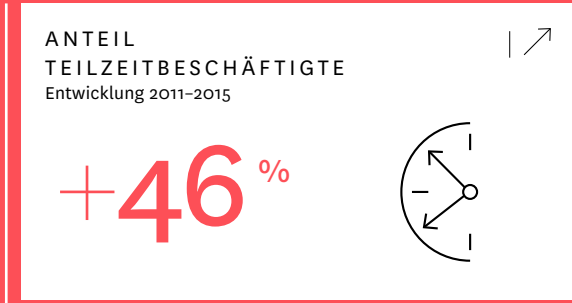
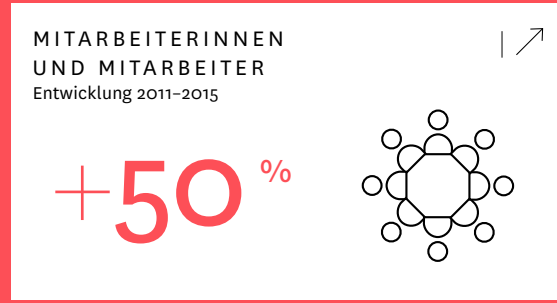
Um die gesunde Ernährung unseres Teams zu unterstützen, gibt es seit Oktober 2013 den „Freitag“: Zunächst an jedem zweiten, seit Juni 2014 an jedem Freitag erhalten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Gaumengenüsse aus der Region – Obst der Saison und Produkte der Schrozberger Molkerei; sie hat ihren

Sitz gegenüber unserem Logistikzentrum und wirtschaftet nach *Demeter*-Kriterien – das garantiert für nachhaltige Ernährung aus der Nachbarschaft.

Seit April 2015 stehen für alle Angestellten täglich Karaffen bereit, die mit frisch gefiltertem Wasser und Zusätzen wie Ingwer, Limette oder Zitronengras gefüllt werden – ein kleiner Beitrag, um Plastikflaschen am Arbeitsplatz zu reduzieren.

HAKRO-Sozialbilanz 2011-2015 / Standorte Schrozberg

	2011	2012	2013	2014	2015	Entwicklung	
						2014 -2015	2011 -2015
<b>Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (31.12.)</b>	84	91	96	109	126	+15 %	+50 %
davon Auszubildende	2	3	4	6	6	+/-0 %	+200 %
davon Menschen mit Handicap <sup>1</sup>	3	3	3	4	8	+100 %	+166 %
Anteil Teilzeitbeschäftigte	28 %	36 %	31 %	41 %	46 %	+5 Proz.-Pt.	+18 Proz.-Pt.
Anteil Frauen	59 %	59 %	63 %	67 %	67 %	+/-0 Proz.-Pt.	+8 Proz.-Pt.
Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund	21 %	19 %	19 %	20 %	26 %	+6 Proz.-Pt.	+5 Proz.-Pt.
Anteil der Mitarbeiter wohnhaft im Landkreis Schwäbisch Hall	74 %	76 %	79 %	82 %	80 %	-2 Proz.-Pt.	+6 Proz.-Pt.
Diskriminierungsfälle (AGG)	0	0	0	0	0	+/-0 %	+/-0 %
Gesundheitsquote	95,9 %	96 %	95,9 %	96,3 %	93,9 %	-2,4 Proz.-Pt.	-2,0 Proz.-Pt.
Arbeits- und Wegeunfälle <sup>2</sup>	5	5	5	3	2	-33 %	-60 %
Unfallquote <sup>3</sup>	6,0 %	5,5 %	4,9 %	2,7 %	1,58 %	-1,2 Proz.-Pt.	-4,4 Proz.-Pt.



\* / <sup>1</sup> Mitarbeiter mit Schwerbehindertenstatus — <sup>2</sup> Meldepflichtige Unfälle, die zur Arbeitsunfähigkeit von mehr als drei Tagen führten — <sup>3</sup> Verhältnis von Anzahl der Unfälle zu Anzahl der Mitarbeiter



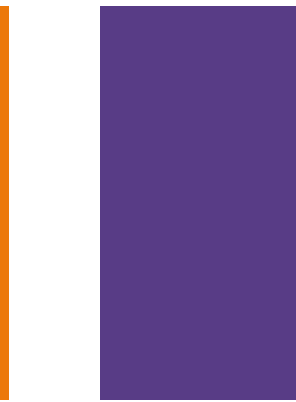
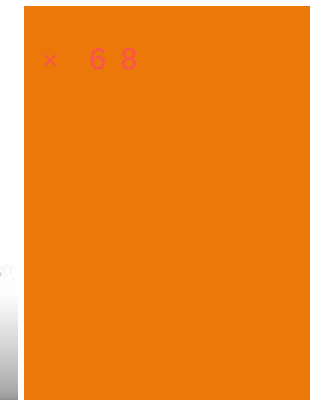
TOM AMMANN



FANNY ANDORN



STEFAN BAUER



FERIYE KARIB



RÜDIGER KEPPLER



HELMUT BERGER

**HAKRO-Team**

NACHHALTIGKEIT HAT VIELE GESICHTER

\* / Hier sind 66 von 126 Beschäftigten zu sehen



HEIKE BIBERGER



HARALD KÖHLER



VANESSA KÖNIG



THOMAS KOLBENSTETTER



URSEL KURR



SARAH BOUSSELJOT



MARCUS CHRISTIAN



RALF ENGÜROGLU



HEINRICH ERHARDT



RALF LANGPETER



NINA LUK



RYNKAL MARZENA



THOMAS MEILER



OLGA ERHARDT



BETTINA ESS



NICOLETA FALK



TOBIAS GRAULE



CHRISTIAN MEIXNER



SABINE MEZGER



MARCO HÄMMELMANN



ANITA HAPPOLD



HOLGER HAPPOLD



PETRA HOFMANN



ALEXANDER MOHR



CORINA MÜCKE

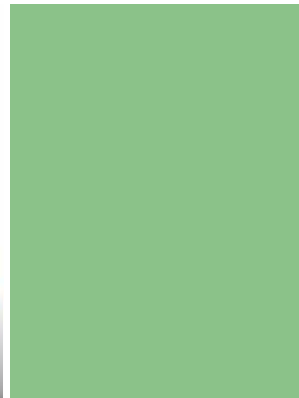


BERND MÜLLER





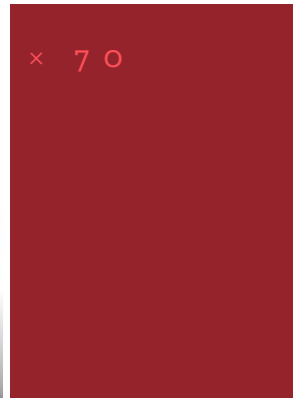
MARCO MÜLLER



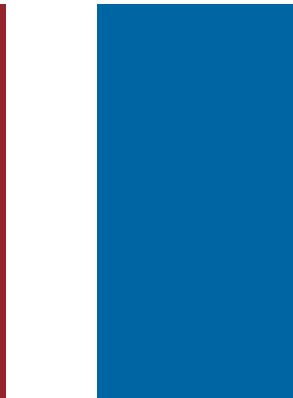
THERESA MÜLLER



JÜRGEN NITSCH



x 70



OLGA SCHWARZ



SENTA SECKEL



x 71



ELLA PIERUSCHKA



STEPHANIE PIETZSCH



UTE POPP



ANNABELL ROHRBACH



NADJA STELLWAG



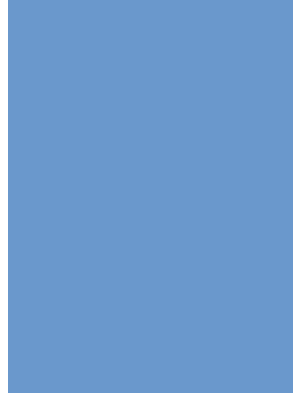
THOMAS STRAUSS



KARIN STROBEL



MAREEN SZÜCS



PETRA ROHRBACH



YAVUZ SANCI



ROMY SCHAAS



MANUELA THOMAS



MARITA TIETZ



EILEEN TRUMP



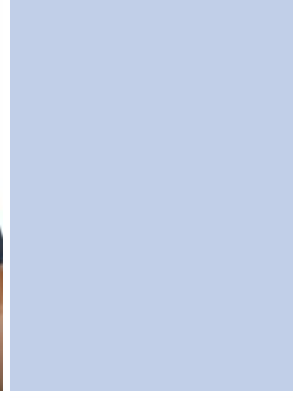
HEIKE SCHMIDT



MARIA SCHMIDT



BIANCA SCHNEIDER



FRANZISKA SCHNEIDER



ANITA UTZ



JOHANNA VORHOLZER



MARTIN VORHOLZER



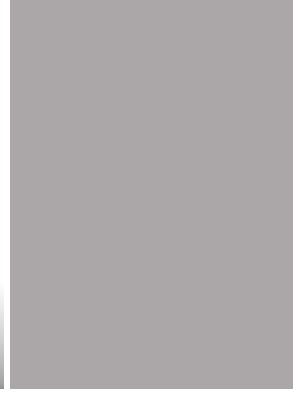
PETRA SCHNEIDER



ELSBETH SCHOCH



MINA SCHWARZ



KATRIN WALTER



MICHAEL WISNIEWSKI



KATJA WOLLMERSHÄUSER



MARLIES WOLLMERSHÄUSER



### Ideen des HAKRO-Teams zur Nachhaltigkeit

**MITARBEITER**

Eine betriebliche Altersvorsorge sollten wir ins Auge fassen.

**PRODUKTE**

Können wir nicht eine Kollektion aus Bio-Baumwolle ins Sortiment nehmen?

**GESELLSCHAFT**

Stichwort Textilspenden: Wie können wir gebrauchte Arbeitskleidung weitergeben?

**MITARBEITER**

Wir könnten für jeden Mitarbeiter einen Baum pflanzen, den HAKRO-Wald.

**GESELLSCHAFT**

Unsere Kunden könnten wir an Projekten der Harry Kroll-Foundation beteiligen.

**UMWELT**

Ein Elektroauto für den kleinen Werksverkehr zwischen Verwaltung und Logistik wäre eine runde Sache.

**UNTERNEHMEN**

Wir werden immer größer. Da wäre eine Mitarbeiterzeitung sinnvoll.

**UMWELT**

Noch konsequentere Papiereinsparung (doppelseitiger Ausdruck, E-Mails statt Fax etc.).

**MITARBEITER**

Ich wünsche mir mehr Kurse oder Vorträge zum Gesundheitsmanagement.

**UNTERNEHMEN**

Mehr Öffentlichkeitsarbeit, damit unsere Kunden und andere sehen, was uns von Mitbewerbern unterscheidet.

**UMWELT**

Wären Handtücher oder Trockner in den WC nicht sinnvoller als Papiertücher? Und könnten wir die Kataloge nicht auf Recyclingpapier drucken?

**MITARBEITER**

Also, mit Lebensmitteln müssten wir manchmal noch sorgfältiger umgehen.

**UMWELT**

Bei der Mülltrennung sollten wir noch aufholen, besonders beim Papier und Kompost in der Verwaltung.

**MITARBEITER**

Ein HAKRO-Kidstag für Mitarbeiterkinder wäre was.

**PRODUKTE**

Vielleicht ist es möglich, den Auftrag für die Katalogbindung an eine Behindertenwerkstatt zu vergeben?

**UMWELT**

Die Rolltore müssten wir besser abdichten, um Wärmeverluste zu reduzieren.

**MITARBEITER**

Betrifft Kantine: Ließe es sich machen, einen externen Koch zu engagieren, der für den Mittagstisch Bio-Essen zubereitet?

**GESELLSCHAFT**

Im Team könnten wir noch mehr für das soziale Engagement außerhalb des Unternehmens begeistern und für die Wertenutzung der geschnittenen Textilien aus der Qualitätssicherung ließen sich vielleicht weitere Projektideen finden.

\* / Diese und viele weitere Vorschläge machte das Team bei einer internen Umfrage im Mai 2015. Einige hat HAKRO bereits umgesetzt, andere in sein Nachhaltigkeitsprogramm integriert.

## Gemeinsame Erklärung „Erfolgsfaktor Familie“

// WORTLAUT (AUSZÜGE)

Als Mitglieder des Unternehmensnetzwerks „Erfolgsfaktor Familie“ bekräftigen wir unser Engagement für eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie in Deutschland.

Mit dieser Erklärung unterstreichen wir, dass eine familienbewusste Unternehmensführung nicht nur Ausdruck der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und Institutionen ist, sondern auch ihren betrieblichen Erfolg maßgeblich unterstützt.

Wir sind davon überzeugt, dass die Schaffung einer familienbewussten Arbeitswelt eine zentrale Zukunftsaufgabe ist, von der die demografische und ökonomische Entwicklung sowie das Zusammenleben der Generationen und Geschlechter in unserem Land nachhaltig profitieren kann.

DAHER BEKENNEN WIR UNS ZU FOLGENDEN GRUNDSÄTZEN:

- Führungskräfte verstehen familienbewusste Unternehmensführung als Teil der Unternehmenskultur und berücksichtigen dies bei der Gestaltung von Rahmenbedingungen und der Personalauswahl.
- Beschäftigte mit Familie erhalten im Rahmen betrieblicher Möglichkeiten konkrete Angebote, damit sie berufliche und familiäre Pflichten leichter vereinbaren können (zum Beispiel Unterstützung bei der Kinderbetreuung oder beim Wiedereinstieg).
- Bedürfnisse von Beschäftigten mit Familienpflichten werden berücksichtigt, um betriebliche Anforderungen und familiäre Belange möglichst weitgehend in Einklang zu bringen.
- Das Unternehmen / die Institution wirbt auch in seinem/ihrem Umfeld für den Nutzen einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Mit dieser Erklärung rufen wir Betriebe und Institutionen dazu auf, die Chancen des „Erfolgsfaktors Familie“ für die eigene Organisation ebenso wie für die Wirtschaft und die gesamte Gesellschaft bestmöglich zu nutzen.

## Die Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland

// WORTLAUT

Die Vielfalt der modernen Gesellschaft, beeinflusst durch die Globalisierung und den demografischen Wandel, prägt das Wirtschaftsleben in Deutschland. Wir können wirtschaftlich nur erfolgreich sein, wenn wir die vorhandene Vielfalt erkennen und nutzen. Das betrifft die Vielfalt in unserer Belegschaft und die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden sowie unserer Geschäftspartner.

Die Vielfalt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten und Talenten eröffnet Chancen für innovative und kreative Lösungen.

Die Umsetzung der „Charta der Vielfalt“ in unserer Organisation hat zum Ziel, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Die Anerkennung und Förderung dieser vielfältigen Potenziale schafft wirtschaftliche Vorteile für unsere Organisation.

Wir schaffen ein Klima der Akzeptanz und des gegenseitigen Vertrauens. Dieses hat positive Auswirkungen auf unser Ansehen bei Geschäftspartnern, Verbraucherinnen und Verbrauchern sowohl in Deutschland als auch in anderen Ländern der Welt.

Im Rahmen dieser Charta werden wir

1. eine Organisationskultur pflegen, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung jeder und jedes Einzelnen geprägt ist. Wir schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Vorgesetzte wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diese Werte erkennen, teilen und leben. Dabei kommt den Führungskräften bzw. Vorgesetzten eine besondere Verpflichtung zu.
2. unsere Personalprozesse überprüfen und sicherstellen, dass diese den vielfältigen Fähigkeiten und Talenten aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserem Leistungsanspruch gerecht werden.
3. die Vielfalt der Gesellschaft innerhalb und außerhalb der Organisation anerkennen, die darin liegenden Potenziale wertschätzen und für das Unternehmen oder die Institution gewinnbringend einsetzen.
4. die Umsetzung der Charta zum Thema des internen und externen Dialogs machen.
5. über unsere Aktivitäten und den Fortschritt bei der Förderung der Vielfalt und Wertschätzung jährlich öffentlich Auskunft geben.
6. unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Diversity informieren und sie bei der Umsetzung der Charta einbeziehen.

Wir sind überzeugt: Gelebte Vielfalt und Wertschätzung dieser Vielfalt hat eine positive Auswirkung auf die Gesellschaft in Deutschland.

## Unsere Ziele für 2016–2017

### DIE WICHTIGSTEN MASSNAHMEN IM HANDLUNGSFELD MITARBEITER

**MANAGEMENT:** Ein Verhaltenskodex (Code of Conduct) soll den seit Langem gelebten „HAKRO-Spirit“ in Worte fassen ( —> siehe „Unsere Vorhaben“). Außerdem planen wir den Start des Freiwilligendienstes *HAKRO Teamshare* – es wird ein Corporate Volunteering-Projekt sein.

**MITARBEITERKOMMUNIKATION:** Eine vierteljährliche Mitarbeiterzeitung soll den Informationsfluss im schnell wachsenden Team an beiden Standorten vereinfachen. Die Zeitung wird auch regelmäßig über das Thema Nachhaltigkeit informieren.

**MITARBEITEREINBINDUNG:** Mit einer schriftlichen jährlichen Mitarbeiterumfrage wird HAKRO künftig genauer in Erfahrung bringen, wie zufrieden die Beschäftigten mit dem Unternehmen sind. Dies soll mit einem schriftlichen Vorschlagswesen verbunden werden.

—> Alle Ziele im Überblick nennt das Nachhaltigkeitsprogramm von HAKRO (s. Seite 25).



# 04

## Umwelt

—→ : S. 77 - 94

Gebäude und Energie	S. 79
Unsere Vorhaben	S. 82
Mobilität	S. 83
Ressourcen und Wertstoffe	S. 84
Biodiversität und Wasser	S. 90
Unsere Ziele für 2016-2017	S. 94

: NACHHALTIGKEIT HEISST  
FÜR UNS: HAKRO WILL  
EINEN KLEINSTMÖGLICHEN  
ÖKOLOGISCHEN FUSS-  
ABDRUCK HINTERLASSEN.  
AN UNSEREN BEIDEN STAND-  
ORTEN IN SCHROZBERG  
HABEN WIR BEREITS EINIGES  
ERREICHT. UND PLANEN  
NOCH MEHR.

## Umwelt

### DER ÜBERBLICK:

UMWELTPOLITIK FORMULIERT — FOTOVOLTAIKANLAGE IN BETRIEB  
E-RECHNUNGEN REDUZIEREN PAPIERBEDARF  
ABFALLVERWERTUNG VERBESSERT — PROJEKT KLIMANEUTRALITÄT



Das Nachhaltigkeitsleitbild definiert die Umweltpolitik von HAKRO. Um einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck zu erreichen, hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt,

1. den Ressourcen- und Energiebedarf, soweit es möglich ist, zu reduzieren,
2. Ressourcen und Energieträger nach Umweltaspekten zu wählen und so effizient wie möglich zu nutzen,
3. Stoffkreisläufe, wo es möglich ist, zu schließen, sei es durch Weiterverwendung und Recycling, sei es durch Kompensationsmaßnahmen.

Ein internationales Normen entsprechendes Umweltmanagementsystem (ISO 14001, EMAS) haben wir bislang nicht eingeführt. Hier wollen wir 2016 aufholen (→ [siehe „Unsere Ziele 2016“](#)).

Um uns mit anderen Unternehmen aus der Region zu vernetzen und uns mit ihnen fachlich auszutauschen, sind wir im März 2015 dem *Verein Modell Hohenlohe*

beigetreten, einem regionalen Netzwerk für betrieblichen Umweltschutz und nachhaltiges Wirtschaften.

### Gebäude und Energie

#### KLIMA SCHONEN

Der Verwaltungssitz von HAKRO befindet sich in einem ehemaligen Schulgebäude in Schrozberg. Im nahe gelegenen Industriegebiet liegt das im Jahr 2000 eingeweihte und seitdem mehrmals erweiterte Logistikzentrum. An beiden Standorten haben wir bei Baumaßnahmen hohe Öko-Standards berücksichtigt, vor allem im Sinne eines geringen Energiebedarfs.

Das neue Logistikzentrum mit seinem Hochregallager hat eine wärmedämmende Gebäudehülle, die verglaste Westfassade ist mit einer Beschattungsanlage mit tageslichtoptimierter Steuerung ausgerüstet, um so viel Tageslicht wie möglich und so wenig Kunstlicht wie nötig zu nutzen. Tageslicht reduziert nicht nur den



Strombedarf: Es ist auch das mit Abstand „gesündeste“ Licht für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ein im Jahr 2011 neu installierter Brennwertkessel konnte den Wärmebedarf für die 5.000 Quadratmeter großen Lager- und Versandhallen um ca. 20 Prozent senken. Im neuen Lagerbereich ist eine Fußbodenheizung eingebaut, um die Temperatur effizienter regulieren zu können, auch dies ist ein Beitrag zur Energieeinsparung. Zudem haben wir 2013 begonnen, die konventionellen Leuchtmittel auf die besonders effiziente LED-Technik umzurüsten (Investition: 65.000 €).

#### BEIM STROMBEZUG BEREITS KLIMANEUTRAL



Seit Januar 2012 ist auf dem Dach des Logistikzentrums eine Fotovoltaikanlage in Betrieb, die installierte Nennleistung beträgt 99 Kilowatt; es ist die bislang größte Investitionsmaßnahme für den betrieblichen Umweltschutz (Investition: 200.000 €). Die Anlage erzeugt rechnerisch die Hälfte des gesamten Strombedarfs beider Standorte in Schrozberg (→ siehe „Umweltbilanz“). Eingespeist wird der Strom ins öffentliche Netz. Seit 2015 bezieht HAKRO zudem „grünen“ Netzstrom, erzeugt in Wasserkraftanlagen in Baden-Württemberg.

Am Verwaltungssitz sind 2014 durch einen aufwendigen Umbau einer vormaligen Produktionshalle weitere Büroräume entstanden, um für neue Mitarbeiter attraktive Arbeitsplätze zu schaffen. Wände und Decken sind wärmetechnisch isoliert, das Lüftungssystem entspricht den energetischen Standards der Gebäudetechnik. In den Büros rüsten wir schrittweise ebenfalls auf LED-Lampen um.

Aufgrund des deutlichen Mitarbeiterzuwachses und eines steigenden Warenversands ist der Bruttostrombedarf am Standort Schrozberg von 2011 bis 2015 um 19 Prozent gestiegen. Der Strombezug pro Mitarbeiter ist im selben Zeitraum jedoch um 20 Prozent gesunken.

Der Bedarf an Wärme, für den Erdgas der Primärenergieträger ist, sank 2011–2015 um vier Prozent, der spezifische Bedarf pro Mitarbeiter sogar um 36 Prozent. Die Entwicklung des Wärmebedarfs unterliegt stärkeren Schwankungen und ist abhängig von den klimatischen Verhältnissen in einem Jahr.

#### KLIMABILANZ NACH SCOPES

Gemäß dem weltweiten Standard des *Greenhouse Gas Protocol* werden zur Bestimmung des ökologischen Fußabdrucks die Treibhausgasemissionen (THG) eines Unternehmens in drei Scopes unterschieden:

**DIREKTE EMISSIONEN AUS EIGENEN QUELLEN (SCOPE 1).** Diese können wir mit null beziffern, da wir keine eigenen Kraftwerke betreiben.

**INDIREKTE THG-EMISSIONEN AUS ENERGIEBEZUG (SCOPE 2).** Seit Januar 2015 (Standort Logistikzentrum) beziehungsweise Juni 2015 (Standort Verwaltung) beziehen wir Öko-Strom. Strombezogene Kohlendioxidemissionen sind also nur für einen Standort im ersten Halbjahr entstanden. Weil der spezifische Kohlendioxidemissionswert für die Stromerzeugung 2015 bis Redaktionsschluss dieses Berichts nicht bekannt war, haben wir für eine vorläufige Bilanz den Wert des Vorjahres zugrundegelegt (281 g/kWh laut EnBW) und 9 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen ermittelt. Hinzu kommen die Emissionen aus der Wärmeerzeugung: Laut „Globalem Emissions-Modell integrierter Systeme“ (GEMIS) waren dies 250 Gramm Kohlendioxid (Äquivalente) für jede Kilowattstunde, insgesamt 109 Tonnen. Auf das Konto des standortbezogenen Strom- und Wärmebedarfs entfielen 2015 damit zirka 118 Tonnen CO<sub>2</sub>. Die Emissionen 2015 lagen um zirka 32 Prozent unter denen des Jahres 2011 (→ siehe „Umweltbilanz 2011-2015“).

**INDIREKTE EMISSIONEN AUS WEITEREN QUELLEN (SCOPE 3).** Für die vielen vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette – darunter die Produktion und den Transport der Textilien sowie den Geschäftsreiseverkehr – liegen bislang keine belastbaren Daten vor. Lediglich für die Abfallentsorgung erfährt HAKRO vom Entsorger ALBA jährlich, wie viel Treibhausgase durch die Wertstoffverwertung vermieden werden konnten (diese wären in einer Bilanz abzuziehen).

Unsere Klimabilanz hat also noch Lücken auf den Scope-3-Feldern – sie sollen in den nächsten Jahren schrittweise geschlossen werden (→ siehe „Unsere Ziele für 2016–2017“).

Die durch großtechnische Maßnahmen zu erzielenden Energieeinsparungen an den beiden Standorten sind fürs Erste ausgeschöpft. Weil unsere Belegschaft aber wächst, sind weitere Motivationsmaßnahmen zur Energieeinsparung angebracht („Computer aus?“, „Licht aus?“). Darüber hinaus ist geplant, die Fotovoltaikanlage zu erweitern.

Davon unabhängig hat sich HAKRO ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: Bis 2020 will das Unternehmen an seinen beiden Standorten in Schrozberg schrittweise klimaneutral werden.



# HAKRO-Klimaneutralität

Bis zum Jahr 2020 will HAKRO an seinen beiden Standorten in Schrozberg schrittweise klimaneutral werden. Das heißt: Wo es möglich ist, vermeiden wir Energie oder nutzen kohlendioxidfreie regenerative Energiequellen. Unvermeidbare Restemissionen kompensieren wir durch CO<sub>2</sub>-Zertifikate, deren Erlöse in Klimaschutzprojekte investiert werden.

Die Etappen auf diesem Weg:

**STROMBEZUG.** Hier wirtschaftet HAKRO bereits klimaneutral. Seit 2012 erzeugt die Fotovoltaikanlage auf dem Dach des Logistikzentrums rechnerisch die Hälfte des Stroms, den die beiden Standorte des Unternehmens aus dem Netz ziehen. Und seit 2015 beziehen wir Ökostrom.

**WARENVERSAND.** Seit Anfang 2015 erfolgt der Paketversand an die Kunden CO<sub>2</sub>-kompensiert ( —→ *siehe dazu Kapitel „Produkte“*). Damit sind rund 90 Prozent des Versands abgedeckt, bis 2020 wollen wir auch den restlichen Versand kompensieren.

**WÄRMEBEZUG.** Die aus dem Erdgasverbrauch entstehenden Treibhausgasemissionen werden wir ab 2016 jährlich kompensieren (jeweils für das Vorjahr).

**GESCHÄFTSREISEVERKEHR.** Ab 2016 erfassen wir zunächst genauere Umweltdaten zu unseren Geschäftsreisen und dem eigenen kleinen Fuhrpark: Welche Verkehrsmittel nutzen wir über welche Strecken – und wie hoch sind die damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen? Auf Basis dieser Daten sollen die Geschäftsreisen ab 2017 kompensiert werden.

Damit verbleiben noch kleinere Emissionsquellen wie die Produktion von Werbemitteln oder der Briefversand. Hier gilt es zunächst, weitere Einsparmöglichkeiten zu prüfen.

## Mobilität

### DAS TEAM SENSIBILISIEREN

Für die meisten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von HAKRO sind die beruflichen An- und Abfahrtswege kurz: Die Hälfte von ihnen wohnt in Schrozberg, die andere Hälfte in umliegenden Gemeinden oder den angrenzenden Landkreisen. Für viele von ihnen gibt es keine Alternative zum Pkw.

HAKRO sensibilisiert sie dafür, dennoch umweltschonend zur Arbeit zu kommen. Im Juni 2014 nahmen wir an der Aktion „Umweltfreundlich zur Arbeit“ im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg teil. Ein Drittel des Teams stieg an einem Tag vom Pkw aufs Fahrrad um oder in eine Fahrgemeinschaft ein.



Entscheidender für die gesamte Ökobilanz sind allerdings der Berufs- und der Geschäftsreiseverkehr. Der HAKRO-Außendienst ist für Kundenbesuche viel unterwegs, meist in einem der 13 Firmenwagen. Für ein effizientes Fahren nahmen Außendienstmitarbeiter und die Geschäftsführer im Oktober 2013 an einem Öko-Fahrtraining des ADAC teil.

Null Emissionen erzeugt der kleine Dienstwegverkehr: Für schnelle Fahrten zur Post oder kleine Besorgungen in der Stadt steht seit 2013 ein Elektrofahrrad bereit.

### EMISSIONEN KOMPENSIEREN

Zum Geschäft von HAKRO gehören regelmäßige Besuche bei den Produktionsbetrieben in Bangladesch und der Türkei, in China und Laos. Hier sind Flüge unvermeidlich. Ein Flug von Frankfurt nach Dhaka (Bangladesch) und zurück schlägt beispielsweise mit 4.578 Kilogramm CO<sub>2</sub> zu Buche. Diese unvermeidbaren Treibhausgasemissionen wollen wir kompensieren.

Wichtig in der Gesamtbilanz ist der Warenverkehr. Die Anlieferung aus der Türkei oder vom Hamburger Hafen nach Schrozberg sowie die Auslieferung an Kunden ist aufgrund der Standortlage nur mit Lkws möglich. Seit Januar 2015 liefert HAKRO das Gros seiner Pakete klimaneutral an seine Händler aus ( —→ *siehe „Produkte“*). Reklamationen gibt es kaum, die Reklamationsquote liegt unter 0,1 Prozent der verkauften Textilien – hohe Qualität ist auch hier ökologisch vorteilhaft.

Detaillierte Umweltdaten zum Berufs- und Geschäftsreiseverkehr sowie Warentransport, etwa zu den verkehrsbedingten Schadstoffemissionen, haben wir bislang nicht erhoben – und uns deshalb diesen Punkt auf die Agenda gesetzt ( —→ *siehe „Unsere Ziele für 2016–2017“*).

## Ressourcen und Wertstoffe

### PAPIERBEDARF REDUZIEREN

Textilien sind die Handelsware von HAKRO; sie haben den mit Abstand größten Anteil am unmittelbaren Materialbedarf ( → *siehe auch Kapitel „Produkte“*). Die Bekleidungsstücke erreichen Schrozberg in stabilen Frachtkartons, die überwiegend aus Altpapier hergestellt sind. Unsere Logistik verwendet diese Kartons für den Versand an die Händler; bis 2010 nutzten die Lieferanten Verpackungen, die nur für den Versand nach Schrozberg, nicht für den abermaligen Gebrauch geeignet waren. Die Umstellung auf die Mehrwegkartons reduzierte den Ressourcenverbrauch deutlich.



Weil das Unternehmen von Jahr zu Jahr mehr Textilien und Pakete versendete, erhöhte sich der absolute Kartonagenverbrauch 2011–2015 um 67 Prozent: auf 144 Tonnen. In den 231.000 Paketen, die das HAKRO-Lager 2015 verließen, befanden sich 7,2 Millionen Bekleidungsstücke mit einem Gesamtgewicht von rund 2.500 Tonnen.

Eine kleine Maßnahme, die die Ökobilanz des Versands verbessert: Statt Paketklebebändern aus Polypropylen (PP) nutzt die Logistik inzwischen solche, die aus Kraftpapier bestehen und deren Naturleim aus Kartoffelstärke gewonnen wird. Das erleichtert zudem das spätere Recycling aufgebrauchter Kartonagen.

Im Moment noch unverzichtbar ist es, den Paketen Warenkontrollzettel und Lieferscheine beizulegen – 2015 machten diese etwa die Hälfte des gesamten Büropapierbedarfs aus. Weil die Menge der versendeten Pakete um 71 Prozent gestiegen ist, hat auch der gesamte Büropapierbedarf 2011–2015 zugenommen – jedoch nur um 15 Prozent: 951.000 Blatt warfen die Drucker und Kopierer von HAKRO 2015 aus. Seit Juni 2015 verwenden wir für den internen Gebrauch 100prozentiges Recyclingpapier.

# Initiative Wirtschaft pro Klima – Commitment der Unternehmen zum Klimaschutz

//WORTLAUT

Der Klimawandel ist schon heute Wirklichkeit. Auswirkungen sind in Form von Stürmen, Hitzewellen, Dürren und Hochwasser und anderen Schadenereignissen spürbar. Um weiteren, gravierenden Beeinträchtigungen Einhalt zu gebieten, muss dem Klimaschutz verstärkt Rechnung getragen werden. Insbesondere müssen die globalen Treibhausgasemissionen massiv reduziert werden.



Als Teil der deutschen Wirtschaft stellen wir uns verantwortungsbewusst dieser Herausforderung und haben uns der Initiative Wirtschaft pro Klima angeschlossen.

Wir bekennen uns zur Notwendigkeit eines vorsorgenden Klimaschutzes und insbesondere zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen.

Im Rahmen unserer unternehmerischen Aktivitäten möchten wir einen Beitrag zum globalen Klimaschutz leisten und somit die Ziele der Bundesregierung und der internationalen Staatengemeinschaft zum Klimaschutz unterstützen.

Wir sind bestrebt, Energie sorgsam, sparsam und möglichst effizient einzusetzen und klimaschädliche Emissionen zu vermeiden bzw. zu verringern – auch unter Beachtung des schonenden Umgangs mit Ressourcen. Wir streben eine Reduzierung des spezifischen Energieverbrauchs für unsere Produktion und unsere Produkte/Dienstleistungen an.

-----  
\*/Anm.: HAKRO hat dieses Commitment im April 2015 unterzeichnet.





Amalia Werner | Stefan Graszny

LOYAL / --  
Die Mitarbeiter

*Amalia Werner und Stefan Graszny sind Kollegen, die sich gut verstehen. Amalia arbeitet im Versandzentrum, Stefan ist im Ruhestand, bleibt HAKRO aber als Minijobber verbunden und übernimmt gelegentlich Fahrdienste.*



## E-RECHNUNG: MEHR ALS NUR PAPIEREINSPARUNG

Bis spätestens 2020 will HAKRO ein, wenn auch nicht papierloses, so doch papierarmes Unternehmen sein.

Den Anfang haben wir mit der Umstellung auf den digitalen Rechnungsversand im April 2015 gemacht. Sukzessive stellen wir auf die durchgängig elektronische Bearbeitung von Bestellungen um. Die Vorteile sind überzeugend: Der Versand von digitalen Rechnungen

- reduziert den Bedarf an Büropapier (um ca. 160.000 Blatt pro Jahr) und Briefumschlägen (um ca. 140.000 pro Jahr),
- erfordert weniger Druckertoner,
- vereinfacht Arbeitsabläufe (kein Ausdrucken, kein Eintüten, weniger Postgänge),
- senkt die Papier- und Portokosten deutlich,
- verringert die Umweltbelastung in der vor- und nachgelagerten Lieferkette (weniger Papieranlieferungen, weniger Postauslieferungen),
- verkürzt die Laufzeiten der Sendungen und
- reduziert so die ökologischen wie finanziellen Kosten deutlich.

Für die ökologische Gesamtbilanz ist es letztlich aber entscheidend, ob Kunden die Rechnungen (noch) ausdrucken. HAKRO wirbt dafür, dass sie es nicht tun und die Vorteile der durchgängig digitalen Bearbeitung der Ein- und Ausgangsrechnungen nutzen. Bereits seit 2011 steht am Ende unserer E-Mails der Aufruf „Think Green! Bitte denken Sie an die Umwelt, bevor Sie diese Nachricht ausdrucken“.

Des Weiteren entwickeln wir unser Warenwirtschaftssystem weiter und arbeiten an einer durchgehenden elektronischen Auftragsbearbeitung. Das wird den Papierbedarf weiter reduzieren.

Büromaterialien bestellen wir, von wenigen Einzelartikeln abgesehen, bei einem nachhaltig ausgerichteten Handelsunternehmen. Dass sein Sitz und Lager nicht weit entfernt liegt, ist ein schöner Nebeneffekt, der Transportwege kurz hält.

Beim Kauf von PCs, Monitoren und Druckern achtet HAKRO neben der Qualität auf deren Energiebedarf: Die meisten Rechner und Drucker haben das *EnergyStar*-Siegel, die Bildschirme das TCO-Siegel. Die Geräte sind jeweils auf den Energiesparmodus eingerichtet; die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Verwaltung sind angehalten, die Monitore in ihrer Mittagspause abzuschalten und die Rechner nach der Arbeit komplett herunterzufahren, um Strom zu sparen.

## BEACHTLICHE ABFALLVERWERTUNGSQUOTE

Obwohl sich die Menge der versendeten Warenpakete 2011–2015 erheblich erhöhte, ist das Abfallaufkommen gesunken: Es lag 2015 mit 164 Tonnen um sechs Prozent unter dem des Jahres 2011 – und dabei handelte es sich weit überwiegend um verwertbare Reststoffe wie Kartonaugen und Kunststoffe. Der nicht verwertbare Restmüll nimmt sich dagegen bescheiden aus, 2015 brachte er nur acht Tonnen auf die Waage.

Das ergibt eine beachtliche Verwertungsquote von 95 Prozent. Gemeinsam mit einem Entsorgungs- und Recyclingunternehmen haben wir 2014 untersucht, wie Restabfälle weiter reduziert werden können – und daraufhin zusätzliche Container aufgestellt.

Lebensmittelreste aus den Bistros fallen mengenmäßig nicht ins Gewicht, doch auch sie sind zu schade für den Restmüll: Auf Anregung des Teams stehen seit Juli 2015 in der Verwaltung und Logistik Komposter für Bio-Abfälle.

Ökologisches und soziales Engagement gehen manchmal Hand in Hand: Für die separat erfassten leeren Tonerkassetten der Bürodruker und Kopiergeräte werden uns Punkte gutgeschrieben, in deren Gegenwert sich der Evangelische Schrozberger Kindergarten auf dem Online-Portal *Sammeldrache* Spielsachen oder Lernmaterialien aussuchen kann – ein Stoff-Wert-Tausch sozusagen!

Eine gute Verwertungsquote ist das eine, noch besser ist es jedoch ökologisch wie ökonomisch, den Ressourceneinsatz so weit wie möglich zu reduzieren: Nicht verbrauchte Rohstoffe sind besser als verwertete Abfälle.



## Biodiversität und Wasser

### NATUR SCHÜTZEN

Die beiden Standorte für Verwaltung und Logistik in Schrozberg umfassen zusammen eine Fläche von 2,7 Hektar. Abgesehen vom Flächenbedarf wird die umliegende Natur kaum beeinträchtigt, der Warentransport durch Lkws ist überschaubar. Weil HAKRO nicht mit bedenklichen Stoffen umgeht, gibt es keine Verschmutzungen oder Gefährdungen von Böden oder Beeinträchtigungen des Wasserhaushalts. An ökologische Schutzgebiete grenzen die Firmengelände nicht an; Tier- oder Pflanzenarten, die auf der Roten Liste stehen, sind uns vor Ort nicht bekannt.



Bei dem Bau des Logistikzentrums haben wir darauf geachtet, so wenig Fläche wie möglich zu beanspruchen: Hochregallager sind hier wirtschaftlich und ökologisch vorteilhaft. Vor dem Logistikzentrum befindet sich eine 2.000 Quadratmeter umfassende Grünzone, vor dem Eingang ein kleiner Teich.

Beim Bau des Logistikzentrums haben wir darauf geachtet, so wenig Fläche wie möglich zu beanspruchen: Hochregallager sind hier wirtschaftlich und ökologisch vorteilhaft. Vor dem Logistikzentrum befindet sich eine 2.000 Quadratmeter umfassende Grünzone, vor dem Eingang ein kleiner Teich.

Auf eine Außenbeleuchtung des Logistikzentrums und eine illuminierte Werbetafel an der Fassade in den Nachtstunden verzichtet HAKRO: Das ist ein Beitrag zur Reduzierung der zunehmenden nächtlichen „Lichtverschmutzung“, die Insekten und Vögel irritieren und beeinträchtigen kann. Eine kleine Renaturierung: Den hinter dem Verwaltungsgebäude liegenden Firmenparkplatz haben wir verkleinert, um einen kleinen Gartenhof für die Pausen des Teams anzulegen.

Das Logistikzentrum wird HAKRO 2016 abermals deutlich erweitern, um das „Never-out-of-Stock“-Prinzip auch bei einem weiterhin stark wachsenden Absatz sichern zu können. Mit der Erweiterung einher geht der Ausbau der Fotovoltaikanlage, ferner ist ein eigenes kleines Blockheizkraftwerk (BHKW) geplant, um den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens weiter zu reduzieren. Die Inbetriebnahme des Neubaus ist für April 2017 geplant.

Besonders gefordert sind wir beim sparsamen Umgang mit Trinkwasser: Unsere Region, der niederschlagsarme Nordosten Baden-Württembergs, ist ein Wassermangelgebiet. Aus eigenen regionalen Quellen lässt sich der Bedarf bei Weitem nicht decken, deshalb stellt Fernwasser aus den anderen Landesteilen Baden-Württembergs den größten Anteil an der Wasserversorgung; gewonnen wird es aus Grund- und Quellwasser sowie Oberflächengewässern wie dem Bodensee.

### WASSERBEDARF PRO KOPF DEUTLICH GESUNKEN

HAKRO ist kein produzierender Betrieb, deshalb beschränkt sich der Bedarf des Unternehmens auf Sanitär- und Leitungswasser. Um den Verbrauch so gering wie möglich zu halten, sind die WC-Spülkästen mit Spartasten ausgestattet. Bei den Armaturen der Handwaschbecken wollen wir prüfen, ob Durchflussbegrenzer sinnvoll sind. Nennenswerte weitere Einsparpotenziale wie etwa ein Wasserrecycling gibt es nicht.

Der jährliche Verbrauch pro Mitarbeiter ist seit Jahren rückläufig und belief sich 2015 auf 6,7 Kubikmeter.

Die Menge des Abwassers entspricht nahezu der der Wasserentnahme. Eingeleitet wird das Abwasser in das kommunale Netz, in der Kläranlage von Schrozberg wird es biologisch gereinigt. Das gereinigte Wasser gelangt in den örtlichen Vorbach, der in die Tauber mündet. Zum Schutz des Wasserhaushalts verwendet HAKRO biologisch abbaubare Reinigungsmittel.

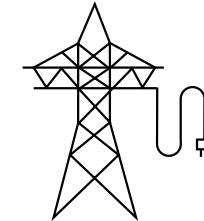
## HAKRO-Umweltbilanz 2011–2015 / Standorte Schrozberg

	2011	2012	2013	2014	2015	Entwicklung	
						2014 -2015	2011 -2015
<b>Strombezug brutto</b> (Netz) in kWh	176.100	197.000	189.300	197.800	210.300	+6 %	+19 %
je Mitarbeiter in kWh	2.096	2.165	1.972	1.815	1.669	-8 %	-20 %
<b>Stromeigenerzeugung</b> (PV-Anlage) in kWh <sup>1</sup>	-	107.500	93.100	105.000	105.700	+1 %	-
	-	55 %	49 %	53 %	50 %	-3 Proz.-Pt.	-
<b>Strombezug netto</b> (Netzbezug abzgl. Eigenerzeugung) in kWh	176.100	89.500	96.200	92.800	104.600	+13 %	-41 %
Strombedingte CO <sub>2</sub> - Emissionen in t	59	28	30	26	ca. 9 <sup>2</sup>	ca. -65 % <sup>2</sup>	ca. -85 % <sup>2</sup>
<b>Wärmebezug</b> (Erdgas) in kWh	454.000	500.700	391.500	404.500	435.400	+8 %	-4 %
je Mitarbeiter in kWh	5.405	5.502	4.078	3.711	3.456	-7 %	-36 %
Wärmebedingte CO <sub>2</sub> - Emissionen in t <sup>3</sup>	114	125	98	101	109	+8 %	-4 %
<b>Energiebedingte CO<sub>2</sub>-E-</b> <b>missionen</b> (Strom, Wärme) in t	173	153	128	127	ca. 118 <sup>4</sup>	ca. -7 % <sup>4</sup>	ca. -32 % <sup>4</sup>
<b>Firmenwagen (Pkw)</b>	10	11	12	12	13	+1	+3
<b>Kraftstoffbedarf</b> in l (Firmenwagen)	22.300	25.100	24.800	26.100	28.452	+9 %	+28 %
<b>Wasserbezug</b> in m <sup>3</sup>	1.248	651	677	733	850	+16 %	-32 %
je Mitarbeiter in m <sup>3</sup>	14,9	7,2	7,1	6,7	6,7	+/-0 %	-55 %
<b>Bedarf an Kartonagen</b> in kg	86.000	94.000	144.000	157.000	144.000	-8 %	+67 %
je Versandpaket in kg	0,6	0,6	0,9	0,7	0,6	-14 %	+/-0 %
<b>Bedarf an Büropapier</b> in Blatt <sup>5</sup>	824.500	872.100	880.800	981.100	951.400	-3 %	+15 %
je Versandpaket in Blatt	6	6	5	5	4	-20 %	-33 %
<b>Abfallaufkommen</b> in t	173,6	126,3	144,4	177,5	163,7	-8 %	-6 %
Verwertbare Abfälle in t	166,4	120,6	137,6	171,0	155,7	-9 %	-6 %
Nicht verwertbare Abfälle in t	7,2	5,7	6,8	7,0	8,0	+14 %	+11 %
Verwertungsquote	96 %	95 %	95 %	96 %	95 %	-1 Proz.-Pt.	-1 Proz.-Pt.
<b>Umweltschutz-Investi-</b> <b>tionskosten</b> <sup>6</sup>	200.000 €	-	120.000 €	-	-	-	-
<b>Umweltschutz-</b> <b>Betriebskosten</b> <sup>7</sup>	8.400 €	14.700 €	15.800 €	26.800 €	31.000 €	+16 %	+269 %

\* / Anm.: Die Daten sind kaufmännisch gerundet.  
<sup>1</sup> Die PV-Anlage ist seit 2012 in Betrieb. — <sup>2</sup> Vorläufige Angabe (Emissionsfaktor von 2014 berücksichtigt). — <sup>3</sup> Bei 250 Gramm CO<sub>2</sub>-Äquivalenten je kWh (nach GEMIS, 2015). — <sup>4</sup> Daten lassen sich erst 2017 genau ausweisen. — <sup>5</sup> Inklusive der Papiere für allgemeine Korrespondenzen, die spezifische Angabe (Blatt pro versendetem Warenpaket) umfasst auch diese. — <sup>6</sup> In den Jahren 2012, 2014 und 2015 waren keine größeren Investitionen erforderlich. — <sup>7</sup> Gebühren für Abwasser, Niederschlagswasser und Abfallentsorgung (ohne Wasserbezug).

**STROMBEZUG JE MITARBEITER:**  
Entwicklung 2011–2015

–20 %



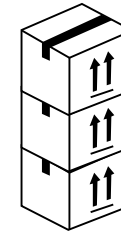
**WÄRMEBEZUG JE MITARBEITER:**  
Entwicklung 2011–2015

–36 %



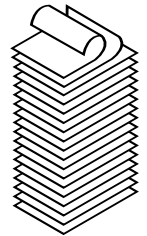
**BEDARF KARTONAGEN JE VERSANDPAKET:**  
Entwicklung 2011–2015

+/-0 %



**BEDARF BÜROPAPIER JE VERSANDPAKET:**  
Entwicklung 2011–2015

–33 %



**ABFALLAUFKOMMEN**  
Entwicklung 2011–2015

–6 %



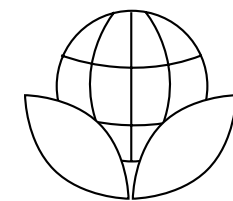
**VERWERTUNGSQUOTE**  
2015

95 %



**UMWELTSCHUTZ-BETRIEBSKOSTEN**  
Entwicklung 2011–2015

+269 %



## Unsere Ziele für 2016–2017

### DIE WICHTIGSTEN MASSNAHMEN IM HANDLUNGSFELD BETRIEBSÖKOLOGIE

**MANAGEMENT:** Bis Ende 2016 wollen wir die Anforderungen der EU-Öko-Audit-Verordnung (EMAS III) umsetzen; ob wir uns von einem externen Umweltgutachter prüfen lassen, wollen wir danach entscheiden. Nachdem wir eine Umweltpolitik formuliert haben, stehen als nächste Schritte die Ausweitung der Umweltindikatoren und Umweltziele auf dem Programm.

**KLIMASCHUTZ:** Für kurze Fahrten zwischen den beiden Standorten in Schrozberg soll ein Elektroauto angeschafft werden. Ferner sollen Datenlücken geschlossen werden, um die Klimabilanz verfeinern zu können (das betrifft besonders den Geschäftsreiseverkehr). Unser Vorhaben Klimaneutralität sieht vor, auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen des Erdgasverbrauchs zu kompensieren.

**RESSOURCEN:** Die Ökobilanz der diversen Werbemittel gilt es zu verbessern. Das betrifft vor allem das Papier für Kataloge und Broschüren. Der Umstieg auf Recyclingpapier und/oder der klimaneutrale Druck sind zwei Optionen.

—> Alle Ziele im Überblick nennt das Nachhaltigkeitsprogramm von HAKRO (s. Seite 25).





# 05

A large, stylized globe graphic in shades of purple and blue, centered behind the page number '05'. The globe is composed of a grid of lines representing latitude and longitude. The page number '05' is rendered in a large, white, sans-serif font, with the '0' being a simple circle and the '5' having a thick, blocky design.

## Gesellschaft

—> : S. 95 - 108

Lokales Engagement  
Regionales Engagement  
Globales Engagement  
Unsere Vorhaben  
Unsere Ziele für 2016-2017

S. 97  
S. 98  
S. 100  
S. 105  
S. 108

: HAKRO IST EIN UNTER-  
NEHMEN, DAS SEINE SOZIALE  
VERANTWORTUNG GEGENÜBER  
DER GESELLSCHAFT ZEIGT.  
EIN BELEG IST UNSER KARI-  
TATIVES ENGAGEMENT –  
LOKAL, REGIONAL, GLOBAL.

## Gesellschaft

### DER ÜBERBLICK:

KARITATIVES ENGAGEMENT AUF ALLEN EBENEN  
WICHTIGER ARBEITGEBER AM ORT  
WIN-CHARTA UNTERZEICHNET — WAISENHAUS IN BANGLADESCH ERMÖGLICHT  
PROJEKT SOLIDARITÄTSFONDS *FAIRSHARE*



Hilfen für Kinder und Jugendliche stehen im Mittelpunkt des gesellschaftlichen Engagements von HAKRO. Von 2011 bis Ende 2015 wendete das Unternehmen 782.000 Euro für Geld- und Sachspenden auf, das waren 156.000 Euro im Jahresdurchschnitt. Keine Zuwendungen gibt es von uns für Parteien oder parteinahe Einrichtungen.

### Lokales Engagement

VERWURZELT IN SCHROZBERG

In Schrozberg ist HAKRO einer der größten Arbeitgeber und Gewerbesteuerzahler. Seit dem Jahr 2000 hat das Unternehmen hohe Summen in das – inzwischen mehrmals erweiterte – Logistikzentrum im hiesigen Industriegebiet investiert. Auch dies ist ein Bekenntnis zu unserer Heimatstadt und stärkt sie als Wirtschaftsstandort.

Wenn es uns möglich ist, vergeben wir Aufträge an lokale Lieferanten, Handwerksbetriebe und Dienstleister. Und auch sonst engagieren wir uns in vielfältiger Weise für die Menschen vor Ort.

Seit Jahrzehnten sponsert das Unternehmen den *TSV Schrozberg 1864*: Für den jährlich im Juli stattfindenden *HAKRO-Stadtlauf* spenden wir die T-Shirts für die Teilnehmer. Auch das Team „HAKRO & Friends“ läuft den Rundkurs durch die Stadt Schrozberg jährlich mit. Andere Kollegen verkauften 2015 wie auch bereits im Jahr davor vor Ort Getränke, der Erlös kam dem *Harry Kroll Waisenhaus* in Bangladesch zugute, das HAKRO ermöglicht hat.

Mit Geld- wie Sachspenden unterstützen wir den lokalen Evangelischen Kindergarten und die Gesamtschule Schrozberg (Freundeskreis der Schule Schrozberg) sowie den Projektchor *Harald Beibl*.

## Regionales Engagement

### GUT GEPFLEGTE BEZIEHUNGEN

Was ist eigentlich eine Region? Für HAKRO ist es der geografische Raum, in dem das Unternehmen unmittelbar tätig ist und in dem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben: der Landkreis Schwäbisch Hall (zu dem Schrozberg gehört), der Hohenlohe-Kreis und der Main-Tauber-Kreis sowie die Stadt Ansbach (Bayern).

Ein Ausschnitt aus unserem sozialen Engagement in der Region:

- Seit 2012 unterstützen wir die *Tafel Crailsheim*, die Lebensmittel an Menschen mit sehr geringem Haushaltseinkommen verteilt. Allein im ersten Jahr spendete HAKRO mehr als 3.000 T-Shirts, Polo- und Sweatshirts.
- Der Verein *Hilfe für kranke Kinder* erhielt im Februar 2012 von uns einen Scheck über 15.000 Euro zugunsten der Endoskopie der Kinderklinik Tübingen. Es war der finanzielle „Erlös“ aus dem Verzicht auf Kundengeschenke zu Weihnachten 2012. Seitdem unterstützen wir den Verein regelmäßig.
- Für die Aktion *Hilfe für Straßenkinder* des Vereins *Hilfe für Schattenkinder* spendeten wir 2013 und 2014 zusammen 2.200 Teile aus unserem Sortiment.

Teenagern einen Einblick in die Arbeitswelt zu geben, sie zugleich für das soziale Engagement zu begeistern, das ist Sinn und Zweck der Aktion *Mitmachen Ehrensache* der *Jugendstiftung Baden-Württemberg* und des *Stuttgarter Jugendhauses*. Am Internationalen Tag des Ehrenamts (5. Dezember) jobben die Jugendlichen für ein kleines Salär von fünf Euro pro Stunde in einem Unternehmen und spenden ihren Lohn für Gemeinwohlprojekte. HAKRO beteiligte sich an der Aktion erstmals 2013.

Seit Beginn beteiligt sich HAKRO an den *Nachhaltigkeitstagen Baden-Württemberg*, die im Juni 2015 zum dritten Mal stattfanden. Unser Programm umfasst dabei Vorträge in der Schule Schrozberg, etwa zum Textilrecycling, Aktionen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder Informationen zur nachhaltigen Ernährung am „Freitag“.

## WIN-CHARTA IST BEKENNTNIS ZUR REGION

Im Juli 2015 unterzeichnete HAKRO die *WIN-Charta* der *Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit* (WIN) des Landes Baden-Württemberg. Die im Mai 2014 von der Landesregierung und von Unternehmen veröffentlichte Charta will Nachhaltigkeit zu einem Markenzeichen der baden-württembergischen Wirtschaft machen. Die Unterzeichner der Charta bekennen sich zu insgesamt zwölf Leitsätzen nachhaltigen Wirtschaftens, sie betreffen Grundwerte des Managements, den verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt und die regionale Verankerung und Identifikation.



Mit der Annahme der *WIN-Charta* unterstreicht HAKRO die Verbundenheit mit seinem Bundesland. Die damit eingegangene Selbstverpflichtung, mit Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung in der Region beizutragen, ergänzt die Prinzipien des weltweiten *Global Compact* der Vereinten Nationen, an dem wir bereits seit 2009 teilnehmen.

## HAKRO-Spendenbilanz 2011–2015

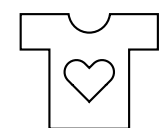
	2011	2012	2013	2014	2015	Entwicklung	
						2014 –2015	2011 –2015
<b>Geldspenden</b>	1.300 €	23.900 €	8.800 €	14.400 €	12.300 €	-15 %	+846 %
<b>Sachspenden<sup>1</sup></b>	36.600 €	168.800 €	208.300 €	68.900 €	95.600 €	+39 %	+161 %
<b>Sachspenden (Stücke)</b>	3.640	17.770	31.860	7.460	15.280	+105 %	+320 %
<b>Zuwendungen an die Harry Kroll-Foundation</b>	10.000 €	81.000 €	10.000 €	28.000 €	14.400 €	-49 %	+44 %
<b>Spenden gesamt</b>	<b>47.900 €</b>	<b>273.700 €</b>	<b>227.100 €</b>	<b>111.300 €</b>	<b>122.300 €</b>	+10 %	+155 %

GESAMTSPENDEN IN EURO  
Entwicklung 2011–2015



+155 %

SACHSPENDEN IN STÜCKEN<sup>1</sup>  
Entwicklung 2011–2015



+320 %

\* / Anm.: Die Daten sind kaufmännisch gerundet. — 1 Berücksichtigt ist der Verkaufswert der Bekleidungsstücke.

## Globales Engagement

KONZENTRIERT AUF BANGLADESCH



Auch im Ausland ist das Unternehmen im Einsatz für wohltätige Zwecke: Unter dem Motto „HAKRO cares“ engagieren wir uns besonders für die Menschen in der Textilbranche von Bangladesch, wo wir Bekleidungsstücke produzieren lassen. Mit den Menschen dieses Landes fühlen wir uns seit Langem eng verbunden – und wir meinen, dass unsere Hilfe hier einiges bewirken kann.

Denn auf dem *Human Development Index* (HDI) des *Entwicklungsprogramms der Vereinten Nationen* (UNDP) steht Bangladesch auf Rang 142 von 187. Konkret bedeutet das: 80 Prozent aller Beschäftigten verdienen dort weniger als zwei US-Dollar am Tag. In puncto Ernährung gab es in den vergangenen 20 Jahren zwar deutliche Fortschritte, doch noch immer sind viele Menschen unterernährt. Zudem ist Bangladesch Wetterextremen wie Überschwemmungen und Stürmen ausgesetzt; der *Globale Klima-Risiko-Index* (KRI) von *Germanwatch* führt das Land auf Rang fünf der am meisten bedrohten Staaten der Erde.

Zwei Beispiele unseres Engagements:

**IMPFPROJEKT.** Weil in Bangladesch die chronische Hepatitis B (Leberkrebs) laut Weltgesundheitsorganisation (WHO) zu den häufigsten Ursachen vermeidbarer Krankheiten gehört, bot das *People's Hospital of Bangladesh* 2012 allen Arbeiterinnen und Arbeitern eines für uns tätigen Produktionsbetriebs eine kostenlose Schutzimpfung an; dieses Angebot nahmen nahezu alle von ihnen an, sie erhielten zudem einen Impfpass. Die Kosten für die Impfung (14.000 €) übernahm HAKRO.



**ERNÄHRUNGSPROJEKT.** Von Januar 2014 bis September 2015 erhielten alle Arbeiterinnen und Arbeiter desselben Werks monatlich kostenlos ein „HAKRO Cares“-Paket mit acht Kilogramm Reis. Das entsprach einer täglichen Reiseration von 260 Gramm und sicherte mehr als eine warme Mahlzeit pro Kopf und Tag. Für uns war dieses Projekt ein Beitrag zur Ernährungssicherung und eine Anerkennung der Arbeitsleistung der Menschen. Damit keine Missgunst in der Belegschaft entstand, erhielten alle rund 1.000 Beschäftigten des Werks die Reisepakete, nicht nur die Arbeiterinnen und Arbeiter, die HAKRO-Artikel genäht haben. Das Projekt lief mit dem Ende der Zusammenarbeit mit diesem Produktionspartner aus.

Derzeit laufen die Vorbereitungen für den Solidaritätsfonds *HAKRO Fairshare*: Ein Prozent der Geldsumme der von uns vom bestehenden Partnerbetrieb in Bangladesch eingekauften Waren wollen wir den Werkarbeiterinnen und -arbeitern zusätzlich zugutekommen lassen ( → siehe „*Unsere Vorhaben*“).

## HARRY KROLL WAISENHAUS IN BANGLADESCH

Im Oktober 2010 gründeten wir die *Harry Kroll-Foundation*, eine nicht rechtsfähige Stiftung in Form eines Fonds. Seit 2011 verzichtet HAKRO auf Weihnachtsgeschenke für Kunden zugunsten einer Spende für die Foundation. Diese und weitere Zuwendungen finanzieren unser bislang größtes Projekt: ein Waisenhaus für Jungen in Bangladesch.

Im Laufe der langjährigen Geschäftsbeziehungen und im Rahmen der damit verbundenen Reisen nach Bangladesch hatten die Geschäftsführer von HAKRO immer wieder die Erfahrung gemacht, dass sich Hilfsprojekte zu selten um die Menschen in entlegeneren Landesteilen kümmern. Doch hier ist die Not oft noch größer als in den Städten, besonders die der Kinder: Jahr für Jahr verlieren in Bangladesch viele ihre Eltern durch Naturkatastrophen und andere Schicksalsschläge und werden zu Waisen. Um hier Hilfe zu leisten, sie gezielt zu unterstützen, entstand die Idee für das Waisenhaus im Südwesten von Bangladesch (Pirojpur District).

Gemeinsam mit einer befreundeten Familie, die sich mit ihrer Familienstiftung an dem Projekt beteiligt, konnte die *Harry Kroll-Foundation* das Projekt nach mehrjähriger Vorbereitung verwirklichen. Im September 2013 konnten die ersten 15 Jungen im Alter von sechs bis zwölf Jahren ihr neues Zuhause im *Harry Kroll Waisenhaus* beziehen, im November 2013 wurde die Anlage offiziell von den Stiftern eingeweiht. Betreut werden die inzwischen 24 Jungen von drei Erziehern.



Alle Jungen des Hauses gehen zur Schule, die beiden Stiftungen finanzieren das Lernmaterial. An das Waisenhaus angeschlossen ist eine Arztpraxis, in der sich einmal pro Woche auch die Familien des Dorfes kostenlos medizinisch versorgen lassen können. Die Bauten der Anlage sind hochwertig errichtet, eine eigene Fotovoltaikanlage erzeugt den Strom für die Anlage (es ist die erste Elektrifizierung in diesem Dorf). Bei ihren regelmäßigen Reisen nach Bangladesch erkundigen sich die beiden Geschäftsführer von HAKRO persönlich nach dem Stand der Dinge vor Ort.

In den Aufbau des Waisenhauses hat die *Harry Kroll-Foundation* bisher über 134.000 Euro investiert. Darin nicht eingeschlossen sind die Spenden, die das HAKRO-Team bei verschiedenen Aktionen einwarb.





*Fabian Bönisch* hat HAKRO über ein Betriebspraktikum kennengelernt. Nach einem erfolgreichen Abschluss wurde für ihn ein integrativer Arbeitsplatz im Logistikzentrum geschaffen.

Fabian Bönisch

INTEGRATIV / --  
Gelebte Verantwortung



### TEXTILSPENDEN SIND NICHT IMMER EINFACH

Was könnte HAKRO besser spenden als Textilien? Doch besonders bei Kleiderspenden für das Ausland ist schneller Eifer nicht immer hilfreich: Gut gemeinte Spenden könnten die Existenz von Textilherstellern in den Empfängerländern schädigen; manche afrikanische Staaten verbieten deshalb Altkleiderimporte.

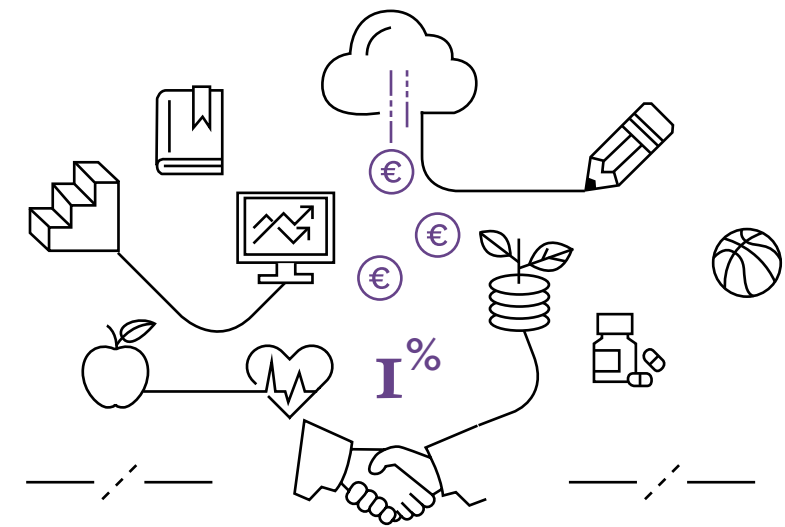
Der Dachverband *FairWertung* teilt die pauschale Kritik an Exporten nach Afrika heute nicht mehr – mit dem Verweis, dass der Verkauf gespendeter Textilien vielen Menschen erst eine bescheidene eigene Existenz ermögliche. Textilspenden wollen also gut geprüft sein, um sozial wirklich etwas Gutes zu bewirken.



HAKRO war mit Kleiderspenden ins Ausland daher bislang zurückhaltend. Eine Ausnahme war eine große Spende von 11.000 Textilien nach Südafrika im Januar 2013, die wir durch einen privaten Kontakt an das *Kliptown Youth Program* (KYP) übergeben haben. Es bietet Kindern und Jugendlichen in der Township Soweto Bildungs- und Freizeitprogramme. Die T-Shirts, Poloshirts und Pullis verteilte KYP vor Ort an Kinder und ihre Eltern.

Im Oktober 2015 spendeten wir 1.000 Bekleidungsstücke für die Yeziden im Nordirak. Der Zentralrat der Yeziden in Deutschland war mit einer entsprechenden Bitte um Kleiderspenden an den Modeverband GermanFashion herangetreten, der darüber seine Mitglieder informierte. Laut Zentralrat mussten inzwischen Hunderttausende Yeziden aus ihrer Heimat vor der Terrormiliz „Islamischer Staat“ flüchten. Der Transport der Spenden wurde auf dem Landweg in die Flüchtlingsunterkünfte gebracht.

Weitere größere Textilspenden gingen 2015 an die Aufbaugilde Franken (900 Teile) für die Abgabe an bedürftige Familien sowie für eine Hilfsaktion in Rumänien (2.000 Teile).



UNSERE  
VORHABEN:

## HAKRO-Solidaritätsfonds *Fairshare*

Derzeit laufen die Vorbereitungen für das bislang größte Hilfsprojekt von HAKRO: Mit dem Solidaritätsfonds *HAKRO Fairshare* wollen wir die Frauen und Männer unseres Partnerbetriebes in Bangladesch an der Wertschöpfung beteiligen, die sie mit erwirtschaften.

Das Prinzip des 2016 gestarteten Solidaritätsfonds: Ein Prozent der Geldsumme, für die dieser Betrieb einkauft, lässt HAKRO den Werkarbeiterinnen und -arbeitern zugutekommen. Allerdings nicht direkt: Die Menschen vor Ort sollen darüber entscheiden, in welche sozialen oder ökologischen Projekte sie das Geld gemeinsam investieren wollen. Unsere Vorgabe ist, dass die gesamte Belegschaft davon profitiert – und möglichst auch viele Angehörige.

Das Ziel: Der HAKRO-Solidaritätsfonds *Fairshare* soll nachhaltig wirken und die Lebenssituation der Beschäftigten dauerhaft verbessern – denkbar sind Gesundheits- oder Bildungsprojekte, Ernährungs- oder Umweltprojekte.

# Global Compact // WORTLAUT

## Menschenrechte

### PRINZIP 01:

Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.

### PRINZIP 02:

Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

## Arbeitsnormen

### PRINZIP 03:

Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.

### PRINZIP 04:

Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit eintreten.

### PRINZIP 05:

Unternehmen sollen für die Abschaffung von Kinderarbeit eintreten.

### PRINZIP 06:

Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.

## Umweltschutz

### PRINZIP 07:

Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.

### PRINZIP 08:

Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.

### PRINZIP 09:

Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.

## Korruptionsbekämpfung

### PRINZIP 10:

Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

# WIN-Charta // WORTLAUT

## Grundwerte

### LEITSATZ 01 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE:

Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.

### LEITSATZ 02 – 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 03 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN:

Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen.

### LEITSATZ 04 – FINANZENTSCHEIDUNGEN:

Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen.

### LEITSATZ 05 – ANTI-KORRUPTION:

Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie.

## Verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt

### LEITSATZ 06 – RESSOURCEN:

Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.

### LEITSATZ 07 – ENERGIE UND EMISSIONEN:

Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.

### LEITSATZ 08 – 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.

## Regionale Identifikation und Verankerung

### LEITSATZ 09 – REGIONALER MEHRWERT:

Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.

### LEITSATZ 10 – ANSPRUCHSGRUPPEN:

Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.

### 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 in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.

### LEITSATZ 12 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN:

Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.

## Unsere Ziele für 2016–2017

### DIE WICHTIGSTEN MASSNAHMEN IM HANDLUNGSFELD ENGAGEMENT

**STRATEGIE:** Bislang erfolgte das sozial-karitative Engagement von HAKRO spontan aus Herz und Bauch heraus. Schrittweise wollen wir es strategischer anlegen. Und uns fragen: Wie kommen die Hilfen an, was bewirken sie? Lässt sich mit gleichen Mitteln noch mehr erreichen? Im Mittelpunkt stehen auch künftig benachteiligte Kinder und Jugendliche.

**MANAGEMENT:** Für einen effizienten Einsatz unserer Mittel für das Gemeinwohl wollen wir verschiedene Möglichkeiten der Wirkungsmessung prüfen, so etwa das IOOI-Verfahren, das neben den Wirkungen auf die Zielgruppe auch den gesellschaftlichen Mehrwert misst.

**GLOBALES ENGAGEMENT:** Die große Herausforderung der nächsten Zeit wird der Solidaritätsfonds *Fairshare* sein, mit dem HAKRO Arbeiterinnen und Arbeiter in Bangladesch an den Erträgen ihrer Wertschöpfung beteiligen will (—> siehe „Unsere Vorhaben“).

—> Alle Ziele im Überblick nennt das Nachhaltigkeitsprogramm von HAKRO (s. Seite 25).





# Berichtsprofil

—> : S. 109 – 128

Redaktionelle Hinweise	S. 111
GRI G4 Content Index	S. 115
Website-Verweise	S. 122
Antwortbogen	S. 125
Impressum	S. 128



: UNSER ERSTER NACH-  
HALTIGKEITSBERICHT IST  
BESTANDSAUFNAHME,  
WEGMARKE UND DISKUSSI-  
ONSGRUNDLAGE  
ZUGLEICH. ERSTELLT HABEN  
WIR IHN IN ANLEHNUNG AN  
DEN INTERNATIONALEN  
BERICHTSSTANDARD GRI G4.

## Berichtsprofil

### DER ÜBERBLICK:

START DER NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG  
JÄHRLICHER BERICHT AB 2017 — FEEDBACK ERWÜNSCHT



Der vorliegende Bericht ist die erste umfassende Bestandsaufnahme der Nachhaltigkeitsaktivitäten von HAKRO. Er beschreibt unsere Haltung und Herangehensweise sowie Entwicklungen, Aktivitäten und Kennzahlen in den Bereichen Wirtschaft, Soziales und Umwelt. Eine Grundlage dafür bildeten die Fortschrittsmitteilungen zum *Global Compact* der Vereinten Nationen, die wir seit 2010 jährlich auf unserer Website veröffentlichen (Communication on Progress, CoP).

Der Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich inhaltlich an den aktuellen G4-Leitlinien der *Global Reporting Initiative* (GRI) in der Option „Core“. Er bezieht sich auf die HAKRO GmbH (Schrozberg, Deutschland), die keine Tochterunternehmen oder Beteiligungen hält, und dokumentiert die Geschäftsjahre 2011 bis 2015 (entspricht den Kalenderjahren). Für den Fünf-Jahres-Zeitraum haben wir uns bei unserem Erstbericht entschieden, um die Entwicklung des Unternehmens umfassend darstellen zu können.

Den Bericht haben die beiden Geschäftsführer von HAKRO geprüft und freigegeben. Auf eine externe Prüfung durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wurde verzichtet: Unsere Testierer sind unser Team, unsere Kunden sowie die weiteren Anspruchsgruppen. Alle Angaben und Daten sind mit größter Sorgfalt publiziert.

### Redaktionelle Hinweise

Redaktionsschluss war der 29. April 2016, erschienen ist der Bericht im Juli 2016. Abrufbar ist er auch als PDF-Datei auf unserer Website [www.hakro.com](http://www.hakro.com) (Rubrik „Downloads“). Ab 2017 wollen wir jährlich über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten nach dem GRI-Standard berichten. Dabei werden wir auch die Fortschrittsmitteilungen für den *UN Global Compact* in den Bericht integrieren und dokumentieren, wie wir weitere Berichtspflichten – etwa zur Umsetzung der baden-württembergischen *WIN-Charta* – erfüllen.



*Harry und Marianne Kroll* sind die Gründer von HAKRO. Sie haben das Unternehmen gemeinsam aufgebaut und 2003 an ihre Tochter Carmen übergeben. Mindestens einmal in der Woche schauen sie im Betrieb vorbei.

Harry Kroll | Marianne Kroll

AUF QUALITÄT BEDACHT / --

Die Unternehmensgründer

TRETEN SIE MIT UNS IN DIALOG

Wir verstehen diesen Bericht nicht nur als Kommunikationsmittel, sondern auch als Managementinstrument: Er zeigt uns, wo wir stehen, wo wir aufholen und uns weiterentwickeln sollten. Dazu wäre es hilfreich zu erfahren, wie unsere Anspruchsgruppen – dazu zählen auch Sie als Leser – das Nachhaltigkeitsmanagement von HAKRO bewerten. Dem Bericht liegt deshalb ein



Feedbackbogen bei (auch als PDF-Formular auf unserer Website abrufbar). Die Rückmeldungen der Leser fließen als Anregung in unser Nachhaltigkeitsmanagement ein. Deshalb unsere herzliche Bitte: Beteiligen Sie sich an der Umfrage!

Fragen zu unserem Nachhaltigkeitsmanagement beantworten gerne unsere Geschäftsführerin Carmen Kroll und unser Geschäftsführer Thomas Müller.

HAKRO GmbH  
 Oberstettener Straße 41  
 74575 Schrozberg  
 Telefon: + 49 07935 . 9118 – 603  
 Telefax: + 49 07935 . 9118 – 8603  
 E-Mail: [csr@hakro.com](mailto:csr@hakro.com)  
 Website: [www.hakro.com](http://www.hakro.com)

Wir freuen uns auf Ihre Reaktionen!

GRI G4 CONTENT INDEX

Indikator	Aspekt – Thema	→ Auslassungen und Ergänzungen	Seite
<b>ALLGEMEINE STANDARDANGABEN</b>			
<b>Strategie und Analyse</b>			
G4-1	Nachhaltigkeit – Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers		2
G4-2	Nachhaltigkeit – Auswirkungen, Chancen und Risiken		20
<b>Organisationsprofil</b>			
G4-3	Name des Unternehmens		5
G4-4	Produkte, Dienstleistungen, Marken		5
G4-5	Hauptsitz des Unternehmens		5
G4-6	Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt		5
G4-7	Rechtsform, Eigentumsverhältnisse		5
G4-8	Märkte		5
G4-9	Größe des Unternehmens		10
G4-10	Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen, Geschlecht und Regionen		67
G4-11	Anteil Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen		58
G4-12	Beschreibung der Lieferkette		42
G4-13	Signifikante Veränderungen im Berichtszeitraum	Es handelt sich um den Erstbericht	
G4-14	Umsetzung des Vorsorgeprinzips		13
G4-15	Unterstützung externer Initiativen		20
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensgruppen		20
<b>Wesentlichkeit</b>			
G4-17	Liste der konsolidierten Unternehmen		111
G4-18	Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte		17
G4-19	Wesentliche Aspekte		22
G4-20	Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens		22
G4-21	Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens		22
G4-22	Neudarstellungen (ggb. Vorbericht)	Es handelt sich um den Erstbericht	
G4-23	Veränderungen (ggb. Vorbericht)	Es handelt sich um den Erstbericht	
<b>Stakeholder</b>			
G4-24	Einbezogene Stakeholdergruppen		29
G4-25	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder		28
G4-26	Ansatz für den Stakeholderdialog und Häufigkeit		28
G4-27	Zentrale Anliegen der Stakeholder und Stellungnahme		30



Indikator	Aspekt - Thema	→ Auslassungen und Ergänzungen	Seite
<b>Berichtsprofil</b>			
G4-28	Zeitraum		111
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts	Es handelt sich um den Erstbericht.	
G4-30	Berichtszyklus		111
G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht		114
G4-32	Option der Übereinstimmung mit GRI		111
G4-33	Externe Prüfung des Berichts		111
<b>Unternehmensführung</b>			
G4-34	Führungsstruktur und Kontrollorgane		13
G4-35	Delegierung von Vollmachten		13
G4-36	Zuständigkeit für Nachhaltigkeit		13
G4-37	Konsultationsverfahren (Kontrollorgan - Stakeholder)		28
G4-38	Kontrollorgan - Zusammensetzung	Aufgrund der Unternehmensgröße verfügt HAKRO über kein Kontrollorgan	
G4-39	Kontrollorgan - Unabhängigkeit des Vorsitzenden	s. o.	
G4-40	Kontrollorgan - Auswahlverfahren	s. o.	
G4-41	Kontrollorgan - Interessenkonflikte	s. o.	
G4-42	Kontrollorgan - Werte und Strategien	s. o.	
G4-43	Kontrollorgan - Fachkenntnisse zu Nachhaltigkeit	s. o.	
G4-44	Kontrollorgan - Leistungsbeurteilung	s. o.	
G4-45	Kontrollorgan - Einfluss bzw. Rolle	s. o.	
G4-46	Kontrollorgan - Wirksamkeit bzgl. Risikomanagement	s. o.	
G4-47	Kontrollorgan - Prüfungsintervall	s. o.	
G4-48	Nachhaltigkeitsbericht - internes Kontrollgremium	s. o.	
G4-49	Kontrollorgan - Prozess für Umgang mit Kritik	s. o.	
G4-50	Kontrollorgan - Umfang und Art mitgeteilter Kritik	s. o.	
G4-51	Kontrollorgan - Vergütungspolitik	s. o.	
G4-52	Vergütungspolitik - Festlegung	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-53	Vergütungspolitik - Stakeholder-Meinungen	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-54	Vergütungspolitik - Verhältnis höchste und durchschnittliche Vergütung	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-55	Vergütungspolitik - Steigerung	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
<b>Ethik und Integrität</b>			
G4-56	Werte, Verhaltens- und Ethikkodizes		14
G4-57	Verfahren für integriertes Verhalten		16
G4-58	Verfahren für Meldung von unethischem oder gesetzeswidrigem Verhalten	nicht berichtet (geplant ab 2017)	

Indikator	Aspekt - Thema	→ Auslassungen und Ergänzungen	Seite
<b>SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN</b>			
<b>Wirtschaft</b>			
G4-DMA	Aspekt: Wirtschaftliche Leistung		10
G4-EC1	Erwirtschafteter und verteilter Wert		10
G4-EC2	Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels		20
G4-EC3	Verpflichtungen aus leistungsorientiertem Pensionsplan	nicht berichtet	
G4-EC4	Finanzielle Unterstützungen durch die Regierung	HAKRO erhält keine öffentlichen Zuwendungen	
G4-DMA	Aspekt: Marktpräsenz		5
G4-EC5	Spanne Standardeintrittsgehalt und Mindestlohn	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-EC6	Führungskräfte aus lokalem Umfeld		83
G4-DMA	Aspekt: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen		97
G4-EC7	Infrastrukturinvestitionen		97
G4-EC8	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen		97
G4-DMA	Aspekt: Beschaffung		42
G4-EC9	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten		97
<b>Umwelt</b>			
G4-DMA	Aspekt: Materialien		84
G4-EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht und Volumen	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-EN2	Anteil Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz	teilweise berichtet	89
G4-DMA	Aspekt: Energie <sup>1</sup>		79-81
G4-EN3	Verbrauch innerhalb des Unternehmens		79-81
G4-EN4	Verbrauch außerhalb des Unternehmens		79-81
G4-EN5	Energieintensität (Parameter, Quotient)	nicht berichtet	
G4-EN6	Verringerung des Energieverbrauchs		79-81
G4-EN7	Verringerung des Energieverbrauchs für Produkte und Dienstleistungen		37
G4-DMA	Aspekt: Emissionen		79
G4-EN8	THG-Emissionen Scope 1		81
G4-EN9	THG-Emissionen Scope 2		81
G4-EN10	THG-Emissionen Scope 3		81
G4-EN11	THG-Emissionen - Intensität		79-81
G4-EN12	Reduzierung THG-Emissionen		79-81
G4-EN13	Emission Ozon abbauender Stoffe	nicht anwendbar	
G4-EN14	Luftemissionen	nicht berichtet	
G4-DMA	Aspekt: Abwasser und Abfall		89-91



Indikator	Aspekt – Thema	→ Auslassungen und Ergänzungen	Seite
G4-EN15	Abwassereinleitung		90–91
G4-EN16	Abfallaufkommen und -entsorgung		89
G4-EN17	Verschmutzungen		90–91
G4-EN18	Gefährlicher Abfall	HAKRO produziert keine gefährlichen Abfälle	
G4-EN19	Von Abwassereinleitung betroffene Gewässer		90–91
G4-DMA	Aspekt: Produkte und Dienstleistungen		40–41
G4-EN20	Verringerung der Umweltauswirkungen		37–38
G4-EN21	Rücknahme von Produkten und Verpackungen		84
G4-DMA	Aspekt: Compliance		42–43
G4-EN22	Bußgelder (Umweltvergehen)		16
G4-DMA	Aspekt: Transport		46–47
G4-EN23	Umweltfolgen		46–47
G4-DMA	Aspekt: Lieferanten und Umweltaspekte		42–43
G4-EN24	Anteil neuer Lieferanten, die nach ökologischen Aspekten überprüft werden		42–43
G4-EN25	Wesentliche ökologische Auswirkungen in der Lieferkette		42–43
G4-DMA	Aspekt: Beschwerdeverfahren bzgl. ökologischer Aspekte	noch nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-EN26	Beschwerden	Es gab keine Beschwerden	
<b>Arbeitspraktiken</b>			
G4-DMA	Aspekt: Beschäftigung		42–43
G4-LA1	Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation	teilweise berichtet	42–43
G4-LA2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden		58
G4-LA3	Rückkehrrate nach Elternzeit	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-DMA	Aspekt: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis		58
G4-LA4	Mitteilungsfristen		13
G4-DMA	Aspekt: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		58
G4-LA5	Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft	nicht anwendbar	
G4-LA6	Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle	teilweise berichtet	65
G4-LA7	Arbeitnehmer mit hohem Erkrankungsrisiko		65
G4-LA8	Vereinbarungen zur Arbeitssicherheit mit Gewerkschaften	nicht anwendbar (aufgrund der Größe, siehe Sozialbilanz)	
G4-DMA	Aspekt: Aus- und Weiterbildung		64–65
G4-LA9	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-LA10	Kompetenzmanagement		64–65

Indikator	Aspekt – Thema	→ Auslassungen und Ergänzungen	Seite
G4-LA11	Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Personalbeurteilung	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-DMA	Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit		58–60
G4-LA12	Kontrollorgan und Belegschaft - Zusammensetzung nach Diversitätsaspekten		60
G4-DMA	Aspekt: Gleicher Lohn für Frauen und Männer		60
G4-LA13	Lohnverhältnis Frauen/Männer		60
G4-DMA	Aspekt: Lieferanten und Arbeitspraktiken	nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-LA14	Anteil neuer Lieferanten, die bzgl. Arbeitspraktiken überprüft wurden		42–43
G4-LA15	Konsequenzen		42–43
G4-DMA	Aspekt: Beschwerdeverfahren bzgl. Arbeitspraktiken		
G4-LA16	Beschwerden	Es gab keine Beschwerden	
<b>Menschenrechte</b>			
G4-DMA	Aspekt: Gleichbehandlung		42–43
G4-HR3	Diskriminierungsfälle und ergriffene Maßnahmen		42–43
G4-DMA	Aspekt: Vereinigungsfreiheit		42–43
G4-HR4	Standorte und Lieferanten		46–47
G4-DMA	Aspekt: Kinderarbeit		42–43
G4-HR5	Standorte, Lieferanten		46–47
G4-DMA	Aspekt: Zwangs- oder Pflichtarbeit		42–43
G4-HR6	Standorte, Lieferanten		42–43
G4-DMA	Aspekt: Prüfung		42–43
G4-HR9	Standorte		46–47
G4-DMA	Aspekt: Lieferanten und Menschenrechte		42–43
G4-HR10	Menschenrechtscheck neuer Lieferanten		42–43
G4-HR11	Konsequenzen		42
G4-DMA	Aspekt: Beschwerdeverfahren	noch nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-HR12	Beschwerden	Es gab keine Beschwerden	
<b>Gesellschaft</b>			
G4-DMA	Aspekt: Lokale Gemeinschaften		97
G4-SO1	Anteil der Standorte mit Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften		97
G4-SO2	Negative Folgen der Geschäftstätigkeit auf lokale Gemeinschaften		97
G4-DMA	Aspekt: Korruptionsbekämpfung		16
G4-SO3	Standortcheck und analysierte Risiken	noch nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-SO4	Präventionsschulungen	noch nicht berichtet (geplant ab 2017)	

Indikator	Aspekt – Thema	→ Auslassungen und Ergänzungen	Seite
G4-SO5	Korruptionsfälle und Konsequenzen		16
G4-DMA	Aspekt: Politik	HAKRO leistet keine politischen Spenden	97
G4-SO6	Gesamtwert politischer Spenden	HAKRO leistet keine politischen Spenden	
G4-DMA	Aspekt: Wettbewerbswidriges Verhalten		16
G4-SO7	Wettbewerbsverstöße – Verfahren		16
G4-DMA	Aspekt: Compliance		16
G4-SO8	Bußgelder wegen Gesetzesverstößen		16
G4-DMA	Aspekt: Lieferanten und gesellschaftliche Folgen		42–43
G4-SO9	Check neuer Lieferanten bzgl. gesellschaftlicher Auswirkungen		42–43
G4-SO10	Konsequenzen		42–43
G4-DMA	Aspekt: Beschwerdeverfahren bzgl. gesellschaftlicher Auswirkungen	noch nicht berichtet (geplant ab 2017)	
G4-SO11	Beschwerden	Es gab keine Beschwerden	
<b>Produktverantwortung</b>			
G4-DMA	Aspekt: Kundengesundheit und -sicherheit		38
G4-PR1	Prüfungen		38
G4-PR2	Verstöße	Es gab keine Verstöße	
G4-DMA	Aspekt: Produktkennzeichnung		39
G4-PR3	Informationen		39
G4-PR4	Verstöße gegen Vorschriften	Es gab keine Verstöße	
G4-PR5	Kundenumfragen		46
G4-DMA	Aspekt: Marketing		28
G4-PR6	Verkauf verbotener oder umstrittener Produkte	nicht anwendbar (solche Produkte werden nicht verkauft)	
G4-PR7	Regelverstöße		16
G4-DMA	Aspekt: Schutz der Privatsphäre von Kunden		16
G4-PR8	Beschwerden		16
G4-DMA	Aspekt: Compliance		24–25
G4-PR9	Bußgelder bzgl. Bereitstellung und Nutzen von Produkten		16

## Website-Verweise

### ZUM KAPITEL UNTERNEHMENSPROFIL

- HAKRO GmbH · [www.hakro.com](http://www.hakro.com)

### ZUM KAPITEL UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- Bündnis für nachhaltige Textilien · [www.textilbuendnis.com](http://www.textilbuendnis.com)
- Deutsches Global Compact Netzwerk · [www.globalcompact.de](http://www.globalcompact.de)
- Dialog Textil und Bekleidung (DTB) · [www.dialog-dtb.de](http://www.dialog-dtb.de)
- Die Familienunternehmer – ASU · [www.familienunternehmer.eu](http://www.familienunternehmer.eu)
- GermanFashion – Modeverband Deutschland · [www.germanfashion.net](http://www.germanfashion.net)
- Governance Kodex · [www.kodex-fuer-familienunternehmen.de](http://www.kodex-fuer-familienunternehmen.de)
- IHK Heilbronn-Franken · [www.heilbronn.ihk.de](http://www.heilbronn.ihk.de)
- Transparency International (TI) Deutschland · [www.transparency.de](http://www.transparency.de)
- United Nations Global Compact (UNGC) · [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)
- Verband für Dienstleistung, Groß- und Außenhandel · [www.vdga.de](http://www.vdga.de)

### ZUM KAPITEL PRODUKTE

- Bangladesh Accord · [www.bangladeshaccord.org](http://www.bangladeshaccord.org)
- bluesign® · [www.bluesign.com](http://www.bluesign.com)
- Business Social Compliance Initiative (BSCI) · [www.bsci-intl.org](http://www.bsci-intl.org)
- Crailsheim Merlins · [www.crailsheim-merlins.de](http://www.crailsheim-merlins.de)
- DyStar · [www.dystar.com](http://www.dystar.com)
- Franken Knights · [www.franken-knights.de](http://www.franken-knights.de)
- Kampagne für Saubere Kleidung · [www.sauberekleidung.de](http://www.sauberekleidung.de)
- Langenburg Historic · [www.langenburg-historic.de](http://www.langenburg-historic.de)
- OEKO-TEX® Gemeinschaft · [www.oeko-tex.com](http://www.oeko-tex.com)
- Responsible Sourcing Network · [www.sourcingnetwork.org](http://www.sourcingnetwork.org)
- Solitude Revival · [www.solitude-revival.org](http://www.solitude-revival.org)
- TÜV Süd · [www.tuev-sued.de](http://www.tuev-sued.de)

### ZUM KAPITEL MENSCHEN

- AGE CERT · [www.agecert.de](http://www.agecert.de)
- Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik (BGHW) · [www.bghw.de](http://www.bghw.de)
- Charta der Vielfalt · [www.charta-der-vielfalt.de](http://www.charta-der-vielfalt.de)
- Konrad-Biesalski-Schule (KBS) · [www.reha-suedwest.de/kbs/](http://www.reha-suedwest.de/kbs/)
- LDT Nagold – Akademie für Mode-Management · [www.ldt.de](http://www.ldt.de)

- Luxemburger Deklaration · [www.luxemburger-deklaration.de](http://www.luxemburger-deklaration.de)
- Ministerium für Umwelt Baden-Württemberg · [um.baden-wuerttemberg.de](http://um.baden-wuerttemberg.de)
- Unternehmensnetzwerk Erfolgsfaktor Familie · [www.erfolgsfaktor-familie.de](http://www.erfolgsfaktor-familie.de)
- Women's Empowerment Principles · [www.weprinciples.org](http://www.weprinciples.org)
- Würth Business School · [www.wuerth.de](http://www.wuerth.de)

### ZUM KAPITEL BETRIEBSÖKOLOGIE

- Initiative Wirtschaft pro Klima · [www.wirtschaft-pro-klima.de](http://www.wirtschaft-pro-klima.de)
- Modell Hohenlohe · [www.modell-hohenlohe.de](http://www.modell-hohenlohe.de)
- Paris Pledge for Action · [www.parispledgeforaction.org](http://www.parispledgeforaction.org)
- Sammeldrache · [www.sammeldrache.de](http://www.sammeldrache.de)
- Zweckverband HWG · [www.wv-hohenlohe.de](http://www.wv-hohenlohe.de)
- Zweckverband NOW · [www.now-wasser.de](http://www.now-wasser.de)

### ZUM KAPITEL ENGAGEMENT

- Aktion „Mitmachen Ehrensache“ · [www.mitmachen-ehrensache.de](http://www.mitmachen-ehrensache.de)
- Aufbaugilde Franken · [www.aufbaugilde.de](http://www.aufbaugilde.de)
- Dachverband Fairwertung · [www.fairwertung.de](http://www.fairwertung.de)
- Hilfe für Schattenkinder · [www.schattenkinder.org](http://www.schattenkinder.org)
- Kiptown Youth Program (KYP) · [www.kiptownyouthprogram.org.za](http://www.kiptownyouthprogram.org.za)
- Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg · [www.nachhaltigkeitstage-bw.de](http://www.nachhaltigkeitstage-bw.de)
- People's Hospital of Bangladesh · [www.oocities.org/phbangla/](http://www.oocities.org/phbangla/)
- Projektchor Harald Beibl · [www.projektchor-harald-beibl.de](http://www.projektchor-harald-beibl.de)
- Zentralrat der Yeziden in Deutschland · [www.yeziden.de](http://www.yeziden.de)

### ZUM KAPITEL BERICHTSPROFIL

- Global Reporting Initiative (GRI) · [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

## Schon abgerissen?

Sollte der Antwortbogen an dieser Stelle nicht mehr beiliegen:

Sie können ihn als PDF-Formular auch von unserer Website → [www.hakro.com](http://www.hakro.com) (Rubrik „Downloads“) herunterladen und uns per E-Mail senden an → [csr@hakro.com](mailto:csr@hakro.com)

# Antwortbogen für HAKRO

## MEINE KOMMENTARE ZUM NACHHALTIGKEITSBERICHT 2016

### An

HAKRO GmbH  
Stabsstelle Nachhaltigkeit  
Oberstettener Straße 41  
74575 Schrozberg

Telefax: + 49 07935 . 9118-8603  
E-Mail: [csr@hakro.com](mailto:csr@hakro.com)

### Von (freiwillige Angabe)

Name \_\_\_\_\_

Unternehmen/Institution \_\_\_\_\_

Ort \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

### ICH BIN

- |   |  |                                       |
|---|--|---------------------------------------|
| <input type="radio"/> Wiederverkäufer/Fachhändler                 | <input type="radio"/> Teammitglied/HAKRO-Mitarbeiter | <input type="radio"/> Lieferant       |
| <input type="radio"/> Endkunde aus Industrie, Handel und Handwerk | <input type="radio"/> Mitarbeiter/-in einer NRO      | <input type="radio"/> Verbraucher/-in |
| <input type="radio"/> Medien                                      | <input type="radio"/> Politik                        | <input type="radio"/> Öffentlichkeit  |
| <input type="radio"/> Sonstiges                                   |  |                                       |

1) Welche Gesamtnote geben Sie diesem ersten Nachhaltigkeitsbericht von HAKRO auf einer Schulnoten-Skala?

- 1     2     3     4     5     6

2) Nennen Sie uns bitte in Stichworten die aus Ihrer Sicht wichtigsten Aspekte für das Nachhaltigkeitsmanagement von HAKRO (z. B. Produktqualität, Menschenrechte, Klimaschutz, Compliance):

---

---

3) Über welches Thema sollte HAKRO in seinem nächsten Bericht ausführlicher informieren?

---

---

4) Weitere Anregungen, Kommentare und Wünsche:

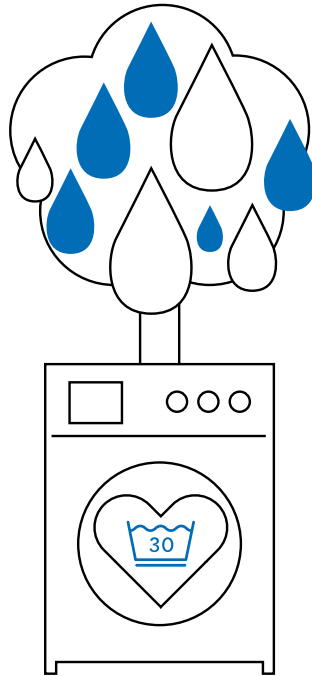
---

---

Wenn Sie über das Nachhaltigkeitsmanagement von HAKRO auf dem Laufenden bleiben möchten, dann teilen Sie uns bitte Ihre E-Mail-Adresse mit.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!





GREENWASHING  
IST EINE SAUBERE SACHE!

## Think Green – Wash at 30 °C

Weitere Informationen zum  
umweltbewussten Waschen finden Sie auf den Websites  
[www.hakro.com](http://www.hakro.com) und [www.clevercare.info](http://www.clevercare.info)

  
**HAKRO**  
ACTIVEWEAR

# Impressum

## HERAUSGEBER

### HAKRO GmbH

Oberstettener Straße 41

74575 Schrozberg

Telefon: + 49 07935 . 9118-100

Telefax: + 49 07935 . 9118-200

E-Mail: [info@hakro.com](mailto:info@hakro.com)

Website: [www.hakro.com](http://www.hakro.com)

### Verantwortlich

Carmen Kroll (Geschäftsführerin)

Thomas Müller (Geschäftsführer)

### Fachliche Beratung

Birgit Obermeier

### Gestaltung

Julia Ochsenhirt

### Fotografie

Dominik Obertreis

Nils Odier

Niels Schubert

Klimaneutral gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier

Erschienen im Juli 2016

Materialnummer 1560

Abrufbar unter [www.hakro.com](http://www.hakro.com) (Rubrik „Downloads“)



ClimatePartner<sup>o</sup>  
klimaneutral

Druck | ID: 53123-1606-1002

**: HAKRO ARBEITET MIT  
HAND, HERZ UND HALTUNG  
FÜR EINE LEBENSWERTE  
ZUKUNFT! IN DIESEM  
BERICHT INFORMIERT DAS  
MITTELSTÄNDISCHE  
UNTERNEHMEN ERSTMALS  
UMFASSEND ÜBER  
SEIN NACHHALTIGKEITS-  
ENGAGEMENT.**