



WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2020

MANHILLEN DRUCKTECHNIK
GMBH



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

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns.....	3
Unternehmensdarstellung	3
2. Die WIN-Charta	4
Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Region.....	4
Die 12 Leitsätze der WIN Charta.....	4
Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg.....	4
3. Unsere Schwerpunktthemen.....	5
Künftige Schwerpunkte unserer Nachhaltigkeitsarbeit	5
4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen	6
Leitsatz 04 – Ressourcen	6
Leitsatz 05 – Energie und Emissionen.....	8
5. Weitere Aktivitäten.....	9
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange.....	9
Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte	9
Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden	9
Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen	10
Umweltbelange	11
Leitsatz 06 – Produktverantwortung.....	11
Ökonomischer Mehrwert	12
Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze.....	12
Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen	12
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	13
Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen.....	13
Leitsatz 10 – Anti-Korruption	13
Regionaler Mehrwert	14
Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert.....	14
Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken	14
6. Unser WIN!-Projekt	15
Dieses Projekt wollen wir unterstützen	15
Art und Umfang der Unterstützung.....	16
7. Kontaktinformationen	18

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Manhillen Drucktechnik GmbH wurde 1980 ursprünglich als Fotosatz-Unternehmen gegründet. Bereits Anfang der 1990er Jahre spezialisierte sich der Firmengründer, Georg Manhillen, auf die Produktion von Plastikkarten. Als Vision wurde von Anfang an beschrieben, den Kunden ein Full-Service-Angebot rund um Gestaltung, Produktion und Versand hochwertiger Plastikkarten zu bieten. Im Laufe der Jahre wurde deshalb der Maschinenpark des Familienunternehmens mit 20 Mitarbeitern ständig erweitert und auf den aktuellsten Stand der Technik gebracht, um die Weichen weiter auf modernste Kartenproduktion zu stellen und zugleich das Produkt- und Dienstleistungsportfolio „rund um die Karte“ kontinuierlich auszubauen.

Heute zählt das Unternehmen zu einem der führenden Spezialanbieter im Bereich Plastikkarten, der alles aus einer Hand anbietet. Dabei stehen die permanente Weiterentwicklung und Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse immer im Fokus des unternehmerischen Handelns. Daraus ist beispielsweise 2010 der Geschäftsbereich Digitaldruck entstanden, der das Kerngeschäft Plastikkarten erweitert. Bereits 2011, also nur ein Jahr später, kam der Geschäftsbereich „UV-Foliendruck“ dazu, der unter anderem technisch anspruchsvolle Lentikulardrucke ermöglicht, die man umgangssprachlich als „Wackelbilder“ kennt, die aber auch als kleine Filmsequenzen angelegt sein können. Diese Möglichkeiten, die kleinen Plastikkarten so anzureichern und aufzuwerten, dachten die Geschäftsführer dann konsequent weiter. Seit 2012 werden die Möglichkeiten der Druckveredelung kontinuierlich ausgebaut und reichen zwischenzeitlich von UV-Lackierungen über Relief- und Duftlacke bis hin zur Heißfolienprägung. Die Investitionen in die Digitaldruck-, UV-Foliendruck- und Veredelungs-Technologien stellen dabei immer wichtige Ergänzungen zur klassischen Sparte der Plastikkarten dar und festigen das Unternehmen weiter als Full-Service-Dienstleister für Karten und Kartenmailings.

Begleitet wird jegliche Geschäftsentwicklung vom Selbstverständnis der Unternehmerfamilie Manhillen, dass ein guter Unternehmer nicht nur seinen Unternehmenserfolg im Auge haben darf, sondern auch seinen Beitrag zum Wohl der Gesellschaft und vor allem zum Umweltschutz leisten sollte. Daher findet sich aktiver Klimaschutz in allen Unternehmensbereichen wieder und fand ab 2011 durch eine jährliche CO2-Zertifizierung durch den Verband Druck und Medien den offiziellen Weg in das Leistungsportfolio.

STRUKTUR DES UNTERNEHMENS



2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

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

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

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: „Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Umweltbelange

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

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

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Ökonomischer Mehrwert

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

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

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

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

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

Regionaler Mehrwert

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

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

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

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

3. Unsere Schwerpunktthemen

KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

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

- **Leitsatz 04 – Ressourcen:** „Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“
- **Leitsatz 05 – Energie und Emissionen:** „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Aktiver Klimaschutz ist längst nicht mehr nur Privatsache der Endverbraucher. In immer mehr Bereichen fordern die Verbraucher – zu Recht – auch von uns als Unternehmen umweltverträgliches Handeln. Bei der Manhillen Drucktechnik GmbH spielt ressourcenschonendes Handeln schon seit vielen Jahren eine Rolle. So haben wir wichtige Umweltaspekte beim Neubau des Büro- und Produktionsgebäudes oder der Anschaffung neuer Maschinen berücksichtigt und decken einen großen Teil unseres Energiebedarfs über eine eigene Photovoltaik-Anlage.

Uns war es aber ebenso wichtig, nicht bei der Steigerung unserer eigenen Ressourcen-Effizienz und einer besseren Energie-Effizienz aufzuhören, sondern auch unseren Kunden die Möglichkeit zu geben, ihre Klimabilanz zu verbessern. Daher haben wir uns bereits 2011 – quasi als logische Konsequenz unserer Unternehmensphilosophie – in einem wissenschaftlich anerkannten Verfahren zertifizieren lassen und können anbieten, die gesamten CO₂-Emissionen, die bei der Produktion von Druckaufträgen entstehen, zu kompensieren.

Es ist tatsächlich in den vergangenen Jahren festzustellen, dass aufgrund der starken realen und medialen Präsenz der Klimakrise die klimaneutrale Produktion von Plastikkarten auf reges Interesse stößt und häufig angefragt wird. Da der Druckauftrag durch den Einsatz von Biomaterial und das Klimaneutralstellen dann allerdings teurer wird und zugleich die Marketingabteilungen mit sinkenden Marketingbudgets kämpfen müssen, fällt heute die Entscheidung dann noch zu oft gegen das klimaneutrale Drucken.

Diese Situation möchten wir ändern und uns daher durch den Fokus auf die beiden Leitsätze weiterhin kontinuierlich ausrichten auf eine energieeffiziente, klimaneutralen Druckproduktion auf biologisch abbaubaren oder recycelten Kunststoffzeugnissen. Ziel ist letztlich, auch für die Kunden das klimaneutrale Drucken erschwinglich und damit attraktiver zu machen.

4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

Leitsatz 04 – Ressourcen

WO STEHEN WIR?

Über die Druckproduktion hinaus sieht die Manhillen Drucktechnik GmbH sich und andere Unternehmen in der Verantwortung, bewusst ressourcenschonend zu handeln. Die konsequente Klimaorientierung lebt das Unternehmen dabei bereits seit Jahrzehnten und unabhängig von Markt- und Gesellschaftstrends.

Als 2007 auf rund 1.000 Quadratmetern das neue Produktions- und Bürogebäude in der Schillerstraße entstanden ist, wurden bereits wichtige Umweltaspekte berücksichtigt. Für die Trägerkonstruktion des Gebäudes hat man bewusst auf Stahl verzichtet und auf den nachwachsenden Rohstoff Holz gesetzt. Ein besonderes Augenmerk haben Architekt und Bauherren außerdem darauf gelegt, die Ressource Wasser zu schonen. So wird über eine Zisterne im Boden das Regenwasser aufgefangen und als Brauchwasser verwendet.

Auch eine im selben Jahr angeschaffte Laminiermaschine zeichnet sich durch einen geringen Wasserverbrauch aus. Durch ein Kühlaggregat wird das Wasser lediglich abgekühlt, bleibt aber im Kreislauf, wird also wiederverwertet.

Für das Kernprodukt „Kartenproduktion“ ist der Druckspezialdienstleister kontinuierlich auf der Suche nach Alternativen zum klassischen PVC-Bedruckstoff. Nach verschiedenen Tests beispielsweise mit der sog. MaisCard wurde die Produktion auf umweltverträglichem Bio-PVC ab 2011 fest im Angebot verankert. Dieses Material ist genauso langlebig wie Standard-PVC, aber zu 100 % biologisch abbaubar. Bio-PVC basiert wie gewöhnliches PVC auf Rohöl und Steinsalz (57 %). Allerdings werden beim Herstellungsprozess noch andere Substanzen zugesetzt, die das Material zu 100 % biologisch abbaubar machen.

Seit Anfang 2020 werden außerdem Kunststoffdruckprodukte aus „grünem Plastik“ angeboten, mit denen kein neues Plastik in Umlauf gebracht wird, da für die Herstellung des Bedruckstoffs PVC-Müll so aufbereitet wird, dass er zu 100 % wiederverwertet werden kann. Ebenfalls 2020 neu ins Portfolio aufgenommen wurden Karten aus reinem Birkenholz als nachwachsendem forstwirtschaftlichen Rohstoff.

Der Versand der fertigen Produkte erfolgt grundsätzlich in Recyclingkartonagen, nicht zusätzlich in Folienmaterial eingeschweißt und bei Versand über GLS stets komplett klimaneutral.

Das Recycling von Farben und Lacken, bei deren Auswahl darauf geachtet wird, dass diese möglichst ungiftig und gut abbaubar sind, erfolgt selbstverständlich gemäß den strengen gesetzlichen Vorgaben.

Eine gewisse Ausschuss- und Fehlerquote ist bei jeder Kartenproduktion vorhanden. Aussortierte Plastikkarten werden sortengetrennt entsorgt – nach Karten ohne Sonderausstattung (= Rohstoff erster Güte, der geschreddert und an Wiederverwerter verkauft wird), Magnetstreifenkarten (= Rohstoff zweiter Klasse, d. h. diese Karten werden separat zu Granulat verarbeitet und wiederverwertet) und Chipkarten (= Restmüll).

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Auch bei Speditionsversand soll künftig der Transport klimaneutral gestellt werden – unabhängig davon, ob die Produktionsaufträge von den Kunden explizit als klimaneutral beauftragt wurden.

Wir wollen deutlich mehr Kunden zum Umstieg auf nachhaltigere Kartenmaterialien bewegen und so den Anteil von Bio-PVC, „grünem Plastik“ oder auch von regenerativem Birkenholz an der Gesamtproduktionsmenge deutlich erhöhen.

Es sollen gezielt Maßnahmen entwickelt werden, um die Ausschussquote und Fehlerquote (Einschlüsse, Verschmutzungen, Staubpartikel) weiter zu reduzieren. Hierfür wird in einem ersten Schritt bereits manuell eine Monatsstatistik gepflegt, bei der Restkarten gezählt und die Gründe für den Ausschuss gesammelt werden.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Klimaneutraler Versand bei Speditionstransport: 100 %
- Erhöhung des Anteils von Bio-PVC und „grünem Plastik“:
 - Ist 2019: ca. 2 %
 - Prognose 2020: 2,4 %
 - Ziel 2021: mindestens 3,5 %
- Steigender Anteil von regenerativen Materialien (z. B. Holz-Karten):
 - Ist 2010: 0 %
 - Prognose 2020: 0,5 %
 - Ziel 2021: 1,5 %
- Ausschussquote und Fehlerquote:
 - Ist 2019: 14 %
 - Prognose 2020: 12 %
 - Ziel 2021: < 10 %

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

WO STEHEN WIR?

2008 wurde auf dem Firmenneubau eine 150 Quadratmeter große Photovoltaik-Anlage installiert, um den Primärenergieverbrauch zu senken. Diese liefert jährlich 18.000 Kilowatt-Stunden (kWh) Energie, was ausreicht, um den gesamten Vertriebs- und Verwaltungskomplex der Manhillen Drucktechnik GmbH klimaneutral zu stellen.

2011 hat das Unternehmen darüber hinaus eine Umweltzertifizierung durchlaufen und bietet seither an, die gesamten CO₂-Emissionen, die bei der Produktion von Kartenaufträgen entstehen, zu kompensieren. Manhillen ist damit europaweit eines der wenigen Unternehmen, das mit dem Bedruckstoff PVC arbeitet und – durch die offizielle CO₂-Prüfung des Verbandes Druck und Medien – in der Lage ist, die gesamten CO₂-Emissionen eines Kundenauftrags klimaneutral zu stellen. Nach Abschluss der Druckproduktion erhält der Kunde ein Bilanzprotokoll, das ausweist, wie viel Kilogramm CO₂ der betreffende Auftrag verursacht hätte. Diese sogenannte CO₂-Bilanz können Unternehmen dann nach DIN/ISO 14040 und 14044 direkt in ihre Ökobilanz integrieren. Für diese „Klimaneutrale Kartenproduktion“ hat das Wirtschaftsmagazin *handelsjournal* dem Unternehmen 2012 die Auszeichnung „Top Produkt Handel“ in Bronze verliehen.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Für 2021 ist eine Erweiterung der Photovoltaikanlage auf dem gesamten Norddach angedacht. Das Projekt befindet sich momentan zur Prüfung bei der Bank.

Unser Ziel war schon in den zurückliegenden Jahren, noch deutlich mehr Kunden dazu zu bewegen, den kompletten Produktionsauftrag klimaneutral stellen zu lassen. Das Thema in der Kommunikation (Werbung wie persönlicher Vertrieb) stark in den Vordergrund zu rücken und in allen Angeboten die Preise für die klimaneutrale Alternative als Option mit ausweisen, brachte nicht die gewünschten schnellen und signifikanten Steigerungsraten. Daher wurde Ende 2020 eine Zertifizierung durch den BVDM angestoßen, die ab 2021 das gesamte Unternehmen und damit automatisch auch alle Druckaufträge klimaneutral stellen soll.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Erhöhung des Anteils an klimaneutralen Aufträgen:

- Ist 2018: 1,3 %
- Ist 2019: 2,0 %
- Prognose 2020: 2,4 %
- Ziel 2021: 100 %

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Der Schutz von Menschen- und Arbeitnehmerrechten ist für uns eine Selbstverständlichkeit und Prämisse unseres gesamten Handelns. Im Einzelnen definieren wir als Ziele und Aktivitäten:

- Geschlecht, Alter, Religion, Herkunft, sexuelle Orientierung etc. spielen und spielen bei der Mitarbeiterauswahl keinerlei Rolle.
- In der Vergangenheit haben wir ganz bewusst auch ältere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt und werden auch in Zukunft Berufs- und Lebenserfahrung besonders wertschätzen.
- Ziel ist es, alle Mitarbeiter gleichermaßen zu integrieren und so weit wie möglich in betriebliche Gestaltungs- und Entscheidungsprozesse einzubinden. Eine offene Feedback-Kultur – unterstützt durch ein Prinzip der offenen Türen – bietet den nötigen Raum für Ideen, Anliegen, aber auch Kritik.
- In unserem klassischen Familienunternehmen, das in zweiter Generation geführt wird, legen wir ganz besonderen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und bieten flexible, individuelle Arbeitszeitmodelle an.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Für den Druckbereich „Kartenproduktion“ ist sehr spezifisches Fachwissen notwendig. Unsere Mitarbeiter sind daher unsere wertvollste Ressource und diese Tatsache nehmen wir sehr ernst, indem wir ihrem Wohlbefinden einen hohen Stellenwert einräumen. Zu Zielen und Maßnahmen zählen beispielsweise:

- Im Sinne der Salutogenese ergänzt bei uns der Gedanke einer Gesunderhaltung am Arbeitsplatz die klassischen Arbeitsschutzmaßnahmen eines produzierenden Betriebs.
- Die durchschnittliche Firmenzugehörigkeit liegt bei uns im Unternehmen bereits auf einem sehr hohen Level, das durch Mitarbeiterbindung weiter gehalten werden soll. Damit Hand in Hand geht die Beobachtung der Fluktuationsrate, die weiter auf einem niedrigen Niveau gehalten werden soll.
- Für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bietet die Manhilla Drucktechnik GmbH wie oben bei Leitsatz 01 schon erwähnt flexible Teilzeitmodelle an, die eine gute Work-Life-Balance unterstützen.
- Die kontinuierliche Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird weiter ausgebaut und noch besser strukturiert. Zu Fachthemen (z. B. „Klimaneutrale Produktion“, „Preisgestaltung“ oder „Innovative Drucktechniken“) und Skills aus dem Bereich Personal Development (z. B. „Gesprächsführung am Telefon“ oder „Vertrieb“) werden in Zusammenarbeit mit externen Trainern regelmäßig praxisbezogene Inhouse-Schulungen durchgeführt. Darüber hinaus haben die

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit, eine Förderung für außerbetriebliche Trainingsmaßnahmen oder ein fachbezogenes Aufbaustudium zu erhalten.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Gegenüber verschiedenen Anspruchsgruppen – vorwiegend Lieferanten, Kunden und Mitarbeiter – sind die Ziele und die zur Erreichung eingeleiteten Maßnahmen über den Verlauf der letzten Jahre sehr konstant geblieben. Der Austausch beruht dabei stets auf gegenseitiger Wertschätzung und einem offenen Dialog.

- Bei der **Auswahl von Dienstleistern** wird gezielt darauf geachtet, dass diese aus dem regionalen Umkreis – soweit möglich aus Baden-Württemberg – kommen. Auch im Bereich von **Rohstoff-lieferanten** wird ganz gezielt die Kooperation mit deutschen Partnern und Herstellern innerhalb der EU gesucht. Lokale Kooperationen gerade im Bereich nachhaltiger Rohstoffe sollen weiter forciert werden.
- Das Verhältnis gegenüber unseren **Kunden** ist von gegenseitigem Vertrauen geprägt. Wir zielen nie auf Einmalgeschäft und kurzfristige Verkäufe, sondern stets auf eine langfristige Zusammenarbeit ab und punkten beim Kunden mit persönlicher Beratung und Betreuung.
- **Mitarbeiterzufriedenheit** ist für uns mit unseren 20 Mitarbeitern ein wichtiges Ziel. Daher fördern wir ganz gezielt ein gutes Betriebsklima, das geprägt ist von einer offenen, persönlichen Arbeitsatmosphäre. Gemeinschaftsräume im zwischen 2005 und 2007 neu errichteten Produktions- und Bürogebäude werden gerne für gemeinsame Pausen und einen Austausch, der über das rein Berufliche hinausgeht, genutzt. Gemeinsame Veranstaltungen – wie Mitarbeiterausflüge zum Beispiel ins Theater – haben ihren festen Platz im Jahresablauf und stärken den Zusammenhalt.
- Auch wenn wir als B2B-Spezialdienstleister unsere Kunden nur sehr selten vor Ort finden, ist es uns wichtig, **gesellschaftliche Verantwortung vor Ort** zu leben. Dazu gehörte und gehört auch künftig die Mitgliedschaft im Verein der Selbstständigen Rutesheim, die regelmäßige Teilnahme an den Gewerbeschauen der Stadt, das Angebot von Orientierungspraktika „Mediengestalter“ im Rahmen von Praktikums-Programmen an der örtlichen Realschule sowie ein guter Kontakt zur Stadtverwaltung.
- Manhillen engagiert sich seit vielen Jahren im Verband Druck und Medien Baden-Württemberg e. V. Die Geschäftsleitung schätzt diese Allianz und den **Austausch im Branchenverbund** als wichtig ein, um die kommenden Herausforderungen als gesamte Branche optimal zu meistern. Im Rahmen der Klimainitiative, die die Druck- und Medienverbände ins Leben gerufen haben, ist eine besonders enge Zusammenarbeit entstanden, da der Plastikkartenspezialist mit seinem speziellen Bedruckstoff hier eine Sonderstellung und zugleich eine Vorreiterrolle einnimmt.

Umweltbelange

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Der Kernrohstoff unserer Produkte ist Kunststoff. Damit arbeiten wir per se mit einem Material, das zwar auf der einen Seite durch seine Langlebigkeit punkten kann, auf der anderen Seite aber im Kontext weltweit steigender Plastikmüll-Aufkommen stets im Fokus der öffentlichen Klimaschutz-Diskussion steht.

- Wir sind daher stetig auf der Suche nach umweltfreundlichen Alternativen bei Bedruckstoffen ebenso wie bei Druckfarben. Dafür führen wir regelmäßig Gespräche mit unterschiedlichen Herstellern, um bei neuen Entwicklungen beispielsweise in Sachen umweltfreundliche Kunststoffe als einer der ersten dabei zu sein. Wir können bereits jetzt Kunststoffdruckprodukte anbieten, mit denen kein neues Plastik in Umlauf gebracht wird, da für die Herstellung des Bedruckstoffs PVC-Müll so aufbereitet wird, dass er zu 100 % wiederverwertet werden kann. Ziel ist es, den Anteil des recycelten PVCs an der Gesamtproduktionsmenge in den kommenden Jahren deutlich zu erhöhen (siehe dazu auch Schwerpunktthema Leitsatz 04).
- Für unsere Kunden sind wir absolut transparent, was die CO₂-Menge betrifft, die durch einen Druckauftrag entsteht. Da wir auf Basis eines wissenschaftlich anerkannten Verfahrens CO₂-geprüft sind, ermöglicht uns ein CO₂-Rechner, die Werte in einem offiziellen Dokument für die Klimabilanz der Kunden bereitzustellen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Eine andauernd hohe Wettbewerbsintensität im Plastikkartenmarkt, die durch Hersteller aus dem osteuropäischen und asiatischen Raum in den vergangenen Jahren stark zugenommen hat, macht eine klare Strategie nötig, um den Unternehmenserfolg nachhaltig zu sichern. Konkret ist für uns dabei wichtig:

- Wir leben auch weiterhin eine konsequente Qualitätsausrichtung, die mit dem Fokus auf die Kundenbedürfnisse und die Optimierung der Produktionsprozesse dafür sorgt, dass ein Preis, der der hohen Qualität angemessen ist, am Markt auch in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld durchsetzbar ist. Eine Positionierung rein über den Preis, die schnell zu einer verhängnisvollen Preisspirale nach unten führen kann, wird vermieden.
- Durch Reinvestitionen des Gewinns in neue Technologien und Materialien wird das Produktspektrum kontinuierlich modernisiert, ausgebaut und erweitert, um den Kunden umfassend und „aus einer Hand“ bedienen zu können und dadurch wiederum auch verschiedene Standbeine bei der Gewinnerwirtschaftung zu haben.
- Die Sicherung von Arbeitsplätzen in der Region war und ist für uns wichtig. Beim Neubau des Büro- und Produktionsgebäudes haben wir die Entscheidung trotz höherer Grundstückspreise als im Umland oder anderen in Süddeutschland in Frage kommenden Standorten zugunsten des Standorts Rutesheim gefällt und können für Rutesheim somit kontinuierlich Arbeitsplätze sichern.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Für unsere Produkte sollen verstärkt nachhaltige Rohstoffe zum Einsatz kommen. Hierfür sind wir permanent auf der Suche nach innovativen Ideen mit Partnern bevorzugt aus dem regionalen Umfeld:

- Der Anteil von biologisch abbaubaren und recyceltem Rohstoffen wie dem „Bio-PVC“ und dem „grünen Plastik“ an der Gesamtkartenproduktion soll sukzessive weiter erhöht werden.
- Kontinuierlich wird in Richtung anderer nachhaltiger Kartenmaterialien geforscht. Aktuell läuft beispielsweise ein F&E-Projekt mit einem süddeutschen Mittelständler aus dem Bereich Holztechnik, bei dem es um neuartige Kartenprodukte aus dem besonderen und zugleich nachhaltigen Werkstoff Holzfurnier geht.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Eine vorausschauende und nachhaltige Finanzplanung ist für uns wichtig. Sie ist nachvollziehbar und transparent angelegt und bietet die Möglichkeit, auf Marktänderungen kurzfristig und zielgerichtet reagieren zu können.

- Erwirtschaftete Gewinne verbleiben im Unternehmen und werden in neue Technologien reinvestiert, um die Stabilität des Geschäftsmodells und den Unternehmensfortbestand zu sichern.
- Wir streben eine laufende Kostenreduzierung durch Sonderzahlungen bei Tilgung von Fremdkapital und Verbindlichkeiten an.
- Riskante Anlagen und Geschäfte schließen wir bei jeglichen Finanzentscheidungen per se aus.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Da wir schwerpunktmäßig in Deutschland aktiv sind, ist Korruption als Thema im Unternehmen noch nie aufgetreten und wir lehnen Korruption in allen Bereichen entschieden ab. Die Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten basiert auf einer vertrauensvollen Zusammenarbeit und für die Auftragsvergabe sind ausschließlich Leistung und Service maßgeblich.

- Auch ohne einen offiziell formulierten Verhaltenskodex sind Geschäftsleitung wie Mitarbeiter gehalten, keine Incentives anzunehmen, die einen Wert von 35 Euro übersteigen.
- Darüber hinaus wird Schwarzarbeit absolut abgelehnt.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Auch wenn unser Absatzmarkt in der Regel außerhalb der Region liegt, ist es uns wichtig, einen Mehrwert für die Menschen aus der Region zu schaffen. Das soll auch weiterhin durch folgende Maßnahmen und Aktivitäten gelingen:

- Wir unterstützen sowohl personell als auch finanziell verschiedene soziale, schulische und sportliche Projekte vor Ort. Dazu zählt das Angebot von sog. Orientierungspraktika ebenso wie die Unterstützung der Arbeit des Stadtjugendrings Sindelfingen, die Kooperation mit den Stuttgarter Kickers oder das langjährige Sponsorship des internationalen Tennisturniers Jugend-Cup Renningen/Rutesheim.
- Die meisten unserer Dienstleister haben ihren Sitz in Baden-Württemberg, und wir gewährleisten durch langfristige Partnerverträge eine Planbarkeit für beide Seiten.
- Regionaler Mehrwert entsteht auch durch die Schaffung und Sicherung von rund 20 festen Arbeitsplätzen vor Ort. Zusätzlich zu den festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern fangen wir mit Aushilfs- und Ferienjobs Auftragsspitzen auf.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Uns ist es wichtig, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu selbstständigem Denken und Handeln zu ermutigen. Im Unternehmenskontext setzen wir dafür auf folgende Maßnahmen:

- Die Teams können ihre Arbeitszeiten im Team frei organisieren, sofern der Produktionsprozess sichergestellt ist. Die dadurch gewährte Freiheit fördert – gepaart mit der gleichzeitig übertragenen Verantwortung – das unternehmerische Denken des Einzelnen.
- Bei Potenzialen, die in der Optimierung der Prozesse gesehen werden, haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Freiheit, das direkt umzusetzen und die Auswirkung anschließend zu bewerten.
- Verbesserungsvorschläge von Seiten der Mitarbeiter*innen, aber auch von externen Partnern sind jederzeit willkommen und werden durch eine offene Unternehmenskultur unterstützt. Es existiert ein Belohnungsprogramm, wenn Innovationen und Optimierungspotenziale, die von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vorgeschlagen wurden, umgesetzt werden. Dabei wird bei den Prämien auf Geschenkkarten gesetzt, die in ortsansässigen Restaurants, Buchhandlungen etc. eingelöst werden können. Damit wird auch hier gleichzeitig ein Bezug zur Region und zu den eigenen Produkten hergestellt.

6. Unser WIN!-Projekt

DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Aktiver Klimaschutz und Einsatz für die Sportförderung sind von jeher in unserer Firmenphilosophie fest verankert. Wie in Leitzsatz 11 schon kurz angesprochen, unterstützen wir bereits seit vielen Jahren verschiedene soziale, schulische und sportliche Projekte vor Ort personell und finanziell.

Unser WIN!-Projekt ist dem Bereich der regionalen Sportförderung zuzuschreiben. Generell sollen durch unser Engagement langfristig die **Jugendarbeit und Nachwuchsförderung des 1899 gegründeten Sportvereins Stuttgarter Kickers e. V. unterstützt** werden. Zugleich möchten wir mit dem Projekt die Stuttgarter Kickers in ihrer Verantwortung nicht nur für den Sport, sondern auch für die Umwelt bestärken und ermöglichen, dass der Verein auch in dieser Hinsicht als Vorbild vorangehen kann.

Aktuell steht im Verein ein ganz besonderes Projekt aus dem Bereich der Jugendförderung auf der Agenda, das wir **als konkretes WIN!-Projekt 2020** mit einem Beitrag unterstützen möchten: Als Investition in die Zukunft und die Nachhaltigkeit soll die bisherige Flutlichtanlage auf dem Gelände der Kickers-Jugend, die als Stromfresser Budget wie Umwelt belastet, durch moderne und nachhaltige LED-Flutlichtmasten ersetzt werden. Einer der Masten kann dann künftig zudem nicht nur von der Fußballjugend genutzt werden, sondern steht auch der Leichtathletikabteilung zur Verfügung, die bisher in den Herbst- und Wintermonaten im Dunkeln trainiert.



Mit dem Slogan „**Gemeinsam nachhaltig leuchten**“ rufen die Stuttgarter Kickers zu einer Crowdfunding-Kampagne auf, um nachhaltige Flutlichter für das Jugendsportgelände realisieren zu können.

© Fotos: SV Stuttgarter Kickers e. V.

Die Leichtathletinnen und Leichtathleten sowie die jungen Fußballerinnen und Fußballer sollen damit die Möglichkeit erhalten, auch in den dunklen Monaten gemeinsam und regelmäßig trainieren zu können – mit energiesparender Beleuchtung, die ausschließlich mit ökologischem Strom betrieben wird.

Gerade die aktuellen coronabedingten Einschränkungen des Trainingsbetriebs zeigen darüber hinaus deutlich, wie wichtig kontinuierliche sportliche Aktivitäten für die Entwicklung unserer Kinder und Jugendlichen sind und welche wichtige gesellschaftliche Rolle die Vereine hierbei einnehmen. Dass bei einer Realisierung des Flutlicht-Projektes für die Vereinsjugend eine bessere Möglichkeit geschaffen wird, das ganze Jahr hindurch im Freien trainieren zu können, wo die Ansteckungsgefahr deutlich geringer ist als im Hallenbetrieb, ist unter diesem neu hinzugekommenen Aspekt ein zusätzlicher Pluspunkt unseres WIN!-Projektes.

Die Manhillen Drucktechnik GmbH möchte mit dem WIN!-Projekt ihre Rolle als Unternehmen, das nicht nur die eigene Gewinnerzielung im Fokus hat, sondern sich der Verantwortung für die gesamtgesellschaftliche Entwicklung bewusst ist, weiter ausbauen. Damit werden Unternehmenswerte geschaffen und eine Unternehmenskultur gelebt, die auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine noch bessere Identifikation mit ihrem Arbeitgeber ermöglichen.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Bei diesem konkreten Einzelprojekt mit einem Gesamt-Investitionsvolumen von 50.000 Euro beteiligen wir uns mit einem Betrag von 2.000 Euro.

AUSBLICK

Über dieses konkrete Einzelprojekt hinaus werden wir im Rahmen unserer Unterstützung für die Stuttgarter Kickers auch in den kommenden Jahren unsere Kernkompetenzen in Form von Personalressourcen und Sachsponsoring einsetzen. Der Fokus wird dabei auf dem gezielten Einsatz von Bio-PVC und recyceltem PVC sowie der komplett klimaneutralen Produktion von Besucherdauerkarten, Ausweisen zur Mitarbeiter- und Sponsoren-Akkreditierung sowie von Mailingaussendungen liegen.

Zum Start des Projekts bringt sich die Manhillen Drucktechnik GmbH bei der Produktion der Besucherdauerkarten, von Mitarbeiterausweisen und Sponsorenausweisen ein. Über diese personalisierten Barcodekarten können Akkreditierung und Zutrittssteuerung sowie die Abrechnungsabwicklung einfach und zuverlässig erfolgen. Auch der komplette Mailingversand inklusive eines sukzessiven Versands der Clubkarten auf Abruf wird übernommen.

Bereits ab dem kommenden Jahr sollen für die Karten ausschließlich 100 % recyceltes PVC bzw. Bio-PVC zum Einsatz kommen, und alle Druckaufträge und Mailingaussendungen werden komplett klimaneutral erfolgen. Mittelfristig sollen innovative nachhaltige Materialien, die die Manhillen Drucktechnik GmbH im Rahmen von F&E-Kooperationen entwickelt, immer direkt auch für die Arbeit der Stuttgarter Kickers

zum Einsatz kommen. So stehen dem Traditionsverein auch für die eigene Kommunikation mit Fans und Öffentlichkeit gute Argumente für den gezielten Fokus auf Nachhaltigkeit im Fußballumfeld zur Verfügung.

Das im Jahr 2020 gestartete Paket hat ein Jahresvolumen von rund 6.000 Euro. Dieser Teil deckt die Material- und Produktionsleistungen der klimaneutral gedruckten Karten und Mailings ab. Der zusätzlich erforderliche Stundeneinsatz liegt bei etwa 50 Stunden pro Jahr.

Wichtig ist, dass unser Engagement für die Stuttgarter Kickers nicht auf eine kurze Laufzeit ausgelegt ist. Das Projekt soll zwar jährlich gemeinsam mit dem Partner einer Bewertung unterzogen und bei Bedarf hinsichtlich der Leistungs- und Förderschwerpunkte angepasst oder erweitert werden. Es besteht aber – gemäß unserer generellen Philosophie – die Absicht, eine langfristige Zusammenarbeit aufzubauen.



Frank Manhillen, Geschäftsführer der Manhillen Drucktechnik GmbH, mit **Matthias Becher**, dem als Geschäftsführer des SV Stuttgarter Kickers e. V. gerade auch die Jugendarbeit sehr am Herzen liegt.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Frank Manhillen

Geschäftsführer

Telefon: +49 7152-99918-55

E-Mail: fm@man-druckt.de

Impressum

Herausgegeben am 15.11.2020 von

Manhillen Drucktechnik GmbH

Schillerstraße 90, 71277 Rutesheim

Telefon: +49 7152-99918-0

Fax: +49 7152-99918-22

E-Mail: info@man-druckt.de

Internet: www.man-druckt.de

