



NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2021

MANHILLEN DRUCKTECHNIK
GMBH



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

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns.....	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
Leitsatz 04 – Ressourcen	6
Leitsatz 05 – Energie und Emissionen.....	8
5. Weitere Aktivitäten.....	11
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	11
Umweltbelange	12
Ökonomischer Mehrwert	13
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	14
Regionaler Mehrwert	14
6. Unser WIN!-Projekt	16
7. Kontaktinformationen	19
Ansprechpartner	19
Impressum	19

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 aktuellen 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. Ende 2020 wurde schließlich vom Bundesverband Druck und Medien (BVDm) eine Standortbilanz mit CO₂-Fußabdruck des gesamten Betriebes erstellt. Sämtliche Druckaufträge, die bei der Manhillen Drucktechnik GmbH produziert werden, sind seither automatisch klimaneutral.

ÜBER UNS

STRUKTUR DES UNTERNEHMENS



WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen.“*

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: *„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“*

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 Mitarbeitende 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 <http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 17.07.2020

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	☐	☒	☐
Leitsatz 2	☐	☒	☐
Leitsatz 3	☐	☒	☐
Leitsatz 4	☒	☒	☒
Leitsatz 5	☒	☒	☒
Leitsatz 6	☐	☒	☐
Leitsatz 7	☐	☒	☐
Leitsatz 8	☐	☒	☐
Leitsatz 9	☐	☒	☐
Leitsatz 10	☐	☒	☐
Leitsatz 11	☐	☒	☐
Leitsatz 12	☐	☒	☐

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung	☐
Zusatzkapitel: Klimaschutz	☐

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt:

Jugendarbeit und Nachwuchsförderung des Sportvereins Stuttgarter Kickers e. V., Stuttgart

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|---|--------------------------------------|--|
| ☒ Energie und Klima | ☐ Ressourcen | ☐ Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| ☐ Mobilität | ☐ Integration | |

Art der Förderung:

- ☐ Finanziell ☒ Materiell ☒ Personell

Umfang der Förderung:

Materieller Gegenwert der Förderung: 8.500 EUR + zusätzlich ca. 70 Arbeitsstunden

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- **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 Verbraucherinnen und 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 Kunststoffserzeugnissen. Ziel ist letztlich, auch für die Kunden das klimaneutrale Drucken erschwinglich und damit attraktiver zu machen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 04 – Ressourcen

ZIELSETZUNG

Der Versand der fertigen Produkte erfolgt bereits seit vielen Jahren grundsätzlich in Recyclingkartonagen, nicht zusätzlich in Folienmaterial eingeschweißt und bei Versand über GLS stets komplett klimaneutral. Auch bei einem Speditionsversand sollte ab 2021 der Transport klimaneutral gestellt werden – unabhängig davon, ob die Produktionsaufträge von den Kunden explizit als klimaneutral beauftragt wurden.

Wir wollten 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 wurde in einem ersten Schritt bereits manuell eine Monatsstatistik gepflegt, bei der Restkarten gezählt und die Gründe für den Ausschuss gesammelt werden.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Grundsätzliche Beauftragung aller Speditionslieferungen mit Klimakompensation
- Standardmäßiges Angebot von Bio-PVC und „grünem“ Plastik als alternatives Kartenmaterial
- Prüfung der Investition in eine Filteranlage bei der Laminiermaschine, durch die die Luft permanent abgesaugt wird, wodurch es weniger Staubpartikel gibt, die im Laminat eingeschlossen werden und damit zu Ausschüssen führen können

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Qualitative Dokumentation

Die angestrebte weitere Steigerung des Anteils an Bio-PVC und „grünem“ Plastik bei der Kartenproduktion war 2021 leider nicht erreichbar und scheint nach momentaner Lage auch für das kommende Jahr nicht möglich. Vielmehr wäre ein Halten der aktuellen Werte schon gut und muss daher auch als Ziel für 2022 ausgegeben werden. Denn hohe Preissteigerungen bei der Standard-Produktion verteuern die Produkte per se und müssen erst einmal von den Kunden verkraftet werden. Leider ist ein Ende der Preissteigerungen, der Lieferengpässe und -verzögerungen sowie der Materialknappheit noch nicht wirklich in Sicht. Die Partner von Manhilla erwarten nicht vor Mitte oder sogar Ende 2022 eine Besserung der Liefersituation bei Papier, Holz und Kunststoffen.

Mit Blick auf das regenerative Material „Holz-Karten“ wurde das für 2021 gesteckte Ziel, den Anteil von 0,5 % auf 1,5 % auszubauen, nicht erreicht. Im Gegenteil musste ein deutlicher Rückgang bei diesem eher neueren Kartenmaterial verzeichnet werden. Die Erfahrung aus 2021 zeigt, dass in der momentanen Lage keiner das Geld für Holz-Karten ausgibt, die schon grundsätzlich teurer sind und sich vor allem für besondere Karten anbieten, die länger im Einsatz sind und immer wieder von den Kunden benutzt werden. 2021 gab es bei diesem Rohstoff unglaubliche Preissteigerungen von +150 % und leider ist

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

davon auszugehen, dass die Lage 2022 eher problematischer wird, das Ziel also nicht höher als der prognostizierte Wert für 2021 liegen darf und dass selbst dieser Wert noch herausfordernd wird. Hinzu kommt, dass 2021 coronabedingt die Messen und persönlichen Kundenbesuche fehlten – und damit auch die Präsentationsmöglichkeiten eines derartigen Produktes, das man einfach sehen und in der Hand halten muss, um den haptischen Effekt in seiner Wirkweise zu spüren.

Um eine Ausschuss- und Fehlerquote unter 10 % zu erreichen, wurde im Rahmen der Auseinandersetzung mit diesem Ziel eine Investition in eine Filteranlage bei der Laminiermaschine als notwendig identifiziert. Diese hat ein Investitionsvolumen von 5.000 bis 10.000 Euro und soll die Luft permanent absaugen, so dass weniger Staubpartikel vorhanden sind, die zu Einschlüssen im Laminat und damit zu Ausschüssen führen können.

INDIKATOREN

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Klimaneutraler Versand bei Speditionstransport:

- Ist 2021: 100 %
- Ziel 2022: 100 % halten

Indikator 2: Erhöhung des Anteils von Bio-PVC und „grünem Plastik“:

- Ist 2019: ca. 2 %
- Ist 2020: 5,90 %
- Ist 2021: 18,90 %
- Ziel 2022: Aufgrund der Rohstoffverknappung und problematischer Liefersituationen wird ein Anteil von 15 % für realistisch gehalten

Indikator 3: Steigender Anteil von regenerativen Materialien (z. B. Holz-Karten):

- Ist 2019: 0 %
- Ist 2020: 0,5 %
- Ist 2021: 0,2 %
- Ziel 2022: aktuell keine Nachfrage, Produkt wird nicht aktiv beworben

Indikator 4: Ausschussquote und Fehlerquote:

- Ist 2019: 14 %
- Ist 2020: 12 %
- Ist 2021: 10,5 %
- Ziel 2022: < 9 %

AUSBLICK

Auch 2022 sollen die alternativen Kartenmaterialien konsequent in die Angebote als nachhaltigere Optionen aufgenommen und weitere Reduktionen bei der Ausschuss- und Fehlerquote erreicht werden.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 04 bleibt also weiterhin Schwerpunktthema der WIN-Charta für die Manhillen Drucktechnik GmbH:

- Für das Jahr 2022 gilt es mit Blick auf den Einsatz von alternativen PVC-Materialien sowie von regenerativen Rohstoffen die Werte von 2021 zu halten. Steigerungen sind aufgrund der besonderen Engpass-Situation auf den Beschaffungsmärkten nicht realistisch.
→ Ziel Anteil Bio-PVC und „grünes“ Plastik 2022: 15 %
→ Ziel Anteil regenerativer Materialien (z. B. Holz-Karten) 2022: 0 %
- Die Umsetzung der Investitionsentscheidung für eine Filteranlage, mit dem Ziel, die Ausschuss- und Fehlerquote deutlich unter 10 Prozent zu drücken, soll im Laufe von 2022 erfolgen. Allerdings wird es unter dieser 10-Prozent-Marke äußerst schwierig, weitere Verbesserungen zu erzielen, so dass das mittelfristig zu erreichende Ziel maximal 7,5 bis 8 % lauten kann.
→ Ziel Ausschuss- & Fehlerquote 2022: < 9 %

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

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. Für 2021 war eine Erweiterung der Photovoltaikanlage auf dem gesamten Norddach angedacht. Das Projekt befand sich Ende 2020 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 sollte.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Fokus in der Außenkommunikation auf die erlangte Klimazertifizierung mit der Auswirkung, dass alle Kunden damit automatisch von einer klimaneutralen Druckproduktion profitieren, die deren CO₂-Bilanz nicht belastet.
- Erneuerung der Standortbilanz für 2022 in Zusammenarbeit mit dem BVDM
- Detailkalkulation des Impacts der geplanten Photovoltaikanlage auf dem Norddach auf die CO₂-Bilanz der GmbH

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Qualitative Dokumentation

Insbesondere die zweite Jahreshälfte 2021 war – getrieben von der Corona-Pandemie und explodierenden Energiekosten – geprägt von Lieferengpässen und generellen Preissteigerungen, die nicht nur die Druck- und Medienbranche betrafen. Diese erwiesen sich insgesamt als eher problematisch für das Thema Nachhaltigkeit. Die Preiskalkulationen werden enger und insgesamt unsicherer, so dass Unternehmen dazu tendieren, sich wenigstens die Zusatzkosten für eine nachhaltige Produktion zu sparen. Hätte die Manhillen Drucktechnik GmbH die klimaneutrale Alternative lediglich als eine Option im Angebot ausgewiesen, wäre hier für 2021 ein Rückgang beim Anteil der klimaneutralen Druckaufträge zu erwarten gewesen. Der eingeschlagene Weg, sich als gesamtes Unternehmen zertifizieren zu lassen und damit ausschließlich klimaneutral gestellte Druckaufträge anzubieten, zahlte sich für das Umweltengagement damit in besonderem Maße aus.

Eine konstante Herausforderung auf dem Weg Richtung nachhaltige Kartenproduktion sind die langen Anlaufzeiten Richtung Nachhaltigkeit auf Kundenseite, die Geduld und eine kontinuierliche Teilnahme an Ausschreibungsverfahren erfordern. Denn Mitbewerber, die nicht – wie die Manhillen Drucktechnik GmbH – in Deutschland fertigen, sondern ihre Kartenprodukte aus dem asiatischen Raum oder Osteuropa beziehen, bieten zwar keine klimaneutrale Produktion, können aber oft insgesamt günstiger anbieten. Sind Auswahlverfahren auf Kundenseite hauptsächlich preisgetrieben, werden diese günstigeren Angebote ohne Klimaneutralität angenommen – und zwar bis zu dem Moment, in dem die klimaneutrale Produktion ein offizielles Auswahlkriterium wird. Eine der größten Barrieren liegt also in der schleppenden Durchdringung des Themas auf Kundenseite.

INDIKATOREN

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

- Indikator: Erhöhung des Anteils an klimaneutralen Aufträgen:
 - Ist 2018: 1,3 %
 - Ist 2019: 2,0 %
 - Ist 2020: 2,5 %
 - Ist 2021: 100 %
 - Ziel 2022: 100 %

AUSBLICK

Durch Corona und die spürbaren Auswirkungen auch mit Blick auf Abhängigkeiten in den Lieferketten einerseits und durch eine 2021 besonders auch in Deutschland spürbare Zunahme der Auswirkungen des Klimawandels (Extremwetterlagen mit Hitzewellen und Dürren bis hin zu Wasserknappheit einerseits, Starkregen und verheerende Überschwemmungen) andererseits könnte ein dauerhaftes Umdenken eintreten Richtung „weg von Abhängigkeiten“ und „hin zu nachhaltigerem Leben“.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Immer mehr Unternehmen springen dementsprechend – oft weniger von eigener innerer Überzeugung als von der Präsenz des Themas in den Medien getrieben – auf den Zug der Klimaneutralität auf. Der schnellste Weg dabei ist, alle anfallenden CO₂-Emissionen durch den Kauf von Klimazertifikaten zu kompensieren. Und exakt dieses Verhalten ruft zunehmend Kritiker auf den Plan, die dieses „Sich-Freikaufen“ mit modernem Ablasshandel vergleichen. Für die nähere Zukunft sind daher Urteile zum Wording zu erwarten, die eine Konkretisierung und Unterscheidung zwischen „klimaneutral“ und „klimakompensiert“ verlangen werden. Wir begrüßen diese Entwicklungen, da wir mit unseren Aktivitäten seit vielen Jahren kontinuierlich darauf hinwirken, den Kompensationsanteil weiter zu reduzieren und mehr echte Klimaneutralität zu erreichen. Denn für uns als Unternehmen war von jeher die richtige Reihenfolge auf dem Weg zum klimaneutralen Betrieb wie folgt: Man muss immer zuerst darüber nachdenken, wie man im Unternehmen CO₂-Emissionen vermeiden oder zumindest reduzieren kann und in entsprechende Entwicklungen zu investieren. Lediglich der Rest, der aktuell in den meisten Betrieben noch bleibt, da es heute schlicht nicht möglich ist, alle Emissionen zu eliminieren, muss dann noch mittels Klimazertifikaten kompensiert werden.

Wir werden den Weg zu einer echten Klimaneutralität durch einen anhaltenden Fokus auf diesen Schwerpunkt-Leitsatz der WIN-Charta auch 2022 fortführen:

- Realisierung der geplanten Erweiterung der Photovoltaikanlage auf dem Norddach im Laufe von 2022 mit dem Ziel, dadurch bereits 70 bis 80 Prozent echte Klimaneutralität zu erreichen und somit den verbleibenden Emissions-Rest, der kompensiert werden muss, weiter zu reduzieren.
- Weiterhin bleibt das Ziel, 100 Prozent der Aufträge klimaneutral zu stellen, bestehen. Hierfür soll die erforderliche Erneuerung der Standortbilanz auch 2022 in Zusammenarbeit mit dem BVDM durchgeführt werden.
- Mittelfristig soll die Fortführung der Klimastrategie bei der Manhillen Drucktechnik GmbH eine positive Klimabilanz erreichen – es soll also in der Summe weniger CO₂ verbraucht werden, als selbst kompensiert wird.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Der Schutz von Menschen- und Arbeitnehmerrechten ist für uns eine Selbstverständlichkeit und Prämisse unseres gesamten Handelns. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten gelten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 sind die folgenden Entwicklungen im Kontext dieses Leitsatzes besonders hervorzuheben:

- Auf das Angebot flexibler und individueller Arbeitszeitmodelle legen wir als Familienunternehmen schon immer großen Wert, um die Vereinbarkeit von Arbeit und Familie bestmöglich zu unterstützen. Die aktuellen Corona-Zeiten stellen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nochmal vor ganz besondere Herausforderungen. Daher haben wir überall dort, wo es das Aufgabengebiet zulässt, Homeoffice ermöglicht und allen die notwendige zeitliche Flexibilität zugestanden, so dass unsere Mitarbeiter:innen mit ihren Familien diese besondere Situation gut meistern können.
- Auch bei einer anstehenden Besetzung neuer Stellen Anfang 2022 wird dieser Leitsatz – wie in der Vergangenheit auch – zum Tragen kommen: Geschlecht, Alter, Religion, Herkunft, sexuelle Orientierung etc. werden bei der Auswahl selbstverständlich keine Rolle spielen.

LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Für den Druckbereich „Kartenproduktion“ ist sehr spezifisches Fachwissen notwendig. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind daher unsere wertvollste Ressource und diese Tatsache nehmen wir sehr ernst, indem wir ihrem Wohlbefinden einen hohen Stellenwert einräumen. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten gelten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 sind die folgenden Entwicklungen im Kontext dieses Leitsatzes besonders hervorzuheben:

- Als konkrete Maßnahme, die dem Gedanken einer Gesunderhaltung am Arbeitsplatz entspringt und die über die klassischen Arbeitsschutzmaßnahmen eines produzierenden Betriebs hinausgeht, haben wir im zurückliegenden Jahr einen energieeffizienten UV-Trockner angeschafft. Dieser setzt beim Trocknungsprozess von Farben und Lacken an: Bei der konventionellen Trocknung von lösemittelhaltigen Druckfarben entstehen Dämpfe, die die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktionshalle einatmen und die – wenn auch nicht gesundheitsschädlich – trotzdem als unangenehm wahrgenommen werden. Der neue UV-Trockner lässt die entstehenden Dämpfe direkt verschwinden und sorgt so im Wortsinn für ein besseres Arbeitsklima.
- Trotz der für mittelständische Unternehmen sehr herausfordernden Corona-Phase ist es uns gelungen, den Personalbestand weiterhin stabil zu halten, und wir freuen uns darüber, dass unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen weiterhin auf eine im Branchenvergleich überdurchschnittlich lange Firmenzugehörigkeit blicken.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Leider mussten 2021 alle Weiterbildungsangebote aufgrund der Corona-Pandemie ausfallen. Da eine Entspannung noch nicht absehbar ist, werden wir uns 2022 nicht nur langsam wieder an Präsenzveranstaltungen herantasten, sondern wollen Fort- und Weiterbildung auch für uns neu denken, indem wir mehr Online-Veranstaltungen besuchen, die zwischenzeitlich auch von den Verbänden ganz spezifisch für die Druckbranche konzipiert wurden.
- Für die neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, deren Einstellung 2022 geplant ist, bleiben wir wieder für individuelle Teilzeitmodelle offen.
- Um eine gesündere ergonomische Haltung am Schreibtisch zu unterstützen und Rückenproblemen vorzubeugen, wurden verschiedene Bürostühle getestet. Eine Investitionsentscheidung soll 2022 getroffen werden.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Gegenüber verschiedenen Anspruchsgruppen – vorwiegend Lieferanten, Kunden und Mitarbeiter – beruht der Austausch stets auf gegenseitiger Wertschätzung und einem offenen Dialog. Die Ziele und die zur Erreichung eingeleiteten Maßnahmen sind über den Verlauf der letzten Jahre sehr konstant geblieben. So gelten auch die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 sind die folgenden Entwicklungen im Kontext dieses Leitsatzes besonders hervorzuheben:

- Dass die Manhillen Drucktechnik GmbH stets Wert darauf gelegt hat, dass die Rohstofflieferanten innerhalb der EU sitzen, hat sich im zurückliegenden Jahr als Strategie ausgezahlt, weil das Unternehmen so nicht von den Lieferengpässen für Rohstoffe vor allem aus China betroffen war.
- Gemeinsame Veranstaltungen im Kolleginnen- und Kollegenkreis konnten 2021 coronabedingt leider nicht stattfinden, sollen aber 2022 wieder aufgegriffen werden. Wir sehen es dabei als Aufgabe des Unternehmens an, aktiv dazu zu motivieren, weil das Sich-wieder-Öffnen nicht für alle Kolleginnen und Kollegen nach den erzwungenen Einschränkungen und der längeren Abschottung so einfach ist.
- Auch Praktika konnten 2021 nicht angeboten werden, sollen aber 2022 wieder wie gewohnt stattfinden.
- Der Austausch im Branchenverband, der 2021 pandemiebedingt etwas kurz kam, soll 2022 wieder mit ersten Präsenzveranstaltungen starten. Die Geschäftsführung plant ganz konkret die Teilnahme an einer Veranstaltung zur Prozessoptimierung von Arbeitsabläufen. Denn die Auseinandersetzung damit und vermutlich daraus resultierenden Maßnahmen sollen auf den wichtigen Punkt der Mitarbeiterzufriedenheit einzahlen.

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

WEITERE AKTIVITÄTEN

steht. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten gelten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 sind die folgenden Entwicklungen im Kontext dieses Leitsatzes besonders hervorzuheben:

- Bei der Suche nach alternativen Bedruckstoffen gibt es aktuell nichts Neues.
- Weiterhin im Fokus bleibt zu diesem Leitsatz das Ziel, den Anteil an Recycling-Kunststoffen bei der Kartenproduktion deutlich zu erhöhen (siehe Leitsatz 04) – auch wenn die Bemühungen 2021 durch die corona- und lieferengapassbedingten Preissteigerungen einen Rückschlag erlitten haben.
- Ein neuer Fokus soll in den kommenden Jahren auf den Verpackungsbereich gelegt werden: Auf der FachPack – Verpackungsfachmesse in Nürnberg – gab es die Ankündigung, dass bei Verpackungen und Schrumpffolie immer mehr mit recyceltem Kunststoff gearbeitet wird. Einzelne Produkte stehen bereits kurz vor der Markteinführung. Eine Umstellung des bei Manhillen eingesetzten Verpackungsmaterials ist anschließend schnellstmöglich geplant.
- Darüber hinaus werden im Verpackungs- und Versandbereich künftig auch Kartonagen mit deutlich höherem Recyclinganteil als bisher eingesetzt werden.

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. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten gelten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 sind die folgenden Entwicklungen im Kontext dieses Leitsatzes besonders hervorzuheben:

- Die strategische Entscheidung, auf einen hohen Qualitätsanspruch und Karten „made in Baden-Württemberg“ zu setzen sowie alles aus einer Hand anzubieten und nicht in den Preiskampf einzusteigen, zahlt sich gerade in der von Corona und Lieferengpässen geprägten Zeit aus: Während Billig-Anbieter, die in China und Osteuropa einkaufen, durch lange Wege, ungewisse Liefertermine und ebenso durch massive Preissteigerungen gebeutelt wurden, konnten wir ein solides Wirtschaftsjahr hinlegen und damit auch alle 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. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten gelten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 sind die folgenden Entwicklungen im Kontext dieses Leitsatzes besonders hervorzuheben:

- Mit den beiden Materialien Bio-PVC und dem „grünen“ Plastik befindet sich die Manhillen Drucktechnik GmbH noch immer am Puls des Marktes.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Unter den regenerativen, innovativen Rohstoffen hat sich im vergangenen Jahr allerdings die Problematik ergeben, dass Holz rückläufig ist und das Produkt aktuell keinen Platz am Markt findet – zum einen wegen einer Verknappung und Verteuerung des Rohstoffs, die letztlich zu deutlich höheren Kartenpreise führte. und zum anderen, weil es wegen abgesagter Messen und Vor-Ort-Termine auch nicht adäquat präsentiert werden konnte. Das zugehörige F&E-Projekt mit einem süddeutschen Mittelständler aus dem Bereich Holztechnik liegt daher aktuell auf Eis, das Produkt bleibt aber auf jeden Fall im Portfolio.

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. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten gelten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 sind die folgenden Entwicklungen im Kontext dieses Leitsatzes besonders hervorzuheben:

- Um den Fortbestand des Unternehmens durch die Pandemie-Phase und auch darüber hinaus langfristig zu sichern, haben die Eigentümer im Jahr 2021 keine Gewinne aus dem Unternehmen herausgezogen, sondern das gesamte Kapital im Unternehmen belassen.

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. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten gelten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 bleiben sie Maßstab für jegliches Handeln.

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. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten gelten uneingeschränkt weiter. Für das Jahr 2021 und im Ausblick auf 2022 sind die folgenden Entwicklungen im Kontext dieses Leitsatzes besonders hervorzuheben:

- Für uns war es selbstverständlich, unser Engagement für verschiedene soziale, schulische und sportliche Projekte vor Ort auch in diesem Jahr fortzuführen. Der Stadtjugendring Sindelfingen, das internationale Tennisturniers Jugend-Cup Renningen/Rutesheim und die Stuttgarter Kickers

WEITERE AKTIVITÄTEN

konnten auch im zweiten Pandemiejahr auf unsere Unterstützung zählen. Lediglich die Orientierungspraktika konnten wir 2021 nicht anbieten, möchten aber auch diese Angebot 2022 wieder aufgreifen.

- Die Sicherung der Arbeitsplätze vor Ort ist auch unter schwierigen Rahmenbedingungen gelungen. Neueinstellungen, die für 2022 geplant sind, sollen weitere Arbeitsmöglichkeiten am Standort Rutesheim schaffen.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Uns ist es wichtig, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu selbstständigem Denken und Handeln zu ermutigen. Die im Zielkonzept 2020 festgelegten Ziele und Aktivitäten, auf die wir im Unternehmenskontext setzen, gelten uneingeschränkt weiter.

- Für Verbesserungsvorschläge 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

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Aktiver Klimaschutz und Einsatz für die Sportförderung sind von jeher in unserer Firmenphilosophie fest verankert. Wie in Leitsatz 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.

Im zurückliegenden Jahr stand – ergänzend zur kontinuierlichen Unterstützung mit Personalressourcen und Sachsponsoring – ein ganz besonderes Einzelprojekt aus dem Bereich der Jugendförderung des Vereins im Mittelpunkt, das wir mit einem Beitrag unterstützt haben: Als Investition in die Zukunft und die Nachhaltigkeit sollte die bisherige Flutlichtanlage auf dem Gelände der Kickers-Jugend, die als Stromfresser Budget wie Umwelt belastete, durch moderne und nachhaltige LED-Flutlichtmasten ersetzt werden. Einer der neuen Masten kann dann künftig zudem nicht nur von der Fußballjugend genutzt werden, sondern steht auch der Leichtathletikabteilung zur Verfügung, die bis dato in den Herbst- und Wintermonaten im Dunkeln trainieren musste.



Mit dem Slogan „**Gemeinsam nachhaltig leuchten**“ sammelten die Stuttgarter Kickers mit einer Crowdfunding-Kampagne das Budget, um **nachhaltige Flutlichter für das JugendSportgelände** realisieren zu können.

© Fotos: SV Stuttgarter Kickers e. V.

UNSER WIN!-PROJEKT

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

An dem konkreten **Einzelprojekt der neuen nachhaltigen Flutlichtanlage** mit einem Gesamt-Investitionsvolumen von 50.000 Euro beteiligte sich die Manhillen Drucktechnik GmbH mit einem Betrag von 2.000 Euro.

Das **Sponsorenpaket 2021** lässt sich mit einem Jahresvolumen von 8.500 Euro für die klimaneutrale Produktion von Karten und Mailings sowie einem zusätzlich erforderlichen Stundeneinsatz von ca. 70 Arbeitsstunden beziffern. Darunter fielen zum Beispiel die Druck- und Lettershoparbeiten für die Einladungen zur Mitgliederversammlung oder die Produktion und der Versand der Mitgliedsausweise. Außer der Reihe entstand eine Zusammenarbeit mit dem Verein bei den „Retter-Dauerkarten“, die der Verein in der Corona-Pandemie für Heimspiele des SV Stuttgarter Kickers in der Saison 2021/22 entwickelt hat. Das Prinzip dahinter: Man kauft eine der 900 verfügbaren Retter-Dauerkarten und rettet damit den Verein – ohne jetzt schon zu wissen, wie oft man sie aufgrund der Corona-Zuschauerbeschränkungen tatsächlich nutzen kann.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die neuen Lichtmasten waren rechtzeitig zum Start in die Herbst-Winter-Saison auf den Trainingsplätzen der Jugendfußballerinnen und -fußballer in Betrieb. Somit kann nun ganzjährig ein Training im Freien gewährleistet werden, wo die Ansteckungsgefahr und damit auch die Corona-Einschränkungen deutlich geringer sind als im Hallenbetrieb. Damit kann der SV Stuttgarter Kickers die gerade in der Pandemie für die Entwicklung unserer Kinder und Jugendlichen noch wichtiger gewordenen kontinuierlichen sportlichen Aktivitäten durchgehend anbieten. Als kleiner Wermutstropfen ist die Beleuchtung für die Leichtathletik zwar finanziell gesichert, aber noch nicht genehmigt, und es müssen dazu weiterhin Gespräche mit dem Bauamt der Stadt Stuttgart geführt werden.

Durch die Erneuerung der alten Flutlichtanlagen der Sportanlage der Fußballjugenden, sowie den Bau eines neuen Strahlers für die Jugenden der Leichtathletik unter Einsatz neuer, nachhaltiger LED-Strahler, die ausschließlich mit ökologischem Strom betrieben werden, erwartet der SV Stuttgarter Kickers folgende Vorteile:

- Rund 80% Stromersparnis
- Sofort volle Helligkeit ohne Einschaltverzögerung
- Geringe Wartungskosten
- Sehr hohe Lebensdauer
- Kein Flackern sowie keine UV- und IR-Strahlung
- Nur geringe Wärmeentwicklung
- Volle Dimmbarkeit
- Unbedenklichkeit für Gesundheit und Umwelt

AUSBLICK

Auch in den kommenden Jahren werden wir im Rahmen unserer Unterstützung für die Stuttgarter Kickers unsere Kernkompetenzen in Form von Personalressourcen und Sachsponsoring für den Verein einsetzen. Das Jahresvolumen der Unterstützung wird sich dabei in einem vergleichbaren Rahmen wie

UNSER WIN!-PROJEKT

im zurückliegenden Jahr bewegen. Der Fokus wird 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.

Unser Engagement für die Stuttgarter Kickers ist nicht projektbezogen gedacht und vor allem nicht auf eine kurze Laufzeit ausgelegt. Das Engagement wird zwar jährlich gemeinsam mit dem Partner einer Bewertung unterzogen und bei Bedarf hinsichtlich der Leistungs- und Förderschwerpunkte angepasst oder erweitert. Es besteht aber – gemäß unserer generellen Philosophie – die Absicht, eine langfristige Zusammenarbeit zu etablieren.



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

© Foto: Manhillen Drucktechnik GmbH

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Frank Manhillen

Geschäftsführer

Telefon: +49 7152-99918-55

E-Mail: fm@man-druckt.de

Impressum

Herausgegeben am 31.12.2021 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

