

CSR-REPORT

Einhell Germany AG
2017



einhell.de

>>>

Corporate Social Responsibility Report Einhell Germany AG

1.	Zum Bericht	3
2.	„Einhellig für nachhaltiges Wachstum“	6
3.	„Zusammenfassung von bedeutenden Einflussfaktoren und Risiken auf die Strategie	8
4.	Zum Unternehmen	9
4.1.	Konzernstruktur mitBeteiligungen	10
4.2.	Darstellung der Wesentlichkeit der un sustainable Development Goals beibehalten.	11
4.3.	Vorstand und Aufsichtsrat.	13
4.4.	Unsere Philosophie: Gut gemacht.	14
4.5.	Personelle Verteilung der Konzernbelegschaft	14
5.	Werte und Nachhaltigkeitsstrategie	16
5.1.	Kernwerte der Einhell-Gruppe	16
5.2.	Nachhaltigkeitsstrategie	20
5.2.1.	Wesentliche Herausforderungen -Megatrends	20
5.2.2.	Megatrends und ihre Relevanz bei Einhell	24
5.3.	Ökonomie	27
5.3.1.	Zielsetzung	27
5.3.2.	Aktives Risikomanagement	27
5.4.	Compliance und Corporate Governance Kodex	32
5.4.1.	Compliance – Antikorruption	34
5.4.2.	Richtlinien	35
5.4.3.	Risikobetrachtung gem § 289c HGB und CSR-Report Umsetzungsgesetzes	36
5.5.	Ökologie	37
5.5.1.	Zielsetzung	37
5.5.2.	Materialauswahl, Recyclingfähigkeit	37
5.5.3.	Fotovoltaik	38
5.5.4.	Ressourcenschonung / Langlebigkeit der Produkte	39
5.5.5.	Power X-Change	40
5.5.6.	Verantwortung in der weltweiten Logistik	41
5.5.7.	Umweltfragestellungen auch Teil der Lieferantenbewertung nach BSCI	41
5.5.8.	Risikobetrachtung gem § 289c HGB und CSR-Report Umsetzungsgesetzes	42
5.6.	Arbeitsumfeld und Arbeitsbedingungen	43
5.6.1.	Gesundheitsmanagement	43
5.6.2.	Arbeitssicherheit	44
5.6.3.	Wissensmanagement	46
5.6.4.	Risikobetrachtung gem § 289c HGB und CSR-Report Umsetzungsgesetzes	48
5.7.	Diversity	49
5.7.1.	Geschlechterquote Statement	49
5.7.2.	Risikobetrachtung gem § 289c HGB und CSR-Report Umsetzungsgesetzes	50
5.8.	Menschenrechte	51
5.8.1.	Die Zielsetzung:	51
5.8.2.	Vorgehensweise	51
5.8.3.	Risikobetrachtung gem § 289c HGB und CSR-Report Umsetzungsgesetzes	53
5.9.	Soziale Belange	54
5.9.1.	Produktsicherheit	55
5.9.2.	Risikobetrachtung gem § 289c HGB und CSR-Report Umsetzungsgesetzes	56
6.	Ansprechpartner und Impressum	57

1. ZUM BERICHT

Mit seinem ersten CSR Report legt die Einhell Germany AG, Zentrale des Einhell Konzerns, Rechenschaft über ihre unternehmerische Verantwortung im Bereich CSR und Nachhaltigkeit ab.

Das Unternehmen beschreibt den Einfluss seiner Tätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft, dokumentiert zentrale Kennzahlen sowie Ziele und Maßnahmen, mit denen es seine Aktivitäten steuert.

In Entsprechung der gesetzlichen Verpflichtung zur Erstellung einer nichtfinanziellen Erklärung gem. HGB § 289c und dem daraus abgeleiteten CSR-Report Umsetzungsgesetzes werden die wesentlichen Risiken auf die Aspekte des Gesetzes jeweils in den Abschnitten gesondert angesprochen.

Hierbei steht die Wesentlichkeit der Angaben im Mittelpunkt der Berichterstattung:

Wesentlichkeit der Angaben:

- für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage bedeutsam
- sowie
- für das Verständnis der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf die nichtfinanziellen Aspekte erforderlich



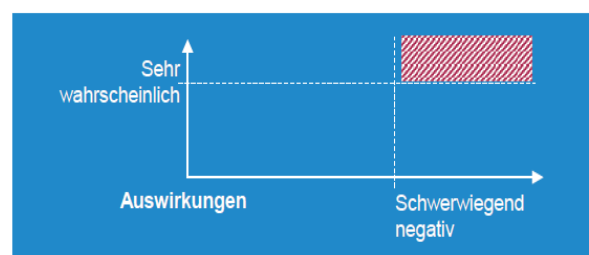
Risiken entlang der Wertschöpfungskette

- Wesentliche Risiken sowie die Handhabung dieser Risiken
- Risiken die mit den Geschäftsbeziehungen der Kapitalgesellschaft, ihren Produkten und Dienstleistungen verknüpft sind



Wesentlichkeit der Risiken und Zusatzbedingungen

- Risiken sind sehr wahrscheinlich und haben schwerwiegende negative Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Aspekte
- Angaben sind von Bedeutung und die Berichterstattung über diese Risiken ist verhältnismäßig



Grundsätzlich ist hierbei von den Nettorisiken auszugehen.

Definition:

Brutto Risiken, sind erkannte Risiken, denen bisher keine Maßnahmen des Unternehmens zur Risikominimierung gegenüberstehen

Nettorisiken sind alle Risiken, unter Berücksichtigung aller umgesetzten risikoreduzierende Maßnahmen.

Darstellung angelehnt an Kajüter (2017): Nichtfinanzielle Berichterstattung nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, Der Betrieb Nr. 12 | 24.03.2017

Bei der Erstellung des CSR Report der Einhell Germany AG wurden die universellen grundsätzlichen 10 Prinzipien des UN Global Compact als Basis für den Einhell Standard angesetzt.



Eintreten gegen aktive und passive Korruption, Schaffung von verbindlichen transparenten Compianceregeln



Vorausschauender und nachhaltiger Blick auf die Umweltfragestellungen. Förderung umweltschonender Technologie



Aktive Einbeziehung der Arbeitnehmerbelange in die Überlegungen des Unternehmens, inkl. Ablehnung von Kinder- oder Zwangsarbeit



Vermeidung und Beseitigung von Diskriminierung in jeder Form



Schutz der Menschenrechte und aktive Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen

Die Berichtsinhalte beziehen sich auf die globalen Funktionen der Einhell Germany AG sowie die Standorte des Einhell Konzerns. Hierbei werde grundsätzlich vier unterschiedlichen Gesellschaftstypen innerhalb des Einhell Konzerns betrachtet, die auf Grund ihrer Struktur und Funktion andere Herausforderungen im Blick auf die Nachhaltigkeit und CSR haben.

1.) Konzernzentrale: Einhell Germany AG, mit den Zentralfunktionen: Strategie; Konzernsteuerung, Produktentwicklung, Sortimentsstrategie, Konzernpersonalwesen, Konzernrechnungslegung, vertriebliches und kaufmännisches Group-Management, Aftersales-Services; Informationstechnologie, Einhell Digital

2.) Vertriebliche ausgerichtet Konzerntochterunternehmen: konzerneigene Vertriebsgesellschaften, welche lokal die Vertriebsverantwortung übernehmen und im Konzernverbund an die Supply Chain angeschlossen sind.

3.) Sourcing Gesellschaften: Gesellschaften im Konzernverbund, deren Hauptaufgabe in der Identifikation, Steuerung und Betreuung von Zulieferbetrieben für Komponenten und Produkte liegen.

4.) Halb-autarke Gesellschaften mit anderen Konzernmarken. Gesellschaften die auf Grund Ihrer Größe, aber vor allem wegen des von Konzernstandard abweichenden Produktportfolios nicht den oben genannten Kategorien zu ordnen sind, da sie Funktionsbereiche verschiedener Gruppen in sich vereinen.

Im Rahmen dieses Berichtes orientieren wir uns an der dem § 289 C HGB zugrundeliegenden Themendifferenzierung:



Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2017 (1. Januar bis 31. Dezember).

Redaktionelle Hinweise: Aus Gründen der Lesbarkeit wird im Bericht bei geschlechtsspezifischen Bezeichnungen durchgängig die männliche Form verwendet. Redaktionsschluss war der 31. Dezember 2017. Der CSR-Report liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Alle Fassungen sind auch im Internet unter www.einhell.com abrufbar.

2. „EINHELLIG FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM“



Von links: Jan Teichert (CFO, Vorstand Finanzen), Dr. Markus Thannhuber (CTO, Vorstand Technik), Andreas Kroiss (CEO, Vorstandsvorsitzender)

Liebe Leserinnen und Leser,

Risiken des eigenen Handelns für alle Stakeholder mit in die unternehmerischen Entscheidung einzubeziehen und damit in Bezug auf Nachhaltigkeit Verantwortung zu übernehmen – mit dieser Definition von Corporate Social Responsibility kann sich der Einhell Konzern, als mittelständische Aktiengesellschaft mit starken, traditionellen Strukturen eines familiengeführten Unternehmens, bestens identifizieren.

Von jeher lebt die Unternehmerfamilie Thannhuber in besonderer Weise die Verbundenheit zu ihren Mitarbeitern, für den Standort Landau a. der Isar und die Region. Diese Ausrichtung wird auch vom heutigen Vorstand in vollem Umfang weiter weitergeführt und in ihrer Gültigkeit in die lokalen Gegebenheiten unserer globalen Tochterunternehmen transformiert.

Heute ist der Begriff der sozialen Verantwortung fester Bestandteil des öffentlichen, unternehmerischen und zunehmend des Handelns von Privatpersonen. Auch wir im Einhell Konzern zählen die Nachhaltigkeit zu den strategischen Zielen.

Mit diesem ersten CSR Report dokumentieren wir unsere Ansätze, die in ihrer Berichterstattung über das nach dem CSR-Report Umsetzungsgesetz hinausgehen. Wir tun dies selbstbewusst, zugleich aber wissend, welcher weiter Weg noch vor uns liegt. CSR und Nachhaltigkeit ist kein Projekt mit einem im Vorfeld erklärten Endpunkt, sondern stetiges Streben auf allen Ebenen.

Unsere nachhaltigen Aktivitäten gliedern wir in vier Bereiche, die in vielerlei Hinsicht miteinander verbunden sind und sich gegenseitig bedingen:

- die wirtschaftliche Verantwortung, der unser Augenmerk als Unternehmer und Kaufleute traditionell in erster Linie gilt, sowie
- die soziale,
- die gesellschaftliche und
- die ökologische Verantwortung.

In ökonomischer Hinsicht haben wir, auch ohne explizit in einem Nachhaltigkeitsreport darauf einzugehen, viel für die Zukunftsfähigkeit des Einhell Konzerns und seiner Partner erreichen können. In diesem Feld, sind neben organisatorischen Belangen, vor allem die wegweisende Ausrichtung in der Sortimentspolitik und der kontinuierliche Markenaufbau von Belang.

CSR und Nachhaltigkeit hat viel mit unternehmerischer Weitsicht zu tun. So hat unser Gründer, auch was seine eigene Person angeht, wohlgedacht und nachhaltig geplant die Führung und Kontrolle des Konzerns auf langfristig beständige Säulen gestellt.

Herr Josef Thannhuber, Gründer des Einhell Konzerns, hat frühzeitig die Weichen für einen auf das Wohl des Unternehmens ausgerichteten Übergang der Verantwortung in den Vorstandsorts auf jüngere Schultern gesorgt, wobei er seine Expertise in der Funktion des Vorsitzenden des Aufsichtsrats, aber auch in beratender Funktion auf allen Ebenen weiter mit eingebracht hat.

Die planmäßig erfolgte Übergabe der Verantwortung als Vorsitzender des Aufsichtsrates vom Gründer Herrn Josef Thannhuber an den langjährigen Aufsichtsrat Herrn Prof. Dr. Dr. Spath sowie die Berufung des zweiten Sohns des Gründers, Herrn Philipp Thannhuber, als neues Mitglied des Aufsichtsrates, führt diesen geradlinigen nachhaltigen Wert weiter fort.



Firmengründer Josef Thannhuber

Auch in den übrigen Bereichen haben wir viele Anstrengungen unternommen, die Stakeholder nachhaltig in die Unternehmensentwicklung einzubinden.

Wir haben unsere Einhell Academy gegründet und das Einhell Gesundheitsmanagement Einhellig Gesund! als wesentliche Pfeiler unserer werteorientierten Führung etabliert. Im Konzernverbund ermutigen und unterstützen wir die verantwortlichen Führungskräfte ebenfalls, diese Ansätze aufzugreifen und regional angepasst für ihre Verantwortungsbereiche nachhaltig in ihre strategische Ausrichtung mit einzubeziehen. Wir engagieren uns nach wie vor stark für die Regionen, prüfen unseren Umgang mit den Ressourcen ständig kritisch und berücksichtigen die für die Stakeholder unseres Konzerns relevanten Megatrends proaktiv und nachhaltig.

Wir sind uns bewusst, dass nachhaltiges und sozial verantwortliches Handeln die Beschreibung des Weges und nicht ein definiertes Ziel darstellt, da die dynamischen Entwicklungen im systemischen Kontext unserer Geschäftstätigkeit vorausschauende, aber auch reaktive Komponenten erfordern. Wir werden, wie auch in der Vergangenheit, diese Herausforderung in ganz praktischer Form annehmen.

Ohnehin kann man CSR und Nachhaltigkeit nicht als abstraktes Anliegen verstehen. Jeder Einzelne ist gefragt, Verantwortung für die Zukunft zu übernehmen. In diesem Sinne werden auch wir, in unseren Bemühungen um nachhaltiges Handeln, nicht nachlassen.

Der Vorstand

3. „ZUSAMMENFASSUNG VON BEDEUTENDEN EINFLUSSFAKTOREN UND RISIKEN AUF DIE STRATEGIE

Auf die wesentlichen internationalen und lokalen Einflussfaktoren sowie die prognostizierten Risiken wird ausführlich in den jährlichen Geschäftsberichten der Einhell Germany AG und des Einhell Konzerns eingegangen, auf die an dieser Stelle verwiesen wird. Sie sind unter www.einhell.com im Register INVESTORS RELATIONS jederzeit abrufbar.

Die Geschwindigkeit, in der sich strukturelle Veränderungen im Handel vollziehen, hat sich in den vergangenen Jahren erhöht. Wie die Zukunft für den Handel aussehen wird, lässt sich nur schwer prognostizieren. Neue digitale Kanäle sowie hohe Verbraucher Erwartungen an den Service und die Kommunikation sowie die Berücksichtigung von Kundenanforderungen stellen den Handel vor enorme Herausforderungen. Unternehmen müssen sich auf einen stetigen Wandel ihres Umfeldes einstellen und vorausschauendes Handeln im Management verankern.

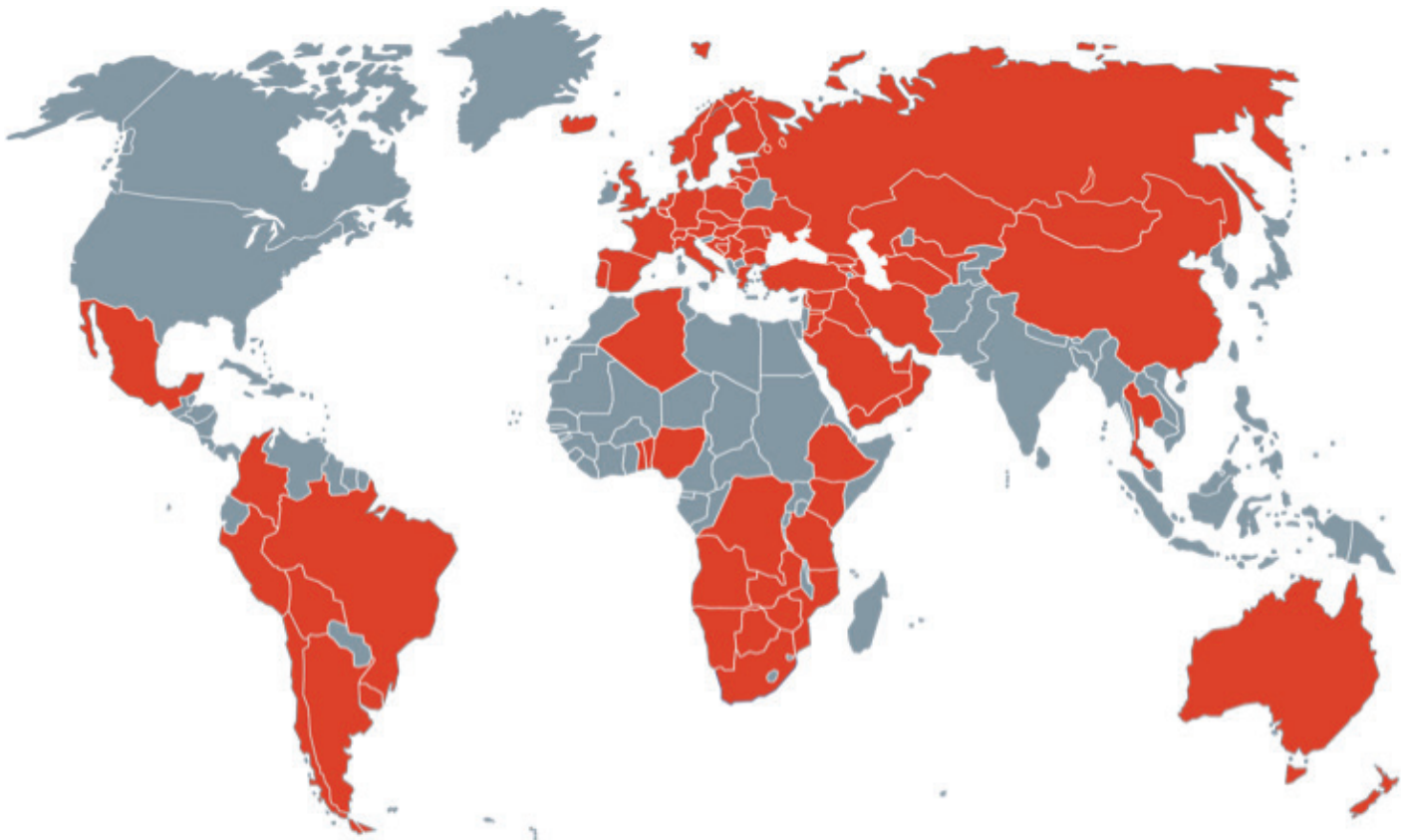
Der Online-Handel gewinnt als zusätzlicher Vertriebskanal auch in der DIY-Branche zunehmend an Bedeutung. Dieser Bereich wurde in den vergangenen Jahren bereits bedient, stellte jedoch – auch seitens der Kunden des Konzerns – im Vergleich zum stationären Bereich noch keinen Schwerpunkt hinsichtlich der Umsätze dar. In den vergangenen Jahren ergaben sich jedoch größere Verschiebungen innerhalb der bestehenden Vertriebskanäle. Der Bereich E-Commerce etabliert sich auch in der DIY-Branche sehr schnell. Der Einhell-Konzern hat hierzu eine detaillierte Online-Strategie ausgearbeitet, die das Ziel verfolgt, die Marke Einhell im Internet so präsent wie möglich zu machen. Einhell hat im Bereich personelle E-Commerce Ressourcen aufgebaut und ein eigenes E-Commerce-Team etabliert, welches sich aus Fachleuten im Bereich E-Commerce-Vertrieb, IT und E-Commerce-Marketing zusammensetzt.

Elektrowerkzeuge mit hoher Akku-Kapazität werden immer beliebter. Immer mehr Verbraucher tendieren beim Kauf von Elektrowerkzeugen zu kabellosen Varianten. Diese sind nicht nur wegen des größeren Aktionsradius praktischer in der Handhabung, sondern auch aufgrund der Lithium-Ionen-Akkus leistungsstärker als Nickel-Cadmium-Akkumulatoren. In einigen Märkten, wie beispielsweise in Australien, sind bereits mehr als die Hälfte der Endverbraucher auf akkubetriebene Geräte umgestiegen. In Europa ist diese Entwicklung noch nicht so weit fortgeschritten, akkubetriebene Geräte werden aber wohl in den nächsten Jahren auch hier an Bedeutung gewinnen.

4. ZUM UNTERNEHMEN

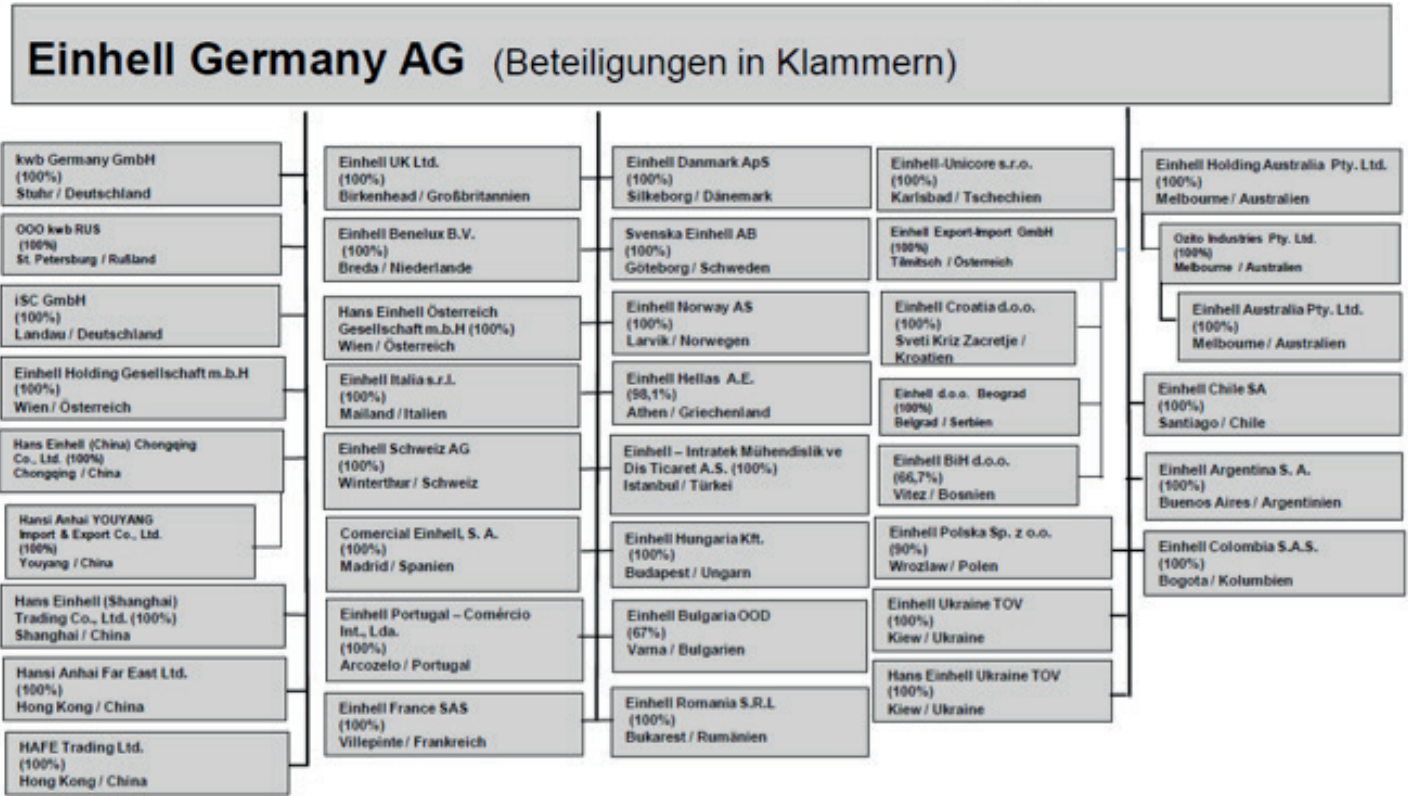
Die Einhell Germany AG mit Sitz in Landau an der Isar (Deutschland) ist die Muttergesellschaft des international aufgestellten Einhell-Konzerns. Einhell entwickelt und vertreibt Produkte für Heimwerker und Handwerker, für Haus und für Garten und Freizeit. Schneller, flexibler und innovativer reagieren als Andere sind die Grundsätze der Produktpolitik. Einhell begleitet mit einem hohen Internationalisierungsgrad die globale Ausrichtung seiner Kunden. Tochterunternehmen und assoziierte Partner in aller Welt stellen die Nähe zu den weltweit agierenden Kunden der Einhell Germany AG sicher. Die Tochtergesellschaften bestehen aus überwiegend in Europa, aber auch in Südamerika und Australien ansässigen Vertriebsgesellschaften und Handelsgesellschaften in Asien.

Die asiatischen Töchter sind unter anderem auch für die Produktfindung, Produktaufbereitung und Beschaffung zuständig. Da die Produktion in Asien stattfindet, wurde auch die Qualitätssicherung dort angesiedelt. Einhell beschäftigt weltweit ca. 1.600 Mitarbeiter. (gem. Kapazitätsbetrachtung ca, 1500 FTE) Der Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2017 552 Mio. € (i. Vj. 487 Mio. EUR).



4.1. KONZERNSTRUKTUR MIT BETEILIGUNGEN.

Konzernstruktur der Einhell Gruppe



Die Anforderungen in Punkto Corporate Social Responsibility unterscheiden sich innerhalb der Konzerngeflechts, betrachtet man die jeweilige Funktion der Gesellschaft, vor allem im Bezug auf die Priorisierung

Grundsätzlich haben wir uns auch hier an der Themendifferenzierung des § 289c HGB orientiert, jedoch die Schwerpunkte der für die einzelnen Gesellschaftstypen hervorgehoben. Auf Grund der Gesamtverantwortung der Einhell Germany AG als Konzernmuttergesellschaft ist diese natürlich auch umfassender. Unter diesem Dach weisen die halb autarke Gesellschaften mit eigenem Produktportfolio, Ozito (Australien) und kwb Germany GmbH besonders umfangreiche Verantwortlichkeiten auf.

Mit ihrem engen Kontakt zu unseren produzierenden Partnerunternehmen in Asien ist der Schwerpunkt der CSR-Fragestellungen für unsere Sourcing Gesellschaften natürlich auch im Blick auf die gesamte Lieferkette in diesem Bereich anzusiedeln.

Die meisten Gesellschaften im Konzernverbund sind Vertriebstöchter, die sich bezogen auf die lokalen Sortimente und die Einhaltung der einschlägigen nationalen und internationalen Standards sowie die Integration aller lokalen Stakeholder in die CSR-Fragestellungen konzentrieren.

4.2. DARSTELLUNG DER WESENTLICHKEIT

Über die gesetzlichen Vorgaben des § 289C HGB und das CSR-Report Umsetzungsgesetzes, haben wir uns über die für unser das Verständnis unseres Businessmodells wesentlichen nichtfinanziellen Aspekte im Geschäftsverlauf Gedanken gemacht und anhand der nachfolgenden Darstellungen erläutert. Dabei haben wir die Orientierung an der Themendifferenzierung und der Unterscheidung nach Gesellschaftstypen im Konzernverbund durchgehend beibehalten.

Die durch den Aufbau der gesetzlichen Berichtspflicht notwendige Differenzierung in Punkto Wesentlichkeit stellt keine grundsätzliche Aussage der Einhell Germany AG über den gesellschaftlichen Stellenwert der für unseren Geschäftsverlauf als nicht wesentlich Themen dar. Vielmehr ist damit gekennzeichnet, wo wir unsere ganz besondere Verantwortung sehen und mit entsprechenden Konzepten hier Akzente setzen können.

Einhell Germany AG Konzernzentralfunktionen

Anforderungen an Nachhaltigkeit

- Nachhaltige Produkt- und Sortimentsentwicklung
- Nachhaltig Steuerung der globalen Supply Chain
- Vorgaben und Unterstützung in all HR Fragestellungen
- Steuerungen einer nachhaltigen Qualitätspolitik
- Vorgaben und Unterstützung in Fragen des Umweltschutzes
- Klare Richtlinien und Steuerung in allen Compliance Fragestellungen

Halb-autarke Gesellschaften mit eigenem Produktportfolio (derzeit Ozito u. kwb)

Anforderungen an Nachhaltigkeit

- Nachhaltige Produkt- und Sortimentsentwicklung
- Nachhaltig Steuerung der globalen Supply Chain
- Steuerungen einer nachhaltigen Qualitätspolitik
- Vorgaben und Unterstützung in Fragen des Umweltschutzes
- Einhaltung der einschlägigen Arbeitssicherheitsstandards
- Förderung der Gleichberechtigung und Einhaltung der Menschenrechte

Sourcing gesellschaften übergeordnete SCM-Funktionen

Anforderungen an Nachhaltigkeit

- Nachhaltige Auswahl von Produktionspartnern
- Nachhaltig Steuerung der globalen Supply Chain
- Einhaltung der Menschenrechte bei Zulieferern
- Steuerung einer nachhaltigen Qualitätspolitik
- Vorgaben und Unterstützung in Fragen des Umweltschutzes an Partnerunternehmen
- Klare Richtlinien und Steuerung in allen Compliance Fragestellungen an Partner und Zulieferer
- Einhaltung der einschlägigen Arbeitssicherheitsstandards

Vertriebsgesellschaften Lokale Distributionenfunktionen

Anforderungen an Nachhaltigkeit

- Nachhaltige lokale Sortimentssteuerung
- Nachhaltige Auswahl der lokalen Kunden und Partner
- Einhaltung der einschlägigen Arbeitssicherheitsstandards
- Förderung der Gleichberechtigung und Einhaltung der Menschenrechte

Diese hier dargestellte Betrachtungsweise ist natürlich in ihrer Ausprägung abhängig von den Konzernstrukturen und der diesen zugrundeliegenden Historie.

Trotz aller internationalen Aktivitäten ist das Unternehmen seinen Grundsätzen immer treu geblieben. Hierzu gehören ein vertrauensvolles Miteinander, Loyalität und eine auf langfristigen gemeinsamen Erfolg ausgerichtete Unternehmenspolitik.

Aufbauend auf diesen Werten wird eine ausgewogene Balance zwischen hoher Eigenständigkeit und Eigenverantwortung der Tochterunternehmen einerseits und helfender, beratender Steuerung durch die Zentralabteilungen der Konzernzentrale andererseits bei der Koordination der umfangreichen internationalen Aufgaben praktiziert.

Einhell ist als ein besonders effizient wirtschaftendes Unternehmen bekannt – daher helfen wir allen Gesellschaften der Unternehmensgruppe mit unseren Erfahrungen in effizienten, kundenorientierten Vertriebs-, Service-, Logistik- und Verwaltungsprozessen.

4.3. VORSTAND UND AUFSICHTSRAT.

Die Koordination der Gruppe liegt bei der Einhell Germany AG, die von drei Vorständen, Herrn Andreas Kroiss (Vorsitzender des Vorstandes seit 2003); Herrn Jan Teichert (Finanzvorstand seit 2003) und Herrn Dr. Markus Thannhuber (Technikvorstand seit 2006) geführt wird. Dabei liegen in der Verantwortung des Vorstandsvorsitzenden die Bereiche Vertrieb, Einkauf, Marketing sowie Unternehmensstrategie. In der Verantwortung des Vorstands Finanzen liegen die Bereiche Finanz- und Rechnungswesen, Steuern, Recht, Controlling, Investor Relations, Personal und Logistik. Der Vorstand Technik verantwortet die Bereiche Technik, Produktmanagement, Produktaufbereitung, Qualitätssicherung, Service, IT und Instandhaltung.

Als Aufsichtsgremium fungiert ein dreiköpfiger Aufsichtsrat. Vorsitzender des Aufsichtsrates ist seit 2015 Herr Prof. Dr. Dr. Spath (seit 2006 Mitglied des Aufsichtsrates). 2015 wurde Herr Philipp Thannhuber, als Nachfolger seines Vaters, in das Aufsichtsgremium berufen. Von Seiten der Belegschaft wurde der Vorsitzende des Betriebsrates, Herr Maximilian Fritz, in den Aufsichtsrat gewählt.



Von links: Jan Teichert (CFO, Vorstand Finanzen), Dr. Markus Thannhuber (CTO, Vorstand Technik), Andreas Kroiss (CEO, Vorstandsvorsitzender)



Von links: Maximilian Fritz, Prof. Dr. Dr. Spath, Philipp Thannhuber

Die 3.774.400 Anteile der Einhell Germany AG sind in 2.094.400 stimmberechtigte Stammaktien und 1.680.000 Vorzugsaktien gegliedert. Dadurch, dass ein Großteil der stimmberechtigten Stammaktien weiterhin von der Gründerfamilie Thannhuber gehalten wird, können auch in den strategischen Entscheidungswegen nachhaltige Strukturen eines mittelständischen familiengeführten Unternehmens mit mehr als 50jähriger Tradition aufrechterhalten werden.

4.4. UNSERE PHILOSOPHIE: GUT GEMACHT.

Unter diesem Leitsatz entwickelt und vertreibt Einhell Produkte für Heimwerker und Handwerker, für Haus, Garten und Freizeit. Kontinuierliche, hohe Qualität der Produkte und eine kundenfreundliche, auf Stabilität ausgerichtete Preispolitik sind die wesentlichen Erfolgsfaktoren seit Bestehen des Unternehmens. Schneller, flexibler und innovativer reagieren als Andere ist der Grundsatz der Produktpolitik: „Weitergehen, wenn andere erst ankommen!“

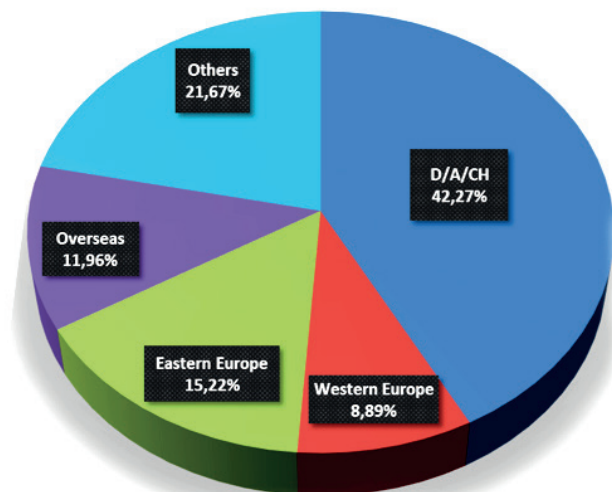
Mit einem hohen Internationalisierungsgrad kommt Einhell der globalen Ausrichtung seiner Kunden, Bau- und Fachmarktketten, Versandhäusern, Gartenmärkten und Diskontmarktketten, entgegen. Mit Tochterunternehmen und assoziierten Partnern weltweit bietet Einhell, wie kein anderes Unternehmen, einen umfassenden, globalen Service. Tochterunternehmen stellen die Nähe zu den weltweit agierenden Kunden der Einhell Germany AG sicher. Assoziierte Partner weltweit vertreiben Einhell-Produkte in Lizenz im eigenen Namen.

Neben der Qualität ist es das Design, das ein Produkt unverwechselbar macht. Alle von Einhell entwickelten Produkte der Zukunft werden in Form und Gestalt einzigartig und unverwechselbar sein.

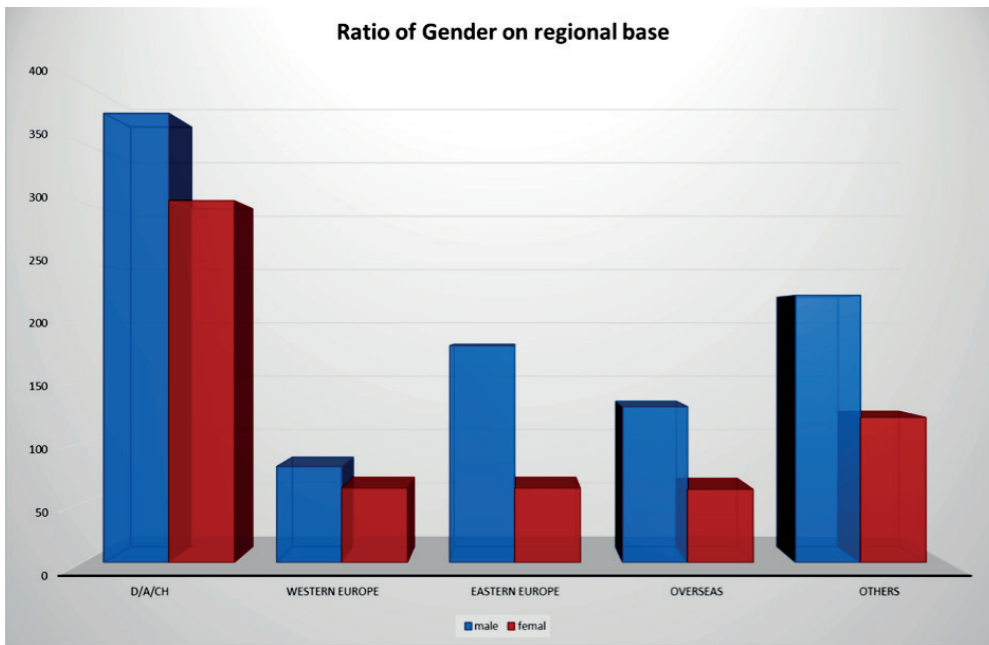
4.5. PERSONELLE VERTEILUNG DER KONZERNBELEGSCHAFT

Die personelle Verteilung der Mitarbeiter auf die einzelnen Gesellschaften hängt stark von den lokalen Gegebenheiten und den etablierten Synergien innerhalb des Konzernverbundes ab. Grundsätzlich versuchen wir konjunkturelle Schwankungen durch Nutzung flexibler personalpolitischer Maßnahmen auszugleichen, um den Stammbeschafteten einen nachhaltig sicheren Arbeitsplatz anbieten zu können. Dies bedeutet auch, dass Personalaufbau immer auf Basis der nachhaltigen, hinreichend wahrscheinlichen positiven Geschäftsentwicklung, geplant wird.

Headcount on regional base



Bei der Auswahl und Förderung unserer Mitarbeiter wird das Geschlecht grundsätzlich nicht als Kriterium angebracht. Dies geschieht aus der verankerten Wertevorstellung heraus, dass das Geschlecht keinen entscheidenden Einfluss auf die Leistungsfähigkeit, die Integration und die Entwicklungsfähigkeit ausübt.



5. WERTE UND NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Da, nach unserem Verständnis Strategie nicht nur ein einmaliges Festlegen der angestrebten Zielgrößen darstellt, sondern einen Prozess der laufend möglichst objektiv Chancen, Risiken mit Fähigkeiten und Möglichkeiten verbindet, haben wir bereits vor einiger Zeit mit der Entwicklung und Einführung eines strukturieren, rollierenden Strategieentwicklungsprozesses begonnen. Dieser Prozess verbindet unsere Tradition als familiengeführtes mittelständisches Unternehmen mit den Anforderungen aus den Märkten heraus.

Vision

Wir schaffen Freiheit und Flexibilität durch mindestens einen Power X-Change Akku in jedem Haus / jeder Wohnung mit Garten

VISION

Mission

- Einhell ist die Marke für alle Arbeiten in und um Haus und Garten
- Mit unserem einzigartigen PXC-System geben wir unseren Kunden kabellose Freiheit und Vereinfachung und werden damit zum „Synonym“ für Akku- Wechselsysteme

MISSION

Strategische Stoßrichtungen

- Ausbau der Marke
- Category Lead + Entwicklungskompetenz bei Akkutechnologie
- Internationalisierung: Weiterentwicklung Töchter + Partner durch strategische Partnerschaften
- Digitalisierung: Nutzung der digitalen Möglichkeiten im gesamten Wertschöpfungsprozess, Schaffung einer digitalen Organisation

**STRATEGISCHE
STOSSRICHTUNGEN**

Strategische Ziele

- Signifikanter Ausbau von Umsatz und Umsatzrendite
- Steigerung der gestützten und unterstützten Markenbekanntheit
- Digital Leadership in DIY
- Digitalisierung des Geschäftsmodells

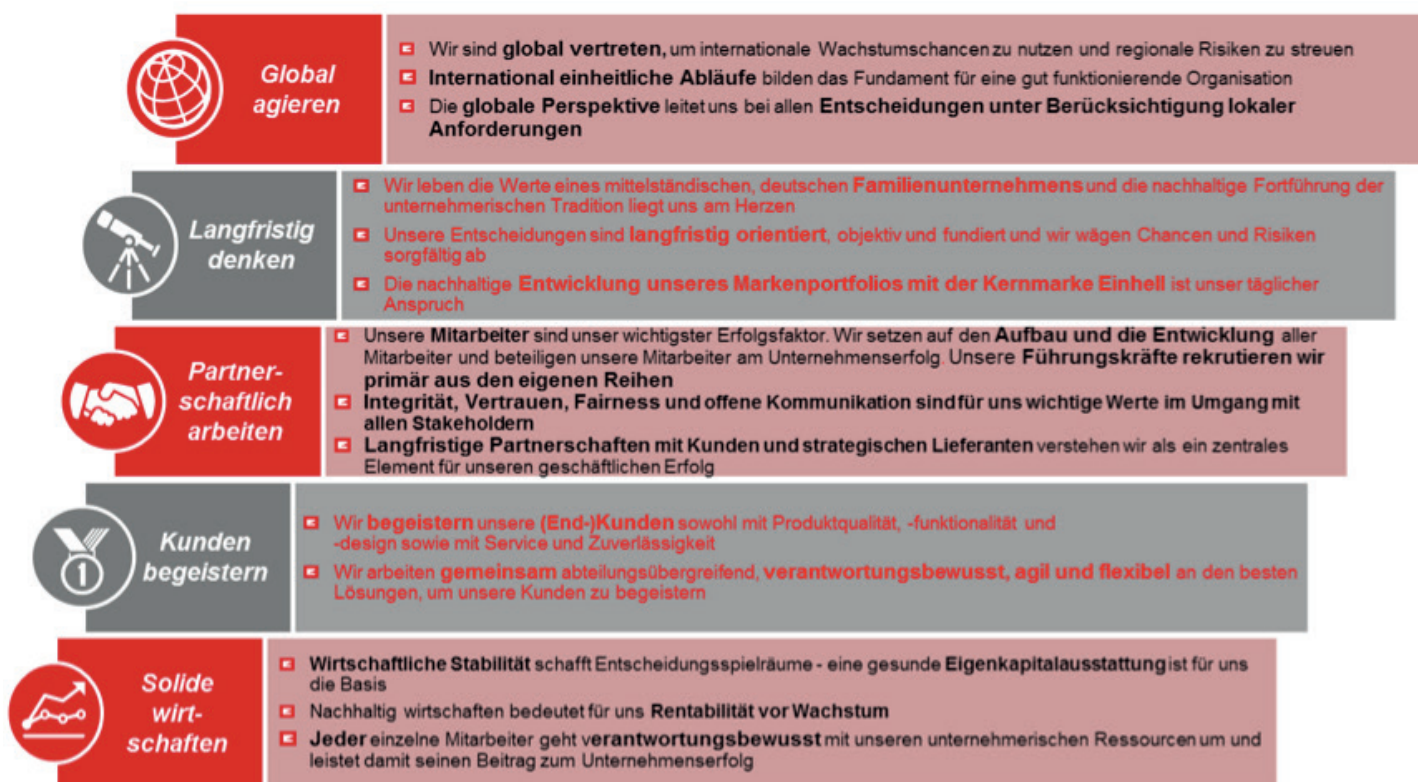
STRATEGISCHE ZIELE

5.1. KERNWERTE DER EINHELL-GRUPPE

Jedes Handeln der Vorstände, der Führungskräfte und aller Mitarbeiter wird abgeleitet aus der Menschenwürde, dem gegenseitigen Respekt sowie der dienenden Haltung gegenüber allen Mitarbeitern.

Im Rahmen unseres strukturierten Strategieentwicklungsprozesses haben wir nachfolgendes Value Statement erarbeitet.

EINHELLS Value Statement



Dieses Value Statement ist zunächst in seiner Ausprägung nach Außen gerichtet, da wir fest davon überzeugt sind, dass die Zufriedenheit unserer Kunden, B2B wie B2C, die Grundlage eines nachhaltigen unternehmerischen Erfolgs darstellt.

Daraus abgeleitet sind wir der Auffassung, dass diese Grundzielsetzung langfristig nur dann erreicht werden kann, wenn alle Stakeholder in gleicher Weise mit eingebunden werden und deren individuellen Zielsetzungen ebenfalls Berücksichtigung finden.

Daher haben wir in einem Bottom-Up-Ansatz die nachfolgenden Leitlinien zur Unternehmenskultur erarbeitet.

Das offene und fruchtbare Miteinander ist die Basis unseres Erfolgs. Die von den Mitarbeitern/innen erarbeiteten Leitlinien zur Unternehmenskultur sind dabei der Prüfstein unseres Handels.

LEITLINIEN ZUR UNTERNEHMENSKULTUR

Der Einhell Konzern ist eine global agierende, mittelständische Unternehmensgruppe, die sich den Werten der Gründerfamilie und den Traditionen der Deutschen Wirtschaftshistorie verpflichtet.

Um die Marke Einhell weiter auszubauen und damit den Bestand des Unternehmens national und international zu sichern, ist eine ständige, innere Unternehmenserneuerung und -weiterentwicklung erforderlich. Dies betrifft den Konzern als Ganzes, die Einhell Germany AG als Unternehmenszentrale sowie alle Tochtergesellschaften und Partner.

Die hier niedergeschriebenen Leitsätze sind in unserem beruflichen Alltag die Richtlinie für alle und müssen von Vorstand, Führungskräften und Mitarbeitern gleichermaßen gelebt und gegenseitig eingefordert werden. Die Leitsätze zur Unternehmenskultur begleiten die Umsetzung der Inhalte der Unternehmensstrategie im Markenaufbau und der Internationalisierung.

Der Vorstand der Einhell Germany AG erklärt diese Leitsätze zur Unternehmenskultur für verbindlich für sich selbst und alle Mitarbeiter des Unternehmens.

Landau, im September 2017 | Einhell Germany AG
Der Vorstand



SOLIDE WIRTSCHAFTEN

Wir motivieren uns gegenseitig durch Anerkennung der Arbeit und geben konstruktiv Feedback, um die Effektivität und Effizienz unserer Teams zu verbessern.

Wir bemühen uns um größtmögliche Transparenz im Unternehmen, schauen über unseren Tellerrand und versuchen die inhaltlichen Problemstellungen anderer Arbeitsbereiche zu verstehen.

Wir gehen sorgsam mit den uns anvertrauten, unternehmerischen Ressourcen um, weisen sachlich auf mögliche Optimierungen hin.

Wir sind uns bewusst, dass Zeit eine begrenzte Ressource darstellt. Wir priorisieren unsere Aufgaben und weisen frühzeitig auf Kapazitätsengpässe hin.

Wir beobachten aktiv unsere Unternehmenshandlungen und entscheiden auf kurzem Wege, um proaktiv schnell und überlegt handeln zu können. Etablierte Regelungen und Prozessen werden von uns eingehalten.

Wir prüfen diese jedoch stetig auf Sinnhaftigkeit und passen sie ggfs. im übergeordneten Dialog an.



KUNDEN BEGEISTERN

Wir begeistern uns für unser Produktsortiment und arbeiten täglich daran diese Begeisterung durch Erfüllung der qualitativen Ansprüche an unsere Kunden auf funktionaler und emotionaler Ebene weiterzugeben.

Wir kommunizieren offen und ehrlich mit allen Kollegen / innen abteilungsübergreifend und sehen die vor- und nachgelagerten Prozesse als interne Kunden und tun unser Bestes auch deren Erwartungen bestmöglich zu erfüllen.

Wir streben hohe Zufriedenheit unserer internen und externen Kunden an. Wir kennen und verstehen die Anforderungen unserer Kunden und richten unser Handeln danach aus.

Der Erfolg unserer Kunden macht uns und unser Unternehmen erfolgreich.



PARTNERSCHAFTLICH ARBEITEN

Wir leisten täglich unseren Beitrag die Unternehmensziele zu erreichen, engagieren uns in unseren Teams und Tätigkeitsbereichen und bringen uns aktiv ein.

Wir arbeiten, innerhalb und außerhalb unserer Abteilungen, rücksichtsvoll, kollegial und respektvoll zusammen und verteilen Aufgaben und Verantwortungen innerhalb unserer Teams in Bezug auf Qualifikation und Erfahrung.

Wir nutzen die uns angebotenen Weiterbildungsmaßnahmen und Schulungen, um uns fachlich und persönlich weiter zu entwickeln.

Wir sind bereit Verantwortung zu übernehmen.

Wir pflegen den persönlichen und freundlichen Kontakt zu unseren Kollegen und Partnern.



TOLERANZ LEBEN

Wir sind offen gegenüber anderen Meinungen, Anschauungen und Charakteren und akzeptieren diese.

Wir unterscheiden in unserer Wertschätzung nicht nach Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung, Bildung, Weltanschauung, ethnische Zugehörigkeit und der individuellen Leistungsfähigkeit.

Diskriminierung wird von uns in keiner Weise akzeptiert. Bei Verstößen handeln wir aktiv um die Mißstände abzustellen.



KONFLIKTE KONSTRUKTIV LÖSEN

Wir sehen Konflikte, also unterschiedliche Meinungen und Blickwinkel, als Möglichkeit Risiken zu erkennen und Chancen zu identifizieren.

Wir benennen und lösen Konflikte offen, sachlich und konstruktiv im wertschätzenden Dialog.

Wir lassen uns in unserer Arbeit nicht durch Konflikte beeinträchtigen.

Wir nutzen Konflikte nicht um eigene Interessen durchzusetzen. Bei ungelösten Konflikten wenden wir uns an Dritte (Schlichter), da uns die Lösung am Herzen liegt.



FEHLER POSITIV NUTZEN

Wir lernen aus den eigenen und intern/extern verursachten Fehlern bzw. falschen Entscheidungen und vermeiden diese bei zukünftigen Prozessen. Liegt die Verantwortung außerhalb unseres eigenen Verantwortungsbereichs, sprechen wir die Verbesserungsmöglichkeit konstruktiv an und erwarten von der Organisation und den Kolleginnen und Kollegen ein objektives Feedback. Bekommen wir einen solchen Hinweis, gehen wir damit offen und zielorientiert um.

Erkennen » Analysieren » Beseitigen » Vermeiden

Bei aufgetretenem Fehler unterstellen wir dem Verursacher grundsätzlich keine Absicht. Auf dieser Basis legen wir den weiterführenden Schwerpunkt auf die Fehlervermeidung und -vermeidung und nicht auf die Suche nach dem Schuldigen.

Bemerke ich einen möglichen Fehler, weise ich den Verantwortlichen konstruktiv und wertschätzend darauf hin und beteilige mich nach Möglichkeit an einer Lösungsfindung.



LANGFRISTIG DENKEN

Wir erkennen die Wichtigkeit der dauerhaften Bindung unserer Kolleginnen und Kollegen an unser Unternehmen und schaffen ein gemeinschaftliches, positives Arbeitsumfeld, in dem sich alle wohl fühlen und sich individuell entwickeln können, zum Nutzen des Einzelnen und des Unternehmens.

Wir treten unseren Kollegen stets respektvoll gegenüber und bauen langfristig vertrauensvolle Beziehungsebenen innerhalb und außerhalb des Konzerns auf.

Wir sehen potenzielle und zukünftige Kolleginnen und Kollegen als wichtigen Punkt in der Entwicklung unseres Unternehmens und gehen offen auf sie zu. Wir integrieren sie in unseres berufliches Umfeld und schaffen ihnen schnell eine harmonische, berufliche Heimat.



GLOBAL AGIEREN

Wir leben das Vorbild der internationalen Zusammenarbeit auf allen Ebenen mit interkultureller Toleranz und ohne Vorurteile.

Wir praktizieren einen intensiven, regelmäßigen Erfahrungsaustausch zwischen Töchtern und Muttergesellschaft und vermindern die Sprachbarrieren durch Förderung der englischen Sprache auf allen Ebenen.

Wir identifizieren uns mit unserem Produktportfolio und tragen dies in allen Funktionen in unsere globale Organisation.

Durch Festlegen durchdachter Abläufe und Prozesse, unter Berücksichtigung lokaler Anforderungen, handeln wir auf jeder Ebene ziel- und prozessorientiert.

Wir optimieren die Prozesse durch einen angemessenen Erfahrungsaustausch und Meetings mit allen Teilnehmern.

5.2. NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Im Rahmen unserer Strategie identifizieren wir bedeutende Zukunftstrends und leiten daraus konkrete nachhaltige Handlungsfelder und Ziele ab.

5.2.1. WESENTLICHE HERAUSFORDERUNGEN -MEGATRENDS

Nachhaltigkeitsstrategische Überlegungen können heutzutage nur Überlegungen über den Tellerrand lokaler oder regionaler Auswirkungen hinaus auf die globale Bühne sein. Daher ist es wichtig globale Trends zu erkennen, diese zu bewerten und daraus die eigenen Handlungsfelder sowie die externen Einflüsse auf die eigenen Handlungsdimensionen festzustellen.

Dabei müssen die Perspektiven aller Stakeholder in geeigneter Weise in diese Betrachtung mit einbezogen werden. Die so, in verschiedenen sich überlappenden internen Prozessen ermittelten globalen Trends, wurden hinsichtlich Ihrer Bedeutung für die strategischen Entscheidungen des Unternehmens betrachtet und innerhalb einer 12stufigen Skala (1 unbedeutend bis 12 sehr hohe Relevanz) bewertet.

1. Gesundheit

Gesundheit ist ein hohes Gut, welches zu Recht überall auf der Welt individuell aber auch politisch in den Fokus rückt. Gesundheit ist nicht mehr die Abwesenheit von Krankheit, sondern der Ausdruck eines übergeordneten Wohlbefindens, auf das nicht zuletzt das Arbeitsumfeld und die Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben großen Einfluss hat. Für Einhell bedeutet das auf der Produktseite, nur Produkte auf die internationalen Märkte zu bringen, die hinsichtlich ihrer sicherheitstechnischen Ausgestaltung auf dem höchsten technischen Stand befinden und durch gut verständlichem eindeutige Bedienungsanleitungen Verletzungen durch falsche Handhabung vorzubeugen.

In unserer Fürsorgepflicht als Arbeitgeber von rund 1.600 Mitarbeitern geht damit eine hohe Verantwortung in der Arbeitsplatzgestaltung, der Arbeitssicherheit sowie der wertorientierten Führung einher, der wir uns auch im vollen Umfang, auch durch unser Betriebliches Gesundheitsmanagement Einhellig Gesund, stellen.

WHO sagt:

Gesundheit ist ein Zustand des völlig körperlichen, geistigen, seelischen und sozialen Wohlbefindens!



2. Demografische Entwicklungen

Die Folgen des Bevölkerungswachstums in unterschiedlichen Teilen der Welt und der Bevölkerungsrückgang in den alten Industriestaaten, in Kombination mit alternden Gesellschaften, Verstädterung und dem anhaltenden Trend zu Kleinfamilien und Single-Haushalten, sind gegenwärtig vielen Stakeholdern noch nicht bewusst. Von Seiten Einhell werden diese Entwicklungen Einfluss bezüglich der Beschaffungs- aber auch Absatzmärkte sowie die Produkte haben und werden daher intensiv betrachtet.

Den Auswirkungen auf die Belegschaftsstruktur, das Employer Branding und damit der grundlegenden Positionierung des Unternehmens auf dem Arbeitsmarkt wird mit einem umfassenden strategischen Personalmanagement begegnet.

Aus produktpolitischer Sicht leiten wir aus diesem Megatrend auch eine geänderte, viel differenziertere Zielgruppenstruktur ab, die wir durch gezielte Produktinnovationen zur nachhaltigen Positionierung des Unternehmens nutzen wollen.



3. Digitalisierung und Industrie 4.0

Kaum ein Trend hat so gravierenden Einfluss auf fast alle Aspekte unseres Lebens wie die fortschreitende Digitalisierung und kaum einer trifft auf eine so geringe strukturierte Vorbereitung auf die Veränderungen.

Die Art wie wir, Einhell, Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter miteinander kommunizieren, unterliegt einem schnellen Wandel, dessen Geschwindigkeit für viele beängstigend ist, da die technischen Dimensionen von den Meisten nicht mehr voll umfänglich erfasst werden. Für Einhell bedeutet das einerseits diesen Wandel innerhalb der Einhell Strukturen transparent zu gestalten, um alle Mitarbeiter auf diesem wichtigen Transformationsprozess mitzunehmen und andererseits die Chancen der Digitalisierung unter intensiver Betrachtung und der damit einhergehenden Risiken zu identifizieren und zu nutzen.



4. Globalisierung

Die frühe Globalisierung wurde in erster Linie im Rahmen der Warenströme und Supply Chain Fragestellungen betrachtet. Über dieses Stadium ist dieser Megatrend lange hinaus. Für Einhell birgt dieser Trend eine Reihe von Chancen und Risiken. Wir analysieren ständig die regionalen und lokalen Veränderungen in unseren Beschaffungs- und Distributionsregionen und prüfen die sich hieraus ergebenden Chancen unter klar strukturierter Betrachtung der damit verbundenen Risiken.

Neben den rein wirtschaftlichen Kriterien werden hierbei auch Fragen des Umweltschutzes, der Cultural Awareness und der sozialen Verantwortung fest mit eingebunden. Sind wir uns doch bewusst, dass die von uns grundsätzlich vertretenden Werte nicht überall auf der Erde Standard sind.





5. Ressourcenknappheit

Die Verfügbarkeit von technischen Ressourcen, also Rohstoffen, Halbzeugen und Komponenten wird in der dynamischen Weltwirtschaft auch weiterhin maßgeblich für unseren Erfolg sein. Auch wenn aus technischer Sicht immer neue Quellen erschlossen werden (Rohstoff Paradoxon) ist es an uns, als verantwortungsbewusstem Unternehmen, auch die dafür teilweise inkaufgenommenen Umweltrisiken in unsere Überlegungen mit einzubeziehen.

Für Einhell bedeutet das u.a. bei der Auswahl der Komponenten und Rohstoffe für die Produktsortimente in der Neuentwicklung nachhaltige Wege zu identifizieren und zu gehen.

Durch unsere einzigartige Power X-Change Plattform werden die notwendige Anzahl der Akkus und der Ladegeräte drastisch verringert. Ein Schritt in die richtige Richtung!



6. Klimawandel und Klimapolitik

Der Klimawandel und die damit einhergehende internationale aber auch lokale Umwelt – und Klimapolitik sind Entwicklungen, mit der sich auch Einhell intensiv befasst.

So wird bereits bei der Entwicklung der Produktsortimente auf die Recyclingfähigkeit der Produktkomponenten geachtet.



7. Individualisierung

Die Individualisierung hat auf unterschiedlichen Ebenen Einfluss auf unser Handeln. Auf Kundenseite sind wir uns bewusst, dass unsere Produkte genau die Anforderungen des individuellen Kunden treffen (Personas) müssen.

Aber auch auf Seiten der Mitarbeiter wird, durch den steigenden Anteil der Generation Y u. Z, die persönliche individuelle Verwirklichung sich maßgeblich auf die Strukturen in unserem Unternehmen auswirken.

8. Mobilität

Kaum etwas prägt das Leben in unserer globalisierten Gesellschaft so sehr wie die Mobilität. Sie bildet die Basis unseres Lebens und Wirtschaftens. Heute stehen wir am Beginn eines multimobilen Zeitalters, mit facettenreichen Möglichkeiten, um die neuen mobilen Anforderungen und Wünsche ökonomisch, komfortabel und nachhaltig umzusetzen. Dabei ist in diesem Umfeld zwischen unterschiedlichen Mobilitäten zu unterscheiden. A) die auch international wachsende Tendenz zur häufigeren und schnellen Verlegung von Lebensmittelpunkten sowie B) der Trend zur hohen ortsungebundene Kommunikation durch digitale Hilfsmittel.



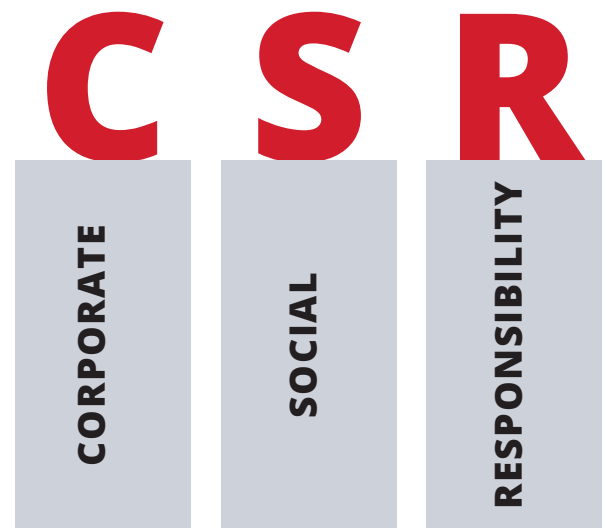
9. Sicherheit

Die Gesellschaft verunsichert, der Staat überfordert: Wir sind auf dem Weg in eine neue Sicherheitskultur, die von zwei Faktoren geprägt wird: der allumfassenden Vernetzung der Welt und dem Wandel der Verantwortung - weg von übergeordneten staatlichen Institutionen hin zu Unternehmen und Individuen.



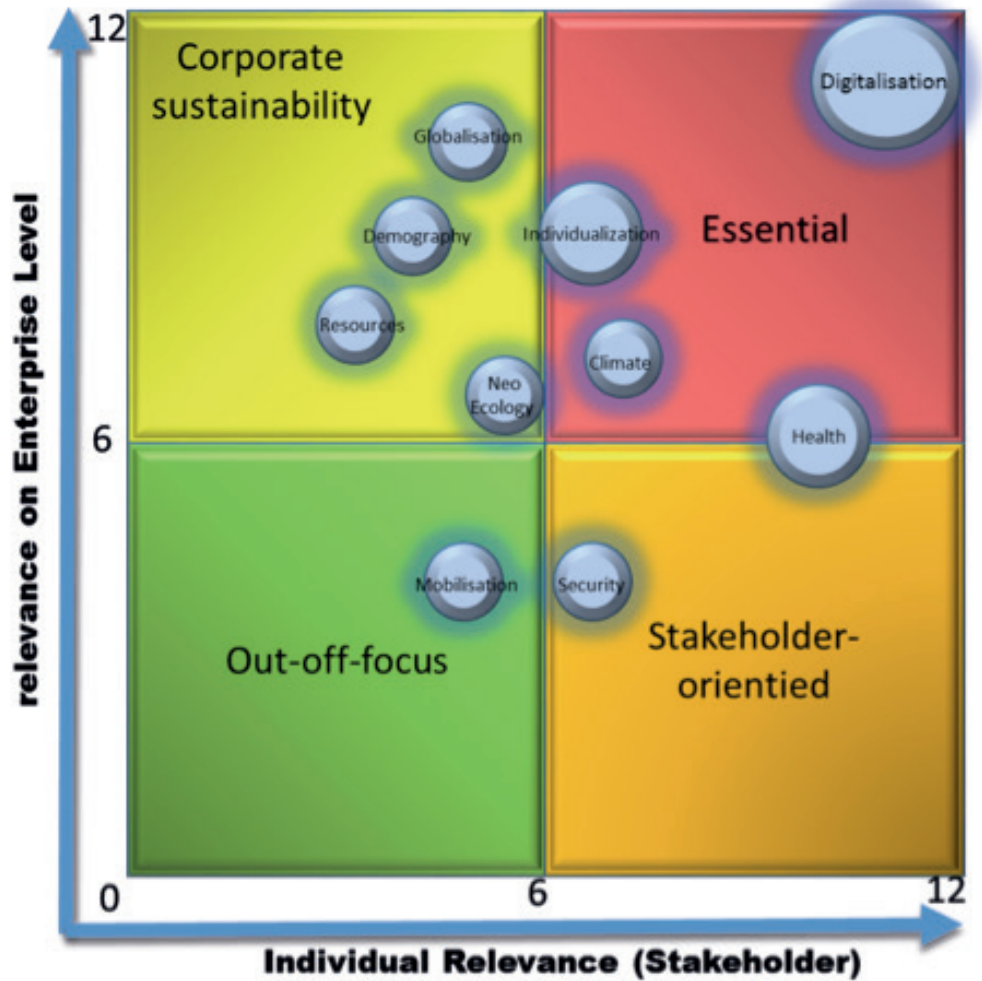
10. Neo Ökologie

Umweltschutz, Ressourcenschonung, Corporate Social Responsibility: Der Megatrend Neo-Ökologie verschiebt die Koordinaten der Wirtschaftssysteme in Richtung einer neuen Business Moral, die Märkte und Konsumverhalten radikal verändern. Wachstum wird künftig als eine neue Mischung bestehend aus Ökonomie, Ökologie und gesellschaftlichem Engagement verstanden.



5.2.2. MEGATRENDS UND IHRE RELEVANZ BEI EINHELL

Alle die beschriebenen Megatrends haben erheblichen Einfluss auf die Entwicklung unsere Gesellschaft, unserer Märkte und damit auf die zukünftige strategische Ausrichtung unseres Unternehmens, jedoch ist zu unterscheiden, ob dies Entwicklungen sich direkt auf der Unternehmensebene (Relevance on Enterprise Level) oder in der Orientierung der Stakeholder (individual Relevance) ausdrücken.



Darüber hinaus ist als dritte Dimension zu beachten, dass die Beeinflussbarkeit, also die Möglichkeit innerhalb der Mega-Trends echte Handlungsalternativen zu generieren, sehr unterschiedlich ist.

Dem entsprechend unterschiedlich müssen die Ansätze zur nachhaltigen Integration dieser Megatrends in die strategischen Entscheidungen sein.

Megatrends		Relevance on Enterprise Level	Relevance on individual level	Suggestibility
1	Gesundheit	6	10	8
2	Demografische Entwicklung	8	4	3
3	Industrie 4.0 und Digitalisierung	12	12	10
4	Globalisierung	10	5	3
5	Ressourcenknappheit	7	4	4
6	Klimawandel und Klimapolitik	7	7	2
7	Individualisierung	9	6	7
8	Mobilität	4	4	2
9	Sicherheit	4	7	2
10	Neo Ökologie	7	4	4

	0	12
Relevance on Enterprise Level	no relevance	essential relevance
Relevance on individual level	no relevance	essential relevance
Suggestibility	no suggestibility	high suggestibility

Grundsätzlich leiten wir daraus ab, dass die untersuchten Megatrends, bis auf den Megatrend Mobilität, jeweils einen Einfluss auf unsere nachhaltige, langfristige Ausgestaltung unserer Geschäftsaktivitäten haben und daher auch weiterhin betrachtet werden sollten. In der Ausprägung wird uns die Digitalisierung am meisten beschäftigen, wobei hier auch erheblich Gestaltungsspielräume vorhanden sind. Diese Spielräume zu identifizieren, zu bewerten und letztendlich für den Geschäftserfolg zu nutzen, wird die spannende Herausforderung der nächsten Jahre sein.

In fast ebenso gravierender Weise wird die fortschreitende Individualisierung Chancen und Risiken für uns in sich bergen. Von Seiten unseres Produktportfolios und der klaren Ausrichtung unserer Zielgruppenorientierung haben wir hier schon entsprechende Schritte eingeleitet.

Die Megatrends Globalisierung, Ressourcenknappheit und Demographie sind Trends die im Unternehmenskontext hohe Relevanz besitzen, jedoch aus der individuellen Stakeholderperspektive untergeordneten Charakter aufweisen. Für uns bedeutet das, dass wir vor allem in der täglichen Kommunikation die notwendigen Schritte auf diesen Feldern profilieren und priorisieren müssen, um die nachhaltige Relevanz auch deutlich zu machen.

Dem gegenüber haben die Megatrends Gesundheit und das steigende Sicherheitsbedürfnis auf der individuellen Ebene höhere Bedeutung, zeigen jedoch auf Unternehmensebene nur untergeordneten Charakter. Aus dieser Betrachtung heraus muss das Unternehmen auch in Bezug auf diese Aspekte klar die Erwartungen der Stakeholder einholen und in den nachhaltigen Entscheidungen berücksichtigen, um negative Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf zu vermeiden.

Unter Betrachtung dieser übergeordneten Trends haben wir die folgenden 6 strategischen Handlungsfelder zur Nachhaltigkeit identifiziert auf die wir eingehen.

- ÖKONOMIE
- ÖKOLOGIE
- ARBEITSUMFELD UND ARBEITSBEDINGUNGEN
- PRODUKTVERANTWORTUNG
- MENSCHENRECHTE
- COMPLIANCE UND CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Bis auf die Aussagen zu ökonomischen Nachhaltigkeitsfragestellungen, entsprechen diese in ihrer Ausprägung auch den nach § 289c HGB geforderten Aspekten der Nichtfinanziellen Erklärung.



Umweltbelange



Arbeitnehmerbelange



Soziale Belange



Achtung der Menschenrechte



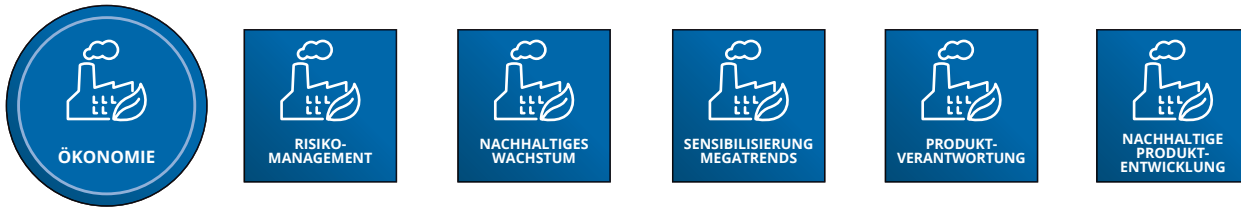
Bekämpfung von Korruption und Bestechung



Diversity (nicht zwingend vorgeschrieben)

(siehe § 289 C HGB Abs. 2 Nr. 1-5)

5.3. ÖKONOMIE



5.3.1. ZIELSETZUNG

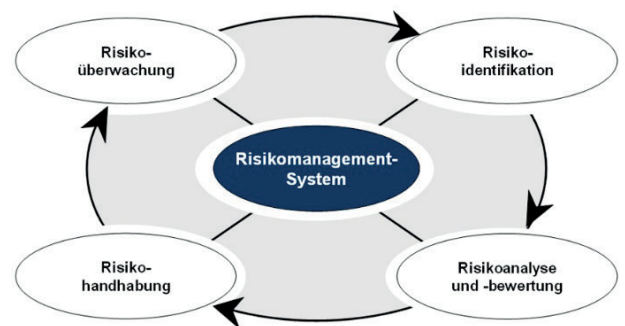
50 Jahre Unternehmensgeschichte haben uns als Organisation gelehrt, dass nicht das unbedingte Streben nach Maximierung des Gewinns, sondern die langfristige Ausgestaltung von Kunden-Lieferantenbeziehungen ein gesundes und damit nachhaltiges Wachstum ermöglicht. Wie auch in den nachfolgenden Punkten zum Risikomanagement noch genauer beleuchtet wird, ist es sicher ein Erbe unserer Tradition als Familienunternehmen, dass wir sich bietende Chance tatkräftig ergreifen, dabei jedoch auch die Risiken genau betrachten. Das bedeutet aus unserer Sicht auch Geschäfte aktiv nicht anzugehen, wenn das Risiko unkalkulierbar und unverhältnismäßig hoch ist. Nur so können wir für unsere Kunden, die Aktionäre und die Belegschaft, aber auch für unsere Lieferanten in der Supply Chain ein nachhaltig agierendes Unternehmen erhalten.

Die Zielsetzung unseres ökonomischen Handelns ist der langfristige Erhalt des Unternehmens in Verbindung mit dem wohlkalkulierten und ausgewogenen Wachstum auf internationalem Niveau. Näheres hierzu entnehmen Sie bitte dem Lagebericht der Einhell Germany AG und des Einhell Konzerns.

5.3.2. AKTIVES RISIKOMANAGEMENT

Wir sind und bewusst, dass jedes wirtschaftliche Handeln mit Chancen und Risiken verbunden ist. Nachhaltiges Management bedeutet damit für uns, diese frühzeitig zu identifizieren, zu bewerten und klare Entscheidungen daraus abzuleiten. Dabei lassen wir uns von unserer Erfahrung und Verantwortung als mittelständischem Familienunternehmen leiten. Chancen, deren Risiken den Bestand des Unternehmens gefährden, werden auch bei großen Ertragsmöglichkeiten nicht ergriffen. Um dies sicherzustellen, werden diese weitreichenden, strategischen Fragenstellungen im Vorstand, mit dem Aufsichtsrat, aber auch mit internen und externen Fachleuten ausführlich diskutiert und analysiert. Um identifizierte Risiken bewusst einzugehen, ist ein strukturiertes Risikomanagementsystem notwendig.

Strukturell haben wir hierfür und für die Betrachtung der laufenden operativen Risiken ein transparentes Risikomanagementsystem eingeführt, in dem umfassend die Risiken aus allen Fachbereichen aufgelistet (Risikoidentifikation), bewertet (Risikoanalyse und -bewertung) und einer regelmäßigen Prüfung (Risikoüberwachung) unterzogen werden. So ist es uns möglich, einerseits alle Mitarbeiter in den Fachabteilungen zu sensibilisieren und einzubinden sowie andererseits einen stets aktuellen Blick auf unsere Risikofaktoren zu erhalten. Nur auf dieser Basis ist aus unserer Sicht eine nachhaltige Risikohandhabung möglich.



Die strukturierte Betrachtung der Risikofelder ist damit Teil der regelmäßigen Standortbestimmung auf Unternehmens-, aber auch auf Fachbereichsebenen.

Das Risikomanagementsystem als Bestandteil des internen Kontrollsystems ist hinsichtlich der Konzernrechnungslegung auch auf das Risiko der Falschaussage in der Konzernbuchführung sowie in der externen Berichterstattung ausgerichtet und dient insbesondere der Früherkennung möglicher Risiken.

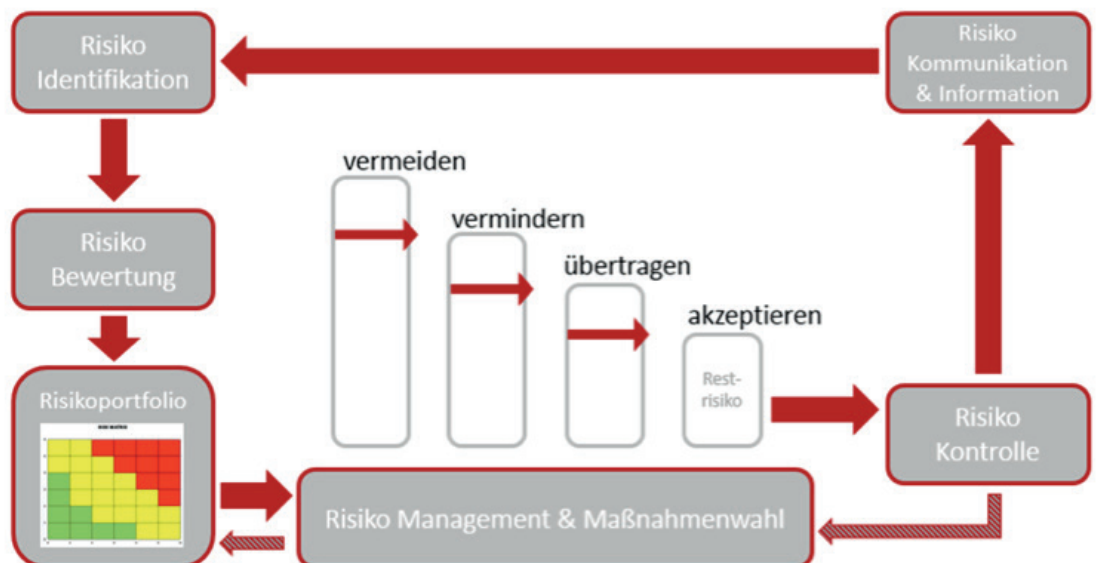
Mit der Einführung eines IT-basierten Risikomanagement-Informationssystem wird versucht, der Unternehmensleitung und den Verantwortlichen zur Steuerung des Unternehmens die notwendigen Informationen gesammelt, kompakt und zeitnah zur Verfügung zu stellen. Damit wird die Datenerhebung bei den einzelnen Gesellschaften vereinfacht und der Aufwand des Risikomanagers im Konzern minimiert.

Der Prozess des Risikomanagements gliedert sich im Einhell-Konzern in zwei Stufen.

Im ersten Schritt erfolgt die dezentrale Erfassung der Risiken in den Tochterunternehmen und den Abteilungen der Einhell Germany AG durch die vom Vorstand benannten Risikoverantwortlichen. Sie haben die Aufgaben der Risikoidentifikation und Bewertung. Wichtig ist dem Einhell-Konzern hier zunächst die Identifikation, da nicht identifizierte Risiken auch nicht weiter in Planungen einbezogen werden können. Die Bewertung der bestehenden Risiken erfolgt über die Ermittlung des Produkts aus Eintrittswahrscheinlichkeit des Schadens und maximaler Schadenshöhe.

Risiko = Eintrittswahrscheinlichkeit x Auswirkung

Bewertet wird das Nettorisiko, also welches Risiko nach Treffen verschiedener Maßnahmen noch besteht. Die zweite Stufe beinhaltet die Zusammenführung, Analyse und Steuerung der Risiken vom Risikomanager und der Unternehmensleitung.



Zur Steuerung der Risiken stehen dem Unternehmen verschiedene Methoden zur Verfügung. Bei der Risikovermeidung werden das Risiko und somit auch die damit verbundenen Chancen nicht eingegangen. Eine andere Steuerungsmöglichkeit minimiert das Risiko u. a. durch organisatorische Maßnahmen und wird deshalb auch Risikoverminderung genannt. Eine weitere Methode ist die Risikoabwälzung durch Versicherungen, Verträge mit Lieferanten, etc. Die verbleibenden Risiken trägt der Einhell-Konzern bewusst. Hier ist abzuwägen, ob das Risiko in einem angemessenen Verhältnis zu den Chancen steht.

Grundsätzlich werden die Risiken in den nachfolgenden Kategorien identifiziert und bewertet, wobei diese keine abschließende Auflistung darstellt, sondern laufend auf Aktualität hin überprüft wird.

EXTERNE RISIKEN		INTERNE RISIKEN	
Kunden <ul style="list-style-type: none"> · Bonität · Preisrisiko · Wegfall / Reduktion der Geschäftsbeziehung 	Wirtschaftliche Lage <ul style="list-style-type: none"> · Wirtschaftliche Rahmenbedingungen · Konjunkturlage und -entwicklung · Zinsniveau und -entwicklung · Arbeitsmarktsituation · Inflation · Wechselkursentwicklung 	Personal <ul style="list-style-type: none"> · Motivation · Qualifikation · Fluktuation · Verlust von Leistungsträgern · Nadelöhrfunktion · Korruption · Arbeitssicherheit · Employer Branding 	Produkt Risiken <ul style="list-style-type: none"> · Nicht bedarfsgerechte Produkte · Technische Veränderungen durch Lieferanten · Verkürzung des Produktlebenszyklus · Fehlerhafte Produkte · Materialengpässe
Umwelt / Natur <ul style="list-style-type: none"> · Umweltbelastungen (Emissionen; Immissionen) · Umweltschutz (Gesetze; Organisationen) · Imagebeeinträchtigung durch Umweltbeeinträchtigungen · Schäden durch Naturkatastrophen 	Sonstiges <ul style="list-style-type: none"> · Ersatz- / Substitutionsprodukte · Öffentliche Finanzpolitik · Gesetzliche Auflagen · Politische Verhältnisse · Durchsetzbarkeit von Ansprüchen 	Betriebsgelände <ul style="list-style-type: none"> · Zutrittsrechte · Einhaltung von Sicherheitsvorschriften · Kapitalbindung · Verträgen (Laufzeit; Haftung) · Bauprojekte 	Interne Prozesse <ul style="list-style-type: none"> · Abhängigkeit von wenigen Großkunden · Abhängigkeit von Schlüssellieferanten · Störung der Beschaffungsprozesse · Störung der Vertriebsprozesse · Ausfall von Hard- o. Software
Konkurrenz <ul style="list-style-type: none"> · Neue Produkttechnologie · Preisdumping · Potentielle Neukonkurrenz 		Finanzielle Mittel <ul style="list-style-type: none"> · Liquiditätsbedarf · Finanzierung · Investitionen · Strittige Forderungen · zu niedriges Eigenkapital 	
Logistik <ul style="list-style-type: none"> · Verzögerung bei Auslieferung · Transportkosten · Verlust von Waren 			

Die Systematiken des Risikomanagementsystems werden auch auf die möglichen Risiken aus dem Nicht-Finanziellen Bereich angewandt, zu denen, entsprechend des § 289c HGB und dem daraus abgeleiteten CSR-Report Umsetzungsgesetzes in der Nicht-finanziellen Erklärung, Stellung genommen werden muss.

Sie werden im Anschluss an die Darstellung jedes Aspekts des § 289 C HGB als Bewertungsmatrix Matrix dargestellt und erläutert.

5.3.3. FINANZ-, ZINS- UND WÄHRUNGSRISENEN

WÄHRUNGSABSICHERUNG UND HEDGING

Unser internationales Geschäftsmodell ist grundsätzlich durch zeitliche Differenzen zwischen Order Placement, Produktion, Auslieferung und Bestückung der Verkaufsflächen unserer Kunden mit unseren Produkten und dem faktischen Begleichen der daraus resultierenden Forderungen gekennzeichnet. Die Finanz-, Zins-, und Währungsrisiken sind daher nicht unerheblich und müssen nachhaltig strukturiert bearbeitet werden.

Im Finanzierungsbereich bestehen langfristige Darlehen bei Kreditinstituten mit bilateralen Vereinbarungen. Ebenso verfügt der Einhell-Konzern vor allem über klassische Kreditlinien. Sowohl die Ausstattung mit liquiden Mitteln als auch mit Eigenkapital war in den letzten Jahren immer sehr gut. Der Einhell-Konzern baut zudem sein Netting- System und seinen Cash-Pool, der von der Muttergesellschaft und den Tochtergesellschaften gemeinsam gebildet wird, weiter aus. Die Finanzierung der Tochtergesellschaften erfolgt fast ausschließlich über konzerninterne Darlehen. Damit wird das Risiko einer intransparenten und ineffizienten Darlehensstruktur im Konzern reduziert. Die Muttergesellschaft hat dazu für die Tochtergesellschaften interne Kreditlinien eingerichtet, deren Höhe sich nach der Planung und dem erwarteten Geschäftsvolumen der jeweiligen Tochtergesellschaften richtet. Risiken im Zusammenhang mit Zinsänderungen und -schwankungen werden bei Bedarf durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten wie langfristigen Zins-Swap- und Zins-Cap-Vereinbarungen gesteuert.

Risiken im Zusammenhang mit Währungsschwankungen werden überwiegend durch den Einsatz von klassischen Devisentermingeschäften gesteuert. Das Risiko von Währungsschwankungen bei der Beschaffung wird soweit möglich durch Sicherungsgeschäfte in Form von Devisentermin- und Optionsgeschäften abgesichert. Die Währungssicherung erfolgt gemäß den IAS/ IFRS-Vorschriften zum Hedge-Accounting für die einzelnen Sicherungszeiträume. Zu Zins-, Finanz- und Währungsrisiken verweisen wir auch auf die im Konzernanhang gemachten Angaben unter Punkt „6. Risikoberichterstattung und Finanzinstrumente“.

Auf die derzeitigen Fragestellungen sowie die strategischen Überlegungen und Festlegungen aus dem Feld Ökonomie gehen wir im Lagebericht des Einhell Konzerns ausführlich ein und möchten daher an dieser Stelle auf diesen verweisen.

5.4. COMPLIANCE UND CORPORATE GOVERNANCE KODEX

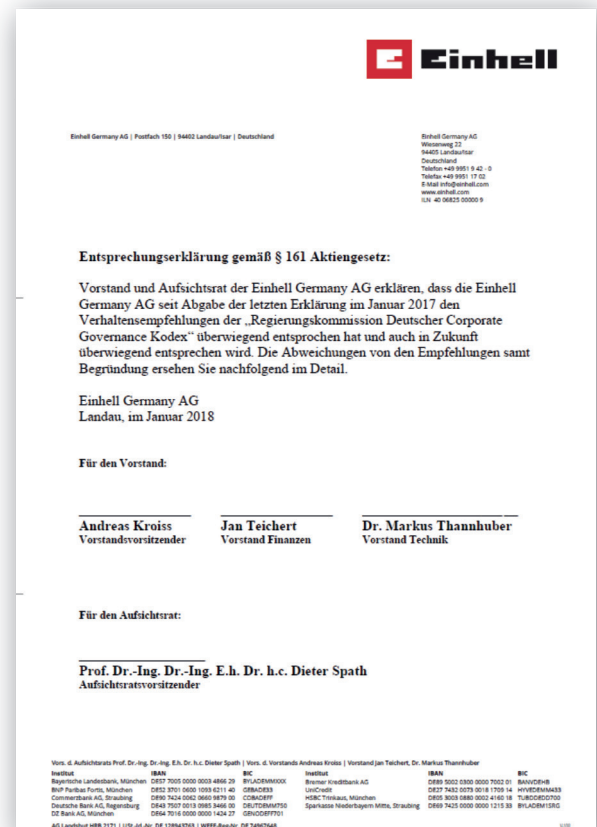


Die Einhell Germany AG hat sich durch die freiwillige Abgabe der Corporate Governance Erklärung dazu verpflichtet, eine verantwortungsbewusste, auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtete Leitung und Kontrolle des Konzerns zu gewährleisten. Der in Deutschland von einer Regierungskommission erarbeitete Corporate Governance Kodex soll dazu beitragen, die in Deutschland geltenden Regeln für die Unternehmensleitung und -überwachung für nationale und internationale Investoren transparent zu machen.

Durch die Erklärung schafft die Einhell Germany AG Transparenz über die rechtlichen und unternehmensspezifischen Rahmenbedingungen und fördert das Vertrauen ihrer nationalen und internationalen Anleger, ihrer Geschäftspartner und Mitarbeiter sowie der Öffentlichkeit. In diesem Sinne regeln diese Grundsätze des Einhell-Konzerns die Beziehung zu seinen Aktionären und dem gesellschaftlichen und politischen Umfeld des Unternehmens, die effiziente Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat und die Anforderungen an Transparenz und Rechnungslegung.

Die Einhell Germany AG überprüft regelmäßig ihre Corporate Governance Erklärung hinsichtlich neuer Erfahrungen und gesetzlicher Vorgaben sowie fortentwickelter nationaler und internationaler Standards und passt sie gegebenenfalls an. Durch unserer konzernweit geltenden Complaincerichtlinie sind die Leitplanken für das Handeln als ordentlicher Kaufmann klar kommuniziert. Durch eingeführte Prozesse und standardisierte Reports wird die Einhaltung der Complaincerichtlinie transparent und regelmäßig überprüft.

Grundsätzlich wurde in unserer Complaincerichtlinie die Verantwortung für die Einhaltung der festgelegten Spielregeln auf Konzernebene direkt den Vorständen für ihre Ressorts auferlegt. Wir tun dies im vollen Bewusstsein und als Signal, dass wir von höchster Ebene im Konzern aus unser Geschäft fair und transparent gestalten wollen.

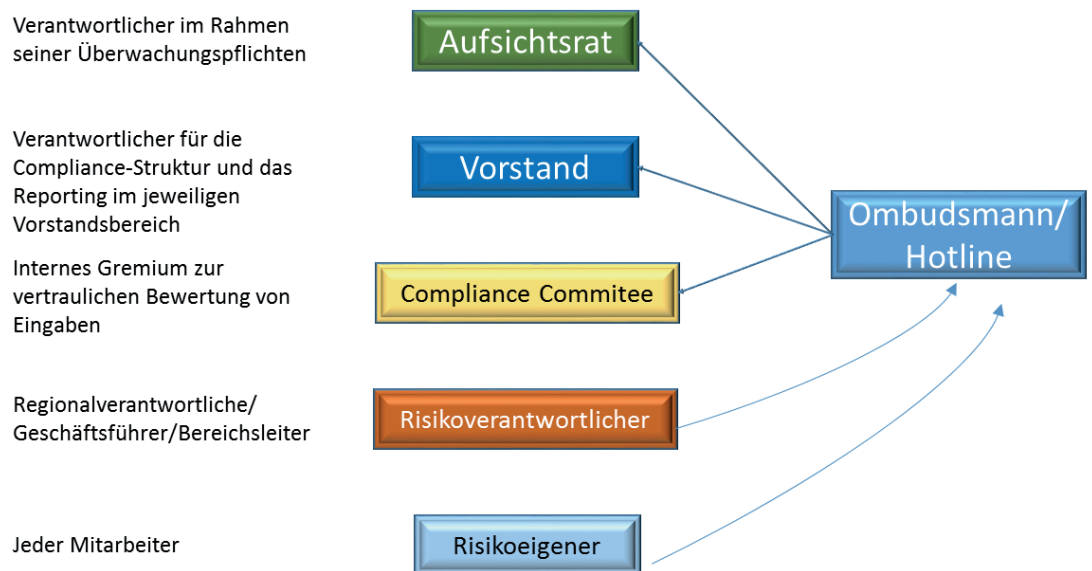


Dieses Transparenzgebot wird von den etablierten Compliancestrukturen widergespiegelt.

Zielsetzung:

Grundsätzlich ist uns wichtig, dass unsere internationale Geschäftstätigkeit zu 100% der internationalen aber auch der lokalen Gesetzgebung entspricht. Dem Prinzip „Handeln als ordentlicher Kaufmann“ sehen wir uns verpflichtet. Im Rahmen unseres IKS-Systems (Internes Kontroll-System) und im Compliance System, sind die Verantwortlichkeiten und die entsprechenden Meldewege definiert.

Grundsätzlich setzen wir dabei darauf, dass jeder verantwortliche Funktionsträger zunächst für die Einhaltung der einschlägigen Vorschriften selbst verantwortlich ist. Unsere internen Richtlinien geben dabei Hilfestellung und ermöglichen die Einbeziehung von Dritten (Ombudsmann + Compliance Committee) bei offenen Fragestellungen.



Unser Kontrollsystem zielt in erste Linie auf die Vermeidung von Complianceverstößen. In zweiter Linie gibt es aber auch die Prozesse vor, wie bei Verdachtsmomenten richtig und zeitgerecht agiert werden soll, um Schaden vom Unternehmen aber auch von einzelnen Personen abzuwenden. Dabei achten wir darauf, dass Verdachtsmomente mit höchster Vertraulichkeit behandelt werden, um eine objektive Aufarbeitung zu ermöglichen, ohne das Risiko von ungerechtfertigter Beschädigung der Reputation Betroffener.

5.4.1. COMPLIANCE – ANTIKORRUPTION

Integrität ist unerlässlich

Wesentlich für unsere Kundenbeziehungen ist nicht zuletzt auch die Integrität unseres Auftretens im Markt. Für Einhell ist selbstverständlich, dass wir in allen Ländern, in denen wir tätig sind, die geltenden Gesetze und Rechtsvorschriften einhalten.

Alle Mitarbeiter werden dazu verpflichtet, unseren Verhaltenskodex einzuhalten und im Umgang mit Kunden, Lieferanten und staatlichen Behörden integer zu agieren. Wir gewinnen unsere Aufträge auf faire Weise über die Qualität und Preise unserer Produkte und Dienstleistungen und nicht dadurch, dass wir anderen unzulässige Vorteile anbieten.

Der Verhaltenskodex regelt auch, dass kein Mitarbeiter eine Beteiligung an Lieferanten, Kunden und an Unternehmen halten darf, die mit dem Einhell Konzern im Wettbewerb stehen. Wir vermeiden dadurch bereits im Vorfeld Interessenkonflikte und schaffen klare Verhältnisse.

Durch unser konzernweites Compliance-Managementsystem erreichen wir Klarheit und Transparenz bezüglich der erwarteten Handlungsweisen, geben Hilfestellungen und Richtlinien in Grenzbereichen und geben unseren Mitarbeitern die Sicherheit und Unterstützung in allen Fragestellungen des integren Handelns. Für uns ist es selbstverständlich, dass die Vorstände persönlich die Verantwortung für die Kommunikation, Einhaltung und kontinuierliche Verbesserung des Compliance Managements in ihren Vorstandsorts tragen. Im Rahmen der regelmäßigen Berichterstattung wird der Aufsichtsrat über den Status Quo dieses gelebten Systems informiert.

Unsere interne Konzernrevision prüft die Unternehmenseinheiten risikoorientiert. Dabei werden jene Prozesse und Bereiche häufiger geprüft, die ein höheres Risiko für Korruption oder Verstöße gegen gesetzliche Vorgaben wie Kartell- oder Steuerrecht aufweisen.

5.4.2. RICHTLINIEN

Für uns sind Richtlinien die unverzichtbaren „Leitplanken“ für das Handeln unserer Mitarbeiter/innen. Im Sinne unserer Führungskultur versuchen wir Freiräume in Handlungsspielraum und Entscheidungskompetenz zu delegieren. Das funktioniert nur, wenn alle Ebenen unseres Unternehmens sich über die begrenzenden Faktoren dieser Freiräume klar sind und sich daran orientieren können. Aus diesem Grund, sind in allen westlichen Bereichen Richtlinien erstellt, die hier die Rahmenbedingungen klar und transparent vorgeben.

Aufzählung der wesentlichen Richtlinien (bezogen auf CSR Kriterien):

- Bilanzierungshandbuch
- Vertriebshandbuch
- IFRS-Richtlinie
- Richtlinie zum Kartellrecht
- Richtlinie zum Internen Kontrollsystem
- Richtlinie zum Risikomanagementsystem
- Verbindliche Richtlinie für die Angebotserstellung bei Promotionsgeschäften
- Verbindliche Vorgehensweise bei Wareneinkäufen in Fremdwährungen
- Complaincerichtlinie
- Entsendungsrichtlinie
- Richtlinie zur Währungsabsicherung
- Debitorenmanagement (Absicherung Euler Hermes)
- BSCI Richtlinie
- Richtlinie zur Nutzung elektronischer Medien sowie Datenschutz
- Technische Projekt-Management Guideline
 - auf Ebene der Produktgattungen
 - auf regionaler Ebene
 - technische Qualitätssicherung
 - Umsetzungs-Guideline zu den Europäischen Sicherheitsnormen

Soweit unsere Richtlinien keinen direkten rechtlichen Hintergrund aufweisen und damit grundsätzlich bindenden Charakter aufweisen, sehen wir unsere Richtlinien als „lebende“ Objekte unserer gemeinschaftlichen Wertschöpfung. Sie haben nur solange Gültigkeit, wie sie ihren Zweck, also die rechtskonforme, effektive und effiziente Steuerung unserer Geschäftsabläufe, erfüllen. Um hier auf der Höhe der Zeit zu sein, bedarf es einer regelmäßigen, offenen und konstruktiven Diskussion über Verbesserungspotentiale auch in diesem Bereich. Im Rahmen der jährlichen Budgetierungsgespräche wird auch diese Fragestellung auf internationaler Ebene strukturiert thematisiert.

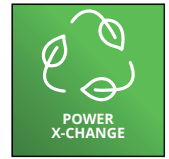
5.4.3. RISIKOBETRACHTUNG GEM § 289C HGB UND CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZ

Risk reporting						Q4/2017 Einhell Group Legal & Compliance		Impact:		Likelihood:		ad-hoc risk				
english						1: insignificant 0-50 k€		4: significant 100-400 k€		1: unimaginable, 0-3%		4: sometimes, 50-60%				
						2: small 50-100 k€		5: critical 400-700 k€		2: unlikely, 4-15%		5: likely, 70-80%				
						3: moderate 100-200 k€		6: catastrophic >700 k€		3: rare, 20-40%		6: frequent, 85-100%				
Risk Identification						Risk Assessment						Risk Management				
Risk-Category	Org	Risk-Owner	No.	Risk-Name	Risk-Description	Impact (low)=1	Impact (high)=6	Impact	Likelihood (low)=1	Likelihood (high)=6	Likelihood	Risk exposure	Strategy	action/explanation	Risk exposure previous	Progress
Compliance	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR C1	Corruption	Risk that corruption committed by employees leads to criminal proceedings, penalties and reputational damage.	lean anti-corruption law with low level of penalties	strong anti-corruption law with high level of penalties	3	Corruption index of relevant country > 75, risk addressed by internal control system	Corruption index of relevant country < 30, risk not addressed by internal control system	2	6	Avoid	Group Policy against Corruption; Roll out QMS system with simple guidelines and training of employees. An extra pair of eyes is needed to double check relevant documents	6	In progress
Compliance	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR C2	Misappropriation and theft	Risk that staff or external service providers stealing significant assets.	no significant assets available	significant assets available	2	scenario very unlikely, no cases of misappropriation in history, strong control environment	scenario very likely, several cases of misappropriation in history, no control environment	2	4	Transfer	Insurance for relevant material assets; An extra pair of eyes is needed to double check relevant documents	4	Vericherung für wesentliche Vermögenswerte; Risikoreduktion durch Mehraugesprinzip
Compliance	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR C3	Legal disputes	Risk that ongoing legal disputes cause compensation payments or reputational damage.	no ongoing legal cases, or ongoing legal cases with insignificant amounts in dispute	ongoing legal cases with significant amounts in dispute	1	low probability to loose in ongoing legal cases	high probability to loose in ongoing legal cases	3	3	Accept	The risk of litigation is latent; Reduction through pre-activation of the legal department and involvement of external service providers	3	Das Risiko von Rechtsstreitigkeiten ist latent vorhanden; Reduktion durch Voraberschaltung Rechtsabteilung und Hinzuziehung externer Dienstleister
Compliance	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR C4	Legal risks resulting from product liability	Risk that complex product regulations leads violations of laws, legal disputes and reputational damages.	no or low penalties in case of product law violations	high penalties and sales restrictions in case of product law violations	2	non-complex or weak product law	complex or strong product law	2	4	Transfer	Combination of passing on the risk of product liability insurance and avoidance by QA and technical department	4	Kombination aus Überwälzung des Risikos auf Prod#Verseicherung und Vermeidung durch QS und Technik
Compliance	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR C5	Breach of essential guidelines in the Group	Risk that, despite appropriate provisions, the internal regulations are not complied with, resulting in financial or reputational damage.	impact insignificant	impact catastrophic	4			1	4	Reduce	ongoing training regarding the guidelines. Four-eye principle for relevant documents to avoid the effects of errors	4	

UNTER SORGFÄLTIGER EINBEZIEHUNG UND BEWERTUNG ALLER UNS VORLIEGENDEN DATEN, SIND UNS DERZEIT KEINE WESENTLICHEN NETTO-RISIKEN IN BEZUG AUF DEN CSR-ASPEKT KURRUPTION UND BESTECHUNG, ENTSPRECHEND DER DEFINITION AUS §289 C HGB UND DEM CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZ, BEKANNT.

Zur besseren Lesbarkeit ist diese Risikobewertungsmatrix als gesonderte Datei im Register CSR-und Nachhaltigkeitsreport auf der Website einsehbar!

5.5. ÖKOLOGIE



5.5.1. ZIELSETZUNG

Nicht zuletzt dadurch, dass wir uns auf die Fahnen geschrieben haben unsere Kunden mit unseren Produkten in der Gestaltung der ihrer individuellen Umwelt zur Seite zu stehen, sehen wir auch eine Verpflichtung zum Umweltschutz und zur Erhaltung der natürlichen Ressourcen. Wir haben das Ziel im Rahmen unserer Wertschöpfungskette aber auch mit unseren Produkten beim Kunden bei der Erhaltung der natürlichen Ressourcen und dem aktiven Umweltschutz Akzente zu setzen.

5.5.2. MATERIALAUSWAHL, RECYCLINGFÄHIGKEIT



Sparsam und nachhaltig mit natürlichen Ressourcen umzugehen, ist nicht nur ökologisch sinnvoll, denn industriell benötigte Rohmaterialien sind im Zuge der Globalisierung knapper und damit auch teurer geworden. Einhell achtet deshalb, bereits von der Konzeption an, über die Entwicklung hin zur Fertigung, darauf, den Einsatz von Rohstoffen zu reduzieren und Materialien, wenn möglich, in den Stoffkreislauf zurückzuführen. Bereits ab der Konzeptionsphase für neue Produkte in Entwicklung und Einkauf sind die ökologischen Fragenstellungen in unseren automatisierten Projektablauf integriert, um ihnen jederzeit die notwendige Aufmerksamkeit zu geben. Speziell bei Kunststoffteilen achten wir darauf, dass diese allen Anforderungen zur Recyclingfähigkeit vorweisen. Selbstverständlich erfüllen wir hierbei auch alle Anforderungen zur Rücknahme von Elektroschrott (ElektroG), von Umverpackungen (VerpackV), aber auch ganzen Geräten. Ziel ist dabei, durch die Zusammenarbeit mit zertifizierten Verwertungs- und Entsorgungsunternehmen eine möglichst hohe Wiederverwertungsquote zu erreichen.

Die Rücknahme von Verpackungsmaterialien und vor allem Kartonaugen sind nicht nur gesetzliche Pflicht, sondern erfüllen bei Einhell in Landau einen weiteren Schritt in der Wertschöpfungskette. Damit unsere Geräte den Transport über die Straße oder Schiene auch unbeschadet und im einwandfreiem Zustand überstehen, ist Polstermaterial unabdingbar. Wir verwenden hierzu soweit möglich nicht Kunststoff-Luftpolsterfolie, sondern speziell von uns aus den Rücknahme-Kartonaugen und Betrieb anfallenden Papierabfällen gefertigte Polstersäckchen.

5.5.3. FOTOVOLTAIK

So haben wir bereits frühzeitig nach Wegen gesucht die Verbrennung fossiler Brennstoffe zu verringern und zur Abdeckung unseres Energiebedarfs die Dachflächen unserer Lagerhallen zur Gewinnung umweltfreundlicher Sonnenenergie durch Fotovoltaik-Anlagen genutzt.



Maximale Abdeckung mit Fotovoltaik-Modulen im Werk Landau an der Isar

Ertragsdaten PV-Anlagen Einhell Landau

Jahr	BV 2009		BV 2012 BA-1		BV2012 BA-2		Summe aller Anlagen	
	Erzeugung	Co2 Einsparung	Erzeugung	Co2 Einsparung	Erzeugung	Co2 Einsparung	Erzeugung	Co2 Einsparung
2010	869560 kWh	608,69 t					869560 kWh	608,69 t
2011	975022 kWh	682,52 t					975022 kWh	682,52 t
2012	844034 kWh	590,82 t	134291 kWh	94,00 t	189696 kWh	132,79 t	1168021 kWh	817,61 t
2013	881507 kWh	617,05 t	132436 kWh	92,71 t	188534 kWh	131,97 t	1202477 kWh	841,73 t
2014	950937 kWh	665,66 t	142060 kWh	99,44 t	200920 kWh	140,64 t	1293917 kWh	905,74 t
2015	933183 kWh	653,23 t	144334 kWh	101,03 t	203898 kWh	142,73 t	1281415 kWh	896,99 t
2016	879355 kWh	615,55 t	137420 kWh	96,19 t	194061 kWh	135,84 t	1210836 kWh	847,59 t
2017*	893023 kWh	625,12 t	140625 kWh	98,44 t	196577 kWh	137,60 t	1230225 kWh	861,16 t
								6462,03 t

5.5.4. RESSOURCENSCHONUNG / LANGLEBIGKEIT DER PRODUKTE

Mit einer Produktpolitik, deren Grundpfeiler auf dem neuen Akku-System Power X-Change besteht, setzt Einhell ein großes Zeichen für verantwortungsvolle Ressourcennutzung. Das Kernelement der Plattform ist ein Akku, der in allen Geräten der Serie – aktuell über 65 – verwendet werden kann. Kunden benötigen also für ihre verschiedenen Elektrowerkzeuge und Gartengeräte nur einen Akku und ein Ladegerät. Was zum einen eine Kostenersparnis für die Kunden ist, bedeutet aber auch, dass weniger Ressourcen für verschiedene Akkus und Ladegeräte benötigt werden. Dementsprechend, heißt das, dass auch weniger Müll anfällt, wenn die Lebensdauer der Akkus bzw. Ladegeräte abgelaufen ist.

Besagte Lebensdauer ist ein weiterer Faktor, bei dem Einhell Nachhaltigkeit fördert, nämlich durch die Langlebigkeit der Produkte. Durch kontinuierliche Innovationen und Weiterentwicklung der Qualität, haben die Akkus der Power X-Change Serie eine überdurchschnittlich hohe Lebensdauer. Die besondere Zellentechnologie und Steuerungselektronik der Power X-Change Akkus sorgen für ein optimales Thermo-Management und Ladeverhalten, sowie eine hohe Sicherheit bei der Bedienung. Dies verhindert Schäden sowohl bei den Akkus als auch an den Geräten und garantiert so eine hohe Leistungsfähigkeit bei langer Lebensdauer.

Als weiteren Punkt wechselt Einhell bei immer mehr Geräten auf verschleißfreie Motoren. Die sogenannten bürstenlosen Motoren (Brushless) arbeiten ohne die Reibung von Kohlebürsten. Weniger Reibung bedeutet in dem Fall eine geringere Betriebstemperatur, kaum Verschleiß und somit eine deutlich verlängerte Lebensdauer des gesamten Gerätes. Auf diese Weise unterstützt Einhell wieder Nachhaltigkeit durch Langlebigkeit.

Weil das Unternehmen so überzeugt von der Langlebigkeit der eigenen Geräte ist, wurde die gesetzlich vorgeschriebene Garantie von zwei Jahren bei den RED Geräten freiwillig auf drei Jahre erhöht.


* Einhell RED umfasst folgende Marken: Einhell Red, Einhell Classic, Einhell Car Classic, Einhell Home, Einhell Expert, Einhell Expert Plus, Einhell Professional. Sie finden die Angabe zur Marke auf der Verpackung, auf dem Titelblatt der Bedienungsanleitung und auf dem Datenschild direkt am Produkt.

5.5.5. POWER X-CHANGE

„EINER FÜR ALLE“ ist nicht nur ein Verkaufsargument, welches die Verwendbarkeit unserer Power X-Change Akkus für die gesamte Produktrange im Powertools- und im Gartenbereich anzeigt, sondern auch ein einfacher ökologischer Vorteil.

Zwar ist in der Vergangenheit die Recyclingfähigkeit von Batteriesystemen gestiegen, jedoch stellen Akkus immer noch ein Entsorgungsproblem dar. Wenige leistungsfähige innerhalb unseres Power X-Change Programms optimierten Akkus ermöglichen den Einsatz von vielen verschiedenen Geräten. So ist nur ein Bruchteil an Akkus im Vergleich zu der herkömmlichen Einzelakkukompatibilität im Einsatz und müssen bei Erreichen der Lebensdauer entsorgt werden. Darüber hinaus stehen wir in der Entwicklung von innovativen Recyclingkonzepten mit führenden Unternehmen dieser Branche in Verbindung, um auch hier die bestmöglichen Alternativen nutzen zu können.





EINHELL POWER X-CHANGE | FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

- 


WENIGER AKKUS UND NETZGERÄTE

Weniger Rohstoff- und Energiebedarf, weniger Umweltbelastung.
- 

LÄNGERE LEBENSDAUER

Weniger Nachkäufe nötig und damit ressourcenschonend.
- 

UMWELTFREUNDLICHER ALS BENZIN


Null Emissionen bei der Anwendung.
- 

EFFIZIENTE ENERGIENUTZUNG

Smarte Akku-Steuerung und Li-Ion-Technologie senken den Energieverbrauch.
- 

BÜRSTENLOSE MOTOREN

Lange Laufzeiten, lange Lebensdauer, wartungsfrei – so geht Umweltbewusstsein.
- 



NUR 1 SYSTEM FÜR ALLE GERÄTE

 - 1 Akku für alle Geräte.
 - 1 Akku für Garten und Werkstatt.
 - 1 18V-Akkusystem für alle Anwendungen – kombinierbar für 36V-Bedarf.

BRUSHLESS ENERGY

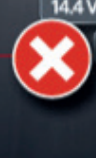




10.8 V
24 V

14.4 V
40 V

36 V




5.5.6. VERANTWORTUNG IN DER WELTWEITEN LOGISTIK

In einem global agierenden Unternehmen, wie dem Einhell Konzern, fällt den logistischen Prozessen, bezogen auf die ökologische Verantwortung eine besondere Bedeutung zu.

Daher ist die Annahme der ökologischen Verantwortung auch ein Auswahlkriterium bei unseren Partnern in der Supply Chain. Derzeit werden bereits über 80% unser weltweiten Transporte mit Partnern abgewickelt, die nachhaltig ökologische Konzepte als Teil Ihrer Dienstleistung verstehen und diese dann auch umsetzen.

Zusammen mit unseren global agierenden Partnern suchen wir nach Lösungen die Distributionsprozesse ständig auch in nachhaltig ökologischer Hinsicht zu verbessern und den Anteil der GreenLogistics ständig zu erhöhen

<p>Vier strategische Ziele bis 2025</p> <p>Auf dem Weg zu unserer Mission 2050 haben wir für das Jahr 2025 vier konkrete Teilziele definiert</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Global ●●●● Wir wollen unsere CO₂-Effizienz um 50 Prozent gegenüber 2007 verbessern. Damit unterstützen wir die globale Ambition des 2-Grad-Ziels. 2. Lokal ●●●● Wir wollen die Lebensqualität in Städten erhöhen, indem wir unsere Abholung und Zustellung zu 70 Prozent mit sauberen Abhol- und Zustellkonzepten durchführen. 3. Wirtschaftlich ●●●● Wir wollen den Anteil unseres Umsatzes, der grüne Lösungen beinhaltet, auf über 50 Prozent steigern. Damit tragen wir dazu bei, dass die Lieferketten unserer Kunden umweltfreundlicher werden. 4. Gesellschaftlich ●●●● Wir wollen 80 Prozent unserer Mitarbeiter durch Trainingsmaßnahmen zu GoGreen-Experten zertifizieren und an unseren Umweltschutzaktivitäten beteiligen. Dazu zählt, dass wir gemeinsam mit Partnern jährlich eine Million Bäume pflanzen. <p>Quelle: Deutsche Post DHL Group</p> <p>Deutsche Post DHL Group</p> <p>GoGreen – Mission 2050: Null Emissionen Bonn 08. März 2017 4</p>	<p>"Bis zum Jahr 2050 richten wir unser Geschäft auf eine Null-Emissionen-Logistik aus. Damit setzen wir den Zukunftsstandard für den Transportsektor und tragen unmittelbar zum Klimaschutzziel der Weltgemeinschaft bei, die Erderwärmung auf weniger als zwei Grad Celsius zu begrenzen."</p> <p>Frank Appel, Vorstandsvorsitzender Deutsche Post DHL Group</p>	<p>Environmental issues are an integral part of Kuehne + Nagel's QSH&E management system. It is the company's concern to protect the environment and nature, ensuring sustainability for future generations. Kuehne + Nagel holds ISO 14001 environmental certification for more than 200 locations worldwide.</p> <p>Our company strategy in this respect includes: Efficient capacity use for all modes of transport The bundling of goods flows at logistics hubs Deployment of multi-modal traffic via rail and river barges</p> <p>CSR Report Kühne*Nagel 2016</p>
--	---	--

5.5.7. UMWELTFRAGESTELLUNGEN AUCH TEIL DER LIEFERANTEN-BEWERTUNG NACH BSCI

Die Einhaltung der einschlägigen internationalen und/oder regionalen gesetzlichen Bestimmungen ist fester Bestandteil unseres Handelns innerhalb des Einhell Konzerns. Da wir darüber hinaus auch in BSCI-Risikoländern produzieren - speziell in der People's Republic of China (PRC) und der Socialist Republik of Vietnam (SRV) -, legen wir hier besonderen Wert auf die BSCI-Zertifizierung. Im Rahmen der Überwachung der Prozesse werden auch die angesprochenen Umweltaspekte geprüft und bewertet. So stellen wir sicher, dass die von uns hoch gehaltene Verantwortung auch von unseren Partnern mitgetragen wird. Im hier strukturiert auditierten Verhaltenskodex nach BSCI werden unter Punkt 5,9 auch die Einhaltung der internationalen und nationalen Umweltstandards abgeprüft und als Auswahlkriterium verwendet.

5.5.8. RISIKOBETRACHTUNG GEM § 289C HGB UND CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZES

UNTER SORGFÄLTIGER EINBEZIEHUNG UND BEWERTUNG ALLER UNS VORLIEGENDEN DATEN, SIND UNS DERZEIT KEINE WESENTLICHEN NETTO-RISIKEN IN BEZUG AUF DEN CSR-ASPEKT ÖKOLOGIE, ENTSPRECHEND DER DEFINITION AUS §289 C HGB UND DEM CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZ, BEKANNT.

Zur besseren Lesbarkeit ist diese Risikobewertungsmatrix als gesonderte Datei im Register CSR-und Nachhaltigkeitsreport auf der Website einsehbar!

Risk reporting		Q4/2017		CSR		Impact:		Likelihood:		ad-hoc risk		Risk Management			Risk Communication		
				Environment		1: insignificant 3-300k€ 2: not significant 300-600k€ 3: medium 600-1.2M€ 4: significant 1.2-2.5M€ 5: critical 2.5-5M€ 6: catastrophic >5M€		1: unlikely, 0-30% 2: unlikely, 4-12% 3: rare, 13-40%		4: sometimes, 50-80% 5: likely, 70-80% 6: frequent, 80-100%							
Risk identification						Risk Analysis						Risk Management			Risk Communication		
Risk Category	Org	Risk Owner	No.	Risk Name	Risk-Description	Impact (low)-1	Impact (high)-6	Impact	Likelihood (low)-1	Likelihood (high)-6	Likelihood	Risk	Strate	action/explanation	Risk perc. period	Progress	Comments/Aims/Deadlines
CSR	EAG	Technical departments	CSR E1	not adequately disposable product components	Negative effects on the reputation of the company by using product components that are not adequately disposable.	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	3	not at all	frequent	3	3	Avoid	continuously checking of the used components regarding the disposability as well as environmental soundness	3	100%	
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR E2	significant environmental damage due to improper disposal of waste	Negative reputation of the company due to significant environmental damage due to improper disposal of waste	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	2	not at all	frequent	1	2	Avoid	Selective of certified disposal companies, if locally possible, otherwise dispose of the greatest possible amount in the common collecting of waste and scrap Part of the BCG Monitoring	2	100%	
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR E3	significant environmental damage due to non-fulfillment of obligations as the responsible distributor of equipment	Negative reputation of the company due to significant environmental damage due to improper disposal of waste	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	2	not at all	frequent	1	2	Avoid	Selective of certified disposal companies, if locally possible, otherwise dispose of the greatest possible amount in the common collecting of waste and scrap Part of the BCG Monitoring	2	100%	Adherence to the sales-accompanying regulations regarding packaging, storage labeling and disposal
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager SCM	CSR E4	collaboration with logistics companies known as polluters	significant negative impact on the company's reputation through collaboration with logistics companies known as polluters	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	3	not at all	frequent	1	3	Reduce	Intensified cooperation with logistics providers who commit themselves to suitable environmental protection and also demonstrate their efforts to reduce emissions	3	100%	
CSR	EAG	Technical departments	CSR E5	Use of harmful raw materials and components	Necessary remedial actions as well as avoidable damage to the reputation of the company due to the use of harmful raw materials and components	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	4	not at all	frequent	2	5	Reduce	Clear definitions in the development process for the use of only tested and harmless identified raw material and components. Definition of reaction schemes in the case of new scientific findings. Part of the BCG monitoring	3	100%	
CSR	EAG	Technical departments	CSR E6	Risk by co-operation in case of environmental pollution by subcontractors	Reputation is endangered in case of environmental pollution by subcontractors	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	3	unimaginable	frequent	2	6		Supplier selection taking into account compliance with local environmental legislation, non-compliance as a definite exclusion point. Part of the BCG Monitoring	6	100%	
CSR	EAG	Technical departments	CSR E7	Produktbeschaffenheit	Significant negative impact on the company's reputation due to non-compliance with local legal requirements in the country of use of the products	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	3	unimaginable	frequent	2	6		Co-constructive consideration of local legal regulations regarding chemical, physical and emission-related product characteristics and requirements for disposal (country of use)		100%	
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR E8	Dangerous Goods and Hazardous Substances Ordinance	Actual damage from incorrect or mislabeled products would show Einhell as an incompetent market participant	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	3	unimaginable	frequent	1	3		Training of all involved, external outlets and assortment monitoring		100%	
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR E9	not complying with local legal regulations of the commissioning of risk prevention officers or monitoring of environmental aspects	Actual damage from incorrect or mislabeled products would show Einhell as an incompetent market participant	Impact: insignificant	Impact: catastrophic	2	unimaginable	frequent	1	2		In case of any effects of a temporary business interruption, appropriate insurance		100%	

5.6. ARBEITSUMFELD UND ARBEITSBEDINGUNGEN



Die Zielsetzung: Ziel ist es, die generelle Personalpolitik sowie alle Personalprozesse innerhalb unseres Konzerns so auszurichten, dass einerseits die Belegschaft die demographische Vielfalt des Geschäftsumfeldes widerspiegelt sowie andererseits alle Mitarbeitenden Wertschätzung erfahren und motiviert sind, ihr Potential zum Nutzen der Organisation einzubringen.

All unseren Überlegungen liegt dabei der unbedingte Respekt gegenüber jeder Person, der wir im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit begegnen, zu Grunde. Aus unserem grundlegenden Verständnis heraus sind Sie alle, unabhängig von Funktion, Lebensort und Grad der Zusammenarbeit, Stakeholder unseres Unternehmens und verdienen den selben respektvollen Umgang.

5.6.1. GESUNDHEITSMANAGEMENT

Die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter genießt bei Einhell sehr hohe Priorität. Das bezieht sich sowohl auf die vorwiegend im gewerblichen Bereich wichtige Arbeitssicherheit, wie den Gesundheitsschutz in allen Bereichen.

Konsequente Prävention von Sicherheitsrisiken durch Aus- und Fortbildungsmaßnahmen, ein wirkungsvolles Arbeitssicherheitsmanagement in allen Unternehmensbereichen, kontinuierliche Verbesserungsmaßnahmen, die Analyse von Arbeitsunfällen und nicht zuletzt das neu etablierte Betriebliche Gesundheitsmanagement am Standort Landau, sind Bausteine in der Gestaltung von sicheren und gesundheitsfördernden Arbeitsumfeldern.

In einer 2014 beschlossenen Grundsatzerklärung zum Einhell Gesundheitsmanagement wurden entsprechende Rahmenbedingungen durch den Vorstand festgelegt.

Statement des Vorstandes
Gesundheitsmanagement mit System

Die Gesundheit und Leistungsfähigkeit unseres Unternehmens hängt stark von der individuellen Empfindung des Gesundheitszustandes jedes Einzelnen ab.

Das Wissen und die Erfahrung der Mitarbeiter/innen bei Einhell sind die Grundlage der gesamten Wertschöpfung. Die Möglichkeit zum Einbringen dieser individuellen Faktoren basiert vor allem auf der Gesundheit des Einzelnen! Daher ist die Gesundheit und damit die Zufriedenheit der Mitarbeiter/innen ein wesentlicher Bestandteil des zukünftigen Erfolgs unseres Unternehmens. Ihre Leistungsfähigkeit soll durch das Betriebliche Gesundheitsmanagement langfristig erhalten und gefördert werden.

Wir, der Vorstand der Einhell Germany AG, haben daher das betriebliche Gesundheitsmanagement als wesentliche Zielsetzung für das Unternehmen festgelegt.

Das betriebliche Gesundheitsmanagement soll eine wichtige Komponente unserer Unternehmenskultur sein, welche nur durch das offene Miteinander aller Beteiligten zum Erfolg führen kann.

Der Vorstand der Einhell Germany AG legt besonderen Wert auf die aktive Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am betrieblichen Gesundheitsmanagement sowie die Eigenverantwortlichkeit jedes Einzelnen für seine Gesundheit.

Andreas Kroiss
Vorstandsvorsitzender

Jan Teichert
Finanzvorstand

Dr. Markus Thannhuber
Vorstand Technik

Die nachhaltige Zielsetzung unseres Betrieblichen Gesundheitsmanagements ist an der Definition der Weltgesundheitsorganisation ausgerichtet: Damit ist ein ganzheitlicher Ansatz verbunden, der nicht nur die Vermeidung bzw. Therapie von Krankheiten in den Fokus rückt, sondern die Verantwortung aller Beteiligten, also der Mitarbeiter selbst, der Kollegen aber auch dem Unternehmen als Institution, an der Gestaltung des Wohlbefindens der Einzelnen.

Aus unserer Sicht ist das Betriebliche Gesundheitsmanagement damit originärer Teil jeder Führungsaufgabe unabhängig von der jeweiligen hierarchischen Ebene. Führung wird als eine der wesentlichen Gesundheitsressourcen erkannt und stellt einen entsprechenden Stellhebel zur Erreichung des Wohlbefindens der Mitarbeiter dar. In Verbindung mit dem notwendigen Niveau der Leistungserbringung zur Sicherstellung der wirtschaftlichen Zielsetzungen ist damit der Rahmen für ein aktives Fordern und Fördern der Mitarbeiter geschaffen. Eine laufende Workshopreihe gibt den Führungskräften aller Ebenen die Möglichkeit sich mit diesem Themenbereich in ihrer Aufgabe auseinanderzusetzen und sich untereinander auszutauschen. Namhafte Experten aus Betriebspsychologie, aber auch Führungs- und Kommunikationsverhalten stehen hierbei als Referenten und Ansprechpartner zur nachhaltigen Entwicklung von Führungskompetenz zur Verfügung.

Regelmäßige Vorträge zu Gesundheitsfragestellungen von namhaften Experten auf Mitarbeiterebene, aber auch die Möglichkeit zum persönlichen Screening der einschlägigen Gesundheitsparameter im Rahmen von Gesundheitstagen, halten dieses wichtige Thema im Fokus.

5.6.2. ARBEITSSICHERHEIT

Die grundsätzliche Zielsetzung der nationalen und internationalen Arbeitsschutzgesetze und der zugehörigen Vorschriften ist es, die Gefährdung für Mitarbeiter/innen bei der Arbeitsleistung so gering wie möglich zu halten.

Dieser sich an den Aufgaben und den technischen Möglichkeiten zu Prävention orientierende dynamische Ansatz, wird von uns voll mitgetragen und inhaltlich mit Leben gefüllt. Wir stehen auf dem Standpunkt, dass jeder Arbeitsunfall einer zu viel ist!

Daraus abgeleitet steht Prävention an oberste Stelle allen Handelns in diesem Kontext und wird als wesentliche Führungsaufgabe auf allen Führungsebenen verstanden. Jeder Unfall wird als Grundlage eines Verbesserungsprozesses betrachtet und löst automatisch entsprechende Maßnahmen aus.

Für die Unternehmen im Konzernverbund ist diese Betrachtungs- und Vorgehensweise selbstverständlich. Im Rahmen des Erhalts und Ausbaus unserer Lieferkette achten wir bei entsprechenden Zulieferaudits explizit auf die Einhaltung der Arbeitssicherheitsstandards.

WHO sagt:

Gesundheit ist ein Zustand des völlig körperlichen, geistigen, seelischen und sozialen Wohlbefindens!



GEFÄHRDUNGSBEURTEILUNG

A												Ereignisursachenanalyse	risikomindernde Maßnahmen treffen
B												Einfache Ursachenanalyse	risikomindernde Maßnahmen treffen
C												Keine Ursachenanalyse notwendig	prüfen, ob Maßnahmen notwendig
D													
E													
F													
	8	5	4	3	2	1							

		Auswirkungen	
		Personenschade	Umweltschäden
A	Unfall mit Todesfolge	> 500.000 €	schwere externe Umweltschäden
B	Unfall mit schweren Folgen	>250.000 €	Auswirkungen über die Werksgrenzen
C	Unfall mit schweren Verletzungen	>50.000 €	große Auswirkungen im Werk
D	Unfall mit mittleren Verletzungen	>10.000 €	Umweltschäden Gebäude/Betrieb
E	Unfall mit leichten Verletzungen	>5.000 €	auf Anlage beschränkt
F	Unfall ohne Ausfallzeit	> 250 €	auf die Schadenstelle beschränkt

Eintrittswahrscheinlichkeit		
1	ständig	täglich, auch mehrfach bei uns öfter passiert
2	häufig	>1x pro Woche bei uns schon passiert
3	oft	1x pro Woche in der Gruppe schon passiert
4	gelegentlich	1x im Monat in der Branche schon passiert
5	selten	1x im Jahr schon davon gehört
6	sehr selten	1x alle 10 Jahre noch nie davon gehört

Strukturierte Gefährdungsbeurteilungen, mit klarer Definition der Gefährdung, der Eintrittswahrscheinlichkeit und den daraus abzuleitenden Maßnahmen, sind Grundlage unserer Arbeitssicherheit. Dabei ist es, für uns selbstverständlich, dass Gefährdungen, die, auch wenn sie bei uns noch nie vorgekommen sind, das Leben unserer Mitarbeiter/innen gefährden könnten, technisch oder organisatorisch –strukturell ausgeschlossen werden müssen.

Jeder neue Prozess wird hinsichtlich seiner möglichen Gefährdungen proaktiv betrachtet, um ggf. vor der Einführung entsprechende risikominimierende Maßnahmen ergreifen zu können.

International:

International ist natürlich auch in der Auswahl und Zertifizierung unserer Produktionspartner und Dienstleister die Einhaltung der IOL Konventionen und der lokalen Ratifizierungen dieser Regelwerke selbstverständlich. In Risikoländern ist die unabhängige BSCI-Zertifizierungen Standard. (Siehe 5.8 Menschenrechte)

5.6.3. WISSENSMANAGEMENT

Wir sind davon überzeugt, dass nachhaltig Wertschöpfung nur durch ein aktives Wissensmanagement möglich ist. Das bedeutet, dass das für unser Business und dessen zukünftige Entwicklung notwendige allgemeine oder spezielle Einhell Know-How als echtes Asset gesehen und auch entsprechend behandelt wird.

Unsere Zielsetzung ist damit dieses Wissen einerseits zu „konservieren“ und andererseits den aktiven Transfer zu gestalten.

WISSEN ERHALTEN

Relevantes Wissen darf nicht nur in den Köpfen einzelner abrufbar sein, sondern muss möglichst universell allen beteiligten Stellen verfügbar gemacht werden. Dabei kommt es, auch im Sinne unserer mittelständischen Struktur, darauf an, die Auswahl tatsächlich über die Relevanz zu steuern, um nicht unüberschaubare und damit nicht nutzbare Datenfriedhöfe zu schaffen.

Dabei ist der fruchtbare Dialog der Generationen ein wichtiger Mosaikstein. Diesen zu gestalten ist eine wichtige Führungsaufgabe, der wir uns auch innerhalb der Führungskräfteweiterbildungen aktiv widmen.

WISSENSTRANSFER

Basis der Wissenserhaltung ist der gestaltete und gesteuerte Wissenstransfer. Dabei sind für uns die Möglichkeiten der Digitalisierung u.A. wichtige Tools in der aktiven Gestaltung dieses Wissensmanagements. Dabei darf die direkte Kommunikation jedoch nicht zu kurz kommen. In diesem Spannungsfeld haben wir eine ganze Reihe von Maßnahmen eingeleitet, ausgebaut und verbessert, die uns helfen relevante Informationen so an den „Mann“ und die „Frau“ zu bringen.

Dabei geht es grundsätzlich um die Inhalte auf beiden relevanten Transferebenen.

1.) Sachebene

2.) Beziehungsebene.

Wir sind uns bewusst, dass jede Information vom Sender wie auch vom Empfänger in nicht unerheblichen Maße interpretiert wird. Also die Information nie vollständig und redundanzfrei vorliegt. Nur über aktiv positiv gestaltete Beziehungsebenen ist hier eine zielorientierte Kommunikation möglich.

Speziell im Rahmen der Einhell Academy, in der neben einer ganzen Reihe von Fachschulungen, Weiterbildungen und Einweisungen, auch die systematischen Führungskräfteweiterbildungen organisatorisch beheimatet sind, wird dieses Prinzip mit Leben gefüllt.

KOMMUNIKATION

Neben den individuellen Personalentwicklungstools kommt aber vor allem der regelmäßigen, offenen und zeitnahen Kommunikation eine ganz besondere Bedeutung zu. Wir sind der Ansicht, dass unser Mitarbeiter ihr Handeln nur dann an der übergeordneten Zielsetzung ausrichten können, wenn wir sie transparent und vertrauensvoll mit Informationen über die Belange der Geschäftsentwicklung, Erfolge und Problemstellungen sowie Strategie und operative Führungsentscheidungen versorgt werden. Dazu haben wir eine Reihe von Instrumenten eingeführt und kontinuierlich verbessert.

- Regelmäßige Abstimmungsrunden und Infoveranstaltungen mit Mitgliedern der Mitbestimmungsgremien
- Vertrieblich orientierte Quartalsbriefe
- Regelmäßige HR Announcements über wichtige Personalveränderungen und sonstige Themen aus HR
- Regelmäßige Erstellung der unternehmensinternen Einhell News
- Umfangreiches unternehmensinternes Intranet

Diese Kommunikation soll und darf aus unserer Sicht auch keine „Einbahnstraße“ darstellen. Daher wurden eine Reihe von Plattformen eingeführt, auf denen der Austausch von Meinungen, Vorstellungen und auch Wertevorstellung nicht nur möglich, sondern auch ausdrücklich erwünscht, ist.

- Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen
- Regelmäßige Führungskräftemeetings
- Managementmeetings
- Regelmäßige Treffen der „Jobstarter“ (Azubis und Duale Studenten)
- Ausbildertreffen
- Sommerfest und Jahresabschlussfeier.

Wir sind davon überzeugt, dass diese Plattformen nachhaltig den Zusammenhalt in unserem Unternehmen fördert und die Basis für die gemeinsame Erfüllung der strategischen und operativen Ziele darstellt.

5.6.4. RISIKOBETRACHTUNG GEM § 289C HGB UND CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZES

UNTER SORGFÄLTIGER EINBEZIEHUNG UND BEWERTUNG ALLER UNS VORLIEGENDEN DATEN, SIND UNS DERZEIT KEINE WESENTLICHEN NETTO-RISIKEN IN BEZUG AUF DEN CSR-ASPEKT ARBEITNEHMERBELANGE, ENTSPRECHEND DER DEFINITION AUS §289 C HGB UND DEM CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZ, BEKANNT.

Zur besseren Lesbarkeit ist diese Risikobewertungsmatrix als gesonderte Datei im Register CSR-und Nachhaltigkeitsreport auf der Website einsehbar!

Risk reporting

Q4/2017

CSR

Labour

Impact:

1: insignificant 3- 4: significant 1,2- 333 M€ 2: small 300-633 M€ 3: moderate 3,5- 3,3M€ 5: critical 2,4- M€ 4: 3M€ 6: catastrophic 34,3M€

Likelihood:

1: unimaginable 3-3% 2: unlikely 4-33% 3: rare, 33-50% 4: Sometimes, 50- 65% 5: likely, 70-85% 6: frequent, 85- 99% ad-hoc risk

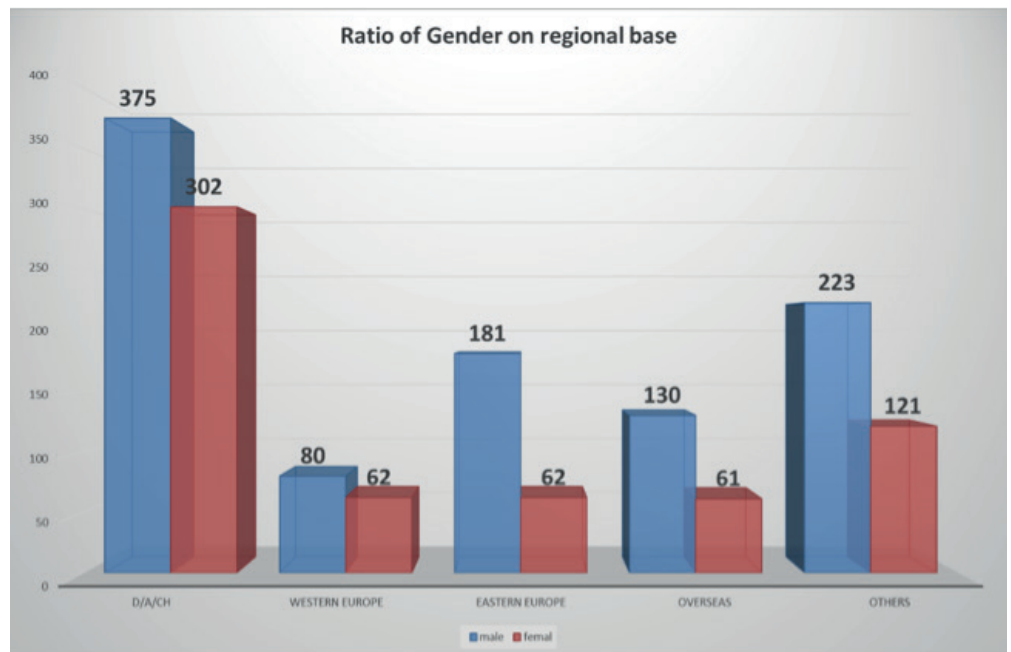
Risk identification						Risk Analysis							Risk Management			
Risk-Category	Org	Risk-Owner	No.	Risk-Name	Risk-Description	Impact [low]-1	Impact [high]-6	Impact	Likelihood [low]-1	Likelihood [high]-6	Likelihood	Risk	Strategy	action/explanation	Risk prev. period	Progress
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR L1	relevant accidents at work	Considerable damage to the life and limb of employees within the value chain for failure to comply with safety regulations	loss insignificant	loss of life or health	2	not at all	frequent	1	6	Avoid	Clear instructions and monitoring that the relevant health and safety regulations must be adhered to. (within the group companies). Compliance with health and safety regulations is part of the supplier audits and violations are a major exclusion criterion. Also, monitoring with BCS has included work safety.	6	100%
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR L2	Child Labour	Significantly negative impact on the reputation of the company when child labor within the supply chain becomes known	loss insignificant	loss catastrophic	2	not at all	frequent	2	4	Avoid	Clear instructions and monitoring that the relevant regulations regarding the age of employees must be adhered to. (within the group companies). Compliance with ILO-conventions and the UN Convention on the Rights of the Child are part of the supplier audits and violations are a major exclusion criterion	4	100%
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR L3	Discrimination against minorities	Significantly negative impact on the reputation of the company when discrimination against minorities within the supply chain becomes known	loss insignificant	loss catastrophic	2	unimaginable	frequent	1	2	Avoid	Clear stipulations within the company's corporate lines that discrimination within the Group will not be tolerated. Inclusion of this feature in compliance management to create reporting opportunities and rapid response, appropriate training of employees and managers	2	100%
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR L4	Suppression of the right Rights of Freedom of Association and Collective Bargaining	Significantly negative impact on the reputation of the company when violations of rights of Association and collective bargaining within the supply chain becomes known	loss insignificant	loss catastrophic	1	unimaginable	frequent	2	2	Avoid	Clear stipulations within the company's corporate lines that the right of association and collective bargaining is part of company culture and will never be suppressed within the Group will not be tolerated. Inclusion of this feature in compliance management to create reporting opportunities and rapid response, appropriate training of employees and managers	2	100%
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR L5	Tolerance of not decent working hours	Significantly negative impact on the reputation of the company when tolerance of not decent working hours within the supply chain becomes known	loss insignificant	loss catastrophic	1	unimaginable	frequent	1	1	Avoid	Clear stipulations within the company's corporate lines that the right of decent working hours regarding the local standards and regulations are part of our company culture and will never be suppressed within the Group will not be tolerated. Inclusion of this feature in compliance management to create reporting opportunities and rapid response, appropriate training of employees and managers	1	100%

5.7. DIVERSITY



Unser Leitgedanke des Diversity-Managements ist es, die Wertschätzung der Vielfalt von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als wertvollem Teil unseres Unternehmens, aber auch unserer Gesellschaft, zu begreifen. Es dient dem wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens.

Das geht nicht durch Gleichmacherei, sondern nur durch das aktive wohlwollende Eingehen auf die Unterschiedlichkeiten.



Die Zielsetzung ist es unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unabhängig von Geschlecht, Herkunft, ethnischer Zugehörigkeit sowie den weiteren Diskriminierungskriterien, eine individuelle berufliche Heimat zu geben.

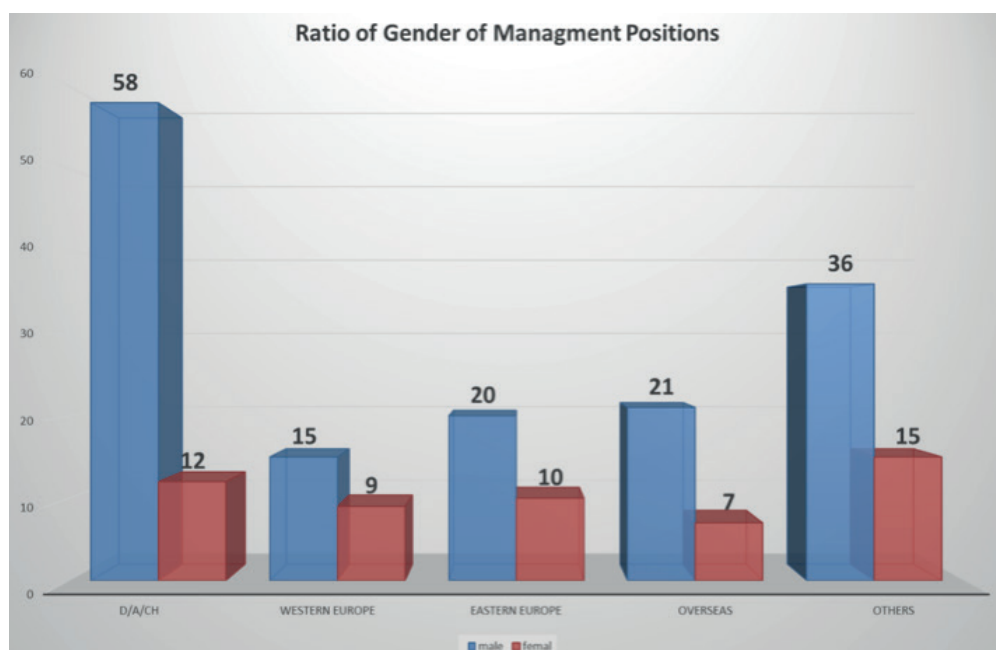
Aus diesem Grund wollen wir keine Quoten für Minderheiten festlegen, da dies in den meisten Fällen zu einer Diskriminierung von einzelnen Personen der Mehrheit führt, bzw. der Entwicklung der Organisation oder der handelnden Personen entgegenläuft.

Diese Betrachtungsweise bedeutet auch, dass Fragestellungen der Vergütung sowie der individuellen Förderung bei uns nicht durch Berücksichtigung der oben genannten Diskriminierungskriterien beeinträchtigt werden sollen. Vielmehr verstehen wir Verstöße gegen die Gleichberechtigung und die grundsätzliche Chancengleichheit als Verstoß gegen unser Complianceverständnis und werden entsprechend handeln.

5.7.1. GESCHLECHTERQUOTE STATEMENT

Wir wollen im Rahmen unseres Diversity-Managements jeden Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin entsprechend seiner/ihrer Fähigkeiten fordern und fördern. Eine starre Quote ist hier der Entwicklung des/der Einzelnen und auch dem Unternehmen nicht zuträglich, da durch Quoten „erzwungene“ Integration keine Akzeptanz hervorruft.

Vielmehr wollen wir allen Mitarbeitern/innen die Chance zu individueller Weiterentwicklung geben. Nicht zuletzt werden hier durch unsere internen Weiterbildungsprogramme einerseits und die transparenten Unternehmensstrukturen andererseits, die Weichen für die Identifikation und den Ausbau von individuellen Potenzialen gelegt.



Damit ist es nachhaltig konsequent, dass wir die Frauenquote nach dem FührungsGleichberG für unseren dreiköpfigen Aufsichtsrat mit „0 %“ ansetzen. Dies bedeutet ausdrücklich nicht, dass wir uns gegen Frauen in Aufsichtsratspositionen verschließen, sondern, dass wir allen möglichen Kandidaten, unabhängig des Geschlechts, die gleichen Chancen einräumen, sich für dieses für unser Unternehmen wichtige Funktion zu qualifizieren und zu bewerben.

Beschluss:

Die nach dem FührungsGleichberG zu erreichende Zielgröße für den Frauenanteil im Vorstand und in der Ebene der Prokuristen der Einhell Germany AG wird auf 0% festgelegt. Mit der Festlegung dieser Zielgröße erübrigt sich die Festlegung von Fristen zur Erreichung dieser Zielgröße.

5.7.2. RISIKOBETRACHTUNG GEM § 289C HGB UND CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZES

Risk reporting

Q4/2017

CSR

Diversity

Impact:

1: insignificant 0-300 k€
 2: small 300-600 k€
 3: moderate 0,6-1,2m€
 4: significant 1,2-2,4m€
 5: critical 2,4-4,2m€
 6: catastrophic >4,2m€

Likelihood:

1: unimaginable, 0-3%
 2: unlikely, 4-10%
 3: rare, 20-49%
 4: Sometimes, 50-69%
 5: likely, 70-84%
 6: frequent, 85-100%

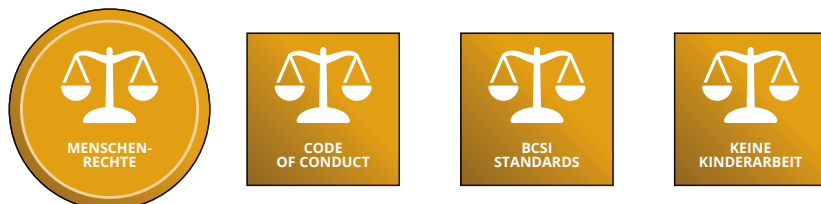
ad-hoc risk

Risk Identification						Risk Analysis						Risk Management				
Risk-Category	Org	Risk-Owner	No.	Risk-Name	Risk-Description	Impact (low)=1	Impact (high)=6	Impact	Likelihood (low)=1	Likelihood (high)=6	Likelihood	Risk	Strategy	action/explanation	Risk prev. period	Progress
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR D1	Discrimination against minorities	Significantly negative impact on the reputation of the company when Discrimination against minorities becomes known within the supply chain	loss insignificant	loss catastrophic	2	unimaginable	frequent	1	2	Avoid	Clear stipulations within the company's corporate lines that discrimination within the Group will not be tolerated. Inclusion of this feature in compliance management to create reporting opportunities and rapid response. appropriate training of employees and managers	2	→
CSR	EAG	all Companies of the Einhell Group local General Manager	CSR D2	Discrimination Violation of Gender equality	Significantly negative impact on the reputation of the company when Violation of Gender equality becomes known within the supply chain	loss insignificant	loss catastrophic	2	unimaginable	frequent	2	4	Avoid	Clear stipulations within the company's corporate lines that Violation of Gender equality within the Group will not be tolerated. Inclusion of this feature in compliance management to create reporting opportunities and rapid response. Appropriate training of employees and managers	2	↑

UNTER SORGFÄLTIGER EINBEZIEHUNG UND BEWERTUNG ALLER UNS VORLIEGENDEN DATEN, SIND UNS DERZEIT KEINE WESENTLICHEN NETTO-RISIKEN IN BEZUG AUF DEN CSR-ASPEKT DIVERSITY, ENTSPRECHEND DER DEFINITION AUS §289 C HGB UND DEM CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZ, BEKANNT.

Zur besseren Lesbarkeit ist diese Risikobewertungsmatrix als gesonderte Datei im Register CSR-und Nachhaltigkeitsreport auf der Website einsehbar!

5.8. MENSCHENRECHTE



Bei aller wirtschaftlichen Orientierung, die unserem Tun natürlich zu Grunde liegt, wissen wir, dass es Regionen auf unserer Erde gibt, die die für uns selbstverständlichen Standards hinsichtlich Arbeitssicherheit, Mindestalter, Mindestvergütung und Arbeitszeit etc. nicht automatisch als Grundlage der Geschäftsentwicklung verankert haben. Aus diesem Grund überprüfen wir potentielle Produktionspartner und Dienstleister nicht nur auf technischer Basis, sondern auch bezüglich der Einhaltung der IOL Konventionen.

DIE ZIELSETZUNG:

Grundsätzlich sehen wir uns der Menschenrechtskonvention der Vereinten Nationen verpflichtet und achten daher im Rahmen unserer Möglichkeiten auf die Einhaltung dieser Standards. Ziel ist es innerhalb unserer Konzernstrukturen, aber auch in den vorgelagerten Prozessen, Verstöße zu vermeiden.

5.8.1. VORGEHENSWEISE

Grundsätzlich werden alle Partner in unserer Supply Chain auf die Einhaltung der ILO-Konventionen und UN-Kinderrechts-Konventionen verpflichtet.

Auszug aus Vertragstext für Dienstleister und Produktionspartner:

„Code of Conduct

The Supplier guarantees, on its own behalf and on behalf of its sub-suppliers, compliance with the Code of Conduct based on the conventions of the International Labour Organisation (ILO), the UN Declaration of Human Rights, the UN conventions on the rights of children and the elimination of any form of discrimination against women, the UN Global Compact and the OECD Guidelines for Multinational Enterprises (the latest version of the code can be retrieved on the website <http://www.bsci-intl.org> and is declared to be part of the Agreement).“

Die Einhaltung der Standards wird bei den Erstzertifizierungen für den Einhell Konzern sowie wie bei angemeldeten und unangemeldeten Factory Audits regelmäßig überprüft.



Als Grundlage unserer Argumentation sind wir Mitglied der BSCI und binden unsere Partner ebenfalls in dieses Regelwerk ein. Durch die als integraler Bestandteil verankerte Audits unabhängiger Spezialisten der BSCI, wird die Einhaltung der 11 Hauptprinzipien nicht nur durch interne Stellen, sondern auch durch externe Fachleute sichergestellt.

BSCI-VERHALTENSKODEX

- 1.) Das Recht der Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen
Unser Unternehmen achtet das Recht der Arbeitnehmer, Gewerkschaften oder andere Formen von Arbeitnehmervereinigungen
- 2.) Angemessene Vergütung
Unser Unternehmen achtet das Recht der Arbeitnehmer auf eine angemessene Vergütung.
- 3.) Arbeitsschutz
Unser Unternehmen gewährleistet ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld, indem es Risiken bewertet und alle erforderlichen Maßnahmen ergreift, um diese Risiken zu beseitigen oder zu mindern
- 4.) Besonderer Schutz für jugendliche Arbeitnehmer
Unser Unternehmen gewährt allen Arbeitnehmern, die noch nicht erwachsen sind, besonderen Schutz.
- 5.) Keine Zwangsarbeit
Unser Unternehmen ist in keiner Form an Knechtschaft, Menschenhandel oder unfreiwilliger Arbeit beteiligt.
- 6.) Ethisches Wirtschaften
Unser Unternehmen duldet keinerlei Korruption, Erpressung, Veruntreuung oder Bestechung.
- 7.) Keine Diskriminierung
Unser Unternehmen bietet Chancengleichheit und diskriminiert keine Arbeitnehmer.
- 8.) Zumutbare Arbeitszeiten
Unser Unternehmen hält sich an das Gesetz hinsichtlich der Arbeitszeiten.
- 9.) Keine Kinderarbeit
Unser Unternehmen stellt keine Arbeitnehmer unter dem gesetzlichen Mindestalter ein.
- 10.) Keine prekäre Beschäftigung
Unser Unternehmen stellt Arbeitnehmer auf der Grundlage dokumentierter Beschäftigungsverhältnisse in Übereinstimmung mit dem Gesetz ein.
- 11.) Umweltschutz
Unser Unternehmen ergreift die erforderlichen Maßnahmen zur Vermeidung von Umweltschäden

Da wir auch in BSCI-Risikoländern produzieren - speziell in der People's Republic of China (PRC) und der Socialist Republik of Vietnam (SRV) -, legen wir hier besonderen Wert auf die BSCI-Zertifizierung und überwachen die oben erwähnte vertragliche Zusicherung der Einhaltung der ILO-Konventionen und UN-Kinderrechts-Konventionen.

5.8.2. RISIKOBETRACHTUNG GEM § 289C HGB UND CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZES

UNTER SORGFÄLTIGER EINBEZIEHUNG UND BEWERTUNG ALLER UNS VORLIEGENDEN DATEN, SIND UNS DERZEIT KEINE WESENTLICHEN NETTO-RISIKEN IN BEZUG AUF DEN CSR-ASPEKT ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE, ENTSPRECHEND DER DEFINITION AUS §289 C HGB UND DEM CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZ, BEKANNT.

Zur besseren Lesbarkeit ist diese Risikobewertungsmatrix als gesonderte Datei im Register CSR-und Nachhaltigkeitsreport auf der Website einsehbar!

Risk reporting *Q4/2017* *CSR*

Human Rights

Impact:
 1. negligible 0-30%
 2. small 30-60%
 3. medium 60-80%
 4. significant 80-100%
 5. critical 1-4%
 6. catastrophic >4,7%
 7. total >4,7%
 8. significant 1,0-3%
 9. small 3,0-6%
 10. medium 6,0-10%
 11. significant 10,0-20%
 12. critical 20-40%
 13. total >40%

Likelihood:
 1. negligible, 0-5%
 2. small, 5-20%
 3. medium, 20-40%
 4. significant, 40-60%
 5. critical, 60-80%
 6. total >80%

ad-hoc risk

Risk Identification						Risk Analysis						Risk Management				Risk Communication	
Risk Category	Org	Risk-Owner	No.	Risk-Name	Risk-Description	Impact [low]-1	Impact [high]-6	Impact	Likelihood [low]-1	Likelihood [high]-6	likelihood	Risk	Strategy	action/explanations	Risk prev. period	Progress	Comments/Aims/Deadlines
CSR	EAG	N,N	CSR-H1	Child Labour	Significantly negative impact on the reputation of the company when child labor becomes known within the supply chain	loss insignificant	loss catastrophic	2	not at all	frequent	2	4	Avoid	Clear instructions and monitoring that the relevant regulations regarding the age of employees must be adhered to. (within the group companies). Compliance with ILO-conventions as the UN Convention on the Rights of the Child are part of the supplier audits and violations are a major exclusion criterion. Part of the BSC monitoring	4	0	
CSR	EAG	N,N	CSR-H2	forced labour	Significantly negative impact on the reputation of the company when forced labour becomes known within the supply chain	loss insignificant	loss catastrophic	2	unimaginable	frequent	2	4	Avoid	Clear instructions and monitoring that the relevant regulations regarding the age of employees must be adhered to. (within the group companies). Compliance with ILO-conventions as the UN Convention on the Rights of the Child are part of the supplier audits and violations are a major exclusion criterion. Part of the BSC monitoring	4	0	

5.9. SOZIALE BELANGE



Grundsätzlich verstehen wir uns als einen Zusammenschluss von Menschen die sich gemeinsam der Aufgabe der ökonomischen und nachhaltigen Entwicklung unseres Unternehmens widmen. Unter diesem Blickwinkel ist es selbstverständlich, dass den sozialen Aspekten auch der entsprechend angemessen Raum eingeräumt wird. Diese gilt zwar in erste Linie für die sozialen Belange innerhalb unseres Unternehmens jedoch auch im Blick auf die Einbettung unserer Einzelgesellschaften und deren Belegschaft in die jeweiligen lokalen Gemeinschaften. Speziell die Einbindung unseres Stammsitzes in Landau an der Isar in die Strukturen der Stadt und der Region verstehen wird hier auch als Verpflichtung. Neben Spenden für regionale und überregionale soziale Einrichtungen und Organisationen sind eine ganze Reihe ehrenamtlicher Funktionen durch Mitglieder unserer Belegschaft besetzt und werden mit Leben gefüllt.

Über diesem Engagement hinaus, sehen wir vor allem auch die Verantwortung aus unserem Produktversprechen heraus, als ein wesentliches Kriterium bezüglich sozialer Belange. Dies scheinen im ersten Moment zwei völlig verschiedene Aspekte zu sein. Wir sehen das jedoch etwas anders, da die Sicherheit und die Funktionalität unserer Produkte wesentliche Verantwortungen sind, die wir übergeordnet übernehmen und als nichtfinanziellen Aspekt immer im Blick haben müssen. Es ist niemandem wirklich gedient, wenn sich Unternehmen ggf. presswirksam positionieren, jedoch die für die sozialen Belange wesentliche Sicherheitsaspekte außer Acht lassen.

Wir stellen uns täglich dieser Herausforderungen und daher ist die Produktverantwortung für uns teil unserer sozialen Verantwortung.

5.9.1. PRODUKTVERANTWORTUNG



Grundsätzlich betrachten wir die Produktverantwortung aus zwei unterschiedlichen Blickwinkeln.

- A.) Die Verantwortung für die Sicherheit unseres Produkts im Gebrauch durch den Endkunden
- B.) Die Verantwortung für die Erfüllung des Funktionszwecks des Produkts

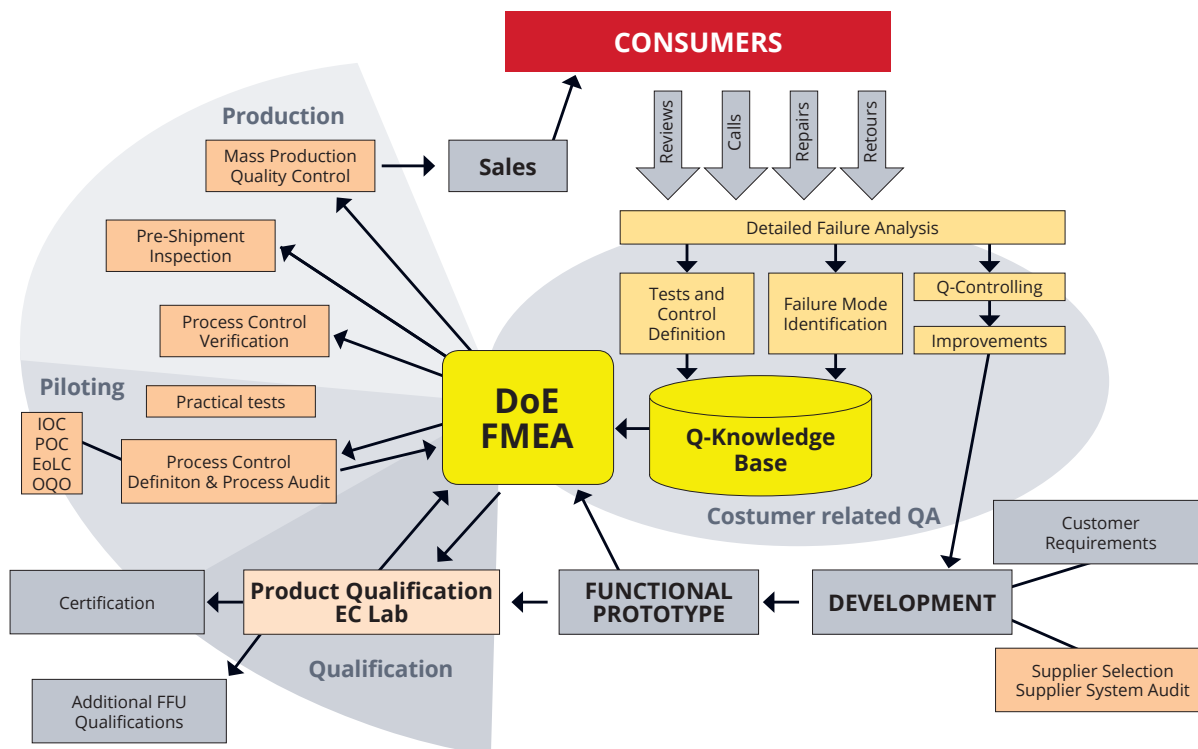
Beide Blickwinkel sind für die Entwicklung des Unternehmens von herausragender Bedeutung, auch wenn hier unterschiedliche Zielsetzungen vorliegen, wobei der Sicherheitsaspekt immer Vorrang besitzt!

DIE ZIELSETZUNG:

Im Hinblick auf die Produktsicherheit ist es unser Ziel jegliche Gefährdung des Verwenders, bei sachgemäßem Gebrauch unserer Produkte, auszuschließen. Dieser Anspruch hat Ansatzpunkte in der gesamten Wertschöpfungskette.

Die Erfüllung des Produktzwecks und damit die Erfüllung der Erwartungen des Endkunden ist Grundvoraussetzung für ein von uns angestrebtes langfristigen Kundenvertrauen. Daher werden die Erwartungen der Endkunden aus allen Vertriebsbereichen hinaus identifiziert und über das Produktmanagement in den Entwicklungsprozess reflektiert.

Der Weg zum Einhell Qualitätsprodukt



Zur Sicherstellung der beiden Zielsetzungen ist ein entlang der Wertschöpfungskette angelegtes Qualitätssicherungskonzept etabliert. Dieses wird ständig auf Verbesserungsmöglichkeiten hin überprüft und ggf. dem Stand der Technik angepasst.

5.9.2. PRODUKTSICHERHEIT

Die technische Produktsicherheit ist selbstverständlich oberstes Gebot in unserem Entwicklungs- und Produktionsprozess. Dabei auf dem neuesten rechtlichen Stand zu sein ist für uns oberstes Gebot. Die etablierten Prozesse werden laufend an die jeweils von der Europäischen Kommission herausgegebenen harmonisierten Normen angepasst, so dass größtmögliche Sicherheit gewährleistet ist. Neben diesen grundlegenden Zertifizierungsprüfungen, werden selbstverständlich auch lokale und regionale Normen betrachtet und bei abweichenden Forderungen berücksichtigt. In unseren Qualitätssicherungseinrichtungen, zu Vorderrst in unserem hervorragend ausgestatteten Prüflabor bei der Einhell China, wie auch in den Entwicklungsabteilungen am Standort Landau, werden laufend Tests an Versuchsmustern, Prototypen aber vor allem an Produkten aus der laufenden Serienfertigung durchgeführt, um den hohen Qualitätsstandard über den gesamten Produktlebenszyklus aufrecht zu erhalten. Flankiert werden diese internen Prüfungen selbstverständlich durch Prüfungen von unabhängigen Prüfinstituten.

Jede Feststellung von möglichen Sicherheitsrisiken wird unmittelbar in den Prozess zurückgemeldet und löst je nach Positionierung im Produktlebenszyklus entsprechende Vermeidungs- oder Korrekturmaßnahmen aus.

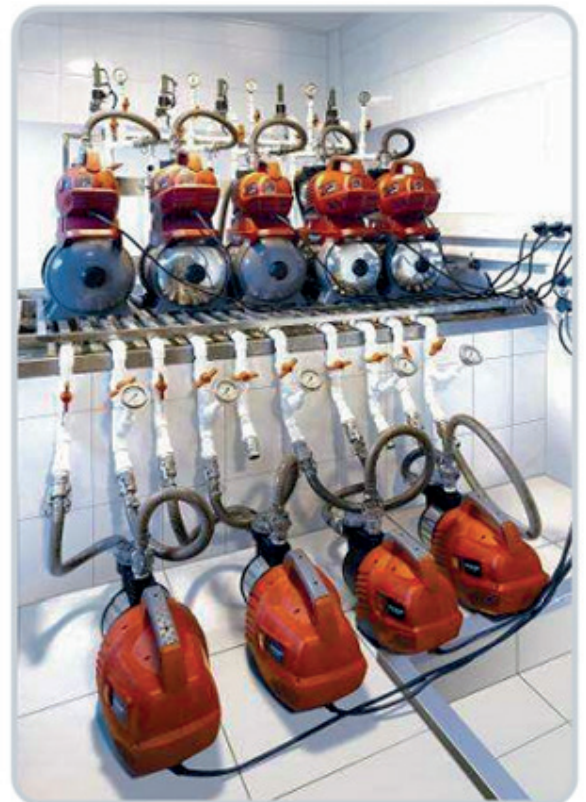
Darüber hinaus bestehen fest institutionalisierte Prozesse zur Krisenintervention, um bei der Feststellung von Produktfehlern schnell und kompetent Handel zu können. So können nachhaltig Risiken für den Endnutzer unserer Produkte und damit ggf. finanzielle oder Reputationsschäden minimiert werden.



▲ Motorbremse - Dauerlaufprüfung



▲ Zentrale Steuerung der Prüfungszyklen mittels Computer



▲ Gartenpumpen / Hauswasserwerke - Dauerlauf Prüfung

5.9.3. RISIKOBETRACHTUNG GEM § 289C HGB UND CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZES

UNTER SORGFÄLTIGER EINBEZIEHUNG UND BEWERTUNG ALLER UNS VORLIEGENDEN DATEN, SIND UNS DERZEIT KEINE WESENTLICHEN NETTO-RISIKEN IN BEZUG AUF DEN CSR-ASPEKT SOZIALE BELANGE, ENTSPRECHEND DER DEFINITION AUS §289 C HGB UND DEM CSR-REPORT UMSETZUNGSGESETZ, BEKANNT.

Zur besseren Lesbarkeit ist diese Risikobewertungsmatrix als gesonderte Datei im Register CSR-und Nachhaltigkeitsreport auf der Website einsehbar!

Risk reporting

Q4/2017 CSR

Social

Impact:

- 1: negligible 0-300k€
- 2: small 300k€-1M€
- 3: moderate 1-1,5M€
- 4: significant 1,5-2,4M€
- 5: critical 2,4-4M€
- 6: catastrophic >4,2M€

Likelihood:

- 1: negligible, 0-20%
- 2: unlikely, 4-20%
- 3: rare, 20-40%
- 4: sometimes, 50-70%
- 5: likely, 70-90%
- 6: frequent, 90-100%

ad-hoc risk

Risk Identification						Risk Analysis							Risk Management				Risk Communication
Risk-Category	Org	Risk-Owner	No.	Risk-Name	Risk-Description	Impact [low]-1	Impact [high]-6	Impact	Likelihood [low]-1	Likelihood [high]-6	Likelihood	Risk	Strategy	action/explanation	Risk prev. period	Progress	Comments/Aims/Deadlines
CSR	EAG	N,N	CSR 5.3	relevant accidents of customers regarding technical issue of our products Reputation	Significantly negative impact on the reputation of the company after relevant accidents of customers when using our products	loss insignificant	loss catastrophic	6	unimaginable	frequent	2	12	Avoid	see Risk Assessment and Crisis Management	12	0%	
CSR	EAG	N,N	CSR 5.4	relevant accidents of customers regarding technical issues of our products "legal"	Prosecutes or significant fines for technical problems or process insecurity related to ear protectors	loss insignificant	loss catastrophic	6	unimaginable	frequent	1	6	Avoid	see Risk Assessment and Crisis Management	6	0%	
CSR	EAG	N,N	CSR 5.5	non-compliance with local regulations regarding product safety and labeling	Significantly negative impact on the reputation of the company when cases of non-compliance becomes known	loss insignificant	loss catastrophic	2	unimaginable	frequent	1	2		Intensivne Prüfung über den Lebenszyklus aller Produkte, selbst und durch unabhängige externe und akkreditierte Daten, Marktreifung, immer erst nach erstreckt in der Zeitplanung		0%	
CSR	EAG	N,N	CSR 5.6	unadvisable reaction to a situation	Significantly negative impact on the reputation of the company	loss insignificant	loss catastrophic	4	unimaginable	frequent	2	8		Regulär tracking of all online channels, social media, website, complaints (immediate reaction to criticism at the factual level)		0%	

CSR-REPORT

Einhell Germany AG
2017

Ansprechpartner:

Hans-Peter Rostan

Prokurist

Hans-Peter.Rostan@einhell.com

Telefon: +49 (0) 9951 942-627

Telefax: +49 (0) 9951 942-410 627

Bildnachweis: Einhell AG, shutterstock.com, pixelio.de, pixabay.com

Einhell Germany AG
Wiesenweg 22
94405 Landau / Isar – Germany
info@einhell.de – www.einhell.de

einhell.de

>>>