

KÄRCHER

DAS GANZE IM BLICK

Nachhaltigkeitsbericht 2021: Zahlen & Fakten

**BE THE
DIFFERENCE**

www.kaercher.com/CSR

NACHHALTIG- KEITSBERICHT 2021: ZAHLEN & FAKTEN

Verantwortung für Mensch und Umwelt ist bei Kärcher von Anbeginn wesentlicher Bestandteil der Firmenkultur – mit einer nachhaltigen, an Mensch und Umwelt orientierten Unternehmensentwicklung. Unser ökonomischer Erfolg basiert auf langfristigen Strategien. So ist es auch beim Thema Nachhaltigkeit.

Auf den folgenden Seiten blicken wir auf die Erreichung unserer Ziele bis Ende des Jahres 2020. Die Daten beziehen sich auf die Kärcher Gruppe mit ihren weltweiten Produktions- und Logistikstandorten. Bei den Daten nicht berücksichtigt sind die Vertriebsgesellschaften (Ausnahme: Mitarbeiter* und gesellschaftliches Engagement). Die Berichterstattung orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI).

Emissionen nach Scopes 1, 2 und 3

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie 2020 und die damit verbundenen Ziele haben wir 2012 definiert und jedes Jahr konsequent verfolgt. Unser Ziel zur Energieeinsparung haben wir bereits 2018 erreicht und seitdem sowohl bei unseren Produkten als auch in den Werken die Effizienz weiter verbessert. Vor allem im Scope 1 nach dem Greenhouse Gas Protocol, bei den direkten Emissionen, konnten wir durch effiziente Anlagen und Gebäude unsere Energiebilanz deutlich verbessern. Auch im Scope 2, bei Emissionen durch eingekaufte Energie, haben wir unseren Fußabdruck durch eigene Solaranlagen und umweltfreundliche Heizanlagen reduziert. Seit 2021 setzen wir bei zugekaufter Energie verstärkt auf grüne Energie und haben unsere Werke weltweit klimaneutral gestellt. Alle nicht vermeidbaren Emissionen kompensieren wir mit unserem Partner First Climate und unterstützen ein Projekt zum Erhalt des Regenwalds in Brasilien.

Je weiter entfernt Prozesse von unseren eigenen Geschäftsprozessen sind, desto schwieriger wird es, auf diese Einfluss zu nehmen. Daher sehen wir das größte Optimierungspotenzial im Scope 3, im Bereich der indirekten Emissionen, die bei Geschäftsreisen oder entlang der Lieferkette entstehen. Klimaneutrale Geschäftsreisen innerhalb und von Deutschland aus sowie die Optimierung von Transportrouten gehören zu den Stellschrauben, an denen wir bereits jetzt drehen. Im Zuge unserer zukünftigen Klima- und Umweltpolitik werden wir alle Scopes weiter betrachten und die während der Produktion entstehenden Emissionen kontinuierlich reduzieren.

Gezielte Optimierung bei Wasser und Abfall

Sowohl bei den CO₂-Emissionen als auch beim Wasserverbrauch konnten wir unsere Ziele bereits früher als 2020 erfüllen. Darüber hinaus blicken wir auf unsere einzelnen Werke und Prozesse, um sie gezielt zu optimieren. So wurde in einem unserer Werke ein relativ hoher Wasserverbrauch festgestellt. Dank einer neuen Anlage kann das bei der Lackierung verwendete Wasser nun recycelt werden und wieder an der Produktionslinie zum Einsatz kommen. Das spart 8.710.800 Liter Wasser pro Jahr.

Im Bereich Abfall haben wir nach einer Senkung des Abfallvolumens 2020 wieder einen Anstieg verzeichnet. Dieser resultiert unter anderem aus einem hohen Anteil von Metallschrott, der beim Abbau einer Versuchsabteilung für Waschanlagen entstand. Der neue Standort ermöglicht dafür ressourcenschonendere Prozesse. Mit der Anlage dort können wir das für die Versuche benötigte Wasser im Kreislauf halten und wiederverwenden. Auch die im Zuge der Coronapandemie ausgeweiteten Maßnahmen haben zu einem erhöhten Abfallvolumen im Vergleich zum Vorjahr beigetragen, zum Beispiel durch Einmalhygieneartikel.

Gesellschaftliches Engagement während der Pandemie

Auch im Bereich des gesellschaftlichen Engagements war das Jahr 2020 vor allem durch die Pandemie geprägt. Durch zahlreiche Spenden von Masken, Schutzausrüstung, Reinigungs- und Desinfektionsmitteln sowie Reinigungsgeräten haben wir weltweit Organisationen im Kampf gegen die Pandemie unterstützt.

Zukünftig werden wir alle Aktivitäten weiter auf das Thema Werterhalt fokussieren. So stehen zum Beispiel die Werte von Familie und Gemeinschaft im Zentrum unserer Kooperation mit SOS-Kinderdorf e.V. – mit der Organisation verbindet uns inzwischen eine zehnjährige Partnerschaft. Um Werterhalt geht es auch bei den Reinigungsaktionen im Rahmen unseres Kultursponsorings. 2020 führten wir unter anderem Reinigungsarbeiten am Berliner Dom und an der UNESCO-Welterbestätte Schloss Fontainebleau in Frankreich durch.

* Zur besseren Lesbarkeit verwenden wir im Folgenden Begriffe wie „Mitarbeiter“ für Personen aller Geschlechter.

NACHHALTIGKEITSZIELE 2025

Unsere Maßnahmen zielen auf eine klimaneutrale Produktion, Recycling von Rohstoffen und die Reduktion von Plastikverpackungen ab. In der globalen Lieferkette ist Nachhaltigkeit fest verankert. Im sozialen und gesellschaftlichen Bereich fokussieren wir uns auf den Erhalt von Werten.

Wir unterstützen die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Vereinten Nationen.

Mit unseren Nachhaltigkeitszielen leisten wir einen Beitrag zur Erreichung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN). Für uns als Unternehmen bieten die Sustainable Development Goals (SDGs) einen Rahmen, an dem sich unsere Nachhaltigkeitsziele orientieren. Diese Ziele haben wir in 3 Initiativen zusammengefasst.



Zero Emissions

- Ab 2021 sind die Kärcher Werke weltweit klimaneutral.
- Ab 2021 sind die Geschäftsreisen innerhalb Deutschlands und von Deutschland ins Ausland klimaneutral.



Reduce, Reuse, Recycle

- Bis 2025 optimieren wir alle Produktverpackungen auf Nachhaltigkeit.
- Bis 2025 erreichen ausgewählte Consumer- und Professional-Geräte einen Recyclingkunststoffanteil von bis zu 50 Prozent.
- Ab 2020 unterstützen wir die Reduktion und Wiederverwendung von Ozeanplastik.
- Bis 2025 streben wir eine Pilotproduktion ohne Plastikabfälle an.
- Bis 2025 ist Nachhaltigkeit wesentlicher Bestandteil neuer Geschäftsmodelle.



Social Hero

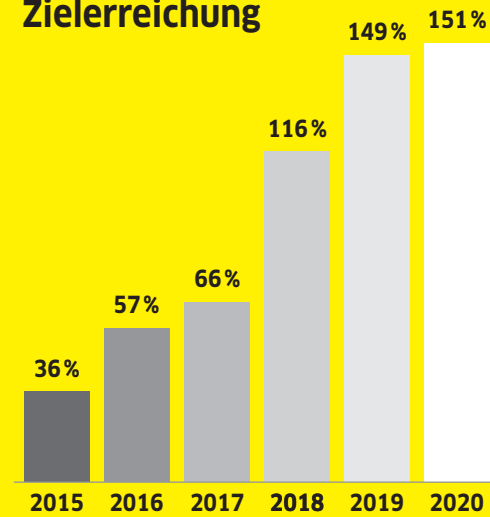
- Bis 2025 ist unser gesellschaftliches Engagement auf das Thema Werterhalt konzentriert.
- Bis 2025 etablieren wir ein proaktives Lieferanten-Risikomanagement für Nachhaltigkeit.



ENERGIE

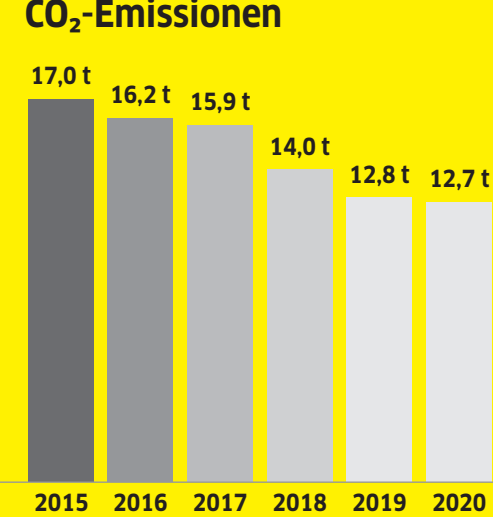
ZIEL: -20 % BIS 2020*

Zielerreichung



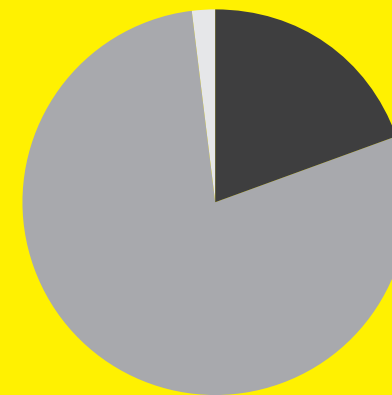
In Prozent bezogen auf den Zielwert (100% bis 2020 gegenüber 2012)

CO₂-Emissionen



Tonnen CO₂ pro 1 Million Euro Umsatz (Zielwert 2020: 14,6 t)

CO₂-Emissionen 2020



19,6%
direkte Emissionen
durch Verbrennung
in eigenen Anlagen
- 6.770 Tonnen CO₂

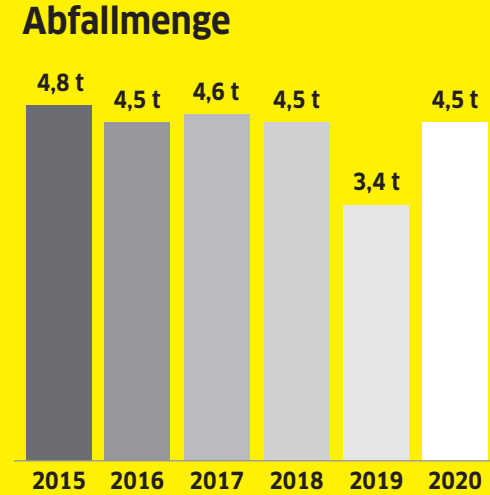
78,6%
Emissionen durch
eingekaufte Energie
(z.B. Elektrizität,
Fernwärme)
- 27.173 Tonnen CO₂

1,8%
Indirekte Treibhausgas-
emissionen
(durch Geschäftsreisen mit
Fuhrparkfahrzeugen)
- 618 Tonnen CO₂

* Gegenüber 2012.

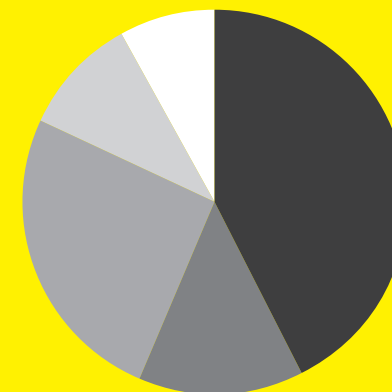
ABFALL

Abfallmenge



Tonnen pro 1 Million Euro Umsatz

Abfallarten



43%
Metalle

14%
Holz

26%
Papier, Pappe,
Kartonagen

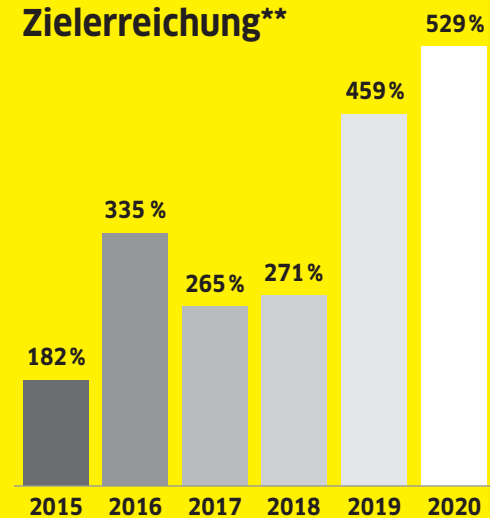
10%
Kunststoff

8%
Sonstige

WASSER

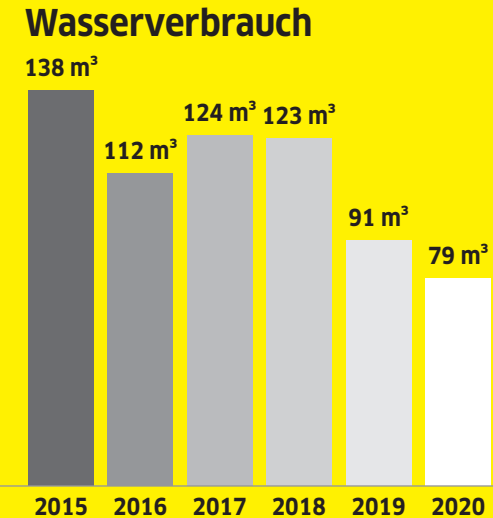
ZIEL: -10 % BIS 2020*

Zielerreichung**



In Prozent bezogen auf den Zielwert

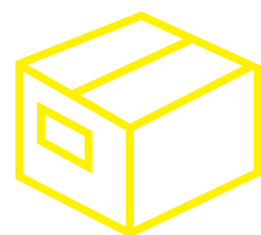
Wasserverbrauch



Kubikmeter Wasser pro 1 Million Euro Umsatz

* Gegenüber 2012. ** Anders als bei der vorherigen Berichterstattung ohne Grundwasserverbrauch.

MATERIAL UND VERPACKUNGEN



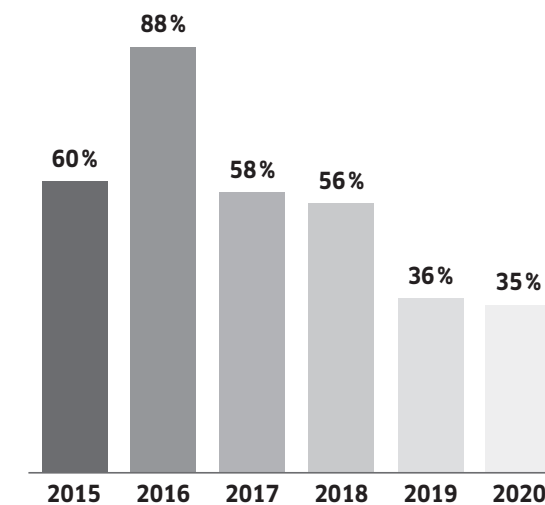
Ø **80 %**
Materialanteil an
Altpapier



Petrochemische Verkaufsverpackungen

Ziel: -50 % bis 2020*

Gewicht der Verkaufsverpackungen



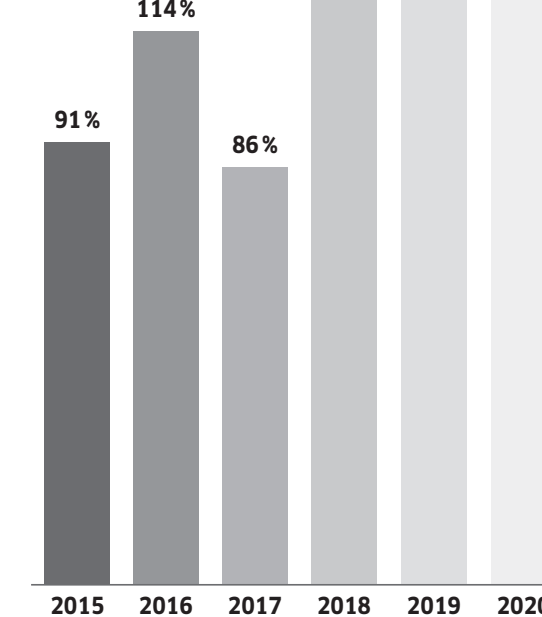
In Prozent bezogen auf den Zielwert

Der starke Anstieg des Onlinehandels stellt uns im Bereich Verpackungen vor neue Herausforderungen. Wir beschäftigen uns fortlaufend mit alternativen Verpackungsmaterialien und verfolgen das Ziel weiter in der Strategie 2025.

Bio- bzw. Recyclingkunststoffanteil

Ziel: +400 % bis 2020*

Tonnen Rezyklat pro Tonnen
Kunststoff

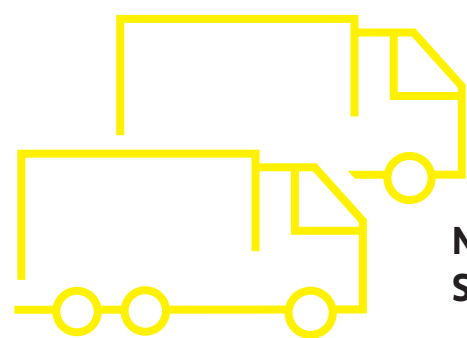


In Prozent bezogen auf den Zielwert

Unser Ziel, den Bio- bzw. Recyclingkunststoffanteil bis 2020 um den Faktor 4 zu steigern, haben wir 2016 erstmalig übertroffen. Seit 2018 haben wir das Ziel kontinuierlich erreicht.

* Gegenüber 2012.

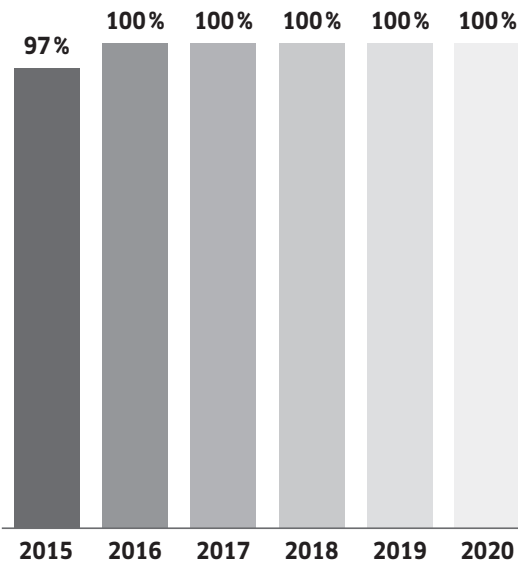
LIEFERANTEN UND ARBEITSPROZESSE



Nachhaltige Lieferkette: Spediteure und Händler

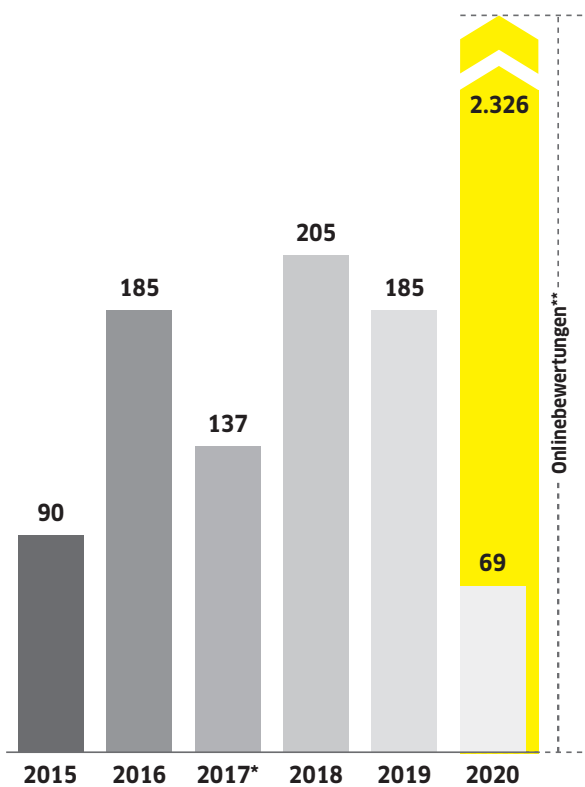
**Ziel: 50% der Händler und
Spediteure sind bewertet**

Anzahl bewerteter Händler und Spediteure
im Verhältnis zu Gesamtzahl Händler und
Spediteure:



In Prozent bezogen auf den Zielwert

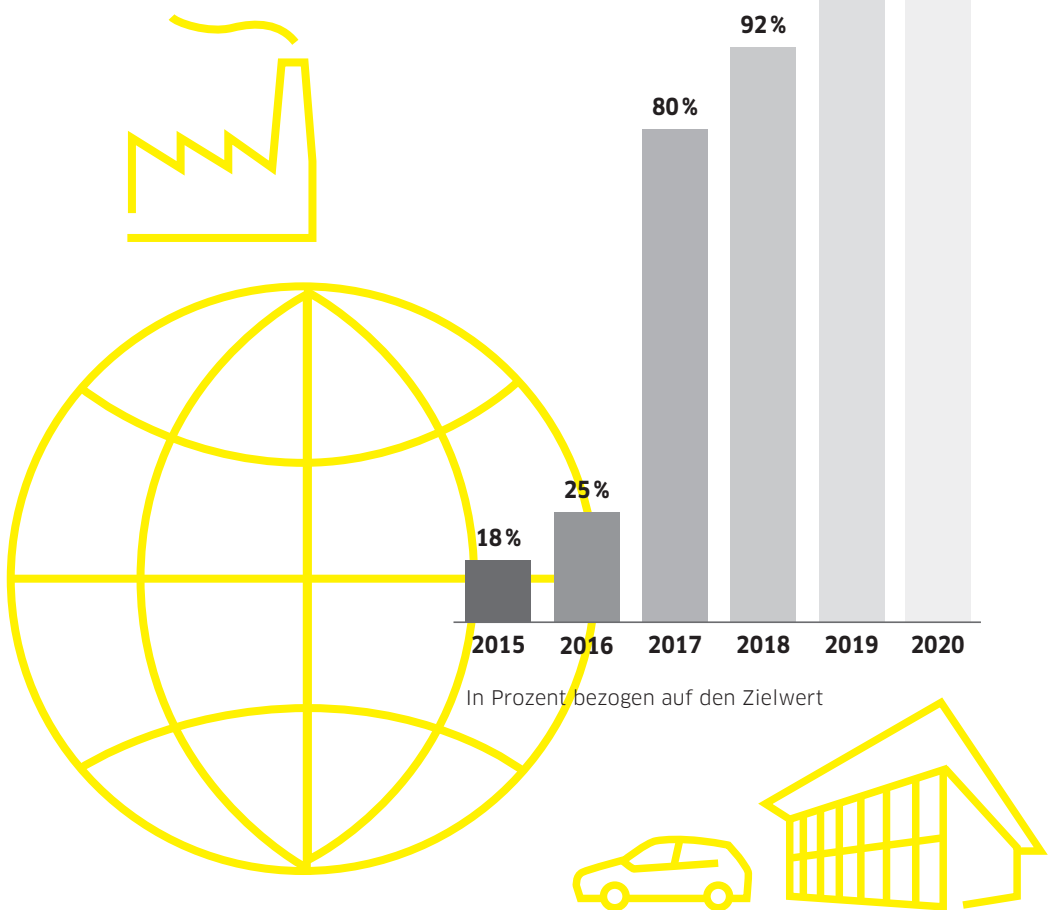
Nachhaltigkeitsaudits bei Händlern und Lieferanten



Anzahl durchgeführter Audits

Compliance Management für Produkte

**Ziel: Einführung einer
Produkt-Compliance-Datenbank**



In Prozent bezogen auf den Zielwert

* Einführung eines neuen Tools zur Überprüfung nachhaltigkeitsbezogener Kriterien in unserem Verhaltenskodex mittels Onlinefragebogen. **Gegenüber 2012.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT WELTWEIT

ZIEL

Ausrichtung auf Werterhalt durch Fokus auf:

- Reinigung und Hygiene
- Umwelt und Ressourcen
- Familie und Soziales

CORPORATE VOLUNTEERING

Anzahl der Freiwilligen-Projekte 2020:

19 Projekte in
12 Ländern

Mehr als
250
Teilnehmer
insgesamt

SPENDEN UND SPONSORING

Katastrophenhilfe und Unterstützung gemeinnütziger Organisationen mit Kärcher Geräten oder Know-how

445
Engagements
2020

KOOPERATIONEN

SOS-Kinderdorf e.V. seit 2011

- **Ziel:** Schutz von Kindern, Erhalt der Familienwerte, Erleichterung der alltäglichen Arbeit in den Kinderdörfern durch Bereitstellung von Reinigungstechnik
- **Gerätespenden 2020:** 140
- **Seit 2011:** 1080 Geräte in 38 Ländern

Global Nature Fund

- **Ziel:** Erhalt und Verfügbarkeit der Ressource Wasser durch Schutz von Gewässern und Aufbau der Versorgungs- und Entsorgungsinfrastruktur sowie Verbesserung der Hygienebedingungen in Schwellen- und Entwicklungsländern
- **Seit 2013 gebaute Grünfilteranlagen:** 17 Anlagen in 7 Ländern
- **Seit 2019 umgesetzte Trinkwasserprojekte:** in 6 Dörfern in 3 Ländern mit insgesamt 6.900 EW

One Earth One Ocean

- **Ziel:** Schutz der Meere und Küsten vor Müllverschmutzung
- **2020:** Umsetzung von 10 Strandreinigungen, 40km Küste gereinigt, 1.100 freiwillige Helfer, 1,5 t Abfall gesammelt

KULTURSPONSORING

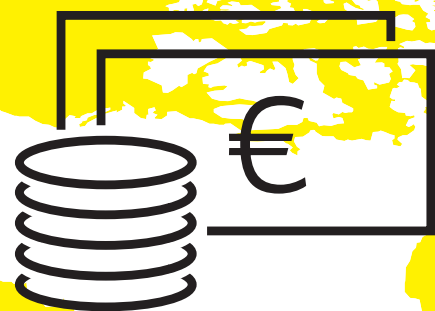
Anzahl Reinigungsaktionen 2020

6 in **2** Ländern

Insgesamt über

150
Reinigungs-
aktionen in
44 Ländern

JAHRESRÜCKBLICK 2020



2,721

Mrd. Euro Umsatz **»» +5,6%**



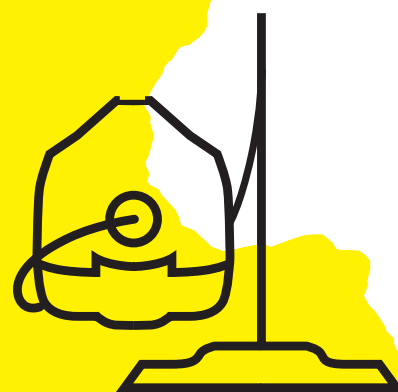
13.500

Mitarbeiter **WELTWEIT**

HOHE

Nachfrage nach

Dampfreinigern, Hygienelösungen
und akkubetriebenen
Gartengeräten





IMPRESSUM

Herausgeber

Alfred Kärcher SE & Co. KG
Alfred-Kärcher-Straße 28-40
D-71364 Winnenden
T +49 7195 14-0
F +49 7195 14-2212
www.kaercher.com

Konzeption, Redaktion und Gestaltung

Vera Umbrecht, David Wickel-Bajak und
Marina Kunert, Alfred Kärcher SE & Co. KG
Aija Ahola, aha grafikdesign

Fotos

Alfred Kärcher SE & Co. KG

DIE GESCHICHTEN HINTER DEN ZAHLEN



Besuchen Sie uns unter www.kaercher.de/csr
und erfahren Sie mehr über Nachhaltigkeit
bei Kärcher und die Menschen, die mit ihrer
Arbeit und ihren Projekten das Unternehmen
in die Zukunft tragen.