



Gebr. Heinemann
Gegründet 1879

UN Global Compact Fortschrittsbericht 2020

Berichtszeitraum: August 2019 – August 2020



Liebe Leserinnen und Leser,

der Beginn des neuen Jahrzehnts hätte für Gebr. Heinemann, das einzige Familienunternehmen unter den Global Playern der Duty-Free-Branche mit mehr als 8.000 Beschäftigten weltweit, einen großen Schritt zu mehr Nachhaltigkeit markieren sollen. Aber die Corona-Pandemie hat uns wie so viele andere Unternehmen hart und unverschuldet getroffen. Auch wenn das Reisen inzwischen wieder in viele Regionen möglich ist, sind die Folgen insgesamt noch nicht absehbar.

Wir möchten dennoch mit diesem Fortschrittsbericht ein Zeichen setzen, denn gerade in Krisenzeiten ist es wichtig, Verantwortung zu übernehmen. Das bedeutet auch, sich im Bestreben, das Richtige zu tun, immer wieder neue, kritische Fragen zu stellen. Die zehn Prinzipien des Global Compacts der Vereinten Nationen dienen GH dabei als wichtige Orientierungspunkte.

Insbesondere der gute Austausch sowie das Engagement unserer Kollegen, Geschäftspartner sowie unserer und Lieferanten haben uns darin bestärkt, unsere Reise zu mehr Nachhaltigkeit in der Reisebranche im Rahmen unserer Möglichkeiten fortzusetzen. Auch in Zeiten eingeschränkter Ressourcen haben wir unsere abteilungsübergreifenden internationalen Runden und den Branchenaustausch zu ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsthemen weitestgehend aufrechterhalten.

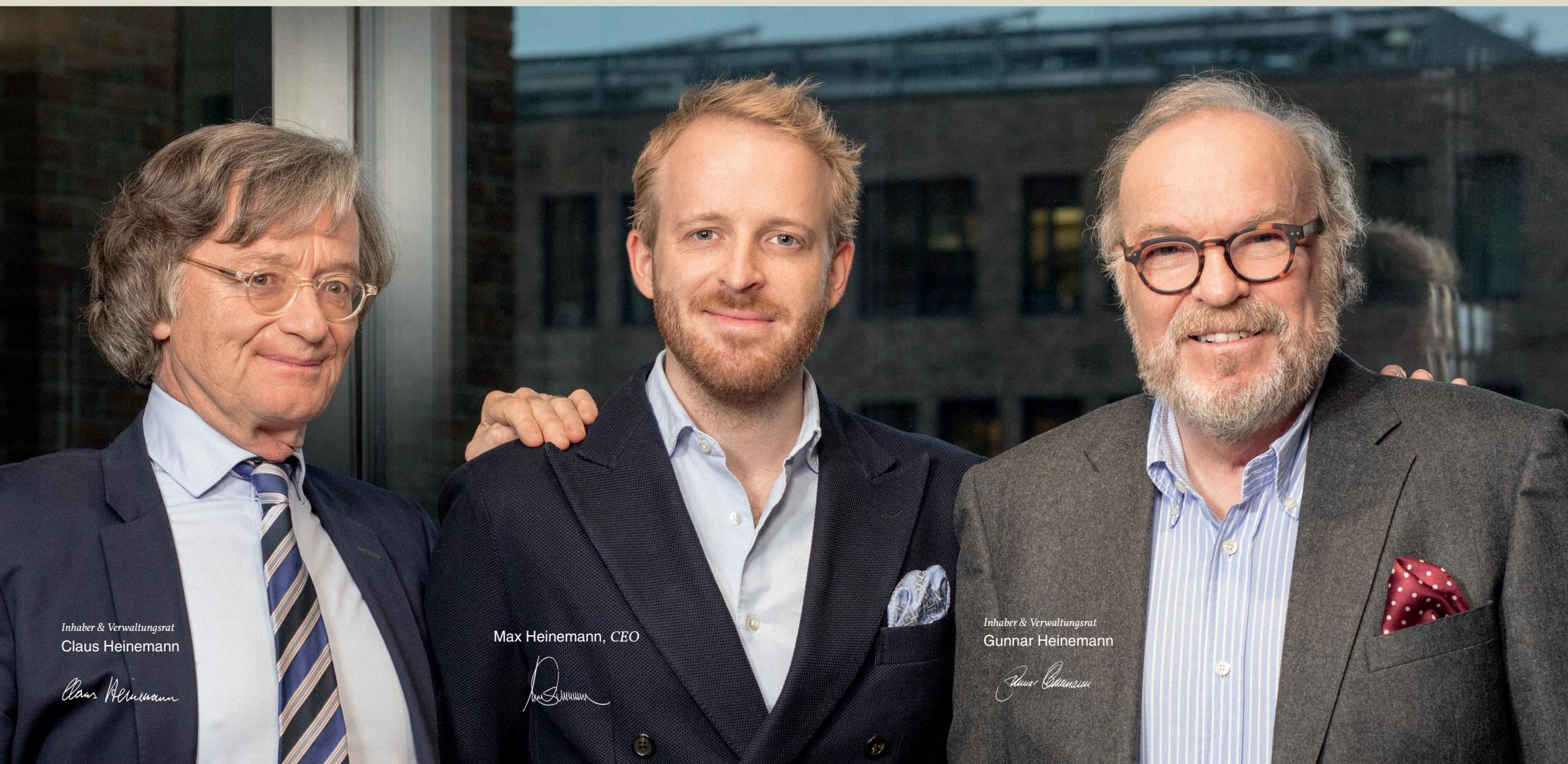
So möchten wir auch über den Fortschritt bei der Implementierung der zehn universellen Nachhaltigkeitsprinzipien für Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsprävention weiter turnusmäßig berichten. Dem Comply-or-explain-Prinzip folgend, werden wir daher an verschiedenen Stellen deutlich machen, inwiefern wir zum gegenwärtigen Zeitpunkt coronabedingt keinen Fortschritt vermelden können.



So musste beispielsweise die Veröffentlichung und Implementierung des Gebr. Heinemann Code of Ethics aufgrund der COVID-19-Pandemie verschoben werden. Dieser ist bereits fertiggestellt und wird sowohl für die Heinemann Gruppe als auch für Lieferanten und Geschäftspartner Anwendung finden.

Für ein besseres Verständnis unserer Wertschöpfungskette haben wir diese in einem Modell kurz dargestellt. Dieses Modell veranschaulicht, dass unser Kerngeschäft in der Mitte der Wertschöpfungskette stattfindet. Als Einzelhändler sind wir in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen vor allem „Influencer“, lassen uns aber gleichzeitig von Lieferanten, Kunden und Geschäftspartnern inspirieren.

Hinweis: Dieser Fortschrittsbericht spricht ausdrücklich Angehörige aller Geschlechter an, auch wenn das generische Maskulinum im Sinne der Lesbarkeit genutzt wurde.



Inhaber & Verwaltungsrat
Claus Heinemann

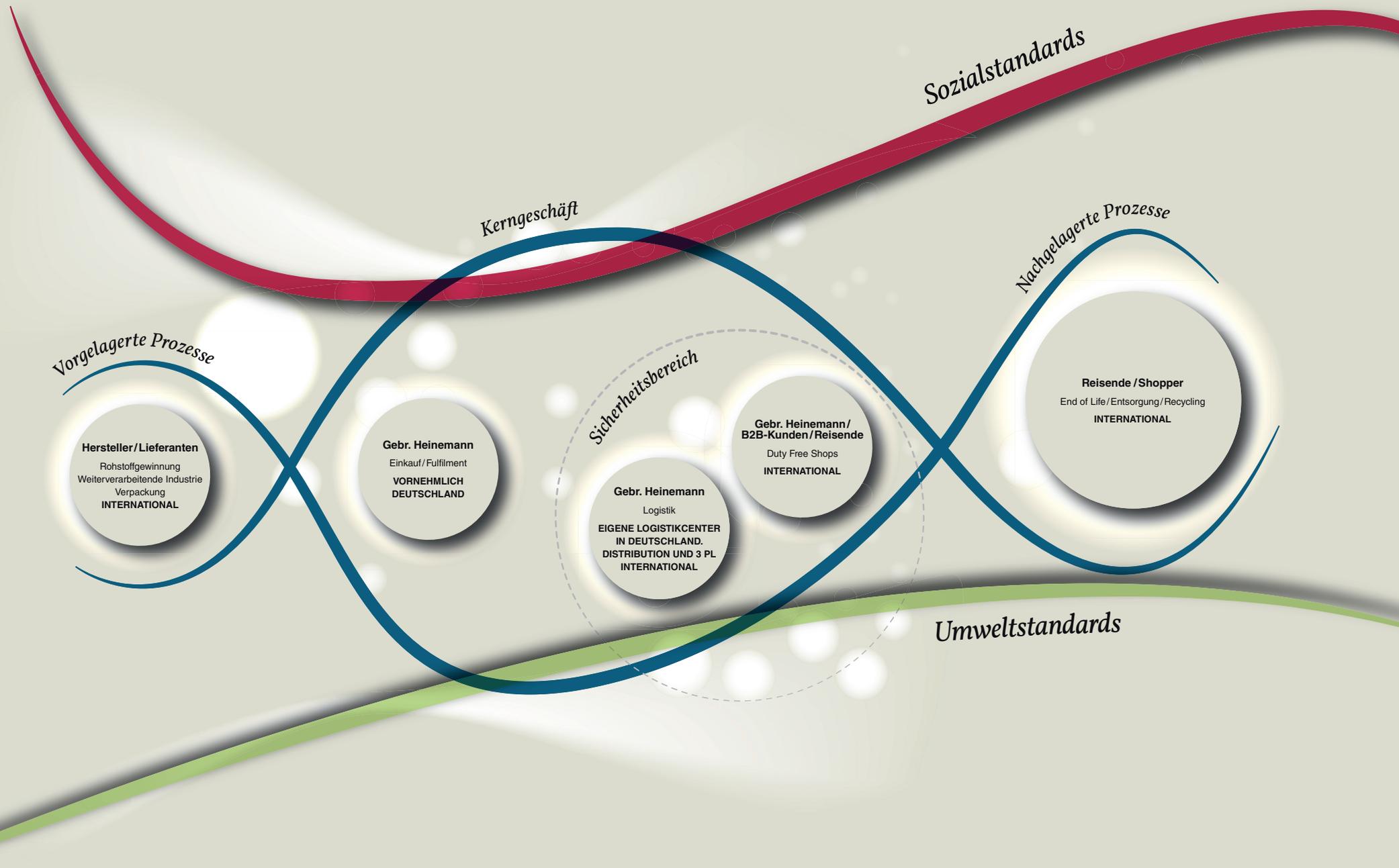
Claus Heinemann

Max Heinemann, CEO

Max Heinemann

Inhaber & Verwaltungsrat
Gunnar Heinemann

Gunnar Heinemann



Prinzipien	Kommentar	Konkrete Maßnahmen
Menschenrechte und Arbeitsnormen		
 <p>Prinzip 1 Unterstützung der Menschenrechte</p> <p>Prinzip 2 Ausschluss von Menschenrechtsverletzungen</p> <p>Prinzip 3 Wahrung der Vereinigungsfreiheit</p> <p>Prinzip 4 Abschaffung aller Formen von Zwangsarbeit</p> <p>Prinzip 5 Abschaffung der Kinderarbeit</p>	<p>„Die Förderung der Menschenrechte und die Bereitstellung einer angemessenen Arbeitsumgebung dienen als Grundlage für einen respektvollen Umgang.“ Max Heinemann, CEO Gebr. Heinemann</p> <p>Im vergangenen Jahr haben wir im Rahmen des Modern Slavery Acts Australia eine menschenrechtliche Risikoanalyse durchgeführt, die als Blaupause für alle Heinemann Duty Free Shops anwendbar ist und sukzessive ausgeweitet werden soll. Wir sehen internationale Vorstöße wie den Modern Slavery Act oder den Nationalen Aktionsplan als große Chance, einen Wertewandel mitzugestalten. Deshalb haben wir auch trotz Corona-Krise an dem zweiten Monitoring zur Umsetzung des NAP in Deutschland teilgenommen. In Bezug auf die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie werden wir uns über Branchenverbände sowie das UN Global Compact Netzwerk weiter über neu entstandene menschenrechtliche Risiken und deren Beseitigung austauschen.</p> <p>Ein beeindruckendes Engagement gegen Kinder- und Sklavenarbeit in der Kakaoproduktion zeigt die niederländische Schokoladenmarke Tony's Chocolonely. Wir freuen uns, dass wir sie beim nächsten Schritt auf dem Weg zu 100-prozentig sklavenfreier Schokolade unterstützen können. Die Marke mit dem Claim „Crazy about chocolate, serious about people“ ist mit uns erfolgreich ihren ersten Schritt in den Travel Retail gegangen und inzwischen in zahlreichen Heinemann Duty Free Shops weltweit erhältlich.</p>	<p>Stakeholder Dialogue / Sustainable Development Goal (SDG) 17 (Partnerships):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Austausch zu sozialen Themen im Sustainability Panel beim Gebr. Heinemann Strategy Day im September 2019 in Hamburg und beim Business Forum der European Travel Retail Confederation (ETRC) im Februar 2020 in Amsterdam sowie bilateral mit Geschäftspartnern und Lieferanten • Konstanter Austausch in Branchenverbänden sowie über UNGC- Veranstaltungen • Abteilungsübergreifende Projektgruppen <p>Menschenrechtliche Risikoanalyse / Modern Slavery Act Australia / SDG 8 (Decent Work and Economic Growth):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durchgeführt für rund 24.000 Produkte im Sortiment unseres Tochterunternehmens Heinemann Australia. Nur 11% der Produkte wurden aufgrund des Produktionslandes als kritisch eingestuft. Wir sind im Austausch mit den Lieferanten. Coronabedingt mussten wir die Evaluation sowie die Veröffentlichung des Modern Slavery Statements verschieben
 <p>Prinzip 6 Vermeidung von Diskriminierung</p>	<p>Die Sicherstellung von Chancengleichheit gehört zu den obersten Prioritäten unseres HR-Managements. Das betrifft die Förderung eines ausgewogenen Verhältnisses von Frauen und Männern auf allen Unternehmensebenen ebenso wie die strikte Regelung, dass weder Nationalität noch ethnische Zugehörigkeit, Religion und Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexuelle Orientierung oder Identität bei Gebr. Heinemann jemals Anlass für Benachteiligungen welcher Art auch immer sein dürfen. Die Arbeitsbedingungen innerhalb der gesamten Gebr. Heinemann Gruppe sind von einem gemeinsamen Wertekanon geprägt, der klare Vorstellungen von gegenseitigem Respekt, Schutz vor Diskriminierung und der Möglichkeit der freien Meinungsäußerung umfasst.</p> <p>Ein wichtiger Bestandteil im Sinne der Chancengleichheit sind Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Der Großteil der Beschäftigten in den Duty Free Shops arbeitet im Schichtdienst. Mobile Arbeitsinitiativen sind nur in den Corporate Offices möglich und werden dort auch gelebt. In den Shops ist die Präsenz im Geschäft Kernbestandteil der Beschäftigung. In der Schichtplanung wird deshalb auf die Bedürfnisse jedes Einzelnen im Rahmen der Möglichkeiten Rücksicht genommen.</p> <p>Wer die gleiche Leistung erbringt, soll auch den gleichen Lohn erhalten – dieser Grundsatz ist selbstverständlich bei GH. Keine der oben genannten Diversity-Dimensionen darf jemals Grund für Lohnunterschiede bei gleichwertiger Arbeit in unserem Unternehmen sein. Im Bedarfsfall ermitteln wir die Gleichwertigkeit von Tätigkeiten auf Basis der jeweiligen konkreten Anforderungen.</p>	<p>Chancengleichheit SDG 5 (Gender Equality), SDG 10 (Reduced Inequalities) <i>Die Daten werden bisher nur für die Gebr. Heinemann SE & Co. KG erhoben und beziehen sich auf 2019</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau digitaler Weiterbildungsmöglichkeiten in der Coronakrise • Förderung von Diversität: Gebr. Heinemann vereint 74 verschiedene Nationalitäten • Geschlechterverteilung in der Belegschaft: 60 % Frauen, 40 % Männer • Geschlechterverteilung auf Führungsebene: jeweils rund 50 % auf Teamleiter- (48%) und Head-of-Ebene (53%) sind weiblich. Auf Direktorebene sind 16% weiblich und das Executive Board ist ausschließlich männlich besetzt • Anteil Mitarbeitender in Elternzeit: 9 %, davon 21 % Männer • Bei Anträgen, die mit Bezug auf das in Deutschland eingeführte Entgelttransparenzgesetz eingereicht wurden, wurde keine Diskriminierung festgestellt

Prinzip	Kommentar	Konkrete Maßnahmen
Umwelt und Klima		
 <p>Prinzip 7 Vorsorgender Umweltschutz</p> <p>Prinzip 8 Initiativen für größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt</p> <p>Prinzip 9 Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologie</p>	<p>„Wir übernehmen Verantwortung für den Schutz der natürlichen Umwelt und wollen unsere Umweltauswirkungen, wo immer es möglich ist, minimieren.“ Raoul Spanger, COO</p> <p>Eine wichtige Basis dafür bildet die Messbarkeit der Umweltauswirkungen. Hier arbeiten wir noch an einer Aufstellung, um einen konkreten Reduktionsplan formulieren zu können. Das in 2019 in Deutschland durchgeführte Energieaudit in der Zentrale in der Koreastraße 3-5, den Logistikzentren Allermöhe bei Hamburg und Erlensee bei Frankfurt sowie ausgewählten Heinemann Duty Free Shops, bildet hierfür bereits eine gute Basis.</p> <p>Einige Standorte, wie beispielsweise unser Joint Venture Travel Retail Norway oder Tax Free Copenhagen, haben bereits ihren CO₂-Fußabdruck ermittelt und entsprechende Reduktionsmaßnahmen wie die Vermeidung von Flaschenschonern und die Verbesserung des Abfallmanagements umgesetzt.</p> <p>Unabhängig davon haben wir beispielsweise im Bereich Retail Design bereits zukunftsweisende, ressourcenschonende Shopkonzepte erarbeitet, deren Umsetzung zum Zeitpunkt des Berichts noch in Planung war.</p> <p>Zudem sind wir auch mit unseren Geschäftspartnern und über unsere Branchenverbände im engen Austausch, wie negative Auswirkungen auf die Umwelt minimiert werden können und wo eine Zusammenarbeit zielführend sein kann. Insbesondere fokussieren wir uns neben dem verstärkten Einsatz von recycelten und wiederverwertbaren Materialien auf die Reduktionsmöglichkeiten in folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verpackungs- und Verarbeitungsmaterialien • Kunststoffen und Mikrokunststoffe • Emission von Treibhausgasen • Sowie den verstärkten Einsatz von recycelten und wiederverwertbaren Materialien <p>Neben international beliebten Marken setzen wir auf das Angebot und damit auch die Förderung regionaler sowie biozertifizierter Produkte und Hersteller an nahezu allen unseren Standorten.</p>	<p>Stakeholder Dialogue / SDG 17 (Partnerships):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Austausch zu Umweltthemen im Sustainability Panel beim Gebr. Heinemann Strategy Day im September 2019 in Hamburg und beim Business Forum der European Travel Retail Confederation (ETRC) im Februar 2020 in Amsterdam sowie bilateral mit Geschäftspartnern und Lieferanten • Konstanter Austausch in Branchenverbänden sowie über UNGC-Veranstaltungen • Zusammenarbeit mit der Meeresschutzorganisation OceanCare • Abteilungsübergreifende Projektgruppen <p>POS / Range SDG 12 (Responsible Consumption and Production)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenschonendes Retail Design: Erarbeitung von standortspezifischen Konzepten • POS Kommunikation zur Vermeidung von Einwegplastik wie Flaschenschonern oder Plastiktüten in Kooperation mit OceanCare: Über 70% Reduktion seit Einführung kostenpflichtiger Plastiktüten in 2017. Der Erlös – insgesamt rund 500.000 € – ging als Meeresschutzkompensation vollständig an OceanCare • Verantwortungsvolle Kosmetikprodukte: Das Konzept „Clean Beauty“ umfasst bei GH High-Performance-Produkte, die gut für den Körper und die Umwelt sind. Zugleich erhalten überzeugte Gründerinnen und Gründer eine internationale Bühne für ihre Produkte • Verantwortungsvolle Genussmittel: Angebot von biozertifizierten Produkten • Biozertifizierung DE-ÖKO-006: Das Handling von Bioprodukten unterliegt einer strengen Regulierung gemäß der EG-Ökoverordnung. Die Gebr. Heinemann Logistikzentren in Hamburg-Allermöhe und in Erlensee bei Frankfurt haben diese für das Handling von Bioprodukten erforderliche Zertifizierung • Vermeidung von Vernichtung: Im Zuge der Corona-Krise waren von einem Tag auf den anderen alle Flughafenshops geschlossen. Aktionsware wie Osterhasen oder Ware, deren Haltbarkeit begrenzt ist, wurde mit viel persönlichem Einsatz der Kollegen vor Ort zu gemeinnützigen Organisationen wie den Tafeln oder zu den Frontline-Workers gebracht <p>Energieverbrauch SDG 13 (Climate Action)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfung der Umstellung auf Stromversorgung aus nachhaltigen Quellen (das Ergebnis stand zum Zeitpunkt des Berichtes noch nicht fest) • Ermittlung und Umsetzung weiterer Einsparpotentiale auf Basis des Energieaudits nach DIN EN 16247

Prinzip	Kommentar	Konkrete Maßnahmen
Korruptionsprävention		
<p>Prinzip 10 Maßnahmen gegen Korruption</p>	 <p>„Gebr. Heinemann verurteilt Korruption und versteht dies als Teil seiner Verantwortung gegenüber der Gesellschaft.“ Stephan Ernst, CFO</p> <p>Dieses Vorgehen verstehen wir als Teil unserer betrieblichen und gesellschaftlichen Verantwortung.</p> <p>In Situationen, in denen Interessenkonflikte auftreten können, werden Vorgesetzte oder der Bereich Compliance mit einbezogen und es wird geprüft, ob Entscheidungsprozesse fortgesetzt werden können.</p> <p>Beim Umgang mit Einladungen, Geschenken, Zuwendungen oder anderen Vergünstigungen folgen wir den Grundsätzen der Rechtmäßigkeit, Verantwortlichkeit und Angemessenheit.</p> <p>Dieses sensible Thema wird sukzessive global in Pflichtschulungen adressiert.</p>	<p>Pflichtschulungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Verankerung in der Organisation erfolgte bereits u.a. in regelmäßigen Compliance-Schulungen zu Datenschutz, sicheren Lieferketten, Jugendschutz und Kartellrecht. Für eine weitere Schulung zur Korruptionsprävention wurde bereits ein Schulungskonzept entwickelt. Die Schulung in Kleingruppen mit insgesamt über 300 Teilnehmern aus verschiedenen Fachbereichen war für Anfang 2020 geplant, ist aber aufgrund der Corona-Pandemie bisher noch nicht durchgeführt worden. Aktuell wird ein Online-Schulungsprogramm erarbeitet

Impressum

Herausgeber:

Gebr. Heinemann SE & Co. KG, Koreastraße 3, 20457 Hamburg · Germany

Tel.: +49 (40) 30 10 20

E-Mail: info@gebr-heinemann.de

www.gebr-heinemann.de

www.heinemann-shop.com

Textliche Konzeption und Realisation:

Gebr. Heinemann SE & Co. KG – Corporate Affairs,
Svenja Fischer (s_fischer@gebr-heinemann.de)

Gestalterische Konzeption und Realisation:

Gebr. Heinemann SE & Co. KG – Marketing

Veröffentlichung:

August 2020