



**Gebr. Heinemann**  
Gegründet 1879

# VERANTWORTUNG. ZUSAMMENARBEIT. TRADITION.

Corporate Responsibility Report 2016



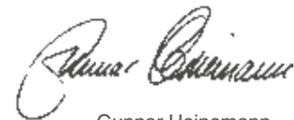


Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser!

Ein Unternehmen wie unseres, das an vielen Reisezielen dieser Welt vertreten ist, muss seine Zeichen mit Bedacht setzen. Wir wollen vorantreiben, wir wollen gestalten – aber wo es machbar ist, im Einklang mit der Umwelt. Ob es um die regionalen Sitten und Bräuche der Länder geht, in denen wir als Distributeur und Einzelhändler agieren, oder um die Natur weltweit – wir sind bemüht, uns harmonisch in die Umgebung einzugliedern. Die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens ist für uns kein modisches Schlagwort. Es ist der Kern unserer DNA, es ist das althergebrachte Ideal des „Ehrbaren Kaufmanns“, auf das wir uns seit der Gründung von Gebr. Heinemann im Jahre 1879 verpflichtet haben. Heute sind wir entschlossen, diese Bedeutung auch zu dokumentieren und uns zu ihr zu bekennen.

Es macht uns stolz, dass unsere Mitarbeiter von Hamburg bis Sydney immer wieder bestätigen, dass wir unsere zentralen unternehmerischen Werte im geschäftlichen Alltag erfolgreich leben: Vertrauen, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit, Beständigkeit und Kundenbegeisterung. Diese Haltung des bedingungslosen Zusammenhalts macht uns zu einer globalen Familie, in der man sich gegenseitig unterstützt, achtet und wertschätzt. Der vorliegende Bericht über unser nachhaltiges Handeln zeigt Ihnen, wie vielseitig die Maßnahmen sind, mit denen wir unserer Verantwortung für die Mitarbeiter, die Gesellschaft und unsere Umwelt gerecht werden.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen und Entdecken!

  
Gunnar Heinemann

  
Claus Heinemann

Unser Geschäftsmodell	S. 06
Unser Profil als nachhaltiges Unternehmen	S. 08
Unsere Stakeholder	S. 10
Unsere Berichtsfelder	
Kunden & Partner	S. 14
Mitarbeiter	S. 24
Gesellschaftliches Engagement	S. 38
Logistik	S. 50
Architektur	S. 56
Highlight 2016/17: Aktion für den Meeresschutz	S. 62
Zertifikate und Mitgliedschaften	S. 64
Über diesen Bericht	S. 65

SEITE

# 12

## ÖKONOMIE

Kunden & Partner |  
Seite 14-21



ÖKONOMIE

SEITE

# 22

## SOZIALES

Mitarbeiter |  
Seite 24-37

Gesellschaftliches Engagement |  
Seite 38-47



SOZIALES

SEITE

# 48

## ÖKOLOGIE

Logistik |  
Seite 50-55

Architektur |  
Seite 56-61

HIGHLIGHT 2016/17:  
Aktion für den Meeresschutz |  
Seite 62-63



ÖKOLOGIE

# UNSER GESCHÄFTSMODELL

Wie schafft es das Duty Free-Unternehmen Gebr. Heinemann, global erfolgreich zu sein? Ganz einfach: Wir sind aus Tradition modern. 1879 gegründet, sahen wir uns immer mit einem stetig wandelnden internationalen Marktumfeld konfrontiert. Als unabhängiges Familienunternehmen schreiben wir deshalb seit Anbeginn Travel-Retail-Geschichte von morgen.

Die Reise des Kunden begleiten wir heute und zukünftig mit dem besten Multi-Channel-Angebot. Unser Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, weltweit individuelle Konzepte mit unseren Geschäftspartnern umzusetzen und dabei die Werte von Gebr. Heinemann zu leben. Unsere Mission ist, international Service zu leben und einen Mehrwert zu schaffen – begeistert und menschlich.

## Verwaltungsrat:



Claus Heinemann  
(Inhaber)



Gunnar Heinemann  
(Inhaber)

## Geschäftsführende Direktoren:



Stephan Ernst  
(Finanzen, IT)



Peter Irion  
(Distribution)



Kay Spanger  
(Einkauf, Logistik)

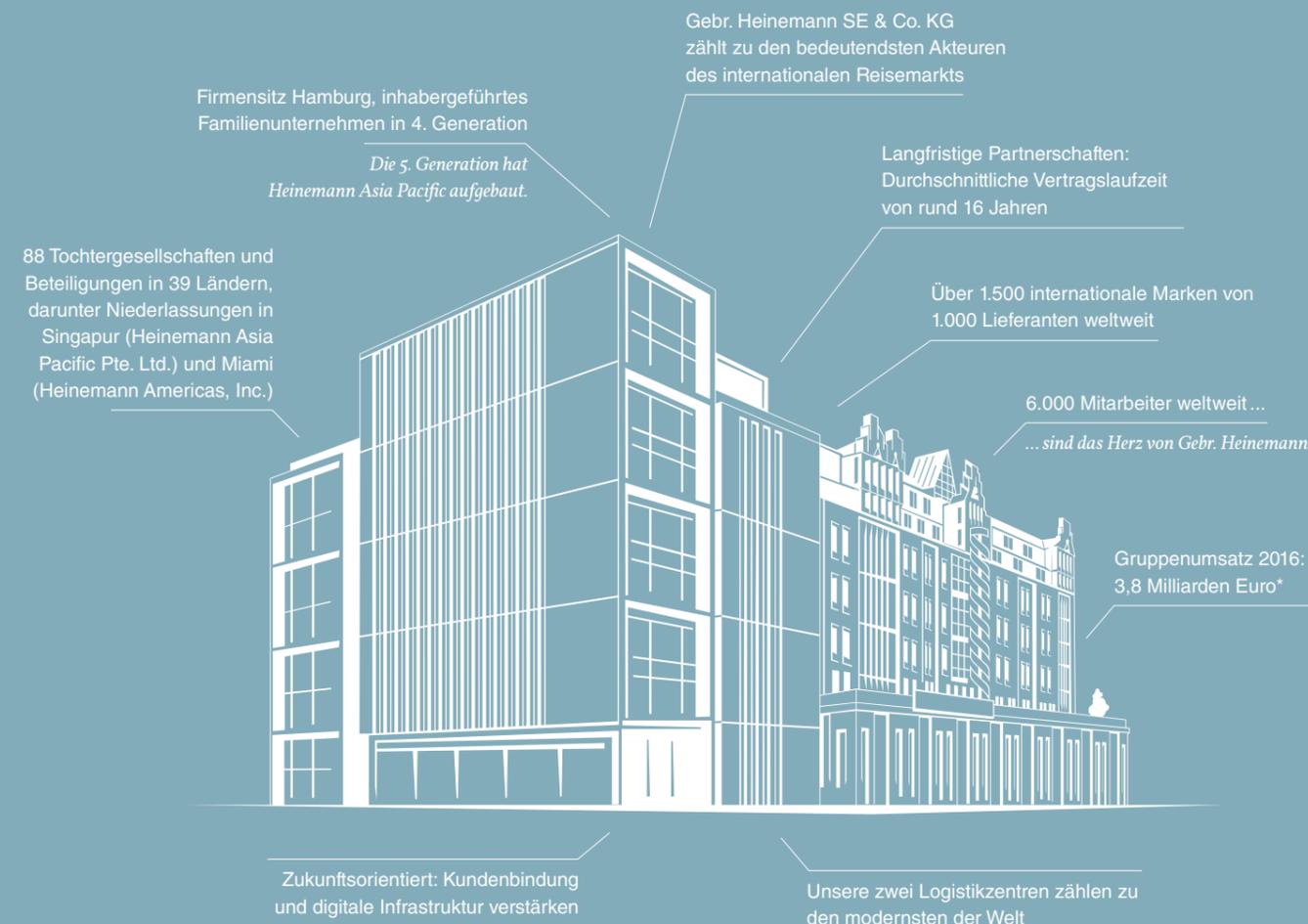


Raoul Spanger  
(Retail, HR)

## Geschäftsfelder

**Distribution:** 1.000 Kunden in über 100 Ländern, darunter Airports, Airlines, Bordershops und Fähren

**Einzelhandel:** Betreiber von über 320 HEINEMANN Duty Free & Travel Value Shops sowie diversen Marken- und Concept Shops an 77 internationalen Flughäfen in 28 Ländern. Mehr als 60 Bordershops unter der Einzelhandelsmarke Travel FREE, mehr als 20 Shops auf über zehn Kreuzfahrtschiffen



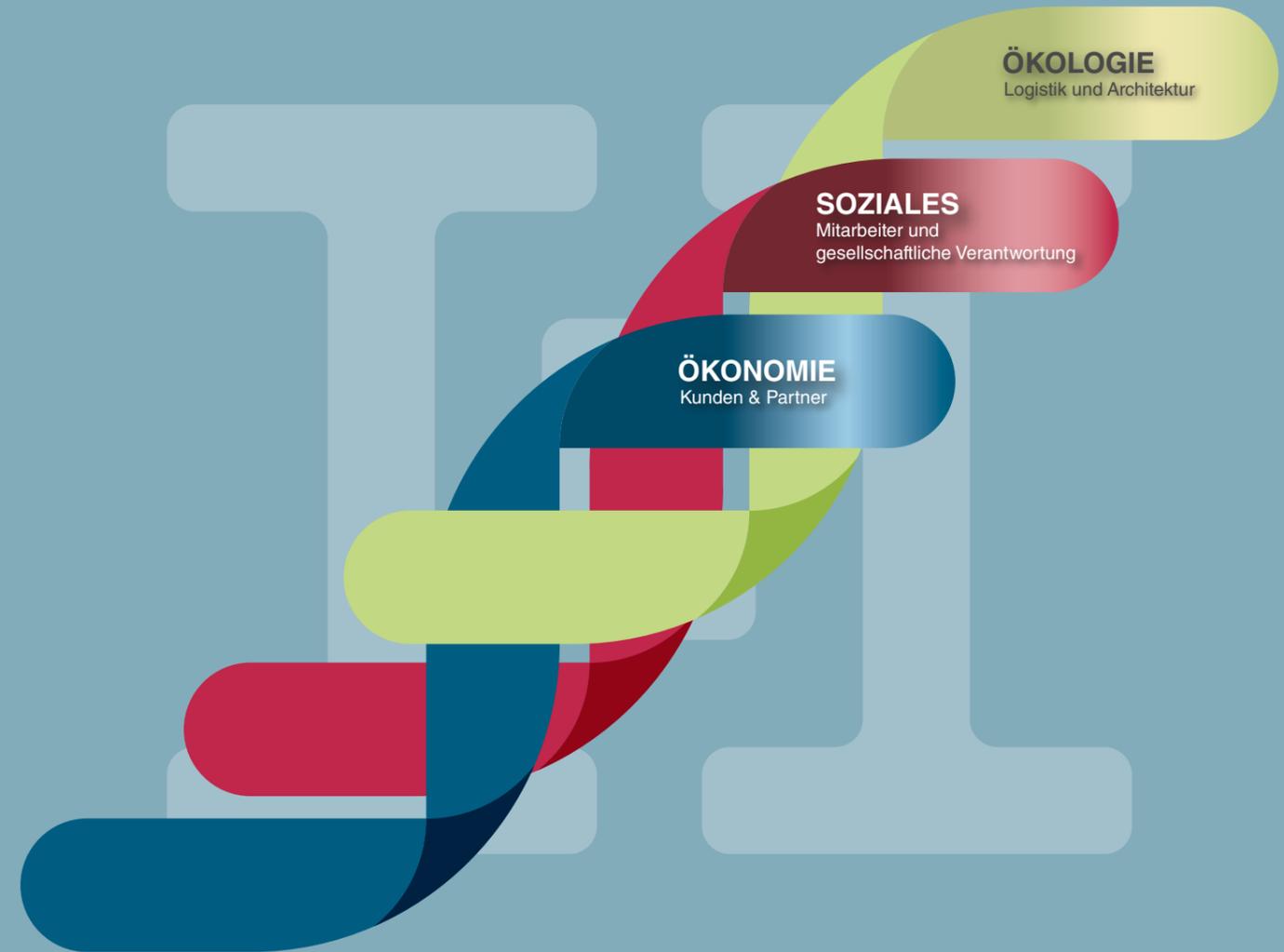
\* vorläufiger Gruppenumsatz von Gebr. Heinemann und Beteiligungen. Konsolidierter Umsatz von Gebr. Heinemann gemäß HGB: 2,9 Mrd. €

# UNSER PROFIL ALS NACHHALTIGES UNTERNEHMEN

*Corporate Responsibility ist für uns keine Frage von Trends und Zeitgeist.  
Sondern von unternehmerischer DNA.*

Der CR-Ansatz von Gebr. Heinemann beruht auf dem klassischen Drei-Säulen-Modell. Dieses erlaubt es, die unternehmerischen Tätigkeiten nach drei Aspekten zu werten: nach **ökonomischen**, **sozialen** und nach **ökologischen** Gesichtspunkten. Das Drei-Säulen-Modell ist bei uns wiederum in fünf Kernbereiche gegliedert. Dabei werden Geschäftsbeziehungen, Mitarbeiter, gesellschaftliches Engagement, Architektur und Logistik gesondert betrachtet. Dieser Einteilung folgt auch unser Report. Abhängig von den Schwerpunkten der jeweiligen Kernbereiche fällt die Gewichtung der ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekte unterschiedlich aus.

Das Corporate Responsibility (CR) Modell von Gebr. Heinemann



# UNSERE STAKEHOLDER

*Von allen Seiten werden hohe Ansprüche an uns gestellt. Die höchsten von uns selbst.*

„Gebr. Heinemann ist eines der führenden Unternehmen der Duty-Free-Branche, tätig in den Geschäftsfeldern Einzelhandel und Distribution“. Diese Definition beschreibt unser Tätigkeitsfeld. Was uns aber täglich antreibt ist, Menschen aus diversen gesellschaftlichen Bereichen und Ländern zu begeistern und dabei erfolgreich zu sein. Uns ist bewusst, dass aus diesem weltumspannenden Bestreben eine globale Verantwortung erwächst. Uns ihr zu stellen, ist eines unserer zentralen Anliegen.

*Wir sind auf der ganzen Welt tätig.*

*Und übernehmen darum an unseren Standorten Verantwortung.*

Unser Unternehmen wächst kontinuierlich. Damit steigt auch die Zahl der Menschen, die mit unseren unternehmerischen Tätigkeiten in Zusammenhang stehen und in Berührung kommen. Das sind Gruppen mit unterschiedlichen, nicht selten gegensätzlichen Ansprüchen. So richtet sich das Interesse unserer Zulieferer in erster Linie auf Effizienz und eine gute Anbindung, während unsere Mitarbeiter neben einem sicheren Arbeitsplatz zusätzlich gutes Arbeitsklima erwarten.

*Wachstum kommt nicht von ungefähr. Sondern von innen.*

In der Branche ist es kein Geheimnis: Wir wählen als Mitarbeiter nicht nur die Besten auf ihrem Gebiet aus, sondern auch diejenigen, die am besten zu uns passen. Und von diesen verlangen wir viel – zum Wohl unserer Kunden. Gleichwohl folgt aus unseren hohen Erwartungen an unsere Mitarbeiter, dass auch sie von uns viel erwarten können! Diesem Anspruch gerecht zu werden, hat für uns Top-Priorität. Denn wir werden in unserem Markt nur dann langfristig bestehen, wenn wir unsere Attraktivität als Arbeitgeber wahren können.

So verschieden die Ansprüche der Stakeholder sein mögen, eines verbindet sie: Sie haben alle Anspruch auf Respekt. Dieser richtet sich aber immer in zwei Richtungen: nach außen ebenso wie nach innen.

*Die Welt von Gebr. Heinemann bietet eine ungeheure Vielfalt.  
Genau wie unsere Stakeholder.*

Die wichtigsten Anspruchsgruppen von Gebr. Heinemann im Überblick.

Stakeholder und ihre Interessen



# ÖKONOMIE

*Ökonomisches Denken ist die Königsdisziplin eines jeden Unternehmens. Auch bei Gebr. Heinemann steht klar der Erfolg im Fokus. Allerdings interpretieren wir Erfolg auf zeitgemäße Weise, und das heißt: partnerschaftlich. Da wir im Zentrum eines Geflechts verschiedener Ansprüche, Aufgaben und Erwartungen stehen, ist für uns der Erfolg von heute nur dann wirklich einer, wenn er zum Erfolg von morgen beiträgt. Wir denken nicht nur zahlenorientiert, sondern stellen den Menschen in den Mittelpunkt. Ein Handschlag ist daher für uns sehr viel mehr als ein juristisches Symbol – er ist eine verbindliche Geste, die nicht zuletzt über den Erfolg unserer Wertschöpfung entscheidet. Nur Hand in Hand mit unseren Kunden und Partnern können wir unsere Ziele erreichen: exzellente Performance auf allen Ebenen und nachhaltigen Erfolg, der mit ökonomischem Denken beginnt, aber lange noch nicht endet.*





# KUNDEN & PARTNER

# So viele Länder, so viele Wertesysteme. Allein Leidenschaft ist universell gültig.

Welchen Stellenwert haben Kundenbeziehungen für ein Unternehmen, dessen Kerngeschäft darin besteht, Menschen Freude zu bringen? Einen zu hohen, um es bei bloßen Bekundungen guten Willens zu belassen. Welche Bedeutung wir Kundenbeziehungen beimessen, erkennen Sie an der Leidenschaft, mit der wir für unsere Kunden da sind. Für jeden einzelnen Kunden, über 40 Millionen Mal im Jahr! Aber lassen Sie sich nicht täuschen: Unsere Kunden sind für uns nicht bloß ein Faktor in unseren Bilanzen. Sie sind der Sinn unseres Handelns. Deshalb legen wir Wert darauf, unser wirtschaftliches Handeln auch von Begeisterung leiten zu lassen.

*Unser Managementansatz beruht auf effektiven Tools.  
Das wichtigste: Fingerspitzengefühl.*

Handel lebt von Beziehungen. Dieses Credo erhält besonders dann eine enorme Komplexität, sobald Sie Ihre Beziehungen rund um den Globus pflegen, vor dem Hintergrund einer Vielzahl von Kulturen, Sprachen und Rechtsauffassungen. Unter solchen Bedingungen müssen nicht nur Ihre Produkte stets Premium sein, sondern auch Ihre Beziehungen. Hierin liegt der besondere Reiz unseres Geschäfts: Es ist von A bis Z von Menschen bestimmt und deswegen in hohem Maße abhängig von Intuition und Einfühlungsvermögen. Risikomanagement-Tools leisten uns bei dieser Arbeit wertvolle Unterstützung. Im Endergebnis aber ist der gesamte Prozess eine Frage des Fingerspitzengefühls – von der Produktion über die Distribution bis zum Lächeln unserer zufriedenen Kunden. Genau davon lebt unser Geschäft.

*Qualität geben wir nicht aus der Hand –  
ihre Sicherung schon.*

Bureau Veritas, eine der weltweit führenden Inspektions-, Klassifikations- und Zertifizierungsgesellschaften, überprüft in unregelmäßigen Abständen einzelne Nichthandelswaren nach Kriterien aktueller Sozial- und Umweltstandards. Zu diesen geprüften Waren zählt auch die Mitarbeiterkleidung für die Kollegen in den HEINEMANN Duty Free Shops. Ein kleines, aber sichtbares Beispiel, das beweist, wie wir den Werten unseres Familienunternehmens auch im internationalen Maßstab Wirkung verschaffen.

*Was für uns „Think Global, Act Local“ bedeutet?  
In Frankfurt ebenso zu überzeugen wie in Sydney.*

Wir glauben an internationale Partnerschaften, die sich auch in kritischen Zeiten bewähren. Wirtschaftliche Beziehungen sind für uns immer auch menschliche. Daher lautet eine unserer Management-Devisen: „Support of local communities.“ Für die Länder in denen wir tätig sind, hat diese Haltung angenehme Nebeneffekte: Immerhin sind wir nicht nur als verlässliche Arbeitgeber, die auch eine gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit lokalen Arbeitnehmervertretungen führen, mit den Regionen verwoben, sondern auch fleißige Steuerzahler. Mit den Standorten pflegen wir Kontakte auf hoher Vertrauensbasis und stehen mit unseren Tochterfirmen in täglichem Austausch. Dass sie so nachdrücklich Wert darauf legen, die hohen moralischen Standards, die die Firmenkultur von Gebr. Heinemann bestimmen, auch in ihrer täglichen Praxis umzusetzen, macht uns stolz.



# Das Geheimnis großer Zahlen? Großartige Menschen.

Vor über 135 Jahren sind wir als Großhändler und Schiffsausrüster gestartet – das spüren auch heute noch unsere mehr als 1.000 Distributionskunden in über 100 Ländern, darunter Flughäfen und Airlines, Bordershops und Fähren. Aber seit 47 Jahren haben wir unsere Leidenschaft auch für den Einzelhandel im Reisemarkt entdeckt. Deshalb handeln wir heute konsequent kundenorientiert im Sinne der rund 46 Millionen Reisenden, mit denen wir in unseren HEINEMANN Duty Free Shops Jahr für Jahr Kontakt haben. Dieses hoch differenzierte Serviceverständnis zahlt sich für alle Beteiligten aus – durch langfristige, verlässliche und vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen. Ob zu unseren Kunden, von denen uns rund eine halbe Million als exklusive HEINEMANN & ME-Mitglieder über viele Jahre hinweg die Treue halten. Oder zu den Airports, mit denen uns in der schnelllebigen Luftfahrt-Welt durchschnittliche Vertragslaufzeiten von 16 Jahren verbinden ebenso wie mit unseren Distributionskunden. Die längste Partnerschaft mit zwei unserer Distributionskunden besteht sogar schon über 66 Jahre.



**16 JAHRE**  
VERTRAGSLAUFZEIT ALS  
EINZELHÄNDLER UND DISTRIBUTEUR

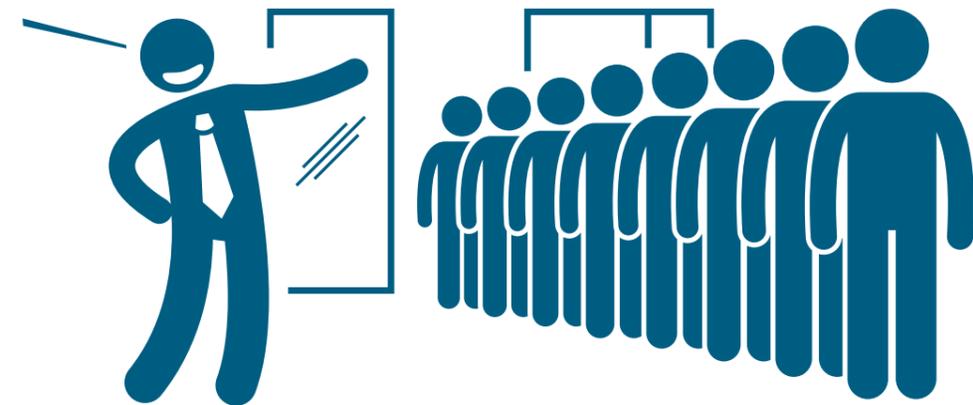
LÄNGSTE ZUSAMMENARBEIT  
MIT DISTRIBUTIONSKUNDEN:

\* Schiffsausrüster Prätorius und Gebr. Schoemaker  
(Lieferverträge ohne bestimmte Laufzeit)

**66 JAHRE\***



ENTSPRICHT JÄHRLICH  
GUT 46 MILLIONEN!



**ÜBER 500.000**  
KUNDEN NEHMEN AM  
**HEINEMANN & ME**  
KUNDENBEGEISTERUNGSPROGRAMM TEIL

*Qualität ist das Ergebnis hoher Ansprüche. Und langjähriger Geschäftsbeziehungen.*

Trendsetting verpflichtet: In den 1980er Jahren nahm Gebr. Heinemann als einer der ersten Duty-Free-Händler Weine ins Sortiment auf, heute wird mit dem seltenen Bordeaux „Sichel Family Reserve“ in ausgesuchten Shops wie Frankfurt, Oslo, Istanbul und Kopenhagen ein neues Kapitel in der Kategorie „Genuss mit Anspruch“ aufgeschlagen.

Exklusiv für uns von Maison Sichel produziert und abgefüllt, ist der edle Tropfen mit extra hohem Petit-Verdot-Trauben-Anteil die ideale Ergänzung zum letztjährig eingeführten „1211“ von Schloss Vollrads, einem der ältesten Weingüter der Welt. Der Wein ist außerhalb unseres Sortiments nur in Häusern der internationalen Spitzengastronomie zu finden. Die Kooperation mit Maison Sichel ist für uns ein Leuchtturm-Projekt, denn es bringt die selbstverständliche Verpflichtung beider Familienunternehmen auf kompromisslose Qualität idealtypisch und unangestrengt zum Ausdruck. Und, um das nicht zu vergessen: Wir arbeiten seit rund 20 Jahren zusammen! Denn auch Geschichte verpflichtet.



*Charles Sichel (vorne links) und drei seiner vier Brüder; David, James und Allan Sichel (v.l.) übergeben Claus und Gunnar Heinemann den Sichel Family Reserve.*



*Für 100% Genuss: Alcohol Code of Conduct.*

Wir wollen jede Reise in einen Traum verwandeln, aber nicht für böses Erwachen sorgen. Das gute Glas Rotwein am Abend der Heimkehr, bewusst genossen im Kreise der Lieben bei Lachen und Gesprächen: Das ist genau nach dem Geschmack von Gebr. Heinemann. Genuss ist in unserer Sicht der Dinge nämlich immer eine Frage des richtigen Maßes. Deshalb fördern wir einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol. Unsere Philosophie: mit allen Sinnen genießen – aber immer mit Augenmaß.



# SOZIALES

*Was in unserer Geschäftsphilosophie zwischen ökonomischem Erfolg und ökologischem Denken vermittelt, ist unsere konsequente Ausrichtung auf den Menschen. Das gilt in Bezug auf unsere Mitarbeiter ebenso wie hinsichtlich unseres sozialen Engagements an unseren verschiedenen Standorten. Es gilt beim gemeinsamen Renovieren beim Aktionstag Hamburger Unternehmen im gleichen Maße wie bei der kontinuierlichen Förderung der Mitarbeiter. Und es gilt vor unserer Haustür nicht weniger als im Tax Free Shop in Kopenhagen. Die Herausforderungen, vor denen wir Tag für Tag stehen, erscheinen gewaltig. Sie verlieren allerdings viel von ihrem Gewicht, wenn wir den Gedanken des Miteinanders, des gemeinsamen Stemmens und Schulterns von Aufgaben und Problemen stärker in den Vordergrund rücken. Denn das, was uns immer noch am meisten Kraft und Inspiration gibt, ist der Nächste an unserer Seite.*





# MITARBEITER

## Wir sind ein Familienunternehmen. Mit einem Wir-Gefühl in 85 Sprachen.

„Familienunternehmen“ – für uns ist das nicht nur eine Beschreibung der Eigentümerstruktur von Gebr. Heinemann. Das Wort bringt vielmehr unseren Spirit zum Ausdruck – es umfasst unsere Philosophie. Von Hamburg bis Sydney prägen familiäre Werte wie Vertrauen, Wertschätzung und Verantwortung die Zusammenarbeit bei Gebr. Heinemann. Denn tatsächlich arbeiten wir als eine große Familie zusammen. Im Alltag äußert sich diese Haltung als ständige Bereitschaft, sich gegenseitig zu unterstützen. Als Atmosphäre des Vertrauens. Und als Chancengleichheit. Wie Flughäfen, die Menschen aus aller Welt empfangen, sind wir selbst auch immer offen für neue Kulturen, neue Impulse und neue Ideen. Und wir fördern die, die unseren Weg von Offenheit und Neugier entschlossen und zielstrebig mit uns gehen.



### *Die Begeisterung der Kunden immer im Vordergrund. Das Vertrauen auf die eigene Stärke im Hintergrund.*

Während der letzten zehn Jahre konnten wir uns über ein rasantes Wachstum freuen. Für uns war das ein deutliches Signal, dass unsere Philosophie des „Führens mit Vertrauen“ auch in wirtschaftlicher Hinsicht ein Volltreffer ist! Weil wir auf Eigeninitiative und individuelle Entscheidungsmöglichkeiten setzen, fokussieren wir uns auf wenige, aber effiziente Managementsysteme und -tools. Dazu zählen unter anderem Mitarbeitergespräche, die für den fruchtbaren Austausch zwischen Führungskräften und Mitarbeitern sorgen. Seit 2016 führen wir diese Gespräche im deutschsprachigen Raum sowie in Sydney durch. Weitere internationale Standorte werden folgen. Globale Schulungen werden durch IT-gestützte Prozesse und Tools wie E-Learning unterstützt.

Führungstrainings und Verkaufstrainings zu „Verkaufen wie ein Heinemann“ werden ebenfalls weltweit nach den gleichen Standards angewendet. Auch das gehört zum Prinzip „Führen mit Vertrauen“.

Als rasant wachsendes Unternehmen bedarf es viel Feingefühl, die dezentrale Organisation mit notwendigen standardisierten Prozessen zu verbinden. Der Managementansatz beruht auf diesem Spagat, dezentrale Umsetzung zu fördern aber gleichzeitig standardisierte Prozesse einzuführen, wo es sinnvoll erscheint. Die Internationalisierung ist auch in den kommenden Jahren eine zentrale Herausforderung.



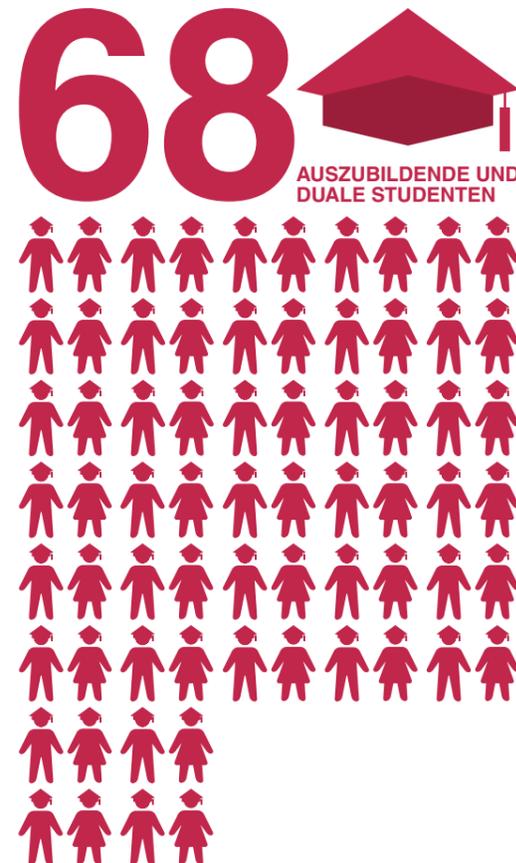
*„Bei Gebr. Heinemann setzen wir nicht auf Monitoringtools. Sondern auf unser Gespür, immer die Leute zu finden, die in die Kultur eines Familienunternehmens mit viel persönlichem Freiraum passen und uns gleichzeitig fachlich voranbringen.“*

Dr. Wolfgang Thiele, Director Human Resources

*Der beste Weg, andere zu begeistern?  
Begeistert sein für das, was man tut.*

Qualität zu erreichen, ist ganz einfach – wenn man die Ansprüche von Anfang an kontinuierlich hoch hält. Dass in unserem Familienunternehmen so offen und wertschätzend miteinander gearbeitet wird, wir gemeinsam neue Wege gehen können, um Kunden immer wieder neu zu begeistern – für all diese Erfolgsfaktoren gibt es einen ganz einfachen Grund: Wir rekrutieren Kollegen, die am besten zu uns passen.

Wir haben klare Ziele und bleiben auch in schwierigen Zeiten dran – ein Grund, weshalb wir uns seit über 135 Jahren erfolgreich am Markt behaupten. Deshalb fordern wir unsere Mitarbeiter auch immer wieder heraus, Freiräume zielorientiert zu nutzen. So auch unsere Nachwuchstalente – 68 Auszubildende und Duale Studenten in Deutschland. Auch die Trainees bei Gebr. Heinemann gestalten die Zukunft des Duty-Free-Handels mit. 2016 haben alle 14 Trainees ihr Programm erfolgreich beendet und sind auf ihren Zielpositionen gestartet. Wir wissen, dass alle großes Potenzial haben, durch ihre tägliche Arbeit unser Unternehmen noch erfolgreicher zu machen.



*Wir fördern gezielt Talente.  
Damit die Talente uns gezielt fördern können.*

Mit unserem „Talent-Management“ haben wir bei Gebr. Heinemann einen strukturierten und nachhaltigen Prozess geschaffen, um unternehmensweit Potenziale zu identifizieren und zu fördern. Vielversprechenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern können wir damit den Weg zu einer Fach- oder Führungskarriere ermöglichen.

Insgesamt 71 Mitarbeiter wurden seit 2013 für unser Talentförderungsprogramm nominiert, 41 von ihnen haben das Programm erfolgreich absolviert. Dass von diesen 41 Kolleginnen und Kollegen schon wieder 31 einen weiteren Karriereschritt gemacht haben, spricht für die Qualität unseres Talent-Managements und für unsere Mitarbeiter gleichermaßen. Unser Talent-Management steht exemplarisch für unsere Philosophie: Erfolg entsteht, wenn jeder Handlungsspielräume hat und eigene Ideen einbringen kann.



"Ich bin seit sechs Jahren Teil der Gebr. Heinemann Familie, seit 2016 Managing Director in Budapest. Schon am ersten Probetag 2010 am Budapest International Airport hatte ich das Gefühl: Hier bin ich richtig! Nach dem Wirtschaftsstudium begann ich als Head of Assortment and Activity mit Verantwortung für vier Personen. Die Unterstützung durch meine Mentoren war unschätzbar. Auch als Mutter kam man mir mit flexiblen Arbeitszeitangeboten sehr entgegen. 2013 hatte ich das Glück, für das Talent-Management-Programm ausgewählt zu werden. Für meine persönliche Entwicklung ein Riesenschritt! Von der anspruchsvollen Feedbackkultur habe ich enorm profitiert, denn so lernte ich, notwendige Risiken einzugehen und die Potenziale von Kollegen präzise einzuschätzen. Als Teamleiterin Central Europe / South Eastern Europe wurde ich 2014 in die Zentrale berufen. Da man Mitarbeiter und Unternehmenswerte besser versteht, wenn man die Muttersprache beherrscht, wurde ich ermutigt, Deutsch zu lernen."



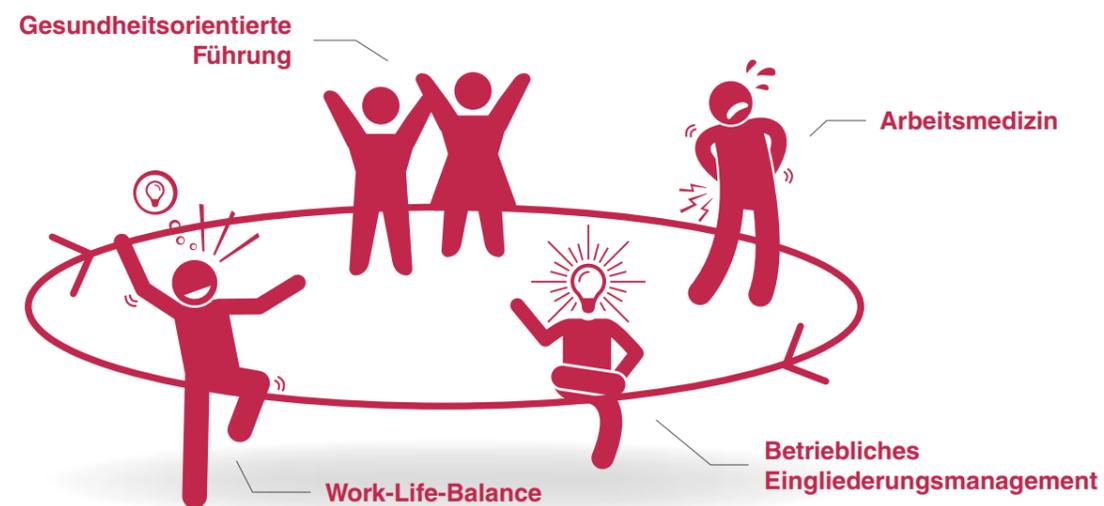
Ildikó Jankovich,  
Managing Director,  
Hungarian Duty Free Ltd.,  
Budapest International Airport



*Wir wollen für unsere Mitarbeiter nur das Beste.  
Einen wichtigen Grundsatz bildet ihre Gesundheit.*

Einer unserer Grundsätze lautet: „Wir bleiben dran.“ Das gilt selbstverständlich auch für die Gesundheit unserer Mitarbeiter. Mit einem betrieblichen Gesundheitsmanagement, das auf vier Säulen ruht, setzt Gebr. Heinemann sich für das ganzheitliche Wohlbefinden der Mitarbeiter ein.

An erster Stelle steht hierbei die gesundheitsorientierte Führung, die Stress und Unsicherheit durch Vertrauen und Schaffensfreude ersetzt. Begleitet wird diese Auffassung von Gesundheitsförderung und Arbeitsmedizin – hierzu gehören etwa Fragen der Ergonomie am Arbeitsplatz und das Angebot sozialer Beratung. Nach langer Krankheit machen wir uns für die Wiedereingliederung der betroffenen Kollegen stark und bieten darüber hinaus Umschulungsmöglichkeiten. Auch bei der Rentenbeantragung stehen wir mit Rat und Tat zur Seite. Überdies wollen wir unser „Wir bleiben dran“ auch in Hinsicht auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf leben.



*Mitarbeiterzufriedenheit ist für uns kein Fernziel.  
Sondern beginnt direkt hinter der Eingangstür.*

Das Stimmungsbild ist eindeutig: Unsere Mitarbeiter arbeiten gern bei uns. Das macht uns stolz, und es spornt uns an. Natürlich ist die Arbeit bei Gebr. Heinemann anspruchsvoll. Aber sie ist auch extrem abwechslungsreich und inspirierend. Immer wieder müssen wir uns neuen Situationen stellen – und uns auf sie einstellen. Um das zu erleichtern, bieten wir zahlreiche Möglichkeiten zur Fortbildung und zur persönlichen Weiterentwicklung.

Es erfüllt uns mit besonderem Stolz, dass wir unseren Grundsatz „Wir begeistern Kunden“ in unserer täglichen Arbeit umsetzen, von der Zentrale in Hamburg über unsere Standorte in Oslo und Budapest bis nach Sydney. Jeder Mitarbeiter fühlt sich bestärkt durch das ihm entgegengebrachte Vertrauen und den speziellen Teamgeist, der in unserem Unternehmen herrscht. Jeder empfindet sich als Teil eines Ganzen, als wichtiger Bestandteil des Gebr. Heinemann Teams.



## INTERNATIONALE MITARBEITERSTIMMEN



Yang (Simon) Wang,  
Sales Team Leader, Heinemann Tax & Duty Free Sydney

“

Warum ich gerne bei Heinemann arbeite? Weil wir alle wie eine Familie zusammenwirken. Das unterscheidet uns deutlich von anderen Unternehmen, für die ich tätig war. Wenn im Lager mal etwas fehlt, helfen die anderen Shops gerne aus. Ich habe einen fantastischen Manager, der immer zuhört und meine Meinung wirklich wertschätzt. Das gibt einem das Gefühl, Teil des großen Gebr. Heinemann Teams zu sein.

”

“

Bei Heinemann Asia Pacific ist alles auf Wachstum ausgerichtet. Seit ich hier arbeite, habe ich nie Stillstand erlebt. Das hält einen wach. Außerdem gibt es zahlreiche Entwicklungsmöglichkeiten für uns. Weiter so!

”



Nur Faradillah Azmi,  
Category Officer bei Heinemann Asia Pacific (HAP)

“

Für mich ist Heinemann eine Familie, die versucht, andere Familien glücklich zu machen. Zur Heinemann-Kultur gehört wesentlich, dass wir uns füreinander einsetzen und besonders für unsere Kunden, denn wir möchten ihnen Weltklasse-Erfahrungen vermitteln. Die Atmosphäre ist super, du wirst als Angestellter gehört und wahrgenommen. Aufgrund dieses Zusammenhalts fühle ich mich bei der Arbeit, als wäre ich unter Freunden, weil wir alle an einem Strang ziehen. Auch das Gefühl, dass man sich hier um mich sorgt, gibt mir ein Gefühl von ‚Zuhause auf der Arbeit‘. Nie fühle ich mich als bloße Nummer.

”



Sarah Noor,  
Sales Assistant, Piershop Tax Free Copenhagen

“

Die sechs Monate, die ich jetzt bei Heinemann Americas arbeite, waren ein reines Vergnügen. Eine großartige Arbeitsatmosphäre, verlässliche Kollegen und tolle Führung durch unser Management machen mich froh, ein Teil dieses Teams zu sein. Unsere Ausrichtung auf die Wachstumsstrategie erfüllt mich mit Zuversicht, dass wir als Team und als Teil von Heinemann noch mehr erreichen können – nicht nur als Unternehmen, sondern jeder einzelne von uns. Ich freue mich auf viele weitere Herausforderungen.

”

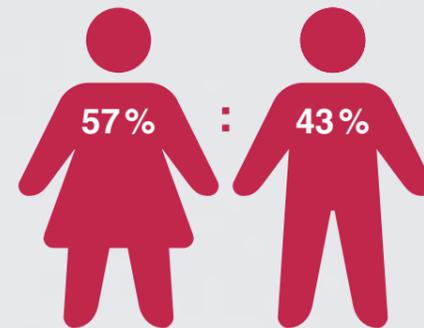


Mirjana Renic,  
Controller bei Heinemann Americas (HA)

*Vielfalt zu beschwören, ist ganz einfach.  
Sie zu leben auch.*

Bei Gebr. Heinemann leben wir Vielfalt, höflichen Umgang und gegenseitigen Respekt unter den Kollegen. Wir geben allen Menschen gleiche Chancen, ungeachtet ihrer ethnischen Herkunft, Hautfarbe, Nationalität, Abstammung oder ihres Geschlechts. Wir lassen nicht zu, dass Mitarbeiter diskriminiert, benachteiligt oder bevorzugt werden. Insbesondere, wenn die eigene Mitarbeiterschaft sich aus über 80 Nationalitäten zusammensetzt, muss man das Thema Vielfalt diversifizierter angehen als andere Unternehmen. Beispielsweise, indem man eine Intranet-Institution schafft wie das „Gebr. Heinemann inside“. Diese zentrale Informations- und Kommunikationsplattform steht nach Deutschland und Österreich nun auch den Retail-Standorten Dänemark, Polen und Sydney sowie den Tochtergesellschaften Heinemann Asia Pacific und Heinemann Americas zur Verfügung und wird weiter ausgebaut. Mitarbeiter in den genannten Regionen können hier nicht nur jederzeit auf online bereitgestellte News aus der Zentrale zugreifen, sie können auch lokale Informationen in ihrer Landessprache veröffentlichen. Dies ist ein unschätzbare Beitrag zur Unternehmenstransparenz und zum digitalen Datenfluss innerhalb des Unternehmens. Wir schaffen damit eine hohe Transparenz. Unser Ziel ist, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Gebr. Heinemann auf den gleichen Wissensstand zu den Aktivitäten der Gruppe zu bringen.

### VERHÄLTNISS FRAUEN ZU MÄNNERN AN UNSEREN DEUTSCHEN STANDORTEN



# 85

NATIONALITÄTEN





# GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

## Wir arbeiten für die süßen Seiten des Lebens. Engagieren uns aber auch gegen die bitteren.

Vielfalt macht unser Sortiment stark, auf Vielfalt legen wir auch Wert bei unserem sozialen Engagement. So ließ Gebr. Heinemann im Jahr 2016 mehr als 100 gemeinnützigen Organisationen finanzielle Unterstützung zukommen. Es ist uns sehr wohl bewusst, in welcher privilegierten Position wir uns befinden – ob es nun um das Privileg geht, Menschen mit hochwertigen Produkten besondere Momente zu schenken, oder um den Vorzug, einer erfüllenden Tätigkeit in einem familiären Team nachgehen zu dürfen. Daraus leiten wir die Verpflichtung ab, der Gesellschaft und den Menschen etwas zurückzugeben. Die beeindruckende Vielfalt von karitativen Ideen, mit denen unsere Mitarbeiter uns regelmäßig überraschen zeigt, dass wir auch diesem Anspruch gerecht werden.

*Kaufleute haben immer die Zukunft im Blick.  
Wir sind aus Tradition modern.*

Wir verbinden im Geschäftsleben Tradition mit Moderne und schreiben schon seit 1879 Geschichte von morgen. War es bislang unsere Strategie, uns vor allem im allernächsten Umfeld, also vor den Toren unserer Unternehmenszentrale in der Hamburger Speicherstadt, mit Spenden und Sponsoring zu engagieren, sind wir mittlerweile dazu übergegangen, die ganze Welt als unsere Nachbarschaft zu betrachten. Dahinter steht der Wunsch, unserem kaufmännisch geprägten Verhaltenskodex mit den Mitteln eines Global Player auch international Geltung zu verschaffen.



*Beim sozialen Engagement auf lokaler Ebene leiten uns drei Dinge:  
In Not geratene Menschen, Förderung von Kunst & Kultur  
sowie Wissenschaft & Forschung.*

Seit 137 Jahren in Hamburg verwurzelt, engagieren wir uns unbürokratisch und konsequent für über 100 Vereine, Stiftungen und soziale Einrichtungen. So besteht zwischen dem Altonaer Kinderkrankenhaus in Hamburg und Gebr. Heinemann eine langjährige Partnerschaft: Wir unterstützen das Krankenhaus sowohl mit finanziellen Leistungen und Sachspenden als auch mit unserer Tatkraft. Weitere Schwerpunkte sind die Unterstützung in Not geratener Menschen und die Stärkung des kulturellen Lebens. Wir sind überzeugt, dass Hamburg, um auch in Zukunft hervorragend aufgestellt zu sein, eine gesunde Vielfalt in Kultur, Forschung, Bildung und im Sozialen braucht.

### *Bürger für Bürger.*

Die BürgerStiftung Hamburg wird 2017 zum elften Mal ein Projekt auszeichnen, das den Leitsatz „Menschen verbinden – Zukunft stiften“ am wirkungsvollsten umgesetzt hat. Und wieder wird Gebr. Heinemann das Preisgeld stiften. Jahr für Jahr werden mit der Auszeichnung innovative und erfolgreiche Hamburger Projekte gewürdigt, die das Miteinander in der Stadt fördern und Gegensätze überwinden, die Annäherungen schaffen zwischen verschiedenen Generationen, Menschen mit und ohne Handicap und zwischen verschiedenen Kulturen, Religionen und Milieus. Ziel ist es, die Bürger zu ermutigen, dass sie Verantwortung übernehmen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Hamburg stärken.



## Die Heinemänner als Heinzelmännchen.

„Wi mook dat“, zu Hochdeutsch: „Wir machen das“ – nämlich streichen, hämmern und bauen im von Wasserschäden gepeinigten Vereinshaus von „Get the Kick e.V.“ auf der Veddel. „Wi mook dat“, das ist ein Aktionstag verschiedener Hamburger Unternehmen, an dem gemeinnütziges Engagement fassbar wird. So packten zehn Kolleginnen und Kollegen um den Geschäftsführenden Direktor Finanzen und IT, Stephan Ernst, fleißig mit an bei der Instandsetzung des schwimmenden Pontons des Bootshauses. Sie halfen beim Ausbau eines Innenraums und beim Streichen des Treppenaufgangs. „Get the Kick“ betreibt Gewaltprävention durch sinnvolle Aktivitäten: Heranwachsende können in Werkstatt, Tischlerei oder voll ausgestattetem Aufnahmestudio ihre individuellen Stärken entwickeln.



Stephan Ernst, Geschäftsführender Direktor Finanzen und IT, hilft gerne mit.

## Große Familie, großer Familiensinn.

In einer Familie hilft man sich. Wir bei Gebr. Heinemann betrachten uns als eine große Familie, und darum ist es für uns von besonderer Bedeutung, dass unsere Mitarbeiter sich engagieren – leidenschaftlich, häufig und freiwillig. Was die Inhaber vorleben: Gemeinsinn und karitatives Denken, greifen die Mitarbeiter tatkräftig auf. Dabei entsteht eine Fülle von Initiativen: von „Common Purpose“, in dessen Rahmen unsere Führungskräfte junge Menschen zu gemeinnütziger Arbeit motivieren, über das Mentoren-Programm „Yoldas“, bei dem deutsche Muttersprachler türkische Kinder unterstützen, bis zur Essensausgabe an Obdachlose beim „Hilfspunkt Högerdamm“ und unseren Süßwarenspenden an die „Hanauer Tafel“ in Frankfurt-Erlensee sowie an die „Hamburger Tafel“.

Zudem unterstützen wir seit zwei Jahren regelmäßig verschiedene karitative Einrichtungen mit Sachspenden. Dazu prüfen wir monatlich die Bestandslisten auf geeignete Artikel, die dann gezielt an die Organisationen weitergegeben werden. Denn in unserer Familie soll keiner außen vor bleiben.

## Soziale Not kennt keine Grenzen. Soziale Verantwortung auch nicht.

Wir haben immer übergeordnete Ziele im Blick. Deshalb genießt soziales Engagement bei uns eine hohe Wertschätzung und wird von den Inhabern Claus und Gunnar Heinemann ausdrücklich gefördert. Als weltweit tätiges Unternehmen ist soziale Verantwortung für uns auch ein internationales Anliegen. So leisten im „Arbeitskreis Flüchtlinge“ einige Mitarbeiter aus der Zentrale ihren freiwilligen Beitrag: Für ein Erstaufnahmelaager in Hamburg wurde Wäsche zur Verfügung gestellt und dringend benötigte Produkte wie beispielsweise Drogerieartikel weitergegeben. Diese Form der Unterstützung betrachten wir dabei immer auch unter dem Aspekt nachhaltigen Nutzens. So wird die für ein Flüchtlingsheim in der Hamburger Hafencity angeschaffte Tischtennisplatte auch der Grundschule gute Dienste leisten, die später in das Gebäude einziehen soll.

Von unserem Logistikzentrum in Allermöhe aus machten sich sieben Paletten mit insgesamt 304 Kartons voller Sachspenden auf eine weite Reise: Für Hilfsbedürftige in Rumänien haben wir Kinderspielzeug, Süßwaren und Pflegeprodukte gespendet. Dies geschah in Kooperation mit der generationsübergreifenden Temeswar-Arbeitsgemeinschaft Hamburg (TEMAH). Auf einen weiten Weg hat sich auch unser POS Requirements Manager Jan Martin Ahlers gemacht und am inzwischen legendären „Tramprennen“ über 2.000 Kilometer teilgenommen, bei dem auf kreative Art und Weise Spender und Spenden akquiriert wurden. Diesmal gingen die Einnahmen zu je 50 Prozent an „Viva con Agua“ und „PRO ASYL“. Mit anderen Worten: Unsere Mitarbeiter zeigen auch in ihrem freiwilligen Engagement, wie sehr unser Geschäft davon lebt, über Grenzen hinaus zu denken.



Essensausgabe beim „Hilfspunkt Högerdamm“



Trampen für einen guten Zweck: GH-Mitarbeiter Jan Martin Ahlers (Mitte) mit Gunnar Heinemann und Claus Heinemann.

### *Gegen soziale Not setzen wir alle Hebel in Bewegung: In Miami haben wir uns aufs Rad geschwungen.*

Strampeln gegen die Bewegungslosigkeit. Multiple Sklerose ist eine der häufigsten neurologischen Erkrankungen bei jungen Erwachsenen. Es handelt sich um eine chronische Erkrankung des zentralen Nervensystems. Gegen sie macht Gebr. Heinemann seit 2015 in Miami mit einer Fahrradfahrt nach Key Largo mobil. Die Zahl der Teilnehmer hat sich seit Beginn verdoppelt, das Spendenziel von 3.000 US-Dollar wurde glatt um 100 Prozent übertroffen: mit stolzen 7.615 US-Dollar! José Cuadra, Purchasing Director bei Heinemann Americas, spricht für alle, wenn er feststellt: „Ich bin stolz auf unsere Teamleistung, wir haben zusammengehalten und uns gegenseitig unterstützt. Einfach ist es nie, aber es als Team durchzuziehen, ist eine tolle Erfahrung!“



### *Chancen statt Armut.*

Unsere Tochterfirma Heinemann Asia Pacific (HAP) mit Sitz in Singapur unterstützt in erster Linie gemeinnützige Organisationen im Asien-/Pazifik-Raum. 2016 hat HAP deshalb die Spendenaktion von Women in Travel Retail (WiTR) bei der größten Travel Retail-Messe weltweit in Cannes, Frankreich, unterstützt. WiTR wurde 2006 gegründet, um den Beitrag der Frauen zur Einzelhandelsindustrie zu würdigen und ihnen gleichzeitig ein Forum für den Austausch von Ideen zu bieten. In Cannes hatte sich WiTR zum Ziel gesetzt, 15.000 Euro für die NGO Sunrise Cambodia zu sammeln, um in dessen Waisenhaus in Siem Reap zwei neue Klassenräume zu bauen und auszustatten. Die Erwartungen wurden noch übertroffen; am Ende kamen 20.000 Euro zusammen.

### *Trinkgeld für eine gute Sache.*

Ursprünglich wollte Michael Rosenquists Kunde ja nur ein Parfüm und eine Flasche Wein kaufen – er bekam darüber hinaus aber einen dermaßen guten Service geboten, dass der Kunde Michael spontan 50 Euro Trinkgeld überreichte. Als Rosenquist, Sales Assistant bei Tax Free in Kopenhagen, den Mann freundlicherweise noch bis zu seinem Gate begleitete, sagte dieser zu ihm, dass er das dänische Geld nicht gebrauchen könne und händigte dem Gebr. Heinemann Mitarbeiter noch einmal 104 Dänische Kronen aus. Michael Rosenquist spendete das großzügige Trinkgeld an die Kinderkrebs-Stiftung.



### *Mission Charity.*

Federica Rossi, Logistics Officer bei Heinemann Australia, setzt sich am Standort Sydney als Charity-Botschafterin ein, um soziale Projekte vorzuschlagen und geeignete Spendenempfänger zu suchen. Aktuell sollen Teile der Erlöse aus dem Charity Friends & Family Sale für einen guten Zweck gespendet werden. Die australische Ronald McDonald Stiftung für Kinderhilfe konnte sich bereits über eine Unterstützung freuen.

# ÖKOLOGIE

*Auch wenn es um die Umwelt geht, ist unser Anspruch hoch. Daher geht unser Streben nach nachhaltigen Innovationen über Energiesparlampen, Verpackungsmüllreduktion und effiziente Logistik-Technologie hinaus! Bei aller Wertschätzung für Hightech-Lösungen: Wir denken, dass der Umwelt mit natürlichen Lösungen letztlich am besten gedient ist. Deshalb setzen wir im Sinne nachhaltigen Wirtschaftens sogar Turmfalken auf unsere Mitarbeiterliste in den Logistikzentren. Das ist nur eines der Beispiele für unser Bestreben, Ökologie tagtäglich neu zu entdecken und den Bezug zur Umwelt in Projekten abzubilden, wo immer eine Möglichkeit besteht. Denn es ist unsere Verpflichtung respektvoll mit Mensch und Natur umzugehen. Unser Ziel ist, jeden Tag ein bisschen besser zu werden und einen respektvollen Umgang zwischen Mensch und Natur zu pflegen.*





# LOGISTIK

## Wir liefern Waren für die ganze Welt. Und die ganze Welt der Waren.

Vom Parfüm über frische Pralinen und Spielzeug bis zu Luxus schmuck: Tag für Tag machen sich von unseren Logistikzentren weit über eine halbe Million Verkaufseinheiten auf die Reise rund um die Welt. Diese Herkulesaufgabe ist nur mit einem perfekt organisierten und hochmodernen Lieferkettenmanagement zu bewältigen. Immerhin umfasst unser Sortiment rund 50.000 permanent lieferbare Artikel von etwa 1.500 internationalen Markenherstellern. Die Mittel, mit denen wir diese Herausforderungen meistern? Mit einem First Class Logistik-Management sowie mit Leidenschaft für Qualität und begeistertes Miteinander.



*„Wer wie wir zwei Logistikzentren in Hamburg-Allermöhe und in Erlensee bei Frankfurt betreibt, trägt auch eine große Verantwortung für die Umwelt und seine Mitarbeiter. Viele kleine, intelligente Innovationen helfen uns, ihr von Tag zu Tag besser gerecht zu werden.“*

Marco Rebohm, Director Logistics bei Gebr. Heinemann

*Wir können nicht in die Zukunft schauen.  
Aber managen können wir sie schon.*

Sicherheit und Verantwortung spielen für Gebr. Heinemann eine große Rolle. Von den durchschnittlich 680.000 kommissionierten Verkaufseinheiten pro Tag geht ein großer Teil in Sicherheitsbereiche von Flughäfen. Warensendungen werden zum Beispiel versiegelt, um sie vor nicht autorisierten Zugriffen zu schützen. Dieser Versiegelungsprozess wird zukünftig deutlich ressourcenschonender sein. Mit Hilfe einer in der Logistik von Gebr. Heinemann entwickelten und derzeit in der Patentierung befindlichen Maschine kann die Versiegelung bald nicht mehr nur deutlich schneller, sondern auch mit einem wesentlich geringeren Materialeinsatz erfolgen. Unsere insgesamt hohen Standards und unser Managementsystem lassen wir regelmäßig extern überprüfen. So verfügt die Logistik nicht nur über ein zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001 und ein zertifiziertes Sicherheitsmanagement in der Lieferkette (ISO 28000). Auch unser Umweltmanagement nach ISO 14001 und unser Arbeitsschutzmanagement nach OHSAS 18001 sind selbstverständlich zertifiziert. Zudem haben wir 2016 die Bio-Zertifizierung (DE-Öko-006) erhalten. Damit können wir weltweit Bio-Produkte vertreiben. Eine Zertifizierung für unser Business Continuity Management (nach ISO 22301) ist in Vorbereitung. Damit jeder unserer Kunden das Seine bekommt. Und die Umwelt das Ihre.



*Auf sorgsame Verpackung unserer Waren fahren wir ab.  
Aber Rohstoffverschwendung erteilen wir eine Abfuhr.*

Fast 100% der Transportverpackungen werden bei Gebr. Heinemann recycelt. Dazu sammeln wir die Kartonagen und klaren Folien, Buntfolien, Holz und weitere Materialien, die wir der stofflichen Verwertung zuführen. Viele feine, intelligente Innovationen helfen uns, nachhaltig zu wirtschaften. So konnten wir eine Erhöhung der Container-Füllgewichte um bis zu drei Tonnen pro Abfuhr über eine SMS-Füllstandskontrolle erzielen. Die Entsorger fahren unsere Logistikzentren nun wesentlich seltener an und auch nur dann, wenn es wirklich erforderlich ist. Das spart bares Geld und jede Menge CO<sub>2</sub>. Wir arbeiten weiter daran, durch derartige Prozessoptimierungen eine kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltbilanz zu erreichen – mit 100% Einsatz.

**FAST 100%  
RECYCLING**  
BEI TRANSPORT-VERPACKUNGSMATERIALIEN



## *Warum wir ständig an unserer Supply Chain feilen? Ohne diese Kette wären wir geliefert!*

Unsere Sichere Lieferkette ist für uns ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Sie ist zwischen unseren Lieferanten, unseren Logistikzentren und unseren Kunden gespannt. Gegenüber den zuständigen Luftaufsichtsbehörden müssen wir ihre Einhaltung nachweisen und werden regelmäßig erfolgreich auditiert. Ein wichtiges Glied der Supply Chain ist, dass wir in den Verträgen mit den Spediteuren umweltschonendes



Verhalten einfordern. Zudem überprüft Gebr. Heinemann regelmäßig die Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten und Dienstleistern, um durch kontinuierliche Verbesserung die Qualität und Performance zu steigern. Ein weiteres wichtiges Element unseres Sicherheitsverständnisses: Seit 2008 werden alle unsere Mitarbeiter einer strengen Zuverlässigkeitsprüfung unterzogen.

## *Wir geben Vollgas für effiziente Technik. Mit zurückgewonnener Bremsenergie.*

In unseren modernen, hoch automatisierten Logistikzentren helfen uns innovative technische Lösungen, die Umwelt und unseren Geldbeutel zu schonen. So gewährleistet unser Lagerverwaltungssystem durch intelligente Lagerplatzvergabe-Strategien kurze innerbetriebliche Transportwege und einen minimalen Energiebedarf. Intelligente Steuerungstechnik sorgt dafür, dass die Leistung unserer Fördertechnik flexibel dem Bedarf angepasst wird. Im Hochregallager mit seinen 22 Tonnen schweren und knapp 40 Meter hohen Regalbediengeräten werden zum Beispiel die Fahrgeschwindigkeit und die Geschwindigkeit des Hubs permanent an die gerade benötigte Ein- und Auslagerleistung angepasst. Dadurch wird vermieden, dass die Regalbediengeräte permanent mit maximaler Beschleunigung und Geschwindigkeit arbeiten. Bei jedem Bremsvorgang wird dadurch zudem eine Energierückgewinnung ermöglicht. Ein weiteres Highlight nachhaltigen Wirtschaftens stellt die Entlastung der Kühlsysteme im Logistikzentrum Frankfurt-Erlensee durch Erdwärmetauscher dar. Wer viel Energie umsetzt, kann eben auch viel Energie sparen!



## *Für uns beginnt Umwelt nicht irgendwo da draußen. Sondern mit einer Fabel von Mäusen und Falken.*

Es ist wie mit Hase und Igel: Haben wir unsere Ziele erreicht, winken sie uns schon wieder aus der Ferne zu. Die Auseinandersetzung mit nachhaltiger Entwicklung ist ein Prozess, der ständig neue Dynamik aus sich selbst generiert. Deshalb handeln wir langfristig. Nehmen wir das Beispiel der Wühlmäuse, die sich auf unserem Gelände unter dem Logistikzentrum sehr wohl fühlen. Um eine Untertunnelung zu vermeiden, haben wir eine geflügelte Security-Truppe engagiert: Turmfalken. Unter der Außentreppe des Hochregallagers im Logistikzentrum Erlensee installierten wir einen Brutkasten, der inzwischen einer ganzen Greifvogel-Familie als Zuhause dient. Turmfalken kehren immer wieder an ihren Nistplatz zurück. Im Logistikzentrum in Allermöhe bewohnen die Turmfalken schon seit über 12 Jahren ihr Zuhause an der Feuertreppe.





# ARCHITEKTUR

## Andere messen Nachhaltigkeit in guten Vorsätzen. Wir in m<sup>2</sup>.

Das Thema Architektur hat bei Gebr. Heinemann viele Gesichter. Wir streben stets danach, Teil unserer Umwelt zu sein, uns, wenn möglich sogar in die Umgebung einzufügen. Dazu suchen wir nach der perfekten Verbindung von Tradition, Innovation und Local Sense. Unser architektonisches Ideal ist, dass man unsere Handschrift auf Anhieb erkennt. Auf dieses Ziel arbeiten wir hin. Unermüdlich, einfallsreich, detailversessen. Ob in Sydney, Moskau oder Wien. Dabei wollen wir unsere Kunden immer wieder überraschen – und uns selbst auch.

*Für unsere Gebäude verwenden wir nachwachsende Rohstoffe.  
Der wichtigste: Herzblut.*

Gebäude sind nicht nur starre Wände und Decken, sondern lebendige Organismen aus Stein, Stahl und vielen anderen Stoffen. Zu den zentralen Herausforderungen und relevanten Aufgaben im Gebäudemanagement gehören deshalb auch ein effizientes Abfall- und Wassermanagement sowie eine funktionierende Datendistribution und -verwaltung. Die Ansprüche an die Manager unserer architektonischen Einheiten differieren dabei stark, je nachdem ob es sich um Shops und Ladenflächen handelt oder um Logistik- oder Verwaltungsgebäude. Was ihre Arbeit allerdings gemeinsam hat: Die präzise Einhaltung der strengen Regularien an Flughäfen, aber auch die Chancenbetrachtung, wo noch etwas Besonderes eingesetzt werden kann.

*Wir schaffen die Architektur von heute.  
Um das Fundament der Zukunft zu legen.*

Wir wollen heute Architekturtrends von morgen setzen. Dafür arbeiten wir mit den besten Architekten zusammen, die Design und Funktionalität verbinden. Nachhaltiges Bauen und zukunftsweisende Infrastrukturentwicklung stehen bei unserem neuen Bürogebäude und den Logistikzentren im Vordergrund. Als maßgeblich betrachten wir die Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben. Begeistert haben wir zum Beispiel mit K5, dem Erweiterungsbau unserer Zentrale in der Koreastraße. Das ist Goldstandard im gesetzlichen, metaphorischen und buchstäblichen Sinne! Die Entwicklung der Immobilien von Gebr. Heinemann bedarfsorientiert und mit wirtschaftlichem Augenmaß voranzutreiben, stets mit Blick auf das Wohlbefinden der Mitarbeiter, Kunden und der Umwelt – das ist der Trend, dem wir uns verschrieben haben.

*Wir wollen nicht auffallen.  
Sondern Zeichen setzen.*

Dass wir unseren Erweiterungsbau in der Koreastraße 5 (K5) stilistisch so liebevoll an seine Umgebung angepasst haben, war natürlich kein Zufall. Es ist vielmehr Ausdruck unserer Philosophie, jede Immobilienentwicklung in enger Abstimmung mit der jeweiligen Region voranzutreiben. Auch über das Architektonische hinaus versuchen wir, dieser Maxime gerecht zu werden, und beziehen das unmittelbare Umfeld unserer Projekte, soweit es möglich ist, in unser wirtschaftliches Handeln ein: sei es in Form von regionalen Waren und Baumaterialien oder durch die Wahl von Zulieferern aus der Region. Ein gutes Beispiel dafür sind Projekte, in denen wir sogar die Natur vor Ort in unsere Shops integriert haben: Bäume ebenso wie Baumaterialien, wie sie in norwegischen Hütten verwendet werden. Lokaler geht es nicht.

*Unsere Gebäude brauchen eine zeitgemäße Architektur.  
Und eine zukunftsweisende Strategie.*

Eine nachhaltige Immobilienstrategie umfasst eine Vielzahl von Daten und Aspekten. Am Lebenszyklus der jeweiligen Immobilie ausgerichtet, muss das Gebäudemanagement Faktoren wie Wasserverbrauch, Abfälle, Treibhausgas-Emissionen und Energieverbrauch berücksichtigen. Fragen der Energieeffizienz, Abfallvermeidung und Wassereinsparung fächern sich auf den Sub-Ebenen nachhaltigen Bewirtschaftens in Themen wie „Abfälle nach Entsorgungsweg“, „Abfälle zur Verwertung“ sowie „Bio- und Recycling-Abfälle“ auf. Eigene Gas-Blockheizkraftwerke in den Logistikzentren in Allermöhe bei Hamburg und Erlensee bei Frankfurt tragen dazu bei, Strom und Wärme effizient direkt am Standort zu generieren.



## Unser Wasserspender hat eine lange Leitung.

Wasserspender zählen gerade an heißen Tagen zu den beliebtesten Kollegen in unseren Logistikzentren. Leider sind sie aber auch Big Spender, was Abfall angeht. Wir fragten uns: Wie kann man das besser machen? Unsere einfache, aber geniale Idee: Wir rüsteten unsere Wasserspender mit Anschlüssen an die Trinkwasserversorgung aus! Statt Mehrwegflaschen schleppen, einfach die Leitung aufdrehen – schon sprudelt das kühle Nass in den Einwegbecher! Moment: Einwegbecher? Auch hier musste natürlich Abhilfe geschaffen werden. Unsere Lösung: Mehrweg-Trinkflaschen, die durch Cleverness und eine elegante Optik bestechen. Diese sind praktisch, umweltfreundlich und hygienisch. Und die Moral von der Erfolgsstory? Am Ende eines Geschäftsjahres sparen wir 8.000 Euro und 1.500 kg Abfall.

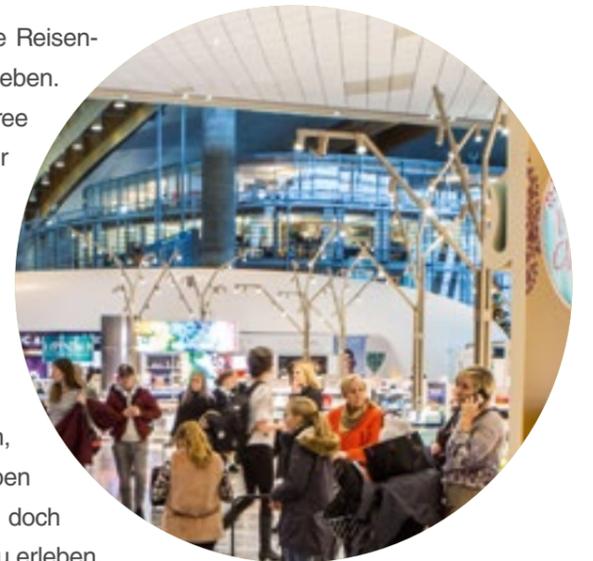


- VERBESSERUNG DES HYGIENESTANDARDS DURCH TRINKWASSERANSCHLUSS
- EINSPARUNG VON BIS ZU **8.000 EURO PRO JAHR**
- **WEGFALL VON 1.500 KG KUNSTSTOFFABFALL PRO JAHR** DURCH DEN VERZICHT VON PLASTIKBECHERN UND UMSTELLUNG AUF MEHRWEG-TRINKFLASCHEN



## In unseren Shops spiegelt sich die Natur des Landes wider. Und wächst mitunter auch in ihnen empor.

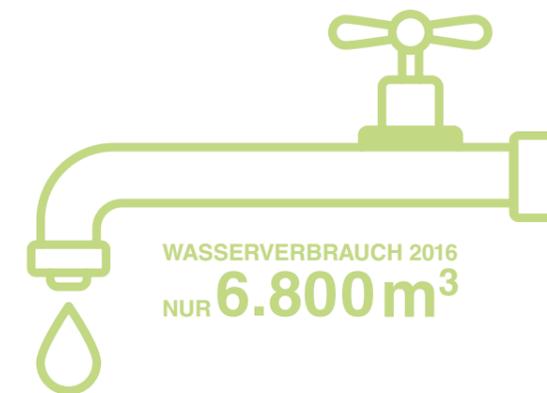
Nehmen wir Oslo. Am dortigen Flughafen werden die Reisenden ab 2017 unser völlig neuartiges Designkonzept erleben. Die natürliche Atmosphäre im neuen HEINEMANN Duty Free Shop wird unter anderem durch echte Bäume von vier bis sieben Metern Höhe erzeugt. Bis die ausgewachsenen Bäume im Shop sind, können die Kunden schon jetzt zwischen nordischen Felsformationen ausgiebig Erlebnisshopping betreiben. Auch das Lichtkonzept unterstützt das Indoor-Naturerlebnis: Speziell für Heinemann designte Baumskulptur-Lampen, die das norwegische Naturempfinden im Shop unterstützen, setzen unser Warensortiment ins beste Licht. So haben Reisende auch dann, wenn sie nur in Oslo umsteigen, doch das Gefühl, die aufregende norwegische Landschaft zu erleben.



## Wir denken immer an die Umwelt. Selbst wenn uns ein Licht aufgeht, ist es nachhaltig.

Es ist kein Selbstzweck, dass wir ständig über die Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher Mindestanforderungen (ENEV, Energieaudit etc.) hinausdenken. Es ist Streben nach Effizienz. So suchen wir beispielsweise für die Maschinen mit hohem Energieverbrauch, mit deren Hilfe die logistischen Herausforderungen von Gebr. Heinemann gemeistert werden, stets nach weiteren Optimierungsmöglichkeiten. Es sind oft die kleinen Schritte, die große Fortschritte bewirken: Im Logistikzentrum Frankfurt-Erlensee leuchten für uns rund 1.000 LED-Lampen – die sowohl energieeffizienter als auch langlebiger sind als herkömmliche Glühbirnen. In unseren HEINEMANN Duty Free Shops haben wir bis zu 55% Energieeinsparung durch den Einsatz von LED-Lichttechnik – unter anderem auch, weil weniger Kühlung nötig ist. Und auf den Dächern der Logistikzentren sammeln Photovoltaik-Anlagen das Licht der Sonne ein. Zwar für den Eigenverbrauch – aber auch für die Umwelt.

### Umweltkennzahlen unseres Logistikzentrums Allermöhe



**55%** ENERGIE-EINSPARUNG IN DEN HEINEMANN DUTY FREE SHOPS DURCH DEN EINSATZ VON LED-LICHTTECHNIK.

# Highlight 2016/17: Aktion für den Meeresschutz

*Reine Motive. Für saubere Ozeane.*

Ökologisches Denken ist gesellschaftliches Denken. Und wo es uns möglich ist, engagieren wir uns auch für ein Umdenken. Bis zu 90% des Mülls, der sich in den Weltmeeren findet, besteht aus Kunststoff, zum Großteil nur schwer abbaubar. Deshalb hat Gebr. Heinemann beschlossen, in einem Pilotprojekt an den deutschen und österreichischen Standorten Einwegtüten nur noch kostenpflichtig abzugeben und hochwertige Mehrwegtüten anzubieten. Zum einen wird dadurch die Menge an verbrauchten Tüten gesenkt, zum anderen werden Teile der Erlöse für Projekte der Meeresschutzorganisation OceanCare verwendet. Unsere Kunden sind begeistert: Im Januar 2017 haben wir bereits einen Anstieg von durchschnittlich 400% beim Verkauf der Mehrwegtüten verzeichnet und schon einen Rückgang von 30% bei Plastiktüten.

Auch international passiert einiges zum Thema Plastikverringerung. So engagiert sich zum Beispiel unser norwegisches Joint Venture Travel Retail Norway als Mitglied in der Non-Profit-Organisation Grønt Punkt Norge.



MEHRWEGTASCHEN  
Recycling-Anteil:  
**50%**



**Unersetzbar.**



**Unzersetzbar.**

Die Unterstützung von OceanCare wird ausschließlich für den Meeresschutz verwendet, insbesondere im Zusammenhang mit Plastikmüll zur Förderung der folgenden Projekte:

- Reduktion des Plastikeintrags in die Ozeane
- Klassifizierung der Kunststoffe nach ihrer Giftigkeit
- Sachgerechte Entsorgung
- Umweltbildung
- Beseitigung von Plastikmüll
- Strandsäuberungen und Sensibilisierung vor Ort
- Grundlagenforschung zur Plastikverschmutzung in den Ozeanen
- Rettung von Tieren, die durch Plastikmüll gefährdet sind



## ZERTIFIKATE UND MITGLIEDSCHAFTEN

Das Engagement in Initiativen und die Mitgliedschaften in nationalen und internationalen Interessensverbänden sind bei Gebr. Heinemann mehr als Selbstzweck: Das gilt für unser nationales und internationales Engagement gleichermaßen. Oft nutzen wir die Beteiligung an Initiativen, um eigene Kompetenzen, Standpunkte und relevante Themen in die Diskussion unserer Branche und darüber hinaus einzubringen. Eine aktive Mitgliedschaft verbindet Gebr. Heinemann u. a. mit folgenden Organisationen: Airports Council International – Europe (ACI EUROPE); European Travel Retail Confederation (ETRC); Central & Eastern European Travel Retail Association (CEETRA); Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL); Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW); Deutscher Travel Retail Verband (DTRV); Nordic Travel Retail Group; Middle East & Africa Duty Free Association (MEADFA); Travel Value Association; Asia Pacific Travel Retail Association (APTRA); Australian Duty Free Association (ADFA). Des Weiteren sind wir Mitglied in der deutschen Fair Company Initiative.

Mitgliedschaften ergeben sich darüber hinaus auch im Rahmen unserer finanziellen Unterstützung von mittlerweile über 100 gemeinnützigen Organisationen und Initiativen. Auf eine Auflistung aller von uns unterstützten Organisationen und Initiativen verzichten wir an dieser Stelle. Grundsätzlich gehen wir bei unseren Entscheidungen für Förderprojekte und Initiativen sehr kritisch hinsichtlich der nachhaltigen Wirkung vor.

Das gilt ebenso für die freiwilligen Zertifizierungen, die nicht nur förderlich für unser Image sind; vielmehr werden zertifizierte Sozial- und Umweltstandards immer häufiger als wichtige Voraussetzung bei Verhandlungen mit internationalen Kunden und Partnern aufgerufen und zu relevanten Kriterien im internationalen Wettbewerb. Zu den aktuell wichtigsten Zertifizierungen innerhalb der Gruppe zählen aktuell die Zertifikate der Logistikzentren in Allermöhe und Erlensee: ISO 9001, ISO 28000, ISO 14001, OHSAS 18001 und DE-ÖKO-006.

”

*Professionelle Strukturen, stimmige Prozesse sowie ein hohes Maß an Sicherheit und Rechtskonformität, gepaart mit dem Streben nach kontinuierlicher Verbesserung.*

“

(Beurteilung der externen Zertifizierungsgesellschaft DNV GL, ehemals Germanischer Lloyd, im Rahmen der ISO-Zertifizierung für Qualitäts-, Sicherheits-, Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagement am Logistikstandort Allermöhe)

## ÜBER DIESEN BERICHT

Der vorliegende Bericht gibt Auskunft über die bestehenden und geplanten Nachhaltigkeitsleistungen sowie die entsprechende strategische Ausrichtung von Gebr. Heinemann. Die Zielgruppe des Corporate Responsibility Reports (CR-Report) bildet eine Schnittmenge mit den relevanten Stakeholdern des Unternehmens und setzt sich primär zusammen aus den internationalen Geschäftspartnern, Kunden und Mitarbeitern von Gebr. Heinemann. Rückmeldungen verschiedener Stakeholdergruppen sind in das inhaltliche Konzept dieses Berichts eingeflossen. In den kommenden Jahren soll diese Praxis durch die Entwicklung unterschiedlicher Dialogformate weiterentwickelt werden.

Im Rahmen der Erstellung des Berichts wurden für unsere Geschäftstätigkeit wesentliche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert und bewertet. Insofern ist der Bericht auch das Resultat einer Wesentlichkeitsanalyse unter internen und externen Bezugsgruppen. Die für die Berichterstattung wesentlichen Themen sind zugleich zentrale Inhalte für das strategische Nachhaltigkeitsmanagement, das sich bei Gebr. Heinemann im Aufbau befindet.

Der erste CR-Report von Gebr. Heinemann wurde 2015 als Pilotprojekt veröffentlicht. Der zweijährige Publikationszyklus ist bis auf Weiteres auch zukünftig geplant. Der Berichtszeitraum der vorliegenden Publikation umfasst die Kalenderjahre Januar 2015 bis Januar 2017. Redaktionsschluss war Februar 2017. Der vorliegende CR-Report ist zeitgleich mit dem Jahresbericht von Gebr. Heinemann erschienen.

Eine systematische Datenerhebung speziell quantitativer Leistungsindikatoren befindet sich noch im Aufbau bei Gebr. Heinemann. Beim Reporting von qualitativen Indikatoren gab es im zurückliegenden Berichtszeitraum eine positive Entwicklung. Hierzu gehört auch, dass es an vielen internationalen Standorten mittlerweile verantwortliche Referenten für unsere Berichtsfelder gibt.

Bei der Erstellung des vorliegenden Berichts haben wir uns an international anerkannten Standards orientiert, allen voran am (Kern-)Indikatorenset der Global Reporting Initiative (GRI). Die Erstellung eines GRI-Content-Index und eine formale Prüfung des Content Index durch GRI ist weder erfolgt noch mittelfristig geplant. Selbiges gilt für eine externe Evaluierung oder ein externes Testat. Eine inhaltliche Beratung durch externe CSR-Experten ist bei der Erstellung des vorliegenden Berichts erfolgt.

Der vorliegende CR-Report erscheint in deutscher und in englischer Sprache und wird neben der gedruckten Ausgabe als PDF-Version unter [www.gebr-heinemann.de](http://www.gebr-heinemann.de) veröffentlicht. Sofern sich Inhalte auf Personengruppen beziehen und nur die männliche Form gewählt wurde, ist dies nicht geschlechtsspezifisch gemeint, sondern dient ausschließlich der besseren Lesbarkeit.

Ansprechpartner für Fragen:

Svenja Fischer

Telefon +49 (40) 3010-2186

S\_Fischer@gebr-heinemann.de

### Rechtliche Hinweise

Der vorliegende CR-Report enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die teilweise auf Annahmen und Erwartungen basieren, die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Berichts verfügbar waren. Sie sind daher mit Risiken verbunden und nicht als Garantien der prognostizierten Entwicklungen und Ergebnisse zu verstehen. Eventuell Risiken sind primär von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss von Gebr. Heinemann unterliegen. Hierzu gehören zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Rahmendaten, das Erreichen erwarteter Synergieeffekte sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Gebr. Heinemann übernimmt keine Verpflichtung, die in diesem Bericht gemachten zukunftsgerichteten Aussagen insofern zu aktualisieren.

## Impressum

Herausgeber: Gebr. Heinemann SE & Co. KG, Koreastraße 3, D-20457 Hamburg  
Tel. +49 (40) 30 10 20, E-Mail: [info@gebr-heinemann.de](mailto:info@gebr-heinemann.de)  
[www.gebr-heinemann.de](http://www.gebr-heinemann.de)

### Textliche Konzeption und Realisation:

Gebr. Heinemann Corporate Communications, Svenja Fischer (V.i.S.d.P.)  
5fN ([www.5fn.de](http://www.5fn.de)), Sven Grönwoldt (Konzept und inhaltliche Beratung)

### Gestalterische Konzeption und Realisation:

TERRAHE & Co. KG, Koreastraße 3, D-20457 Hamburg

Abbildungen: Alfred Brandl, Christian Streili, Federica Rossi, Maison Sichel,  
Michael Rosenquist, Mirjana Renic, National Multiple Sclerosis Society, Nur Faradillah Azmi,  
OceanCare, Oliver Heinemann, Patrick Schwalb, Sarah Noor, Terrahe, Thomas Stefan,  
Yang (Simon) Wang

Lithografie: Alfred Brandl, TERRAHE & Co. KG

Druck: Dürmeyer Black Label GmbH, Ruhrstraße 126, D-22761 Hamburg



**Gebr. Heinemann SE & Co. KG**

Koreastraße 3

20457 Hamburg

Telefon +49 (40) 30 10 20

[www.gebr-heinemann.de](http://www.gebr-heinemann.de)