

# JUNGHEINRICH

---

# 4.0

---

Statusbericht Nachhaltigkeit 2016

# Über diesen Bericht

**G4-03; G4-22; G4-28; G4-29; G4-30** Mit dem vorliegenden Statusbericht Nachhaltigkeit beschreibt Jungheinrich ökonomische, ökologische und soziale Aspekte im Unternehmen sowie ihre Auswirkungen für das Geschäftsjahr 2016 (1. Januar bis 31. Dezember). Dieser erste Bericht legt den Grundstein für eine kontinuierliche jährliche Berichterstattung.

In die Datenerfassung wurden folgende Organisationseinheiten einbezogen:

- ▶ die Werke Norderstedt, Lüneburg, Moosburg, Degernpoint, Landsberg, Dresden und Qingpu (China)
- ▶ das Ersatzteilzentrum Kaltenkirchen
- ▶ die Vertriebseinheit Deutschland
- ▶ die fünf größten Vertriebseinheiten international (nach Mitarbeiterzahl): Frankreich, Italien, Großbritannien, Russland und Polen
- ▶ die Konzernzentrale in Hamburg
- ▶ der IT-Standort in Hamburg

**G4-23** Dieser Geltungsbereich umfasst 67 Prozent der 15.010 Mitarbeiter des Jungheinrich-Konzerns (Stand: 31. Dezember 2016) und soll in den fortlaufenden Berichten sukzessive erweitert werden.

## Inhalt

### 01 Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

### 02 Jungheinrich als Unternehmen

### 07 Nachhaltigkeit bei Jungheinrich

### 10 Unsere Handlungsfelder

10 Verantwortung und Werte

16 Produktentstehung, -qualität und -sicherheit

22 Guter Arbeitgeber

28 Energie, Umwelt und Klimaschutz

### 34 GRI-Index

**Redaktionelle Hinweise:** Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht. In einigen Fällen wurden die dargestellten Werte gerundet. Der Bericht liegt sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache vor. Redaktionsschluss war August 2017. Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 der Jungheinrich AG erscheint im Frühjahr 2018.

# Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

G4-01



Hans-Georg Frey

## Sehr geehrte Damen und Herren,

mit über 60 Jahren Erfahrung in der Intralogistik und Verantwortung für mehr als 15.000 Mitarbeiter weltweit wissen wir bei Jungheinrich, dass Nachhaltigkeit alle Bereiche eines Unternehmens betrifft. Wir setzen auf ein umfassendes Unternehmertum, treffen unsere Entscheidungen mit Weitsicht, schaffen gute und sichere Arbeitsplätze und leisten so unseren Beitrag zur Entwicklung der Gesellschaft sowie der Wirtschaft in Deutschland, Europa und der Welt.

Als global aktives Familienunternehmen verfolgen wir langfristige Ziele und sind auf profitables Wachstum ausgerichtet. Wir denken stets an die nächsten Generationen. Hamburg als unsere Heimatstadt steht wie keine zweite für die Prinzipien des ehrbaren Kaufmanns, welche immer unser Kompass waren und sein werden.

Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil unserer Unternehmensgeschichte – dies gilt seit der Gründung von Jungheinrich. Deutlich wird dies zum Beispiel beim Thema Elektromobilität: Während bei anderen Anbietern von Flurförderzeugen diese Antriebsform noch Zukunftsmusik ist, setzen wir hier schon seit Jahrzehnten ökonomische und ökologische Standards. Oder bei unserem Selbstverständnis als Arbeitgeber: Seit 2010 haben wir über 5.000 Arbeitsplätze auf der ganzen Welt neu geschaffen. Verlässlichkeit, Vertrauen und Verantwortung sind gelebte Prinzipien bei Jungheinrich.

Wir freuen uns, Ihnen mit diesem Statusbericht Nachhaltigkeit zeigen zu können, wie tief und breit gefächert dieses Thema in unserem Unternehmen und unseren Entscheidungen verankert ist.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink that reads "H. G. Frey". The signature is written in a cursive, slightly stylized font.

Hans-Georg Frey  
Vorsitzender des Vorstandes

ÜBER

100.000

ELEKTROSTAPLER VERKAUFT



ÜBER 5.000

Arbeitsplätze wurden seit 2010 weltweit neu geschaffen.

12%

REDUZIERUNG

des CO<sub>2</sub>e-Ausstoßes in der Produkt-Ökobilanz zwischen 2010 und 2016

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von

11

Jahren



Einheitlicher Wissensstand:

Einführung von konzernweiten

E-LEARNING-MODULEN

zu Compliance

WELTWEITE KUNDENNÄHE DURCH ÜBER

4.700



JUNGHEINRICH-TECHNIKER

# Jungheinrich als Unternehmen

## Unternehmensprofil

Jungheinrich, gegründet im Jahr 1953, zählt zu den weltweit führenden Unternehmen der Intralogistik. Mit einem abgestimmten Portfolio an Flurförderzeugen, Logistiksystemen sowie Dienstleistungen bieten wir unseren Kunden umfassende Lösungen aus einer Hand. Die Konzernstrategie ist auf nachhaltiges, profitables Wachstum und damit auf die Steigerung des Unternehmenswertes ausgerichtet. Ziel ist es, die Nummer-1-Marke der Intralogistik in allen europäischen Märkten zu werden und langfristig zu den Top 3 der globalen Anbieter zu gehören.

# Geschäftsmodell

## G4-04

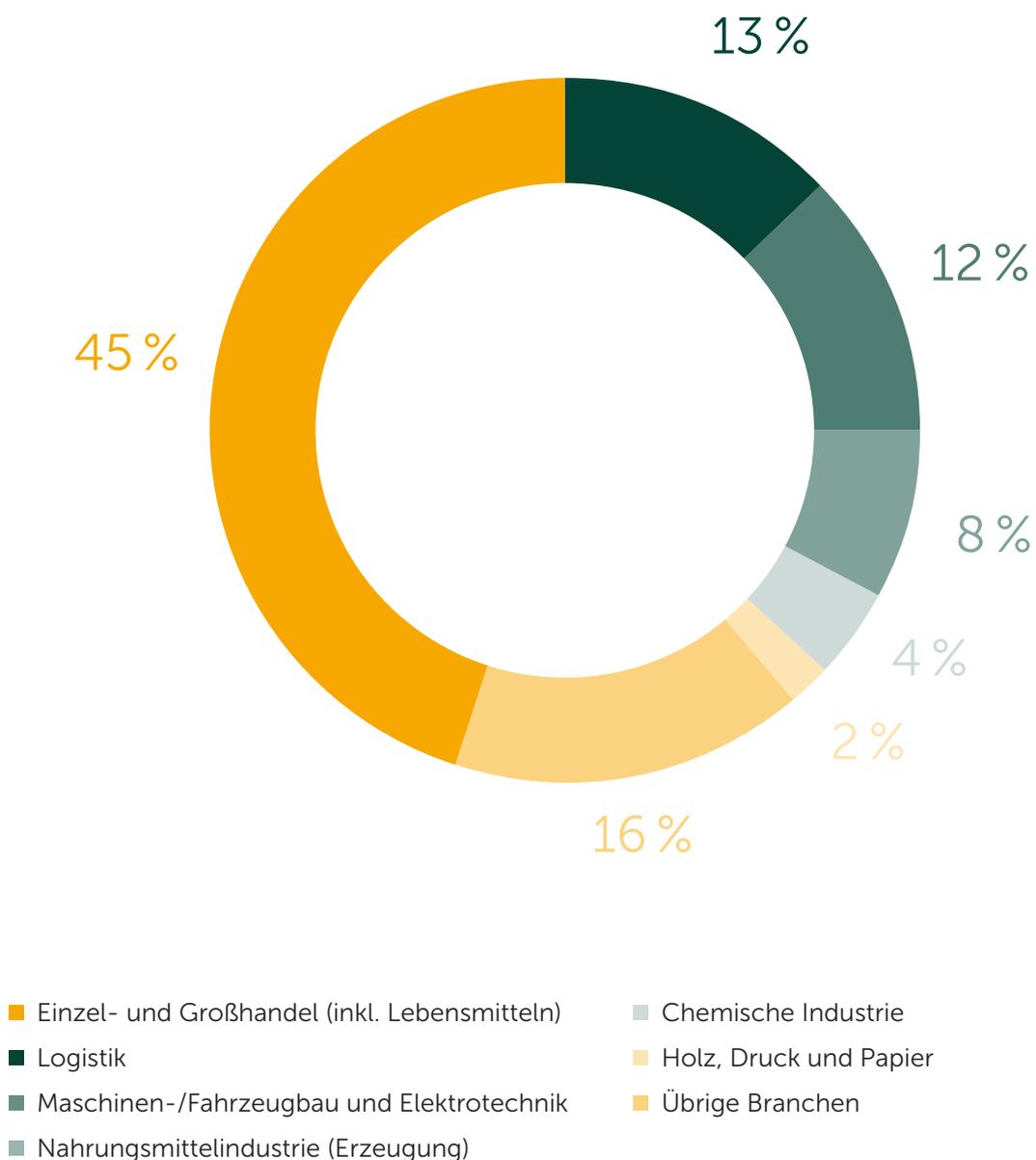
Unser integriertes Geschäftsmodell umfasst die Entwicklung, Produktion und den Verkauf von Flurförderzeugen einschließlich des Logistiksystemgeschäftes und des Versandhandels, die Vermietung von neuen und gebrauchten Geräten, die Aufarbeitung und den Verkauf von Gebrauchtfahrzeugen sowie das Wartungs-, Reparatur- und Ersatzteilgeschäft. Kombiniert mit einem umfassenden Finanzdienstleistungsangebot ist unsere Zielsetzung, die Kunden über den gesamten Lebenszyklus eines Produktes aus einer Hand zu betreuen.



## Kunden nach Branchen

G4-08

Dank unserer Vielfalt, die von der Technik über die Software bis zum Service reicht, können wir die unterschiedlichsten Branchen bedienen. Auch individuellen Kundenwünschen kommen wir mit Lösungen aus unserem Werk für den Kleinserien- und Sonderbau in Lüneburg nach.



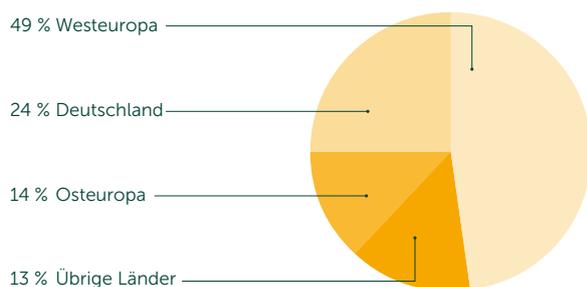
Hinweis: Die Werte basieren auf dem Auftragseingang in Stück.

## Märkte nach Regionen

### G4-08

Unser Heimatmarkt Deutschland wird zunehmend durch den Absatzmarkt Europa und weitere Weltregionen ergänzt. Dies führt zu einer stetigen Zunahme der Auslandsumsätze. Infolgedessen beträgt die Auslandsquote mittlerweile 76 Prozent.

#### Umsatzerlöse 2016 nach Regionen



in Mio. €	2016	2015	Veränd. %
Deutschland	753	701	7,4
Westeuropa	1.489	1.374	8,4
Osteuropa	440	381	15,5
Übrige Länder	403	298	35,2
<b>Gesamt</b>	<b>3.085</b>	<b>2.754</b>	<b>12,0</b>

## Kennzahlen auf einen Blick

### G4-09

In der nachfolgenden Tabelle ist die Entwicklung wesentlicher finanzieller Kennzahlen für den Jungheinrich-Konzern im Geschäftsjahr 2016 dargestellt.

Jungheinrich-Konzern		2016	2015	Veränd. %
Auftragseingang	Mio. €	3.220	2.817	14,3
	Stück	109.200	97.100	12,5
Produktion Flurförderzeuge	Stück	106.300	91.200	16,6
Umsatzerlöse	Mio. €	3.085	2.754	12,0
Auslandsquote	%	76	75	-
Auftragsbestand 31.12.	Mio. €	610	477	27,9
Ergebnis vor Finanzergebnis und Ertragsteuern (EBIT)	Mio. €	235	213	10,3
EBIT-Rendite (EBIT-ROS)	%	7,6	7,7	-
EBIT-Kapitalrendite (ROCE) <sup>1)</sup>	%	17,8	17,9	-
Ergebnis vor Steuern (EBT)	Mio. €	216	198	9,1
EBT-Rendite (EBT-ROS)	%	7,0	7,2	-
Ergebnis nach Steuern	Mio. €	154	138	11,6
Investitionen <sup>2)</sup>	Mio. €	59	87	-32,2
Ausgaben für Forschung und Entwicklung	Mio. €	62	55	12,7
Bilanzsumme 31.12.	Mio. €	3.643	3.349	8,8
Eigenkapital 31.12.	Mio. €	1.114	1.026	8,6
davon gezeichnetes Kapital	Mio. €	102	102	-
Mitarbeiter 31.12.	FTE <sup>3)</sup>	15.010	13.962	7,5
Ergebnis je Vorzugsaktie	€	1,52	1,36 <sup>4)</sup>	11,8
Dividende je Aktie – Stammaktie	€	0,42	0,38 <sup>4)</sup>	10,5
– Vorzugsaktie	€	0,44	0,40 <sup>4)</sup>	10,0

1) EBIT in % auf das eingesetzte zinspflichtige Kapital (Stichtag).

2) Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte ohne aktivierte Entwicklungsausgaben.

3) FTE = Full Time Equivalents (Vollzeitäquivalente).

4) Vorjahreswerte rückwirkend angepasst wegen Aktiensplit (1:3).

# Nachhaltigkeit bei Jungheinrich

Als ein weltweit führendes Unternehmen der Intralogistik tragen wir Verantwortung für unsere Aktivitäten in Deutschland, Europa und der ganzen Welt – sowohl unter ökonomischen und ökologischen als auch sozialen Gesichtspunkten. Wir sind uns dieser Verantwortung bewusst und füllen den Begriff täglich mit Leben. Das Fundament hierfür bildet unser Nachhaltigkeitsverständnis, das profitables Wachstum und soziale sowie ökologische Aspekte erfolgreich zusammenbringt.

## Gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis

Seit jeher zählt verantwortungsvolles Wirtschaften zum ökonomischen Selbstverständnis bei Jungheinrich. Indem wir darüber hinaus ökologische und gesellschaftliche Themen bei uns im Unternehmen verankern, können wir mit unserem Erfolg einen dauerhaften Wert schaffen und den Anforderungen unserer Stakeholder<sup>1)</sup> gerecht werden. Wir wollen jeden Tag besser werden – dafür setzen wir auf das verantwortungsvolle Handeln aller Mitarbeiter.

Unser Nachhaltigkeitsverständnis

- ▶ baut auf Integrität und hohe Geschäftsmoral als Familienunternehmen.
- ▶ setzt sich für ein gemeinsames nachhaltiges Wirtschaften mit unseren Geschäftspartnern in der Wertschöpfungskette ein.
- ▶ zeigt sich durch die Schaffung von sicheren und guten Arbeitsplätzen als positiven Beitrag zur Gesellschaft.
- ▶ sichert die Verantwortung gegenüber Mitarbeitern durch gegenseitigen Respekt und Teamgeist.
- ▶ fokussiert auf Umweltverträglichkeit und Energieeffizienz.
- ▶ setzt die ständige Reflexion unserer Nachhaltigkeitsleistung voraus.

## Anforderungen erfüllen

**G4-14** Ein zentraler Baustein für mehr Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen ist das Vermeiden negativer Auswirkungen für Mensch und Umwelt. Daher haben wir das Vorsorgeprinzip in den Konzernrichtlinien und -prozessen in den Bereichen Qualität, Umwelt und Energie, Arbeitssicherheit sowie Compliance fest etabliert. Wir sind bestrebt, die gesetzlichen Anforderungen zu übertreffen, und verpflichten uns, die Auswirkungen möglichst gering zu halten – beides ist für uns obligatorisch.

Darüber hinaus berücksichtigen wir auch die Anforderungen unserer internen wie externen Stakeholder. Dazu gehört, Chancen und Risiken zu bewerten, die Wirksamkeit der Prozesse (Einkauf, Entwicklung, Produktion, Vertrieb, Personal etc.) zu messen, notwendige Ressourcen bereitzustellen sowie unsere Leistungen stetig zu verbessern.

## Qualität, Umwelt, Energie und Arbeitssicherheit

An einem Strang ziehen: In den Bereichen Qualität, Umwelt, Energie und Arbeitssicherheit ist das Mitwirken aller Mitarbeiter unerlässlich. Deshalb werden sie umfassend informiert und eingebunden. Dies gilt gleichermaßen für sämtliche Unternehmensbereiche, Tätigkeiten und Verfahren.

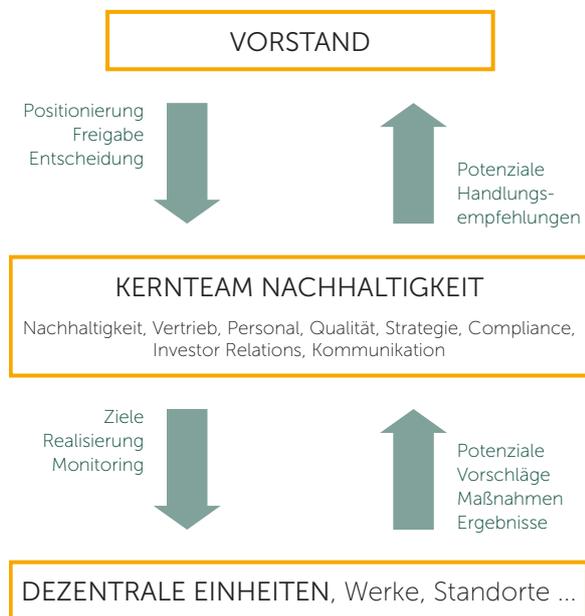
Wer sich weiterentwickeln will, braucht Ziele. Diese leiten wir sowohl konzernübergreifend als auch standort- oder bereichsspezifisch ab. Um sie zu erreichen, legen wir passende Maßnahmen fest und überprüfen diese regelmäßig auf Wirksamkeit.

Weitere Informationen sowie Details, wie wir bei Jungheinrich mit Nachhaltigkeit umgehen, sind auf unserer Homepage zu finden.

<sup>1)</sup> Stakeholder: Sammelbegriff für Organisationen, Gruppen oder Einzelpersonen, die von wirtschaftlichen oder politischen Aktivitäten und Entscheidungen beeinflusst werden oder diese selbst beeinflussen.

### Wie ist Nachhaltigkeit bei Jungheinrich organisiert?

G4-34



Um die Nachhaltigkeitsthemen in der Jungheinrich-Organisation zu lenken, haben wir 2016 das „Kernteam Nachhaltigkeit“ ins Leben gerufen. Interdisziplinär besetzt aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Vertrieb, Personal, Qualität, Strategie, Compliance, Investor Relations und Kommunikation, spricht dieses Team Handlungsempfehlungen aus und schlägt Ziele vor. Die Organisationsstruktur ermöglicht eine erfolgreiche Verankerung von Nachhaltigkeit im Unternehmen.

Als Schnittstelle zwischen den Einheiten und dem Vorstand nimmt das Kernteam eine Schlüsselposition ein. Unter der Leitung der Abteilung Nachhaltigkeit werden Entscheidungen für den Vorstand vorbereitet und erörtert. Verschiedenste Fachbereiche sollen ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsverständnis sicherstellen und sorgen für Input. Darüber hinausgehende Inhalte werden von den Werken, Vertriebseinheiten und weiteren Standorten beigesteuert. Sie sind es auch, die durch den Vorstand freigegebene Vorschläge realisieren.

G4-18 Das „Kernteam Nachhaltigkeit“ identifiziert und bearbeitet relevante Themen für Jungheinrich. Die Mitglieder haben bereits im Vorwege aktiv bei einem Wesentlichkeitsworkshop mitgewirkt. Angelehnt an die von der UN beschlossenen Sustainable Development Goals legten die Workshop-Teilnehmer die wichtigsten Aspekte für Jungheinrich fest und nahmen eine Gewichtung vor. Da unsere Stakeholder wichtige Themen von außen an Jungheinrich herantragen, nahm die Abteilung Nachhaltigkeit in diesem Prozess die Sicht der Stakeholder ein.

Durch die Clusterung in vier Handlungsfelder ist es uns möglich, die wesentlichen Aspekte vereinfacht darzustellen. So stehen beispielsweise hinter dem Handlungsfeld „Guter Arbeitgeber“ Inhalte wie Aus- und Weiterbildung, Mitarbeitergesundheit oder Betriebszugehörigkeit.

### Die wesentlichen Handlungsfelder bei Jungheinrich

G4-19



## Verantwortung und Werte

Jungheinrich orientiert sich seit jeher an den Werten und Prinzipien des ehrbaren Kaufmanns: Menschlichkeit, Integrität und eine hohe Geschäftsmoral stehen im Einklang mit Profitabilität. Mit diesen Prinzipien erstreckt sich unser Verantwortungsbewusstsein über die Unternehmensgrenzen hinaus und bezieht zum Beispiel Kunden, Lieferanten und die Gesellschaft mit ein. Diese unternehmerische Maxime gilt für jeden bei Jungheinrich. Flächendeckende Compliance-Vorgaben bilden die Grundlage für ein einheitliches Werteverständnis. Gesetzestreue und unser gesellschaftliches Engagement schaffen einen nicht finanziellen Mehrwert im regionalen wie auch globalen Rahmen.

## Produktentstehung, -qualität und -sicherheit

Jungheinrich zeichnet sich durch Entwicklung, Fertigung, Vertrieb und Service von effizienten, sicheren sowie wirtschaftlichen Produkten und Lösungen aus. Ganz entscheidend sind dabei unsere Mitarbeiter, denn sie tragen durch das Null-Fehler-Prinzip aktiv zur Sicherung der hohen Qualität bei. Für die Zufriedenheit und Sicherheit unserer Kunden entwickeln wir unsere Prozesse kontinuierlich weiter. Eine wichtige Basis dafür sind das Festlegen, Überprüfen und das regelmäßige Anpassen von Zielvorgaben sowie das Ermitteln von Kennzahlen.

## Guter Arbeitgeber

Unsere Konzernstrategie ist auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet. Dazu gehört, dass unser Unternehmen ein guter Arbeitgeber ist, sichere Arbeitsplätze schafft und damit einen wesentlichen Teil zur Entwicklung der Gesellschaft beiträgt. Mit dem „Jungheinrich Way of Leadership“ halten wir unsere Führungskräfte an, verantwortungsvoll zu handeln, unternehmerisch zu denken und unsere mehr als 15.000 Mitarbeiter auf unserem Wachstumskurs mitzunehmen. Wir begegnen dem immer härteren Wettbewerb um die besten Talente, indem wir attraktive Arbeitsplätze und eine stetig zunehmende Zahl von Ausbildungs- und Studienplätzen schaffen.

## Energie, Umwelt und Klimaschutz

Jungheinrich baut bereits seit über 60 Jahren Elektrofahrzeuge. Im vergangenen Jahr haben wir erstmalig über 100.000 Elektrofahrzeuge verkauft. Wir sind überzeugt, dass Energieeffizienz eines der Schlüsselthemen unserer Zeit ist. Umweltverträgliche und energieeffiziente Lösungen werden zunehmend zum entscheidenden Faktor in der Intralogistik. Durch unsere einzigartige Fertigungstiefe im Energiebereich widmen wir uns diesem Thema ganzheitlich. Wir sind der einzige Intralogistikanbieter, der sowohl Fahrzeuge als auch Batterien, Ladesysteme und Antriebsaggregate entwickelt, produziert und anbietet.

## Im Dialog mit unseren Stakeholdern

**G4-25; G4-26; G4-27** Im regen Austausch mit den verschiedenen Stakeholdern sehen wir einen wichtigen Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsverständnisses und Geschäftsmodells. Durch unsere Kunden erfahren wir aus erster Hand, was der Markt von uns erwartet und welche Ansprüche an uns gestellt werden. Hierbei stehen verstärkt Themen wie Energieeffizienz, Produktsicherheit, Compliance und Gleichbehandlung im Mittelpunkt. Wir fördern diesen Dialog bewusst. Zudem sind wir mit anderen Stakeholdern über direkte Gespräche, Online-Plattformen, Umfragen und Veranstaltungen in Kontakt. Auf diese Weise möchten wir die Zufriedenheit unserer Stakeholdergruppen steigern und langfristige Beziehungen schaffen. Hierzu tauschen wir uns mit einer Vielzahl öffentlicher und nicht öffentlicher Institutionen und anderen Unternehmen aus.

**G4-24** Die Gewichtung der Stakeholder richtet sich nach der Relevanz ihrer Geschäftstätigkeit für Jungheinrich. Hierzu gehören diejenigen, die mit unseren Produkten direkt in Kontakt kommen, die von Prozessen an unseren Standorten betroffen sind oder anderweitig mit dem Unternehmen in Verbindung stehen. Daher sind die wichtigsten Stakeholdergruppen für Jungheinrich Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Investoren, Wettbewerber und Verbände.

Durch die **maßgebliche Unterstützung** der **Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung** und der **Jungheinrich AG** eröffnet im **September 2017** das **Institut für Technische Logistik** an der Technischen Universität Hamburg-Harburg.



Die Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung investiert jährlich

**250.000 €**

**IN DIE BILDUNG**  
JUNGER MENSCHEN.



In Zusammenarbeit mit **action medeor** konnten mithilfe von

**Jungheinrich-Spenden**

humanitäre Projekte vorangetrieben werden.

**Einheitlicher Wissensstand:**  
Einführung von konzernweiten

**E-Learning-Modulen**  
zu **Compliance**

# 1

## Verantwortung und Werte

Soziale Verantwortung zu übernehmen, sehen wir nicht nur als Verpflichtung – vielmehr ist es Teil unserer Unternehmensphilosophie. Entsprechend unterstützen wir gemeinnützige Initiativen und fördern die Bildung junger Menschen. Mit unserem Engagement leisten wir einen wichtigen Beitrag für unsere Gesellschaft. Im Sinne einer guten Unternehmensführung ist es zudem unser Anspruch, stets die gesetzlichen Anforderungen und internen Vorgaben zu übertreffen. Hierfür stellen unser Compliance-Management-System und gut geschulte Mitarbeiter die Weichen.

### **Jungheinrich übernimmt gesellschaftliche Verantwortung**

Als Hamburger Traditionsunternehmen übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung innerhalb wie auch außerhalb des Konzerns. So begleiten wir Initiativen und Projekte, die im Einklang mit unserer Unternehmensphilosophie und unseren Kernkompetenzen stehen. Wir setzen uns langfristig für Bildung, wissenschaftlichen Nachwuchs und karitative Projekte ein. Koordiniert werden sämtliche Aktivitäten – national wie international – von unserer Konzernzentrale in Hamburg. Einzelne Jungheinrich-Standorte wählen zudem lokale Initiativen aus und unterstützen diese. Mit der Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung leisten wir zusätzlich einen positiven Beitrag für die Bildung junger Menschen. Langfristige Partnerschaften pflegen wir mit der Kinder-Uni Hamburg und dem Deutschen Medikamenten-Hilfswerk action medeor e.V. Neben Sach- und Geldspenden unterstützen wir auch mit unserer Expertise rund um die Lagerlogistik und fördern das freiwillige Engagement unserer Mitarbeiter.

### **Nachwuchsförderung mit der Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung**

Die eigenen Mitarbeiter gezielt zu fördern, ist seit jeher ein Grundstein unseres Erfolges. Hervorragend ausgebildete Nachwuchskräfte gehören zu den wertvollsten Ressourcen von Jungheinrich. Deshalb gingen die Jungheinrich AG sowie die beiden Gesellschafterfamilien am 17. Mai 2004 einen Schritt weiter und gründeten die Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung. Die Bildung in den MINT<sup>1)</sup>-Fächern und die Förderung von Wissenschaft und Forschung sind das Ziel. Dies geschieht sowohl durch die individuelle Unterstützung besonders qualifizierter junger Menschen in Form von Stipendien als auch durch die Kooperation mit ausgewählten Lehrstühlen an Hochschulen. Dank maßgeblicher Unterstützung durch die Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung und die Jungheinrich AG eröffnet im September 2017 das Institut für Technische Logistik an der Technischen Universität Hamburg-Harburg. Hier lernen Studierende alles rund um die Intralogistik.

1) MINT: Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik.

Derzeit fördert die Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung die Helmut-Schmidt-Universität in Hamburg, die Technischen Universitäten Hamburg-Harburg und München sowie die Tongji-Universität in Shanghai. In Zukunft sollen die Aktivitäten – auch international – noch weiter ausgebaut werden und die Förderung junger Menschen verstärkt in den Fokus rücken.

Der Stiftung stehen jährlich Mittel in Höhe von 250 Tsd. € zur Verfügung. Sie verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke, ist selbstlos tätig und agiert als selbstständige Organisation losgelöst von der Jungheinrich AG. Die Mittel der Stiftung dürfen daher nur für die satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden.

*Dr. Friedrich Jungheinrich*  
**DR. FRIEDRICH JUNGHEINRICH**  
**STIFTUNG**

Die Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung fördert die Ausbildung junger Menschen.

### Partner der Kinder-Uni Hamburg

Wir fördern bereits die jüngsten Nachwuchswissenschaftler: Seit 2013 unterstützt Jungheinrich die Kinder-Uni Hamburg, um Kindern einen frühen Zugang zu Bildung zu ermöglichen und sie für wissenschaftliche Themen zu begeistern. Die Kinder-Uni ist eine jährliche Veranstaltungsreihe in der Universität Hamburg für Kinder zwischen acht und zwölf Jahren. Dozenten erklären wissenschaftliche Zusammenhänge aus ihrem Forschungsschwerpunkt in kostenlosen Vorlesungen – speziell konzipiert für Kinder.



Lernen wie die Großen: An der Kinder-Uni Hamburg werden komplexe Themen verständlich erklärt.

Die Hamburger Kinder-Uni ist ein Kooperationsprojekt der Universität Hamburg, der Claussen-Simon-Stiftung, des Kindermagazins GEOLino, der ETV KiJu (Tochtergesellschaft des Eimsbütteler Turnverbandes e.V.) sowie der Hamburger Unternehmen Euler Hermes Deutschland und Jungheinrich AG.

### STARKE PARTNERSCHAFT VON JUNGHEINRICH UND ACTION MEDEOR

Gesundheit ist ein Grundbedürfnis aller Menschen – doch längst nicht jeder hat Zugang zu medizinischer Versorgung. Hier einen Beitrag zu leisten, liegt uns bei Jungheinrich am Herzen: Vom Vorstand über die Gesellschafterfamilien bis hin zu den Mitarbeitern haben wir uns entschieden, action medeor bei seiner Arbeit tatkräftig zu unterstützen – in Form von Sachspenden, regelmäßigen Geldspenden und Beratung bei Fragen rund um die Intralogistik. Als „Notapotheke der Welt“ setzt sich action medeor seit 1964 dafür ein, die Gesundheit von Menschen in den ärmsten Regionen der Welt nachhaltig zu verbessern. Gemeinsam mit lokalen Partnern konnte action medeor seither über 10.000 Gesundheitsstationen in 140 Ländern mit Arzneimitteln und medizinischem Material versorgen. Durch die Unterstützung von Jungheinrich wurden bereits Medikamentenlager in Tansania und Malawi ausgestattet und das Lager am Hauptsitz in Tönisvorst erweitert. Unser Einsatz ermöglicht eine effizientere Organisation der Medikamentenhilfe und sorgt dafür, dass die Hilfslieferungen überall dort auf der Welt ankommen, wo sie dringend benötigt werden. Unser Engagement ist dabei flexibel in der Gestaltung: Wir versuchen, mit den jeweils richtigen Mitteln zur richtigen Zeit zu helfen.



Unser langjähriger Partner:  
 Deutsches Medikamenten-Hilfswerk action medeor e.V.



„Wir – die Jungheinrich AG und ihre Mitarbeiter – unterstützen action medeor mit Intralogistik-Know-how, Lagertechnik und Spenden, um einen Beitrag zur gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung zu leisten. Denn unser Engagement in puncto Nachhaltigkeit endet nicht an den Werkstoren!“

Hans-Georg Frey, Vorsitzender des Vorstandes



Das Lager von action medeor in Tönisvorst.

### Mitarbeiter zeigen hohen Einsatz

Jungheinrich-Mitarbeiter sammeln darüber hinaus weitere Spendengelder durch die unternehmensinterne Restcent-Aktion. Bei diesem freiwilligen Engagement spenden die Mitarbeiter die Cents „hinter dem Komma“ ihrer monatlichen Gehaltsabrechnung und fördern so jährlich ausgewählte Projekte. Der Gesamtbetrag wird am Jahresende vom Vorstand verdoppelt und inklusive des steuerlichen Vorteiles als Spende an action medeor weitergegeben. Neben Deutschland beteiligen sich mittlerweile auch die Jungheinrich-Gesellschaften in Spanien, Portugal, Österreich, Italien und Großbritannien an der Restcent-Aktion. Unser Ziel ist, diese Aktion auf weitere Länder auszuweiten.

Neben der Restcent-Aktion beteiligen sich unsere Mitarbeiter auch an weiteren karitativen Projekten, indem sie beispielsweise ihr Fachwissen einbringen oder an Spendenaktionen teilnehmen. Dazu zählen anlassbezogene Geldspenden, Weihnachtsaktionen für soziale Einrichtungen wie Die Arche – Christliches Kinder- und Jugendwerk sowie diverse Sachspenden, darunter Staplerspenden für die Freiwillige Feuerwehr an verschiedenen Standorten.

### Gesellschaftliches Engagement – Ausblick

Unsere Spendenaktivitäten wählen wir mit Bedacht aus. Neben der inhaltlichen Ausrichtung steht dabei vor allem ihr langfristiger Charakter im Vordergrund. Zusammen mit den Partnern bestimmen wir jährlich priorisierte Hilfsprojekte und unterstützen auch in akuten Krisensituationen. Diese Kooperationen wollen wir sowohl intern als auch extern noch tiefer verankern, um durch erhöhte Sichtbarkeit der gemeinsamen Projekte weiteres Engagement zu fördern.

### Umgang mit Vorgaben und Regeln

Das Geschäftsmodell von Jungheinrich basiert auf verantwortungsvollem und ethisch korrektem Verhalten aller für das Unternehmen tätigen Personen. Nur so können wir von unseren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und Aktionären sowie allen weiteren Stakeholdern als verlässlicher Partner wahrgenommen und anerkannt werden.

### Einheitlicher Verhaltenskodex

**G4 SO-04** Jungheinrich stellt allen Mitarbeitern Richtlinien, verbindliche Regeln und Standards zentral zur Verfügung – unter anderem eine Richtlinie zur Regelung compliance-relevanter Sachverhalte. Sie definiert das Vorgehen bei vermeintlichen oder tatsächlichen Verstößen gegen gesetzliche Anforderungen und interne Vorgaben. Dazu gehört auch der unternehmensweit gültige Verhaltenskodex, der alle Mitarbeiter zur Einhaltung von Gesetzen und Normen verpflichtet. Er bildet zudem den Rahmen für das geforderte wettbewerbsrechtlich einwandfreie Verhalten aller Mitarbeiter. Schwerpunkte des Kodex sind unter anderem Antikorruption, Kartellrecht und Datenschutz.

### Informationsveranstaltungen zu Compliance

**G4 SO-04** Um dieses Verhalten zu fördern, führt die zentrale Compliance-Abteilung Präsenzs Schulungen für unsere Mitarbeiter vor Ort durch. In den Jahren 2014 und 2015 fanden diese Schulungen an allen deutschen Jungheinrich-Standorten statt. 2016 gab es 14 Compliance-Unterweisungen, unter anderem in China, Italien und Thailand (2015: 22). Zusätzlich zu den Präsenzveranstaltungen bietet Jungheinrich seit 2016 verschiedene E-Learning-Module zum Thema Compliance an, die konzernweit genutzt werden können. Wir streben an, über die kommenden Jahre sukzessive alle Mitarbeiter zu schulen, dies kontinuierlich nachzuhalten und das Schulungsangebot auszuweiten. Inhalte sind dabei unter anderem Kartellrecht, Datenschutz sowie unser Verhaltenskodex.

Darüber hinaus werden Mitarbeiter zielgruppenspezifisch über die Grundsätze von Compliance in verschiedenen Risikofeldern vertieft informiert und sensibilisiert. Dies betrifft beispielsweise die Themen Antikorruption und Kartellrecht. Die jeweiligen Werks- und Vertriebsstandorte organisieren zudem weiter gehende Informationsveranstaltungen mit Standortbezug.

### Prüfungen durch Konzernrevision

**G4 SO-05** Generell werden alle potenziellen Fälle mit Verdacht auf Korruption zunächst vom Chief Compliance Officer und Leiter des zentralen Compliance-Bereiches begutachtet, um dann gegebenenfalls weitere Schritte, wie zum Beispiel Belegprüfungen, Interviews vor Ort oder disziplinarische Maßnahmen, einzuleiten. Im Berichtsjahr hatten wir keinen Korruptionsfall (2015: 0).

**G4 SO-03** Zur Prävention von Korruption werden alle Jungheinrich-Standorte revolvierend unter Risikogesichtspunkten durch die Konzernrevision geprüft. Bestandteil ist standardmäßig auch die Prüfung von Belegen und Finanztransaktionen. 2016 wurden insgesamt 30 Prüfungen durchgeführt (2015: 33).

### Klar definierte Meldewege – persönlich oder anonym

Großen Wert legen wir auf fest definierte, klar kommunizierte und konzernweit geltende Meldewege für alle Fragen rund um Compliance-Themen und mutmaßliche Verstöße. Um die etablierten Wege über den direkten Vorgesetzten, den lokalen Personal- oder Compliance-Verantwortlichen und/oder die zentrale Compliance-Organisation zu ergänzen, wurde 2016 – zunächst für Deutschland – eine sogenannte „Open Line“ eingerichtet. Über diesen zusätzlichen Meldeweg können Mitarbeiter mittels eines externen Dienstleisters anonym potenzielle Compliance-Themen adressieren und sich informieren.

### Hohe Standards beim Datenschutz

**G4 PR-08** Die Einhaltung der Persönlichkeitsrechte und der Schutz von Firmengeheimnissen sind für Jungheinrich von zentraler Bedeutung. Hierzu legt eine Richtlinie das gleichbleibend hohe Schutzniveau für den Umgang mit personenbezogenen Daten unter Beachtung der gesetzlichen Anforderungen (EU-Recht) fest. Darüber hinaus werden die Verantwortlichkeiten geregelt, um diesen Anspruch sicherzustellen. Ein funktionierendes System: 2016 hatten wir keine Beschwerden bezüglich mangelnden Datenschutzes (2015: 0).

**G4 SO-07** Entsprechend hohe Anforderungen bei Compliance und Datenschutz stellen wir an unsere externen Lieferanten und Vertriebspartner. Von ihnen erwarten wir neben ethisch einwandfreiem Verhalten, dass sie die Grundsätze des freien und fairen Wettbewerbes verbindlich beachten. Zu diesem Zweck sind wir dazu übergegangen, diese Punkte in unsere Lieferantenrahmenverträge zu integrieren und uns die Einhaltung der jeweils einschlägigen kartellrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Gesetze und Bestimmungen ausdrücklich bestätigen zu lassen.

### Zusammenarbeit mit unseren Produktionslieferanten

**G4 EN-32; G4 HR-5; G4 HR-6; G4 HR-10; G4 LA-14** Wir möchten gemeinsam mit unseren Lieferanten den Erfolg unserer Produkte gestalten – die beste Voraussetzung dafür ist eine langfristige partnerschaftliche Zusammenarbeit. Die sorgfältige Auswahl von Lieferanten ist eine notwendige Basis, um unsere hervorragende Produktqualität gewährleisten zu können. Bevor ein Hersteller zu einem Jungheinrich-Lieferanten wird, muss er die konzernweit einheitlichen Freigabekriterien durchlaufen. Eine tragende Säule ist dabei das von uns entwickelte Lieferantenhandbuch, welches vom Lieferanten unterzeichnet werden muss. Das Lieferantenhandbuch zeigt auf, welche Anforderungen Jungheinrich an eine Zusammenarbeit stellt. Themen wie das Verbot von Kinder-, Zwangs- und Pflichtarbeit sind dabei obligatorisch. Ebenso fordern wir Auskünfte zu Arbeitspraktiken und Menschenrechten, Qualität, Umwelt, Energie und Nachhaltigkeit ein, um so die Transparenz unserer Lieferkette weiter zu erhöhen.

Damit das Lieferantenhandbuch stets unseren und den Anforderungen unserer Kunden genügt, wird es kontinuierlich aktualisiert. Damit wir uns ein besseres Bild von unseren Partnern machen können, finden regelmäßige Lieferantenbesuche und standardisierte Audits durch Experten aus Einkauf, Qualität und Entwicklung statt.



Ausgaben von

# 62 Mio. €

für Forschung und Entwicklung (2016)

Mit über



sind wir stets nah an unseren Kunden.



# Alle Jungheinrich-Stapler

unterliegen sicherheits- und funktionsbezogenen Prüfungen.

Durch die Einführung von Assistenz- und Sicherheitssystemen wie dem neuen **Fußgängererkennungssystem**



erhöhen wir die Sicherheit unserer Fahrzeuge noch weiter.

ZERTIFIZIERUNG NACH

# ISO 9001



# 2

## Produktentstehung, -qualität und -sicherheit

Unter Produktverantwortung verstehen wir, qualitativ hochwertige sowie sichere Produkte und Lösungen zu liefern. Wir bauen deshalb auf höchste Sicherheitsstandards. Die fortlaufende Optimierung von Abläufen sowie der Einsatz neuer Technologien prägen unseren Arbeitsalltag. Unsere Kunden sollen bestmöglich vor potenziellen Gefahren geschützt werden, die im Umgang mit unseren Produkten entstehen können. Darüber hinaus sollen sie vom neuesten Stand der Technik profitieren. Dank unserer Servicetechniker können wir dies auch jenseits der Werkstore sicherstellen.

### Ganzheitliches Qualitätsmanagement

Jungheinrich verfolgt im Qualitätsmanagement einen systematischen Ansatz. So werden zum Beispiel in Entwicklungsprojekten fest definierte Meilensteine durchlaufen, an denen bestimmte Qualitätskriterien auf Erfüllung überprüft werden.

Ein zentraler Punkt für die Entwicklung sicherer Produkte besteht darin, die externen wie internen Stakeholderanforderungen zu berücksichtigen und umzusetzen. Dies geschieht durch einen umfassenden Blick auf alle relevanten Bereiche von der Entstehungs- bis zur Nutzungsphase des Produktes.



Die Produktionsstandorte Norderstedt, Lüneburg, Moosburg, Degernpont, Landsberg und Qingpu (China) arbeiten mit einem zertifizierten Qualitätsmanagement-System nach ISO 9001. Der Ansatz findet hierbei in den konzernweit einheitlich definierten Prozessen besondere Beachtung.

## Aktive Normungsarbeit als strategische Aufgabe

**G4-16** Sich aktiv an der Normungsarbeit zu beteiligen, ist für Jungheinrich eine wichtige strategische Aufgabe. Normen geben Rechtssicherheit, denn sie legen zum Beispiel zentrale Sicherheitsanforderungen für Flurförderzeuge fest. So lassen sich Fehlerrisiken minimieren und Unfälle vermeiden. Die Anwendung von Normen erleichtert den Export und sorgt für Wettbewerbsgleichheit zwischen den Anbietern. Außerdem ermöglicht die gemeinsame Normungsarbeit die Überprüfung der Normen auf praxisingerechte Anwendbarkeit sowie die Produktoptimierung im Forschungsverbund. Jungheinrich ist unter anderem Mitglied in folgenden Verbänden: Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), Verein Deutscher Ingenieure (VDI), International Organization of Standardization (ISO) sowie Deutsches Institut für Normung (DIN).

Mit der Normungsarbeit schaffen wir wesentliche Voraussetzungen, um die Sicherheit und Zuverlässigkeit unserer Produkte weiter zu erhöhen. Daher hat sie in unserem Nachhaltigkeitsverständnis einen festen Platz. Das Einhalten von Normen gewährleistet eine benutzerfreundliche Bedienung unserer Produkte und deckt zudem Aspekte der Arbeitssicherheit ab. Beispielsweise arbeiten wir an der Weiterentwicklung der ISO 3691<sup>1)</sup> mit.

Neben dem Thema Sicherheit werden zunehmend weitere Nachhaltigkeitsaspekte – wie zum Beispiel die Energieeffizienz von Produkten – in der Normungsarbeit relevant. Auch hier setzt sich Jungheinrich aktiv ein und erarbeitet in Kooperation mit anderen Herstellern eine neue Verbrauchsnorm für Flurförderzeuge. Diese soll Kunden eine bessere Vergleichbarkeit als Basis für nachhaltige Kaufentscheidungen ermöglichen.

## Jungheinrich-Wertschöpfungskette

**G4-12**

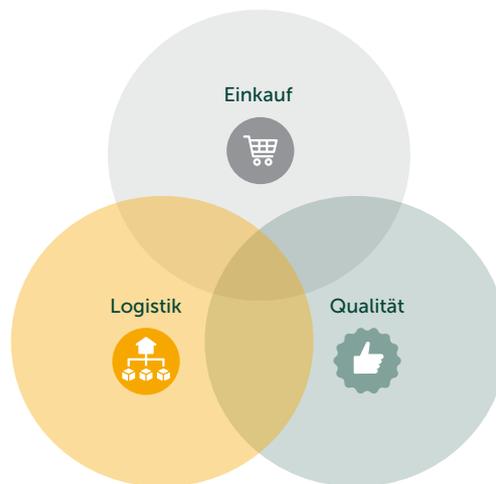


1) Sicherheit von Flurförderzeugen.

2) Richtlinie 2014/30/EU über die elektromagnetische Verträglichkeit.

Die Umsetzung aller sicherheitsrelevanten Gesetze und Normen (zum Beispiel Maschinenrichtlinie, EMV-Richtlinie<sup>2)</sup>) sowie die Einhaltung interner Vorgaben zu Ergonomie und Sicherheit sind bei Jungheinrich in jeder Phase verpflichtend – das beginnt schon bei der Produktentstehung.

## Prozessübergreifendes Qualitätsdenken



Einkauf, Qualität und Logistik im harmonischen Zusammenspiel.

Unser Unternehmen wächst rasant – und damit auch die Produktionsstückzahl. Zugleich reduziert sich die Auftragsdurchlaufzeit signifikant. Diese Entwicklungen führen zu höheren Anforderungen an die Lieferanten hinsichtlich der Qualität und Flexibilität. Wir haben darauf reagiert und 2016 unsere Organisationsstruktur im Bereich des Supply-Chain-Management (s.o.) für Produktionsmaterial angepasst. Die Harmonisierung der Organisation und Prozesse der Bereiche Einkauf, Qualität und Logistik ist ein entscheidender Schritt, um wichtige strategische Zielsetzungen von Jungheinrich zu erreichen. Eine zentrale Qualitätsorganisation standardisiert die Prozesse sowie den einheitlichen Qualitätsanspruch gegenüber den Lieferanten. Auf diese Weise wollen wir die Anzahl notwendiger Reklamationen von Kaufteilen gegenüber den Lieferanten nachhaltig reduzieren.

In den Produktionswerken findet eine systematische Prüfung von Kaufteilen im Zuge der Wareneingangsprüfung statt. Den Prüfzyklus und -umfang legt der Qualitätsbereich in Zusammenarbeit mit der Produktentwicklung fest – immer abgestimmt auf die jeweilige Bedeutung für Sicherheit und Funktion.

Anhand regelmäßig erhobener Kennzahlen, wie etwa Termintreue und Schlechtmengen, lässt sich die Leistungsfähigkeit der bestehenden Lieferanten abbilden. Sobald definierte Grenzwerte im Bereich Qualitäts- oder

Logistikperformance überschritten werden, greifen entsprechende Eskalationsstufen. Auffällige Lieferanten werden im Rahmen eines monatlichen Lieferantenqualifizierungsgremiums mit Maßnahmen zur Wiederherstellung der Leistungsfähigkeit belegt und verfolgt. Das Ziel dieser Vorgehensweise ist, den Lieferanten schnellstmöglich wieder in den Bereich der festgelegten Toleranzen zurückzuführen. Zeigen diese Aktivitäten nicht den geforderten Erfolg, wird der Lieferant für den Beschaffungsprozess gesperrt.

#### WIR HABEN UNSERE STAPLER ÜBERALL IM BLICK

Eine wesentliche Säule des Jungheinrich-Geschäftsmodells ist die Direktvertriebsorganisation in 36 Ländern mit einem eigenen Kundendienst. Das dichte Servicenetzwerk mit über 4.700 Technikern sichert eine permanente und unmittelbare Marktbeobachtung und vor allem -betreuung – die Basis für unsere maximale Reaktionsgeschwindigkeit bei Produktfehlern.

Über eine Million Serviceberichte pro Jahr werten wir fundiert aus und leiten daraus unverzüglich Optimierungsmaßnahmen zur Sicherheit und zur Reduzierung von Stillstandzeiten unserer Produkte ab.

Jungheinrich hat die Verantwortlichkeiten von der Problemmeldung über die Fehleranalyse bis hin zur Lösung in einem verbindlichen, konzernweit gültigen Prozess verankert. Die Transparenz und Auswertung der Daten nutzen wir bestmöglich, um Fehler rechtzeitig zu erkennen und durch Maßnahmen in der Serie sowie an den sich im Feld befindenden Fahrzeugen präventiv zu verhindern.

Auch bei Unfällen mit einem Jungheinrich-Produkt greifen unsere bewährten Prozesse: Die verantwortliche Produktlinie erhält eine standardisierte Unfallschnellmeldung und kann dadurch umgehend eine Untersuchung – und wenn erforderlich auch entsprechende Maßnahmen in der Produktion und im Feld – einleiten.

Die systematische Auswertung der Unfallmeldungen zeigt: Die Ursachen der meisten Unfälle liegen in der unsachgemäßen Handhabung der Last oder in Problemen der Organisation des Lagers. Mit diesem Wissen unterstützen wir unsere Kunden bedarfsgerecht, zum Beispiel mit Fahrerschulungen. Intelligente Assistenz- und Sicherheitssysteme sowie automatisierte Lösungen spielen ebenfalls eine immer größere Rolle, wenn es um die Erhöhung der Arbeitssicherheit bei Kunden geht. Ein Highlight unter unseren Assistenzsystemen ist das seit 2016 optional bestellbare Fußgängererkennungssystem: Menschen und Gegenstände im Umfeld des Flurförderzeuges werden erkannt und die Geschwindigkeit des Gerätes wird automatisch reduziert. Neben dem Fußgängererkennungssystem haben wir für unsere Produkte eine Vielzahl weiterer Assistenzsysteme im Angebot, die im Bereich des Last- und Kollisionsschutzes sowie der Stabilität für mehr Sicherheit sorgen.



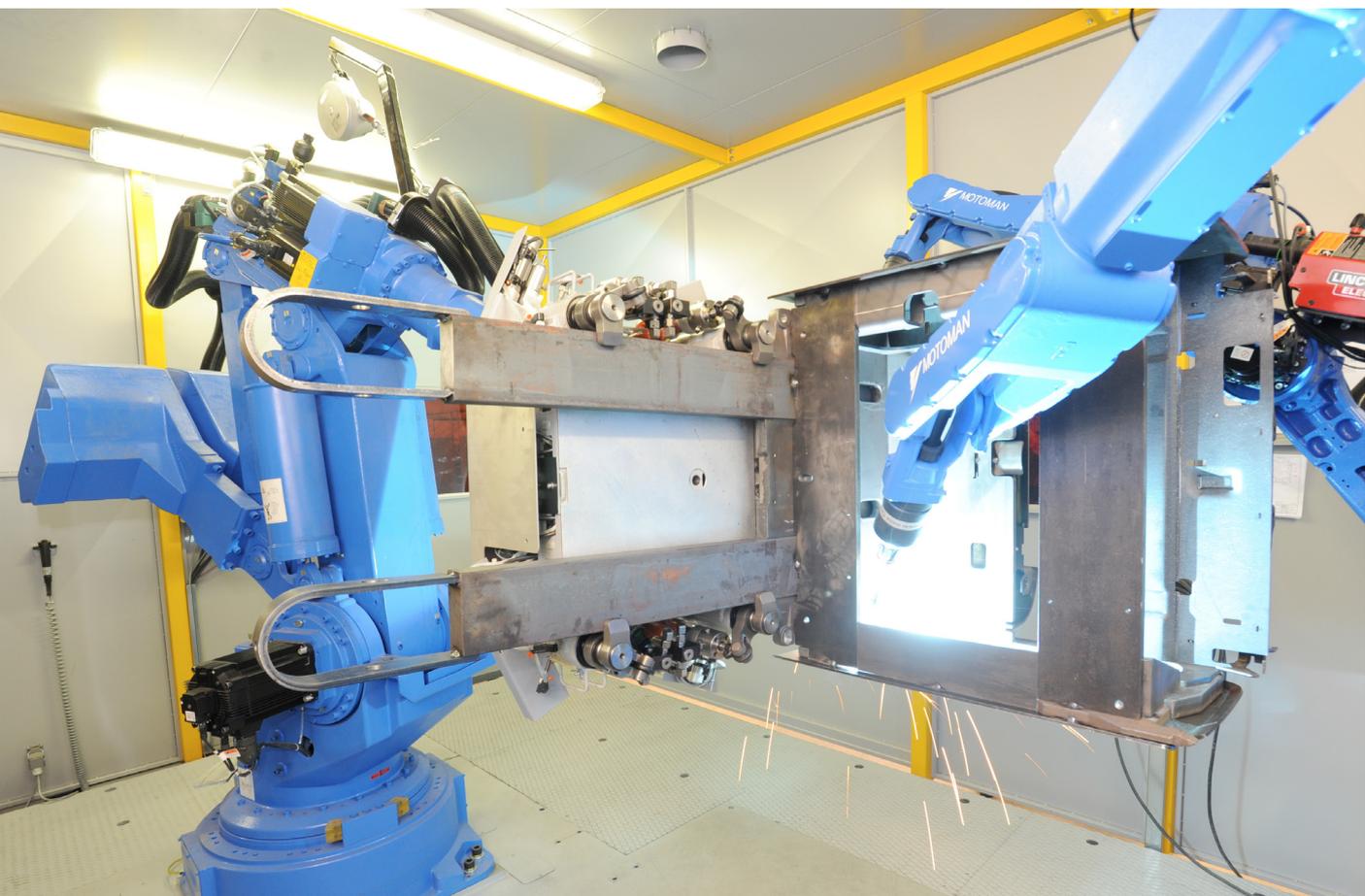
### Feste Standards in der Eigenfertigung

Der Name Jungheinrich steht für Qualität – daher gelten in allen Fertigungsbereichen die höchsten Ansprüche. Insbesondere bei der Fertigung und Montage von sicherheitskritischen und/oder funktionsbestimmenden Bauteilen oder Komponenten gibt es klar definierte Qualitätsstandards. Zu unseren Kernkompetenzen gehört beispielsweise das Schweißen: Es ist elementar für die tragende Struktur unserer Produkte, etwa des Fahrzeugrahmens oder des Hubgerüsts. Diese Verantwortung nehmen wir selbst in die Hand. So ist das Prüfen von Schweißnähten in jedem Jungheinrich-Werk ein fester Prozessschritt in der Fertigung sowie in definierten Abständen im Labor (zerstörende Prüfung).

Das Erfüllen schweißtechnischer Qualitätsanforderungen – zum Beispiel Schweißnahtprüfungen – lassen wir regelmäßig nach ISO 3834-2 zertifizieren.

### Umfangreiche Kontrollmechanismen

**PR-01** Standard in jedem Produktionswerk sind die Prüfstationen nach jedem bedeutenden Fertigungsschritt. In den Vorfertigungsbereichen gibt es eine Vielzahl an Prüfstationen, an denen neben einer Selbstprüfung durch die Mitarbeiter auch stichprobenartig Geometrieprüfungen durchgeführt werden. Innerhalb und am Ende der Montagelinien wird neben den kritischen Themen wie Bremsen, Lenken, Heben und Fahren auch die Qualität der Produkte zu 100 Prozent geprüft. Zusätzlich gibt es Stichprobenprüfungen – bei welchen unter anderem auch die Standicherheit geprüft wird – sowie regelmäßige, umfangreiche Auditierungen durch die Qualitätssicherung in Zusammenarbeit mit den Entwicklungs-, Kundendienst- und Produktionsbereichen. Vor allem sicherheits- und funktionsrelevante Bauteile, wie zum Beispiel Hubgerüste,



Schweißen ist Kernkompetenz von Jungheinrich.



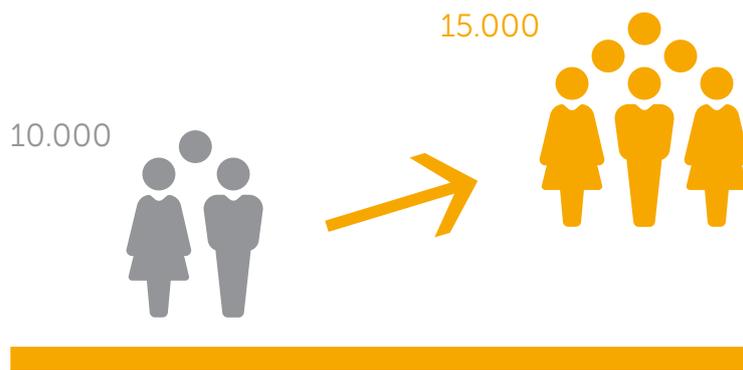
Unser neues Andon-System erhöht die Transparenz im Fehlermanagement.

werden aufwendig an speziell hierfür entwickelten Arbeitsplätzen geprüft. Durch die systematische Erfassung von eigenen- oder fremdverursachten Fehlern in den Montagelinien ist eine kontinuierliche Verbesserung möglich, welche über Kennzahlen nachverfolgt wird.

Um unsere Produktion noch effektiver zu gestalten und die Qualität abzusichern, führen wir schrittweise eine neue Technologie ein: Das Andon-System unterstützt die Echtzeit-Erfassung von Fehlern in der Montage und zukünftig auch in der Vorfertigung. Im Werk Degernpoint ist das System bereits implementiert, nun wird es sukzessive auf die anderen Werke ausgeweitet. Prinzipiell kann damit jeder Mitarbeiter schnell sichtbar machen, dass ein Problem an seinem Arbeitsplatz vorliegt und um welche Art von Fehler es sich dabei handelt.

### Gezielte Nutzung von Big Data

Die Möglichkeiten der Datenerfassung hinsichtlich Produktqualität und -sicherheit wachsen permanent. Wie sich die erhobenen Daten effektiv verwenden lassen, untersuchen unsere unternehmensinternen Spezialisten konsequent. So fließen die Erkenntnisse der Feldbeobachtung in den Produktentstehungsprozess sowie in die Normungsarbeit ein. Die Auswertungen der Daten aus unserer eigenen Fertigung und dem Monitoring der Lieferanten wollen wir verstärkt nutzen, um Fehlerkosten zu reduzieren.



**ÜBER 5.000**

Arbeitsplätze wurden seit 2010 weltweit neu geschaffen.

DURCHSCHNITTLICHE  
BETRIEBS-  
ZUGEHÖRIGKEIT VON

**11**

JAHREN



TEILNEHMER  
IM TRAINING  
CENTER (2016)

**98%**

unserer

**AUSZUBILDENDEN**

haben wir 2016 ein  
Übernahmeangebot  
unterbreitet.

**1.150**

**MASSNAHMEN**

zur Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit  
wurden seit 2015 durchgeführt.



**250**

**Auszubildende**

waren im vergangenen  
Jahr bei uns beschäftigt.

# 3

## Guter Arbeitgeber

Unsere Mitarbeiter sind das Rückgrat des Jungheinrich-Konzerns. Ein guter Arbeitgeber zu sein, bedeutet für uns, die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und seinen Zielen zu fördern. Dabei bilden ein familienfreundliches Arbeitsumfeld, aktive Gesundheitsförderung sowie Arbeitsplätze mit Eigenverantwortung und Perspektive die Grundlage unseres Bestrebens nach zufriedenen und motivierten Mitarbeitern.

### Unser Selbstverständnis als Arbeitgeber

**G4-10** Weltweit unterwegs und doch familiär: Auch als Konzern mit weltweit über 15.000 Mitarbeitern und trotz des enormen Wachstums in den vergangenen Jahren hat sich Jungheinrich die Vorteile und das Wesen eines Familienunternehmens bewahren können. Dies spiegelt sich vor allem im Umgang mit den Mitarbeitern wider. So basieren unsere Unternehmenswerte wie Mut, Innovation, Vertrauen, Leidenschaft und Unternehmertum auf Gegenseitigkeit.

**LA-01** Jeder Einzelne leistet mit seinem Einsatz einen großen Beitrag zum Gesamterfolg. Mit hervorragenden Produkten und hoch qualifizierten Mitarbeitern ist Jungheinrich ein langfristig sicherer und attraktiver Arbeitgeber. Dass sich die Beschäftigten wohlfühlen, zeigen insbesondere die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von elf Jahren und eine niedrige Mitarbeiterfluktuation.<sup>1)</sup>

### Fachkräfte gewinnen und langfristig halten

**G4-10** Der Wertewandel der Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit sowie der demografische Wandel stellen für uns als Arbeitgeber eine neue Herausforderung im Wettbewerb um die besten Talente dar. Unser Anspruch ist, Mitarbeitern bei den Themen persönliche Weiterentwicklung und Work-Life-Balance so weit wie möglich entgegenzukommen. Unsere flexiblen Arbeitszeitmodelle, eine betriebliche Altersvorsorge und Trainingsangebote schaffen Anreize, um die Mitarbeiterbindung zu erhöhen und neue Mitarbeiter zu gewinnen. Dass wir langfristig denken, zeigt sich auch daran, dass hierzulande 95,6 Prozent und international 99,4 Prozent der Jungheinrich-Mitarbeiter über unbefristete Verträge beschäftigt sind.

### Fluktuationsquote

in %



■ Inland ■ Ausland

<sup>1)</sup> Die Mitarbeiterfluktuation liegt weltweit bei 4,7 Prozent.



Der „Jungheinrich Way of Leadership“ stellt weitere Weichen für ein zukunftsorientiertes Unternehmen.

#### DER „JUNGHEINRICH WAY OF LEADERSHIP“

Jungheinrich zeichnet sich seit jeher durch eine besondere Führungskultur aus, die auf dem tiefen Vertrauen in die Mitarbeiter basiert. Um dies zu vermitteln, sagte der Unternehmensgründer Dr. Friedrich Jungheinrich gerade einmal zwei Worte: „Mach' man!“ Mit diesem Ausspruch ermunterte er seine Mitarbeiter, ihre Vorschläge und Ideen umzusetzen und sich auf diese Weise in das Unternehmen einzubringen. Genau diese Botschaft haben wir in unser heutiges Führungsleitbild „Jungheinrich Way of Leadership“ übersetzt und zukunftsfähig gemacht.

„Living the Change. Creating the Future. Starting with me.“ Das Motto der „Executive Management Conference 2016“ bei Jungheinrich verdeutlicht, wie wichtig die Lern- und Veränderungsfähigkeit der Mitarbeiter für das Erreichen unserer Wachstumsziele ist. Der Unternehmenserfolg hängt somit unmittelbar von der Qualifikation, den Kompetenzen sowie dem Engagement des einzelnen Mitarbeiters ab. Einen entscheidenden Faktor sehen wir hierbei in der Verknüpfung von Strategie und Führung. Bei der Aufgabe, das Leitbild mit zentralen Werten wie Unternehmertum, Fokus und Wachstum im Konzern zu verankern, kommt den Führungskräften eine tragende Rolle zu.

#### Maßgeschneidertes Trainingsprogramm

Um dieses ganzheitliche Führungskonzept in der Organisation zu etablieren, haben wir unser Trainingsprogramm um zielgruppenspezifische Seminare, Informationsveranstaltungen und neue Lernformate ergänzt. So vermittelte das „Jungheinrich Way

of Leadership Essentials“-Training die grundlegenden Inhalte, während sich im Training „Personal Mastery“ 450 Führungskräfte auf ein spezielles Kernelement des Ansatzes fokussierten.

Die international bei mehr als 40 Teams durchgeführten „Team Talks“ boten die Chance, alle Mitarbeiter in den „Jungheinrich Way of Leadership“ einzubeziehen. Zu den weiteren Maßnahmen gehörten ein neu eingeführtes Kompetenzmodell sowie Networking-Events mit dem Vorstand und Top-Führungskräften. In Kombination mit den bereits bestehenden Trainings konnten wir so neue Möglichkeiten schaffen, eine Führungskultur im Sinne des „Jungheinrich Way of Leadership“ national wie international weiter in den Konzern hineinzutragen.

#### Veränderungen gemeinsam gestalten

Darüber hinaus haben wir für 2016 „Change Management und Kulturentwicklung“ als Schwerpunktthema der Personalentwicklung identifiziert und vorangetrieben. Im Mittelpunkt stand dabei die Vertiefung des Führungsleitbildes. Denn gerade in Zeiten sich schnell verändernder Rahmenbedingungen ist es unerlässlich, die Führungskompetenzen von Mitarbeitern weiterzuentwickeln. Mit dem Ziel, Veränderungen wirkungsvoll zu initiieren, zu lenken und nachzuhalten, haben wir verschiedene Trainingskonzepte mit diesem Themenschwerpunkt entwickelt und umgesetzt.

**EC-01; EC-05; G4-11** Darüber hinaus regelt der Tarifvertrag die wöchentliche Arbeitszeit. In Deutschland sind 96,7 Prozent der Beschäftigten von Kollektivvereinbarungen erfasst. Im Ausland trifft dies auf 71,5 Prozent der Beschäftigten zu.<sup>1)</sup> Das Respektieren gesetzlicher Mindestlöhne und die leistungsgerechte Entlohnung unserer Beschäftigten sind obligatorisch. Eindrucksvoller Beleg dafür ist, dass 78,4 Prozent der Nettowertschöpfung des Unternehmens für die Entlohnung der Mitarbeiter aufgewendet werden.

## Was wir für unsere Mitarbeiter leisten

Die Meinung unserer Mitarbeiter ist uns wichtig. Zu diesem Zweck führen wir seit 2011 konzernweit die Mitarbeiterumfrage ECHO durch. Sie gibt uns einen detaillierten Überblick über die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter und liefert Ansatzpunkte für Verbesserungen. Nach umfangreicher Auswertung der Ergebnisse aus dem Jahr 2015 konnten wir mehr als 1.800 Maßnahmen identifizieren, von denen wir bereits 1.150 umgesetzt haben.

## Breites Angebot zur Karriereentwicklung

**LA-09; LA-11** Durch unser umfangreiches, oftmals auch funktionsübergreifendes Weiterbildungsangebot treiben wir die Qualifizierung der Mitarbeiter aktiv voran. Im Jahr 2016 nahmen die Mitarbeiter in Deutschland durchschnittlich 17 und im Ausland 31 Stunden für Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch.<sup>1)</sup> Der jährliche Feedbackdialog mit der jeweiligen Führungskraft ist ein weiterer Baustein, um die stringente Karriereentwicklung der Beschäftigten sicherzustellen. Unterstützt werden sie hierbei durch den Bereich Personalentwicklung. Besonderen Wert legen wir dabei auf die Bereitschaft der Mitarbeiter, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und lernbereit zu bleiben.

## Engagement für die Gesundheit

**LA-06** Die Gesundheit unserer Mitarbeiter liegt uns am Herzen. Übergeordnetes Ziel ist, diese stetig zu verbessern. Die Gesundheitsquote unserer Mitarbeiter liegt im Inland bei 94,1 Prozent. Mit 29 Arbeitsunfällen je 1.000 Beschäftigten ist die Unfallhäufigkeit in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr um einen Arbeitsunfall gestiegen, wohingegen sie im internationalen Rahmen mit 68 Unfällen um neun Unfälle zurückging.<sup>2)</sup>

Durch diverse Maßnahmen und Initiativen möchten wir dazu beitragen, dass sich unsere Beschäftigten gesund und fit durch den Arbeitsalltag bewegen. Dazu gehören unter anderem:

- ▶ standortbezogen ergonomisch eingerichtete Arbeitsplätze
- ▶ Subventionierung von arbeitsmedizinischen Vorsorgeuntersuchungen
- ▶ ein abwechslungsreiches Betriebssportangebot
- ▶ Durchführung der Workshop-Reihe „Yes I Care“ für Führungskräfte, um sie für die Gesundheit ihrer Mitarbeiter zu sensibilisieren

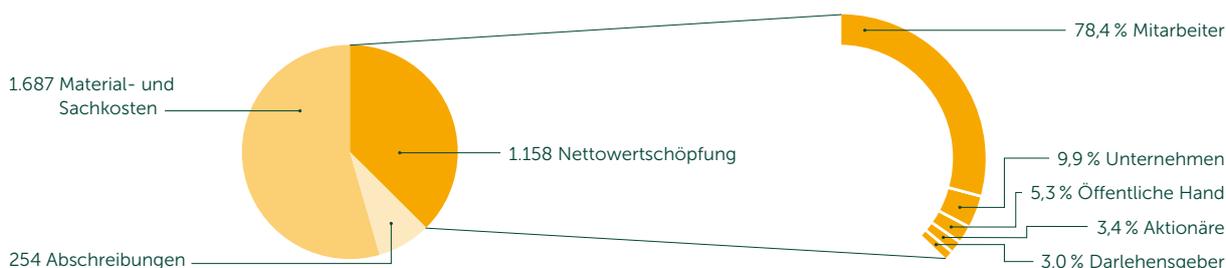
Darüber hinaus verfolgen wir das Ziel, regelmäßig einen Gesundheitstag durchzuführen, bei dem jeweils ein spezielles Thema im Mittelpunkt steht. Dort können sich unsere Mitarbeiter beispielsweise von Experten zu Fitness und Gesundheit beraten lassen, Feedback zum persönlichen Gesundheitszustand einholen sowie Tipps und Anregungen zur Förderung der Gesundheit erhalten. Zahlreiche Angebote wie ein Durchblutungs- und Bewegungsscheck oder eine Impfberatung runden unsere Gesundheitstage ab.

## Wertschöpfungsrechnung 2016

EC-01

Entstehung der Wertschöpfung in Mio. €

Verwendung der Nettowertschöpfung



1) Ohne Vertriebseinheit Großbritannien.

2) 2015: Ohne Vertriebseinheit Großbritannien.



Auch eine gesunde Ernährung spielt bei unseren Gesundheitstagen eine zentrale Rolle.

### Beruf und Familie in Einklang bringen

Bei Jungheinrich ist der Begriff Familienunternehmen durchaus wörtlich zu nehmen: Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter und ihrer Familien hat bei uns einen hohen Stellenwert. Zugleich wissen wir, dass es viele Mitarbeiter vor eine große Herausforderung stellt, die familiären Verpflichtungen und den Beruf unter einen Hut zu bekommen. Um diesen Balanceakt besser bewältigen zu können, steht unseren Mitarbeitern innerhalb Deutschlands der pme Familienservice zur Seite.



Wenn Not am Mann ist: der pme Familienservice.

Das Angebot beinhaltet die Beratung und Begleitung zu vielen Themen rund um die Kinderbetreuung. Die Leistungen reichen von der Betreuung in der Schwangerschaft über die Hilfe bei der Suche nach Kitaplätzen bis hin zur Unterstützung in Erziehungsfragen.

### Neutrale Beratungsstelle

Sollten unsere Mitarbeiter im Laufe ihres Lebens in Situationen oder Phasen kommen, in denen es hilfreich ist, mit einer neutralen, aber fachlich kompetenten Person zu sprechen, stehen ihnen die Leistungen des Fürstenberg Institutes zur Verfügung. Unsere Mitarbeiter im Inland und ihre engen Familienangehörigen können jederzeit kurzfristig, unbürokratisch und am Alltag orientiert die Einzelberatung in Anspruch nehmen. Dabei werden sie individuell, diskret und qualifiziert beraten.



Unterstützung, wenn es darauf ankommt: das Fürstenberg Institut.

### Gleiche Chancen für alle

**LA-12; HR-03** Erfolgsfaktor Diversity: Allein in Deutschland beschäftigen wir Mitarbeiter aus über 40 Ländern. Vom Schulabsolventen bis zum langjährigen Mitarbeiter – wir sind stolz auf die Vielfalt an Persönlichkeiten bei Jungheinrich. Deshalb setzen wir alles daran, eine Atmosphäre von Offenheit und Akzeptanz zu schaffen, in der unsere Mitarbeiter und auch wir als Unternehmen von dieser Heterogenität profitieren können. Positive Folge dieses Ansatzes ist, dass es im Unternehmen keine bekannten Diskriminierungsvorfälle gibt (2015: 0).

**EC-06** Es sind vor allem die verschiedenen Perspektiven unserer Mitarbeiter, die wir schätzen: Durch sie kommen wir zu vielfältigen und innovativen Lösungen und treffen fundierte, tragfähige Entscheidungen. Hierbei legen wir Wert darauf, dass die Führungskräfte aus der jeweiligen Region kommen und sich mit den örtlichen Gegebenheiten auskennen. In den inländischen Unternehmenseinheiten stammen 98 Prozent und in den ausländischen 81 Prozent der Führungskräfte aus der jeweiligen Region.

**LA-12; LA-13** Die Frauenquote übertraf mit 19,6 Prozent den zuletzt verfügbaren Vergleichswert für die Maschinenbaubranche von 16,5 Prozent.<sup>1)</sup> Jungheinrich zahlt allen Mitarbeitern in entsprechender Position funktionsbezogen den gleichen Lohn. Im Aufsichtsrat liegt der Frauenanteil bei 33 Prozent, im Vorstand ist keine Frau vertreten.

## Weichen für die Zukunft stellen

Wir haben viel vor – deshalb brauchen wir Menschen mit Energie und Innovationskraft, die darüber hinaus noch unternehmerisch denken. Engagierten und leistungsorientierten Schulabgängern und -absolventen bieten wir attraktive und sichere Ausbildungs- und duale Studienplätze. Unser jährliches Ziel ist, möglichst alle Auszubildenden und Studenten (im Folgenden „Auszubildende“) im Anschluss zu übernehmen. Im Jahr 2016 haben wir 98 Prozent unserer Auszubildenden ein befristetes oder unbefristetes Übernahmeangebot unterbreitet.

Hinter der Ausbildung bei Jungheinrich steht ein umfassendes Konzept: Die Auszubildenden werden verlässlich durch die Ausbilder betreut und zugleich zum selbstständigen Handeln ermutigt. Dafür schaffen wir die nötigen Freiräume und geben ihnen Verantwortung. Dies wird durch vielfältige Arbeitsaufgaben gewährleistet – vom Beginn der Ausbildung an bis hin zur Abschlussprüfung.

## Anzahl der Auszubildenden steigt

2016 hatten wir im Durchschnitt rund 250 Auszubildende in 17 verschiedenen Berufen. Im selben Jahr wurden alle Lehren mit Erfolg abgeschlossen. Ab September 2017 streben wir an, 300 Auszubildende bei uns im Unternehmen zu beschäftigen. Der Anteil der dualen Studiengänge lag 2016 – bezogen auf die Anzahl der Auszubildenden im Inland – bei 20 Prozent.

## Internationales Traineeprogramm ausgeweitet

Unser internationales Traineeprogramm „Jungheinrich International Graduate Program“ (JIG) zur Entwicklung von Nachwuchsführungskräften haben wir ausgebaut und auf weitere Länder ausgedehnt. Zum Jahresende umfasste das Programm 40 Trainees in Deutschland, Frankreich, Italien, Großbritannien, Spanien, Russland, China und Singapur. Ihren Kompetenzen und Interessen entsprechend waren die Trainees in verschiedenen Bereichen des Konzerns eingesetzt. 2016 erhielt das JIG erneut das Qualitätssiegel „Karriereförderndes & faires Trainee-Programm“ von ABSOLVENTA, einer Jobbörse für Studenten, Absolventen und Young Professionals.



Qualifizierte Mitarbeiter sind unsere Zukunft.

<sup>1)</sup> Laut der Bundesagentur für Arbeit 2015.

# 12%

---

CO<sub>2</sub>e

## REDUZIERUNG

in der Produkt-  
Ökobilanz zwischen  
2010 und 2016

MEHR ALS

# 5.700

---

**FLURFÖRDERZEUGE**  
HABEN WIR IM JAHR 2016  
AUFGEARBEITET.

ÜBER

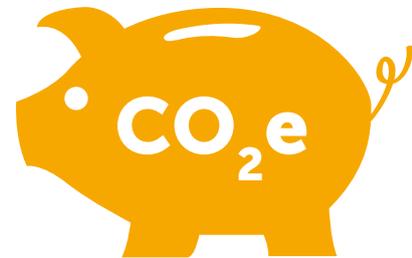
# 100.000

---

## ELEKTROSTAPLER VERKAUFT:

Jungheinrich bietet für Elektrostapler  
ein integriertes System von der Lade-  
station über den Energiespeicher bis  
hin zu Antriebsaggregaten.

80%



werden im Produktionsprozess  
bei aufgearbeiteten Staplern  
(JUNGSTARS) im Vergleich zur  
Neuproduktion eingespart.

Erste **Produkt-Ökobilanz** der Branche:

# 81.000

---

## PRODUKTE



wurden 2016  
analysiert.



# x3

---

2016 konnten wir den Verkauf  
von **Lithium-Ionen-Batterien**  
gegenüber dem Vorjahr verdrei-  
fachen.

# 4

## Energie, Umwelt und Klimaschutz

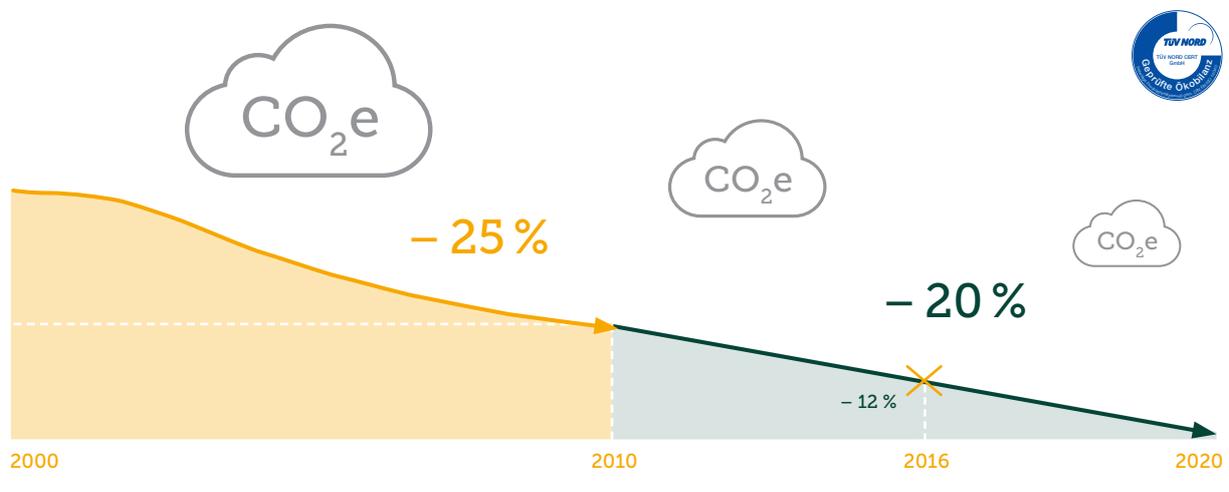
Als eines der weltweit führenden Unternehmen der Intralogistik haben wir eine weitreichende Verantwortung im Hinblick auf die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit und unserer Produkte. Dieser stellen wir uns ganzheitlich und fördern umweltbewusstes Handeln auf verschiedenen Ebenen. Durch Energie- und Ressourceneffizienz gewährleisten unsere Produkte und Lösungen sowohl einen hohen Kundennutzen als auch die Minimierung ökologischer Auswirkungen.

### Umweltrelevanz unserer Produkte

**G4-EN7** Unser langfristiges Ziel ist, die gesamten direkten und indirekten Treibhausgas-Emissionen – gemessen am Stand von 2010 – bis 2020 um weitere 20 Prozent zu senken. Zwischen 2010 und 2016 konnten wir sie bereits um 12 Prozent verringern, hier liegen wir also voll auf Kurs. 2016 analysierten wir im Rahmen der Ökobilanz mehr als 81.000 neue Produkte.

In den verschiedenen Segmenten erreichten wir bei der Herstellung und Nutzung in den vergangenen zehn Jahren Reduzierungen von bis zu 29 Prozent CO<sub>2</sub>e<sup>1)</sup>. Das versetzt uns in die Lage, permanent neue Produkte anbieten zu können, die effizienter sind als ihre Vorgänger. Unseren Kunden eröffnen wir dadurch die Möglichkeit, ihre Energiekosten und den damit verbundenen CO<sub>2</sub>e-Ausstoß gezielt zu verringern.

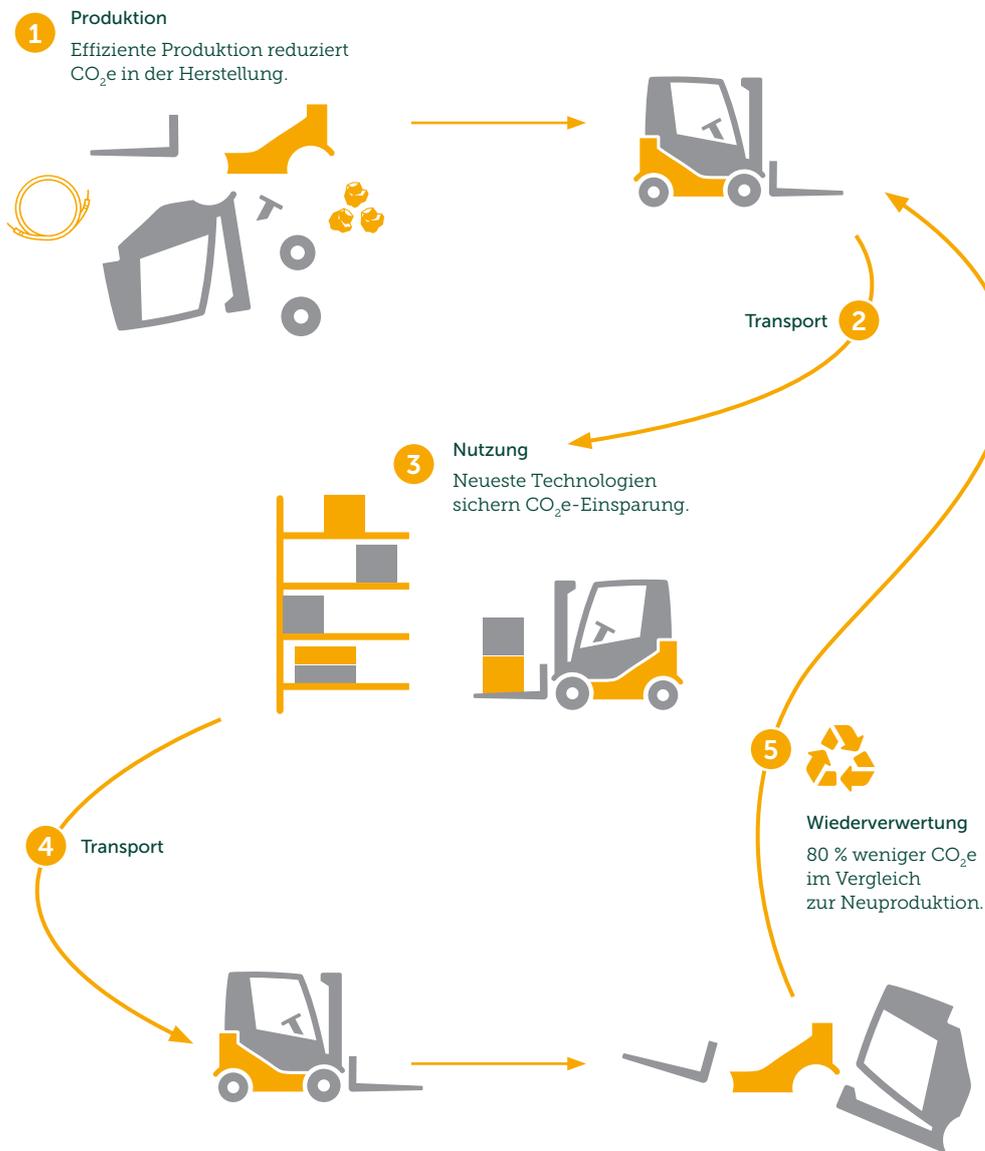
### Senkung unserer CO<sub>2</sub>e-Emissionen



Die Entwicklung zeigt den CO<sub>2</sub>e-Ausstoß eines durchschnittlichen Jungheinrich-Flurförderzeuges. Die aktuelle Ökobilanz sowie Details sind auf unserer Homepage zu finden.

1) CO<sub>2</sub>-equivalent: Eine Maßeinheit, um die Treibhauswirkung verschiedener Gase in Relation zu CO<sub>2</sub> darzustellen.

## Phasen der Ökobilanz

MINUS 20 PROZENT CO<sub>2</sub>e-EMISSIONEN BIS 2020

Als erster Hersteller von Flurförderzeugen wurden wir im Jahr 2011 für die Produkt-Ökobilanz durch den TÜV Nord gemäß DIN EN ISO 14040 zertifiziert. Diese systematische Lebenszyklusanalyse unserer Produkte umfasst die Herstellungs-, Nutzungs- und Aufarbeitungsphase.

Die Auswirkungen sind in CO<sub>2</sub>e dargestellt. Durch diese „Währung“ lassen sich Rohstoffeinsatz sowie Energieverbräuche in den einzelnen Phasen berechnen und auf Basis von CO<sub>2</sub> vergleichen. Wir verbessern fortlaufend die Energieeffizienz unserer Produkte

und der Produktion. So ergab die zertifizierte Gesamtbilanz von 2000 bis 2010 bereits eine Reduzierung um 25 Prozent. Diese enorme Einsparung konnten wir dank verschiedener Technologie-Meilensteine erreichen. So haben wir in dieser Zeit unter anderem die Hochfrequenz-Ladetechnik und die Drehstromtechnik der vierten Generation eingeführt. Die Nutzungsphase der Ökobilanz weist mit mehr als 80 Prozent den größten Anteil aus. Energieeffiziente Intralogistik-Produkte tragen somit wesentlich zum Klimaschutz bei.

## Gebrauchtfahrzeuge – ein wachsendes Geschäftsfeld

**EN-27** Neben der Herstellung effizienterer Produkte weiten wir sukzessive das Gebrauchtgeräteangebot unserer JUNGSTARS aus – und treiben damit alle drei Säulen der Nachhaltigkeit aktiv voran: Wir schaffen gute Arbeitsplätze und sichern diese sowie unsere wirtschaftliche Leistung durch stetig wachsende Stückzahlen ab. Hinzu kommt der deutlich gesenkte Rohstoff- und Energieverbrauch durch die Aufarbeitung gebrauchter Fahrzeuge.

Aufbereitet werden unter anderem Rahmen, Motoren, Getriebe, Hydraulikkomponenten, Hubgerüste, Fahrerschutzdächer sowie Antriebs- und Lenkachsen. Das ermöglicht Einsparungen von circa 80 Prozent CO<sub>2</sub>e im Vergleich zur Neuproduktion. Darüber hinaus gewährleisten wir eine fachgerechte und umweltschonende Entsorgung von Betriebsstoffen und Fahrzeugen, die ihre Arbeit geleistet haben.

### Aufbereitete Gebrauchtgeräte

in Stück



1) Für den Ausbau der Produktionskapazitäten wurden 2015 in Dresden Umbaumaßnahmen durchgeführt. In diesem Jahr konnten deshalb weniger Geräte aufbereitet werden.

Wir haben aber nicht nur unsere eigenen Emissionsziele im Blick, sondern unterstützen hierbei auch unsere Partner. Und das mit Erfolg: Mit den JUNGSTARS leistet Jungheinrich einen maßgeblichen Beitrag zur Realisierung der Nachhaltigkeitsziele der Deutsche Post DHL Group. Dafür wurden wir im Jahr 2017 von der Deutsche Post DHL Group mit dem Supplier Award in der Kategorie „Nachhaltigkeit“ ausgezeichnet.



Aus Alt mach Neu: Unsere Stapler werden im Gebrauchtgeräte-Zentrum in Dresden hinsichtlich Sicherheit, Technik, Optik, Zuverlässigkeit und Nachhaltigkeit zu echten JUNGSTARS aufbereitet.

## Ökodesign – von Anfang an mitgedacht

Aspekte der Nachhaltigkeit spielen bei Jungheinrich während des gesamten Produktlebenszyklus eine Rolle und werden bereits bei der Konzeption neuer Produkte in Form von Ökodesign-Kriterien berücksichtigt. Bei der Entwicklung unserer Flurförderzeuge binden wir alle relevanten Unternehmensbereiche ein. Durch die Umweltverträglichkeitsprüfung im Rahmen der Produktentwicklung schaffen wir die Voraussetzungen, um die produktbezogenen Potenziale für Energie- und Ressourceneffizienz auszuschöpfen. Definierte Meilensteine sichern die Erfassung, Bewertung und Umsetzung unter anderem folgender Ökodesign-Kriterien:

### Ökodesign-Kriterien



Durchdacht: Unsere Ökodesign-Kriterien legen den Grundstein für die Ökobilanz und die Wiederaufbereitung.



Wir setzen neue Maßstäbe in der Intralogistik.

### Unsere Materialien

Wesentliche Bestandteile eines Flurförderzeuges sind Stahl und Grauguss.<sup>1)</sup> Eine weitere, vor allem für Jungheinrich wichtige Komponente ist die Batterie, denn unsere Produktpalette besteht größtenteils aus elektrischen Flurförderzeugen. Die meisten von uns verbauten Batterien basieren gegenwärtig noch auf Blei. Blei ist nahezu vollständig recyclingfähig und kann wieder in neue Batterien eingebaut werden. Deshalb verwenden wir überwiegend Batterien, deren Blei aus der Sekundärbleigewinnung stammt.

Großes Zukunftspotenzial sehen wir allerdings in der Lithium-Ionen-Technologie. Deshalb liegt hier mittlerweile der Schwerpunkt unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit in puncto elektrischem Antrieb. 2011 war Jungheinrich der erste Anbieter mit Serienfertigung von Fahrzeugen mit Lithium-Ionen-Batterien. 2016 konnten wir den

Verkauf dieser Batterien gegenüber dem Vorjahr bereits verdreifachen. Dieser Erfolg bestätigt uns, das Engagement noch weiter auszubauen. Dazu entwickeln wir das Geschäftsmodell kontinuierlich weiter, zum Beispiel mit passgenauen Mietmöglichkeiten oder garantierter Rücknahme.

### Eingesetzte Materialien

EN-01

in t	2016	2015	2014
Stahl	317.036	250.636	229.608
Grauguss	29.834	27.456	26.787
Aluminium	674	592	564
Kupfer	3.182	2.412	2.167
Kunststoff	325	285	241
Gummi	6.888	5.284	4.581
Blei	23.229	21.861	19.914

Daten ohne Ersatzteilgeschäft.

### Anteil der Sekundärrohstoffe<sup>2)</sup> am Gesamtmaterialeinsatz

EN-02

Rohstoffe gesamt

Sekundärrohstoffe in t



1) Grauguss ist eine Eisen-Kohlenstoff-Legierung.

2) Unter Sekundärrohstoffen werden recycelte Rohstoffe verstanden.

## Umweltrelevanz unserer Standorte

Wir achten sowohl im Rahmen der Produktion als auch im Vertrieb auf einen umweltverträglichen Umgang mit Wasser und Energie. Im Bereich Umwelt erfüllen wir alle geltenden rechtlichen und weiteren – zum Beispiel kundenrelevanten – Anforderungen. Über eine Online-rechtsdatenbank, Fachgremien (zum Beispiel VDMA) und weitere Quellen werden diese systematisch erfasst. Jungheinrich-eigene Fachgremien überwachen, besprechen und stimmen die Anforderungen in den Bereichen Wasser, Abfall, Emissionen, Energie oder Gefahrstoffe für Standorte und weitere Jungheinrich-Einheiten regelmäßig ab. Die Verantwortlichkeiten sind im Rahmen der Konzernrichtlinien und -prozesse festgelegt.

Genauso handhaben wir dies mit produktrelevanten Gesetzen und Richtlinien, wie dem Batteriegesetz oder der RoHS<sup>1)</sup>-Richtlinie. Indem wir sie in Jungheinrich-Richtlinien und -prozessen verankern sowie im Rahmen interner wie externer Audits überprüfen, stellen wir sicher, dass wir diese Anforderungen an allen Standorten einhalten. Darüber hinaus fokussieren wir uns auf Stakeholderanforderungen und die kontinuierliche Reduzierung der Umweltauswirkungen. Beispiele hierfür sind unser Umweltmanagement-System nach ISO 14001, nach welchem die Produktionsstandorte Norderstedt, Lüneburg, Moosburg, Degernpoint, Landsberg, Qingpu (China) und verschiedene Vertriebsstandorte zertifiziert sind, sowie der Bau unserer Konzernzentrale, welche von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) mit dem Gold-Zertifikat ausgezeichnet worden ist.

### Zertifizierung als Basis für energetische Analyse

Die Bedeutung des Themas Energie wächst stetig – das wird für unsere Kunden und unseren Konzern auch in den Bereichen Gesetzgebung und Normung deutlich. Mit der Zertifizierung der Produktionsstandorte Norderstedt, Lüneburg, Moosburg, Degernpoint und Landsberg nach ISO 50001 schafft Jungheinrich die Grundlage für eine systematische Analyse der energetischen Leistung. Innerhalb dieser Managementsysteme, aber auch im Rahmen von Projekten, wie etwa der sukzessiven Umstellung der Beleuchtungstechnik auf LED an mehreren Standorten, identifizieren wir Potenziale zur Reduzierung des Energieverbrauches und setzen diese um.

### Energieverbrauch

EN03

	2016 <sup>1)</sup>	2015	2014
Erdgas in kWh	39.578.176	39.751.214	36.961.278
Heizöl in kWh	2.519.223	2.947.970	2.185.098
Diesel in l	5.707.519	5.468.671	5.158.496
Benzin in l	12.000	10.000	9.032
Strom in kWh	54.195.808	49.660.826	47.369.796
Fernwärme in kWh	12.295.489	11.361.478	12.092.870

Werte sind teilweise geschätzt.

Diesel: Nur Servicefahrzeuge im Vertrieb.

1) Trotz höherer Werte bei Diesel, Benzin, Strom und Fernwärme ist der Energieverbrauch unterproportional im Vergleich zu den produzierten Stückzahlen gestiegen.

## Umgang mit Energieträgern

Als produzierendes Unternehmen ist Jungheinrich maßgeblich auf den Einsatz verschiedenster Energieträger angewiesen. Wir verwenden an unseren Produktionsstandorten Erdgas, Heizöl, Diesel, Strom und Fernwärme. Auch in unserem Vertrieb fallen aufgrund unserer umfassenden Servicetätigkeiten Emissionen an. Daher bieten wir unseren Servicetechnikern zur Verbesserung ihrer CO<sub>2</sub>-Bilanz Sprit-Spar-Trainings an. An einigen Standorten kommen zusätzlich Elektroautos zum Einsatz, welche die direkten Emissionen weiter reduzieren.

### Treibhausgas-Emissionen

EN-15 und EN-16

in kg CO <sub>2</sub> e	2016	2015	2014
Direkte THG-Emissionen nach Scope 1 <sup>1)</sup>	35.572.667	36.312.460	32.294.584
Indirekte THG-Emissionen nach Scope 2 <sup>2)</sup>	28.214.596	26.368.950	25.489.998

Umgerechnet auf Basis von EN03.

1) Direkte Emissionen aus Quellen, die Eigentum der Organisation sind oder von dieser kontrolliert werden.

2) Indirekte Emissionen aus zugekaufter Energie.

### Abfall als Ressource

Egal ob gefährliche oder nicht gefährliche Abfälle – beide können wertvolle Ressourcen für eine sinnvolle Verwertung oder sogar ein zweites Leben sein. Bei der Entsorgung von Abfällen aus Produktionsstandorten, Vertriebs-einheiten und anderen Standorten geht der größte Teil in die stoffliche oder thermische Verwertung. Wir möchten den Anteil von Abfällen zur Beseitigung/Deponie im Verhältnis zu stofflicher/thermischer Verwertung dauerhaft auf einem geringen Niveau halten beziehungsweise diesen kontinuierlich reduzieren.

### Gesamtgewicht des Abfalls

EN-23

in t	2016 <sup>1)</sup>	2015	2014
Menge gefährlicher Abfall gesamt	3.472	3.353	3.599
Menge ungefährlicher Abfall gesamt	15.322	13.232	13.893

Werte sind teilweise geschätzt.

1) Der höhere Abfallwert ist durch die Wiederaufnahme der regulären Verschrottung im Gebrauchtgeräte-Zentrum Dresden verursacht.

Im Vorjahr konnten dort aufgrund der Maßnahmen in Verbindung mit dem Ausbau des Standortes weniger Geräte verschrottet werden.

1) Richtlinie 2011/65/EU zur Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten.

# GRI-Index

## G4-32

Dieser Bericht orientiert sich an der „Core“-Option der aktuellen Leitlinien G4 der Global Reporting Initiative (GRI). Der Bericht wurde nicht extern geprüft.

### Allgemeine Standardangaben

GRI-Indikator

Strategie und Analyse		
G4-01	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	S. 1
Organisationsprofil		
G4-03	Name des Unternehmens	U2
G4-04	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 4
G4-05	Hauptsitz des Unternehmens	U3
G4-06	Länder der Geschäftstätigkeiten	Siehe Geschäftsbericht 2016: S. 142–143
G4-07	Rechtsform und Eigentümerstruktur	Siehe Geschäftsbericht 2016: S. 40
G4-08	Wesentliche Märkte	S. 5–6
G4-09	Größe des Unternehmens	S. 6
G4-10	Gesamtbelegschaft	S. 23
G4-11	Arbeitnehmer unter Kollektivvereinbarungen	S. 25
G4-12	Beschreibung der Lieferkette	S. 18
G4-13	Wesentliche Änderungen in Größe, Struktur und Eigentumsverhältnissen	Siehe Geschäftsbericht 2016: S. 111
G4-14	Umsetzung des Vorsorgeprinzips	S. 7
G4-15	Unterstützung externer Initiativen und Prinzipien	Siehe Geschäftsbericht 2016: S. 33
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	S. 18
Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen		
G4-17	Liste der konsolidierten Unternehmen	Siehe Geschäftsbericht 2016: S. 136–138
G4-18	Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte	S. 8
G4-19	Wesentliche Aspekte	S. 8
G4-20	Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens	S. 35–37
G4-21	Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens	S. 35–37
G4-22	Veränderungen von Darstellungen im Vergleich zu früheren Berichten	U2
G4-23	Wichtige Änderungen im Berichtsumfang und in den Berichtsgrenzen	U2
Einbindung von Stakeholdern		
G4-24	Einbezogene Stakeholdergruppen	S. 9
G4-25	Auswahl der Stakeholdergruppen	S. 9
G4-26	Einbindung der Stakeholdergruppen	S. 9
G4-27	Themen und Anliegen durch die Einbindung von Stakeholdergruppen	S. 9

## GRI-Indikator

**Berichtsprofil**

G4-28	Berichtszeitraum	U2
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts	U2
G4-30	Berichtszyklus	U2
G4-31	Kontaktperson im Unternehmen	S. 37
G4-32	„In Übereinstimmung“-Option im GRI-Index	S. 34
G4-33	Externe Prüfung des Berichts	S. 34
G4-34	Struktur der Unternehmensführung	S. 8

**Spezifische Standardangaben – Ökonomie****Aspekt: Wirtschaftliche Leistung** (innerhalb)

EC-01	Erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	S. 25
EC-03	Deckung der Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan	Siehe Geschäftsbericht 2016: S. 114

**Aspekt: Marktpräsenz** (innerhalb und außerhalb)

EC-05	Standardeintrittsgehälter im Vergleich zum Mindestlohn	S. 25
EC-06	Lokal angeworbene Führungskräfte	S. 26

**Spezifische Standardangaben – Ökologie****Aspekt: Materialien** (innerhalb und außerhalb)

EN-01	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	S. 32
EN-02	Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz in Prozent	S. 32

**Aspekt: Energie** (innerhalb und außerhalb)

EN-03	Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	S. 33
EN-07	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	S. 29

**Aspekt: Emissionen** (innerhalb und außerhalb)

EN-15	Direkte Treibhausgas-Emissionen (Scope 1)	S. 33
EN-16	Indirekte energiebezogene Treibhausgas-Emissionen (Scope 2)	S. 33

**Aspekt: Abwasser und Abfall** (innerhalb und außerhalb)

EN-23	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	S. 33
-------	---	-------

**Aspekt: Produkte und Dienstleistungen** (innerhalb und außerhalb)

EN-27	Umfang der Maßnahmen zur Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	S. 31
-------	--	-------

**Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte** (innerhalb und außerhalb)

EN-32	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	S. 15
-------	---	-------

**Spezifische Standardangaben – Soziales**

## Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

GRI-Indikator

Aspekt: Beschäftigung (innerhalb)		
LA-01	Neueinstellungen und Personalfuktuation	S. 23
Aspekt: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (innerhalb)		
LA-06	Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle	S. 25
Aspekt: Aus- und Weiterbildung (innerhalb)		
LA-09	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	S. 25
LA-11	Regelmäßige Beurteilung der Leistung und Karriereentwicklung	S. 25
Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit (innerhalb)		
LA-12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten	S. 26–27
Aspekt: Gleicher Lohn für Frauen und Männer (innerhalb)		
LA-13	Verhältnis des Grundgehalts von Männern gegenüber Frauen	S. 27
Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken (außerhalb)		
LA-14	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden	S. 15

## Menschenrechte

Aspekt: Gleichbehandlung (innerhalb)		
HR-03	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	S. 26
Aspekt: Kinderarbeit (innerhalb und außerhalb)		
HR-05	Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Kinderarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen	S. 15
HR-06	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Zwangs- oder Pflichtarbeit und ergriffene Maßnahmen	S. 15
Aspekt: Zwangs- oder Pflichtarbeit (innerhalb und außerhalb)		
HR-10	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	S. 15

## Gesellschaft

GRI-Indikator

**Aspekt: Korruptionsbekämpfung** (innerhalb und außerhalb)

SO-03	Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	S. 15
SO-04	Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	S. 14
SO-05	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	S. 15

**Aspekt: Wettbewerbswidriges Verhalten** (innerhalb und außerhalb)

SO-07	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	S. 15
-------	--	-------

## Produktverantwortung

**Aspekt: Kundengesundheit und -sicherheit** (innerhalb und außerhalb)

PR-01	Prozentsatz wesentlicher Produkte und Dienstleistungen, die auf Sicherheit und Gesundheit geprüft wurden	S. 20
-------	--	-------

**Aspekt: Schutz der Privatsphäre von Kunden** (innerhalb und außerhalb)

PR-08	Begründete Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und die Verletzung des Datenschutzes	S. 15
-------	---	-------

## Impressum

**Herausgeber**

Jungheinrich Aktiengesellschaft

Qualität und Nachhaltigkeit  
Friedrich-Ebert-Damm 129  
22047 Hamburg

**Konzept, Gestaltung und Redaktion**

HGB

Hamburger Geschäftsberichte  
GmbH & Co. KG

**Fotos und Illustrationen**

Thomas Gasparini (S. 1)

Christian Willner (S. 21)

Alle weiteren Fotos

durch Jungheinrich AG

Icons: Jungheinrich AG,

The Noun Project

## Kontakt

**Qualität und Nachhaltigkeit**

Telefon: +49 40 6948-4053  
sustainability@jungheinrich.de

**Unternehmenskommunikation**

Telefon: +49 40 6948-2063  
Telefax: +49 40 6948-1599

**Investor Relations**

Telefon: +49 40 6948-1328  
Telefax: +49 40 6948-751328

www.jungheinrich.de

info@jungheinrich.de

## **Jungheinrich Aktiengesellschaft**

Friedrich-Ebert-Damm 129  
22047 Hamburg  
Telefon: +49 40 6948-0  
Telefax: +49 40 6948-1777  
[www.jungheinrich.de](http://www.jungheinrich.de)  
[info@jungheinrich.de](mailto:info@jungheinrich.de)