

BERICHT

CSR



KING TONY

Enjoy your work

www.kingtonyeurope.com

20
24

LEITARTIKEL



Seit der Gründung der Marke King Tony im Jahr 1985 **ist Nachhaltigkeit immer eines unserer Ziele**. Im Laufe der vergangenen Jahre haben wir uns dafür eingesetzt, ein Gleichgewicht zwischen Industrie und Ökologie zu finden und mögliche Umweltbelastungen durch die Produktion zu minimieren. An unserem Hauptsitz in Taiwan halten wir uns seit vielen Jahren an den ISO14001 Standard. In den letzten Jahren haben uns jedoch immer mehr Herausforderungen daran erinnert, dass es bei Nachhaltigkeit nicht nur um den Umweltschutz geht. Angesichts der wachsenden Probleme der Cybersicherheit, des Klimawandels, der Energiekrise, psychischer Erkrankungen und anderer Zivilisationskrankheiten hoffen wir, dass auch King Tony Europe in der Lage sein wird, mehr zu tun.

Wir freuen uns, Ihnen unseren ersten Bericht über Corporate Social Responsibility (CSR) vorstellen zu können. Ausgehend von der Unternehmenskultur und -vision haben wir drei Werte identifiziert, mit denen die meisten Mitarbeiter einverstanden sind: Qualität, Teamwork und Freundlichkeit. Diese drei Werte werden wir in Zukunft in unserer täglichen Arbeit in die Praxis umsetzen, um das Arbeitsumfeld freundlicher zu gestalten. Auf der wirtschaftlichen Seite verbessern wir weiterhin die Qualität der Produkte und gewährleisten die Langlebigkeit jedes Werkzeugs; ein freundliches und faires Arbeitsumfeld zu fördern; Gewährleistung der Informationssicherheit und Ermutigung unserer Lieferanten, sich an CSR zu beteiligen. Auf der sozialen Ebene sorgen wir dafür, dass Sicherheitsmaßnahmen im Arbeitsumfeld das Unfallrisiko verringern; Förderung der Transparenz im Arbeitsumfeld und Vereinfachung von Kommunikationsprozessen; Ermutigung der Mitarbeiter, neue Fähigkeiten zu erlernen. Im Umweltbereich soll die Verwendung von recycelbaren oder recycelten Verpackungen vereinfacht

der maximiert werden, Abfallrecycling betrieben, und der Energieverbrauch sowie der CO₂-Fußabdruck reduziert werden.

Wir wollen, dass Corporate Social Responsibility mehr als nur ein Slogan ist. Wir hoffen, dass wir schrittweise ein umweltfreundlicheres und menschenfreundlicheres Arbeitsumfeld fördern können, mit allen Mitarbeitern, die für und mit King Tony Europe arbeiten. Dann werden alle in der Lage sein, gemeinsam daran zu arbeiten, die Gesellschaft als Ganzes in eine nachhaltigere Zukunft zu führen.

Christian AUBINEAU
Geschäftsführer
KING TONY EUROPE



ZUSAMMENFASSUNG

04

Präsentation von KING TONY EUROPE

- Die Geschichte der KING TONY Gruppe
- Interne Organisation
- Sortimente und Marken
- Kundenmärkte
- Kennzahlen

10

Unser Handeln mit SOZIALEN AUSWIRKUNG

- Ziel
- Unser Handeln mit positiver Wirkung
- Zukünftige Projekte
- CSR-Wirkungsindikatoren

06

Unser CSR-Ansatz

- Unser CSR-Ansatz basiert auf der Norm ISO 26000 und ECOVADIS
- Die Phasen des Projekts
- Vision und CSR-Werte
- Unsere CSR-Herausforderungen

12

Unser Handeln mit Auswirkung auf die UMWELT

- Ziel
- Unser Handeln mit positiver Wirkung
- Zukünftige Projekte
- CSR-Wirkungsindikatoren

08

Unser Handeln mit WIRTSCHAFTLICHER AUSWIRKUNG

- Ziel
- Unser Handeln mit positiver Wirkung
- Zukünftige Projekte
- CSR-Wirkungsindikatoren

14

Erfüllung der Erwartungen unserer Stakeholder

- Stakeholder Karte
- Empfehlungsschreiben

18

Berichterstattung RSE

- Ökonomische Indikatoren
- Soziale Indikatoren
- Umweltindikatoren

Vorstellung von **KING TONY EUROPE**

Die Geschichte der **KING TONY** Gruppe

Im Jahr 1976, mitten in der industriellen Revolution, begann Tony Lin in Taichung im Herzen der Insel Taiwan mit der Herstellung von Handwerkzeugen für den Heimwerkermarkt. Damit wird die Nachfrage nach kostengünstigen Konsumgütern bedient. Fünf Jahre später tat sich Lin mit Charles Lai zusammen. Gemeinsam stellen sie sich neuen Wettbewerbern, die ihrem Beispiel gefolgt sind. Aber die Qualität ist nicht da. Mit sehr niedrigen Preisen und nicht ausreichender Qualität wurde den Gründern von KING TONY klar, dass sie eine neue Strategie verfolgen mussten.

So schlugen die Gründer ab Anfang der 80er Jahre eine neue Richtung ein: Herstellung professioneller Handwerkzeuge, die so konzipiert

sind, dass sie mit den Besten der Welt konkurrieren können. Anschließend gründeten sie die erste Wärmeschmiedefabrik in Taiwan. Sie setzten hohe Maßstäbe und übertrafen in den folgenden Jahren konsequent die Anforderungen der weltweit höchsten Standards. **So beschränken sich die KING TONY Werkzeuge nicht nur auf die Einhaltung der DIN- und ANSI-Normen, sondern übertreffen diese konsequent.**

Um diese Entschlossenheit, mit den Besten der Welt zu konkurrieren, zu bekräftigen, hat KING TONY mehrere ISO-Zertifizierungen erhalten, die auf 4 verschiedenen Normen basieren. Zuerst im Januar 1998 die ISO 9002, dann die ISO 9001 für Servicequalität. Zuletzt erhielt der Hauptsitz der

Gruppe die Zertifizierung nach ISO 14001, um die Umweltauswirkungen des Herstellungsprozesses zu reduzieren, und schließlich noch ISO 27001, um den Datenschutz zu gewährleisten. Es liegt in der Verantwortung des Unternehmens, sich für eine nachhaltige Entwicklung zu engagieren.

Schließlich hat KING TONY im Laufe der Zeit eine starke internationale Expansion erlebt, mit der Gründung mehrerer Tochtergesellschaften in Frankreich, Spanien, Belgien, Mexiko und China, die jeweils einen qualitativ hochwertigen Service für ein einzigartiges Kundenerlebnis bieten. Mittlerweile beschäftigt der Konzern weltweit mehr als 450 Mitarbeiter.

INTERNE ORGANISATION

1999

Gründung der Tochtergesellschaft KING TONY Frankreich

Im Jahr 1999 entwickelte Herr Aubineau eine Referenzierungsstrategie mit den größten Herstellern von Landmaschinen. Mit seiner 10-jährigen Erfahrung in Frankreich und seiner Strategie treu geblieben, hat Herr Aubineau es KING TONY ermöglicht, seit 2008 in den Hauptrankings der europäischen Länder aufzusteigen: Spanien, Belgien, Niederlande, Deutschland, Italien und England.

2008

Gründung der Tochtergesellschaft KING TONY Ibérica

2012

Gründung der Tochtergesellschaft KING TONY Benelux

2013

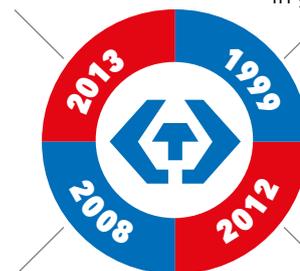
Gründung von KING TONY Europe, Zusammenführung der Tochtergesellschaften KING TONY France, KING TONY Ibérica und KING TONY Benelux.

KT Europe

- Europäischer Hauptsitz in Poitiers
- 30 Mitarbeiter in der Zentrale
- 7 Handelsvertreter in ganz Europa (Export)

KT France

- 7 Mitarbeiter in der Zentrale
- 21 Handelsvertreter in ganz Frankreich



KT Iberica

- 2 Mitarbeiter in der Zentrale
- 13 Handelsvertreter in Spanien und Portugal

KT Benelux

- 2 Handelsvertreter in Belgien/Niederlande

Die Tätigkeit von KING TONY EUROPE basiert auf dem Vertrieb von Handwerkzeugen. Der Hauptsitz befindet sich in Poitiers. **Unser Know-how ist die Grundlage für den Erfolg von leistungsstarken und langlebigen Werkzeugen.** Jede Phase der Produktherstellung wird überprüft und bestätigt, um ein Spitzenwerkzeug zu erhalten, dessen

Qualität systematisch die Qualität der internationalen Normen übertrifft. Das Team von KING TONY EUROPE besteht hauptsächlich aus einem Außendienst, Logistikunternehmen zur Verwaltung von Lieferungen in ganz Europa, aber auch Verwaltungs- und Marketingdienstleistungen für Vertriebskunden (Netzwerkmanagement, Teilnahme an Messen,

Bereitstellung von Werbematerialien, usw.). Unseren Geschäftskunden bieten wir zudem eine Online-Verkaufsplattform an. Darüber hinaus sorgt die technische Abteilung für die tägliche Verwaltung von Garantien und den Kundendienst.

SORTIMENTE UND MARKEN

KING TONY bietet eine große Auswahl an Produkten, die in **16 Sortimente unterteilt werden können, um alle Werkzeuganforderungen unserer Partner abzudecken.** Für die meisten unserer Produkte gilt eine lebenslange Garantie. Die Gewährleistung gilt für versteckte Mängel und Herstellungsfehler. King Tony vermarktet hauptsächlich unter zwei Marken: King Tony (KT) und M7.

Die Marke M7 konzentriert sich auf pneumatische und tragbare Elektroprodukte, während die Marke KING TONY auf alle anderen Produkte im Zusammenhang mit traditionellen Handwerkzeugen spezialisiert ist.



KUNDENMÄRKTE

Die Hauptgeschäftsbereiche von KING TONY EUROPE sind Landwirtschaft, Automotive und Industrie. Wir arbeiten hauptsächlich im Rahmen von Partnerschaftsverträgen mit zentralen Einkaufsorganen:

LANDWIRTSCHAFT

Angebote mit den größten Marken (John Deere, CNH, Claas, Kubota, SDF, AGCO, usw.)

AUTO

Partnerschaft mit Vertriebsgruppen für Kfz-Teile und speziellen Produktpaletten (Mechanik, Motorsteuerung, usw.)

INDUSTRIE

Vertrieb von Industrieanlagen, Baumärkten, LKW-Wartung (IVECO, VOLVO, Renault Trucks) und Mienenbetrieben (Caterpillar)

KENNZAHLEN (2024 - KING TONY EUROPE)



77

Anzahl der Mitarbeiter



25,2 Mio. €

Umsatz



4900m²

Lagerfläche (Logistikzentrum in Poitiers)



+7000

Anzahl der gespeicherten SKUs



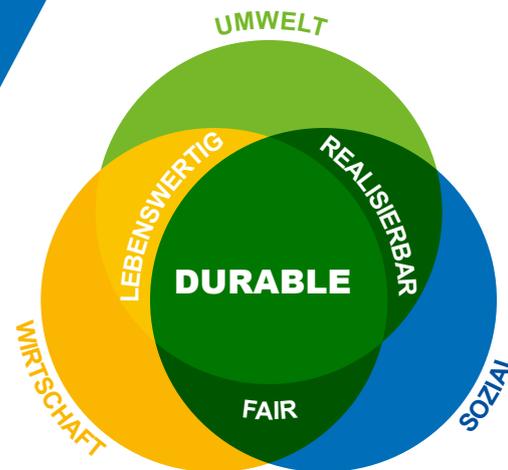
258

Anzahl der täglich bearbeiteten Bestellungen

Unser CSR-Ansatz

Unser **CSR-Ansatz** in Anlehnung an den Standard ISO 26000 und ECOVADIS

CSR, drei Buchstaben, um zu definieren, was als Corporate Social Responsibility bezeichnet wird oder wie die Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung in die Aktivitäten einer öffentlichen oder privaten Organisation integriert werden können. Durch einen CSR-Ansatz versucht das Unternehmen, die Sorge um das Wohlergehen des Einzelnen mit der Einhaltung ethischer Regeln in Einklang zu bringen und dabei auch die Berücksichtigung von Umweltaspekten nicht zu vergessen.



Seit 2010 basiert dieser freiwillige Ansatz auf der Anwendung der Grundsätze der internationalen Norm ISO 26000, die es ermöglicht, die Maßnahmen in kohärenter Weise zu 7 zentralen Fragen (siehe Diagramm unten) und 36 Handlungsbereichen zu identifizieren, um den Erwartungen aller Interessengruppen in der Gesellschaft (Kunden, Lieferanten, Verbände, lokale Behörden, Staat, usw.) zu entsprechen.

Für KING TONY EUROPE lag es von Anfang an nahe, sich bei der Strukturierung unserer CSR-Strategie an diesem internationalen Benchmark zu orientieren. Gleichzeitig beantworten wir bereits seit mehreren Jahren den ECOVADIS CSR-Rating-Fragebogen, der es ermöglicht, uns in Bezug auf die Bewertung unserer Praktiken in diesem Bereich zu positionieren.



Die Phasen des Projekts

Von Beginn des Projekts an haben wir einen kooperativen Ansatz gewählt, indem wir einen CSR-Lenkungsausschuss eingerichtet haben, der die Schlüsselfunktionen intern vertritt, um die in allen Bereichen der nachhaltigen Entwicklung durchzuführenden Maßnahmen zu koordinieren und so unseren CSR-Ansatz effektiv zu strukturieren. So wurden wir dazu veranlasst, einen Aus diesem Grund

haben wir einen Aktionsplan auf Grundlage der ISO 26000-Norm eingeführt. **Dies führt dazu, dass wir uns schrittweise in den verschiedenen Dimensionen der sozialen Verantwortung weiterentwickeln.**

Mehrere Phasen wurden schrittweise durchlaufen, wie das folgende Diagramm zeigt:



Vision und CSR-Werte

Da Corporate Social Responsibility für das interne Engagement der Mitarbeiter von Bedeutung ist, wurden alle Mitarbeiter von KING TONY EUROPE in die Auswahl der CSR-Werte einbezogen, damit sie voll und ganz geteilt werden und dass sich jeder verpflichtet, sie täglich bei der Erfüllung seiner Missionen zu respektieren.

**Die CSR-Werte von KING TONY EUROPE:
QUALITÄT, TEAM, FREUNDLICHKEIT**

Darüber hinaus haben wir strategisch gedacht, um unsere CSR-Vision zu formulieren. Dies ist der Beitrag, den unser Unternehmen im Hinblick auf seine Tätigkeit und seine sozialen und ökologischen Auswirkungen für die Gesellschaft leisten möchte, indem es seine Stakeholder mobilisiert. Dies ist unsere gewünschte langfristige Vertretung, Ihr Ehrgeiz, die Prinzipien der CSR zu integrieren, die Vision der Dinge, die wir in Ihrem Beruf für eine nachhaltigere Gesellschaft verteidigen möchten.

„KING TONY EUROPE entwickelt und vermarktet langlebige, zugängliche und qualitativ hochwertige Werkzeuge, um unseren Kundenpartnern zu helfen, verantwortungsbewusster zu konsumieren, zu reparieren statt wegzuworfen und so die Lebensdauer von Geräten zu verlängern. Diese vertrauensvolle Verpflichtung beruht auf beidem, auf die Reduzierung unserer ökologischen Auswirkungen, die Leistung des taiwanesischen Know-hows und die permanente Einbindung unserer Teams. »

Unsere CSR-Herausforderungen

Um CSR-Themen effektiv zu priorisieren, analysierten die Mitglieder des Lenkungsausschusses die aktuellen Praktiken von KING TONY EUROPE anhand der verschiedenen Kriterien der Norm ISO 26000. Diese Methode ermöglicht es, die prioritären Themen und Stakeholder einer Organisation zu bestimmen und so ihre gesellschaftliche Verantwortung genau zu identifizieren. Es beinhaltet eine Bewertung der Leistung und Bedeutung (Wesentlichkeitsanalyse). So konnten wir mit Unterstützung eines externen Beraters einen kurz-, mittel- und langfristigen CSR-Aktionsplan formalisieren, der auf jeder der 3 Säulen der nachhaltigen Entwicklung basiert.

UNSER HANDELN MIT WIRTSCHAFTLICHER WIRKUNG

UNSER HANDELN MIT SOZIALER WIRKUNG

UNSER HANDELN MIT AUSWIRKUNGEN AUF DIE UMWELT

Für jede dieser Säulen wurde eine Berichterstattung über Indikatoren zur Messung unserer CSR-Auswirkungen formalisiert, um unsere Gesamtleistung in einer Logik der kontinuierlichen Verbesserung zu steuern. Er wird im letzten Teil unseres CSR-Berichts vorgestellt. Es wird im Laufe der Jahre schrittweise erweitert, um die Messung der Wirksamkeit unseres CSR-Ansatzes zu optimieren.

Unser Handeln mit **WIRTSCHAFTLICHER AUSWIRKUNG**

Ziele

Das Handeln auf der wirtschaftlichen Seite der nachhaltigen Entwicklung basiert in erster Linie auf unserer Mission, Qualitätsprodukte anzubieten und so die Zufriedenheit unserer Kunden zu gewährleisten und gleichzeitig die beschleunigte Obsoleszenz dank Stahlwerkzeugen mit langer Lebensdauer zu bekämpfen. **Darüber hinaus pflegen wir täglich langfristige, partnerschaftliche Beziehungen zu unseren Stakeholdern.** Schließlich ist die Einhaltung strenger ethischer Regeln unerlässlich, um die Voraussetzungen für eine für beide Seiten vorteilhafte Beziehung mit jedem unserer Partner zu schaffen.

Unser Handeln mit positiver Wirkung

PRODUKTQUALITÄT UND HALTBARKEIT:

Seit 1985 engagiert sich KING TONY für die Bereitstellung professioneller Werkzeuge. Wir haben uns immer auf ein Qualitätsangebot konzentriert, um sicherzustellen, dass diese Qualität den Arbeitsanforderungen unserer Kunden entspricht. **Um einfach zu bedienende, handliche, leistungsstarke und zeitsparende Werkzeuge bereitzustellen.** Unsere Vision für die Zukunft ist es, jedem Mechaniker, der unsere Werkzeuge nutzt, zu sagen: "Genieße deine Arbeit". Das ist die eigentliche Bedeutung, wenn man gute Werkzeuge verwendet, um gute Arbeit zu leisten und echte Freude an der Arbeit zu haben. Dieses Engagement spiegelt sich intern in der ISO 9001-Zertifizierung wieder, die unsere Produktionsstätte in Taiwan erhalten hat. Darüber hinaus sorgt unser After-Sales-Service auch für eine hohe Reaktionsfähigkeit bei der Bearbeitung von Reparaturen und Reklamationen. Schließlich bietet KING TONY Europe eine unbegrenzte, kommerzielle Garantie auf die meisten seiner Produkte, was ein Beweis für die Langlebigkeit unserer Produkte ist. Es werden auch Beipackzettel für die Wartung von Produkten verteilt, um ihre Lebensdauer zu optimieren. Schließlich wurden Umfragen zur Kundenzufriedenheit durchgeführt, um die Qualität und Reaktionsfähigkeit unserer Produktlieferungen zu bewerten.

ETHISCHES VERHALTEN UND FAIRE PRAKTIKEN:

Die Mitarbeiter von KING TONY EUROPE werden für die Notwendigkeit sensibilisiert, gemeinsame Verpflichtungen zu ethischem Verhalten gegenüber anderen Mitarbeitern, aber auch gegenüber Kunden, Lieferanten und Wettbewerbern einzuhalten. Dies ist in einer ethischen Charta verankert, die die individuellen und kollektiven Verhaltensregeln definiert, die unser Handeln leiten und unsere Entscheidungen inspirieren müssen, um unsere Werte täglich mit Leben zu füllen. Diese ethische Charta trägt auch das **Ziel einer kontinuierlichen Verbesserung** in sich, um unseren Ansatz der sozialen Verantwortung von Unternehmen noch weiter voranzutreiben; sie setzt damit einen Rahmen, um die richtigen Entscheidungen zu treffen und gleichzeitig die Grundsätze der CSR zu respektieren. Darüber hinaus enthält diese Charta die Verhaltensweisen, die ergriffen werden müssen, um alle Formen der Korruption zu ächten, unlauteren Wettbewerb und Interessenkonflikte zu bekämpfen, aber auch ein internes Hinweisgebersystem vorzusehen, das erforderlichenfalls Sanktionen vorsieht.

INITIIERUNG EINES ANTWORTUNGSVOLLEN EINKAUFANSATZES:

Ziel ist es, neben wirtschaftlichen Aspekten auch soziale und ökologische Kriterien in alle Beziehungen zu unseren Lieferanten, so auch unserer Fabrik in Taiwan, zu integrieren. Dies hat uns dazu veranlasst, eine Charta für verantwortungsvollen Einkauf zu erstellen, die nach und nach an die Hauptlieferanten verschickt wird, um sie für die Notwendigkeit zu sensibilisieren, die Schlüsselprinzipien der CSR (faire Praktiken, Respekt vor der Umwelt, Menschenrechte, Arbeitsbedingungen) zu respektieren. In einer zweiten Phase planen wir, sie durch einen tiefergehenden Fragebogen detaillierter zu ihren CSR-Praktiken zu befragen und sie gegebenenfalls nach ihrem ECOVADIS-Rating zu fragen. Sobald wir genügend Informationen zu diesem Thema haben, werden wir die Lieferanten jährlich auf der Grundlage der Antworten auf die Fragebögen für den verantwortungsvollen Einkauf bewerten.

EINHALTUNG DER EUROPÄISCHEN DSGVO-RICHTLINIE (DATENSCHUTZ-GRUNDVERORDNUNG):

Es ist wichtig, Regeln anzuwenden, die darauf abzielen, die Vertraulichkeit von Computerdaten und die Privatsphäre von Kunden und Mitarbeitern zu wahren. Dies steht ganz im Einklang mit unserem CSR-Ansatz. So wurde eine IT-Charte, die bewährte Praktiken in diesem Bereich definiert, formalisiert und intern verteilt, um das Bewusstsein unserer Mitarbeiter zu gewährleisten. Darüber hinaus ist es wichtig, die **Erlangung der ISO 27001-Zertifizierung** durch den Hauptsitz unserer Gruppe in Taiwan hervorzuheben, die die höchsten Datenschutzstandards validiert und sich durch konkrete Maßnahmen auf täglicher Basis materialisiert (IT-Charte und Bewusstsein für Phishing-Risiken bei den Mitarbeitern, Ernennung eines Sicherheitsmanagers für Informationssysteme, Password Vault, Verschlüsselung von Kundeninhalten für mehr Vertraulichkeit, Überwachung und Bearbeitung von Alerts, usw.)



Zukünftige Projekte

Einführung der CSR-Richtlinie in allen KING TONY-Niederlassungen in Europa, um das Veränderungsmanagement durch die Einbindung der Mitarbeiter in die Umsetzung konkreter Maßnahmen zu erleichtern.

Wir setzen unseren Qualitätsansatz fort, indem wir eine Kundenbefragung durchführen, um deren Zufriedenheit genauer zu messen und noch präzisere Indikatoren für die Beschwerdeverfolgung zu entwickeln.

Wir definieren und strukturieren eine echte Strategie der territorialen Verankerung, die auf europäischer Ebene koordiniert und an die Gebiete angepasst ist, in denen wir tätig sind. Gleichzeitig stellen wir sicher, dass wir sozial, ökologisch und wirtschaftlich ausgewogen handeln.

Wir entwickeln eine CSR-Best-Practice-Überwachung, um die bereits vorhandenen sozialen und rechtlichen Instrumente zu ergänzen.

CSR-WIRKUNGS-INDIKATOREN

0,60%

Prozentsatz
Beschwerden über die
Anzahl der Bestellungen

6,1%

des Nettogewinns
(2023)

Gewinnbeteiligung für
die Mitarbeiter

18 647€

CSR-Investitionen (2024)

30 836€

Lokale Entwicklung und ESAT-Budget (2024)

Unser Handeln mit **SOZIALER AUSWIRKUNG**

Ziel

Als Unternehmen auf menschlicher Ebene möchte KING TONY EUROPE **das Wohlergehen seiner Mitarbeiter in den Mittelpunkt seiner Organisation stellen**. Unsere Mission ist es, das Wohlbefinden der Mitarbeiter und die Leistung des Unternehmens in Einklang zu bringen. Neben einem rigorosen Personalmanagement, das auf der Entwicklung von Kompetenzen basiert, besteht das Ziel darin, schrittweise auf alle Faktoren einzuwirken, die zur Lebensqualität am Arbeitsplatz beitragen: Autonomie, Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, partizipativer Ansatz, konstruktiver sozialer Dialog, Unterstützung durch das Management. Dieser Ansatz, der sich auf starke menschliche Werte konzentriert, wird seit mehreren Jahren in konkrete Maßnahmen umgesetzt, die wir hier mit Ihnen teilen.

Unser Handeln mit positiver Wirkung

VORBEUGENDE GESUNDHEITS- UND SICHERHEITS- MASSNAHMEN AM ARBEITSPLATZ:

Es wurden mehrere Maßnahmen durchgeführt, wie z. B. die Formalisierung des DUERP (Single Document for the Evaluation of Occupational Risks), um die Risikofaktoren für die Gesundheit unserer Mitarbeiter zu analysieren und so geeignete Präventionsmaßnahmen zu ergreifen. Eine Sensibilisierungsbroschüre, in der die Sicherheitsregeln innerhalb von KING TONY EUROPE definiert sind, wird ebenfalls verteilt, um die interne Verbreitung bewährter Praktiken für alle Mitarbeiter zu erleichtern. Darüber hinaus wird jedem Mitarbeiter persönliche Schutzausrüstung (Sicherheitschuhe, Handschuhe, Brille usw.) ausgehändigt, sobald er bei uns eintrifft. In den Räumlichkeiten ist auch eine Beschilderung angebracht, um die Menschen an die richtigen Reflexe zu erinnern, die sie täglich annehmen sollten. Es wurden Erste-Hilfe-Schulungen (SST) am Arbeitsplatz sowie zum Thema Prävention von Muskel-Skelett-Erkrankungen durchgeführt. Es handelt sich um einen Ansatz der kontinuierlichen Verbesserung, der Früchte trägt, da wir **in den letzten Jahren eine sehr geringe Anzahl von Arbeitsunfällen** verzeichnet haben (siehe die Berichterstattung über CSR-Indikatoren, die im letzten Teil dieses Berichts vorgestellt wurde).

SOZIALER DIALOG UND GEMEINSAME NUTZUNG DES MEHRWERTS:

Dies beruht auf verschiedenen Mechanismen der Anhörung und des Austauschs mit den Arbeitnehmern, insbesondere auf der regelmäßigen Moderation von Sitzungen des Sozial- und Wirtschaftsausschusses (CSE), an denen Arbeitnehmervertreter beteiligt sind, die informiert und in die strategischen Entscheidungen auf Unternehmensebene einbezogen werden. Darüber hinaus werden regelmäßig Meetings nach Abteilungen organisiert, um die interne Kommunikation zu optimieren. Erwähnenswert ist auch ein allgemeines Informationstreffen, das jedes Jahr organisiert wird und mit einem Moment der Geselligkeit verbunden ist, zu dem alle Mitarbeiter eingeladen sind. Im Jahr 2024 haben wir außerdem unser erstes Sozialbarometer eingeführt, um den Grad der Zufriedenheit von Teams anhand verschiedener Kriterien zu messen, die zur Lebensqualität am Arbeitsplatz beitragen. In einem kollaborativen Ansatz wird dann ein Fortschrittsplan initiiert. Schließlich setzt sich KING TONY EUROPE für **eine faire Umverteilung der Wertschöpfung ein**, die durch die Unterzeichnung einer kürzlich erneuerten Gewinnbeteiligungsvereinbarung für den Zeitraum 2024-2026 verwirklicht wird.

ERLEICHTERUNG DER BERUFLICHEN INTEGRATION:

Um das Bewusstsein für Stereotype zu schärfen und die Vielfalt im Unternehmen zu fördern, haben die Mitglieder des CSE (Sozial- und Wirtschaftsausschuss) von KING TONY EUROPE eine Sensibilisierungskampagne zu den Themen Diskriminierung und Belästigung am Arbeitsplatz initiiert. Dies ermöglichte es, Risikosituationen zu erkennen und die Methoden für den Umgang mit Funktionsstörungen in diesem Bereich. Um das Thema Behinderung sinnvoll angehen zu können, hat sich seit mehreren Jahren eine Partnerschaft mit einer ESAT (Specialized Establishment for Assistance through Work) für die Pflege der Grünflächen unseres Hauptstandorts in Poitiers sowie für die Versorgung mit Büromaterial entwickelt. Was die Integration junger Menschen in den Arbeitsmarkt betrifft, so integrieren wir jedes Jahr Praktikanten und Werkstudenten, um ihnen zu helfen, die notwendigen Erfahrungen zu sammeln, um einen Beruf zu meistern. Wir setzen uns auch für die Gleichstellung von Frauen und Männern ein, wie unser Indikator zur beruflichen Gleichstellung mit **Ein Verhältnis von 47 %/53 % von M-F für Büroangestellte** und das, obwohl wir bei den anderen Mitarbeitergruppen noch Fortschritte machen müssen.

VERBESSERUNG DER FÄHIGKEITEN DER MITARBEITER:

Dies besteht zunächst darin, jährliche Einzelgespräche zwischen den Abteilungsleitern und jedem Mitglied ihres Teams durchzuführen, was es ermöglicht, eine Bestandsaufnahme der erworbenen Fähigkeiten vorzunehmen und sich in Bezug auf die berufliche Entwicklung und den Erwerb neuer Fähigkeiten in die Zukunft zu projizieren. Soweit möglich, versuchen wir, eine interne Mobilität anzubieten, die gefördert wird. Auch zu diesem Thema führen wir regelmäßig interne Schulungen zu neuen Produkten und zu Änderungen in den Unternehmensprozessen durch. Es werden auch externe Schulungen durchgeführt, um spezifischere Fähigkeiten im Einklang mit der Entwicklung unseres Berufs zu verbessern oder um neue regulatorische Anforderungen zu erfüllen.

Zukünftige Projekte

Vertiefung des Ansatzes der Gesundheitsprävention und der Sicherheitskultur durch die Initiierung von "Sicherheitsgesprächen" unter Einbeziehung der Einsatzteams oder zur Prävention von psychosozialen Risiken. Es muss auch eine Sensibilisierungsbroschüre verfasst werden, in der die Sicherheitsregeln innerhalb von KING TONY EUROPE definiert sind, um die interne Verbreitung bewährter Praktiken für alle Mitarbeiter zu erleichtern.

GPEC-Konzept (Forward Management of Jobs and Skills): systematischere Formalisierung der Stellenbeschreibungen, Durchführung eines Integrationsprogramms für Neueinstellungen und einer Willkommensbroschüre, Entwicklung der internen Mobilität.

Verstärken Sie unsere Maßnahmen zur Verhinderung von Diskriminierung und zur Förderung von Vielfalt durch Sensibilisierung für Stereotypen in den Teams, Teilnahme am Duoday zum Thema Behinderung und Formalisierung eines Warnverfahrens im Einklang mit unserer Ethikcharta.

Unseren QWL-Ansatz (Quality of Life at Work) dank eines jährlichen Aktionsplans in diesem Bereich und unter Berücksichtigung der Erwartungen aller Mitarbeiter nach der Umsetzung unseres ersten Sozialbarometers weiter zu strukturieren.



CSR-WIRKUNGS-INDIKATOREN

88%

der Beschäftigten sind mit ihrer Lebensqualität am Arbeitsplatz zufrieden (im Jahr 2024)

53%

Weibliche Erwerbsbevölkerung (Büroangestellte) im Jahr 2024

3

Zahl der Arbeitsunfälle (im Jahr 2024)

7,42 Stunden

Anzahl der Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter (im Jahr 2023)

Unser Handeln bei **AUSWIRKUNG AUF DIE UMWELT**

Ziel

Unser Geschäft erzeugt Umweltauswirkungen, die wir schrittweise und strukturiert reduzieren wollen. Das Engagement unseres Unternehmens für eine ökologisch nachhaltigere Entwicklung basiert auf der Berücksichtigung der Herausforderungen der globalen Erwärmung und der Erschöpfung der natürlichen Ressourcen speziell auf der Ebene unserer Tätigkeit. Ziel ist es daher, in allen Phasen des Lebenszyklus zu handeln, von der Beschaffung von Werkzeugen über die Verringerung des ökologischen Fußabdrucks des Verkehrs bis hin zur Verwertung von Abfällen.

Unser Handeln mit positiver Wirkung

INITIIERUNG EINES ÖKO-INNOVATIONSANSATZES:

Seit mehreren Jahren engagiert sich KING TONY EUROPE in Verbindung mit dem Hauptsitz der Gruppe, zu dem auch die Produktionsstätte unserer Produkte gehört, für einen Öko-Innovationsansatz, der darauf abzielt, die Umweltauswirkungen in jeder Phase des Produktlebenszyklus zu reduzieren, einschließlich Design, Materialauswahl, Herstellung, Vertrieb, Nutzung und Recycling. So erfüllt KING TONY EUROPE Standards wie RoHS, die europäische Richtlinie zur Förderung ungiftiger und recycelbarer Materialien in Produkten. Es ist auch zu beachten, dass die meisten unserer Werkzeuge aus Stahl gefertigt sind, der dank des mit unserem Partner Véolia eingerichteten Rückgewinnungssystems leicht wiederverwendbar ist. Das Recycling von Stahlverbundwerkstoffen kann so sichergestellt werden. Auf der anderen Seite haben wir am europäischen Standort in Poitiers, der für die Verwaltung der Distributionslogistik unseres Sortiments an Handwerkzeugen zuständig ist, einen Prozess eingeleitet, um den Verpackungsbedarf für die Belieferung unserer Kunden zu reduzieren.

Darüber hinaus verwenden wir ausschließlich recycelte und/oder

recyclebare Verpackungen, die hauptsächlich aus Pappe bestehen.

ORGANISATION DER ABFALLTRENNUNG UND -VERWERTUNG:

In enger Zusammenarbeit mit unseren für das Abfallmanagement an unserem Logistikstandort Poitiers zuständigen Dienstleistern haben wir ein „Zero Waste“-Projekt gestartet, um die Wiederverwendung von Kartons, die wir für die Lieferung an unsere Kunden benötigen, zu optimieren. **Wir nutzen spezielle Container und Behälter, um Kunststofffolien, Karton, Papier, Stahlprodukte und Palettenholz sowie Spraydosen, Batterien und alle Arten von Elektro- und Elektronik-Altgeräten (WEEE) zu sortieren und zu recyceln.** Neben der Organisation an unserem Standort war es uns wichtig, unsere internen Teams durch interne Schulungen und das Aushängen von Hinweisen an strategischen Stellen für die Einhaltung dieser präzisen Recyclingvorschriften zu sensibilisieren.

REDUZIERUNG DES RESSOURCENVERBRAUCHS:

Die Reduzierung unseres Ressourcenverbrauchs betrifft vor allem unser Produktionswerk in Taiwan, das sich diesem Ziel seit vielen Jahren verschrieben hat und **mit der ISO 14001-Zertifizierung** ein hohes Leistungsniveau in diesem Bereich bescheinigt. Zur Optimierung unseres Logistiklagers und unserer Büros an unserem französischen Standort in Poitiers haben wir in die elektrische Ausrüstung unserer Handhabungsgeräte investiert.

Wir haben außerdem unsere Beleuchtungsanlage modernisiert und stellen schrittweise auf energieeffiziente LED-Lampen um. In unserem Hauptlager werden zudem Lichtsensoren installiert. Darüber hinaus werden wir unsere Mitarbeiter durch die Verteilung einer Umwelt-Charte zur Reduzierung von Energie- und Wasserverbrauch, Papierabfall und einem verantwortungsvolleren Umgang mit digitalen Medien weiter sensibilisieren.

BEGRENZUNG UNSERES CO2-FUSSABDRUCKS:

Da unsere Tätigkeit dazu führt, dass wir bedeutende Logistikströme abwickeln, arbeiten wir eng mit unseren Spediteurpartnern zusammen, **um die Lieferkreisläufe zu optimieren**. Darüber hinaus besteht unser Fuhrpark intern teilweise aus Hybridfahrzeugen und zwei Ladestationen stehen auf dem Parkplatz des Standorts KING TONY EUROPE in Poitiers zur Verfügung. Ziel ist es, die kohlenstofffreie Mobilität unserer Mitarbeiter zu fördern, die im Rahmen der Koordinierung unseres Umweltansatzes für umweltfreundliches Fahren und sanfte Mobilität sensibilisiert werden.



Zukünftige Projekte

Erweitern Sie unseren Ansatz für Produktökoinnovationen, indem wir in Zusammenarbeit mit dem Hauptsitz der Gruppe in Taiwan eine Reihe von ökologisch gestalteten Produkten im Rahmen eines Ökobilanz-Ansatzes (LCA) für den europäischen Markt entwickeln.

Verabschiedung eines echten Plans zur Dekarbonisierung unseres Geschäfts auf der Grundlage einer ersten Treibhausgasbewertung, eines Energieaudits und der Entwicklung des Angebots an erneuerbaren Energien.

Entwicklung eines Schulungsprogramms für Mitarbeiter zum Umweltschutz, zur Sensibilisierung für verantwortungsvolle digitale Technologien und zur Teilnahme am Ökomobilitätstag.

Einsatz für die Erhaltung der Artenvielfalt: Entwicklung von Grünflächen und eines Gemeinschaftsgartens auf dem Gelände von Poitiers usw.



CSR-WIRKUNGS-INDIKATOREN

17,4

Gewicht der wiederverwendeten Abfälle (Stahl und Pappe) in Tonnen (im Jahr 2024)

-32%

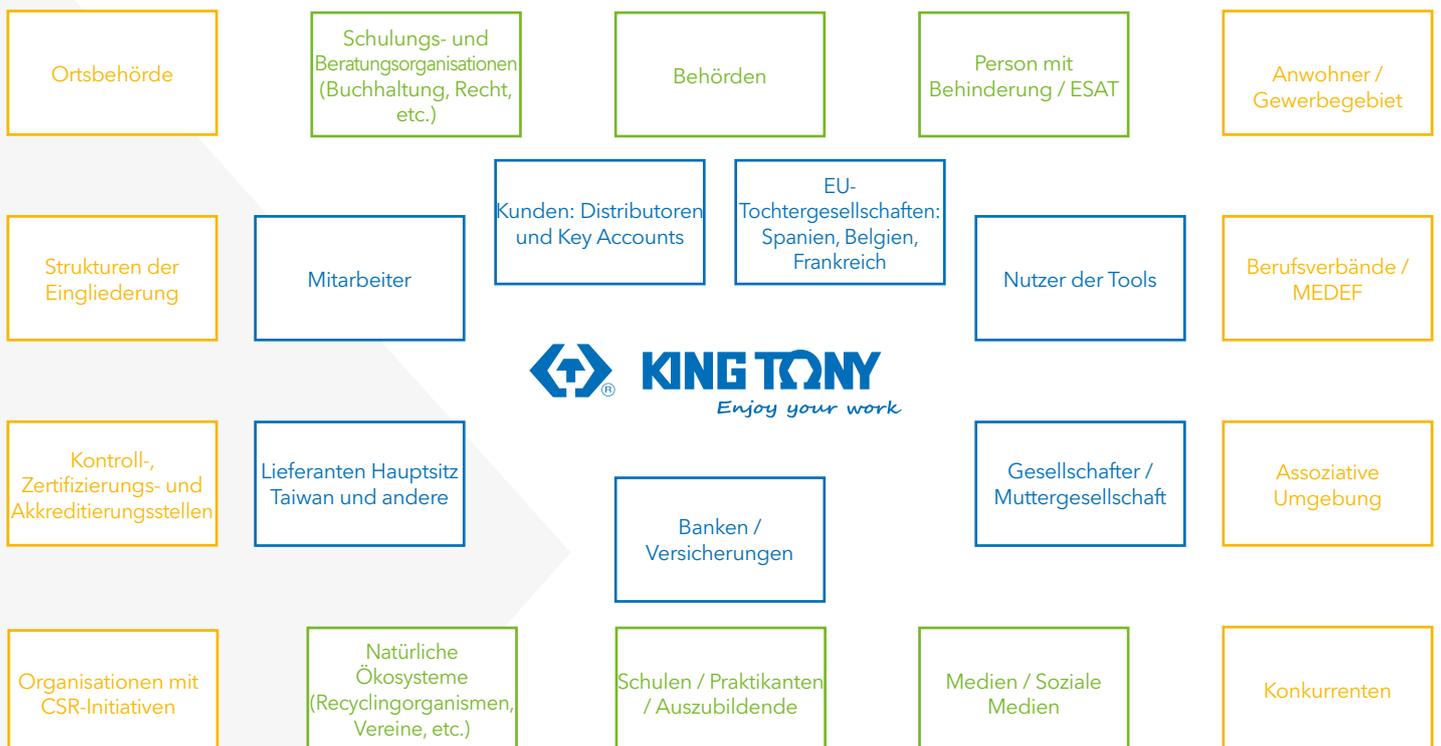
Reduzierte Verpackungskosten (2023/2024)

Erfüllung der Erwartungen unserer **Stakeholder**

Stakeholder Karte:



Mitarbeiter, Kunden, Nutzer, Aktionäre, natürliche Ökosysteme, Lieferanten, Verbände, Behörden, Banken, usw. so viele Stakeholder, dass KING TONY EUROPE täglich versucht, sie zufrieden zu stellen. Ihre Bedürfnisse zu erfüllen, sich mit ihnen über gesellschaftliche Themen auszutauschen und ihnen neue Lösungen anzubieten, die die CSR-Prinzipien respektieren, sind Ziele, die darauf abzielen, einen regelmäßigen Dialog mit allen unseren Stakeholdern aufzubauen und zu pflegen. Um diesen Austausch besser zu strukturieren, haben wir ihn genau priorisiert, wie auf der folgenden Karte dargestellt.





EMPFEHLUNGSSCHREIBEN

Wir laden Sie nun ein, einige Erfahrungsberichte unserer Stakeholder zu entdecken, die uns freundlicherweise ihre Ansichten zu KING TONY EUROPE mitgeteilt haben. Wir danken ihnen herzlich.



King Tony Mitarbeiter
Philippe Dulac - IT-Abteilung

„Zunächst einmal denke ich, dass es wichtig ist, darauf hinzuweisen, dass es bis vor einigen Monaten keinen CSR-Ansatz gab. Da ich selbst auf persönlicher Ebene sehr sensibel für diese Themen bin, freue ich mich, dass das CSR-Team heute geboren wurde. Es hat mir Spaß gemacht, das Umfrageformular zu beantworten, in der Hoffnung, dass die verschiedenen Projekte, die von diesem Team initiiert wurden, es dem Unternehmen ermöglichen werden, zu reifen und seine CO2-Bilanz zu verbessern. Ich möchte mich im Voraus beim CSR-Team für sein Engagement bedanken und wünsche ihm viel Erfolg bei den verschiedenen Projekten, die mir bisher relevant erscheinen. Wenn ich Ideen für CSR-Projekte vorschlagen müsste, würde ich sowohl den Upcycling- als auch den Reinigungstag vorschlagen!“



King Tony Mitarbeiter und CSR-Mitglied
Marc Duclos - Logistikkassistent

„Ich denke, dass die Einführung eines CSR-Ansatzes eine gute Sache ist, da er in mehreren Bereichen Vorteile bringen wird. Anfangs dachte ich, es sei im Wesentlichen "Greenwashing". Schließlich habe ich das Gefühl, dass die Maßnahmen der CSR wirklich einen positiven Einfluss haben werden.“

Erstens werden diese Maßnahmen das Unternehmen in die Lage versetzen, das Wohlbefinden der Mitarbeiter zu fördern und bessere Arbeitsbedingungen zu gewährleisten. Das Unternehmensimage von Mitarbeitern, Kunden und Partnern kann deutlich positiv beeinflusst werden. Es wird auch die Energieverbrauchskosten senken und den von uns produzierten Abfall besser verwalten. Es gibt sicherlich auch eine Erwartung von Verbrauchern, die verantwortungsbewusst konsumieren wollen und immer besser über die Beteiligung von Unternehmen am ökologischen Wandel informiert sind.

Die ergriffenen Maßnahmen ermöglichen es dem Unternehmen, sich von der Konkurrenz abzuheben und eine Vorreiterrolle in Bezug auf die Vorschriften zu übernehmen, sei es bei den ISO-Normen oder den Umweltnormen, die uns in Zukunft auferlegt werden. Die verschiedenen Mitglieder unseres CSR-Teams scheinen sehr engagiert zu sein, ich habe keinen Zweifel am Erfolg der Projekte!“



Händler King Tony
Benjamin Courtey - Atelier 86

„KING TONY ist ein Unternehmen, das seine Dynamik seinen jungen Mitarbeitern verdankt, sein Management weiß das sehr gut und gibt den jüngsten Arbeitskräften weiterhin eine Chance. Dank seiner Entwicklung ist KING TONY heute ein wichtiger Akteur im Wirtschaftsleben von Poitiers, aber dank seiner zahlreichen Tochtergesellschaften auch in ganz Europa.

Seit vielen Jahren engagiert sich KING TONY für eine nachhaltige Entwicklung, und die Zukunft von KING TONY dreht sich um die Nachhaltigkeit der Produkte, das Recycling von Rohstoffen und die berufliche Entwicklung seiner Mitarbeiter. Als entschlossenes Unternehmen auf menschlicher Ebene erwarten wir von KING TONY, dass es zuverlässig ist, und daran mangelt es selten!"



Lieferant King Tony
Bruno BERTRAND
 Cofemi emballage

„Ich vertrete die Firma COFEMI EMBALLAGE und arbeite seit zehn Jahren persönlich mit der Logistikabteilung von KING TONY in Poitiers zusammen. In diesen zehn Jahren wurde ich regelmäßig beauftragt, möglichst umweltfreundliche Verpackungsprodukte zu finden. Wann immer möglich, haben wir biobasierte oder zumindest recycelte und/oder recycelbare Produkte zur Verfügung gestellt.

Ich kann mir vorstellen, dass die Wahl des Lieferanten von COFEMI EMBALLAGE auch auf die geografische Nähe zurückzuführen ist, die den Transport (CO₂-Fußabdruck) reduziert und die Reaktionsfähigkeit erleichtert.

Ich habe auch viel Besorgnis über die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter der Verpackungsabteilung festgestellt und werde auch hier regelmäßig nach der Qualität der Produkte und ihrer einfachen Implementierung gefragt. Ebenso hatte ich die Möglichkeit, Arbeitsgeräte zu verkaufen, um den Umgang der Mitarbeiter so weit wie möglich zu reduzieren (automatische Kassenversiegelung und Bandmaschine).

COFEMI EMBALLAGE und ich engagieren uns voll und ganz für unsere Kunden, die die Umwelt und das Wohlbefinden der Mitarbeiter bei der Arbeit schützen wollen. Der CSR-Ansatz erhält seine volle Bedeutung, wenn Kunden und Lieferanten gemeinsam in einer wohlwollenden Partnerschaft voranschreiten können. Ich möchte Herrn GUERINEAU für sein Vertrauen in die Jahre."



Isaac de l'Étoile Gymnasium

86000 Poitiers

„Als Logistiklehrer am Schulkomplex Isaac de l'étoile in Poitiers arbeiten das Lehrerteam und ich mit der Firma KING TONY zusammen, um das Lernen der Schüler in der Ausbildung zu verbessern, von CAP bis Bac Pro. So können wir ihnen durch Trainingszeiten in einem professionellen Umfeld konkrete Erfahrungen bieten.

Der Schüler (oder Lernende) entdeckt theoretische Konzepte und Prinzipien in einem schulischen Umfeld und wendet sein Wissen in einem realen Kontext in einem Unternehmen an. So können sie fachliche und zwischenmenschliche Kompetenzen stärken. Es wird ein pädagogisches Follow-up-Heft erstellt, um das Know-how und die zwischenmenschlichen Fähigkeiten der Schülerinnen und Schüler zu beurteilen. Diese Evaluation findet im Beisein des Logistikleiters, des Schülers und des Lehrers statt. Darüber hinaus verfügt King Tony über Instrumente, um die Auswirkungen unseres Ausbildungsprogramms zu bewerten. Seit etwas mehr als einem Jahrzehnt sind die Vorgesetzten der Logistikabteilung von King Tony in der Lage, ihre Professionalität und ihr Wohlwollen an alle unsere Lernenden weiterzugeben.

Wir arbeiten auch daran, Papier für das Recycling bei King Tony zu sammeln. Wir arbeiten seit 2 Jahren zusammen. Der Schulkomplex Isaac de l'étoile ist Partner des Vereins Petits Papiers Montmorillonnais. In diesem Zusammenhang organisieren die Studierenden des CAP "Logistics Operator" die Lagerung und den Transport dieser zu recycelnden Papiere.

Diese verschiedenen Initiativen bereichern die studentische Erfahrung, tragen aber auch zu einer verantwortungsvolleren und nachhaltigeren Unternehmenskultur bei."

Berichterstattung CSR-Indikatoren

WIRTSCHAFT									
ODD	GRI 4.0	Richtlinie CSRD	ISO 26000	Indikatoren	Einheit	2021	2022	2023	2024
Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Umverteilung der Wertschöpfung und Governance									
N/A	102_7	N/A	6.8.7	Umsatz (KT Europe Gruppe)	Mio. €	20,8	23,2	25,4	25,2
N/A	201_1	ESRS S1-10	6.8.7	Wertumverteilung an die Mitarbeiter (% des Nettoeinkommens) in Form einer Gewinnbeteiligung (KT Europe Group)	%	3,8	5,5	6,1	5,8
N/A	201_1	N/A	6.8.7	Höhe der CSR-Investitionen	€	245	245	245	18 647
N/A	N/A	N/A	7.6	Banque de France rating (KT Europe Group)	Anmerkung	F4	E3	E3+	In Kürze
N/A	405_1	N/A	6.2	Labels, die im Bereich CSR erhalten wurden	Anzahl	1	1	1	1
Qualitäts- und Kundenzufriedenheitsindikatoren									
N/A	102_43	ESRS S4-2	6.7.1	Kundenbefragung - Kundenzufriedenheit	% oder Zufriedenheitsbewertung	N/A	N/A	N/A	Ab 2025
	102_44		6.7.2						
N/A	102_43	ESRS S4-2	6.7.1	Anzahl der Kundenbeschwerden	Anzahl	304	327	381	367
	102_44		6.7.2						
N/A	102_43	ESRS S4-2	6.7.1	% Kundenbeschwerden über den Umsatz	%	1,5	1,4	1,5	1,5
	102_44		6.7.2	% der Kundenbeschwerden an den Gesamtbestellungen	%	0,5	0,6	0,7	0,6
N/A	419_1	ESRS S4-4	6.7.1	Anzahl der Verstöße gegen Produkt-/Dienstleistungsvorschriften	Anzahl	0	0	0	0
N/A	N/A	ESRS S4-4	N/A	Anzahl der nach ISO 9001 zertifizierten Standorte (KTT-Hauptsitz)	Anzahl	1	1	1	1
Geschäftsethik									
16	205_2	ESRS G1-1	6.6	Quote der Verteilung der Ethik-Charte an Mitarbeiter und Neueinstellungen	%	0	0	0	Ab 2025
16	205_2	ESRS G1-3	6.6	Prozentsatz der in Ethik geschulten Mitarbeiter	%	0	0	0	Ab 2025
16	419_1	ESRS G1-4	4.6	Anzahl der bestätigten Korruptionsfälle	Anzahl	0	0	0	0
16	419_1	ESRS G1-4	4.6	Anzahl der Sicherheitsvorfälle Bestätigte Informationen	Anzahl	0	0	0	0

WIRTSCHAFT									
ODD	GRI 4.0	Richtlinie CSRD	ISO 26000	Indikatoren	Einheit	2021	2022	2023	2024
Territoriale Verankerung und Dialog mit den Interessenträgern									
N/A	415_1	N/A	7.6	Anzahl der Mitarbeiter, die sich ehrenamtlich engagieren	Anzahl	0	0	0	12
N/A	415_1	N/A	6.6.4	Haushaltsmittel für die lokale Entwicklung (Vereine, Partnerschaften usw.)	€	30 824	29 926	46 458	21 000
N/A	N/A	ESRS S1-12	6.3.7	Für ESAT vorgesehene Mittel	€	9 519	1 933	10 511	9 836
Einkaufspraxis									
11	204	ESRS G1-2	6.8	Anzahl der CSR-Fragebögen, die an Lieferanten gesendet wurden	Anzahl	0	0	0	0
11	204_1	ESRS G1-2	6.8	Anzahl der an Lieferanten gesendeten Chartas für verantwortungsvollen Einkauf	%	0	0	0	33
11	204_1	ESRS G1-2	6.8	Prozentsatz der Ziellieferanten, die die Charta für verantwortungsvollen Einkauf unterzeichnet haben	%	0	0	0	27

UMWELT									
ODD	GRI 4.0	Richtlinie CSRD	ISO 26000	Indikatoren	Einheit	2021	2022	2023	2024
Allgemein									
N/A	N/A	ESRS E1-E2	7.5	Anzahl der nach ISO 14001 zertifizierten Standorte (KTT-Hauptsitz)	Anzahl	1	1	1	1
Energie									
7	302_1	ESRS E1-5	6.5.4	Gasverbrauch insgesamt	m ³	18 627	13 162	12 343	13 890
7	302_3	ESRS E1-5	6.5.4	Gesamtgasverbrauch pro FTE	m ³ / ETP		175	157	181
7	302_1	ESRS E1-5	6.5.4	Gesamter Stromverbrauch	kW/h	97 130	91 008	92 073	106 438
7	302_3	ESRS E1-5	6.5.4	Gesamter Stromverbrauch pro FTE	kW/h / ETP		1 212	1 173	1 387
Papier									
6	303_1	ESRS E5-4	6.5.4	Jährlicher Papierverbrauch	kg	2 000	1 125	1 375	1 750
Wasser									
6	303_1	ESRS E3-4	6.5.4	Jährlicher Wasserverbrauch	m ³	198	161	202	218
6	303_1	ESRS E3-4	6.5.4	Jährlicher Wasserverbrauch pro FTE	m ³		2,1	2,6	2,85
Verkehr									
13	302_1	ESRS E1-5	6.5.4	Benzinverbrauch	Liter				137 385
13	302_1	ESRS E1-5	6.5.4	Anteil der Mitarbeiter, die Soft Mobility nutzen, um zur Arbeit zu gelangen	%				5
Abfälle und Abwässer									
12	306_2	ESRS E5-5	6.5.3	Gewicht der wiederverwerteten Abfälle (Wiederverwendung, Recycling, Kompostierung und andere Verfahren, Rückgewinnung)	Stahl - Tonnen	9,8	9,9	10,2	11,8
					Kartons - Tonnen	6,5	5,8	5,7	5,6

UMWELT									
ODD	GRI 4.0	Richtlinie CSRD	ISO 26000	Indikatoren	Einheit	2021	2022	2023	2024
Rohmaterial									
12	301_1	ESRS E5-4	6.5.4	Verpackungskosten		74 957	111 677	120 105	82 172
12	301_2	ESRS E5-4	6.5.4	% Verpackungsausgaben / -umsatz		0,36	0,48	0,47	0,33
Treibhausgasemissionen									
13	305_1	ESRS E1-6	6.5.5	THG-Emissionen / THG-Bilanz (Scope zu spezifizieren)	Téq. CO2				Ab 2025
Beachtung									
N/A	307_1	ESRS E2-6	6.5.1	Bußgelder bei Nichteinhaltung von Umweltvorschriften	€	0	0	0	0
N/A	307_1	ESRS E2-6	6.5.1	Unfallbedingte Schädigung der Umwelt	Anzahl	0	0	0	0
Biodiversität									
14/15	304_3	ESRS E4-5	6.5.6	Höhe der Investitionen für den Erhalt oder die Wiederherstellung der biologischen Vielfalt	€	0	0	0	0

SOZIAL									
ODD	GRI 4.0	Richtlinie CSRD	ISO 26000	Indikatoren	Einheit	2021	2022	2023	2024
Beschäftigen									
8	102_7	ESRS S1-6	6.8.5	Gesamtzahl der Mitarbeiter	Anzahl		75	78	77
8	401_1	ESRS S1-6	N/A	Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	Jahr		5,6	5,9	6,52
8	401_1	ESRS S1-6	6.4.3	Fluktuationsrate	%		18,8	16,9	12,34
	102_7		6.8.5	Anzahl der geleisteten Arbeitsstunden	Anzahl		138 747	146 180	140 764
Arbeitsrechtliche Praxis									
8	N/A	ESRS S1-6	6.4.4	Anteil der Mitarbeiter mit unbefristeten Verträgen	%		97,6	97,8	96,6
8	414_2	ESRS S1-6	6.3.6	Anzahl der Beschwerden über Beschäftigungspraktiken durch formelle Lösungsmechanismen	Anzahl		0	0	0
Sozialer Dialog									
8	403_1	ESRS S1-8	6.4.6	Anzahl der Mitglieder in der CSE (KTE)	Anzahl	N/A	N/A	3	3
8	403_1	ESRS S1-8	6.4.6	Anzahl der CSE-Sitzungen	Anzahl	N/A	N/A	4	11
8	407	ESRS S1-8	6.4.6	Anzahl der Abgeordneten	Anzahl	N/A	N/A	0	0
8	404_3	ESRS S1-8	6.4.7	Abschlussrate der Einzelinterviews	%	N/A	N/A	N/A	Ab 2025
8	N/A	ESRS S1-8	6.4.4	Sozial-Barometer - Gesamtzufriedenheit	%	N/A	N/A	N/A	88

SOZIAL									
ODD	GRI 4.0	Richtlinie CSRD	ISO 26000	Indikatoren	Einheit	2021	2022	2023	2024
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz									
8	403_2	ESRS S1-14	6.8.8	Fehlzeiten	%		3,10	2,07	2,23
8	403_2	ESRS S1-14	6.8.8	Durchschnittliche Anzahl der Abwesenheitstage	Anzahl		8,25	5,44	442
8	403_2	ESRS S1-14	6.8.8	TF1 Frequenz (mit Stopp)	Rate		7,21	6,84	21,31
8	403_2	ESRS S1-14	6.8.8	Schweregrad	Rate		4,46	2,92	3,14
8	403_2	ESRS S1-14	6.8.8	Zahl der anerkannten Berufskrankheiten oder Berufskrankheiten	Anzahl	0	0	0	0
8	403_2	ESRS S1-14	6.8.8	Anzahl der Sicherheits- und QWL-Schulungsmaßnahmen	Anzahl		17	22	0
	403_2		6.8.8	Anzahl der Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen, Todesfällen oder gesundheitlichen Problemen	Anzahl		620	427	442
Aus- und Weiterbildung									
4	404_1	ESRS S1-13	6.4.7	Anzahl der Schulungsstunden	Anzahl		290	583	46
4	404_1	ESRS S1-13	6.4.7	Durchschnittliche Anzahl der Schulungsstunden pro Mitarbeiter	h/ETP		3,9	7,4	0,6
Diversität und Chancengleichheit									
5	405_1	ESRS S1-9	6.2	Anteil der weiblichen Erwerbsbevölkerung	%		24,3	24,2	20
5	405_1	ESRS S1-9	6.2	Anteil der weiblichen Mitarbeiter (Büro)	%		47,6	50	53
5	405_1	ESRS S1-9	6.2	Prozentualer Anteil des weiblichen Kaders (Feld)	%		2	2	2
5	404_1	ESRS S1-9	6.4.7	Anzahl der Auszubildenden	Anzahl		1,13	1,56	2,27
5	404_1	ESRS S1-9	6.4.7	Anzahl der aufgenommenen Schülerpraktikanten	Anzahl	11	10	12	15
5	401_1	ESRS S1-9	6.3.7	Anteil des behinderten Personals	%		0,13	0	0
Lohn									
8	405_2	ESRS S1-10	6.4.4	Lohnliste	Mio. €		3 098 560	3 349 229	3 371 959
Menschenrechte									
N/A	414_2	ESRS S1-17	6.3.6	Zahl der Menschenrechtsbeschwerden durch formelle Lösungsmechanismen	Anzahl	0	0	0	0
5	406_1	ESRS S1-17	6.3.7	Zahl der Diskriminierungsfälle	Anzahl	0	0	0	0
5	406_1	ESRS S1-17	6.3.7	Anzahl der Schulungsstunden für Mitarbeiter zu Fragen der Diskriminierungsprävention	Anzahl	0	0	0	0



KING TONY

Enjoy your work

KING TONY Europe SAS

3, rue des Imprimeurs - ZI de la République Nord

86000 POITIERS

Tel. : 05 49 30 33 27

service-clients@kingtony.eu

www.kingtonyeurope.com