



WIN-Charta Nachhaltigkeitsbericht

Mader GmbH & Co. KG

**Zweiter Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg**

MADER

Über Uns

Seit über 80 Jahren gehört der Energieträger Druckluft zu Mader. Zentraler Erfolgsfaktor und besonderes Merkmal des Unternehmens ist die ganzheitliche Herangehensweise bei der Betrachtung des Druckluftprozesses – kurz der Mader-Effekt.

Nachhaltige Weiterentwicklung und neue Ideen führen uns und unsere Kunden ans gewünschte Ziel.

Wir bieten Produkte und Dienstleistungen im Bereich Pneumatik und Drucklufttechnik, Planung und Umsetzung von Druckluftsystemen, Beratung und Unterstützung zur Erhöhung der Energieeffizienz einer Druckluftanlage, sowie einen umfangreichen Wartungs- und Reparaturservice.

Die WIN!Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: „Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen.“

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.“

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: „Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: „Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: „Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen.“

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: „Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: „Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie.“

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 10.01.2015

WIN!CHARTA-CHECKLISTE

	Schwerpunkt	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1 Menschen und Arbeitnehmerrechte		X	
Leitsatz 2 Mitarbeiterwohlbefinden		X	X
Leitsatz 3 Anspruchsgruppen		X	
Leitsatz 4 Ressourcen		X	X
Leitsatz 5 Energie- und Emissionen	X	X	X
Leitsatz 6 Produktverantwortung		X	
Leitsatz 7 Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	X	X	X
Leitsatz 8 Nachhaltige Innovationen		X	
Leitsatz 9 Finanzentscheidungen		X	
Leitsatz 10 Anti-Korruption		X	
Leitsatz 11 Regionaler Mehrwert		X	
Leitsatz 12 Anreize zum Umdenken		X	

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT 2016

Unterstützte WIN!-Projekte

1. Registrierungsaktion DKMS

In Zusammenarbeit mit der DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei haben wir unseren Mitarbeitern die Chance geben, sich als neue potenzielle Stammzellenspender registrieren zu lassen. Zur Bestimmung der Gewebemerkmale ist eine aufwendige Laboruntersuchung notwendig, deren Kosten in Höhe von 50 Euro pro Speichelprobe nicht von einer Krankenkasse übernommen werden. Alle interessierten Mitarbeiter wurden über das Thema informiert. 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Mader haben sich im Rahmen der Aktion bei der Deutschen Knochenmarkspenderdatei registrieren lassen. Die anfallenden Kosten für die Typisierung in Höhe von 600 € übernahm das Unternehmen.

2. Bildungspartnerschaft mit zwei ortsansässigen Schulen

Auch die Bildungspartnerschaften mit einem Gymnasium und einer Werkrealschule haben wir im Berichtszeitraum offensiv weiter geführt.

Der sozialen Verantwortung werden wir nach wie vor mit Bewerbungstrainings und Hilfestellungen zur Berufsorientierung gerecht. Zusätzlich hierzu starteten wir in 2016 ein weiteres Projekt mit der Ludwig-Uhland-Schule. Wir möchten die Themen Energie- und Umwelt auch in den Schulalltag integrieren und die Schülerinnen und Schüler frühestmöglich sensibilisieren. Das Projektziel war die Herbeiführung von Energieeinsparpotenzialen an der Schule und deren Umsetzung sowie Präsentation vor den Lehrern.

Schwerpunktbereiche:

Energie und Klima	Bildung für nachhaltige Entwicklung	Integration
-------------------	-------------------------------------	-------------

Art der Förderung:

Finanziell	Materiell	Personell
------------	-----------	-----------

Unsere Schwerpunktthemen

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Unser Ziel ist ein stabiles Wachstum und damit verbunden die Sicherstellung eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs und die Sicherung der Arbeitsplätze. Wir möchten den Erwartungen unserer Anspruchsgruppen gerecht werden und attraktive Arbeitsplätze in der Region schaffen und erhalten. Wir sind fest davon überzeugt, dass die Schulung und Weiterbildung unserer Mitarbeiter einen positiven Einfluss auf die Ergebnisse des Unternehmens haben.

Als Anbieter eines energieintensiven Mediums sehen wir uns in einer besonderen Verpflichtung der Umwelt und Gesellschaft gegenüber. Mit einem strategischen Nachhaltigkeitsmanagement, das sämtliche Unternehmensbereiche miteinbezieht, setzen wir uns für eine vorausschauende und nachhaltige Nutzung von Energie und Ressourcen ein. Um die Umwelt zu entlasten, treffen wir zum einen innerhalb des Unternehmens Maßnahmen, zum anderen machen wir uns für den zunehmenden Einsatz von energieeffizienten Druckluftsystemen bei unseren Kunden stark.

2016 lagen unsere Schwerpunkte daher auf den Leitsätzen 5 und 7.

Leitsatz 5: Energie und Emissionen

„Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“

Als Anbieter eines energieintensiven Mediums sehen wir uns in einer besonderen Verpflichtung der Umwelt und Gesellschaft gegenüber. Mit einem strategischen Nachhaltigkeitsmanagement, das sämtliche Unternehmensbereiche miteinbezieht, setzen wir uns für die nachhaltige Nutzung von Energie und Ressourcen ein.

Um die Umwelt zu entlasten, treffen wir zum einen innerhalb des Unternehmens Maßnahmen, zum anderen machen wir uns für den zunehmenden Einsatz von energieeffizienten Druckluftsystemen bei unseren Kunden stark.



Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Unser Ziel ist das stabile Wachstum und die damit verbundene nachhaltige Unternehmensentwicklung. Mit dem von der Geschäftsleitung und den Führungskräften im Jahr 2006 erarbeiteten Wertecodex unterstreichen wir unser Bekenntnis zu einer wertorientierten Unternehmensführung. Er gibt den ethischen Rahmen für unser tägliches Handeln vor.

SCHWERPUNKTTHEMA 1: ENERGIE UND EMISSIONEN

Zielsetzung

Unsere Ziele für das Jahr 2016 waren:

- Senkung des Stromverbrauchs um - 3 %
- Senkung des Heizölverbrauchs um - 5 %
- Senkung des Druckpapierverbrauchs um - 5 %
- Senkung des Wasserverbrauchs um - 5 %
- Energieeinsparung von 5 Mio. kWh bei unseren Kunden durch die Umsetzung von Druckluft-Energieeffizienzmaßnahmen

Ergriffene Maßnahmen

- Mitarbeitersensibilisierung durch regelmäßige Energie-/Umwelttipps im Intranet
- Kundensensibilisierung durch Vorträge/Schulungen/Blog
- „Energiesparbuch“ für Kunden als Hinweis auf aktuelle BAFA-Förderung
- Aktive Mitarbeit in regionalen und überregionalen Netzwerken

Ergebnisse und Entwicklungen

- Sehr hohes Umwelt- und Energiebewusstsein im ganzen Unternehmen
- Erfolgreicher Abschluss des Überwachungsaudits unseres Energiemanagementsystems nach DIN EN ISO 50001
- Erfolgreiches Überwachungsaudit unserer Energieeffizienz-Dienstleistung „MADER AirXpert“ nach den Vorgaben der DIN EN ISO 11011
- Weiterentwicklung der Leckage-App zur Nutzung für den Kunden

Indikatoren - Quantitative Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Senkung der Energieverbräuche

Ergebnis Strom: Es wurde eine Senkung des Stromverbrauchs von 2,9 % erreicht. Das gesetzte Ziel von -3% wurde somit knapp verfehlt.

SOLL Stromverbrauch 2016: 21,61 kWh/m²

IST Stromverbrauch 2016: 21,62 kWh/m²

Ergebnis Heizöl: Der Heizölverbrauch hat sich gegenüber dem Vorjahr um 4,85 % erhöht. Der Verbrauch ist stark witterungsabhängig. Da wir in unserem Firmengebäude eingemietet sind, können keine investiven Maßnahmen ergriffen werden. Das Ziel von -5% konnten wir somit ebenfalls nicht erreichen.

SOLL Heizölverbrauch 2016: 8,25 l/m²

IST Heizölverbrauch 2016: 9,16 l/m²

Indikator 2: Senkung der Ressourcenverbräuche

Ergebnis Druckpapier: Durch die Umsetzung verschiedener Maßnahmen konnten wir unseren Druckpapierverbrauch um fast 30 % senken. Das Ziel von 5 % haben wir damit erreicht.

Ergebnis Wasserverbrauch: Der Wasserverbrauch ist um mehr als 13 % zurückgegangen. Auch hier konnten wir unser Ziel von -5% erreichen.

Indikator 3: Einsparung beim Kunden

Ergebnis Kundeneinsparungen: Das Ziel wurde erfüllt. Wir haben im Jahr 2016 sehr viele Energieeffizienz-Projekte bei Kunden umgesetzt. Allein durch Maßnahmen im Bereich Leckagemanagement (Leckageortung,- beseitigung) konnten Einsparungen von über 3,2 Mio. kWh Strom erzielt werden.

SOLL 2016: 5 Mio. kWh

IST 2016: 6,4 Mio. kWh

Ausblick

Durch politische Vorgaben und entsprechende Anreizsysteme der Bundesregierung auf der einen Seite und stetig steigende Energiepreise auf der anderen Seite werden Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz und damit Reduktion der CO₂-Emissionen auch wirtschaftlich interessant. Einer der vielversprechendsten Ansatzpunkte in deutschen Industrieunternehmen zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes ist die Druckluftversorgung. Hier liegt das Einsparpotenzial bei bis zu 50 %. Deshalb halten wir an diesem Schwerpunkt auch für das Jahr 2017 fest. Wir möchten weiterhin sowohl unsere Mitarbeiter als auch Unternehmen für das Thema sensibilisieren und begeistern.

Zielsetzung für das Jahr 2017

- Senkung des Stromverbrauchs um -3%
- Senkung des Heizölverbrauchs um -5%
- Reduzierung des CO₂-Ausstoßes im Bereich Fuhrpark um -3%
- Energieeinsparung von 8 Mio. kWh bei unseren Kunden durch die Umsetzung von Druckluft-Energieeffizienzmaßnahmen

Geplante Maßnahmen und Aktivitäten für das Jahr 2017

- Weiterentwicklung der Leckage-App mit Anbindung an unseren Bluetooth-Sensor
- Vorträge und Effizienzseminare zur Sensibilisierung unserer Anspruchsgruppen
- Fortführung unseres Energie- und Umwelttipps
- Sensibilisierung neuer Mitarbeiter im Rahmen der Einarbeitung

SCHWERPUNKTTHEMA 2: UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Zielsetzung

Unsere Ziele für das Jahr 2016 waren:

- Nachhaltige Umsatzsteigerung
- Qualifikationssicherung
- Einstellung von 3 Auszubildenden in den Bereichen Lagerlogistik und Groß- und Außenhandel
- Teilnahme an den Fachmessen Maintain und Maintenance
- Bessere Marktdurchdringung

Ergriffene Maßnahmen

Durch eine jährliche Strategieüberprüfung, in die der gesamte Führungskreis involviert ist, stellen wir sicher, dass die festgelegte Strategie bewertet und wenn möglich angepasst werden kann. Die Einführung eines Risikomanagements im Jahr 2016 trägt zusätzlich dazu bei, mögliche Risiken frühzeitig zu erkennen und Maßnahmen einzuleiten. Wir untersuchen jedes identifizierte Risiko auch auf mögliche daraus resultierende Chancen.

Durch die Teilnahme an Unternehmenswettbewerben wie dem CSR-Preis der Bundesregierung oder dem deutschen Nachhaltigkeitspreis streben wir in erster Linie den Vergleich unserer Nachhaltigkeits- und Innovationsunternehmungen mit anderen Unternehmen an, um so die daraus resultierenden Ergebnissgewinne für weitere Anstrengungen in diesen Bereich zu nutzen.

Ergebnisse und Entwicklungen

• Einführung einer Qualifikationsmatrix:

Um unseren Qualifikationsbedarf zu ermitteln und die jeweiligen Schulungen und Weiterbildungsmaßnahmen planen zu können haben wir eine Qualifikationsmatrix entwickelt. Sie beinhaltet die aus der Tätigkeit abgeleiteten, benötigten Qualifikationsansprüche sowie den aktuellen Qualifikationsstand des Mitarbeiters. Hieraus werden halbjährlich Abgleiche vorgenommen und anschließend Maßnahmen zur Beseitigung der Defizite festgelegt.

• Unternehmenszukauf Eichenau:

Am 01. April 2016 haben wir den Drucklufttechnik-Händler Airtechnic in Eichenau bei München übernommen. Das Kleinunternehmen mit vier Mitarbeitern ist seit mehr als 30 Jahren erfolgreich im westbayrischen Raum aktiv. Mit dem Verkauf des Unternehmens verabschiedete sich der vorherige Eigentümer Stefan Schreiber vom aktiven Arbeitsleben. Das vierköpfige Airtechnic-Team haben wir übernommen. Auch der Standort in Eichenau bleibt erhalten. Von der regionalen Erweiterung versprechen wir uns eine bessere Marktdurchdringung in der westbayrischen Region und eine noch größere Flexibilität zum Vorteil der Mader-Kunden.

Indikatoren - Quantitative Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Nachhaltige Umsatzsteigerung

Ergebnis: Umsatzsteigerung um 12 % im Vergleich zum Basisjahr 2015

Vor allem in den Bereichen Energieeffizienzmanagement und Drucklufttechnik konnten wir eine deutliche Umsatzsteigerung verzeichnen.

Indikator 2: Einstellung 3 neue Auszubildende

Ergebnis: Wir konnten in 2016 insgesamt 5 neue Auszubildende gewinnen

- 2 Auszubildende im Bereich Fachlagerist
- 2 Auszubildende im Bereich Groß- und Außenhandel
- 1 Auszubildender als Fachkraft für Metalltechnik

Indikator 3: Teilnahme an 2 Messen

Ergebnis: In 2016 haben wir auf 2 Fachmessen ausgestellt. Wir konnten unser gesetztes Ziel somit erreichen.

Ausblick**Zielsetzung für das Jahr 2017**

- Nachhaltige Umsatzsteigerung
- Teilnahme an 3 Messen
- Digitalisierung weiterentwickeln
- Einstellung 3 neuer Auszubildender
- Jährliche Strategieüberprüfung
- Umzug in neues energieeffizientes Gebäude

Innovative Produkte und Dienstleistungen sind Voraussetzung, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein. Die digitale Revolution, die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft, winkt mit neuen Herausforderungen und bietet gleichzeitig derzeit noch nicht vollständig greifbare Chancen. Die Digitalisierung der Industrie birgt auch Chancen für den Bereich Druckluft.

Daher legen wir unseren Fokus im Jahr 2017 auf den Leitsatz 8 „Nachhaltige Innovationen“.

WARUM DIESER SCHWERPUNKT BESONDERS WICHTIG WIRD

Um uns auf die Weiterentwicklung im Bereich Energieeffizienz und Digitalisierung zu fokussieren, wurden zwei neue Abteilungen gegründet. Für unsere energieeffizienten Dienstleistungen gibt es seit Oktober 2015 die Abteilung Energieeffizienzmanagement. Im April 2016 wurde die Stelle Innovationsmanagement geschaffen, um unsere Aktivitäten im Bereich der Digitalisierung der gesamten Druckluftkette konsequent vorantreiben zu können. Sie ist als Stabstelle direkt bei der Geschäftsleitung angesiedelt. Innovationsprojekte im Rahmen der Digitalisierung werden in Scrum-Terminen organisiert.

NEUES SCHWERPUNKTTHEMA FÜR 2017: NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Zielsetzung

Unser Ziel ist es, den Druckluftprozess zu digitalisieren und damit transparent zu machen.

Ergriffenen Maßnahmen

- Regelmäßige „Scrum“-Termine für Innovationsprojekte
- Im Jahr 2016 haben wir die Leakage-App, welche wir für die Dokumentation und Analyse der Leakageortungen bei unseren Kunden verwenden, weiterentwickelt. Wir haben damit die Möglichkeit geschaffen, dass der Kunde selbst über ein Online-Leakage-Portal ein effizientes Leckagemanagement durchführen und über die Leakage-App die Beseitigung der Leckagen optimieren kann.
- Das im Jahr 2015 vom TÜV Süd nach DIN EN ISO 11011 zertifizierte Druckluftaudit, konnten wir im Jahr 2016 gemeinsam mit mehreren Kunden durchführen.
- Um unsere Bemühungen in den Bereichen Weiterentwicklung und Digitalisierung der gesamten Druckluftkette konsequent voran treiben zu können, haben wir im April 2016 die Stelle Innovationsmanagement geschaffen. Sie ist als Stabstelle direkt bei der Geschäftsleitung angesiedelt.

Ergebnisse und Entwicklungen

- Weiterentwickelte Leakage-App
- Digitalisierung Service
- Neue Produkte (Ventilprogramm, kabelloser Drucksensor)

Indikatoren - Quantitative Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Einsparung Kunden

Ergebnis: Durch die Umsetzung verschiedener Energieeffizienzdienstleistungen wie der Leakageortung und -beseitigung oder des Druckluftaudits nach DIN EN ISO 11011, welche wir in unserem Dienstleistungspaket „MADER AirXpert“ zusammengefasst haben, konnten unsere Kunden mehr als 6,4 Mio. kWh Energie einsparen.

Ausblick

Zielsetzung für das Jahr 2017

- Energieeinsparung von 8 Mio. kWh bei unseren Kunden durch die Umsetzung von Druckluft-Energieeffizienzmaßnahmen
- Digitalisierung des Druckluftprozesses

Geplante Maßnahmen und Aktivitäten für das Jahr 2017

- Weiterentwicklung unserer App und Einbindung neuer Sensorik zur Erweiterung der Funktionen
- Aufdecken von Möglichkeiten zur digitalen Gestaltung verschiedener Teilbereiche des Druckluftprozesses

WEITERE AKTIVITÄTEN

MENSCHENRECHTE, SOZIAL- & ARBEITNEHMERBELANGE

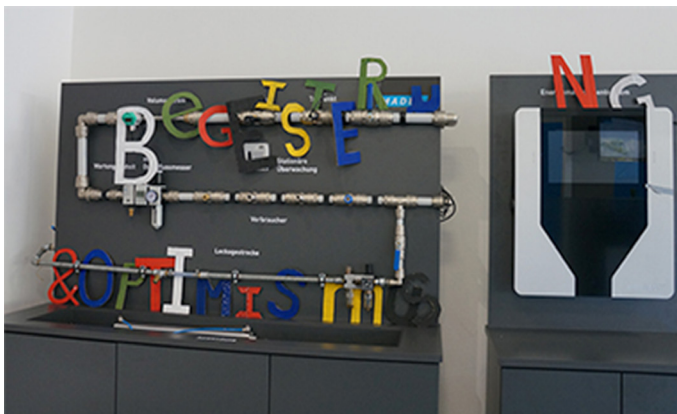
Unsere Unternehmenswerte geben unserem Handeln eine Richtung vor – sowohl unseren Mitarbeitern, wie auch der Gesellschaft gegenüber. Zu unserer Verantwortung den Mitarbeitern gegenüber gehören unter anderem die Sicherung von Arbeitsplätzen, Mitarbeiterförderung, Gesundheitsmanagement und Chancengleichheit. Unser gesellschaftliches Engagement umfasst die Unterstützung gemeinnütziger Einrichtungen sowie Partnerschaften mit ortsansässigen Schulen.

Leitsatz 1 Menschen und Arbeitnehmerrechte

Nachhaltiges Handeln auf Basis von gemeinsamen Werten, sowie die gegenseitige Wertschätzung in unserer vielfältigen Belegschaft ist ein wichtiger Grundstein zur erfolgreichen Zusammenarbeit.

Maßnahmen/ Aktivitäten:

- Regelmäßige Mitarbeitergespräche
- Monatliche Informationsveranstaltung
- „Werte“-Aktion zum 10. Jubiläum unseres WerteCodex



Ergebnisse und Entwicklungen:

Einhaltung des WerteCodex durch alle Mitarbeiter und erneute Sensibilisierung durch Werteaktion.

Ausblick:

Unser Ziel ist es, einen Raum zu schaffen, der frei von Vorurteilen ist. Respekt und Akzeptanz sind dabei der Grundstein für ein gutes Arbeitsklima. Den ethischen Rahmen für unser tägliches Handeln gibt unser WerteCodex vor. Er bildet die Basis für unsere Unternehmenskultur.

Leitsatz 2 Mitarbeiterwohlbefinden

Zufriedene und motivierte Mitarbeiter sind ein zentraler Faktor für den Erfolg des Unternehmens.

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Durchführung jährlicher Gesundheitstag
- Regelmäßiger Gesundheitstipp im Intranet
- Kooperation mit ortsansässigem Fitnessstudio

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Krankheitsquote: 4,78 %
- Arbeitsunfälle: 1
- Schulungseinheiten pro Mitarbeiter: 15,5 Unterrichtseinheiten

Ausblick:

- Durchführung eines Gesundheitstags und regelmäßiger Gesundheitstipps im Intranet
- Teilnahme an Firmenläufen
- Individuelle Weiterbildungen
- Krankenrückkehrgespräche: Da unsere Krankheitsquote gegenüber dem Vorjahr (4,11 %) leicht angestiegen und über der durchschnittlichen Krankheitsquote in Baden-Württemberg liegt, haben wir uns dazu entschieden, Krankenrückkehrgespräche einzuführen. Hierbei sollen die Gesundheitsprobleme analysiert, die Ursachen erforscht und wenn nötig Präventivmaßnahmen festgelegt werden.
- „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“: Mit unserem neuen Programm „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ möchten wir das erfolgreiche Engagement unserer Mitarbeiter bei der Gewinnung neuer Kollegen honorieren. Mitarbeiter erhalten eine Prämie, wenn es durch die Empfehlung zu einer erfolgreichen Einstellung kommt.

Leitsatz 3
Anspruchsgruppen

Der offene Austausch mit den unterschiedlichen Anspruchsgruppen bildet die Grundlage für gegenseitiges Verständnis und trägt dazu bei, Interessen zu identifizieren und Weiterentwicklungsmöglichkeiten zu erkennen.

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Teilnahme Messe Maintenance in Stuttgart
- Teilnahme Messe Maintain in München
- Mitarbeit in regionalen und überregionalen Netzwerken (Klimaschutz-Unternehmen, IWV, Energieausschuss IHK)
- Teilnahme an der Woche der Umwelt in Berlin



Ergebnisse und Entwicklungen:

- Enger Austausch mit allen Anspruchsgruppen
- Gewinnung neuer Kundenkontakte durch Messen



Ausblick:

- Ausbau Social Media Arbeit
- Erstellung 2. Nachhaltigkeitsbericht
- Durchführung von Druckluffeffizienz-Seminare
- Teilnahme an Messen

UMWELTBELANGE

In unserem Unternehmen ist Umweltschutz ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenspolitik. Es ist uns bewusst, dass unsere Tätigkeiten die Umwelt beeinträchtigen. Daher ist es unsere Pflicht, die Beeinträchtigung auf die Umwelt im Rahmen unserer wirtschaftlichen und technischen Möglichkeiten und mittels durchdachten Abläufen auf das mögliche Minimum zu reduzieren.

Leitsatz 4 Ressourcen

Wir sehen es als unsere Pflicht, unsere Ressourcen wirtschaftlich, technisch und unter der geringst möglichen Belastung der Umwelt, in einem bestmöglichen Verhältnis einzusetzen.

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Einführung Sharepoint zur digitalen Ablage
- Digitaler Rechnungsversand

Ergebnisse und Entwicklungen:

Der Druckpapierverbrauch auf Mitarbeitererebene konnte um über 30 % reduziert werden. 70 % aller Ausgangsrechnungen werden mittlerweile digital versendet.

Ausblick:

- Durch die Einführung des Sharepoints und die Optimierung unserer Prozesse erwarten wir eine weitere Senkung des Druckpapierverbrauchs von mindestens 10 %.
- Einbeziehung ökologischer Aspekte bei der Beschaffung von Büromaterial
- Klimaneutraler Druck von Werbematerialien

Leitsatz 6
Produktverantwortung

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Konzeptionierung und Realisierung ganzheitlicher Energieeffizienzprojekte
- Re-Zertifizierung und Überwachungsaudits unserer Managementsysteme
- Optimierung des Reklamationsprozesses

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Reklamationsquote 0,5 %
- Re-Zertifizierung unseres Qualitätsmanagementsystems nach der neuen ISO-Norm Revision 9001:2015
- Erfolgreiches Überwachungsaudit unseres Druckluftaudits nach DIN EN ISO 11011
- Überarbeitung unseres Ventilprogramm

Ausblick:

- Beibehaltung des hohen Qualitätsstandards
- Reklamationsquote <3 %
- Erfolgreiche Überwachung unserer Managementsysteme
- Optimierung des Materialwirtschaftsprozesses über das ERP-System

NACHHALTIGE UND FAIRE FINANZEN, ANTI-KORRUPTION

Unser Ziel ist ein langfristiges und angemessenes Wachstum. Dieses Ziel kann nur durch nachhaltiges Wirtschaften erreicht werden. Das heißt für uns, eine umfassende Betrachtung aller Faktoren ist hier unabdingbar.

Leitsatz 9
Finanzentscheidungen

Eine nachhaltige finanzielle Basis erreichen wir durch transparente Finanzentscheidungen die unter Beachtung ökologischer, sozialer als auch ökonomischer Aspekte getroffen werden.

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Im Rahmen der Revision der Qualitätsmanagementnorm DIN EN ISO 9001:2015 haben wir ein systematisches Risikomanagement eingeführt. Mögliche Risiken werden identifiziert und nach Ihrem Ursprung geclustert, hierbei unterscheiden wir zwischen strategischen, operativen, finanziellen, regulatorischen, personellen und politischen Risiken.
- Sicherstellung unserer Liquidität: Einholen von Bonitätsauskünften unserer Kunden, verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten vorallem im Projektgeschäft mit unseren Kunden

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Aufgrund der gut durchdachten Finanzentscheidungen verzeichneten wir auch 2016 ein nachhaltiges Unternehmenswachstum
- Liquidität sichergestellt

Ausblick:

- Bonitätsprüfung bei Kunden
- Finanzentscheidungen in Gesellschaftersitzung
- Kostendisziplin durch Investitionsentscheidungen im Führungskreis
- Jährliches Strategiemeeting

Leitsatz 10 Anti-Korruption

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Einhaltung der Normen DIN EN ISO 9001, 14001, 50001 und BS OHSAS 18001
- Beachtung gesetzlicher Vorschriften
- Anfang 2016 haben wir unseren ersten WIN-Charta Bericht veröffentlicht und zum Thema Anti-Korruptionsmaßnahmen berichtet

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zertifizierung nach neuer Revision DIN EN ISO 9001:2015
- Alle gesetzlichen Vorschriften wurden eingehalten

Ausblick:

- Veröffentlichung des zweiten Mader Nachhaltigkeitsberichts
- Veröffentlichung des neuen WIN!-Charta Berichts
- Unterzeichnung und Bekennung zum UN Global Compact

REGIONALER MEHRWERT

Durch die Umsetzung verschiedener Projekte und die Inanspruchnahme regionaler Lieferanten und Dienstleister sind wir bestrebt, unseren Teil zur regionalen Förderung beizutragen.

Leitsatz 11
Regionaler Mehrwert

Wann immer es uns möglich ist, generieren wir in unseren Prozessen einen Mehrwert für unsere Region.

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Projekt mit Bildungspartnerschaft
- Mitgliedschaft IWW
- Entscheidung für den Standort Leinfelden-Echterdingen bei Auswahl des neuen Firmensitzes

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Umsetzung Umwelt- und Energieprojekt mit unserem Bildungspartner der Ludwig-Uhland-Schule
- Standortwahrung

Ausblick:

- Weiterführung Bildungspartnerschaften

Leitsatz 12
Anreize zum Umdenken

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Schulungen, Workshops, Umwelt- und Gesundheitstipp im Intranet
- Veröffentlichung von Blog-Beiträgen
- Beiträge in Fachzeitschriften
- Verschiedenste Vorträge (z.B. WIN-Charta)
- Mader Energie-Ermittler
- Bewerbung um Ausstellungsplatz bei „Woche der Umwelt“ in Berlin
- Ausstellung auf „Ressourceneffizienz- & Kreislaufwirtschaftskongress Karlsruhe“
- Teilnahme an Unternehmenswettbewerben
- Durchführung verschiedener Social-Media Aktivitäten

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Stromverbrauch reduziert
- Ausstellung bei der „Woche der Umwelt“ in Berlin
- Ausbau unserer Social-Media Aktivitäten
- Dialog mit Peter Altmaier

Ausblick

- Veröffentlichung des zweiten Mader Nachhaltigkeitsberichts
- Sensibilisierung unserer Mitarbeiter, Kunden und der anderen interessierten Anspruchsgruppen

UNSER WIN!-PROJEKT

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

Baby-Notarztwagen

Jährlich werden in Deutschland ungefähr 640 Frühgeborene transportiert, die meisten von Ihnen in regulären Rettungswagen — ohne spezielle Federung, oft auch längs zur Fahrtrichtung.

In einem eigens für Neugeborene entwickelten Baby-Notarztwagen-System „Felix“ können Neugeborene problemlos transportiert werden. Dieses Projekt wurde von der Björn Steiger Stiftung ins Leben gerufen. Sie ist eine gemeinnützige Organisation, welche sich seit 1969 der Verbesserung der Notfallhilfe annimmt.

Aufgrund der Regionalität und der dringend benötigten Unterstützung möchten wir eine Patenschaft für den Baby-Notarztwagen übernehmen.



© Björn Steiger Stiftung

WEITERFÜHRUNG DER BISHERIGEN WIN!-PROJEKTE

Bildungspartnerschaften

Die Bildungspartnerschaft mit zwei ortsansässigen Schulen in Leinfelden-Echterdingen möchten wir auch in Zukunft fortführen.

Karl-Schubert Werkstätten

In der sozialtherapeutischen Werkgemeinschaft, den Karl-Schubert Werkstätten in Filderstadt, übernehmen wir seit dem Jahr 2009 kostenlos die Wartung der Druckluftstation. In dieser Einrichtung wird für erwachsene Menschen mit Behinderung eine den Fähigkeiten entsprechende Arbeit angeboten. Auch dieses Projekt werden wir weiterführen.

Kontaktinformationen

Bericht herausgegeben am **09.05.2017** von

Mader GmbH & Co. KG
Daimlerstr. 6
70771 Leinfelden-Echterdingen
Internet: www.mader.eu

Ansprechpartner:

Frau Stefanie Kästle
Leiterin Energieeffizienzmanagement

Telefon: 0711-7972-111
E-Mail: Stefanie.Kaestle@mader.eu

Frau Marina Griesinger
Energieeffizienzmanagement

Telefon: 0711-7972-117
E-Mail: Marina.Griesinger@mader.eu

* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.