



WIN-Charta

Nachhaltigkeitsbericht

01.02.2015 – 01.02.2016

Mader GmbH & Co. KG

Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)

Baden-Württemberg

MADER

Inhalt

1.	WIN-Charta Checkliste	3
2.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	Schwerpunktthema 1: Energie und Emissionen	5
	Schwerpunktthema 2: Anreize zum Umdenken	6
3.	Weitere Aktivitäten	7
4.	Unser WIN!-Projekt	10
5.	Ausblick & Zielaktualisierung	11

1. WIN-Charta Checkliste

Nachhaltigkeitsanstrengungen im Unternehmen im Berichtszeitraum

	Schwerpunktsetzung	Maßnahmen ergriffen	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1		X	X	X
Leitsatz 2		X	X	
Leitsatz 3		X	X	
Leitsatz 4		X	X	X
Leitsatz 5		X	X	
Leitsatz 6		X	X	X
Leitsatz 7	X	X	X	X
Leitsatz 8		X	X	
Leitsatz 9		X	X	
Leitsatz 10		X	X	
Leitsatz 11	X	X	X	X
Leitsatz 12		X	X	X

Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort

Unterstütztes WIN!-Projekt: Bildungspartnerschaft mit zwei ortsansässigen Schulen, Leinfelden-Echterdingen

Schwerpunktbereich der Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg:

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

Art der Förderung:

- Finanziell
- Materiell
- Personell

Umfang der Förderung: 5.000 – 8.000 EUR (Zeitaufwand und Spenden)

Projektpate: Fr. Röder, Fr. Weinmann - Ludwig-Uhland-Schule

2. Unsere Schwerpunktthemen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- Leitsatz 7: Energie und Emissionen
- Leitsatz 11: Anreize zum Umdenken

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Leitsatz 7: Energie und Emissionen

Nachhaltigkeit ist uns sehr wichtig und daher wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenspolitik. Wir sehen die drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales als Einheit. Durch nachhaltige Maßnahmen möchten wir unsere Kunden in den Themen Umweltschutz und Energieeffizienz unterstützen. Wir entwickeln individuell auf den Kunden zugeschnittene Gesamtkonzepte im Bereich Druckluftversorgung und beziehen dabei alle Aspekte der Nachhaltigkeit gleichbedeutend in unsere Betrachtung mit ein.

Unsere übergreifende Sichtweise von der Erzeugung über die Nutzung bis zum Verbraucher ermöglicht es über die gesamte Druckluftkette hinweg Problemstellen zu identifizieren, Wechselwirkungen zwischen einzelnen Teilprozessen zu berücksichtigen und in sich stimmige energieeffiziente Druckluftkonzepte zu entwickeln und umzusetzen. Investitionen in Energieeffizienz lohnen sich allerdings nur, wenn sie mit einer akzeptablen Amortisationsdauer verbunden sind. Deshalb ist es auch hier wichtig, die ökonomische Komponente zu betrachten.

Wir unterstützen nicht nur unsere Kunden in den Bereichen Energieeffizienz und Umwelt, sondern leben dies in unserem eigenen Unternehmen vor.

Wir sehen es als unsere Pflicht, die Beeinträchtigung auf die Umwelt im Rahmen der uns zur Verfügung stehenden Möglichkeiten auf das Minimum zu reduzieren. Die Steigerung der Energieeffizienz reduziert dabei den Energieverbrauch. Dies führt gleichzeitig zu einer gesteigerten Wettbewerbsfähigkeit.

Unsere festgelegten Umwelt-, Energieziele und -programme werden von uns regelmäßig anhand von messbaren Daten überprüft.

Leitsatz 11: Anreize zum Umdenken

Wir sind der Meinung, dass nur ein systematischer Stakeholder-Dialog gegenseitiges Vertrauen aufbauen kann und zu einem erhöhten Verständnis führt.

Um die Interessen aller Stakeholder zu erkennen, ist ein ständiger Austausch mit diesen notwendig. So können wir auch einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess herbeiführen. Um eine nachhaltige Kommunikation sicherzustellen, haben wir die Stakeholder identifiziert, welche Teil unserer Wertschöpfungskette sind. Dazu gehören unsere Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, die Gesellschaft so wie unsere Partner.

Alle Mitarbeiter sind in unsere Managementsysteme eingebunden. Es gibt ein umfangreiches Weiterbildungskonzept, welches Schulungen im Bereich Energieeffizienz und Klimaschutz beinhaltet. Durch Information und Schulung fördern wir ein umweltbewusstes Verhalten unserer Mitarbeiter, innerhalb und außerhalb des Betriebes.

Durch die Berichterstattung auf unserer Homepage, in unserem Kundenmagazin, auf unserem Energieeffizienzblog und durch Beiträge in Fachzeitschriften sowie allem voran durch persönliche Gespräche, möchten wir auch bei externen Anspruchsgruppen, Anreize zum Umdenken setzen.

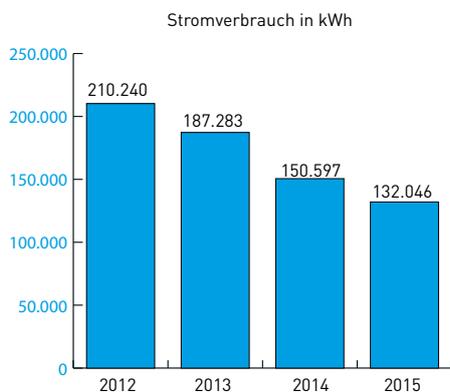
2.1 Schwerpunktthema 1: Energie und Emissionen

Zielsetzung

Wir erfassen und analysieren regelmäßig unseren Strom-, Heizöl-, Wasser sowie Kraftstoffverbrauch. Unsere Umweltziele werden jährlich festgelegt und sind allen Mitarbeitern bekannt. In unserem jährlich festgelegten Umweltprogramm sind Maßnahmen aufgeführt, wie wir die gesetzten Ziele erreichen möchten.

Unsere Ziele für das Jahr 2015 waren:

- Reduzierung Strom- und Heizölverbrauch um jeweils 5 %
- Umsetzung von Kundenprojekten im Bereich energieeffiziente Druckluft und damit verbunden eine Einsparung von insgesamt mind. 1 Mio. kWh
- Berücksichtigung des CO₂-Ausstoßes bei der Neuanschaffung von Fahrzeugen



Ergriffenen Maßnahmen

- Kontinuierliche Verbesserung unserer Managementsysteme
- Aktive Mitarbeit in Netzwerken (z.B. Klimaschutzunternehmen, Energieausschuss IHK Stuttgart)
- Sensibilisierung unserer Mitarbeiter und Kunden durch Kommunikation und Schulung
- Einsatz unserer Auszubildenden als „Energie-Ermittler“ um die Mitarbeiter auf Strom- und Heizölsenkungspotenziale hinzuweisen
- Regelmäßige Veröffentlichung eines Energiespartipps im Intranet

Qualitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

- Wir erfassen den aktuellen Stand des Strom- und Heizölverbrauches monatlich und berichten darüber im Intranet
- Hohes Umwelt- und Energiebewusstsein im gesamten Unternehmen

Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Indikator 1: Senkung der Energieverbräuche

Ergebnis: Es wurde eine Senkung des Stromverbrauchs von 12,32 % erreicht
Der Heizölverbrauch hat sich um 24,85 % erhöht, womit das Ziel nicht erreicht werden konnte

Indikator 2: Wir senken bei unseren Kunden sowohl den Stromverbrauch wie auch die CO₂-Emissionen:

Ergebnis: Unsere Kunden konnten insgesamt mehr als 4 Mio. kWh durch die umgesetzten Energieeffizienzmaßnahmen einsparen

Indikator 3: Berücksichtigung des CO₂ Ausstoßes bei Anschaffung KfZ

Ergebnis: Im Jahr 2015 wurden 2 Fahrzeuge gekauft und 4 geleast – Alle erfüllen die Euronorm 6

2.2 Schwerpunktthema 2: Anreize zum Umdenken

Zielsetzung

- Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeitersensibilisierung

Ergriffenen Maßnahmen

- Regelmäßige Schulungen, Workshops und Umwelttipps im Intranet
- Veröffentlichung von Blog-Beiträgen im Energieeffizienzblog
- Erstellung des ersten Mader Nachhaltigkeitsberichtes
- Anschaffung eines Elektrofahrzeuges und Teilnahme am Projekt Get eReady
- Beiträge in Fachzeitschriften zum Thema energieeffiziente Druckluft
- Kostenloser [Energieeffizienzcheck](#) zum Aufzeigen des Einsparpotenzials im Bereich Druckluft

Qualitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Auf unserem [Energieeffizienzblog](#) haben wir im Berichtszeitraum neun Einträge veröffentlicht. Diese umfassten unter anderem die Themen: „Energieaudit-Pflicht für große Unternehmen – Das sollten Sie zum ersten Energieaudit nach DIN EN 16247-1 wissen“ oder „Small data reicht erst mal! Erste Schritte zur Energieeffizienz.“

Unsere Auszubildenden veröffentlichten zusätzlich regelmäßig einen Umwelttipp im Intranet.

Im Jahr 2015 veröffentlichten wir darüber hinaus unseren ersten Mader-Nachhaltigkeitsbericht.



Quantitative Dokumentation der Ergebnisse und Entwicklungen

Für das Schwerpunktthema „Anreize zum Umdenken“ haben wir keine quantitativen Ziele festgelegt, da wir keine Indikatoren identifizieren konnten, welche messbare Ergebnisse hervorgebracht hätten.

Die Ergebnisse der Maßnahmen haben sich allerdings sekundär auf unsere Energieverbräuche ausgewirkt. Durch die Sensibilisierung der Mitarbeiter konnten sowohl der Strom- wie auch der Papierverbrauch im Jahr 2015 gesenket werden (siehe quantitative Dokumentation Schwerpunktthema 1).

3. Weitere Aktivitäten

Leitsatz 1: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Maßnahmen/ Aktivitäten:

- Mitarbeitereinbindung, Eigenverantwortung der Mitarbeiter stärken
- Jährliche Strategieüberprüfung (nachhaltiger Unternehmenserfolg)
- Teilnahme an verschiedenen Unternehmenswettbewerben

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Platzierung Top 3 Nachhaltigkeitspreis 2015
- Deutliche Umsatzsteigerung im Bereich Energieeffizienz
- Ausbildungsquote von 8%
- Internationalisierung Online-Shop

Leitsatz 2: Menschen und Arbeitnehmerrechte

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Einhaltung unseres Werte Codex
- Regelmäßige Mitarbeitergespräche durch die Führungskräfte mit den jeweiligen Mitarbeitern

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Projektarbeit über Bewusstsein der Werte bei den Mitarbeitern: Die Befragung ergab, dass die Werte von den Mitarbeitern mitgetragen und in den Arbeitsalltag integriert sind
- Es konnte kein Fall von Diskriminierung am Arbeitsplatz identifiziert werden

Leitsatz 3: Nachhaltige Innovation

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Zur Erreichung der von uns gesetzten Einsparziele bei unseren Kunden haben wir ein neues, innovatives [Konzept für energieeffiziente Druckluft \(AirXpert\)](#) entwickelt
- Wir analysieren kontinuierlich alle unsere Produkte, Dienstleistungen & Prozesse auf Nachhaltigkeit

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Um das von uns entwickelte Dienstleistungspaket umzusetzen, haben wir im Jahr 2015 die neue Abteilung „Energieeffizienzmanagement“ eingeführt
- Entwicklung der „Leckage-App“ - Bereits während der Leckageortung können die Ergebnisse bzw. das Einsparpotenzial in Echtzeit identifiziert werden. Für die Leckage-App gewannen wir [2015 den App-Award der Automatisierungstechnik](#) im Bereich der Kategorie „Produktion“
- Im Juli 2015 bestätigte uns der TÜV Süd, dass unser Druckluftaudit im Rahmen unseres Dienstleistungspakets „MADER AirXpert“ nach [DIN EN ISO 11011](#) nach normgerechter, weltweit standardisierter, transparenter Methodik durchgeführt wird.

Leitsatz 4: Finanzentscheidungen

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Investitionsentscheidungsprozess im Führungskreis – Alle Entscheidungen werden anhand von wirtschaftlichen, ökologischen und ökonomischen Kriterien getroffen
- Jährliche Strategieüberprüfung & -bewertung
- Sicherstellung der Liquidität: Einholen von Bonitätsauskünften, Abschlagszahlungen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Nachhaltiges Unternehmenswachstum
- Kostendisziplin: Alle Investitionsentscheidungen werden im Führungskreis getroffen

Leitsatz 5: Anti-Korruption

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Einhaltung von Gesetzen und Normen und Auditierung nach den internationalen Normen 9001, 14001, 50001 und BS OHSAS 18001
- Nachhaltigkeitsberichterstattung

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Alle Zertifikate konnten im Jahr 2015 verlängert werden
- Im Jahr 2015 konnten wir keine Gesetzesverstöße und Korruptionsfälle feststellen
- Schaffung von Transparenz bei allen Anspruchsgruppen

Leitsatz 6: Ressourcen

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Auszubildende werden als Energieermittler im Unternehmen eingesetzt und veröffentlichen zusätzlich regelmäßig einen Umweltsipp im Intranet
- Ausdrucke erfolgen auf Recycling-Druckpapier
- Präsentationsmappen und Werbeflyer lassen wir, soweit es möglich ist, klimaneutral drucken
- Wir beziehen unser Büromaterial bei einem Lieferanten welcher ein Sortiment von über 10.000 ausschließlich ökofairen Produkten führt

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unser Papierverbrauch konnte im Jahr 2015 um 13,58 % im Vergleich zu 2014 verringert werden

Leitsatz 8: Produktverantwortung

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Umfangreiches Qualitätsmanagement (kontinuierliche Verbesserung der Qualität, Überprüfung interner Prozesse im Rahmen von Audits, Durchführung von Lieferantenaudits)
- Konzeptionierung und Realisierung ganzheitlicher Energieeffizienzprozesse

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Alle Managementsystemzertifizierungen konnten im Jahr 2015 erfolgreich verlängert werden
- Aufnahme eines neuen Ventilprogramms ins Produktportfolio
- Mit der erfolgreichen TÜV-Zertifizierung nach [DIN EN ISO 11011](#) bescheinigt dieser eine methodisch korrekte Untersuchung und Bewertung der Energieeffizienz von Druckluftanlagen

Leitsatz 9: Regionaler Mehrwert

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Unterstützung regionaler Schwerbehinderteneinrichtungen und verschiedener regionaler Dienstleister
- Aktive Mitarbeit in regionalen Vereinigungen
- Vorträge zu verschiedenen Themen wie Drucklufttechnik, Energieeffizienz und Nachhaltigkeit

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mitglied der Industrie- und Wirtschaftsvereinigung Leinfelden-Echterdingen IWW e.V. und des Energieausschusses der IHK Stuttgart
- Fachvorträge an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen und im Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg

Leitsatz 10: Anspruchsgruppen

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Kontinuierlicher Dialog mit unseren Stakeholdern

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zur Bekanntmachung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten, veröffentlichten wir 2015 unseren ersten [Nachhaltigkeitsbericht](#)
- Durch den Besuch von Veranstaltungen und der Mitgliedschaft in unterschiedlichen Organisationen stehen wir in ständigem Dialog mit unseren Anspruchsgruppen
- Zwei Mal veranstalteten wir im Berichtszeitraum ein „Druckluft-Effizienzseminar“ in unserem Hause

Leitsatz 12: Mitarbeiterwohlbefinden

Maßnahmen / Aktivitäten:

- Angebot von individuellen Weiterbildungsangeboten für alle Mitarbeiter um eine persönliche wie auch fachliche Weiterentwicklung zu fördern
- Aufbau eines betrieblichen Gesundheitsmanagements

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Jahr 2015 wurden pro Mitarbeiter durchschnittlich 16 Schulungseinheiten durchgeführt
- Gesundheitswoche mit verschiedenen Veranstaltungen und Vorträgen zu Themen wie Stressbewältigung, gesunde Ernährung, Bewegung und ergonomischem Arbeiten.
- Darüber hinaus haben wir zum wiederholten Male an zwei Firmenläufen (J.P. Morgan in Frankfurt und B2Run in Stuttgart) teilgenommen.

4. Unser WIN!-Projekt

Dieses Projekt unterstützen wir

Durch das Eingehen von Bildungspartnerschaften mit der Ludwig-Uhland-Haupt- und Werkrealschule und dem Philipp-Matthäus-Hahn-Gymnasium in Leinfelden-Echterdingen wollen wir unserer sozialen Verantwortung gerecht werden.

Im Vordergrund stehen die Ziele, einen Beitrag zur Berufsorientierung zu leisten, die schulische Ausbildung qualitativ aufzuwerten und ein wechselseitiges Kennenlernen von Unternehmen und Schülern zu ermöglichen. In Betriebsbegehungen und Informationsveranstaltungen an der Schule ermöglichen wir den Schülern unser Unternehmen und die unterschiedlichen Ausbildungsberufe kennenzulernen. Unsere Auszubildenden teilen ihre Erfahrungen mit den Schülern, geben dem Unternehmen ein „Gesicht“ und unterstützen so bei der Berufsorientierung.

Art und Umfang der Unterstützung

1. Unternehmensbegehung und Informationsaustausch mit Azubis:

Schwerpunkt ist die Vorstellung der unterschiedlichen Berufsbilder mit den entsprechenden Aufgabenbereichen, sowie die fachlichen und persönlichen Voraussetzungen, die daran geknüpft sind.

2. Bewerbungsunterlagencheck:

Welche Fehler werden bei Bewerbungen am häufigsten gemacht? Was sollte man vermeiden, was berücksichtigen, damit die Bewerbung positiv bewertet wird? Diese Fragen stehen beim Bewerbungsunterlagencheck im Focus.

3. Durchführung von Einstellungstests:

Prüfer sind unsere kaufmännischen Auszubildenden. Abgefragt wird das Allgemeinwissen, logisches Denken, Rechtschreibung, Mathematik und Merk- und Orientierungsfähigkeit.

4. Talk-Show-Abende:

Ein Talk-Show-Abend mit dem Thema „Ausbildungsmöglichkeiten und Bewerbung“ fand bereits statt. Mit der Veranstaltung wurden speziell Schüler und Eltern mit Migrationshintergrund angesprochen. Wichtig ist, auch die Eltern der Schüler zu erreichen, da sie als Multiplikatoren bei der Berufswegeplanung wegweisend sind.

5. Praktikumstag:

Ziel des Praktikumstags ist, dass die Schüler sich die Aufgabeninhalte des Ausbildungsberufs näher anschauen können und später während eines Vorstellungsgesprächs von ihren Eindrücken und Erfahrungen erzählen können.

6. Unterrichtsstunden: Mitarbeiter halten einzelne Unterrichtsstunden zu Themen wie z.B. Marketing, Finanz- und Rechnungswesen etc., damit die Schüler sehen, wie das in der Theorie Erlernte in der Praxis umgesetzt wird.

Unterstützungsumfang (Know-How/Zeit und Spenden): 5.000-8.000 €

Projekt-Ergebnisse im Berichtszeitraum / Feedback lokaler Anspruchsgruppen

Durch die positive Berichterstattung in der Fachpresse und regionalen Medien sowie diverse Auszeichnungen, fühlen wir uns bestärkt darin unser Engagement weiter zu verfolgen. Regelmäßige Anfragen für Fachvorträge im Bereich CSR bescheinigen uns eine hohe Kompetenz. Von der Schulleitung, der betreuenden Lehrerin Fr. Weinmann und den beteiligten Schülern, bekamen wir durchweg positives Feedback. Die beteiligten Schüler hoben besonders den Erfahrungsaustausch mit Gleichaltrigen hervor.

5. Ausblick & Zielsetzung

Künftige Schwerpunkte

5.1 Schwerpunktthema 1: Unternehmenserfolg & Arbeitsplätze

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 einen positiven Einfluss auf die Ergebnisse des Unternehmens haben.

Geplante Aktivitäten:

Unser Ziele:

- Nachhaltige Umsatzsteigerung
- Aufbau einer Qualifikationsmatrix im Personalbereich
- Einstellung von 3 Auszubildenden in den Bereichen Lagerlogistik und Groß- und Außenhandel
- Teilnahme an den Fachmessen Maintain und Maintanance

5.2 Schwerpunktthema 2: Energie & Emissionen

Auch in Zukunft bleibt es für uns von großer Wichtigkeit unsere Verbräuche kontinuierlich weiter zu senken.

Weiterhin möchten wir unsere Kunden durch die Umsetzung von Energieeffizienzdienstleistungen unterstützen. Diesbezüglich behalten wir den Leitsatz als künftigen Schwerpunkt bei.

Geplante Aktivitäten:

- Sensibilisierung unserer Mitarbeiter im Bereich der Energieeffizienz
- Sensibilisierung unserer Kunden in Bezug auf energieeffiziente Druckluftversorgung
- Weiterentwicklung unseres Energie- und Umweltmanagementsystems
- Kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Leckage-App

Unsere Ziele:

- 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

Weitere Ziele für die kommende Berichtsperiode

Leitsatz 02 – Menschen und Arbeitnehmerrechte

Wir setzen uns aktiv für Vielfalt, Engagement und Chancengleichheit ein. Alle unsere Mitarbeiter haben ein unbefristetes Arbeitsverhältnis.

Ziel: Ein gutes Betriebsklima zu dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unterschiedlicher Staatsangehörigkeiten ihren persönlichen Beitrag leisten.

Leitsatz 03 – Nachhaltige Innovation

Unser Ziel ist es, den Druckluftprozess so energieeffizient wie möglich zu gestalten.

Daher entwickeln wir unser Dienstleistungspaket „[MADER AirXpert](#)“ und die darin enthaltenen Energieeffizienz-Dienstleistungen laufend weiter.

Die von uns entwickelte „Leckage-App“, welche seit dem Jahr 2015 von uns eingesetzt wird und für welche wir den App Award gewinnen konnten, wird anhand der ermittelten Kundenanforderungen erweitert. Ein weiteres Ziel ist die Digitalisierung unseres Services.



Leitsatz 04 – Finanzentscheidungen

Unser höchstes Ziel ist die Sicherstellung einer nachhaltigen finanziellen Basis.

Alle Investitionsentscheidungen werden ausführlich im Führungskreis diskutiert und von der Geschäftsleitung getroffen. Dabei fließen alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen – Ökonomie, Ökologie und Soziales – gleichwertig ein. Nur so können wir die Erwartungen aller Anspruchsgruppen erfüllen.

Mit der Durchführung einer regelmäßigen Risikoanalyse stellen wir sicher, dass wir mögliche Risiken im Voraus erkennen und beurteilen. So ist es uns möglich notwendige Vorbeugemaßnahmen treffen zu können.

Leitsatz 05 – Anti-Korruption

Durch die Einhaltung unseres Werte Codex sowie den aktuell geltenden Gesetzen und Normen beugen wir Korruption vor.

Ziel: Überprüfung im Rahmen von internen & externen Audits

Leitsatz 06 – Ressourcen

Der nachhaltige und bewusste Umgang mit Ressourcen ist uns sehr wichtig. Wir setzen ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien ein. Ziel ist die Reduzierung des Druckpapierverbrauchs um 5 % sowie der klimaneutrale Druck unserer Werbematerialien.

Leitsatz 08 – Produktverantwortung

Wichtig sind uns eine hohe Qualität sowie nachhaltige Produkte und Dienstleistungen. Dies erreichen wir mit unserem Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001 und unsere Zertifizierungen nach DIN EN ISO 14001 und 50001.

Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden umfassende Informationen zu den

Themen Energieeffizienz und Emissionsvermeidung im Bereich der energieeffizienten Drucklufttechnik.

Unser Ziel ist es, unsere diesjährige Rezertifizierung der Qualitätsmanagementnorm DIN EN ISO 9001 nach der neuen Revision 2015 durchzuführen.

Leitsatz 09 – Regionaler Mehrwert

Wir engagieren uns für unsere Region indem wir in unterschiedlichen Vereinigungen Mitglied sind. Die bereits seit Jahren bestehende Zusammenarbeit mit regionalen Schwerbehinderteneinrichtungen sowie die zu zwei ortsansässigen Schulen aufgebaute Bildungspartnerschaft soll fortgeführt werden.

Ziel: Bevorzugter Einsatz von Dienstleistern aus der Region, Unterstützung von regionalen Einrichtungen oder Projekten durch Spenden

Leitsatz 10 – Anspruchsgruppen

Als gesellschaftlich engagiertes Unternehmen wissen wir, dass sowohl im internen wie auch im externen Umgang mit unseren Anspruchsgruppen, nur ein systematischer Dialog gegenseitiges Vertrauen aufbauen kann. Nur ein kontinuierlicher und enger Austausch kann zur Erzeugung von Verständnis und Zustimmung führen. Hierzu setzen wir unterschiedliche Kommunikationsinstrumente wie unseren Nachhaltigkeitsbericht, Vorträge auf Veranstaltungen und Messen, unseren Nachhaltigkeitsbereich auf der [Website](#) und unseren [Blog](#) sowie Pressemitteilungen und Beiträge in Fachzeitschriften, ein.

Für unsere Mitarbeiter veranstalten wir einmal monatlich eine Informationsveranstaltung, um über aktuelle Neuigkeiten zu informieren. Des Weiteren finden abteilungsindividuelle Abstimmungen und Besprechungen statt.

Wir legen Wert auf die Einhaltung unseres Wertecodex im Umgang miteinander.

Wir begegnen all unseren Stakeholdern unvoreingenommen und mit Respekt und Wertschätzung.

Ziel: Fortführung des Nachhaltigkeitsberichtes, Einhaltung der WIN Charta, Einhaltung unseres Wertecodex

Leitsatz 11 – Anreize zum Umdenken

Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und beziehen sämtliche Anspruchsgruppen mit ein:

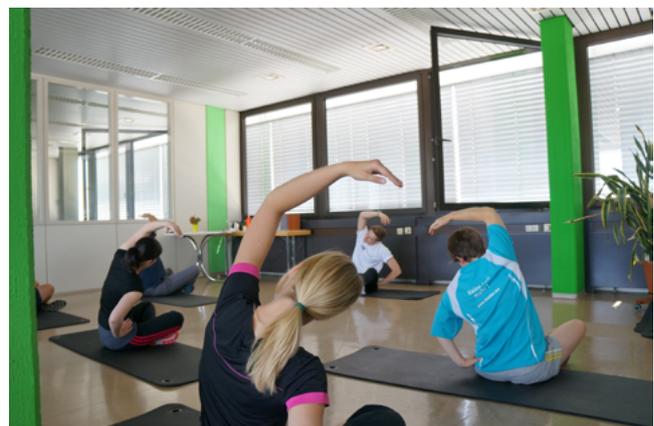
- Auszubildende werden als Energieermittler eingesetzt und veröffentlichen wöchentlich einen Umweltsipp im Intranet
- Informationskampagnen zur Sensibilisierung für das Thema energieeffiziente Drucklufttechnik
- Mitarbeitersensibilisierung für die Umwelt und den Energie- und Ressourcenverbrauch im Unternehmen aber auch Zuhause durch Workshops und Veranstaltungen
- Druckluft-Energieeffizienzseminare für unsere Kunden
- Teilnahme an der Woche der Umwelt in Berlin

Leitsatz 12 – Mitarbeiterwohlbefinden

Unsere Mitarbeiter entscheiden maßgeblich über den Erfolg des Unternehmens. Ziel ist das Zusammengehörigkeitsgefühl und den Teamgedanken zu stärken und die Motivation hoch zu halten.

Dies erreichen wir durch folgende Maßnahmen:

- Breites Weiterbildungsangebot
- Flexible Arbeitszeiten
- Mitarbeitergespräche mind. 2x jährlich
- Gesundheitstag
- Mitarbeitereinbindung
- Übertragung von Verantwortung



Künftiges WIN!-Projekt

Alle 16 Minuten erhält ein Patient allein in Deutschland die Diagnose Blutkrebs. Nur ein Drittel aller Blutkrebspatienten findet innerhalb der Familie einen passenden Spender. Deshalb ist eine Mehrzahl der Erkrankten auf die lebensnotwendige Spende eines nicht verwandten Spenders angewiesen.

In Zusammenarbeit mit der DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei möchten 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.

Im Rahmen einer Registrierungsaktion sollen die Mitarbeiter über das Thema informiert werden. Sie haben die Möglichkeit sich registrieren zu lassen. Die Kosten für die Typisierung übernimmt das Unternehmen.



Weiterführung des bisherigen WIN!-Projektes

Unser WIN!-Charta-Projekt: Bildungspartnerschaft mit zwei ortsansässigen Schulen in Leinfelden-Echterdingen, möchten wir auch im Jahr 2016 weiter fortführen und weiterentwickeln.

Im Vordergrund stehen wie bisher auch die Ziele, einen Beitrag zur Berufsorientierung zu leisten, die schulische Ausbildung qualitativ aufzuwerten und ein wechselseitiges Kennenlernen von Unternehmen und Schülern. Darüber hinaus möchten wir zusammen mit den ortsansässigen Schulen, ein Projekt im Bereich der Flüchtlingsarbeit durchführen. Neben der Chance zur Berufsorientierung möchten wir die soziale Verantwortung aller Beteiligten stärken.