



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2018/2019

SIO FARBEN GMBH



Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns	1
2.	Die WIN-Charta	2
3.	Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	3
4.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	Schwerpunktthema 1: Nachhaltige Investitionen	5
	Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung	7
	Schwerpunktthema 3: Anspruchsgruppen	8
5.	Weitere Aktivitäten	11
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	11
	Umweltbelange	12
	Ökonomischer Mehrwert	13
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	13
	Regionaler Mehrwert	14
6.	Unser WINI-Projekt	16
7.	Kontaktinformationen	18
	Ansprechpartner	18
	Impressum	18

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die **SIO Farben GmbH** in Viernheim entwickelt, produziert und vertreibt Mineralfarben, Fixative und Ergänzungsprodukte. Ein weiterer Bereich sind Farben für Holzschutz- und Holzveredelung. Für eine authentische Holzrestaurierung haben wir die Siolio Leinöl-Farbe entwickelt.

Als Hersteller von Farben und Ergänzungsprodukten zählen wir zur chemischen Industrie.

Bei unseren Produkten verzichten auf den Einsatz von Weichmachern, Bioziden, Lösungs- und Konservierungsmitteln. SIO fertigt nachhaltige, ökologisch einwandfreie, emissionsfreie, langlebige und innovative Farben für den Innen- und Außenbereich. Unsere Farben sind prädestiniert für historische, moderne und nachhaltige Bauten.

Denkmalbehörden, kirchliche Bauämter, Restauratoren, Architekten, Verarbeiter, Investoren und Bauherren sind unsere Ansprechpartner bei der Auswahl der Farbqualitäten.

Mit individueller Beratung, Untergrundanalysen, Beschichtungsempfehlungen, technischen Gutachten, Ausschreibungsservice bis hin zu vertrieblichen und anwendungstechnischen Schulungen stellen wir ein umfangreiches, individuell auf unsere Kunden angepasstes Dienstleistungsangebot zur Verfügung.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. 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."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 29.06.2017

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Die SIO Farben GmbH trägt durch die Weitergabe des Buchs: Kleine Gase – Große Wirkung (ISBN 978-3-9819650-0-1) an Architekten und Malerbetriebe zur Objektivierung der Ursachen und Wirkungen des Klimawandels bei. Ziel ist, eine Sensibilisierung zu erreichen, die im besten Fall zum Überdenken des eigenen Handelns führen soll. Nachhaltigkeit sollte zur Grundvoraussetzung von Entscheidungen werden.

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: 1.170,00 EUR

Projektpate: entfällt

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 8: Nachhaltige Innovationen
- Leitsatz 6: Produktverantwortung
- Leitsatz 3: Anspruchsgruppen

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Zu Leitsatz Nachhaltige Innovationen:

Der Fokus unseres Unternehmens liegt in der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung nachhaltiger Farben für den Innen- und Außenbereich. Für uns sind deshalb Produktentwicklungen nur dann von Relevanz, wenn sie die ökologischen Anforderungen und die Kundenerwartungen in anwendungstechnischer Hinsicht besser erfüllen als andere Produkte. Unser Ziel dabei ist Ökologie und Ökonomie in Einklang zu bringen und einen positiven Beitrag für die Lebensqualität der nachfolgenden Generationen zu leisten.

Zu Leitsatz Produktverantwortung:

Unsere Dienstleistungen und Produkte dürfen von der vertrieblichen Leistung über den Wertschöpfungsprozess der Fertigung und Verarbeitung und danach über den gesamten Produktlebenszyklus möglichst geringe Umweltauswirkungen haben. Zur Optimierung müssen wir die einzelnen Prozesse kennen. Nur so sind wir in der Lage zielgerichtete Maßnahmen zu erarbeiten und umzusetzen. Die Fundamente der nachhaltigen SIO Produktqualitäten bilden unsere Rezepturen in Verbindung mit den Herstellungsprozessen. Mit der Volldeklaration der Einsatzstoffe möchten wir einen Beitrag zur Transparenz leisten und unsere technischen Dokumentationen erweitern.

Zu Leitsatz Anspruchsgruppen:

Der Dialog mit den verschiedenen Anspruchsgruppen ist für uns als junges Unternehmen in einer Branche mit etablierten, großen Herstellern von existenzieller Bedeutung. Wir haben uns die Steigerung der Akzeptanz und die Schaffung eines Bekanntheitsgrades für unser Unternehmen und unsere Produkte zum Ziel gesetzt. Wir bauen dabei auf eine abgestimmte Offline- und Online-Kommunikation, um auch junge Kundengruppen zu erreichen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz: Nachhaltige Innovationen

ZIELSETZUNG

Wir wollen unsere ökologischen Produkte einer großen Anzahl von Verarbeitern zugänglich machen. Ohne Einschränkung der Produkteigenschaften wollen wir neue Produkte entwickeln, die leicht zu verarbeiten und auszubessern sind. Dieses neue Farbensortiment soll sich auch für weniger geübte Heimwerker eignen und wird bereits werkseitig verarbeitungsfertig eingestellt, sodass vor der Verarbeitung kein Bindemittel zugefügt werden muss. Die Farbe soll nur mit Wasser auf die gewünschte Konsistenz eingestellt werden.

Nachhaltige Innovationen entfalten nur dann ihre Wirksamkeit, wenn sie sich am Markt durchsetzen. Dazu sind Schulungen der Verarbeiter und Information der Entscheidungsträger notwendig. Auch in diesen Bereichen wollen wir uns engagieren.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Entwicklung von neuen Silikatfarben für Innenräume, die die oben formulierten Eigenschaften erfüllen.
- Folgende Kriterien müssen zusätzlich erfüllt sein: Die Farben müssen emissionsfrei sein und keine Weichmacher, Konservierungs- und Lösemittel enthalten. Unbrennbarkeit und beste Eignung für Allergiker werden vorausgesetzt.
- Durchführung von ausführlichen Produkttests in Bezug auf Streiflichtoptimierung und leichter Ausbesserungsfähigkeit
- Einführung der Siolux EVO / Siolux EVO 2 und Einstellung der Produktion des Vorgängerprodukts Siolux NAK 3
- Anwendungstechnische Schulungen vor Ort

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Das Entwicklungsprojekt konnte erfolgreich im geplanten Zeitrahmen durchgeführt werden. Neue Entwicklungen sind erst dann sinnstiftend, wenn sie von Kunden angenommen werden. Von einer Innovation spricht man, wenn die Erfindung eine gewisse Marktdurchsetzung erreicht hat. Die Siolux EVO konnte das Vorgängerprodukt vollumfänglich ersetzen. Das Absatzvolumen konnte durch zusätzliche Neukunden signifikant gesteigert werden.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikatoren : Physikalische Daten der neuen Innensilikatfarbe Siolux EVO 2

Diffusionsäquivalente	
Luftschichtdicke s_d :	$\leq 0,01$ m
pH-Wert:	ca. 11
Spezifisches Gewicht:	ca. 1,60 g/ml
Brennbarkeitsklasse:	A 2 - nicht brennbar
Nassabriebklasse:	2
Deckkraftklasse:	1
Glanzgrad bei 85°:	Stumpfmatt
Farbtonbeständigkeit:	A1 (Fb-Code gemäß BFS-Merkblatt26)

AUSBLICK

Zur Gewährleistung eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs und zur Sicherung der Arbeitsplätze halten wir an unserem Schwerpunktthema Nachhaltige Innovationen fest. Es gilt sich weiter von Wettbewerbern zu differenzieren, die ausschließlich Me-too-Produkte auf den Markt bringen und somit keine eigene Innovationsstrategie haben. SIO verfolgt die First-to-Market-Strategie. Das SIO Produktsortiment umfasst einige Innovationen, die neue technologische Standards gesetzt haben. Dies sind zum Beispiel:

- Gelalux – erster mineralischer Glasvlieskleber
- Lithiosol – erste Silikatfarbe für Fassaden mit Lithiumwasserglas

Unser Ziel für 2020:

Neu wollen wir unser Produktprogramm der Innensilikatfarben um eine Farbqualität erweitern, welche die Nassabriebklasse 1 erreicht. Die Steiflichtoptimierung und einfache Ausbesserungsfähigkeit werden vorausgesetzt. Die Farboberfläche soll dem Kundenwunsch nach glatten Oberflächen gerecht werden. Zugleich sollen auch dunkle Farbtöne eine streifenfreie Verarbeitung ermöglichen. Zudem müssen die technischen Anforderungen der VOB/C DIN 18363 Abs. 2.4.1 erfüllt werden. Produkte, die diese Eigenschaften ausloben, gibt es bereits. Jedoch haben wir nach internen und externen Tests festgestellt, dass die derzeit am Markt befindlichen Produkte nicht alle die von uns formulierten Kriterien erfüllen. Aus diesem Grund starten wir eine Neuentwicklung.

Ein weiteres Ziel ist die Entwicklung einer silikatische Tiefengrundierung mit einem organischen Anteil von max. 5 % Volumenprozent gemäß der VOB/C DIN 18363 Abs. 2.4.1. Diese Grundierung wird vor allem bei Gipsputzen und gipshaltigen Untergründen eingesetzt. Das Entwicklungsziel ist eine diffusionsoffene Grundierung, damit der gesamte Beschichtungsaufbau und nicht nur die Anstriche diffusionsoffen ausgeführt werden kann.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz: Produktverantwortung

ZIELSETZUNG

Die Fundamente der herausragenden Produktqualität bilden unsere Rezepturen in Verbindung mit den Herstellungsprozessen. Mit der Volldeklaration der Einsatzstoffe wollen wir einen Beitrag zur Transparenz und damit eine Orientierungshilfe für die Auswahl von nachhaltigen, ökologischen Farbsystemen geben. Diese wird erschwert durch die Vielfalt an Umweltzeichen, die meist nur nationalen Bekanntheitsgrad haben. Damit können Interessierte unsere Produkte leichter beurteilen und müssen sich nicht durch eine Vielzahl von nationalen Qualitätslabels informieren, deren Qualitätskriterien und Wertigkeiten stark differieren.

Aus diesen Gründen haben wir Nachhaltigkeitsdatenblätter für unsere Mineralfarben (Endbeschichtung) als Umweltkennzeichen Typ II (ISO 14021) entwickelt. Die ISO 14021 gibt dabei die Rahmenbedingungen für Umweltaussagen vor, die Hersteller selbst für Ihre Produkte treffen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Festlegung aller relevanter Zusatzinformationen zu den bestehenden Technischen Merkblättern und den Sicherheitsdatenblättern
- Erarbeitung der Nachhaltigkeitsdatenblätter
- Veröffentlichung der Nachhaltigkeitsdatenblätter auf der Homepage unter <https://www.sio-farben.com/planer/downloads/>

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die in den Nachhaltigkeitsdatenblättern veröffentlichten Informationen, werden regelmäßig von Kunden des ökologischen Fachhandels nachgefragt. Die Transparenz hinsichtlich der eingesetzten Materialien und die Dokumentation der Nachhaltigkeitsaktivitäten außerhalb des Produktbereichs werden von einer steigenden Anzahl unserer Kunden positiv wahrgenommen.

Die ausschreibenden Stellen zeigen ebenfalls ein erhöhtes Interesse an den angebotenen Zusatzinformationen.

Mit den ergriffenen Maßnahmen haben wir die formulierten Ziele erreicht.

INDIKATOREN

Eine quantitative Dokumentation ist bei einer rein qualitativen Maßnahme nicht möglich.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

AUSBLICK

Wir werden die Transparenz durch die Volldeklaration der Einsatzstoffe auf zusätzliche Produktgruppen ausweiten. Wir halten an dem Ziel weiterhin fest und werden die Nachhaltigkeitsdatenblätter durch die Diskussion mit verschiedenen Interessengruppen weiter optimieren.

Unser Ziel 2020:

Die SIO Farben GmbH konfiguriert Farbqualitäten, die auf die individuellen Bedürfnisse der vorliegenden Untergründe abgestimmt sind. Je nach Beschaffenheit des Untergrunds produzieren wir z. B. unsere Silikatfarben mit verschiedensten Schlämmzusätzen. Diese Qualitäten sind zusätzlich als titandioxidfreie Heritage Varianten verfügbar, die über eine besondere Farbtiefe verfügen und die Dreidimensionalität des Putzes hervorheben. Für diese objektspezifischen Sonderanfertigungen werden wir ebenfalls Nachhaltigkeitsdatenblätter erarbeiten.

Zusätzlich werden für unsere Schlämmanstriche und die Siolio Leinöl-Farbe Nachhaltigkeitsdatenblätter entwickelt und veröffentlicht.

Leitsatz: Anspruchsgruppen

ZIELSETZUNG

Wir wollen ein Netzwerk zwischen Architekten, Planern, Verarbeitern, Endkunden und Interessierten aufbauen. Dazu werden wir offensiv unsere Online Aktivitäten nutzen, die wir in der Offline Kommunikation bewerben.

Neue Kundengruppen möchten wir durch inhaltliche Beiträge in Facebook und Twitter gewinnen, da wir mit Newslettern nur unsere bestehenden Kontakte erreichen können. Wir streben an, eine Beziehung zwischen uns, bestehenden und neuen Zielgruppen aufzubauen. Der gegenseitige Austausch von Informationen soll dabei im Vordergrund stehen. Weitergehende Beiträge stellen wir auf unserer Homepage zur Verfügung.

In einem traditionellen, eher konservativ geprägten Umfeld werden wir versuchen, mittels Direktansprache „papierorientierte“ Verarbeiter zu überzeugen, die jeweils aktuellen Dokumentationen auf unserer Homepage zu nutzen.

Auf Twitter wollen wir bis Ende 2019 unsere Follower um 50 % steigern.

Auf Facebook möchten wir die Anzahl der Abonnenten ebenfalls um 50 % erhöhen.

Den Erfolg unserer Bemühungen, ein aktives Netzwerk aufzubauen, messen wir auch mit entsprechenden Indikatoren zum Nutzungsverhalten auf unserer Homepage. Die Anzahl neuer Nutzer und die Anzahl der aufgerufenen Seiten geben dafür erste Anhaltspunkte.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Information der Zielgruppen über die Zielsetzung unserer Social Media Aktivitäten (Content statt Werbung).
- Regelmäßige Posts, die neben Produktvorstellungen, Referenzprojekten, Anwendungsbeispielen auch Interessantes rund um das Thema Farbe, Gestaltung, Architektur, etc. bieten.
- Einbindung von Twitter und Facebook auf der SIO Homepage. Die geposteten Inhalte können ohne Social Media Account eingesehen werden. Damit wollen wir die Inhalte einem breiteren Publikum zugänglich machen.
- Die Vorteile des Netzwerks zwischen Kunden und Hersteller werden bei sämtlichen Schulungen vorgestellt.
- Bei unseren Projektbeispielen nennen wir die ausführenden Fachbetriebe und verlinken deren Homepage.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Mit den ergriffenen Maßnahmen haben wir unser Ziel nur zum Teil erreicht. Die Anzahl der Follower sind ca. 50% weit von unseren Zielen entfernt. Trotzdem haben wir einige Neukunden über unsere Social Media Aktivitäten akquirieren können.

Die Nutzung von Social Media ist einem großen Teil unserer Kunden fremd. Auch bei den Gruppen mit einer Affinität für Social Media findet wenig Austausch von Informationen, Anregungen oder Diskussionen statt. Unsere Beiträge werden gelesen und mit Likes versehen bzw. kommentiert. Zur Erlangung zusätzlicher Informationen wird unsere Homepage genutzt.

Zum Recherchieren nutzen Interessierte zum überwiegenden Teil Google.

INDIKATOREN

Indikator 1 : Follower

- Facebook: 130 (Stand Ende 2019)
- Twitter: 334 (Stand Ende 2019)

Indikator 2: Anfragen

- Die Anzahl an Anfragen, die über unsere Internet / Social Media Aktivitäten kommen, steigt an.
- Wir haben jedoch die Anzahl der Anfragen nicht erfasst und haben deshalb keine Auswertungen.

AUSBLICK

Wir werden an diesem Schwerpunktthema festhalten und versuchen mit interessanten Themen das Interesse an ökologischen, nachhaltigen Farben zu erhöhen. Da unsere Follower i.d.R. keine Diskussionen über

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

verschiedene Anwendungen führen, werden wir versuchen, Nachfragen und Erläuterungen direkt auf uns zu lenken. Dies fördert die Bindung zu unseren Kunden und eliminiert potenzielle Probleme bereits im Vorfeld.

Zusätzlich werden wir verstärkt über Kundenprojekte berichten und auf diesem Weg die Qualität unserer Produkte in Verbindung mit der handwerklichen Leistung unserer Verarbeiter visualisieren.

Mit Gestaltungsbeispielen auf unserer Homepage und den Social Media Kanälen werden wir zeigen, dass moderne Farbgestaltungen, mit ökologischen Produkten auch unter der Voraussetzung der Wirtschaftlichkeit möglich sind.

Unser Konzept, mit einer regelmäßig aktualisierten Internetseite mit eingebundenen Social Media Inhalten mit unseren Anspruchsgruppen in Kontakt zu treten, erlaubt eine aktive Kommunikation mit unseren Kunden. Die SIO Farben GmbH hat bislang auf Printwerbung in einschlägigen Fachmagazinen verzichtet. Der Bekanntheitsgrad wird sukzessive über die Publikation unserer Referenzprojekte in unseren Social Media Kanälen gesteigert. Den Trend „natürliches Wohnen“ können wir so auch auf Endkundenseite thematisieren und somit auf unsere Produkte und unser Leistungsspektrum aufmerksam machen.

Unser Ziel:

Die oben genannten Punkte werden wir weiter intensivieren. Ziel ist die Anzahl unserer Follower kontinuierlich zu steigern. Als zusätzliches Medium planen wir unseren Instagram Account mit Leben zu füllen.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Regelmäßige Mitarbeitergespräche
- Einbezug der Mitarbeiter in Entscheidungsprozesse

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Hohe Identifikation der Mitarbeiter mit unserem Unternehmen
- Aussergewöhnliches Engagement der Mitarbeiter

Ausblick:

- Für die erfolgreiche Umsetzung unserer Strategie ist entscheidend, wie wir handeln. Dafür stehen unsere Werte. Wir werden den intensiven Austausch mit unseren Mitarbeitern weiter pflegen.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unterstützung bei privaten Themen/Problemen unserer Mitarbeiter.
- Investition in Betriebsmittel mit dem Ziel, die körperliche Arbeit zu erleichtern.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch gemeinsames Diskutieren und Aufarbeiten von Themen werden privaten Probleme schnell einer Lösung zugeführt.
- Der offene Dialog insbesondere vom privaten Belangen unserer Mitarbeiter wird durch den achtsamen Umgang miteinander unterstützt.

Ausblick:

- Wie auch in den Vorjahren werden wir durch gemeinsame Veranstaltungen ausserhalb des Miteinander weiter intensivieren.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

- Siehe Schwerpunktthemen.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Erhöhung der Rohstoffqualität (weitestgehende Vermeidung von eingeschleppten Konservierungsmitteln)
- Wiederverwendung von gebrauchten Kartons für den Versand unserer Endprodukte

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die hohe Alkalität sind unsere Produkte frei von Konservierungsmitteln.
- Unsere Kunden respektieren die ungewöhnliche Art der Verpackung.

Ausblick:

- Wir werden diesen kontinuierlichen Prozeß der Optimierung der Rohstoffqualität weiterführen.
- Bei Neuinvestitionen in Betriebsmittel und Fuhrpark ist die möglichst geringe Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen ein entscheidendes Kriterium.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ausschließlicher Einsatz von elektobetriebenen Flurförderfahrzeugen
- Optimierung des Stromverbrauchs

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Luftqualität in sämtlichen Fertigungsbereichen ist außerordentlich gut.
- Durch Sensibilisierung der Mitarbeiter und zeitversetztes Hochfahren der einzelnen Verbraucher haben wir den Stromverbrauch reduziert.

Ausblick:

- Bei Anschaffung von neuen Betriebsmitteln achten wir auf einen niedrigen Energieverbrauch.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

- Siehe Schwerpunktthemen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Erhöhung der Wertschöpfung durch Optimierung der Abläufe
- Kontinuierliches Wachstum

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Steigerung des Unternehmenserfolgs
- Reduktion der Kapitalbindung

Ausblick:

- Der Unternehmenserfolg und die Reduktion der Kapitalbindung macht unser Unternehmen widerstandsfähiger gegen Krisen.
- Ziele sind die Sicherung der Arbeitsplätze und die Weiterentwicklung unseres Unternehmens.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

- Siehe Schwerpunktthemen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Finanzentscheidungen treffen wir im Spannungsfeld der partiellen Fremdfinanzierung unseres Unternehmenswachstums und der Limitierung des Fremdkapitals.
- Investitionen werden im Finanzplan berücksichtigt, so können Finanzentscheidungen rechtzeitig beurteilt und getroffen werden.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Bei der Gründung unseres jungen Produktionsunternehmens haben wir größere Initialinvestitionen tätigen müssen. Aus diesem Grund fallen Zeit nur kleinere bis mittlere Erweiterungsinvestitionen an.
- Die Finanzplanung ist mit der monatlichen Ergebnisrechnung ein wesentliches Steuerungsinstrument unseres Unternehmens.

Ausblick:

- Auch künftig werden wir mit Vorsicht und Weitsicht unsere Finanzentscheidungen treffen.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ethische Grundsätze, Transparenz und Fairness sind Werte, denn wir uns und unser Handeln verschrieben haben. Diese werden regelmäßig thematisiert und vorgelebt.
- Das Mehr-Augen-Prinzip und unsere interne Organisation dienen dazu, Geschäfte auf die Einhaltung der oben genannten Werte zu prüfen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben bislang noch keine Unregelmäßigkeiten festgestellt.
- Wir beteiligen uns nicht an Korruption und lassen uns nicht bestechen.

Ausblick:

- Bei Neuanstellungen wird das Themenfeld besonders intensiv besprochen.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Soweit es wirtschaftlich vertretbar ist, versuchen wir externe Wertschöpfung in der Region zu beziehen.
- Die Förderung regionaler Wertschöpfung führt durch reduzierte Logistikleistungen, wie Anfahrten und Transporten, zu niedrigeren Kosten und zu einem niedrigeren Ausstoß von umweltschädlichen Schadstoffen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Schnelle und sichere Lieferketten reduzieren die Kapitalbindung im Unternehmen. Der regionale Bezug von Leistungen ermöglicht eine hohe Flexibilität und Reaktionsgeschwindigkeit.
- Neben den geschäftlichen Aktionen fördern werden im privaten Bereich regionale Projekte unterstützt.

Ausblick:

- Wir werden den regionalen Mehrwert bzw. die Unterstützung des lokalen Umfeld weiter vorantreiben.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unsere Kunden werden informiert, aufgeklärt und sensibilisiert mit dem Ziel, sich für nachhaltige Produkte zu entscheiden.
- Mit unseren Mitarbeitern diskutieren wir regelmäßig Möglichkeiten unsere Arbeitsweisen nachhaltiger zu gestalten.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch Gespräche mit unseren Mitarbeitern wissen wir, dass auch im privaten Bereich ein Umdenken erfolgt. Natürlich zuerst in den Fällen, bei denen ein Umdenken nicht mit vielen Einschränkungen verbunden ist.
- An unserer Geschäftsentwicklung stellen wir fest, dass sich Kundengruppen für nachhaltige Produkte entscheiden, die bislang rein renditebezogene Entscheidungen getroffen haben. Die Absicherung einer nachhaltigen Rendite im Immobiliensektor hängt von der künftigen Vermietbarkeit der Objekte ab. So ist z. B. die Allergikereignung der eingesetzten Materialien ein Punkt für nachhaltiges Bauen.

Ausblick:

- Durch unser Handeln wollen wir unsere Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten zum Umdenken und Mitmachen motivieren.

UNSER WIN!-PROJEKT

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Wir unterstützen ein Buch von zwei Studenten, die unterstützt von mehr als hundert Wissenschaftlern, einen umfassenden und anschaulichen Einblick zur Entstehung des Klimawandels geben.

Gerade die öffentliche Debatte über den Klimawandel ist weltweit geprägt von Missverständnissen und fehlerbehafteten Schlussfolgerungen. Es werden die Ursachen und die Folgen des Klimawandels beleuchtet.

Ziel ist eine Sensibilisierung zu erreichen, die im besten Fall zum Überdenken des eigenen Handelns führen soll. Nachhaltigkeit sollte zur Grundvoraussetzung von Entscheidungen werden.



ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Die SIO Farben GmbH hat sich mit dem Kauf von Büchern an dem Projekt von David Nelles und Christian Serrer beteiligt.

Wir haben diese Bücher unseren Kunden und Interessierten geschenkt.

UNSER WIN!-PROJEKT

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Feedbacks unserer Kunden haben gezeigt, dass eine Objektivierung der Darstellung und eine sachgerechte Aufbereitung der Ursachen für den Klimawandel deren Entscheidungen beeinflussen.

Viele unserer Kunden möchten nach dem Lesen dieser Lektüre: Kleine Gase- Große Wirkung - Der Klimawandel Ihren „Ökologischen Fußabdruck“ künftig reduzieren.

AUSBLICK

Künftig werden wir uns ein regionales WIN!-Projekt in der Region unterstützen und thematisieren. Derzeit prüfen wir verschiedene Engagements. Dabei bewegt uns das Thema Altersarmut besonders.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Dr. Herbert Holzer

herbert.holzer@sio-farben.com

Impressum

Herausgegeben am 30.06.2020 von

SIO Farben GmbH

Alexander-Fleming-Straße 1

68519 Viernheim

Telefon: +49 6204 9159 000

Fax: +49 6204 9159 099

E-Mail: info@sio-farben.com

Internet: www.sio-farben.com



Feinste Mineralfarben aus Passion