



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2018

HERRMANN ULTRASCHALLTECHNIK
GMBH & CO. KG



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	2
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	6
Leitsatz 03: Anspruchsgruppen	6
Leitsatz 05: Energie und Emissionen	8
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken	9
5. Weitere Aktivitäten	11
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	11
Umweltbelange	12
Ökonomischer Mehrwert	13
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	14
Regionaler Mehrwert	15
6. Unser WINI-Projekt	16
7. Kontaktinformationen	20
Ansprechpartner	20
Impressum	20

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Seit 1961 produzieren wir Ultraschall-Schweißmaschinen und -systeme und gehören mit weltweit 520 Mitarbeitern und Standorten in 20 Ländern zu den Technologieführern weltweit. Das Ultraschallschweißen ist ein thermisches Fügeverfahren und tritt meistens gegen andere Verfahren an, die ein hohes Energieniveau oder teure bzw. verschmutzende Verbrauchsgüter benötigen. Gegenüber Wettbewerbstechnologien kann bis zu 70 % Energie eingespart werden. Ultraschall wird für thermoplastische Kunststoffe in vielen Branchen als Fügetechnologie dann eingesetzt, wenn Materialien und/oder Bauteile dauerhaft verbunden werden sollen. Als Schlüsselindustrien seien hier Automotive, Medical, Consumer, Food und Hygiene genannt. Wir haben drei Geschäftsbereiche: PLASTICS (das Verschweißen von Spritzguss-Bauteilen), PACKAGING (das Versiegeln von Verpackungen) und NONWOVENS (das Fügen von Vliesstoffen).

Wir leben unsere vier Unternehmenswerte Wertschätzung, Leidenschaft, Integrität und Resilienz. Dabei steht der Mensch, ob Mitarbeiter, Kunde oder Lieferant, im Mittelpunkt. 85 % unserer Wertschöpfung erbringen wir mit rund 370 Arbeitsplätzen in Baden-Württemberg. Dazu kommen jährlich 40 Ausbildungs- und Studienplätze.

Die Grundschulungen und Weiterbildung unserer Mitarbeiter fördern wir über die hauseigene Herrmann Academy. Das große Kursangebot zu technischen, IT- und Softskill-Themen kann auf Anfrage von Mitarbeitern jederzeit erweitert werden.

Über Stiftungen wird künftig der Fortbestand des Unternehmens gesichert sowie Ertragsanteile an Forschung und gemeinnützige Zwecke geleitet.

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: 05.04.2018

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Bau und Aufstellung von Bienenhotels auf dem Firmengelände; Infotafeln zum Bienenschutz

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|--|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | <input type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: 50 Arbeitsstunden

Projektpate: Astrid Herrmann

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 03: Anspruchsgruppen
- Leitsatz 05: Energie und Emissionen
- Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

03: Wir wollen darstellen, wer diese Anspruchsgruppen sind und welche Maßnahmen zur Einbeziehung schon durchgeführt oder geplant sind; vor allem wollen wir die Bedürfnisse der Mitarbeiter*innen und Kunden besser erkennen und Rahmenbedingungen stärken. Dadurch soll der Kundenfokus und die Unternehmensschlagkraft erhöht werden.

05: Über ein Energieaudit von 2017 liegen uns Handlungsempfehlungen vor, die wir kurz- und mittelfristig umsetzen. Der gerade laufende Neubau unserer Firmenerweiterung bietet weitere Chancen.

12: Über zwei neue E-Autos im Fuhrpark wollen wir ab Sommer 2018 interessierten Mitarbeiter*innen die Chance bieten, E-Mobilität auszuprobieren. Darüber bloggen wir und möchten zur Meinungsbildung beitragen.

Leitsatz 03: Anspruchsgruppen

ZIELSETZUNG

Unsere Anspruchsgruppen (Stakeholder) sind Kunden, Mitarbeiter*innen, Zulieferer, Wissenschaft, Verbände, Kommunen und kommunale, dem Gemeinwohl dienende Institutionen.

Umfragen führen wir in unregelmäßigen Abständen durch, in der Vergangenheit meistens Umfragen zur Attraktivität als Arbeitnehmer (TOB JOB, TOP 100). Nun wollen wir uns zusätzlich über die Plattform „Great Place to Work (GPTW)“ der intensiven, anonymen Bewertung durch die Mitarbeiter*innen stellen und ein Kulturaudit durchführen.

Bisher gab es innerhalb der Anspruchsgruppe Mitarbeiter*innen themenbezogene Arbeitsgruppen; diese sollen projektbezogen neu definiert und aufgestellt werden, um zielführender bei Verbesserungen der Prozessinfrastruktur zu helfen. Wir sind extrem stark gewachsen und inneres Wachstum muss nun äußerem Wachstum folgen. Unterstützend soll unternehmensweit ein sogenanntes Lean-Management ausgerollt werden, um die Prozess- und Produktqualität zu stärken. Das Lean-Management mit dem Ziel der erhöhten Wertschöpfung beinhaltet u.a. die Einführung eines flächigen Shopfloor-Managements und die Restrukturierung der Organisation nach den 5S-Prinzipien.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Durchführung der Befragung GPTW inklusive Kulturaudit
- Roll-Out zum Lean-Management hat begonnen mit der Einführung des Shopfloor-Managements in allen Abteilungen
- Die Herrmann-Academy bietet eine Grundlagenschulung „Lean-Management“ an
- Zur Unterstützung des Lean Rollout wurde in allen Abteilungen nach der 5S-Methode aufgeräumt; 5S soll durchgängig im ganzen Unternehmen gelebt werden. 5S steht für Sortieren, Systematisieren, Säubern, Standardisieren und Selbstdisziplin. Alle Abteilungen haben einen eigenen 5S-Beauftragten benannt

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Aus der GPTW Befragung haben sich folgende interne Maßnahmen abgeleitet:

- Umbenennung der Arbeitskreise in Organisational Development Projects (ODP) mit dem Ziel, konkrete Projekt-Maßnahmen in einem definierten Zeitraum umzusetzen
- Neue ODPs zum Thema Arbeitszeit, Führungsstil, Gehalt- und Sozialleistungen sowie Mitarbeitermitbestimmung (Mitarbeiterrat) wurden eingesetzt
- Der durch die Führungskräfte begonnene Kulturwandel, „Culture Journey“ genannt, ist wichtiger denn je; der unternehmensweite Rollout soll Anfang 2019 beginnen

Das Lean-Konzept ist im Haus etabliert. Im September 2018 wurde in einem Lean-Projekt die Schaltschrank-Montage analysiert; die Umsetzung begann im Mai 2019; weitere Projekte sollen folgen.

Die „Lean Management“ Schulung für die Herrmann Academy wurde erstellt. Eine Lego-Simulation vermittelt die 7 Verschwendungsarten sowie die Lean-Prinzipien: Störungsfreiheit, Takt und Pull. Teil dieser Schulung ist auch eine 5S-Schulung, für die wir ein Online-Simulations-Modul verwenden. Vor den multiplen Umzügen anlässlich der Neubaufertigstellung wurde in allen Abteilungen erfolgreich eine 5S-Aktion durchgeführt. Noch offen ist die Einführung von 5S-Audits.



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Im ganzen Haus wurden 33 Shopfloor-Management-Runden etabliert. Fast alle Abteilungen, auch viele kaufmännische, sind einbezogen.



AUSBLICK

Es wird zunehmend wichtiger, alle Anspruchsgruppen im Blick zu haben. Vor allem die Einbeziehung der „Anspruchsgruppe Mitarbeiter“ soll vertieft werden; dies geschieht über die Mitwirkung in ODPs und über den neu zu wählenden Mitarbeiterrat.

Leitsatz 05: Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Ergebnis eines Energieaudits waren Vorschläge, wie veraltete Pumpen zu tauschen und eine zentrale Kälte-Wärmeversorgung zu realisieren. Eine effiziente Kälte-Wärmeversorgung wird durch den Anschluss der alten Heizungen an die des Neubaus erreicht. Dadurch soll 25% weniger Heizenergie verbraucht werden. Die komplette Umstellung von Energiesparlampen auf LEDs soll zusätzlich Strom sparen. Alle verfügbaren Dachflächen sollen mit Photovoltaik versehen werden, um einen Teil des Strom-Eigenbedarfes selbst zu erzeugen

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Alle Leuchten wurden auf LED umgewechselt (ca. 2000 Stück)
- Die Photovoltaik-Anlage ist installiert und in Betrieb genommen
- Die Pumpen der Heizung wurden getauscht und der Neubau an die bestehende Heizungsanlage angeschlossen. Umstellung von Öl auf Gas ist erfolgt

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die PV-Anlage läuft seit Januar 2019 und wir haben bisher 328.095 kWh Strom (das wäre der Verbrauch von circa 82 Haushalten pro Jahr) erzeugt, hierzu gibt es tagesgenaue Aufzeichnungen. Da die Erträge über die Monate sehr schwanken, ist eine Aussage, wie hoch der Anteil am Gesamtverbrauch ist, momentan noch nicht möglich.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Anteil Photovoltaik am Stromverbrauch noch nicht verfügbar

Indikator 2: CO₂-Äquivalent der verbrauchten Heizenergie noch nicht verfügbar

AUSBLICK

Dieser Leitsatz wird ebenfalls Schwerpunktthema bleiben. Da noch kein komplettes Abrechnungsjahr vorliegt, fehlen uns Werte für quantitative Indikatoren. Die zentrale Kälteversorgung ist ebenfalls noch nicht realisiert worden. Hier fehlt noch der Umbau der Steuerung für die Kältemaschine des Bestandsbaus, welche bis Ende 2019 geplant ist.

Unser Ziel ist die Erstellung eines Energie-Konzeptes für das Gebäude. Dies umfasst Strom, Gas, Wasser, Müll mit quantitativer Erfassung des Ist-Zustandes und Aussprechen von kurz- und mittelfristigen Empfehlungen im Sinne der Nachhaltigkeit.

Unser Ziel ist es, eine firmeninterne App zur Bildung von Fahrgemeinschaften einzuführen. Dafür sollen eigens gekennzeichnete Parkplätze zur Verfügung gestellt werden. Hierzu muss der Geschäftsleitung noch ein Aufwandskonzept vorgestellt werden.

Wir wollen 2020 einen „Herrmann-Radelmonat“ ausrufen, z.B. Mai 2020. In diesem Monat sollen die gefahrenen Radkilometer erfasst und in ein CO₂-Äquivalent umgerechnet werden, um Kolleg*innen zur Radbenutzung zu motivieren.

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Wir wollen über verschiedene Anreize Mitarbeitende zu mehr gesellschaftlicher Teilhabe anregen; dies sind neben Spenden an Vereine, in denen sich Mitarbeitende engagieren, auch die Anschaffung von elektrischen Poolautos, damit Mitarbeitende Elektromobilität ausprobieren können, sowie verschiedene Maßnahmen im Haus, um Nachhaltigkeit zu fördern (wie z.B. Wasserspender mit Großgebilde ersetzen durch Wasserspender mit Festwasser-Anschluss).

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Zuschüsse für Mitarbeiter und deren Vereine wurden ausgeschüttet
- Die Nutzung der elektrischen Pool-Autos Renault Zoe, gebrandet als „Zukunftsmobil“, wird seit Mai 2018 monatlich an Mitarbeitende „verlost“
- Der Erfahrungsblog zu den Elektroautos ist etabliert: www.zukunftsmobil.com
- Wasserspender, die Leitungswasser aufbereiten, ersetzen Großgebilde
- Die Problematik Mülltrennung wurde untersucht; aufgrund der Limitationen durch unseren Entsorger wird dieses Thema nicht weiterverfolgt; Thema für die Zukunft wird „Müllvermeidung“ sein. Ein erster Schritt ist passiert: mit einigen Lieferanten benutzen wir inzwischen Pendelverpackungen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Im Zuge des Neubaus wurden Maßnahmen ergriffen, um für den Arbeitsweg per Rad Erleichterungen zu schaffen: das Dienstfahrrad (JobRad) wurde eingeführt; es gibt neue Abstellräume für Fahrräder, helle, freundliche Umkleiden und moderne Duschgelegenheiten



ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Durch den firmenweiten Einsatz von Wasserspendern, die Leitungswasser aufbereiten, entfällt künftig ein Jahresverbrauch von fast 40.000 Liter abgefülltem Wasser (16560 Wasserflaschen und 1540 Großflaschengebinde je 20 Liter). Dadurch wird CO₂ eingespart, das zur Abfüllung, für Transportwege, Reinigung und Entsorgung anfällt.

INDIKATOREN

Indikator 1: CO₂-Einsparung durch Elektromobile

- 5300 kg CO₂ Ausstoß vermieden (30.000 elektrische Kilometer)

Indikator 2: geradete Arbeitswege

- 13.860 km

AUSBLICK

Wir sind hier auf einem guten Weg und wollen interessante Incentives wie das Elektromobil weiter anbieten. Die „Radfreundlichkeit“ des Unternehmens soll ausgebaut und die Mitarbeitenden dazu motiviert werden, das Rad verstärkt für den Arbeitsweg zu benutzen. Allerdings werden wir diesen Schwerpunkt nicht weiterverfolgen (neuer Schwerpunkt wird Leitsatz 02).

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Als Unternehmen verpflichten wir uns gesetzeskonform (AGG) die Gleichheit aller Beschäftigten zu gewährleisten und ein sogenanntes benachteiligungsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen. AGG-konform sind:

- Stellenausschreibungen und Einstellungsprozess
- Arbeitsverträge, -zeugnisse und Mitarbeiterführung

Der deutsche Campus in Karlsbad, Baden-Württemberg ist barrierefrei gebaut.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 90 gewerbliche Mitarbeitende 2018
- 280 angestellte Mitarbeitende 2018
- Seit 2011 wird der „Onboarding“-Prozess über die Herrmann Academy aufgesetzt und stetig verfeinert, um jedem neuen Mitarbeiter einen guten Start zu ermöglichen und Wissensdefizite schnell anzugleichen: neue Mitarbeitende bekommen einen maßgeschneiderten Schulungsplan für die ersten 100 Tage, um alles über das Unternehmen, unser Lieferprogramm und die verschiedenen Geschäftsbereiche zu lernen

Ausblick:

Eine größere Transparenz bezüglich der Gehaltskorridore soll geschaffen werden.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Gesamtstundenzahl der internen und externen Weiterbildung beträgt 4202 Stunden
- Von 370 MA erhalten 75% eine regelmäßige Leistungsbeurteilung, z.B. ein Mitarbeitergespräch

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Es gibt vier sich selbst organisierende Sportgruppen: Fußball, Tischtennis, Hindernislauf (Tough Mudder) und ein firmenweites, einmal jährlich stattfindendes Laufevent; als Unternehmen sponsern wir T-Shirts und Teilnahmegebühren
- Die Mitgliedschaft in einem Fitness-Club im selben Industriegebiet wie das Unternehmen wird bezuschusst
- Das dienstlich genutzte Fahrrad steht nun auch als HR-Modul zur Verfügung – die Plattform „JobRad“ wird hier genutzt

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Umfragen führen wir unregelmäßig durch, in der Vergangenheit meistens Umfragen zur Attraktivität als Arbeitnehmer (TOB JOB, TOP 100). Nun wollen wir uns zusätzlich über die Plattform „Great Place to work (GPTW)“ der intensiven, anonymen Bewertung durch die Mitarbeiter*innen stellen und ein Kulturaudit durchführen

Ausblick:

Der Code of Conduct, das Leben und Arbeiten nach den vier Werten Wertschätzung, Leidenschaft, Integrität und Resilienz soll über den unternehmensweiten Rollout der Culture Journey gestärkt werden. Ab 2019 sind circa 60 Workshops geplant, in denen Gruppen von 10-12 MA an einem externen Ort mit einer Übernachtung diese Unternehmenswerte gemeinsam betrachten, eine Bestandsaufnahme machen und Maßnahmen zur Stärkung der Vertrauens- und der Konfliktkultur ableiten. Ultimativ möchten wir mit der Culture Journey an der Teamperformance arbeiten. Das Ziel ist ein gestärktes Miteinander und ein höheres Wohlbefinden der Mitarbeitenden.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Der Arbeitskreis Corporate Responsibility (CR) befasst sich mit diesem Thema; als erster Schritt ist eine Datensammlung geplant: welche Ressourcen werden an welcher Stelle verbraucht?

Ausblick:

Verbräuche werden aktuell an verschiedenen Stellen erfasst; eine Zusammenführung an zentraler Stelle ist für die Zukunft geplant, aber aktuell aus personellen Gründen nicht umsetzbar.

Mittel- bis langfristig ist ein Umwelt- und Ressourcenmanagement geplant.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Das Ultraschallschweißen ist schon immer eine nachhaltige Technologie. Die zum Fügen aufgewendete Energie ist kleiner als bei vergleichbaren Wettbewerbsverfahren, bei denen oft ein teilweise sehr hohes Energieniveau aufgebaut und gehalten werden muss.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Der volldigitale Ultraschallgenerator (Ultraschallwellenerzeuger) und die feine Parametrierung bei der Prozesseinrichtung bieten die Möglichkeit zu einer sehr transparenten und guten Qualitätskontrolle, was wiederum den Ausschuss verringert.

Verbrauchsstoffe entfallen beim Ultraschallschweißen gänzlich – auch das schont die Umwelt.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

Mit der geplanten Einführung einer neuen Maschinengeneration soll die Effizienz in der Produktion des Kunden ausgebaut und Ausschuss verringert werden.

Die neue Steuerungsplattform wird Industrie 4.0 gerecht sein und kann für übergeordnete Industriestandards angepasst werden; wir wollen am „Arbeitsplatz der Zukunft“ mitarbeiten.

Die Kunden-Feedbackkultur soll verbessert werden; dazu arbeiten wir gerade an der Etablierung von „Customer Satisfaction Surveys“.

Marktentwicklungen zum Thema „Nachhaltigkeit“ und „Kreislaufwirtschaft“ werden vom Produktmanagement beobachtet und in den Produktentwicklungszyklus eingesteuert.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Das Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gewachsen und macht 94 Millionen Umsatz.

- Der Umsatz und die Mitarbeiterzahl wurde in den letzten zehn Jahren verdoppelt
- Standorte wurden verdreifacht

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Internationalisierung der letzten zehn Jahre ist Teil der Unternehmensstrategie
- Eine detaillierte Unternehmensstrategie wird seit sieben Jahren erstellt und alle zwei Jahre umfangreich überarbeitet – mit entsprechender Anpassung der Marktpotenziale
- Ein neuer Geschäftsbereich wurde gegründet: das Ultraschallschweißen von Nichteisenmetallen; hier erwarten wir großes Wachstumspotenzial
- Alle Managementstufen und die gesamte Mitarbeiterschaft werden dreimal jährlich in ausführlichen Informationsrunden zu aktuellen Entwicklungen informiert und in Entscheidungsprozesse eingebunden

Ausblick:

Wir haben hohe Erwartungen an die Einführung einer werteorientierten Unternehmenskultur zur verbesserten Kunden- und Mitarbeiterbindung, genannt „Culture Journey“. Der Rollout beginnt unternehmensweit Anfang 2019.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben unsere Rolle im Markt als „Trusted Advisor“ definiert. Als solcher helfen wir dem Kunden, die für ihn wirtschaftlichste und damit nachhaltigste Lösung zu finden
- Über sogenannte „Key Buying Factor“ (KBF)-Befragungen erfahren wir, was sich der Kunde wünscht
- In regelmäßigen Entwicklungsmeetings/Lenkungskreismeetings wird die Nachhaltigkeit der Neuentwicklungen bewertet

Ergebnisse und Entwicklungen:

- F&E Quote: 7 % vom Umsatz

Ausblick:

Die Einführung eines Strategic Account Managements (SAM) unterstützt die bei uns vorhandene intrinsische Motivation zur Nachhaltigkeit und die zunehmende Fokussierung des Marktes auf nachhaltige Produktlösungen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Als familiengeführtes Privatunternehmen steht für uns die Absicherung des Unternehmens und damit die Arbeitsplätze und das Wohl der Mitarbeiter und ihrer Familien an erster Stelle. Das ist die Basis für alle Finanzentscheidungen.

Durch gesundes und organisches Wachstum kann Herrmann Ultraschall seine Geschäftstätigkeit ohne Fremdfinanzierung tätigen. Auf spekulative Finanzgeschäfte wird gänzlich verzichtet. Durch die Umwandlung des Unternehmens in eine Stiftung soll diese Finanzpolitik in die Zukunft weitergeführt und erhalten bleiben.

Ausblick:

Gemäß den Stiftungsstatuten fließen Gewinnanteile ins Unternehmen zurück und an gemeinnützige Zwecke und in die Forschung. Sie kommen damit dem Gemeinwohl (Public Value) zugute.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Wir haben interne Compliance-Richtlinien und entscheiden uns bewusst gegen Geschäfte in korruptionsbelasteten Ländern.

Ausblick:

Noch fehlen die internen Regelprozesse, eine Intervall-Berichterstattung oder ein Prüfverfahren. Diese Instrumente einzuführen planen wir mittel- bis langfristig.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Der regionale Mehrwert, den wir als Familienunternehmen bieten können, ist uns sehr wichtig. Die Unternehmerfamilie hat beschlossen, so viel Wertschöpfung wie möglich in Baden-Württemberg am Stammsitz zu generieren.

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Engagement in den Regional-Verbänden Wirtschaftsverband in Baden (wvib) und Innonet
- Enge Zusammenarbeit mit der IHK Karlsruhe über Ausbildungsbörsen, Weiterbildungsangebote und die IHK-Initiative „Wirtschaft macht Schule“
- Freistellung der Mitarbeiter bei Einsätzen/Übungen der Freiwilligen Feuerwehr und der DLRG
- Seit vielen Jahren fördern wir finanziell regionale Vereine, in denen Mitarbeitende ehrenamtlich tätig sind. Es ist uns hierbei wichtig, das Engagement der Mitarbeitenden anzuerkennen
- Zusammenarbeit mit einem lokalen Dienstleister, der gebrauchte IT wiedervermarktet und so Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderungen schafft. Wir bekommen jedes Jahr einen Nachweis darüber, wieviel CO₂ eingespart wurde, weil gebrauchte IT weiter benutzt wurde statt neue Geräte herzustellen. Mitarbeitende haben die Möglichkeit, über diese Firma mit Rabatten einzukaufen
- Unterstützung des Runden Tisch Asyl Karlsbad, der bei der Integration von 300 Geflüchteten im unmittelbaren Raum um Karlsbad mithilft

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 56 % unseres Einkaufsvolumens beziehen wir von Lieferanten aus Baden-Württemberg
- In den letzten sieben Jahren wurde über die Wiedervermarktung von gebrauchter IT ein Äquivalent von 20 t CO₂ eingespart
- Drei Mitarbeitende engagieren sich beim Runden Tisch Asyl als ehrenamtliche Mitarbeiter; von Unternehmerseite aus flossen zahlreiche Geldspenden; über eine Mitarbeiter-Aktion wurden gebrauchte Fahrräder an Geflüchtete gespendet

Ausblick:

Das Augenmerk liegt weiterhin auf regionaler Vernetzung und daraus resultierenden kurzen Transportwegen sowie dem Beitrag zum Gemeinwohl („Public Value“) vor Ort.

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Bau und Aufstellen von Bienenhotels auf dem Firmengelände; Einrichtung von Blühstreifen zwischen den Parkplätzen

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Das Projekt „Bau und Aufstellung von Bienenhotels“ ist abgeschlossen. Fünf Bienenhotels mit Infotafeln stehen verteilt auf dem Firmengelände. Blühstreifen auf dem Parkplatz wurden großflächig angelegt. Infomaterial zu den Bienenhotels/Bienenschutz können auf unserer Webseite im Newsroom oder direkt unter folgendem QR-Code abgerufen werden.



UNSER WIN!-PROJEKT



UNSER WIN!-PROJEKT

Ein Herz für Wildbienen.
Zimmer frei in unseren Bienenhotels.



Wildbienen sind keine Honigbienen, sie produzieren keinen Honig, sondern sind allein für die Bestäubung und damit den Fortbestand der Pflanzenwelt zuständig.

Bienen spielen in unserem Ökosystem eine zentrale Rolle: rund 80 Prozent aller europäischen Nutzpflanzen sind für die Bestäubung ihrer Blüten auf Insekten angewiesen. Dazu gehören viele unserer Nahrungspflanzen wie Äpfel, Birnen, Beeren, Gurken und Kürbisse. Genauso wichtig ist die Bestäubung von Wildpflanzen. Sie sind die Lebensgrundlage für viele Insekten, Vögel und Säugetiere.

Wildbienen sind in Deutschland bedroht und stehen auf der Roten Liste. Sie nisten bevorzugt in Löchern, die sie bis zu 60 Zentimeter in Totholz oder moderne, lockere Böden graben. Solche Bedingungen haben wir hier auf unserem Gelände nicht und deshalb unterstützen wir mit unseren Wildbienenhotels.

„Keine Bienen mehr, keine Bestäubung mehr, keine Pflanzen mehr, keine Tiere mehr, kein Mensch mehr.“

Allen Linsen

Für Sie recherchiert: Pestizide in Deutschland

Die Ursachen für den Rückgang der Wildbienen sind vielfältig. Besonders schwer ins Gewicht fallen die industrielle Landwirtschaft und der damit einhergehende massive Einsatz von Pestiziden. Anonyme Monokulturen prägen unsere Felder heute. Herbizide wie Glyphosat beseitigen die bunte Vielfalt an Nahrungspflanzen für Wild- und Honigbienen. Insektizide wirken besonders verheerend: Nivergifte aus der Gruppe der Neonicotinoide lösen Wildbienen, stören Kommunikation und Sammelverhalten von Honigbienen und schwächen ihr Immunsystem.

Pestizide sind Substanzen zur Bekämpfung von Pflanzenschädlingen:

- Herbizide wirken gegen Unkraut
- Insektizide gegen Insekten
- Fungizide gegen Pilzbefall
- Akarizide gegen Milben

Das Herbizid Glyphosat ist seit den siebziger Jahren der weltweit am häufigsten eingesetzte Unkrautvernichter. Seit Jahren mehren sich nun Hinweise, dass die Substanz Mensch und Tier schaden könnte. Am 27. November 2017 hat die EU-Kommission die Zulassung von Glyphosat nach monatelangem Streit um fünf Jahre verlängert. 18 von 28 EU-Ländern haben dafür gestimmt, neun dagegen, ein Land hat sich enthalten.

Im Bereich der Insektizide/Akarizide entfielen 2016 gut 21 % auf die umstrittene Wirkstoffgruppe der Neonicotinoide. Die drei neonicotinoiden Wirkstoffe Clothianidin, Imidacloprid und Thiamethoxam werden für das Bienensterben mitverantwortlich gemacht und sind jetzt nur noch im Gewächshaus erlaubt. Schon 2013 schränkte die EU-Kommission den Einsatz im Pflanzenschutz ein. 2018 folgte das Verbot im Freiland.

Für Sie recherchiert: Mögliche Maßnahmen für ein gesundes Ökosystem

- Für gesunde, regionale Produkte tiefer in die Tasche greifen! Nur ein höherer Preis unterstützt langfristig die biologische Landwirtschaft. Das bedeutet: weg von der Monokultur, hin zur gesundheitsfördernden Sortenvielfalt im Anbau, zu Bodenbedeckungen, zu Feldstreifen mit blühenden Pflanzen und Hecken.
- Honig bei Imkern kaufen, die „wesensgemäß“ imkern. Dies bedeutet: die Natur als Ganzes wahrnehmen und die Bienen als Bestandteil der Natur. Damit ist der natürliche Hochzeitsflug der Königin und deren Besamung durch bis zu 20 Drohnen erlaubt, ebenso das Schwärmen. Im Winter bekommen die Bienen einen Teil ihres Honigs als Nahrung zurück.
- Unabhängigkeit fördern: Individuelle und konzernunabhängige Beratung von Bauern fördern statt Anwendung pauschaler Behandlungspläne der Agrarchemie-Konzerne. Schweden hat so die Verwendung von Pestiziden um 70 % gesenkt.
- Mit Hightech auf dem Acker weniger Gift sprühen: mit Drohnen erkennen, wo die Schädlinge sitzen und gezielte Sprühdosen verwenden. Mit künstlicher Intelligenz und Kameras an der Hackmaschine Unkrauter erkennen und jäten.

Werden Sie gleich aktiv!

Im eigenen Garten eine schöne Wildblumenwiese anlegen oder im Kleinformat auf dem Balkon einen Pflanzkasten mit Wildblumen bepflanzen.

Holen Sie sich ein Päckchen Wildblumensamen an unserer Zentrale ab.

www.herrmannultraschall.com



UNSER WIN!-PROJEKT

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir konnten die Mitarbeitenden für das Thema sensibilisieren. Bei der Bauaktion, durchgeführt von den Auszubildenden, hatten wir circa 20 freiwillige Helfer aus der Belegschaft. Über die Infotafeln können sich MA und Besucher zum Thema Bienenschutz informieren. Packungen mit Blühsamen für eine Anpflanzung im Garten oder auf dem Balkon liegen kostenlos an der Zentrale bereit.

AUSBLICK

2019 möchten wir ein weiteres Bildungsprojekt zum Klimawandel ausrufen.

KONTAKTINFORMATIONEN

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Astrid Herrmann, PR und Unternehmenskommunikation

Tel 07248 / 79-1988

astrid.herrmann@herrmannultraschall.com

Impressum

Herausgegeben am 25.09.2019 von

Herrmann Ultraschalltechnik GmbH & Co.KG

Descostr. 3-11, 76307 Karlsbad

Telefon: +49 7248 79-0

E-Mail: info@herrmannultraschall.com

Internet: www.herrmannultraschall.com

