



## WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2016

UZIN UTZ AG



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b>	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b>	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b>	<b>4</b>
Leitsatz 2 - Mitarbeiterwohlbefinden	5
Leitsatz 6 - Produktverantwortung	6
Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	8
<b>5. Weitere Aktivitäten</b>	<b>10</b>
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	10
Umweltbelange	11
Ökonomischer Mehrwert	12
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	12
Regionaler Mehrwert	14
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b>	<b>15</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b>	<b>17</b>
Ansprechpartner	17
Impressum	17

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Kernkompetenz des Uzin Utz Konzerns ist der „Boden“, daher bieten wir unseren Kunden von bauchemischen Produktsystemen zu Oberflächenveredelung bis hin zu Maschinen zur Bodenbearbeitung ein einzigartiges, umfassendes und aufeinander abgestimmtes Sortiment für die Installation, Renovierung und Werterhaltung von Böden. Unsere professionellen Handwerkskunden sowie Architekten und Planer unterstützen wir als Komplettanbieter sowohl durch qualitativ hochwertige Produkte als auch durch Know-how, Service und Dienstleistungen. Die Marken UZIN, Wolff, Pallmann, Arturo, codex und RZ stehen für das breite Leistungsangebot von Uzin Utz und den neuesten Stand der Technik rund um das Thema Boden. Nahezu alle angebotenen Produkte und Systeme werden von der Uzin Utz Gruppe selbst entwickelt, hergestellt und vertrieben. So können wir unsere hohen Qualitätsansprüche von der Herstellung bis zum Verkauf an den Kunden sicherstellen.

Uzin Utz ist ein weltweit agierendes, börsennotiertes Familienunternehmen mit Hauptsitz in Ulm. Die Uzin Utz Gruppe ist in 49 Ländern vertreten, davon in 20 Ländern mit eigenen Tochtergesellschaften (Stand April 2017) und beschäftigt weltweit insgesamt über 1.000 Mitarbeiter. Unsere Geschäftsschwerpunkte befinden sich überwiegend in Deutschland und den übrigen europäischen Märkten. Darüber hinaus ist die Unternehmensgruppe aber auch in Nordamerika, Asien und Australien tätig. Die Produktionsstätten des Uzin Utz Konzerns befinden sich in Deutschland, Frankreich, der Schweiz, China, Indonesien, Polen, Slowenien, den Niederlanden und seit 2015 auch in den USA.

Wir verstehen uns als Teil der Wertschöpfungskette und engagieren uns in verschiedenen Netzwerken beim Wissens- und Erfahrungstransfer zwischen Industrie und Handwerk. Wir wollen einen Mehrwert für Menschen, Umwelt und Gesellschaft schaffen, indem wir alle Akteure am Bau erfolgreich zusammenführen, Synergien schaffen und eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben.

### 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.

### ÜBER DIESEN BERICHT

Unser WIN-Chartabericht enthält Auszüge aus unserem Nachhaltigkeitsbericht für die Jahre 2015 und 2016. Dieser ist unter <http://www.uzin-utz.de/ueber-uns/nachhaltigkeit/> zum Download verfügbar.

Die Inhalte unseres Zielkonzepts sprechen Frauen und Männer gleichermaßen an. Zur besseren Lesbarkeit wird die männliche Sprachform (z. B. Mitarbeiter, Kunde) verwendet.

## 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](http://www.win-bw.com).

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 07.03.2016

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Waldlehrpfad

Schwerpunktbereich:

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

Art der Förderung:

- Finanziell    Materiell    Personell

Umfang der Förderung: 7.500 € und 1 Arbeitstag

Projektpate: Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), Regionalverband Ulm

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: *Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.*
- Leitsatz 6: *Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.*
- Leitsatz 7: *Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.*

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Für Uzin Utz bedeutet Nachhaltigkeit wirtschaftlichen Erfolg mit ökologischem Handeln und sozialer Verantwortung in Einklang zu bringen. Daher verfolgen wir bereits sehr viele verschiedene Aktivitäten, die dem Thema Nachhaltigkeit zuzuordnen sind. Durch intensive Workshops, die wir in Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern durchgeführt haben, haben wir die im Folgenden vorgestellten Ziele und die damit verbundenen Leitsätze als Verbesserungspotenziale herausgearbeitet.

Unternehmenserfolg ist strategisches Ziel und die Grundlage um Arbeitsplätze zu sichern und in ökologische und soziale Fortschritte zu investieren. Wir agieren mit Weitblick und setzen uns daher mittel- und langfristige Unternehmensziele.

Wir übernehmen Verantwortung für unser unternehmerisches Tun und dessen Auswirkungen. Deshalb treiben wir konsequent die Entwicklung und Produktion von hochwertigen, gesundheits- und umweltverträglichen Produkten voran. Unsere Produkte sind lösemittelfrei und geben keine schädlichen Stoffe in den Innenraum ab. Seit 2010 erstellen wir sogar Ökobilanzen für unsere Produkte. Die logische Konsequenz ist daher, auch weitere Wirkungen im Wertschöpfungsprozess und damit die Lieferkette zu beleuchten.

Unseren Mitarbeitern begegnen wir mit Wertschätzung, Respekt und Toleranz, denn sie sind die Basis des Unternehmens, auf dem Erfolg und Wachstum aufbaut. Wir möchten als Arbeitgeber attraktiv sein und bieten Mitarbeitern, ein gesundes und ausgeglichenes Arbeitsklima. Daher setzen wir unter anderem auf sichere Arbeitsplätze mit guten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

## Leitsatz 2 - Mitarbeiterwohlbefinden

### ZIELSETZUNG

Unsere Mitarbeiter spielen eine zentrale Rolle, denn auf ihrem Engagement und ihrer Qualifikation basiert unser Unternehmenserfolg. Um Arbeitsplätze attraktiv zu gestalten und an die Lebenssituation der Mitarbeiter anzupassen, bieten wir flexible Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit, mobile Arbeit („Homeoffice“) sowie ein Lebensarbeitszeitkonto mit Möglichkeit zum Sabbatical. Wir investieren in Weiterbildung, Weiterentwicklung und in die Gesundheit unserer Mitarbeiter. So bieten wir ein großes Fort- und Weiterbildungsprogramm („Horizonte“), das von Sprachkursen, über Präsentationstrainings bis hin zu Kochkursen und Gesundheitstagen ein vielfältiges Spektrum an Seminaren enthält.

Für 2016 haben wir uns vorgenommen unsere Aktivitäten im Bereich „Mitarbeiterverantwortung“ noch weiter auszudehnen, unsere Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitern stetig zum Ausdruck zu bringen und die Mitarbeiterzufriedenheit weiter hoch zu halten.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) – Unter dem Motto „Balance bei der Arbeit“ führten wir eine Umfrage zur Gesundheit am Arbeitsplatz und Workshops zur Arbeitsplatzoptimierung durch.
- „Business Lunch“: Um den gegenseitigen Austausch der Mitarbeiter untereinander weiter zu verstärken, können Mitarbeiter beim gemeinsamen Mittagessen ihre Tätigkeit vorstellen und Einblicke in ihre Arbeitswelt geben.
- Mitarbeitermagazin „Uzin Utz 360°“ - bereits zwei Ausgaben wurden veröffentlicht und berichten länderübergreifend und locker aufbereitet über Themen der verschiedenen Standorte. Das Magazin dient als Informationsmedium von Mitarbeitern für Mitarbeiter und deren Familien.
- „Überraschungen“ – es gibt regelmäßige kleine bis große Überraschungen. Beispielsweise werden Veranstaltungskarten verlost oder es gibt weitere Aufmerksamkeiten in Form von Eis im Sommer oder weitere Snacks in der Mittagspause.
- „Frag deinen Vorstand“ – ein direkter Austausch von Mitarbeitern mit dem Vorstand wird ermöglicht.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Alle in unserer Zielsetzung genannten Maßnahmen wurden erfolgreich umgesetzt und positiv von den Mitarbeitern aufgenommen. Wir können unsere Position als attraktiven Arbeitgeber für aktuelle und zukünftige Mitarbeiter halten.

### INDIKATOREN

Eine umfassende Mitarbeiterumfrage ist für 2018 geplant, daher können wir die Indikatoren der Mitarbeiterzufriedenheit, die zuletzt bei 91% lag sowie eine hohe Weiterempfehlungsbereitschaft von 92% (noch) nicht endgültig belegen, jedoch können wir andere Indikatoren auswerten:

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## **Indikator 1:** Mitarbeiterzufriedenheit

- Durchschn. Betriebszugehörigkeit: 10,5 Jahre und Fluktuationsrate von 2,6 %

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit bleibt hoch, die Fluktuationsrate niedrig.

## **Indikator 2:** Weiterempfehlungsbereitschaft / Attraktivität für Bewerber

- Bewerbungen pro Stellenanzeige: 48 (2016)

Die hohe Anzahl der durchschnittlichen Bewerbungen pro Stellenanzeige für das Jahr 2016 zeigt die Stärke unserer Arbeitgebermarke auf. Wir führen dies sowohl auf die hohe Weiterempfehlungsbereitschaft unserer Mitarbeiter als auch auf unser Employer Branding mit dem Slogan „Alles was dir wichtig ist“ zurück.

## **AUSBLICK**

Gerade im Bereich der Mitarbeiterverantwortung möchten wir uns stetig verbessern bzw. unsere Anstrengungen auf einem hohen Niveau halten. Daher planen wir weitere Aktivitäten in diesem Bereich. So möchten wir ein internationales Austauschprogramm für Mitarbeiter initialisieren. Um uns auch mit unseren Tochtergesellschaften besser zu vernetzen, soll unser Intranet an fünf weiteren Standorten ausgerollt werden.

2018 wollen wir eine große Mitarbeiterumfrage durchführen um damit entsprechend zu überprüfen ob die durchgeführten Maßnahmen dauerhaft im Unternehmen etabliert wurden.

## **Leitsatz 6 - Produktverantwortung**

### **ZIELSETZUNG**

Wir verpflichten uns selbst zu verantwortungsvollem Handeln und nachhaltigem Wirtschaften. Dementsprechend erwarten wir auch von unseren Lieferanten und Dienstleistern im Einklang mit unseren Unternehmenswerten zu agieren.

Zwar sind die meisten unserer Lieferanten aus Europa, doch möchten wir uns nicht nur auf europäische Maßgaben verlassen und haben daher die Erarbeitung eines Verhaltenscodex (Code-of-Conduct) für unsere Lieferanten angestrebt: Unser Ziel war es, einen Verhaltenscodex zu erstellen. Des Weiteren sollten bis Ende 2016 50% unserer Top 50 Lieferanten diese freiwillige Selbstverpflichtung unterzeichnen und weitere in 2017 nachziehen. Die Bestandteile dieses Verhaltenscodex sollen auf Auszügen des UN Global Compact und auf Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und enthält unter anderen Leitlinien zum Umgang mit Korruption, Bestechung, Versammlungsfreiheit, Kinderarbeit und Umweltschutz basieren. Parallel dazu haben wir uns zum Ziel gesetzt, ein internes Compliance-System aufzubauen, auf das sich unsere Mitarbeiter stützen können (siehe auch Leitsatz 1).



# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Erstellung und rechtliche Prüfung eines Verhaltenscodex, zu dem sich unsere Lieferanten verpflichten
- Schrittweise Umsetzung: erste Lieferanten erklären die Einhaltung des Verhaltenscodex

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Ein Lieferantenkodex wurde erstellt. Mit der Unterzeichnung verpflichten sich unsere Lieferanten unter anderem gesetzliche Regelungen und Vorschriften einzuhalten, Kinderarbeit strikt abzulehnen, Menschenrechte zu schützen, Korruption zu bekämpfen und Produktsicherheit und bestmöglichen Umweltschutz zu gewährleisten. Die Erstellung und rechtliche Prüfung des Verhaltenscodex bis 12/2016 wurde erzielt. Durch die zusätzliche Erstellung der Compliance-Richtlinien und die eingehenden rechtlichen Prüfungen der beiden Dokumente haben wir unser Ziel der Einhaltungserklärung von 50 % der Lieferanten nicht erreicht. Anfang des Jahres 2017 wurden die ersten Lieferantenkodizes versendet und unterschrieben zurückerhalten. Daher möchten wir uns als neuen Zielerreichungszeitpunkt 12/2017 setzen.

## INDIKATOREN

Aktuell gibt es noch keine zu benennenden Indikator bzw. Zahl der Lieferanten, die sich zu unserem Verhaltenskodex verpflichtet haben.

## AUSBLICK

Wir halten weiterhin an der Umsetzung dieses Themas fest und möchten unser Ziel erreichen, dass 50% unserer Lieferanten bis Ende 2017 diesen Verhaltenskodex unterzeichnen. Entsprechend möchten wir im darauffolgenden Jahr darüber berichten.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Leitsatz 7 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

### ZIELSETZUNG

Nur wenn wir profitabel wirtschaften, können wir neue Investitionen tätigen. Beispielsweise Investitionen zur Umsetzung innovativer Produktideen, in Service und Netzwerke, in den Ausbau unserer Geschäftsfelder, für den Ausbau und die Modernisierung der Produktionsstätten und nicht zuletzt auch in Investitionen in die Einstellung neuer Mitarbeiter, in die attraktive Gestaltung von Arbeitsplätzen, in Aus- und Weiterbildung, in den Umweltschutz und in soziale Projekte.

Mit unseren strategischen Entscheidungen stellen wir die Weichen für die Zukunft des Unternehmens. Dazu gehört das Bestreben unsere marktführende Stellung im globalen Wettbewerbsumfeld weiter auszubauen und bestehende Wachstumspotenziale auszuschöpfen. Mit einem jährlichen Umsatzplus von 10% möchten wir weiter profitabel wachsen und den Umsatz von 253 Mio. € in 2015 auf über 400 Mio. € steigern.

Langfristig werden wir uns personell verstärken, es werden Arbeitsplätze entstehen. Für 2016 hatten wir am Standort Ulm 25 Stellen geplant.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- „GOLD“ bildet den Rahmen unserer Erfolgs- und Wachstumsstrategie und ist ein Akronym für Growth, Operational Excellence, Leadership, Determination.
- Fokussierung auf Kernmärkte wie Deutschland, Frankreich, UK, Schweiz, Skandinavien, Benelux und USA.
- Mitarbeiterprogramm EBIT+ „Intelligent Wachsen“: Schärfung des Kostenbewusstseins unserer Mitarbeiter. Dabei geht es nicht um eine Gewinnsteigerung um jeden Preis, sondern darum, durch wirtschaftliches Denken und Handeln Optimierungspotenziale im Betriebsalltag zu erkennen und auszuschöpfen.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Ergriffenen Maßnahmen wurden umfassend umgesetzt und werden weitergeführt (siehe Ausblick). Seit dem Start des Projekts „EBIT +“ Mitte 2014 wurden über 10.000 Optimierungspotenziale gemeldet und es haben sich knapp zwei Drittel der Mitarbeiter an diesem Programm beteiligt. Seit Beginn des Programms bis Ende 2016 wurden sogar über 7,3 Mio. Euro an Ausgaben optimiert.

### INDIKATOREN

#### Indikator 1: Konzernumsatz

- 272,9 Mio. € in 2016 (vgl. 253,2 Mio. € in 2015) → 7,8 % Wachstum zum Vorjahr
- Ziel bis 2019: 400 Mio. € Konzernumsatz

#### Indikator 2: Mitarbeiterzahl/ Anzahl Neueinstellungen

- Durchschnittliche Mitarbeiterzahl Ulm: 426 Mitarbeiter (2015: 406)

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Die Anzahl Einstellungen 2016 am Standort Ulm liegt bei 41 Personen, davon wurden 28 Stellen neu geschaffen.

### AUSBLICK

Projekt „EBIT+“: Da es viele Abläufe und Handlungen gibt, die nicht mit Kosten gegengerechnet werden können, aber einen Beitrag zur Effizienz und Wirtschaftlichkeit des Unternehmens beitragen, haben wir „EBIT+“ zu „EBIT+ 2.0“ weiterentwickelt. Das bedeutet, dass zukünftig jeder Mitarbeiter ein Vorbild für seine Kollegen sein kann, indem er sein Wissen sowie Beispiele aus seinem Betriebsalltag teilt und über optimierte Prozesse oder alternative Vorgehensweisen berichtet. Dazu haben wir ein Tool entwickelt, indem sich die Kollegen vernetzen können. EBIT+ 2.0 soll bis 12/2018 auf neun weitere Tochtergesellschaften ausgedehnt werden.

Erfolgreich zu Wirtschaften und nachhaltiges Wachstum sind dauerhafte Ziele von Uzin Utz in Ulm und der gesamten Uzin Utz Unternehmensgruppe. Daher halten wir an unserem Umsatzziel bis 2019 fest. Dazu werden wir auch weitere Arbeitskräfte benötigen und somit weitere Stellen schaffen.

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

#### LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

Um grundlegende Verhaltensstandards fest zu legen, wurden Compliance-Richtlinien erstellt. Damit bieten wir nicht nur eine rechtliche, sondern auch eine ethische Orientierung für das Unternehmen und dessen Mitarbeiter.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die Compliance-Richtlinien enthalten die grundlegenden und verbindlichen Regeln für unser Verhalten innerhalb der Uzin Utz AG sowie gegenüber unseren Geschäftspartnern, Aktionären und der Öffentlichkeit. Die Richtlinien, die zum 1.1.2016 eingeführt wurden, enthalten Maßgaben zu Themen wie Korruptionsvermeidung und Kartellrecht. Durch die Ernennung eines Compliance- Managers wurde eine zentrale Anlaufstelle geschaffen. Zur Festigung der Richtlinien im Unternehmen wurden diese durch verschiedene Informationskanäle bekannt gemacht und sind seit Mitte 2016 fester Teil des Einarbeitungsprogramms. Über unsere Homepage haben wir die übergeordnete Richtlinie für alle Interessierten öffentlich zugänglich gemacht.

Ausblick:

Pflege und kontinuierliche Weiterentwicklung der Richtlinien.

#### LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Was unsere Stakeholder bewegt und was sie für Bedürfnisse haben, erfahren wir nur, wenn wir in engem Austausch mit ihnen stehen. Daher treten wir mit ihnen auf unterschiedliche Weise in Kontakt, bspw. durch persönlichen Kontakt, Umfragen, über unseren Außendienst, über entsprechende Fachabteilungen, in Schulungen oder über weitere Kommunikationswege.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 2016 haben wir eine Umfrage mit unserern Kunden durchgeführt, in der wir die Nutzung unterschiedlicher Informationskanäle abgefragt haben. Dementsprechend gestalten wir unsere Websites so, dass der Zugang auch für Smartphones und Tablet-PCs und die Kontaktaufnahme von unterwegs erleichtert.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

- Die Marke Uzin die Baustellenberatung 3.0 an, die dem Verarbeiter die Kommunikation via Smartphone mit der Anwendungstechnik ermöglicht wird.

Ausblick:

Weitere Anpassung der Websites an die Kundenanforderungen sowie sinnvolle Nutzung der Vorteile der Digitalisierung.

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Der effiziente Umgang mit Rohstoffressourcen sowie die Einsparung von Energie, von Wasser und die Verringerung von Abfällen in der Produktherstellung sind unser stetiger Anspruch. Festgehalten werden die Maßnahmen durch unser Qualitäts- und Umweltmanagementsystem nach ISO 9001 bzw. ISO 14001. Mithilfe von Ökobilanzen betrachten wir die Umweltwirkungen unserer Produkte über den gesamten Lebenszyklus. Diese werden als Basis für Produktentwicklungen verwendet.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Es wurden Ökobilanzen für weitere Produktgruppen und damit verbunden weitere Umweltproduktdeklarationen (EPDs) und Nachhaltigkeitsdatenblätter erstellt und veröffentlicht.
- Produkt- und Prozessinnovationen ausarbeiten und umsetzen.

Ausblick:

- Stetige Ausweitung der Ökobilanzierung auf weitere Produktgruppen.

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Der am Standort Ulm verwendete Strom stammt ausschließlich aus erneuerbaren Ressourcen (hauptsächlich Wasserkraft). Energie in Form von Wärme beziehen wir aus dem nahegelegenen Müllheizkraftwerk über Fernwärme. Unser Ziel ist es, unseren Energieverbrauch und die Auswirkungen auf die Umwelt dauerhaft so gering wie möglich zu halten.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Seit einigen Jahren werden keine lösemittelhaltigen Produkte mehr hergestellt, daher gibt es am Standort keine nennenswerten Emissionen.

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Unsere technischen Anlagen halten wir auf dem neuesten Stand: Beispielsweise wurde die Kompressorstation in der Klebstoffproduktion durch eine energieeffizientere ausgetauscht.

Ausblick:

In 2017 werden wir ein neues effizienteres Kühlwasserversorgungssystem aufbauen, damit werden gleichzeitig mehrere bisherige energetische Schwachpunkte beseitigt.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Unsere Produkte müssen neben Qualitätsstandards, hohe Anforderungen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz der Verarbeiter sowie an die Wohngesundheit der Endverbraucher erfüllen. Gleichzeitig sind sie wichtiger Hebel bei der Umsetzung ökologischer Nachhaltigkeitsziele.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Jahr 2016 haben wir 4,1 Mio. Euro in unsere Entwicklungsarbeit investiert.
- Knapp 93% unserer verkauften Produkte sind mit dem Emissionskennzeichen „EMICODE“ als sehr emissionsarme Produkte ausgezeichnet. D.h. sie erfüllen strenge Grenzwerte hinsichtlich der Abgabe leicht flüchtiger organischer Verbindungen in die Innenraumluft.

Ausblick:

Beständige Weiterentwicklung des Produktsortiments. Im Hinblick auf unsere internationalen Aktivitäten wird es in Zukunft immer wichtiger die Forschung und Entwicklung noch internationaler auszurichten, um den Kunden weltweit marktgerechte, maßgeschneiderte Lösungen bieten zu können.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Finanzentscheidungen werden in Übereinstimmung mit unserer Unternehmensstrategie getroffen.
- Neben ökonomischen beziehen wir auch soziale und umweltbezogene Aspekte in Finanzentscheidungen und Investitionen ein. Wir streben langfristig ausgewogenes Wachstum an.
- Netzwerke für unsere Handwerkskunden und die Förderung von Handwerksnachwuchs spielen eine wichtige Rolle für uns.

## WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Möglichst viele Handwerker sollen von unserem Wissen profitieren. Daher haben wir 2015 in neue Kundenschulungsräume investiert. In 2016 haben wir allein 70 Schulungen in diesen Räumlichkeiten an zusätzlich zu weiteren Schulungen und Seminaren in ganz Deutschland.
- Mit unserer neu gegründeten Dienstleistungsgesellschaft bieten wir unseren Kunden Hilfestellung bei betriebswirtschaftlichen Fragen und bei Themen wie Finanzierung, Planung, Optimierung und Liquiditätssicherung

Ausblick:

- Weitere Förderung von Netzwerken und Wissensaustausch.

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

Siehe Leitsatz 1 (Menschen- und Arbeitnehmerrechte). Unsere Compliance-Richtlinien enthalten auch Vorgaben zur Korruptionsbekämpfung. Alle Formen von Korruption wie Bestechung, Bestechlichkeit, Vorteilsgewährung und Vorteilsnahme, ist in allen Formen strikt verboten. Jeder Anschein eines Interessenkonflikts bei der Gewährung oder Annahme von Zuwendungen ist zu vermeiden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Der Compliance-Manager wacht über das Thema Anti-Korruption und würde bei Verstößen entsprechende Maßnahmen einleiten.

Ausblick:

Seit Bestehen unseres Familienunternehmens verfolgen wir eine ethisch und moralisch korrekte Unternehmenskultur. Das ist nach wie vor unser Ziel.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

Wir sind mit unserem Standort in der Region fest verwurzelt. Wir schaffen Arbeitsplätze, unterstützen regionale Vereine, Kunst, Kultur und soziale Einrichtungen durch Spenden und Sponsoring, gehen Bildungspartnerschaften mit Schulen in der Region ein und unterstützen Hochschulen im Rahmen von Vorlesungen oder Facharbeiten. Diese Aktivitäten wollen wir auch zukünftig fortführen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Ausweitung des Sponsorings der Basketballmannschaft „Ratiopharm Ulm“
- In 2016 haben wir unter anderem den Verein „Sport für alle e.V.“ unterstützt und haben dadurch ca. 50 Kindern den Besuch eines Schwimmkurses ermöglicht.

Ausblick:

- Wir möchten bis 2018 eine weitere Bildungspartnerschaft mit einer Schule im Raum Ulm eingehen.

### LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Austausch der Diesel-LKWs gegen Elektro-LKWs, die auf unserem Werksgelände zwischen Produktion und Logistikzentrum pendeln.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Erfolgreiche Umstellung der LKWs auf Elektorantrieb statt Diesel. So können jährlich ca. 16.000 L Diesel eingespart werden und damit auch die verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen.

- 

Ausblick:

- Erforschung der Verbesserungspotenziale in der Mitarbeitermobilität.



## 6. Unser WIN!-Projekt

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

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

In 2016 haben wir den Regionalverband Ulm des BUND (Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland) unterstützt. Die Unterstützung floss zu einem großen Teil in ein Projekt zum Bau, zur Gestaltung und zum weiteren Unterhalt eines Waldlehrpfades in Laichingen auf der Schwäbischen Alb verwendet.

In einer Pflanzaktion im Oktober wurde ein „Lehrpfad für einheimische Sträucher und Hecken“ gepflanzt mit dem Ziel damit eine Bienen- und Schmetterlingsweide sowie Nährgehölze für Vögel zu schaffen und die Besucher die Bedeutung einheimischer Hecken bewusst zu machen. Anders als beim Arboretum geht es hierbei nicht nur um die Darstellung verschiedener Arten, sondern das Augenmerk der Besucher dieses Gehölzlehrpfades soll auf den ökologischen Aspekt von Sträuchern gelenkt werden: den Erhalt der Artenvielfalt der Tiere. Denn Sträucher sind Heimat und bieten Nahrung für zahlreiche Tiere, wie Vögel, Eichhörnchen, Siebenschläfer, Igel, Bienen und Insekten. In der Landwirtschaft beispielsweise fangen Hecken Unkräuter ab, bieten einen natürlichen Windschutz, was den Boden feucht hält und der Erosion vorbeugt und sind ein Hindernis für den Wildwechsel. Des Weiteren kann der Gehölzlehrpfad Anregungen für Hausbesitzer bei einer ökologischen Gartengestaltung bieten.



### **Pflanzaktion: Fleißige Helfer von BUND und Uzin Utz arbeiteten zusammen**

Besucher des Lehrpfades finden Wissenswertes auf zwei großen Informationstafeln, die den Weg zum Lehrpfad einleiten. Zudem sind alle weiteren Pflanzen des Lehrpfades mit Schautafeln versehen, die neben den deutschen und lateinischen Namen der Pflanzen auch mit einem kleinen Steckbrief versehen sind, der Aufschluss über die Merkmale, die Ökologie und die Verwendung von Pflanze und Frucht geben. Über einen QR-Code können Besucher sogar Vorschläge zur Verarbeitung der jeweiligen Beeren herunterladen.

# UNSER WIN!-PROJEKT



**Beschilderung des Lehrpfads: Informationen zu den gepflanzten Gehölzen**

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Uzin Utz hat den Regionalverband Ulm des BUND mit 7.500 € unterstützt. Ein Großteil der Spendensumme wurde zum Bau, zur Gestaltung und zum weiteren Unterhalt des Waldlehrpfades in Laichingen verwendet. Bei dem Pflanzaktionstag konnten wir mit einigen Mitarbeitern unterstützen. Die Inhalte der Tafeln wurden durch Mitglieder des BUND erarbeitet. Unsere Marketingabteilung unterstützte bei der grafischen Gestaltung der beiden großen Tafeln.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Der Waldlehrpfad wird von den umliegenden Schulen besucht. Da dieser auch Teil des Naherholungsgebiets Westerlau in Laichingen ist, wird er außerdem von vielen Familien, Wanderern und anderen Ausflüglern besucht. Er wird von der Ortsgruppe des BUND in Laichingen gepflegt.

## AUSBLICK

In 2017 möchten wir die „Grünfinder“ unterstützen. „Grünfinder“ ist ein Projekt der Kinderstiftung Ulm/ Donau-Iller und soll Kindern, gerade auch aus sozial schwachen Familien, die Möglichkeit geben, im eigenen Umfeld die Natur zu entdecken. Neben der Bewegung an der frischen Luft erfahren sie in der Gruppe die Zusammenhänge in der Umwelt erkennen. Ausgerüstet mit Rucksack, Lupe etc. werden sie von einem Naturpädagogen auf ihren wöchentlichen Ausflügen begleitet.

Wir werden ab dem neuen Schuljahr 2017/2018 für eine Klasse einer Grundschule im Raum Ulm Pate werden und das Projekt zunächst für ein Schuljahr unterstützen.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner**

Haben Sie Rückfragen, Anregungen oder Wünsche? Dann kommen Sie gerne auf uns zu!

Ihre Ansprechpartnerin ist Frau Eva-Maria Haser

Nachhaltigkeit@uzin-utz.com

### **Impressum**

Herausgegeben am 02.05.2017 von

Uzin Utz Aktiengesellschaft

Dieselstraße 3

D-89079 Ulm

Postfach 40 80

D-89030 Ulm

Telefon: +49 (0)731 4097-0

Fax: +49 (0)731 4097-110

E-Mail: [info@uzin-utz.com](mailto:info@uzin-utz.com)

Internet: [www.uzin-utz.de](http://www.uzin-utz.de)

# Uzin Utz AG