



Referenzobjekt: Theatinerkirche München

WIN Charta Zielkonzept 2017

SIO FARBEN GMBH

Alexander-Fleming-Straße 1

68519 Viernheim

www.sio-farben.com

Zielkonzept im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN) Baden-Württemberg



Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| 1. Über uns | 1 |
| 2. Unsere Schwerpunktthemen | 2 |
| 3. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen | 3 |
| Schwerpunktthema 1: Nachhaltige Innovationen | 3 |
| Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung | 4 |
| Schwerpunktthema 3: Anspruchsgruppen | 6 |
| 4. Weitere Aktivitäten | 8 |
| Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange | 8 |
| Umweltbelange | 8 |
| Ökonomischer Mehrwert | 9 |
| Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption | 9 |
| Regionaler Mehrwert | 10 |
| 5. Unser WIN!-Projekt | 11 |
| 6. Kontaktinformationen | 12 |
| Ansprechpartner | 12 |
| Impressum | 12 |

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die **SIO Farben GmbH** in Viernheim entwickelt, produziert und vertreibt Mineralfarben, Fixative und Ergänzungsprodukte. Wir 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 etc. entscheiden über die eingesetzten 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.

2. Unsere Schwerpunktt Themen

KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- Schwerpunktt Thema 1: Nachhaltige Innovationen
- Schwerpunktt Thema 2: Produktverantwortung
- Schwerpunktt Thema 3: Anspruchsgruppen

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Wir haben je einen Leitsatz zu den Grundwerten, dem verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt und der regionalen Identifikation und Verankerung als Schwerpunkt gesetzt.

Zu Schwerpunktt Thema 1:

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 als andere Produkte erfüllen. Unser Ziel dabei ist Ökologie und Ökonomie in Einklang zu bringen und einen positiven Beitrag für die Lebensqualität der nachfolgenden Generationen zu leisten.

Zu Schwerpunktt Thema 2:

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. Damit können Interessierte unsere Produkte besser beurteilen und müssen sich nicht durch eine Vielzahl von nationalen Qualitätslabels, deren Qualitätskriterien und Wertigkeiten stark differieren, informieren.

Zu Schwerpunktt Thema 3:

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.

3. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

Schwerpunktthema 1: Nachhaltige Innovationen

WO STEHEN WIR?

Die Produktpalette unseres Unternehmens wurde auf Grundlage langjähriger Erfahrungen und fundiertem Know-how unserer Entwicklung neu erarbeitet. Sämtliche Rezepturen unserer Farben und Schlämmanstriche erfüllen folgende Eigenschaften:

- Beste bauphysikalische Eigenschaften durch höchste Wasserdampfdiffusionsfähigkeit
- Verzicht auf Biozide, Weichmacher, Lösungs- und Konservierungsmittel
- Frei von Emissionen, statischer Aufladung und Thermoplastizität
- Unbrennbar, d.h. keine toxischen Gase

Einige Produkte erfordern eine gewisse, andere eine hohe Kompetenz der Verarbeiter, um neben den technischen Vorteilen auch optisch ein perfektes Anstrichergebnis zu erhalten.

Das wachsende Marktvolumen für Mineralfarben beträgt ca. 120 bis 130 Mio. EUR bei einem Gesamtvolumen von Bauanstrichsystemen von ca. 1,8 Mrd. EUR (Zahlen aus versch. Veröffentlichungen für 2017). Der Marktanteil von ca. 7 % zeigt jedoch, dass Mineral- bzw. Silikatfarben derzeit ein Nischenmarkt sind. Wir haben dafür folgende Erklärungen:

- Geringe Kenntnisse und Sensibilität eines Großteils der Architekten, Planer und Verarbeiter. Endverbrauchern/Kunden werden diese Produkte oftmals nicht angeboten.
- Einfache Verarbeitbarkeit der Dispersionsfarben und günstige Preise stehen im Vordergrund.
- Verarbeiter nutzen aufgrund mangelhafter Auftragsplanung den Service von Großhändlern mit lagerhaltig vorrätigen Produkten, die dann vor Ort abgetönt werden. Ein weiterer Grund, keine alternativen Produktqualitäten vorzustellen liegt oft in mangelhaften Fachkenntnissen begründet.
- Lange Haltbarkeit der Fassadenanstriche von über 25 Jahren bringt beste Wirtschaftlichkeit für den Kunden, jedoch lange Renovierungszyklen für den Verarbeiter.
- Die Industrie schafft durch die verschiedenen Qualitäts- und Ökolabels in Verbindung mit Werbemaßnahmen eine hohe Intransparenz für den Kunden. Dieser kann die Wertigkeit der einzelnen Labels nicht unterscheiden.
- Außerhalb des Fachpublikums haben Farben wenig Strahlkraft bei Endverbrauchern. Farbkonzepte finden mehr Interesse als Farbqualitäten.

An den oben genannten Themen müssen wir arbeiten, um das Marktwachstum ökologischer Innen- und Fassadenfarben zu steigern.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

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 ambitionierte 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 können.

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.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Wir wollen eine Farbe für Innenräume entwickeln, die den oben genannten Anforderungen entspricht und zudem folgende Kriterien erreicht:

- Einhaltung der DIN 18363 Abs. 2.4.1. für Dispersions-Silikatfarben
- Deckkraftklasse 1
- Ressourcenschonende Abtönung durch geringen Verbrauch von Farbpigmenten
- Leichte Ausbesserbarkeit der Farbe
- Streiflichtoptimierung

Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung

WO STEHEN WIR?

Zur Beurteilung der Nachhaltigkeit von Produkten hat die ISO Normen und Richtlinien entwickelt. Es werden dabei drei Typen unterschieden:

- Umweltzeichen Typ I (ISO 14024) – Label und Zertifikate
Diese Umweltzeichen sind von Dritten vergebene Kennzeichen hinsichtlich bestimmter, über den gesamten Lebenszyklus ermittelter Kriterien. Typ I Umweltzeichen kennzeichnen Produkte, die hinsichtlich der betrachteten Umwelteigenschaften qualitativ besser als andere sein sollen. Bsp.: Blauer Engel oder das EU Ecolabel.
- Umweltzeichen Typ II (ISO 14021) – Eigendeklaration der Hersteller
ISO 14021 gibt Rahmenbedingungen für Umweltaussagen vor, die Hersteller selbst für ihre Produkte treffen.
- Umweltzeichen Typ III (ISO 14025) – quantitative Aussagen auf Basis von Umweltdeklarationen
Auch diese Umweltzeichen sind von Dritten vergebene Kennzeichen hinsichtlich bestimmter, über den

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

gesamten Lebenszyklus ermittelter Kriterien. Auf Basis von Umweltdeklarationen werden quantitative Aussagen getroffen. Im Mittelpunkt von Umweltproduktdeklarationen stehen Ökobilanzen sowie zusätzliche Informationen vom Produktionsprozess, der Nutzung und Verwertung eines Produktes über den gesamten Lebenszyklus. Das Produkt wird dabei nicht bewertet. Bsp.: Zertifizierungssystem der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen für Baustoffe auf Basis der Umweltdeklarationen des Instituts Bauen und Umwelt.

Für Gebäudezertifizierungen und Kundengruppen, die nachhaltig bauen oder sanieren wollen, reichen die Informationen eines Umweltzeichens nach Typ I oder Typ III nicht aus. Aus diesem Grund wollen wir für unsere Farben Nachhaltigkeitsdatenblätter erarbeiten. Wir erweitern damit die technischen Informationen über unsere Produkte.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Wir möchten einen Beitrag zur Transparenz und damit eine Orientierungshilfe zur Auswahl von nachhaltigen Farbsystemen geben. Diese wird erschwert durch die Vielfalt an Umweltzeichen, die meist nur nationalen Bekanntheitsgrad haben. Sie wirken auch als Markteintrittsschranke für mittelständische Hersteller, die aus Kapazitäts- und Kostengründen nicht unterschiedlichsten Dokumentations- und Offenlegungsanforderungen gerecht werden können.

Hersteller von hochwertigen Silikatfarben haben zudem die Herausforderung, dass sie ihre Produkte mit einigen Umweltkennzeichen, wie z.B. dem Blauen Engel, abqualifizieren würden, da sie weit höhere - zum Teil aus der Denkmalpflege stammende - Anforderungen erfüllen.

Wir wollen Nachhaltigkeitsdatenblätter für alle unsere Mineralfarben erstellen. Wir konzentrieren uns dabei auf die Produkte, die als Endbeschichtung eingesetzt werden.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Mittels einer Volldeklaration nach VdL-RL 01 (5. Revision, Jan. 2017) und produktspezifischen Angaben zu ökologischen und gesundheitlichen Kriterien stellen wir relevanten Anspruchsgruppen transparent zusätzliche Informationen in Form von Nachhaltigkeitsdatenblättern bereit.

Bis Mitte 2018 wollen wir die Nachhaltigkeitsdatenblätter für unsere Mineralfarben erarbeitet haben.

Wir werden aktiv mit den Interessengruppen kommunizieren, um Impulse zu erhalten, um die wir ggfs. unsere Umweltinformationen ergänzen werden.

Die neuen Nachhaltigkeitsdatenblätter werden wir, wie die Technischen Merkblätter und Sicherheitsdatenblätter Interessierten, als Download auf www.sio-farben.com zur Verfügung stellen.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Schwerpunktthema 3: Anspruchsgruppen

WO STEHEN WIR?

SIO führt einen Dialog zu verschiedenen Anspruchsgruppen. Dies sind:

- Kundengruppen: Endkunden, Verarbeiter, Architekten, Bauämter, Denkmalpflege etc.
- Industriepartner und Lieferanten
- Mitarbeiter
- Öffentlichkeit

Die verschiedenen Kundengruppen geben wesentliche Impulse, unsere Produkte, Dokumentationen und Dienstleistungen zu verbessern. Wir nutzen das auf langjährigen Erfahrungen basierende Know-How unserer Verarbeiter für die Entwicklung unserer Produkte.

Mit Industriepartnern tauschen wir uns regelmäßig aus. Sie stehen uns als Diskussionspartner zur Verfügung. Mittels Newsletter werden wir regelmäßig über Neuerungen informiert.

Aufgrund unserer Unternehmensgröße pflegen wir einen intensiven persönlichen Kontakt zu unseren Kollegen. Die Mitarbeiter sind umfangreich über die wesentlichen Themen informiert und nutzen die Chance, sich mit Ideen und Anregungen einzubringen.

SIO hat sich aufgrund einer überragenden Qualität in der Denkmalpflege einen Namen gemacht. In der breiten Öffentlichkeit sind wir als junges Unternehmen jedoch weitgehend unbekannt. Unsere Mineralfarben - als auch die Produkte des Wettbewerbs - haben außerhalb der Fachöffentlichkeit keine überragende Strahlkraft. Endkunden informieren sich - wenn überhaupt - meist nur zum Zeitpunkt des Bedarfs über die verschiedenen Produktqualitäten.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

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

Die SIO Homepage ist die Grundlage unserer Online Kommunikation. Unter den Rubriken Anwendung, Planung und Umwelt bieten wir dort komprimiert Informationen von Relevanz. Diese Themenbeiträge gilt es durch unsere Social Media Aktivitäten dem interessierten Publikum zugänglich zu machen und weitere Kundengruppen zu erschließen.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Neue Kundengruppen möchten wir intensiver 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

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

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 2018 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.

4. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Einer unserer Unternehmenswerte ist der achtsame, tolerante Umgang miteinander. Diesen wollen wir weiter pflegen.
- Wir werden deshalb am Prinzip der „Offenen Türen“ festhalten.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir setzen uns zum Ziel die Arbeitsplätze ergonomisch sinnvoll zu gestalten.
- Wir halten an den täglich verschiedenen, auftragsbezogenen Arbeitszeiten fest. Flexible Arbeitszeiten, abgebildet in einem Jahresarbeitszeitmodell sind in unserem saisonalen Geschäft unerlässlich.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir wollen den Papierverbrauch in unserem Unternehmen reduzieren. Ziel ist die Nutzung von elektronisch verfügbaren Dokumentationen zu intensivieren. Dazu müssen wir unsere Kunden von den Vorteilen überzeugen.
- Wir werden unsere Kunden sensibilisieren, vermeidbare Nachbestellungen zu antizipieren, um Transporte zu reduzieren.
- Wir wollen die gesamten Abfallmengen in unserem Unternehmen reduzieren.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir wollen den Anteil des Stromverbrauchs im Gesamtbetrieb reduzieren. Ein Punkt dabei ist die Reduktion des Stromverbrauchs für Beleuchtungszwecke.
- Wir berücksichtigen den CO₂-Ausstoß als wesentliches Kriterium bei der Neuanschaffung von Fahrzeugen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir arbeiten gemeinsam am Unternehmenserfolg und entwickeln dabei Ideen, unsere Prozesse zu verbessern und die Fehlerquote zu senken.
- Langfristiger Unternehmenserfolg ist das Ziel nach dem wir streben. Damit können wir unsere Marktposition weiter ausbauen und Arbeitsplätze sichern.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir achten bei Investitionen neben der Wirtschaftlichkeit auf die Einhaltung von ökologischen Kriterien. Umweltfreundliche Alternativen werden bevorzugt. Als Beispiel dient die Anschaffung eines leistungsfähigen Elektrostaplers.
- Wir streben mit unseren Finanzierungspartnern eine vertrauensvolle Zusammenarbeit an.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Unsere Werte beschreiben die Art, wie wir uns verhalten. Wir verhalten uns umsichtig und verantwortungsvoll gegenüber unseren Geschäftspartnern und handeln nach ethischen Grundsätzen.
- Bei der Auftragsvergabe werden stets mehrere Vergleichsangebote eingeholt.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir bekennen uns zur Metropolregion Rhein-Neckar. Die meisten unserer Dienstleister haben ihren Sitz im Umkreis unseres Unternehmens.
- Wir engagieren uns privat für soziale Belange in unserem nahen Umfeld. Künftig werden wir auch direkt Projekte fördern.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir sensibilisieren unsere Mitarbeiter für gesellschaftliche, ökologische und soziale Themen.
- Wir geben unseren Kollegen die Möglichkeit zu ressourcenschonendem Arbeiten.

5. Unser WIN!-Projekt

DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Wir wollen Kindern ein schönes wohngesundes Umfeld schaffen. Dazu suchen wir uns einen Kindergarten oder eine Schule im Umkreis unseres Unternehmens, deren Räumlichkeiten renoviert werden müssen und für die keine Mittel zur Verfügung stehen. Soweit möglich wollen wir die Kinder beim Farbkonzept einbeziehen und dann die Räume mit unserer ökologischen Farbe streichen.

Hier die Eigenschaften unserer Innenfarben:

- Frei von Weichmachern, Konservierungs- und Lösungsmitteln
- Emissionsfreiheit
- Antibakterielle Wirkung
- Für Allergiker geeignet
- Keine statische Aufladung
- Unbrennbar

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Wir werden die benötigten Farben und unsere Arbeitskraft für dieses Projekt zur Verfügung stellen.

Wir gehen dabei von einer Summe von rund 1.000 EUR aus.

6. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Dr. Herbert Holzer

Impressum

Herausgegeben am 15.12.2017

SIO Farben GmbH

Alexander-Fleming-Str. 1

68519 Viernheim

Telefon: +49 6204 9159 000

Fax: +49 6204 9159 099

E-Mail: info@sio-farben.com

Internet: www.sio-farben.com

