



Uzin Utz AG

2016

WIN-Charta Zielkonzept

Uzin Utz AG

Dieselstraße 3

89079 Ulm

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

Inhalt

1. Unsere Schwerpunktthemen	2
2. Zielsetzung hinsichtlich der Schwerpunkt-Themen	3
Schwerpunktthema 1: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	3
Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung	4
Schwerpunktthema 3: Mitarbeiterverantwortung	6
3. Weitere Aktivitäten	7
4. Unser WIN!-Projekt	10

1. Unsere Schwerpunktthemen

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

- Leitsatz 1: Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.
- Leitsatz 8: Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz herstellen.
- Leitsatz 12: Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter.

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 den 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 die Nr. 1 unter den Arbeitgebern sein und bieten Mitarbeitern, ein gesundes und ausgeglichenes Arbeitsklima, in dem Arbeit, Familie und Freizeit im Einklang stehen. Für hohe Attraktivität als Arbeitgeber setzen wir auf sichere Arbeitsplätze mit guten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten und flexible Arbeitszeiten.

2. Zielsetzung hinsichtlich der Schwerpunkt-Themen

Schwerpunktthema 1: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Wo stehen wir?

Wir sind mit der Uzin Utz Gruppe in 48 Ländern vertreten, davon in 18 Ländern mit eigenen Tochtergesellschaften. Ein wichtiger Baustein der Nachhaltigkeit ist die Ökonomie. 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. Für uns ist langfristig erfolgreiches Wirtschaften nur auf der Grundlage einer wertorientierten, verantwortungsbewussten Unternehmenskultur möglich.

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.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Um unser Wachstum zu stärken, fokussieren wir uns auf die Kernmärkte. Das sind – neben dem Heimatmarkt Deutschland – Frankreich, UK, Schweiz, Skandinavien, Benelux und die USA. Die Marktanteile sollen bis 2019 in den jeweiligen Regionen bei 18 bis 28 % liegen und dem Unternehmen in diesen Märkten eine führende Position verschaffen.

Mit unserer Initiative ›GOLD‹ fassen wir das Jahr 2019 strategisch ins Auge. Zu jedem langfristigen Ziel führt der Weg über eine Vielzahl kleiner Entwicklungen. Intern liegt der Schwerpunkt auf noch effizienteren Prozessen und Abläufen, wir arbeiten selbstverständlich weiterhin kundenorientiert und fördern weiter das Engagement unserer Mitarbeiter. Wachstum kann nur auf einem Fundament eines einheitlichen Werteverständnisses im Konzern basieren, das Kunden und Mitarbeitern Achtung entgegenbringt.

Daran wollen wir uns messen

Unsere strategischen Ziele für weiteres profitables Wachstum sind wie folgt definiert:

- Bis 2019 möchten wir unseren Umsatz auf 400 Mio. Euro steigern
- Dazu streben wir ein jährliches Umsatzplus von 10% an.
- Langfristig werden wir uns personell verstärken, es werden Arbeitsplätze entstehen. Für 2016 werden am Standort Ulm 25 Stellen geplant.

Schwerpunktthema 2: Produktverantwortung

Wo stehen wir?

Die Vielzahl unserer Rohstoffe stellt für uns die Herausforderung unsere gesamte Lieferkette zu durchleuchten dar. Sehr viele unserer Rohstoffe beziehen wir regional. Ca. 90% unserer Rohstoffe stammen aus Europa, so dass europäische Standards dafür sorgen, dass grundlegende Arbeitsstandards eingehalten werden. Lediglich wenige Prozent unserer Rohstoffe beziehen wir von internationalen Unternehmen oder Händlern, deren Waren beispielsweise aus Brasilien oder Asien kommen.

Basisinformationen zu neuen Lieferanten werden bisher durch einen Fragebogen erhoben, der auch Fragen zu Umweltschutzmanagement und Nachhaltigkeit enthält, z.B. zu Umweltmanagementsystemen, Umweltzielen und Selbstverpflichtungen. Die Top-50 Lieferanten werden zusätzlich jährlich beurteilt. Dazu kommen eigene Betriebsbesichtigungen die ca. alle 3 Jahre durchgeführt werden. Bei diesen Besuchen werden ökologische Punkte (wie z.B. Energie- und Entsorgungsmanagement etc.) abgefragt.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Zweifelsohne wollen wir uns nicht nur auf europäische Maßgaben verlassen und arbeiten daher an einem Verhaltenscodex für unsere Lieferanten: Unser Ziel ist es, einen Code-of-Conduct zu erstellen und dass bis Ende 2016 50% unserer Top 50 Lieferanten diese freiwillige Selbstverpflichtung unterzeichnen und weitere in 2017 nachziehen werden. Die Bestandteile dieses Verhaltenscodex basieren 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. Parallel dazu wird ein internes Compliance-System aufgebaut, auf das sich unsere Mitarbeiter stützen können.

Daran wollen wir uns messen

Folgende Ziele haben wir uns im Bereich Lieferkettenmanagement für das Jahr 2016 gesteckt:

- In 2016 soll ein Code-of-Conduct (Verhaltenscodex/ Selbstverpflichtung) für Lieferanten eingeführt werden.
- Schrittweise Umsetzung: Bis 12/2016 sollen 50% unserer Top 50-Lieferanten die Einhaltung erklären

Schwerpunktthema 3: Mitarbeiterverantwortung

Wo stehen wir?

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 in dem wir ein großes Fort- und Weiterbildungsprogramm („Horizonte“) anbieten. Dieses enthält von Sprachkursen, über Präsentationstrainings bis hin zu Kochkursen und Gesundheitstagen ein vielfältiges Spektrum an Seminaren. Die Weiterentwicklung von Führungskräften wird durch spezielle Seminare gefördert. Zudem gibt es eine regelmäßige Austauschmöglichkeit für Führungskräfte „Runder Tisch für Führungskräfte“.

Auf das Feedback und Verbesserungsvorschläge der Mitarbeiter legen wir großen Wert. Daher werden in regelmäßigen Abständen Mitarbeitergespräche geführt. Unser Intranet „Quako“ (ähnlich aufgebaut wie Facebook) dient zur schnellen und ansprechenden Kommunikation der Unternehmensaktivitäten an die Mitarbeiter sowie deren Einbindung in Prozesse und Entscheidungen (bspw. durch Umfragen), jedoch ermöglicht es auch den unkomplizierten Austausch unter den Mitarbeitern.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Für 2016 und 2017 wollen wir unsere Aktivitäten im Bereich „Mitarbeiterverantwortung“ noch weiter ausdehnen. Unter dem Motto „Balance bei der Arbeit“ führen wir eine Umfrage zum Arbeitsplatz und Workshops zur Arbeitsplatzoptimierung durch.

Um den gegenseitigen Austausch der Mitarbeiter untereinander weiter zu verstärken, können Mitarbeiter beim „Business Lunch“ zukünftig ihre Tätigkeit vorstellen und Einblicke in ihre Arbeitswelt geben. Des Weiteren ist die Erstellung eines Magazins als Informationsmedium von Mitarbeitern für Mitarbeiter und deren Familien geplant.

Um Wertschätzung für unsere Mitarbeiter auszudrücken, planen wir regelmäßige kleine Überraschungen. Beispielsweise gab es bereits Anfang 2016 zu Fasching Krapfen und zu Ostern eine Ostereiersuche mit kleinen Aufmerksamkeiten. Als besondere Wertschätzung möchten wir den Mitarbeitern einen regelmäßigen Austausch mit dem Vorstand ermöglichen, es sollen Fragen gestellt werden können, die den Mitarbeitern am Herzen liegen.

Daran wollen wir uns messen

Die Wirkung der oben genannten Maßnahmen, die in 2016 und 2017 umgesetzt werden sollen, möchten wir durch Mitarbeiterumfragen messbar machen. Dazu eignen sich die folgenden Zielkennwerte:

- Hohes Niveau der Mitarbeiterzufriedenheit halten auf 91%
- Hohe Weiterempfehlungsbereitschaft der Mitarbeiter erhalten auf 92%

3. Weitere Aktivitäten

Was wir außerdem erreichen wollen

- Leitsatz 2: Menschen- und Arbeitnehmerrechte

Wir gehen verantwortungsvoll mit Menschen um. Um einen Handlungsrahmen für unsere Mitarbeiter vorzugeben führen wir sukzessive Compliance-Richtlinien ein.

Als Chemieunternehmen unterliegen wir den arbeitsrechtlichen Bestimmungen des Chemie-Tarifvertrages und stehen mit unserem Betriebsrat in einem engen und stetigen Austausch.

- Leitsatz 3: Nachhaltige Innovationen

Um wettbewerbsfähig zu sein und zu bleiben sind Innovationen wichtige Voraussetzung. Die Basis hierfür liegt in unseren Forschungs- und Entwicklungsabteilungen. Prinzipiell sind wir in unserer Entwicklung offen für Inspirationen und Ideen von Kunden, Lieferanten und Markttrends. Diese Zusammenarbeiten fassen wir unter dem Begriff "Open Innovation" zusammen. Auch bei Prozessen wie bspw. Produktionsprozessen und -techniken suchen wir nach neuen Möglichkeiten, z.B. Verfahren aus anderen Branchen, um unsere Effizienz zu steigern.

Ziel: 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.

- Leitsatz 4: Finanzentscheidungen

Durch alle unsere Entscheidungen möchten wir Mehrwert für unsere Anspruchsgruppen (u.a. Kunden, Mitarbeiter, Finanzgeber) schaffen. Wir agieren mit Weitblick und beziehen neben ökonomischen auch soziale und umweltbezogene Aspekte in Finanzentscheidungen und Investitionen ein. Wir streben nicht den schnellen Profit an, sondern langfristig ausgewogenes Wachstum. Das Fundament für gute Geschäftsbeziehungen bildet gegenseitiges Vertrauen und Verlässlichkeit. Netzwerke für unsere Handwerkskunden und die Förderung von Handwerkernachwuchs spielen eine wichtige Rolle.

Ziel: Möglichst viele Handwerker sollen von unserem Wissen profitieren. Daher haben wir 2015 in neue Kundenschulungsräume investiert. In 2016 streben wir allein 70 Schulungen in diesen Räumlichkeiten an zusätzlich zu weiteren Schulungen und Seminaren in ganz Deutschland.

- Leitsatz 5: Anti-Korruption

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. Festgehalten sind diese Grundsätze in unseren Compliance Richtlinien. Beispielsweise hält die damit verbundene Geschenkerichtlinie unsere Mitarbeiter dazu an, Geschenke und sonstige Zuwendungen in einem zentralen Tool zu erfassen.

Ziel: Transparenz, Einhaltung von Gesetzen und unserer Richtlinien

- Leitsatz 6: Ressourcen

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.

Ziel: Ausweitung der Ökobilanzen auf weitere Produktgruppen und deren Ergebnisse in Form von Umweltproduktdeklarationen (EPDs) und Nachhaltigkeitsdatenblätter zu veröffentlichen.

- Leitsatz 7: Energie und Emissionen

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

Ziel: Weitere Reduzierung des Grundlaststromverbrauchs (fixer Stromverbrauch, bspw. wenn nicht produziert wird).

- Leitsatz 9: Regionaler Mehrwert

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.

- Leitsatz 10: Anspruchsgruppen

Durch den regelmäßigen Austausch mit unseren Anspruchsgruppen wie unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, bekommen wir wichtiges Feedback zu unseren Unternehmensaktivitäten. So veranstalten wir Kundenworkshops zu unterschiedlichen Themen, regelmäßige Mitarbeiterumfragen sowie Lieferantengespräche.

Ziel: Beständigen Austausch mit den Anspruchsgruppen fortführen und diese durch unseren Nachhaltigkeitsbericht und den WIN-Charta-Bericht informieren.

- Leitsatz 11: Anreize zum Umdenken

In regelmäßigen Abständen informieren wir unsere Mitarbeiter über das Intranet zu aktuellen Nachhaltigkeitsthemen. Zudem achten wir auf kleine Details, die jedoch Signalwirkung haben, bspw. gehören zu unseren neuesten Werbegeschenken Stofftaschen aus Fair-Trade-Baumwolle.

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

4. Unser WIN!-Projekt

Dieses Projekt wollen wir unterstützen

Wir möchten den Umweltschutz und das Umweltbewusstsein in der Region fördern. Daher ist unser WIN-Projekt der Bau eines Waldlehrpfads (Gehölzlehrpfad) in Laichingen auf der Schwäbischen Alb in Zusammenarbeit mit dem BUND (Bund für Umwelt und Naturschutz e.V.). Hierzu werden diverse Gehölze gepflanzt. Um den Besuchern die ökologische Bedeutung von einheimischen Sträuchern und Gehölzen näher zu bringen wird dieser mit 30 witterungsbeständigen Schautafeln mit deutschen und lateinischen Namen der Gehölze sowie Angaben zu Merkmalen, Eignung und Frucht der Pflanzen versehen.

Art und Umfang der geplanten Unterstützung

Das Projekt wird von der Geschäftsleitung unterstützt und federführend vom BUND – Umweltzentrum Ulm umgesetzt. Gerne möchten wir neben unseren Mitarbeitern und Auszubildenden, deren Familien miteinbeziehen. Im Laufe des Sommers werden die Mitarbeiter zur Planung des Pfades hinzugezogen und erhalten eine Einladung für die Teilnahme an diesem Naturlehrpfad Projekt.

Die Kosten des Projekts belaufen sich voraussichtlich auf ca. 7.500 €. Das Projekt ist damit soweit abgeschlossen. Die Pflege des Waldlehrpfads wird weitaus niedriger liegen, die Kosten hierfür können jedoch noch nicht genau beziffert werden.

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