



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2023

SIO FARBEN GMBH



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	2
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	3
4. Unsere Schwerpunktthemen	4
Leitsatz: Ressourcen	5
Leitsatz: Produktverantwortung	7
Leitsatz: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	8
5. Weitere Aktivitäten	10
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	10
Umweltbelange	11
Ökonomischer Mehrwert	12
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	13
Regionaler Mehrwert	14
6. Unser WINI-Projekt	16
7. Kontaktinformationen	17
Ansprechpartner	17
Impressum	17

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die **SIO Farben GmbH** in Viernheim entwickelt, produziert und vertreibt Silikatfarben, Fixative und Ergänzungsprodukte. Ein weiterer Bereich sind Leinöl-Farben für authentische Holzschutz- und Holzveredelung.

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

Bei unseren Produkten verzichten wir auf den Einsatz von Weichmachern, Bioziden, Lösungs- und Konservierungsmitteln. SIO fertigt nachhaltige, ökologisch einwandfreie, emissionsfreie, langlebige und innovative Silikatfarben für den Innen- und Außenbereich.

Unsere Farben sind prädestiniert für historische, moderne und nachhaltige Bauten. Denkmalbehörden, kirchliche Bauämter, Restauratoren, Architekten, Verarbeiter, Investoren und Bauherren sind unsere Ansprechpartner bei der Auswahl der Farbqualitäten.

Weitere wichtige Kundengruppen sind langfristige Bestandhalter wie z.B. Baugenossenschaften und Immobiliengesellschaften. Ökologie, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit stehen im Vordergrund. Lange Renovierungszyklen sind vor allem für Bestandhalter attraktiv und ein zentrales Entscheidungskriterium für die Auswahl eines Anstrichsystems.

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

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

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

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta identifizieren wir uns mit der Region und handeln mit ökonomischer, ökologischer und sozialer Verantwortung.

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

Die WIN-Charta wurde aufgrund der Anforderungen der CSRD-Richtlinie weiterentwickelt. Aus der WIN-Charta wird KLIMAWIN. Aus diesem Grund werden wir für das Berichtsjahr 2024 den Nachhaltigkeitsbericht im KLIMAWIN Format anfertigen. Ausführliche Informationen zu KLIMAWIN finden Sie auf

<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin>

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 29.06.2017

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Die SIO Farben GmbH unterstützt – wie im Vorjahr - die **alwine** STIFTUNG - IN WÜRDE ALTERN gGmbH. Ziel unseres Engagements ist es hilfsbedürftigen Menschen möglichst lang ein sicheres, weitgehend selbstbestimmtes Leben in den eigenen vier Wänden zu ermöglichen.

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: 1.000,00 EUR

Projektpate: Rotary Club Weinheim - Verdoppelung der Spende auf insgesamt 2.000,00 EUR

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 4: Ressourcen
- Leitsatz 6: Produktverantwortung
- Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Zu Leitsatz Ressourcen:

Wir können die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen reduzieren durch:

- Steigerung der Ressourceneffizienz oder Erhöhung der Rohstoffproduktivität
- Wiederverwendung von Materialien

Die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks ist ein wesentliches Kriterium unserer Entwicklungsarbeit. Besonders interessant ist es, wenn wir zusätzlich ökonomische Vorteile erzielen und den Preissteigerungen der eingesetzten Rohstoffe entgegenwirken können. Dabei betrachten wir die gesamte Wertschöpfungskette bis zu unseren Kunden.

Die Kostensteigerungen aufgrund der Unterbrechung der Lieferketten während der Corona Pandemie müssen wir an unsere Kunden weitergeben. Umso wichtiger ist es, Kostenreduktionen innerhalb der Wertschöpfungskette und im Gemeinkostenbereich zu erzielen, um die Auswirkungen auf die Absatzpreise so gering wie möglich zu halten.

Zu Leitsatz Produktverantwortung:

Unsere Dienstleistungen und Produkte dürfen über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg möglichst geringe negative Umweltbelastungen verursachen.

Unsere Nachhaltigkeitsdatenblätter umfassen die Volldeklaration der Einsatzstoffe nach VdL-RL 01 (5. Revision, Jan. 2017) und Informationen zu Emissionen, Recycling und Entsorgung. Damit schaffen wir vor allem bei Privatkunden einen wesentlichen Beitrag zur Transparenz. Kenntnisse über die Aussagekraft der verschiedenen Umweltzeichen, die meist nur nationalen Bekanntheitsgrad haben, sind bei dabei nicht notwendig.

Wir beschränken uns jedoch auf die Eigenschaften unserer Einsatzstoffe, die wir aus Technischen Merkblättern und Sicherheitsdatenblättern ableiten. Hier müssen wir ansetzen und zusätzlich die Herstellungsart von Rohstoffen und die Länge der Transportwege bei unserer Beurteilung einbeziehen.

Die Fundamente der nachhaltigen SIO-Produktqualitäten bilden unsere Rezepturen, die auf Einsatzstoffen von definierter Güte basieren. Beispielsweise gibt es verschiedenste Arten von Carbonaten, die sich unter anderem durch Korngrößen unterscheiden. Auch haben Einsatzstoffe, wie z.B. Additive eigene Rezepturen und können nicht einfach in bestehenden Rezepturen ausgetauscht werden.

Zu Leitsatz Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze:

Ohne einen nachhaltigen Unternehmenserfolg können weder ein effektives Nachhaltigkeitsmanagement noch Arbeitsplätze gesichert werden. In Zeiten des bevorstehenden konjunkturellen Abschwungs kommt dem Unternehmenserfolg eine zentrale Bedeutung zu. Als ein Indikator für die Entwicklung der Neubautätigkeit dient die Entwicklung der Anzahl von Baugenehmigungen. Mit einem Zeitverzug von durchschnittlich ca. 1,5 bis 2 Jahren (die Zeit von Baugenehmigung bis zur Fertigstellung der Gebäude) geben die Baugenehmigungen Auskunft über die künftigen Umsatzerwartungen in diesem wichtigen Marktsegment.

Vorausschauend müssen Maßnahmen eingeleitet werden, um auch künftig den Unternehmenserfolg sicherzustellen.

Leitsatz: Ressourcen

ZIELSETZUNG

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die Versandverpackungen für unsere Privat Label Kunden zu optimieren. Nach mehreren Transportschäden haben wir am Markt nach sicheren Lösungen gesucht. Die zu versendenden Produkte sind sehr unterschiedlich hinsichtlich Gewicht und Größe. Die verschiedenen Gebindegrößen und das teilweise zu liefernde Zubehör sollen mit max. zwei Paketen an unsere Kunden gesendet werden. Darüber hinaus gehende Bestellungen werden mit Spedition auf Paletten zugestellt.

Die Beschränkungen hinsichtlich der max. Abmessungen (120 x 60 x 60 cm) und des max. Gewichts von 31,5 kg soll es uns ermöglichen mit verschiedenen Paketdiensten zu arbeiten.

Die Zweitnutzung von erhaltenen Kartons werden wir für leichte Pakete bis max. 8 kg für gewerbliche SIO Kunden beibehalten, da diese das eingeführte Konzept unterstützen und bei geringen Gewichten kaum Transportschäden vorkommen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Unsere Anforderungen konnten wir mit Standardverpackungen nicht wirtschaftlich realisieren. In jedem Fall wären mindestens zwei unterschiedliche Verpackungsgrößen erforderlich gewesen, da die jeweilige Verpackung auf unsere individuellen Eimergrößen angepasst sein muss.
- Zusammenstellung von zu versendenden Produkten:
 - 20 kg / 12,5 l Eimer (eine Eimergröße)
 - 5 kg / 5 l Eimer (eine Eimergröße)
 - 10 l Kanister
 - 5 l Kanister
 - 1 kg / 1 l Dosen
 - unterschiedliche Rollen, Pinsel, Abstreifgitter
 - Prospektmaterial und Dokumente

- Entwicklung eines Boden- und eines Deckel-Inlays mit Ausstanzungen für einen 5 kg /5 l Eimer und Perforierungen für einen 20 kg/ 12.5l Eimer und zwei 5 kg /5 l Eimer. Je nach Bedarf können die Inlays durch Herausbrechen der jeweiligen Inlay-Teile an die verschiedenen Eimerkonfigurationen angepasst werden.
- Gestaltung der Umverpackung mit einem Falz auf Höhe der 5 kg /5 l Eimer und von Distanzstücken, zur Nutzung des ungenutzten Raums, der durch die geringere Höhe im Vergleich zu dem großen Eimer entsteht.
- Suche eines Lieferanten, der die SIO-Universalverpackung herstellen kann
- Produktion von Prototypen
- Test der Verpackungen durch mehrfache Versendungen zu ausgewählten Kunden und von den Kunden zurück ins Werk

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Nach erfolgreichen Versandtests haben wir die Werkzeuge in Auftrag gegeben und das Projekt realisiert.

Mit einer einzigen Verpackung können wir für folgende Aufträge einsetzen:

1. Ein 20 kg / 12,5 l Eimer und bis zu vier 1 kg / 1 l Dosen
2. Zwei 5 kg / 5 l Eimer, bis zu zwei 1 l Dosen und Rollen, Pinsel, Prospekte auf dem Deckel-Inlay
3. Ein 5 kg / 5 l Eimer, ein 5 l Kanister, bis zu vier 1 kg / 1 l Dosen und Rollen, Pinsel, Prospekte auf dem Deckel-Inlay
4. Ein 5 kg / 5 l Eimer, ein 10 l Kanister und Rollen, Pinsel, Prospekte auf dem Deckel-Inlay
5. Vier 5 l Kanister und Rollen, Pinsel, Prospekte auf dem Deckel-Inlay
6. Zwei 10 l Kanister und Rollen, Pinsel, Prospekte auf dem Deckel-Inlay

INDIKATOREN

Mit der von uns entwickelten Versandverpackung konnten wir die Transportschäden um über 90 % p.a. reduzieren.

Die Mehrfachnutzung einer intelligenten Verpackung sorgt für eine effektive Nutzung von Ressourcen. Wir können ca. 95 % aller Internet-Bestellungen unserer Private Label Kunden mit der Bestückung eines Pakets durchführen. Der Wert ist so hoch, da i.d.R. Innenfarben und eher selten Fassadenfarben über diesen Vertriebsweg verkauft werden. Zudem können bei Innenfarben mit einem 12,5 l Eimer Flächen bis zu 50 m² zweimal gestrichen werden. Die Menge reicht daher für ein bis zwei Räume aus.

Die restlichen 5 % verteilen sich auf die Versendung von zwei Paketen und Stückgutversendungen mit Spedition.

AUSBLICK

Die SIO Farben GmbH wird weiter an der Optimierung des Ressourceneinsatzes arbeiten. Viele kleine und ohne weitere Studien umsetzbare Ideen werden von unseren Mitarbeitern im Rahmen ihrer täglichen Arbeit umgesetzt.

Leitsatz: Produktverantwortung

ZIELSETZUNG

Wir haben uns zum Ziel gesetzt bei Produktüberarbeitungen und Neuentwicklungen in die Auswahl der einzusetzenden Rohstofflieferanten die Produktionsweise und den Herstellungsort einzubeziehen. Wir wissen dabei, dass wir uns unter Umständen in einem Zielkonflikt hinsichtlich gewünschter Produktqualität und Wirtschaftlichkeit befinden.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Information bei Lieferanten über Produktionsprozesse und Herstellungsorte
- Suche nach Alternativlieferanten
- Bemusterung der Produkte von Alternativlieferanten
- Entscheidung Rohstoffe einzusetzen, die in Europa produziert werden

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir mussten feststellen, dass es nur in Ausnahmefällen möglich ist, Informationen über den Energieverbrauch zur Fertigung von Rohstoffen zu erhalten. Besonders schwierig wird es, wenn wir gewisse Einsatzstoffe aufgrund von zu geringen Bezugsmengen nicht direkt beim Produzenten, sondern über den Handel einkaufen. Mit Kenntnis der chemischen Verfahren der Herstellung einzelner Rohstoffe können wir eine qualitative Beurteilung vornehmen.

Die Orte der Herstellung können wir wesentlich einfacher ermitteln.

Die Suche nach Alternativlieferanten brachte im Wesentlichen die erwarteten Erkenntnisse über Preise und neue Produktentwicklungen, die nach Herstellerangaben die Produktqualität des Endprodukts verbessern sollen. Bei neuen Lieferanten war die Auskunftsfreudigkeit hinsichtlich Produktionsverfahren noch restriktiver als bei unseren langjährigen Lieferanten.

Aus diesem Grund haben wir uns entschieden, grundsätzlich die eingesetzten Materialien nach chemischen Verfahren der Herstellung und bei natürlichen Rohstoffen nach dem Herstellungsorten zu klassifizieren.

Bei der Optimierung von Rezepturen sind wir auf einen bislang noch nicht eingesetzten Rohstoff gestoßen, welchen wir noch nicht eingesetzt hatten. Nach ersten positiven Laborversuchen haben wir eine größere



Testmenge für umfangreiche Produkttests bestellt. Nach Rückfrage bezüglich der Lieferzeit haben wir erfahren, dass das Produkt in Australien hergestellt wird. Sofort haben wir nach Alternativen gesucht und letztendlich ein vergleichbares Produkt gefunden, das in England hergestellt wird. Der CO₂-Fußabdruck ist auch ohne detaillierte Kenntnis des konkreten Transports sicher niedriger.

Produkte, die außerhalb von Europa hergestellt werden, werden grundsätzlich nicht bemustert. Diese Entscheidung fällt uns aufgrund unserer Unternehmensgröße leicht, da wir keine Preisvorteile durch internationalen Rohstoffbezug realisieren können.

INDIKATOREN

Eine quantitative Dokumentation ist bei rein qualitativen Maßnahmen nicht möglich.

AUSBLICK

Die SIO Farben GmbH wird, durch die die Entwicklung eines Rohstoffbaukastensystems, die Anzahl der verschiedenen Einsatzstoffe reduzieren. Dies erhöht die Bezugsmengen, reduziert die Transporte und senkt die Einkaufspreise der Rohstoffe.

Letztlich hilft diese Maßnahme auch bei der Auswahl der einzusetzenden Rohstoffe, die möglichst wenig nicht regenerative Energieträger bei der Herstellung und beim Transport verbrauchen.

Leitsatz: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

ZIELSETZUNG

Die Sicherung von Arbeitsplätzen ist bei inhabergeführten Unternehmen das wichtigste Ziel des Unternehmenserfolgs. Besonders in bevorstehenden Zeiten des konjunkturellen Abschwungs ist die Einleitung von Maßnahmen zur Ergebnissicherung Ausdruck von vorausschauender Unternehmensführung.

Die zu erreichenden Unternehmensziele werden in der Unternehmensplanung festgehalten und mit Maßnahmen zur Zielerreichung unterlegt. Wenn jedoch, wie in den vergangenen Jahren, Disruption und / oder Unwägbarkeiten das neue Normal sind, müssen Ziele und Planungen agil und resilient sein. Proaktives Handeln ist ebenso wie eine konsequente Prioritätensetzung notwendig, um den Zielkorridor der Planung zu erreichen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Fokussierung der vertrieblichen Maßnahmen zur Absicherung der Umsätze durch Einführung eines Key-Account-Systems
- Konzentration auf Kunden mit einem resilienten Geschäftsmodell
- Akquisition und Entwicklung von Zielkunden. Die ausgewählten Zielkunden haben eine hohe Affinität zu ökologischen und nachhaltigen Produkten. Sie richten Ihre vertrieblichen Aktivitäten dementsprechend aus und haben daher einen hohen Anteil an Aufträgen, bei denen unsere Produktqualitäten verlangt wird.
- Konsequente Vermeidung von nicht zwingend notwendigen Ausgaben

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die eingeleiteten Maßnahmen konnten nicht verhindern, dass uns ein großer Kunde im Ausland weggebrochen ist. Im Inland konnten wir den Umsatzausfall nicht komplett kompensieren. Mit der Umsetzung der beschriebenen Maßnahmen haben die Voraussetzungen geschaffen unser Geschäftsmodell resilienter aufzustellen.

INDIKATOREN

Im Inland haben wir über 20 % unseres Umsatzes mit Neukunden erzielt und konnten somit Umsatzrückgänge bei einigen Bestandskunden mehr als kompensieren.

AUSBlick

Zur Gewährleistung eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs und zur Sicherung der Arbeitsplätze bauen wir das Key-Account-System weiter aus. In einem weiteren Schritt werden wir Produktvarianten anbieten, die speziell auf die Anforderungen unserer Zielkunden abgestimmt sind.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Integrität und Toleranz gehören zu den Werten die wir in unserem Unternehmen beachten. Wir handeln nach ethischen Grundsätzen. Das SIO Team verbindet ein gemeinsames Werteverständnis und die Toleranz für andere Ansichten und Lebensweisen. Die Freiheit des Einzelnen endet dort, wo die Freiheit des Anderen beginnt.
- Nachdem die Kundenaufträge abgearbeitet sind, können die Mitarbeiter im Produktionsbereich die restliche Arbeitszeit weitgehend frei einteilen.
- Einbezug der Mitarbeiter in Entscheidungsprozesse

Ergebnisse und Entwicklungen:

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

Ausblick:

- Für die erfolgreiche Umsetzung unserer Strategie ist entscheidend, wie wir handeln. Dafür stehen unsere Werte. Durch die Einbindung der Mitarbeiter in Entscheidungen und die Information über die aktuellen Zahlen des Unternehmens werden Vorgehensweisen in Frage gestellt. Die Optimierung von Prozessen führt letztendlich zu einer Ergebnisverbesserung.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

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

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch gemeinsames Diskutieren und Aufarbeiten von Themen werden Probleme schnell einer Lösung zugeführt.
- Überarbeitung von Prozessen, um Fehler weitestgehend zu vermeiden

- Der offene Dialog insbesondere vom privaten Belangen unserer Mitarbeiter wird durch den achtsamen Umgang miteinander unterstützt.

Ausblick:

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

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In den Vorjahren haben wir an unserer Präsenz im Social Media Bereich gearbeitet. Nach einer Analyse wir jedoch feststellen müssen, dass der gewünschte Dialog mit unseren Kunden weitgehend ausgeblieben ist.
- Die Ansprache der im Focus stehenden Kundengruppen erfolgt nach wie vor mit dem traditionell zur Verfügung stehenden Kundenbindungskonzepten.
- Schulungen, Unterstützung bei Ausschreibungen und Laboranalysen von Untergründen incl. Anstrichempfehlungen sind die Themen mit denen wir unsere Kunden binden und Zielkunden akquirieren können

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben derzeit unsere Social Media Aktivitäten stark reduziert.
- Unser Geschäftsmodell hat sich in den vergangenen Jahren immer mehr in Richtung Direktvertrieb entwickelt.
- Unsere Privatkunden erreichen uns über Empfehlungen. Einen Online-Shop betreiben wir nicht. Der überwiegende Anteil unserer Privatkunden möchte umfangreichere Anstricharbeiten in Innen- als auch im Außenbereich vornehmen. Für die Realisierung von Verkäufen ist deswegen regelmäßig eine telefonische Beratung notwendig.

Ausblick:

- Aufgrund unserer Vertriebsstrategie werden wir den oben skizzierten Weg fortsetzen.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

- Siehe Schwerpunktthemen.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ausschließlicher Einsatz von elektobetriebenen Flurförderfahrzeugen
- Optimierung des Stromverbrauchs
- Reduktion der Innenraumtemperatur in den Wintermonaten

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Luftqualität in sämtlichen Fertigungsbereichen ist außerordentlich gut.
- Durch Sensibilisierung der Mitarbeiter und zeitversetztes Hochfahren der einzelnen Verbraucher haben wir den Stromverbrauch reduziert.
- Da unser Betriebsgebäude gemietet ist, haben wir nur die Chance den Energieverbrauch durch intelligente Nutzung zu reduzieren.

Ausblick:

- Bei Anschaffung von neuen Betriebsmitteln achten wir – wie in den Vorjahren - auf einen niedrigen Energieverbrauch.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

- Siehe Schwerpunktthemen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

- Siehe Schwerpunktthemen.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir entwickeln unsere Rezepturen permanent weiter.
- Impulse erhalten wir unter anderem von unseren Kunden und von unseren Rohstofflieferanten
- Wir achten darauf, dass wir neue Rohstoffe in möglichst vielen Produkten einsetzen können. Ziel ist der Ersatz des bisher eingesetzten Rohstoffs, um die Anzahl der verschiedenen Rohstoffe nicht zu erhöhen.
- Nachhaltige Innovationen setzen eine Steigerung der Ressourceneffizienz voraus.
- Umfangreiche Labor-, Verarbeitungs- und Langzeittests müssen erfolgreich absolviert werden, bevor wir unsere Neuentwicklungen umsetzen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Bei Rezepturveränderungen, die mehrere Einsatzstoffe umfassen, müssen wir i.d.R. neue Eichreihen für die Abtönung unserer Farben erstellen. Aus diesem Grund versuchen wir den Einlauf neuer Produkte in die Nebensaison zu legen.

Ausblick:

- Die permanente Weiterentwicklung unseres Produktsortiments ist vor allem bei Unternehmen mit einem spezialisierten Produktprogramm unabdingbar. Die SIO Farben GmbH hat sich auf die Herstellung von ökologischen Silikatfarben spezialisiert. Unsere Kunden erwarten von uns eine höhere Produktqualität und mehr Beratungskompetenz gegenüber Unternehmen, die ein Vollsortiment an Farbqualitäten anbieten.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In den letzten Jahren haben wir uns bewußt bei Finanzentscheidungen für den Kauf und die klassische Kreditfinanzierung entschieden. Wir haben derzeit keine Leasing- und Mietverträge abgeschlossen.
- Investitionen werden im Finanzplan berücksichtigt, so können Finanzentscheidungen rechtzeitig beurteilt und getroffen werden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die nach der Gründung des Unternehmens starke Fremdfinanzierung haben wir größtenteils zurückgeführt.
- Die Finanzplanung ist mit der monatlichen Ergebnisrechnung ein wesentliches Steuerungsinstrument unseres Unternehmens.

Ausblick:

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

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

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

Ergebnisse und Entwicklungen:

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

Ausblick:

- Bei Neuanstellungen von Mitarbeitern wird das Themenfeld intensiv besprochen.
- Als kleines Unternehmen haben wir nicht geplant eine Compliance Richtlinie umzusetzen.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

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

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Der regionale Bezug von Dienstleistungen ermöglicht eine hohe Flexibilität und Reaktionsgeschwindigkeit.

Ausblick:

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

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

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



Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch Gespräche mit unseren Mitarbeitern wissen wir, dass auch im privaten Bereich ein Umdenken erfolgt. Natürlich zuerst in den Fällen, bei denen ein Umdenken nicht mit vielen Einschränkungen verbunden ist.
- Wir haben das Ausdrucken von Dokumenten deutlich reduziert.
- Wir lassen unsere Prospekte ausschließlich auf FSC-zertifiziertem Papier von einer regional ansässigen Unternehmen drucken.

Ausblick:

- Entscheidend für den Kauf von nachhaltigen Produkten ist die wirtschaftliche Situation der Kunden. Wenn sich die wirtschaftlichen Voraussetzungen verschlechtern, rechnen wir mit einem rückläufigen Trend. Dieser wird sich jedoch zuerst bei Dingen des täglichen Bedarfs zeigen, da sich dort Einsparungen finanziell unmittelbar auswirken.

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Wir unterstützen das Projekt Hausnotruf der alwine Stiftung. Unser Ziel ist es, alten und bedürftigen Menschen einen würdevollen und sicheren Verbleib in der eigenen Wohnung zu ermöglichen.

Die heutige gemeinnützige alwine STIFTUNG - IN WÜRDE ALTERN wurde 2009 als Stiftungsinitiative Altersarmut von Frauen in Weinheim gegründet. Als Initiatorin und Stifterin zeichnet Martina Schildhauer verantwortlich. Sie ist Motor und Ideengeberin und bringt sich aktiv in die Stiftungsarbeit mit den Schwerpunkten Altersarmut, Gewalt im Alter sowie Demenz ein.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Die SIO Farben GmbH hat 1.000 Euro (plus 1.000 Euro vom Projektpaten: Rotary Club Weinheim) für das Projekt Hausnotruf gespendet.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir wissen, dass viele Menschen gerne so lange wie möglich selbstbestimmt in der eigenen Wohnung leben möchten. Hier möchten wir einen Beitrag leisten.

AUSBLICK

Die Unterstützung der alwine Stiftung wird zu unserem WIN!-Projekt. Die Kosten des Hausnotrufs fallen so lange an, wie die bedürftigen Menschen ihre eigene Wohnung nutzen können. Zur Durchfinanzierung dieses Projekts ist es notwendig, dass die jährlichen Spenden ausreichen, um zumindest den bereits geförderten Personenkreis bedienen können. Da das Thema Altersarmut in den nächsten Jahren durch den demographischen Wandel und die hohe Anzahl von befristeten Arbeitsverhältnissen zunehmen wird, werden wir dieses regionale Projekt auch künftig finanziell unterstützen.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Dr. Herbert Holzer

herbert.holzer@sio-farben.com

Impressum

SIO Farben GmbH

Alexander-Fleming-Straße 1

68519 Viernheim

Telefon: +49 6204 9159 000

Fax: +49 6204 9159 099

E-Mail: info@sio-farben.com

Internet: www.sio-farben.com



Feinste Mineralfarben aus Passion