

NACHHALTIGKEITSBERICHT

2013
2014



Strategien

Aktivitäten

Ziele

Werte

MADER

1.117 t

weniger CO₂-Emissionen unserer Kunden pro Jahr

>>> mehr auf S. 41

19,6 %

Strom eingespart

>>> mehr auf S. 39

11

Auszubildende

sind durchschnittlich bei uns beschäftigt

>>> mehr auf S. 33

55 %

unserer Führungspositionen sind durch Frauen besetzt

>>> mehr auf S. 31

Inhalt

1. Unternehmensdarstellung	
1.1 Historie	6
1.2 Daten & Fakten	7
1.3 Unsere Werte	8
1.4 Veränderungen im Berichtszeitraum	10
1.5 Produkte & Dienstleistungen	12
1.5.1 Der Mader-Effekt	12
1.5.2 Produkte	13
1.5.3 Dienstleistungen	14
1.6 Auszeichnungen & Zertifikate	15
1.7 Stakeholder-Dialog	18
1.8 Beschaffung	22
2. Nachhaltigkeitsmanagement	
2.1 Ökonomie	28
2.1.1 Nachhaltig wirtschaftlich	28
2.1.2 Reklamationsquote	28
2.1.3 Wirtschaftliche Leistung	29
2.2 Soziale Verantwortung	30
2.2.1 Personalstruktur	30
2.2.2 Altersstruktur	30
2.2.3 Unsere Mitarbeiter	31
2.2.4 Ausbildung	33
2.2.5 Schulung & Weiterbildung	35
2.2.6 Mitarbeiterzufriedenheit	36
2.2.7 Unsere Kunden	37
2.2.8 Die Gesellschaft	37
2.3 Ökologie	38
2.3.1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	38
2.3.2 Energieverbrauch außerhalb der Organisation	40
2.3.3 Abfallwirtschaft	40
2.3.4 Energieeffiziente Produkte & Dienstleistungen	41
2.3.5 Kataloge	44
2.3.6 Kosten Umweltschutz	44
3. Nachhaltigkeitsziele	
3.1 Ziele für 2015 / 2016	48

Liebe Leserin, lieber Leser,

mit der Veröffentlichung des vorliegenden ersten Mader-Nachhaltigkeitsberichts sollen die Aktivitäten, Strategien sowie Maßnahmen und Ziele unserer Handlungsfelder erstmalig allen Interessierten zugänglich gemacht werden, die mit unserem Unternehmen in Verbindung stehen. Dabei verfolgen wir den Anspruch, sowohl ein Abbild unseres bisherigen Engagements aufzuzeigen, als auch über unsere künftigen Strategien und Aktivitäten zu informieren.

Mit diesem Bericht wenden wir uns an unsere Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter sowie an Vertreter aus Politik, Wissenschaft, Medien und Zivilgesellschaft – also an all jene, die an der Ausübung unserer Unternehmenstätigkeit beteiligt sind oder diese mit Interesse verfolgen.* Gleichzeitig ermöglicht uns diese umfassende Standortbestimmung die Identifikation von neuen Herausforderungen und das Erkennen möglicher Schwachstellen. Der Bericht führt die Tradition transparenter Kommunikation fort, die ein fester Bestandteil der Mader-Kultur ist. Der Berichtszeitraum der inhaltlichen Themen erstreckt sich von 2013 bis 2014, bezieht dabei jedoch auch weiter zurückliegende Aktivitäten mit ein. Bei der Auswahl der dargestellten Themen und Handlungsfelder wurden sowohl die Schwerpunkte unserer Unternehmenstätigkeit, deren Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt sowie die Erfahrungen und Kenntnisse aus dem kontinuierlichen Austausch mit unseren Anspruchsgruppen berücksichtigt.

Die inhaltliche Abstimmung erfolgte in enger Kooperation mit den einzelnen Fachabteilungen. Sämtliche quantitativen und qualitativen Aussagen in diesem Bericht wurden durch die jeweiligen Fachabteilungen überprüft und freigegeben.

Der Mader-Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich am international anerkannten Leitfaden für nachhaltige Berichterstattung der „Global Reporting Initiative“ (GRI). Wir werden den Nachhaltigkeitsbericht in einem 2-jährigen Zyklus veröffentlichen. Der nächste Nachhaltigkeitsbericht wird im Jahre 2017 erscheinen.

Ziel des Berichts ist es, gelebte Nachhaltigkeit einmal mehr transparent und vor allen Dingen greifbar zu machen. Darüber hinaus macht er deutlich, was in den letzten zwei Jahren in unseren Handlungsdimensionen geleistet wurde und welche neuen Aufgaben auf uns warten. Dabei gilt das bewährte Motto: Der Weg ist das Ziel.

Wir würden uns freuen, wenn unser erster Mader-Nachhaltigkeitsbericht ein besseres Verständnis vom gesellschaftlichen Wirken des Unternehmens gibt und auch dazu beiträgt, mehr Bewusstsein für eines der wichtigsten Zukunftsthemen zu entwickeln.

Viel Freude bei der Lektüre wünschen Ihnen



Peter Maier, Manja Hies und Werner Landhäußer

*Aus Gründen besserer Lesbarkeit wurde auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen verzichtet. Die verwendete männliche Form meint dabei stets Frauen und Männer.



1. Unternehmensdarstellung

Seit 1935 gehört der Energieträger Druckluft zu Mader. Mehr als 80 Jahre Erfahrung, die uns zum Spezialisten für den gesamten Druckluftprozess machen – von der Erzeugung der Druckluft bis zur Anwendung. Diese deutschlandweit einzigartige Gesamtkompetenz ermöglicht uns eine „ganzheitliche“ Betrachtung und nachhaltige Auslegung des Druckluftprozesses beim Kunden.

1.1

Historie

Im Jahre 1935 wird Mader als Handelshaus durch den Kaufmann und Namensgeber Max Mader gegründet. Von 1935 bis 1945 war das Kerngeschäft der Verkauf von Kompressoren, Hebebühnen und Druckluftkomponenten für Werkstatteinrichtungen.

Bis in die späten 80er Jahre weitete das Unternehmen seine Kompetenz durch Produkt- und Geschäftsbereichserweiterungen im Segment Pneumatik aus. 1972 folgt die Unternehmensfusion mit der UHE Heizungsarmaturen, wodurch der Geschäftsbereich Wärmetechnik entsteht. 1988 markiert den Einstieg in das Geschäftsfeld Industrieautomation und Handhabungstechnik.

1990 wird das damals noch als GmbH geführte Unternehmen aus dem Privatbesitz an die Schweizer Bossard Holding AG verkauft. Bereits 1999 erfolgte der Verkauf an die Dätwyler Teco GmbH.

2004 entschließen sich Mitglieder der damaligen Geschäftsführung zu einem Management-Buy-Out, so dass die Mader GmbH & Co. KG heute wieder inhabergeführt ist. Mit Wirkung zum 1. September 2008 wurde der Geschäftsbereich Wärmetechnik an die OELTEC GmbH in Hamburg verkauft. Es folgte eine Fokussierung auf die Kernkompetenzen Pneumatik und Drucklufttechnik.



Die beiden Bereiche werden von uns nicht isoliert betrachtet, sondern als durchgehender Prozess, den es für unsere Kunden zu optimieren gilt. Aufgrund unserer jahrzehntelangen Erfahrung in beiden Bereichen, sind wir in der Lage Dienstleistungen und Produkte für den kompletten Druckluftprozess anzubieten - von der Erzeugung über den Transport bis hin zur Anwendung.



1.2

Daten & Fakten

Sitz

Leinfelden-Echterdingen

Inhaber

Werner Landhäußer, Peter Maier

Geschäftsführung

Manja Hies, Werner Landhäußer, Peter Maier

Zertifizierungen

Qualitätsmanagement: DIN EN ISO 9001
 Umweltmanagement: DIN EN ISO 14001
 Energiemanagement: DIN EN ISO 50001
 Arbeits-/Gesundheitsmanagement: BS OHSAS 18001

Airgroup

Mader ist Mitglied der Airgroup seit 2010. Die Airgroup wurde 2007 als Verein gegründet. Sie ist ein Zusammenschluss von regional tätigen Druckluflhändlern, die Qualität, zuverlässigen Service und Sicherheit in den Mittelpunkt ihrer Tätigkeit stellen.

Ziel des Zusammenschlusses war und ist es, gemeinsame Interessen und wirtschaftliche Belange zu fördern, zu vertreten sowie Kunden einen bundesweiten Druckluft-Service anzubieten.

Einer der drei Geschäftsführer der Airgroup GmbH & Co. KG ist Peter Maier, geschäftsführender Gesellschafter von Mader.

Kunden

Wir bedienen rund 4.500 Kunden und sind seit 1994 Vertragspartner der Landesmesse Stuttgart.

Absatzgebiete

Das Hauptabsatzgebiet des Unternehmens ist Baden-Württemberg. Deutschlandweit sind die Mader-Produkte über eine Direktbelieferung oder Handelspartner erhältlich. Als Mitglied der Airgroup sind wir darüber hinaus in der Lage einen deutschlandweiten Druckluft-Service anzubieten. Aktuell wird rund 3,6 % des Gesamtumsatzes im Ausland erwirtschaftet.

Hauptabnehmer

Die Mader GmbH & Co. KG vertreibt ihre Produkte online und über Kataloge an gewerbliche Abnehmer. Die wichtigsten Zielgruppen sind:

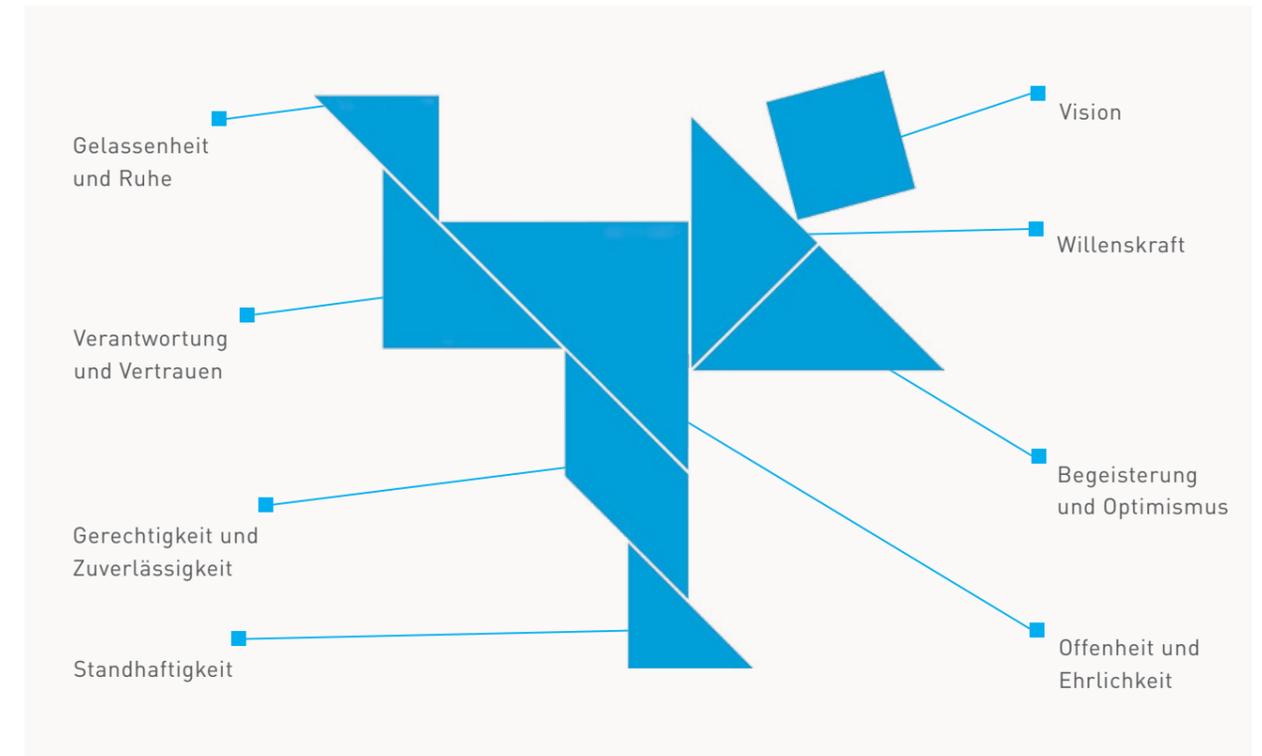
- Maschinenbau
- Druckereien
- Fahrzeugbau
- Getränkeherstellung
- Öffentliche Einrichtungen
- Händler

Daten & Fakten			
	2012	2013	2014
Mitarbeiter	83	80	78
Umsatz	11,3 Mio.	11,2 Mio.	12,3 Mio.
Menge gelieferte Produkte	4.392.030	4.231.175	4.246.989

Unser Standbein für
langfristigen Erfolg.

1.3 Unsere Werte

Unsere Werte stellen die Spielregeln dar, die wir intern und extern leben. Sie wurden nach dem Management-Buy-Out im Jahr 2006 von den neuen Gesellschaftern und der gesamten Führungsebene erarbeitet und im „WerteCodex“ zusammengefasst. Im Rahmen eines Outdoor-Events wurden die Werte vorgestellt und in Form von Spielen und im Team zu lösenden Aufgaben für die Mitarbeiter „erlebbar“ gemacht. Bis heute ist der WerteCodex ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. Im Eingangsbereich des Firmengebäudes und auf jedem Stockwerk wird daran in Form von Tafeln und Wertefahnen erinnert. Außerdem wurden die Besprechungsräume analog zu den Unternehmenswerten benannt.



Vision

Wir wollen mit unseren Produkten und Prozessen der beste Partner für die Industrie sein.

Standhaftigkeit

Was wir machen, hat Hand und Fuß. Denn es ist das Ergebnis sorgfältiger Überlegungen und einer umsichtigen Arbeitsweise.

Gelassenheit und Ruhe

Wir bewahren auch in schwierigen Situationen den Überblick, achten auf die wichtigen Dinge und handeln ohne Eile.

Willenskraft

Wir denken und handeln entschlossen, mit dem klaren Willen zum Erfolg: für unser Unternehmen, unsere Kunden und unsere Geschäftspartner.

Gerechtigkeit und Zuverlässigkeit

Wir schaffen Vertrauen und Glaubwürdigkeit, indem wir fair und verlässlich handeln.

Offenheit und Ehrlichkeit

Wir tun, was wir sagen. Und wir sagen, was wir meinen. Der offene und ehrliche Austausch ist unsere Stärke: wir lernen voneinander, unterstützen uns und entwickeln uns gemeinsam weiter.

Begeisterung und Optimismus

Wir begeistern unsere Kunden. Nicht nur fachlich, sondern auch emotional. Sie nehmen uns als sympathisches und leistungsstarkes Unternehmen wahr, das durch Teamgeist, Wissen und Spaß überzeugt.

Verantwortung und Vertrauen

Wir setzen großes Vertrauen in die Fähigkeiten und das Engagement unserer Mitarbeiter. Deswegen fördern wir Talent, Initiative und Eigenverantwortung. Wir nehmen ebenso gegenüber unserer Gesellschaft und Umwelt unsere soziale, schützende sowie nachhaltige Verantwortung ernst.

1.4

Veränderungen im Berichtszeitraum

Strategische Veränderungen

Das Krisenjahr 2009 brachte für das Unternehmen einen Umsatzeinbruch von mehr als 35 %. Eine Situation, die aus wirtschaftlichen Gründen einen Personalabbau erfordert hätte. Wir entschieden uns jedoch dagegen, setzten auf Kurzarbeit und intensivierten die Vertriebsaktivitäten. Schließlich nutzten wir die Krise als Chance das Unternehmen neu zu positionieren.

Der Bereich Drucklufttechnik hatte sich als besonders krisenresistent erwiesen. Zwar waren die Investitionen in neue Druckluftanlagen deutlich gesunken, parallel stieg jedoch der Umsatz mit Wartungen, Ersatzteilen und Reparaturen. Statt auf Neuanschaffungen setzten die Unternehmen auf Erhaltungsmaßnahmen für ihre vorhandenen Kompressoren. Um von dieser Krisenresistenz auch zukünftig stärker profitieren zu können, beschlossen wir den Ausbau des Bereichs Drucklufttechnik. Der Servicebereich wurde personell stark aufgestockt und zur Planung und Abwicklung von Druckluft-Projekten eigens Projektmanager eingestellt.

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung wurde schließlich die Trennung der Geschäftsbereiche Drucklufttechnik und Pneumatik aufgehoben. Dies erfolgte auch im Interesse einer nachhaltigen, energieeffizienten und wirtschaftlich sinnvollen Druckluftlösung für den Kunden. Denn diese kann unserer Überzeugung nach, nur durch die „ganzheitliche“ Betrachtung der gesamten Druckluftkette – von der Erzeugung der Druckluft im Kompressor, über die Aufbereitung, Verteilung und Anwendung – gefunden werden. Dank unserer jahrzehntelangen Erfahrung im gesamten Druckluftprozess gewährleiten wir unseren Kunden umfassende Druckluftkompetenz und Beratung für die gesamte Druckluftkette.

Zertifizierungen

Im Jahr 2014 ließen wir uns zusätzlich zu den bestehenden Managementsystemen nach DIN EN ISO 9001 und DIN EN ISO 14001 nach DIN EN ISO 50001 sowie BS OHSAS 18001 zertifizieren.

Risikovorsorge

Eine Grundvoraussetzung für den Erfolg und das langfristige Bestehen eines Unternehmens ist der bewusste Umgang mit Risiken. Unter Vorsorge verstehen wir den Schutz von Umwelt und Gesellschaft sowie zukünftigen Generationen. Wir berücksichtigen ökologische und soziale Kriterien bei ökonomischen Entscheidungen. Nur so können wir sicher sein, dass ein nachhaltiger Wert für uns und unsere Anspruchsgruppen geschaffen werden kann. Wir möchten Risiken erkennen, so lange noch keine echte Gefahr besteht. Darum streben wir eine ständige Verbesserung unserer Prozesse und Leistungen an. Die Wirksamkeit unserer Managementsysteme wird regelmäßig durch Reviews und Audits überwacht. Wir verpflichten uns zur dauerhaften Verbesserung und Weiterentwicklung unserer Bestrebungen, Risiken von Mensch und Umwelt fernzuhalten.

Maßnahmen der Risikovorsorge

1. D&O-Versicherung

Die D&O-Versicherung (Directors- and Officers- Versicherung) ist eine Berufs-Haftpflicht-Versicherung für Manager, die sich mit der Absicherung der Haftungsrisiken im Rahmen der beruflichen Tätigkeit befasst. Sie beinhaltet folglich den Schutz des Privatvermögens der Manager und Firmenvermögens vor Schäden durch fehlerhaftes Managerverhalten.

2. Risikoanalyse

Für entscheidende Positionen und Situationen werden regelmäßig Risikoanalysen von der obersten Leitung durchgeführt. Ziel ist es, die Eintrittswahrscheinlichkeit, die eventuelle Schadenshöhe und die Ermittlung des möglichen Risikos zu evaluieren.

Unter Zuhilfenahme der ermittelten Werte werden von der Geschäftsleitung Alternativszenarien betrachtet und bewertet.

3. Strategieüberprüfung

Einmal jährlich findet eine Strategieüberprüfung durch den Führungskreis statt. Diese gewährleistet die Früherkennung von Chancen und möglichen Risiken. Wenn nötig, kann eine Neuausrichtung der Strategie erfolgen.



1.5

Produkte & Dienstleistungen

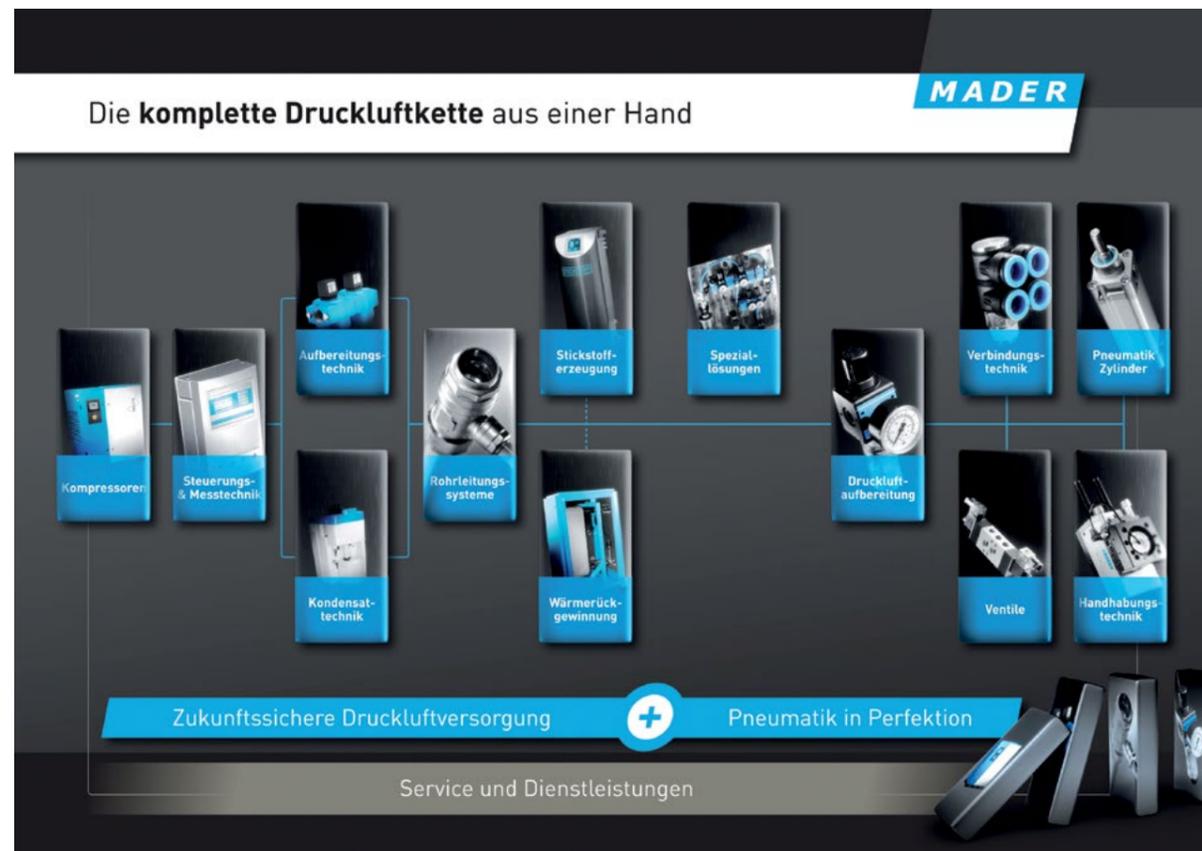
1.5.1 Der Mader-Effekt

Die als Mader-Effekt bezeichnete, ganzheitliche Herangehensweise sieht das Unternehmen als zentralen Erfolgsfaktor einer zukunftsorientierten und nachhaltigen Druckluftversorgung und -anwendung. Erst die Betrachtung der gesamten Druckluftkette, von der Erzeugung bis zur Anwendung, ermöglicht es, maßgeschneiderte, energieoptimierte als auch wirtschaftlich sinnvolle Lösungen zu finden.

Alle Produkte, vom Kompressor über die Druckluftaufbereitung mit Trocknung, Filtration und Kondensattechnik

über das Rohrleitungssystem bis hin zu den Pneumatik-Produkten liefert Mader aus einer Hand.

An jedem Punkt der Druckluftkette ist Mader kompetenter Ansprechpartner, der auf individuelle Anforderungen und Rahmenbedingungen eingeht und diese mit maßgeschneiderten Leistungen bedient. Eine zuverlässige und persönliche Betreuung wird stets garantiert, da alle Bereiche des Druckluftprozesses von Mader-Mitarbeitern bedient werden können.



1.5.2 Produkte

Druckluftherzeugung

Passend zu den individuellen Rahmenbedingungen, erarbeiten wir für unsere Kunden ein maßgeschneidertes Druckluftkonzept. Im Bereich der Druckluftherzeugung ist uns hierbei die herstellerunabhängige Beratung unserer Kunden wichtig – sie sollen den besten, für sie passenden Kompressor einsetzen können. Auch sind wir nicht auf eine Verdichterart festgelegt, sondern entscheiden individuell und gemeinsam mit dem Kunden, welcher Kompressor sowohl technisch, energetisch als auch wirtschaftlich für den jeweiligen Einsatz geeignet ist.

Druckluftaufbereitung

Ob zentral in der Druckluftstation oder dezentral am Verbraucher, eine passgenaue Aufbereitung der Druckluft schützt das Druckluftsystem und sichert die Qualität der Endprodukte. Eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Kundenberatung umfasst dabei insbesondere die Ermittlung der optimalen Druckluftqualität für die jeweilige Anwendung, die entsprechende Auswahl der Komponenten und die regelmäßige Wartung sowie den Austausch von Verschleißelementen. Durch diese Vorgehensweise werden optimale energetische Werte erreicht.

Druckluftverteilung

Mit Infinity verfügt Mader über ein unkompliziert zu installierendes Druckluft-Rohrleitungssystem. Hochwertige Materialien und Komponenten tragen zur Langlebigkeit bei, eine spezielle Innenbeschichtung verhindert Ablagerungen in den Rohrleitungen, die zu Druckverlusten führen würden. Der volle Durchgang der Steckverbindungen verhindert Luftverwirbelungen und Druckverluste, durch die der Kompressor Mehrarbeit leisten müsste.

Stickstoffherzeugung

Mittels PSA-Technologie kann die vom Kompressor erzeugte Druckluft zur Stickstoffherzeugung eingesetzt werden. Für Unternehmen, die Stickstoff in ihrem Produktionsprozess einsetzen, kann dies eine wirtschaftlich und ökologisch sinnvolle Investition sein. Durch die Vor-Ort-Produktion ist die Stickstoffversorgung nicht nur jederzeit sichergestellt, CO₂-Emissionen, die sonst durch die regelmäßige Anlieferung von Stickstoff-Tanks anfallen würden, werden zudem eingespart.

Wärmerückgewinnung

Durch die Verwendung der Abwärme eines Kompressors kann der CO₂-Ausstoß nachhaltig reduziert werden. Die gewonnene Energie kann zur Raumheizung, für die Erwärmung von Brauchwasser oder als Prozesswärme genutzt werden.

Verbindungstechnik

Zur Verbindung von Leitungssystemen und zur Versorgung von Maschinen und Anlagen mit gasförmigen oder flüssigen Stoffen werden Komponenten der Verbindungstechnik eingesetzt. Ob Kupplungen, Schnell- und Steckverschraubungen, Schlauchleitungen oder Manometer, aktuell umfasst das Produktprogramm im Bereich Verbindungstechnik mehr als 10.000 Artikel.

Ventile

Ventile sperren, sichern, drosseln und steuern die Druckluft. Sie sorgen dafür, dass Druckluft zur richtigen Zeit, an der richtigen Stelle und mit dem passenden Druck zur Verfügung steht.

Zylinder

Pneumatische Zylinder dienen der Ausführung linearer Bewegungen mit bestimmten Kräften und Geschwindigkeiten. Je nach Anwendung können Kurzhub- und Kompaktzylinder, Rundzylinder oder Normzylinder eingesetzt werden.

Handhabungstechnik

Durch das integrierte Zentriersystem und spezielle Fertigungsverfahren sind die Rundschalteinheiten, Schwenkmodule, Hub- und Lineareinheiten sowie Greifer sehr präzise in ihrer Bewegungsausführung. Eine hochwertige Verarbeitung und die Verwendung erstklassiger Materialien trägt zur besonders hohen Lebensdauer der Module bei.



1.5.3 Dienstleistungen

Energieeffizienz-Analyse

Um die Energieeffizienz eines Druckluftsystems beurteilen zu können, wird der Energieaufwand der Druckluftanlage der tatsächlichen Leistung gegenübergestellt. Über einen repräsentativen Zeitraum wird eine Messung an der Druckluftanlage durchgeführt, um die aktuellen IST-Werte zu ermitteln. Mit Hilfe der Auswertungsprotokolle werden der Druckluftverbrauch und die Leistungsaufnahme verglichen. Auf Basis der Ergebnisse sowie weiterer Kundenangaben kann ein maßgeschneidertes, energieeffizientes Druckluft-Konzept ausgearbeitet werden.

Leckagemessung

Eine fachgerecht ausgeführte Leckageortung gibt zuverlässig Aufschluss darüber, wo und wie viel Druckluft im Druckluftsystem verloren geht. Dabei wird mittels Ultraschall-Ortungstechnik die gesamte Druckluftkette auf Leckagen untersucht. Für jede festgestellte Leckage können die verbrauchte Druckluftmenge und die entsprechenden Energiekosten angegeben werden. Auf Basis dieser wirtschaftlichen Bewertung, die auch die Angabe der CO₂-Emissionen beinhaltet, erhält der Auftraggeber eine aussagekräftige Entscheidungsgrundlage zur Beseitigung der Leckagen.



Fachgerecht ausgeführte Leckagemessung mit moderner Ultraschall-Ortungstechnik.

Durchflussmessung

Frühzeitiges Erkennen von Leckagen und die stetige Überwachung des Druckluftverbrauchs werden durch den dauerhaften Einbau einer Sonde zur Durchflussmessung im Leitungssystem gewährleistet. Welche Form des Druckluft-Monitoring geeignet ist, wird kundenindividuell entschieden. Mader übernimmt neben der Beratung auch den professionellen Einbau der Messtechnik.

Wartung und Reparatur

Eine regelmäßige Wartung und Reparatur der Kompressoranlage verhindert ungewollte Stillstandszeiten und erhöht die Lebensdauer der Anlage. Bei einem Ausfall des Kompressors oder während eines Austauschs stellen wir zusätzlich Mietkompressoren zur Verfügung. Fällt bei der Wartung des Kompressors Altöl an, nehmen wir eine ordnungsgemäße Entsorgung nach den geltenden Vorschriften vor.

Finanzierung

Ob aus Gründen der kurzfristigen Liquidität, Bilanzwirksamkeit, Planungssicherheit, steuerlichen Absetzbarkeit oder aufgrund von öffentlichen Fördermitteln, eine Finanzierungslösung kann unter vielen Gesichtspunkten sinnvoll sein. Wir beraten bei der Auswahl der passenden Finanzierungsvariante oder der Verwendung von öffentlichen Fördermitteln.

Baugruppen und Speziallösungen

Für den individuellen Bedarf liefern wir exakt auf den Gebrauch abgestimmte Baugruppen und Speziallösungen, die aus mehreren Standard- und/oder Sonderartikeln, bestehen. Von der Produktion über die Fertigung und Montage bis hin zur pünktlichen Lieferung unterstützen wir bei der Reduktion der Lagerkosten und der Einsparung von Montagezeit. Baugruppen für den Serienbedarf werden nach Wunsch auch mit Kundenlogo, Kunden-Artikelnummer oder in den gewünschten Farben ausgeliefert.

Kundenseminare

Beim Seminar Druckluft-Effizienz erfahren interessierte Teilnehmer, was Druckluft wirklich kostet, welche Energieeffizienz-Maßnahmen tatsächlich etwas bringen und wie mit moderner Messtechnik langfristig die Effizienz einer Druckluftanlage überwacht werden kann. Im umfassenden Praxisteil des Seminars können die Teilnehmer verschiedene Messgeräte testen, z. B. per Ultraschall Leckagen an einer eigens hierfür montierten „Leckage-Wand“ orten. Kundenseminare können auch direkt beim Kunden durchgeführt werden, um z. B. Mitarbeiter in der Produktion und Instandhaltung für den energieeffizienten Einsatz von Druckluft zu sensibilisieren.

1.6

Auszeichnungen & Zertifikate

Umweltpreis Baden-Württemberg

Im Dezember 2014 würdigt die Landesregierung Baden-Württemberg Mader als vorbildliches, ökologisch und klimaschonend agierendes Unternehmen mit dem „Umweltpreis für Unternehmen“. Mader ist eines von insgesamt fünf baden-württembergischen Unternehmen, die

die Auszeichnung erhalten. Umweltminister Franz Untersteller hebt in seiner Laudatio insbesondere das Bestreben des Unternehmens, ganzheitliche und umfassende Lösungen zu schaffen sowie die Bewusstseinsbildung für ökologische Themen innerhalb des Unternehmens hervor.



© Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg, Fotograf: kd busch

Verleihung des „Umweltpreis für Unternehmen Baden-Württemberg“ – v.l.: Umweltminister Franz Untersteller, Stefanie Kästle, Werner Landhäußer, Peter Maier.

Ausbildungszertifikat der Bundesagentur für Arbeit

Für das überdurchschnittliche soziale Engagement im Bereich der Ausbildung, eine hohe Ausbildungsquote und Qualität der Ausbildung erhielt Mader 2013 das Ausbildungszertifikat der Bundesagentur für Arbeit.

IHK Bildungspreis

Im Jahr 2014 erhält Mader den bundesweit ausgeschriebenen IHK Bildungspreis in der Kategorie „Sonderpreis Integration“.

Durch die Förderung von benachteiligten Bewerbergruppen, die Erteilung von Deutsch- und Förderunterricht und die Finanzierung von diversen Maßnahmen setzte sich Mader im Finale gegen zwei Mitbewerber durch.

Klimaschutz-Unternehmen

Die Klimaschutz- und Energieeffizienzgruppe ist eine unternehmerische Exzellenzinitiative, welche seit 2013 als Verein „Klimaschutz-Unternehmen“ zusammengeschlossen ist.



Mitglied können nur besonders engagierte Firmen werden, welche nach einer intensiven Prüfung eine Empfehlung des Beirats erhalten. Mader ist seit 2014 eines von 28 Mitgliedern.



© Fotograf: Jens Schicke

Verleihung des IHK Bildungspreis mit TV-Moderator Oliver Welke. Den Preis entgegen genommen haben Sülbiye Deger, Leiterin Personal und Ausbildung, und Geschäftsführer Werner Landhäußer.

Arbeitgeberpreis „VIELFALT GELINGT“

Für das Engagement im Bereich Vielfalt und Integration in der Ausbildung wurde Mader im November 2014 mit dem Arbeitgeberpreis „Vielfalt gelingt! Gute Ausbildung für junge Migrant/innen“ ausgezeichnet. In der Kategorie „Mittlere Unternehmen“ belegte das Unternehmen den zweiten Platz. Die Auszeichnung bestärkt uns in unserem Ziel, jungen Menschen unabhängig ihrer Herkunft und Religion eine Chance zum erfolgreichen Berufseinstieg zu geben und sie entsprechend zu fördern.



Dienstleister des Jahres

Mader überzeugte mit seinem in Deutschland bisher einzigartigen Leistungsangebot, das Dienstleistungen und Produkte für den kompletten Druckluftprozess umfasst und sicherte sich dafür, wie bereits beim letzten Wettbewerb, einen Platz unter den TOP 20 der „Dienstleister des Jahres 2014“.



ISO-Zertifizierung 9001

Mit unserem prozessorientierten Qualitätsmanagementsystem auf Basis der DIN EN ISO 9001 erfüllen wir komplexe Anforderungen. Seit dem Jahr 2007 sind wir vom TÜV Nord zertifiziert.

ISO-Zertifizierung 14001

Seit dem Jahr 2012 ist Mader nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert. Damit tragen wir dem Umweltschutz-Gedanken Rechnung. Die Unternehmensprozesse orientieren sich am Umweltmanagement-Handbuch, ebenso sind alle Mitarbeiter in das System eingebunden.



ISO-Zertifizierung 50001

Die erstmalige Zertifizierung nach DIN EN ISO 50001 im Jahr 2014 sehen wir als weiteren Ansporn, unsere Energieeffizienz sowie Prozesse auch zukünftig kontinuierlich zu verbessern. Ein besonderes Anliegen ist es hierbei, das Bewusstsein aller Mitarbeiter für Energie- und Umweltthemen zu schärfen und die aktive Mitgestaltung zu erreichen.

Zertifizierung BS OHSAS 18001

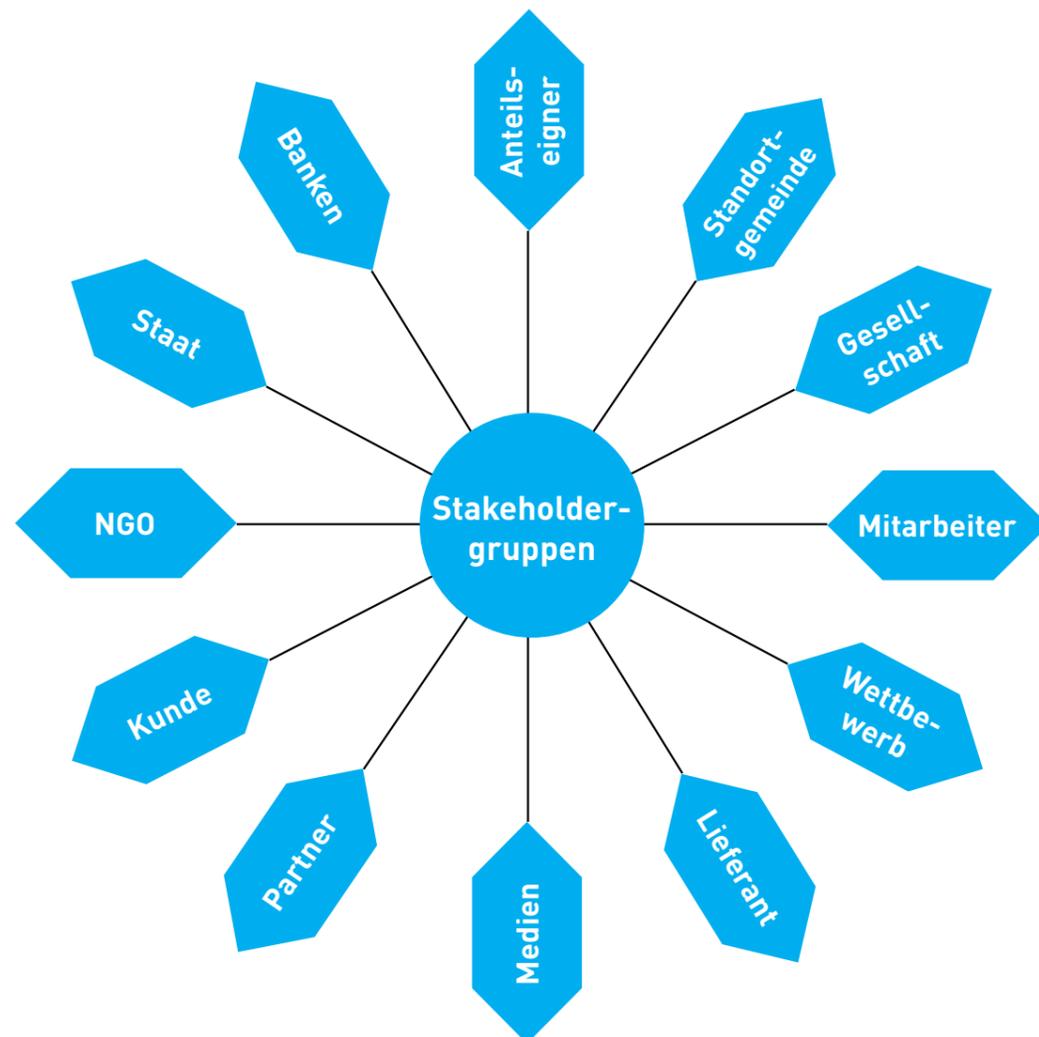
Als Teil der Für- und Vorsorge für die gesamte Belegschaft sehen wir den Aufbau eines betrieblichen Arbeitsschutzmanagements und den Ausbau des Gesundheitsschutzes. Seit 2014 sind wir nach BS OHSAS 18001 zertifiziert und streben in diesem Bereich auch zukünftig Verbesserungen an.



1.7

Stakeholder-Dialog

Unser Verhalten gegenüber Kollegen und Geschäftspartnern ist in jeder Beziehung fair und aufrichtig. Wir legen Wert auf einen offenen und ehrlichen Austausch. Wir informieren so umfassend wie möglich und möchten sowohl internen wie auch externen Anspruchsgruppen einen offenen Dialog bieten.



Als gesellschaftlich engagiertes Unternehmen wissen wir, dass nur ein systematischer Stakeholder-Dialog gegenseitiges Vertrauen aufbauen kann und zu einem erhöhten Verständnis führt. Wir sind davon überzeugt, dass nur eine gute Kommunikation eine Zustimmung zu unserem unternehmerischen Handeln erzeugen kann. Zu unseren direkten Stakeholdern zählen wir unsere Kunden, Mitarbeiter und die Nichtregierungsorganisationen (NGO) mit denen wir in Kontakt stehen oder bei welchen wir Mitglied sind. Die Banken sichern uns unsere Refinanzierungsfähigkeit. Auch die Standortgemeinde, unsere Partner und der Staat stellen wichtige Anspruchsgruppen für Mader dar. Wir suchen auf unterschiedlichen Wegen den Austausch mit allen unseren Anspruchsgruppen. Hierzu setzen wir vielfältige Kommunikationsinstrumente ein.

Das Engagement unserer Mitarbeiter sichert uns unseren Geschäftserfolg. Damit dies auch so bleibt, setzen wir auf eine kommunikative Personalführung, die das Einbinden der Mitarbeiter und den aktiven und zielgerichteten Dialog mit unserer Belegschaft fördert.

Unsere internen Anspruchsgruppen werden über das Intranet und die monatlich stattfindende Informationsveranstaltung der Geschäftsleitung über aktuelle Themen, Neuerungen und Allgemeines informiert. Viele Mitarbeiter werden darüber hinaus aktiv mit in die Veranstaltung eingebunden. Regelmäßig werden interne Schulungen und Workshops zu Nachhaltigkeitsthemen angeboten. So stellen wir sicher, dass das Nachhaltigkeitsbewusstsein gestärkt wird.

Persönliche Gespräche zwischen den Mitarbeitern und ihren Vorgesetzten gehören bei uns zum Alltag. Wir legen Wert auf eine faire und ehrliche Kommunikation untereinander.

Allgemeine, für externe Anspruchsgruppen interessante Neuigkeiten über Produkte, Umweltaktivitäten und Soziales werden über unsere Website www.mader.eu, unser Kundenmagazin PMax, unseren Blog www.mader-energieeffizienz.de und durch Pressemitteilungen und Beiträge in Fachzeitschriften veröffentlicht.



Mit unserem Kundenmagazin PMax informieren wir in regelmäßigen Abständen über Neuigkeiten bei Mader.

Die Mitarbeit in verschiedenen Beiräten und Vereinigungen bietet uns die Möglichkeit zum Austausch mit Externen.

Eine weitere Art der Einbindung ist der individuelle fachliche Austausch zwischen Mader und den relevanten Anspruchsgruppen mit dem Ziel, Lösungen zu entwickeln oder Stakeholder an diesen zu beteiligen. Für diese Art der Kommunikation muss von beiden Seiten ein großes Vertrauen vorhanden sein. Dadurch können neue, innovative Ideen entstehen.

Einen Dialog mit unseren externen Anspruchsgruppen führen wir auch im Rahmen von Vorträgen oder Veranstaltungen im Bereich der Nachhaltigkeit.

Fachmessen

Die Präsentation von Produkten, sowie Vorträge zu Nachhaltigkeitsthemen auf Fachmessen sind für Mader ein Bestandteil der externen Kommunikation. Die Resonanz auf unsere Messeauftritte ist sehr positiv und bestärkt uns, auch weiterhin Fachmessen zu nutzen, um mit unseren Stakeholdern in Kontakt zu treten.

Energieausschuss IHK Stuttgart

Durch die Mitgliedschaft im Energieausschuss der IHK Stuttgart findet ein übergreifender Austausch zu ökologischen Themen statt. Es handelt sich hierbei um einen beratenden Ausschuss, der aus ca. 40 Mitgliedern besteht und sich mit Nachhaltigkeitsthemen beschäftigt.



Mader-Mitarbeiter und Messebesucher der Maintenance 2013, Fachmesse und Industriepattform für Instandhaltung in Stuttgart.



Zu Gast bei den Burghthanner Dialogen 2013 - Gedankenaustausch zum Thema Nachhaltigkeit mit der Schauspielerin Jutta Speidel.

Industrie- und Wirtschaftsvereinigung Leinfelden-Echterdingen

Der IWV e.V. bietet für viele Unternehmen und Unternehmer die Möglichkeit, mit regionalen Kunden sowie der Standortgemeinde in Kontakt zu treten. Die Verbesserung der Infrastruktur, die Mitgestaltung von Gewerbegebieten oder die Verkehrsplanung sind diskutierte Themen mit lokaler Ausrichtung.

IHK-Veranstaltungen

In Vorträgen bei der Industrie- und Handelskammer Stuttgart oder in Energienetzwerken referieren wir rund um das Thema Energieeffizienz.

In den Veranstaltungen informieren wir über Energieeinsparungspotenziale, energetische Optimierungen sowie Effizienzsteigerungsmaßnahmen und geben einen praxisnahen Überblick.

Burghthanner Dialoge

Die Burghthanner Dialoge haben sich zum Ziel gesetzt, komplexe und allgemeine gesellschaftspolitische Themen auf Augenhöhe, einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln. Stefanie Kästle, verantwortlich für das Nachhaltigkeitsmanagement und Werner Landhäußer, geschäftsführender Gesellschafter gaben 2013 einen Einblick in nachhaltiges Wirtschaften in einem mittelständischen Unternehmen.



Werner Landhäußer als Gastreferent bei den Burghthanner Dialogen 2013 zum Thema „Nachhaltige Markenentwicklung“.

1.8

Beschaffung

Wir legen Wert auf ein ausgewogenes und lokal angesiedeltes Lieferantennetzwerk. Neben der Qualität, den Kosten und der Liefer- und Mengentreue achten wir bei der Auswahl neuer Partner, aber auch in der Zusammenarbeit mit bestehenden Lieferanten auf Nachhaltigkeit. Unser Ziel ist es, den Anteil der Anbieter, die sich zum Thema Nachhaltigkeit bekennen, auch in Zukunft weiter auszubauen. Der partnerschaftliche Dialog sowie eine auf Langfristigkeit angelegte Zusammenarbeit sind für uns wichtige Bestandteile eines nachhaltigen Lieferantenmanagements.



Supply-Chain-Management

Eine hohe Produktqualität, Zuverlässigkeit sowie Mengen- und Termintreue sind uns sehr wichtig. Unser Ziel bei der Überwachung der Supply-Chain ist eine ganzheitliche Betrachtung. Unsere Lieferanten sind ein wichtiges Glied der Lieferkette.

Lieferantenauswahl

Die Grundlage unserer Lieferantenauswahl ist die Lieferantenselbstauskunft. Im Jahr 2014 haben wir unseren Lieferantenfragebogen um die Themen RoHS- und REACH-Konformität, Umwelt- und Energiemanagement sowie Arbeits- und Gesundheitsschutz ergänzt.

Zusätzlich erfolgt einmal jährlich eine Bewertung der bestehenden Lieferanten. Diese Lieferantenbewertung beinhaltet neben harten Faktoren wie der Liefer- und Mengentreue und der Reklamationsquote auch weiche Kriterien wie die Erreichbarkeit, Flexibilität und ISO-Zertifizierungen.

Unsere Werte und Prinzipien bilden die Basis für den Umgang mit unseren Geschäftspartnern. In den von uns ausgearbeiteten Lieferanten-Leitlinien halten wir diese Grundsätze fest.

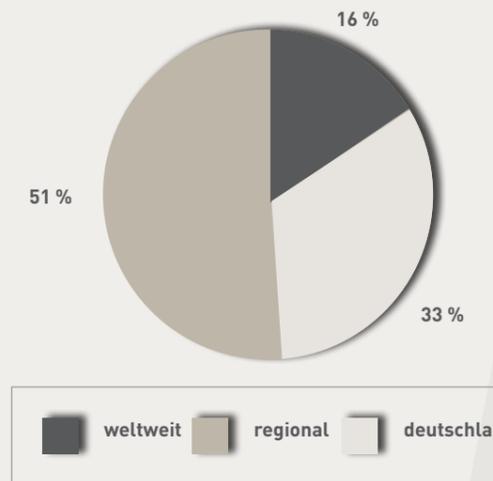
Wir halten uns an die Grund- und Menschenrechte, sowie an gesetzliche Normen und internationale Standards. Bei der Beschäftigung unserer Mitarbeiter sind uns die Themen Arbeitsschutz und -sicherheit, Gesundheit und Diskriminierungsfreiheit wichtig. Darüber hinaus tolerieren wir weder Zwangsarbeit noch Korruption oder Bestechung in jeglicher Art und Weise.

Dieselben Anforderungen stellen wir auch an unsere Lieferanten. Von diesen erwarten wir, dass sie die in den Leitlinien vereinbarten ethischen Grundsätze, Menschenrechte und Umweltstandards auch von eigenen Lieferanten einfordern.

Lieferantenaudits

Um die von Mader definierten Anforderungen an die Umwelt- und Sozialverträglichkeit sowie die Qualitätsstandards bei unseren Lieferanten zu überprüfen, führen wir regelmäßig Lieferantenaudits durch.

Herkunft der Lieferanten



Als regionale Lieferanten bezeichnen wir alle Lieferanten in einem Umkreis von 100 Kilometern Entfernung zu unserem Sitz in Leinfelden-Echterdingen.



2. Nachhaltigkeitsmanagement

Was mit unserem WerteCodex begann und sich auch in der gesamten internen Kommunikation und Personalpolitik widerspiegelt, findet für uns eine logische Fortsetzung in der Unternehmenspositionierung. Unser Ziel war und ist es, soziale Verantwortung, Ökologie und Ökonomie so zu verbinden, dass alle Beteiligten nachhaltig davon profitieren. Wir wollen uns nicht Nachhaltigkeit auf die Fahnen schreiben, sondern den Begriff mit Leben füllen und unsere Kunden mit Taten überzeugen.



Luft ist unser Antrieb

Mehr als 80 Jahre Erfahrung mit dem Energieträger Druckluft machen uns zum Spezialisten für die gesamte Druckluftkette. Während andere Hersteller und Lieferanten entweder nur die Druckluftversorgung oder nur die Pneumatik betrachten, befassen wir uns mit der gesamten Prozesskette Druckluft: Von der Erzeugung über die Nutzung bis zum Verbraucher erfolgt eine ganzheitliche Betrachtung.

Druckluft ist einerseits ein Medium, dass aus industriellen Prozessen kaum wegzudenken und andererseits besonders energieintensiv ist. Als energie- und ressourcenbewusstes Unternehmen, das zudem seine gesellschaftliche und soziale Verantwortung ernst nimmt, sehen wir es als unsere Verpflichtung an, intern und extern dazu beizutragen, den Energieverbrauch allgemein zu senken und die Energieeffizienz von Druckluftanlagen im Besonderen zu erhöhen. So möchten wir zum Umweltschutz und zu gesunden Rahmenbedingungen für zukünftige Generationen beitragen.

Für das Nachhaltigkeitsmanagement ist Stefanie Kästle als Qualitäts-, Umwelt-, Energie-, Arbeits- und Gesundheitsschutzbeauftragte zuständig. Sie ist der Geschäftsleitung direkt unterstellt.

Ihre Aufgaben beinhalten die Unterstützung der Abteilungen in allen Nachhaltigkeitsthemen sowie die Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung der Managementsysteme.



Stefanie Kästle, Leiterin für Qualitäts-, Umwelt-, Energiemanagement.

Jedes Jahr werden die Vorgaben unserer Managementsysteme DIN EN ISO 9001, DIN EN ISO 14001 und DIN EN ISO 50001 sowie BS OHSAS 18001, nach denen Mader zertifiziert ist, von externen Auditoren überwacht. Alle drei Jahre erfolgt eine Rezertifizierung. Managementbewertungen werden halbjährlich durch die Geschäftsleitung erstellt. Im Review nimmt die Geschäftsleitung u. a. zu den Unternehmens-, Qualitäts- und Umweltzielen, sowie Investitionen und zu möglichen Verbesserungsmaßnahmen Stellung.

Eine transparente und offene Kommunikation gegenüber unseren Anspruchsgruppen erachten wir auch im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements als entscheidend für die eigene Glaubwürdigkeit.

Mitarbeiter werden im Intranet und in den monatlich stattfindenden Informationsveranstaltungen z. B. über Auditergebnisse informiert. Darüber hinaus werden monatlich die Verbräuche (Strom- und Heizöl) im Intranet veröffentlicht. Auf das Handbuch mit den Umweltzielen, dem Umweltprogramm und sämtlichen Arbeits- und Prozessanweisungen kann ebenfalls jederzeit im Intranet zugegriffen werden.

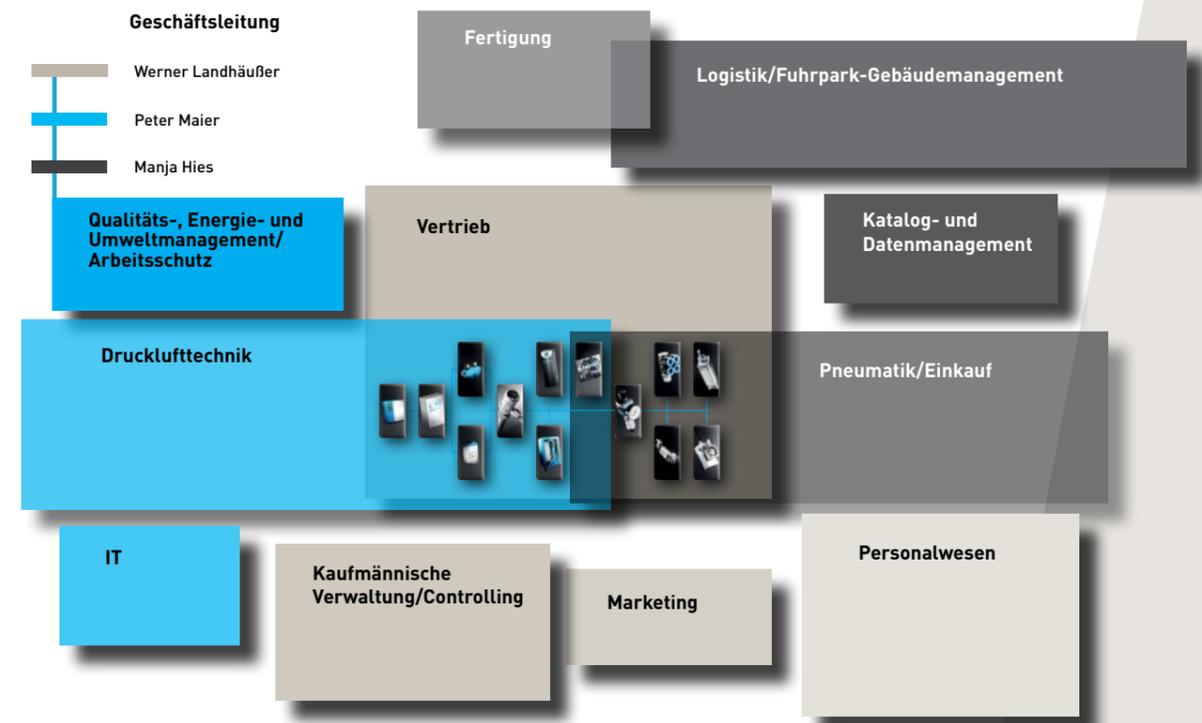
Wir fokussieren uns auf die stetige Verbesserung unserer Leistungen. Aus der gemeinsamen Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt haben wir uns zum Ziel gesetzt, eine profitable Produktion und die Umweltvorsorge durch die Verbesserung der Umweltleistungen und die Vermeidung

oder Verringerung von Umweltbelastungen in Einklang zu bringen, wo dies technisch und organisatorisch möglich sowie wirtschaftlich tragbar ist.

Verpflichtung

Wir verpflichten uns zur ständigen Verbesserung und Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Da alle Mitarbeiter in unsere Managementsysteme eingebunden sind und das Recht und die Pflicht haben bei der Zielerreichung mitzuwirken, setzen wir alles daran, ein nachhaltiges Verhalten unserer Mitarbeiter sowohl innerhalb als auch außerhalb unseres Betriebs zu fördern.

Organigramm von Mader



2.1

Ökonomie

Nachhaltigkeit ist, wie der Begriff es bereits impliziert, keine Strategie, die schnelle Gewinne verspricht. Die Auszeichnungen, die wir aufgrund unseres Engagements erhalten haben, beeinflussen jedoch nachhaltig das Bild, das die Öffentlichkeit, unsere Kunden und Mitbewerber von Mader haben, zum Positiven. Das ist ein Wert, der sich schwer in Zahlen fassen lässt, jedoch den Weg zum Auftrag deutlich erleichtert.

2.1.1 Nachhaltig wirtschaften

Entwicklung des Marktes und der Branche

Im Jahr 2013 gab es kein Wachstum im Bereich Maschinenbau, dem Hauptabsatzmarkt unseres Unternehmens. Erst zum Jahresende erholte sich die Nachfrage, so dass die Ergebnisse des Vorjahres erreicht werden konnten. Auch die Nachfrage in anderen produzierenden Branchen stagnierte, was sich insbesondere auf die Umsatzentwicklung im Produktbereich Pneumatik auswirkte. Erfreulich war die Entwicklung im Bereich der Energieeffizienz-Dienstleistungen. Die erhöhte Sensibilität für das Thema Energieeffizienz innerhalb der Industrie spiegelte sich vor allem in den Umsatzzahlen des Produktbereichs Drucklufttechnik wider. Sowohl der Verkauf von Neuanlagen als auch das Dienstleistungsgeschäft profitierte merklich von der Entwicklung. Waren im Jahr 2012 noch 17,2 % des Gesamtumsatzes dem Produktbereich Drucklufttechnik zuzuschreiben, lagen wir im Jahr 2013 bereits bei 17,6 % und im Jahr 2014 bei 21,2 %.

Entwicklung Produktbereich Pneumatik

Die stagnierende Entwicklung der Absatzmärkte im Jahr 2013 und 2014 spiegelt sich auch im Ergebnis des Bereichs Pneumatik wider, so dass hier nur ein geringes Wachstum erreicht werden konnte.

Entwicklung Produktbereich Druckluft

Unser kontinuierlich wachsendes Leistungsangebot, die Konzentration auf energetisch sinnvolle Lösungen und unser ganzheitlicher Ansatz „Mader-Effekt“ werden vom Markt sehr gut angenommen. Im Jahr 2013 haben wir intensiv nach qualifiziertem Personal für den Bereich Drucklufttechnik gesucht und festgestellt, dass der Weg über eine zeitintensive Aus- und Weiterbildung führt. Durch Veränderung unserer Aktivitäten in 2013 haben wir eine Alleinstellung im Markt erreicht. 2014 wurde im Bereich Drucklufttechnik ein Umsatzwachstum von 28 % erreicht.

2.1.2 Reklamationsquote

Werden Fehler bei Produkten oder in Prozessen weitergegeben, wirkt sich dies nachteilig auf alle nachfolgenden Schritte aus. Deshalb streben wir eine kleinstmögliche Reklamationsquote an. Durch die Berechnung der Reklamationsquote können wir die Qualität unserer Prozesse und Produkte messen.

Im Jahr 2013 lag die Quote bei 0,49 % und im Jahr 2014 bei 0,35 %. Die Reklamationsquote wird mengenbezogen erhoben und über das Warenwirtschaftssystem errechnet.

2.1.3 Wirtschaftliche Leistung

Ein langfristiges, angemessenes Wachstum ist unser Ziel. Ein auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Unternehmen muss auch ökonomisch nachhaltige Wege gehen. Deshalb strebt Mader einen langfristigen und zukunftssicheren Erfolg sowie ein stabiles Unternehmenswachstum an.

Geschäftspraktiken

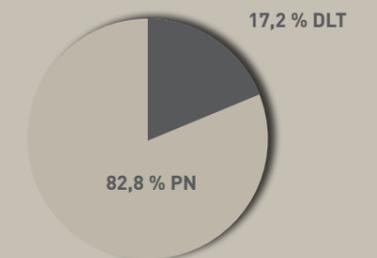
Alles was wir im Rahmen unserer Geschäfte, gegenüber unseren Kunden und Lieferanten sowie unseren Geschäftspartnern tun, ist fair sowie rechtlich einwandfrei. Wir erwarten im Gegenzug dasselbe von unseren Anspruchsgruppen, da wir großen Wert auf lange und ethisch gerechte Geschäftsbeziehungen legen.

Markenwerte

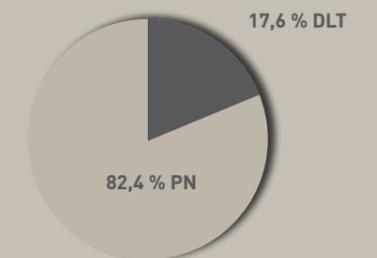
Markenwerte sind die Eigenschaften einer Marke und Voraussetzung für ein stimmiges Auftreten des Unternehmens. Definierte Markenwerte sorgen für eine individuelle Positionierung, den Zusammenhalt im Unternehmen sowie ein einheitliches Bild nach außen.

Im Rahmen der Anpassung der Unternehmensstrategie im Jahr 2010 erfolgten auch eine Neupositionierung der Marke Mader sowie eine erstmalige Definition der Markenwerte. Im Rahmen eines „Marken-Workshops“ wurden die Markenwerte „persönlich“, „zuverlässig“ und „dynamisch“ erarbeitet. Die Markenwerte stellen eine Verdichtung der im WerteCodex festgehaltenen Unternehmenswerte dar, die insbesondere im Dialog und in der Zusammenarbeit mit dem Kunden eine hohe Relevanz haben. Die Markenwerte dienen nicht nur als Leitlinie für das Verhalten gegenüber Kunden, sondern geben auch die Tonalität der Kommunikation und die allgemeine Gestaltung des Außenauftritts vor. Die neue Markenpositionierung umfasst darüber hinaus den Markenkern sowie den Unternehmensslogan „Luft in unser Antrieb“, der das Bekenntnis der Marke zum Medium Druckluft sowie das Engagement jedes einzelnen Mitarbeiters für deren optimalen Einsatz hervorhebt.

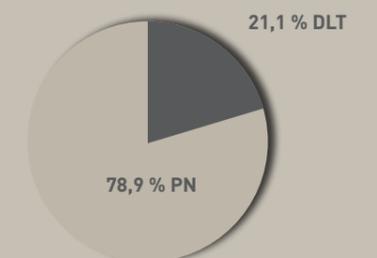
Umsatzverteilung der Produktbereiche



2012



2013



2014

Wirtschaftliches Agieren ist unabdingbar für stabiles und nachhaltiges Wachstum.

Wir möchten unsere Kunden für nachhaltige Produkte und Leistungen sensibilisieren und sie damit begeistern. Als Handels- und Dienstleistungsunternehmen haben wir die Möglichkeit, sowohl bei unseren Lieferanten, als auch bei unseren Kunden, nachhaltiges Denken und Handeln zu fördern.



2.2

Soziale Verantwortung

Gerechtigkeit und Vielfalt sind für uns wesentliche Faktoren einer ausgewogenen Personalpolitik. Als Unternehmen sehen wir uns auch in der Verantwortung in der Gesellschaft für diese Werte einzutreten und ihre Einhaltung zu fördern und zu fordern.

Beschäftigte	2012	2013	2014
Anzahl gesamt (durchschnittlich)	83	80	78
Geschlecht			
Weiblich	25	27	27
Männlich	58	53	51
Art			
Vollzeit	68	61	60
Teilzeit	5	6	7
Auszubildende	10	13	11
Arbeitsverhältnis			
Angestelltenverhältnis	67	60	60
Weisungsbefugt	6	7	7
Ausbildungsverhältnis	10	13	11
Migrationshintergrund			
Insgesamt	26	27	30
Weisungsbefugt	1	2	2

2.2.1 Personalstruktur

Im Durchschnitt waren 78 Mitarbeiter im Unternehmen beschäftigt. 76,3 % unserer Mitarbeiter arbeiteten im Jahr 2013 in Vollzeit, bei einer Wochenarbeitszeit von 40 Stunden. Im Jahr 2014 waren es 76,9 % der Belegschaft. Hier verzeichneten wir einen Anstieg von 0,6 %. Die Anzahl der Teilzeitbeschäftigten stieg von 6 auf 7 Mitarbeiter.

2.2.2 Altersstruktur

Mit einem Durchschnittsalter von 37,4 Jahren in 2013 und 37,9 Jahren im Jahr 2014 hat Mader eine durchschnittlich eher junge Belegschaft.

Unser Ziel ist es, junge Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden und die Arbeitsfähigkeit älterer Mitarbeiter zu erhalten.

2.2.3 Unsere Mitarbeiter

Als mittelständisches Unternehmen setzen wir auf übersichtliche und flache Hierarchien, eine starke Kommunikationskultur und kurze Entscheidungswege. Die Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern nehmen wir sehr ernst. Wir geben Raum für das Einbringen eigener Ideen und sind offen für Neues. Mit individuellen Weiterbildungen sichern wir unseren Mitarbeitern die Chance sich fachlich und persönlich optimal zu entfalten.

Fluktuationsquote

Einige unserer Mitarbeiter widmeten sich neuen beruflichen Herausforderungen. Die Fluktuationsquote im Jahr 2013 betrug 17,5 %, im Jahr 2014 16,7 %.

Diversity Management

Für uns ist Diversity Management eine gelebte Einstellung. Wir nutzen den demographischen Wandel als Chance, um voneinander zu lernen und schätzen den kulturellen Wert durch die unterschiedliche Herkunft unserer Mitarbeiter.

In der Zusammensetzung unserer Belegschaft spiegelt sich die gelebte Vielfalt wider. 55 % unserer Führungspositionen werden von Frauen besetzt und 38 % unserer Mitarbeiter haben einen Migrationshintergrund. Mehr als die Hälfte unserer Auszubildenden hat ausländische Wurzeln.

Wir setzen uns für die Förderung von Vielfalt innerhalb und außerhalb des Unternehmens ein. Aus diesem Grund haben wir uns 2012 der Initiative „Diversity als Chance - Die Charta der Vielfalt“ angeschlossen. Mit der Unterzeichnung verpflichten wir uns dazu, ein Arbeitsumfeld frei von Vorurteilen zu schaffen. Die Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und ihre Unterzeichner setzen sich dafür ein, dass allen Mitarbeitern Wertschätzung entgegengebracht wird – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter, Identität oder sexueller Orientierung.



Neueinstellungen

	2012	2013	2014
Anzahl gesamt (durchschnittlich)	17	13	10
Geschlecht			
Weiblich	5	6	2
Männlich	12	7	8
Art			
Vollzeit	12	7	7
Teilzeit	1	0	0
Auszubildende	4	6	3

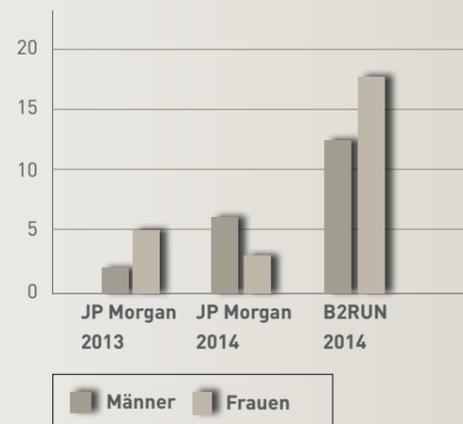
Fluktuation

	2012	2013	2014
Anzahl gesamt (durchschnittlich)	9	14	13
Geschlecht			
Weiblich	2	4	2
Männlich	7	10	11
Art			
Vollzeit	8	9	10
Teilzeit	1	0	0
Auszubildende	0	5	3



Keine Luft mehr? Unser Mader-Laufteam vom B2RUN 2014 läuft einfach weiter.

Teilnahme bei Firmenläufen



Gesundheitsmanagement

Wichtige Elemente unseres Nachhaltigkeitsdenkens sind auch die Themen Gesundheitsmanagement und Arbeitssicherheit.

Unser Gesundheitsmanagement basiert auf den geltenden rechtlichen Vorschriften und betriebsintern definierten Anforderungen. Es ist für alle Mitarbeiter verpflichtend. Um den vielfältigen Anforderungen nachkommen zu können, arbeiten wir mit einem externen Unternehmen zusammen. Durch regelmäßige Information, Schulung und Weiterbildung unserer Mitarbeiter fördern wir die Kompetenzen und das Bewusstsein für ein sicheres Arbeiten in sämtlichen Bereichen. Aus unseren intern definierten Anforderungen haben wir Ziele und Programme abgeleitet, deren Erfüllungsgrad regelmäßig im Managementreview bewertet wird.

Unsere unternehmenseigenen Angebote beschäftigen sich mit den Themen des ergonomischen Arbeitsplatzes, der Bewegungsförderung und der gesunden Ernährung. Bei der Gestaltung der Arbeitsplätze achten wir auf ergonomische Tische, die höhenverstellbar sind und Bürostühle mit integrierter Wippmechanik.

Wir haben einen Betriebsarzt, der regelmäßige Betriebsbegehungen durchführt und zur optimalen Ergonomie am Arbeitsplatz berät. Einmal im Jahr werden Vorsorgeuntersuchungen für alle Mitarbeiter angeboten und durchgeführt.

Auch die gesunde Ernährung spielt bei Mader eine große Rolle, denn diese beeinflusst die Leistungsfähigkeit maßgeblich. Zwei Mal in der Woche werden frische Salate und täglich Obstsalate in der Kantine angeboten.

In den Jahren 2013 und 2014 nahmen Mader-Mitarbeiter am J.P. Morgan Lauf in Frankfurt teil. Beim Firmenlauf B2RUN in Stuttgart traten 2014 mehr als ein Drittel der Belegschaft von Mader an. Des Weiteren gibt es eine Mader-Laufgruppe.

Gesunde Mitarbeiter sind die Basis für Erfolg.

Arbeitsschutz & Arbeitssicherheit

Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit sind wichtige Elemente unseres Managementsystems. Unsere Mitarbeiter haben freien Zugang zum Intranet, wo alle Betriebsanweisungen zum Thema Arbeitsschutz sowie Arbeitssicherheit zur Verfügung stehen. Des Weiteren werden alle Mitarbeiter bezüglich der Gefahren an ihrem Arbeitsplatz unterwiesen.

Zusätzlich sind an mehreren Stellen im Betrieb, Aushänge zum Verhalten im Gefahren- und Brandfall zu finden.

Der Ausschuss für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz besteht aus einer externen Sicherheitsfachkraft, dem Betriebsarzt, dem Sicherheitsbeauftragten und einem Mitglied der Geschäftsleitung.

Die Arbeitssicherheitsausschusssitzungen finden vier Mal jährlich statt. Die Themen Arbeitsschutz und Sicherheit sind bei Mader auf höchster Unternehmensebene angesiedelt.

Arbeitsunfälle

In den Geschäftsjahren 2012 und 2013 gab es 3 meldepflichtige betriebsbedingte Verletzungen. 2014 gab es keinen meldepflichtigen Arbeitsunfall.

Alle Arbeitsunfälle, getrennt nach meldepflichtigen und nicht meldepflichtigen Unfällen werden in einer Unfallstatistik von der Personalabteilung aufgezeichnet.

Keiner unserer Mitarbeiter unterliegt einer hohen Erkrankungs- und Verletzungsrate aufgrund seiner Tätigkeiten im Betrieb.

2.2.4 Ausbildung

Wir betrachten unsere Auszubildenden als Investition in die Zukunft. Die Förderung von Nachwuchskräften ist uns wichtig.

Während der Ausbildung wird großer Wert auf die Übernahme von Verantwortung und die eigenständige Umsetzung von Projekten gelegt. Mit einer optimalen Betreuung durch Ausbilder und Ausbildungsleitung, begleiten und fördern wir unsere Auszubildenden von Anfang an.

Bei Mader können die zukünftigen Auszubildenden zwischen den Ausbildungsberufen Kaufmann/frau im Groß- und Außenhandel (Fachrichtung Großhandel) sowie Fachkraft für Lagerlogistik, Fachlagerist/in wählen. Seit dem Jahr 2013 wird zusätzlich der neue Ausbildungsberuf Fachkraft für Metalltechnik (Fachrichtung Montagetechnik) im dualen Berufsausbildungssystem angeboten. Es handelt sich um eine zweijährige duale Ausbildung, bei der die Möglichkeit zur Verlängerung auf drei Jahre besteht, womit auch schwächere Jugendliche einen vollwertigen Berufsabschluss erlangen können. Wir unterstützen damit aktiv die zukünftige Fachkräftegewinnung.

Die Übernahme eines Auszubildenden hängt bei uns maßgeblich von dessen persönlichem Einsatz und der Identifizierung mit dem Unternehmen während der Ausbildung ab.



„Teambuilding“ der Auszubildenden im Klettergarten mit der Ausbildungsleiterin Sübiye Deger (2. v.l.).



Projekte von Auszubildenden

Leckageortung

Zusammen mit den verantwortlichen Produktmanagern dürfen unsere Auszubildenden eine Leckagemessung bei einem Kundentermin miterleben. Mittels eines Ultraschall-Leckagemessgeräts wird vor Ort eine Messung des Druckluftnetzes durchgeführt. Anschließend werden Undichtigkeiten protokolliert und es wird gemeinsam eine Auswertung erstellt.

Ausbildungsbotschafter

„Die Ausbildungsbotschafter“ ist eine Initiative, die vom Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg gefördert wird. Die Auszubildenden des zweiten und dritten Lehrjahres besuchen Schulen und Veranstaltungen und berichten dort über ihren Beruf, den Weg dorthin sowie die Karrieremöglichkeiten. Im Jahr 2012 wurden zwei kaufmännische Auszubildende der Mader GmbH & Co. KG zu Ausbildungsbotschaftern ernannt.

Projekt „Umweltschutz“

Im Rahmen des Projekts „Umweltschutz“ übernahmen die Auszubildenden die Aufgabe, einen Workshop zum Thema „Umwelt schützen & Geld sparen“ vorzubereiten. Themen wie Einsparpotenziale im Haushalt, CO₂-Reduktion und Spritersparung beim Autofahren, Abfallentsorgung, Schädlingskontrolle, Trinkwasser und umweltfreundliches Waschen wurden von den Auszubildenden recherchiert, aufbereitet und in Workshops, zusammen mit den Mitarbeitern, intensiv bearbeitet.

Im Rahmen des Umwelt-Workshops veranstalteten die Auszubildenden ein Umweltschutz- und Energiesparrätsel und riefen zu Spenden für ein gemeinnütziges Projekt auf. Die Geschäftsleitung zahlte zusätzlich für jeden eingereichten Rätselbogen einen fixen Betrag, so dass insgesamt ein Spendenbetrag von 600,00 € gesammelt wurde. Der Betrag kam „arche noVa – Initiative für Menschen in Not“ zugute. Die Initiative unterstützt in Makueni County den Bau von kleinen Sanddämmen, um die Trinkwasserversorgung vor Ort zu verbessern.

Ausbildungsmesse

Seit einige Jahren sind unsere Auszubildenden aus dem zweiten Lehrjahr verantwortlich für die Planung und Umsetzung des Messeauftritts auf der Ausbildungsmesse „Börse deiner Zukunft“. Hier können sie ihre organisatorischen und kreativen Fähigkeiten unter Beweis stellen.

Unsere Auszubildenden sind immer mit dabei - sie unterstützen bei Leckageortungen, führen interne Workshops zum Thema Umweltschutz durch und informieren auf Ausbildungsmessen.

2.2.5 Schulung & Weiterbildung

Schulungen

Die individuelle Förderung unserer Mitarbeiter hat einen hohen Stellenwert. Jeder erhält die Möglichkeit, sich anhand eines auf seine Bedürfnisse zugeschnittenen Fortbildungsplans weiterzuqualifizieren. Mit regelmäßigen internen und externen Fortbildungsmaßnahmen möchten wir sicherstellen, dass unsere Mitarbeiter bei schnell wechselnden Ansprüchen immer auf dem neuesten Stand sind.

Produktschulungen

Regelmäßige Produktschulungen durch die verantwortlichen Produktmanager tragen dazu bei, dass die Produktkenntnisse der Mitarbeiter aufgefrischt werden. Die Schulungen finden bei Bedarf sowie bei Produktneueinführungen statt. Darüber hinaus werden turnusmäßig Produktschulungen für Handelspartner angeboten.

Auszubildendenschulungen

Auch unsere Auszubildenden werden regelmäßig geschult. Neben produktbezogenen Qualifizierungsmöglichkeiten gibt es z. B. Softwareschulungen, insbesondere zum ERP-System, aber auch Seminare zu Präsentationstechnik und Rhetorik. Durchgeführt werden die Schulungen von Mader-Mitarbeitern.

Managementsystem-Schulungen

Auch Schulungen bezüglich unserer Managementsysteme werden in wiederkehrenden Abständen für alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Auszubildenden durchgeführt.

Weiterbildung

Haben Mitarbeiter den Wunsch sich weiter zu qualifizieren, unterstützen wir sie und bieten z. B. die Möglichkeit zum berufsbegleitenden Studium oder einer Fortbildung.

Im Jahr 2014 nahmen insgesamt 78 Mitarbeiter an einer Weiterbildungsmaßnahme teil. Ein Mitarbeiter studiert berufsbegleitend an den FOM Hochschule in Stuttgart. Ein weiterer Mitarbeiter studiert über einen Fernstudiengang an der AKAD University of Applied Sciences in Stuttgart. Im September 2012 stellte Mader einen kaufmännischen Auszubildenden im Ausbildungsberuf Kaufmann im Groß- und Außenhandel ein. Dieser studiert ebenfalls an der FOM School of Dual Studies ausbildungsbegleitend und kann nach 3 1/2 Jahren sowohl einen Ausbildungs- als auch einen Bachelorabschluss vorweisen.

Eine Mitarbeiterin studiert seit Oktober 2012 den Studiengang BWL-Industrie und Dienstleistungsmanagement an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Außerdem wurden ein Kontaktstudium und eine Weiterbildung zum Bilanzbuchhalter besucht.

Unsere Führungskräfte wurden alle intern weiterentwickelt und kommen aus den eigenen Reihen.

Begeistert von unserem Engagement, insbesondere im Bereich der Aus- und Weiterbildung, zeigte sich auch Bundeskanzlerin Angela Merkel, die Mader im April 2013 im Rahmen ihrer Demografiereise besuchte. Sie zeigte sich beeindruckt von der Vielfalt der Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, die das Unternehmen seinen Mitarbeitern bietet.



Die Mader-Belegschaft und Bundeskanzlerin Angela Merkel während ihrem Besuch 2013.

2.2.6 Mitarbeiterzufriedenheit

Zufriedene Mitarbeiter sind für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung essentiell. Um das Zusammengehörigkeitsgefühl und den Teamgedanken zu stärken und die Motivation hoch zu halten, veranstalten wir regelmäßig Sommerfeste und Weihnachtsfeiern und beteiligen uns an gemeinsamen sportlichen Aktivitäten. Seit 2014 gibt es einen wöchentlichen Lauf- und Walkingtreff.

Zusatzleistungen

Wir bieten unseren Mitarbeitern eine beitragsorientierte betriebliche Altersvorsorge. Die Beiträge des Arbeitnehmers werden durch eine Entgeltumwandlung und durch einen Zuschuss vom Arbeitgeber finanziert. Die Mittel der Unternehmung werden hier aus einer Pensionskasse finanziert.

Bei Mader werden die Mitarbeiter durch eine erfolgsabhängige Prämie, die sich am Unternehmensergebnis bemisst, beteiligt.

Mader bezuschusst die vermögenswirksamen Leistungen aller Mitarbeiter, sowie das Kantinenessen und Getränke. Allen Auszubildenden wird darüber hinaus das Fahrticket erstattet. Zudem haben alle Mitarbeiter flexible Arbeitszeitregelungen, wie zum Beispiel Gleitzeit, Teilzeit oder Vertrauensarbeitszeit.

Mitarbeiterinitiativ-Teams „MIT“

Ende 2013 wurden die Mitarbeiter unter dem Motto „2014 - Sie sind gefragt“ zu Workshops eingeladen. Ziel der Workshops war es, Verbesserungspotenziale, sei es in der allgemeinen Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten, im Außenauftritt, aber auch im direkten Arbeitsumfeld, aufzudecken und neue Ideen zu entwickeln. Ein Ergebnis der Workshops ist die Initiative „Mach MIT“. Durch MIT, die sogenannten Mitarbeiterinitiativ-Teams, kann jeder Mitarbeiter Projekte initiieren, leiten und umsetzen. Einzige Voraussetzung ist die Freigabe des MIT-Projektantrags durch die Geschäftsführung.

Im Rahmen von MIT wurde beispielsweise das Projektteam „Mader Ausflug 2014“ gegründet, das seither regelmäßig Ausflüge für die Belegschaft außerhalb der Arbeitszeiten organisiert. In einem weiteren MIT-Projekt wurden Vorschläge zur Umgestaltung der Kantine erarbeitet und umgesetzt.

Auch die Idee zum Wechsel des Postanbieters sowie zu kostengünstigeren Alternativprodukten wurden im Rahmen von MIT eingereicht. Diese und viele weitere Beispiele zeigen auf, dass unsere Mitarbeiter die Möglichkeit der Mitgestaltung und Mitentscheidung annehmen und sich aktiv beteiligen.

Mach MIT!



2.2.7 Unsere Kunden

Kundenzufriedenheit

Die Messung der Kundenzufriedenheit nehmen wir über objektive Messmethoden vor. Zur Beurteilung der Zufriedenheit legen wir die eingegangenen Lieferantenbeurteilungen zugrunde. Sofern diese nicht vorliegt führen wir die jährliche Bewertung unter Berücksichtigung verschiedener Messgrößen durch. Maßgeblich sind für uns sowohl die Reklamationsquote wie auch unsere Termintreue.

Datenschutz und Datensicherheit

Der vertrauensvolle Umgang mit kundenspezifischen Daten stellt eine Herausforderung für jedes Unternehmen dar. Wir legen großen Wert auf einen vertrauenswürdigen Umgang mit diesen Informationen und halten die gesetzlichen Vorgaben bei der Vernichtung und der sicheren Aufbewahrung von Akten mit personenbezogenem Inhalt sowie Konstruktions- und Forschungsdaten ein. Darüber hinaus stehen in allen Abteilungen, die mit vertraulichen und geheimen Daten zu tun haben, Tresore zur Verwahrung bereit.

2.2.8 Die Gesellschaft

Gesellschaftliches Engagement ist uns ein großes Anliegen. Vor diesem Hintergrund unterstützen wir insbesondere Projekte in den Bereichen Bildung und Soziales.

Bildungspartnerschaften

Durch Bildungspartnerschaften mit der Ludwig-Uhland-Haupt- und Werkrealschule und dem Philipp-Matthäus-Hahn-Gymnasium in Leinfelden-Echterdingen wollen wir unserer sozialen Verantwortung gerecht werden. Im Vordergrund stehen die Ziele, einen Beitrag zur Berufsorientierung zu leisten, die schulische Ausbildung qualitativ aufzuwerten und ein wechselseitiges Kennenlernen von Unternehmen und Schülern zu ermöglichen.

In Betriebsbegehungen und Informationsveranstaltungen an der Schule ermöglichen wir den Schülern, unser Unternehmen und die Ausbildungsberufe kennenzulernen. Unsere Auszubildenden teilen ihre Erfahrungen mit den Schülern und unterstützen so bei der Berufsorientierung. Ein weiterer Baustein ist die Durchführung von Bewerbertrainings. Zusammen mit unserer Ausbildungsleiterin üben die Schüler das Verhalten bei Vorstellungsgesprächen und Assessment Centern.



Ulrike Böhm, Marketing/PR, bei einem Vortrag für unseren Bildungspartner, dem Philipp-Matthäus-Hahn-Gymnasium.

Mitmachen Ehrensache

Im Rahmen der Initiative „Mitmachen Ehrensache“ suchen sich Jugendliche selbstständig einen Arbeitgeber und arbeiten dort einen Tag. Zugunsten eines regionalen, gemeinnützigen Projekts verzichten die Jugendlichen auf ihren Verdienst, der an den Kreisjugendring Göppingen e.V. gespendet wird. Mader unterstützte diese Aktion um die Entwicklung des Ehrenamtes in Göppingen voranzutreiben.

Schwerbehinderteneinrichtungen

Menschen mit schweren Behinderungen benötigen einen Arbeitsplatz, der auf ihre Bedürfnisse ausgerichtet ist. In Schwerbehinderteneinrichtungen werden diese Anforderungen erfüllt. Wir beauftragen seit Jahren die Einrichtungen „Lebenshilfe Göppingen e. V.“ und „Stuttgarter Werkstätten GmbH“ mit Montagearbeiten und ermöglichen damit Menschen mit schweren Behinderungen, einer Tätigkeit nachzugehen.

Waldorf One World-Day

Im Rahmen des Waldorf One World-Day, einer weltweiten Schüleraktion, sammeln Eltern, Schüler und Lehrer, Spenden, um Kindern an Waldorfschulen eine bessere Zukunft zu ermöglichen.

Wir unterstützen das Projekt und haben einen Schüler der Waldorfschule Stuttgart-Vaihingen einen Tag lang in unseren Unternehmen beschäftigt. Er konnte so einen Einblick in die Aufgabenstellungen in der Logistik gewinnen. Gleichzeitig wurde das Arbeitsentgelt - dessen Höhe wir selbst festlegten - an die gemeinnützige Vereinigung „Freunde der Erziehungskunst“ zur Unterstützung bedürftiger Kinder überwiesen.

2.3

Ökologie

Als Anbieter des energieintensiven Mediums Druckluft sehen wir uns in einer besonderen Verantwortung gegenüber der Umwelt. Wir setzen uns dafür ein, dass Druckluft im Sinne nachhaltiger Energienutzung, energieeffizient erzeugt und genutzt wird. Durch das Vorleben und Umsetzen von Klima- und Umweltschutz im eigenen Unternehmen, möchten wir ein Zeichen setzen und insbesondere andere KMU dazu ermutigen, es uns gleichzutun.

2.3.1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Fuhrpark

2014 wurden insgesamt 3.714 Liter weniger Kraftstoff verbraucht (0,06 l/km). Die CO₂-Emissionen haben sich von 174 Tonnen im Jahr 2013 auf 162 Tonnen im Jahr 2014 reduziert. Dies ist einerseits auf die Reduzierung gefahrener Kilometer in Folge von Reiseroutenoptimierungen und andererseits auf die Neuanschaffung von Fahrzeugen mit geringerem Kraftstoffverbrauch und geringeren CO₂-Emissionen zurückzuführen. Darüber hinaus setzen wir seit 2014 im Rahmen unserer Teilnahme am Forschungsprojekt zur Elektromobilität „Get eReady“ ein Elektrofahrzeug ein.

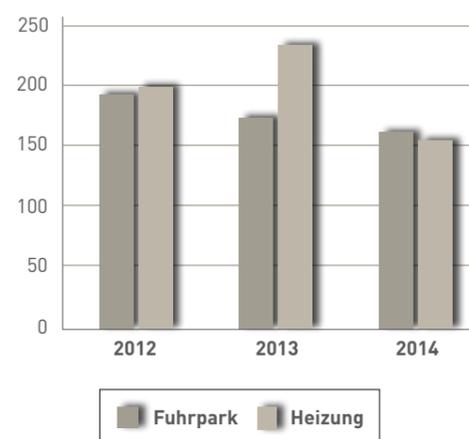
Für die Servicetätigkeiten auf der Landesmesse Stuttgart wird seit 2013 ein elektrobetriebener Golfcaddy eingesetzt.

Heizenergie

Beim Heizölverbrauch hatten wir von 2013 auf 2014 einen Rückgang von 20.918 Liter zu verzeichnen. Dies führen wir auf gute Witterungsverhältnisse und die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter zurück.

Das Gebäude wird über eine herkömmliche Ölheizung beheizt, die jedoch bedarfsgerecht abgestimmt ist. Während der Sommermonate wird diese komplett abgeschaltet. Im Jahr 2013 wurden 233,4 Tonnen und im Jahr 2014 155,2 Tonnen CO₂ ausgestoßen.

CO₂-Emissionen in Tonnen



Stromverbrauch

Unseren Strom beziehen wir zu 100 % aus Wasserkraft. Eine Energiequelle bei deren Herstellung kein CO₂ ausgestoßen wird.

Unser Stromverbrauch lag im Jahr 2013 bei 187.283 kWh, dies entspricht einem monatlichen Verbrauch von durchschnittlich 15.607 kWh. 2014 konnten wir den Verbrauch um 19,59 % senken. Im Schnitt wurden monatlich so nur ca. 12.550 kWh verbraucht.

Der Stromverbrauch in 2013 entspricht 674.218.800 kJ, im Jahr 2014 542.149.200 kJ.

Unser Stromverbrauch entsteht hauptsächlich durch die Benutzung der für den täglichen Gebrauch benötigten Bürogeräte. Weitere Stromverbraucher sind die Gebäudebeleuchtung sowie verschiedene Maschinen in der Logistik und in der Fertigung.

Die Beleuchtung der Lager- und Büroräume benötigt den meisten Strom. Deshalb haben wir im Jahr 2014 die alte Beleuchtung gegen neue energieeffiziente LED-Technik ausgetauscht.

Wasserverbrauch

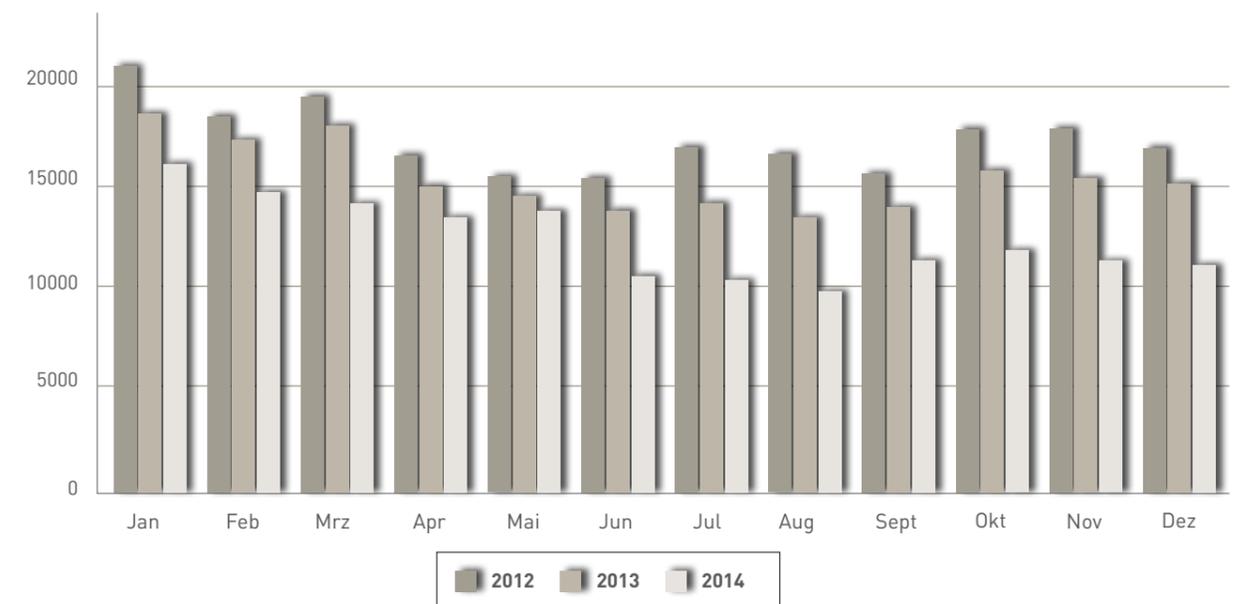
Der Wasserverbrauch wird bei Mader hauptsächlich durch die sanitären Anlagen verursacht. Der Einsatz von Wasser in unserer Fertigung ist sehr gering.

Im Jahr 2013 wurden 454 m³ Wasser verbraucht. Der Verbrauch reduzierte sich im Jahr 2014 auf 385 m³. Die Wasserentnahme erfolgt aus dem Grundwasser.

Energieeffizienzmaßnahmen IT

Durch die Virtualisierung unserer Server im Jahr 2013, welche eine Reduzierung unserer 25 physikalischen Servern auf 2 Server bedeutete, sparen wir zusätzlich Strom. Darüber hinaus haben wir durch diese Maßnahme einen geringeren Klimatisierungsbedarf im Serverraum. Bereits im Jahr 2014 wurde eine Reihe von Computerbildschirmen durch energiesparende Alternativen ausgetauscht. Eine weitere Maßnahme zur Optimierung der IT-Infrastruktur war der Austausch der alten Drucker gegen energieeffizientere neue Modelle.

Stromverbrauch in kWh



2.3.2 Energieverbrauch außerhalb der Organisation

Der von Mader verursachte externe Energieverbrauch bezieht sich auf unsere Fahrzeuge, die Auslieferung unserer Waren, das Drucken unserer Werbematerialien und die getätigten Geschäftsreisen.

Fuhrpark

Da unsere Monteur- sowie Außendienstfahrzeuge einen Großteil des Energieverbrauches ausmachen, achten wir bei der Neuanschaffung von Kraftfahrzeugen gezielt auf den CO₂-Ausstoß bzw. den Kauf von energieeffizienten Alternativen. Aktuell wird durch die Teilnahme am Forschungsprojekt zur Elektromobilität „Get eReady“ die Eignung von Elektro-Fahrzeugen für Dienstfahrten evaluiert.

Get eReady



Umweltschonendes Elektro-Fahrzeug bei Mader.

Seit 2014 nimmt Mader am Projekt „Get eReady“ teil. Im Rahmen des Projekts sollen Erkenntnisse über den Ladebedarf und die Versorgungsinfrastruktur sowie über allgemeine Potenziale von Elektroautos gesammelt werden. Hierzu wurde eine Elektroladestation auf dem Grundstück von Mader installiert, welche auch von weiteren Projektteilnehmern genutzt werden kann.

Geschäftsreisen

Geschäftsreisen sind unerlässlich für den persönlichen Dialog mit unseren Anspruchsgruppen. Deshalb werden wir sie nie ganz vermeiden können. Bei der Auswahl unseres Transportmittels achten wir jedoch auf die Umweltverträglichkeit. Flugreisen versuchen wir zu vermeiden, sollte eine Bahnfahrt möglich oder die Fahrt mit einem Auto effizienter sein.

Paketversand & Transport

Mit „Total zero“, dem CO₂-neutralen Paketversand des Paket- und Expressdienstleisters DPD, versendet Mader seit 2012 alle Sendungen klimaneutral. DPD gleicht die verursachten CO₂-Emissionen durch die Unterstützung von Umweltschutzprojekten aus.

Durch eine Paketoptimierung wird zudem vermieden, dass mehrmals am Tag mehrere Pakete an den gleichen Kunden versendet werden.

Werbematerialien

Unsere Präsentationsmappen, Kataloge und Werbeflyer lassen wir, soweit möglich, klimaneutral drucken und unterstützen so verschiedene Umweltschutzprojekte. Seit 2013 wurden knapp 30 Tonnen CO₂ kompensiert.

2.3.3 Abfallwirtschaft

Sämtliche Abfälle werden durch zertifizierte Entsorger beseitigt. Dies überprüfen wir regelmäßig durch das Anfordern aktueller Zertifikate.

Bei der Montage und Wartung der Kompressoren und Kältetrockner fallen Abfälle wie Alt- und Schmieröle, Aufsaug- und Filtermaterialien sowie Ölfilter an. Die anfallende Menge liegt außerhalb unseres Einflussbereichs und ist abhängig von der Häufigkeit der Service- und Montageeinsätze.

Der höhere Verbrauch von Öl und Filtrationsmaterial ist auf die allgemeine Zunahme des Reparatur- und Servicegeschäftes zurückzuführen.

Alle anderen anfallenden Abfälle sind keine gefährlichen Überreste und entstehen im Normalbetrieb des Unternehmens.

Abfall in Tonnen	2013	2014
Papier	10,9	14,5
Gewerbeabfall	5,1	6,0
Mischschrott	1,9	0,5
Holz	6,0	4,4
Aufsaug-Filtermaterial	5,1	6,8

2.3.4 Energieeffiziente Produkte & Dienstleistungen

In Deutschland sind bundesweit rund 62.000 Druckluftanlagen installiert. Dies entspricht einem Verbrauch von jährlich rund 14 Milliarden kWh Strom.

Ein Kubikmeter Druckluft kostet dabei etwa zwischen 1,5 und 3 Cent. Je nach Betriebsstunden und Stromtarif liegen die Energiekosten zwischen 60 und 85 % der Gesamtkosten für eine Druckluftanlage.

Energieeffiziente Dienstleistungen

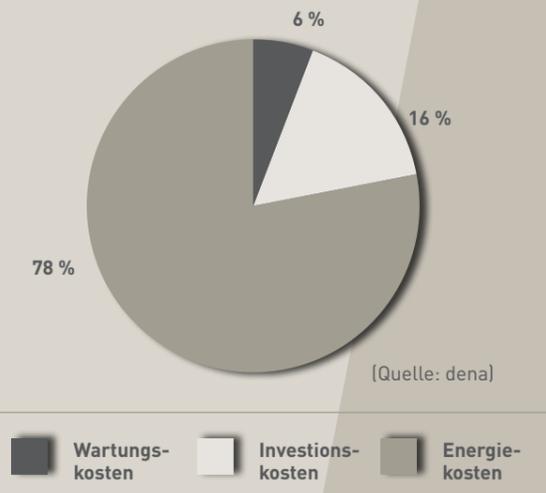
Energieeffizienz-Analyse

Durch eine ganzheitliche Optimierung des Druckluftprozesses können Energiekosten und die CO₂-Emissionen stark gesenkt werden.

Im Rahmen einer Energieeffizienz-Analyse wird ermittelt, wie effizient der Druckluftprozess gestaltet ist und ob die eingesetzten Geräte und Maschinen den tatsächlichen Anforderungen der angeschlossenen Verbraucher gerecht werden.

Hierfür wird der Strombedarf über einen gewissen Zeitraum aufgezeichnet und die erzeugte Druckluftmenge ermittelt. Durch die Gegenüberstellung der ermittelten Werte und eine Sichtkontrolle der Anlage kann eine genaue Aussage über die Effizienz und mögliche Einsparpotenziale gegeben werden. Ein individuell ausgearbeitetes Druckluftkonzept gibt dem Kunden Aufschluss darüber, wie Einsparpotenziale sinnvoll genutzt werden können. Allein durch die Drehzahlregelung eines Kompressors mit 22 kW Leistung können jährlich 20.100 kWh eingespart werden. Das entspricht in etwa 3.015 € und 10 Tonnen CO₂. 2013 und 2014 sparten Kunden durch unsere Unterstützung 2.100.013 kWh und 1.117 Tonnen CO₂ ein.

Lebenszykluskosten von Druckluftsystemen



Energieersparnis der Mader-Kunden.

In den Jahren 2013 und 2014 wurden 2.100.013 kWh Strom eingespart. Mit dieser Menge könnte man ca. ein Jahr lang 589 Drei-Personen-Haushalte mit Strom versorgen.

1.117 Tonnen CO₂ wurden vermieden. Dies entspricht über 9 Mio. gefahrene VW Golf-Kilometer.



Energiekosten bei Leckagen

Durchmesser der Leckage	Ausströmende Luftmenge bei 7 bar	Energiekosten
mm	l/min	€/Jahr
1	72	442
2	300	1757
3	670	3.857
4	1.200	6.857
6	2.670	15.334
10	7.440	43.142

Werte bei 8.760 h/a und 0,15 €/kWh

Leckagemessung

Die Ortung und Beseitigung von undichten Stellen im Druckluftsystem ist eine der effektivsten und schnellsten Möglichkeiten, den Druckluftverbrauch einer Anlage und damit den Stromverbrauch zu reduzieren. Typische Leckagen entstehen z. B. durch undichte Verbindungen, korrodierte Leitungen oder fehlerhafte Kondensatableiter, Trockner und Filtration.

Mittels moderner Messgeräte können Leckagen schnell und effektiv lokalisiert werden. Als Argumentationshilfe für den Verantwortlichen im Kundenunternehmen erstellen wir eine wirtschaftliche Analyse der aufgedeckten Leckagen, die aufzeigt wie viel Druckluft, Energie und damit auch Geld täglich verloren gehen. Die praktische Erfahrung zeigt, dass eine solche wirtschaftliche Darstellung die Wahrscheinlichkeit, dass Leckagen auch tatsächlich beseitigt werden, deutlich erhöht.

Durchflussmessung

Druckluftverbrauchsmessungen können dauerhaft zur Überwachung von Druckluftsystemen (Monitoring) eingesetzt werden. Mit einer im Leitungssystem gemessenen, effektiven Durchflussmessung können diese Verbrauchswerte zuverlässig ermittelt werden. Dafür wird ein Volumenstrommessgerät dauerhaft im Druckluftnetz verbaut. Die gesammelten Daten werden analysiert und ausgewertet. Anhand eines durchgängigen Monitorings werden eventuelle Veränderungen frühzeitig erkannt, so dass zeitnah Gegenmaßnahmen ergriffen werden können.

Energieeffiziente Produkte

Blaspistole

Eine herkömmliche Blaspistole kann nur zweistufig dosiert werden, entweder entfaltet die Druckluftpistole ihre volle Wirkung oder der Luftstrahl wird komplett unterbrochen. Der Einsatz einer stufenlos dosierbaren Blaspistole schafft hier Abhilfe. Die ausströmende Druckluft kann entsprechend des Bedarfs genau reguliert werden. Dies kann den Druckluftverbrauch deutlich reduzieren.

Druckbegrenzer

Ein Druckbegrenzer wird an der Blaspistole angebracht und vermindert den Druck direkt. Ein weiterer Vorteil ist die geringere Geräuschbelastung während der Arbeit mit einer Blaspistole.

Injektordüse

Die Injektordüse (auch Venturidüse genannt) saugt über das Venturi-Prinzip Luft an und vermischt diese mit Druckluft, so dass ein Gemisch aus atmosphärischer Luft und Druckluft ausströmt. Der Druckluftverbrauch kann so gesenkt werden.

Mehrkanaldüse

Im Gegensatz zu einer herkömmlichen Ein-Loch-Düse, wird die Druckluft hier durch mehrere Kanäle ausgeblasen. Durch diese Konstruktion werden ein erhöhter Wirkungsgrad und eine Reduzierung der lärmverursachenden Volatilitäten beim Ausströmen erreicht.

Durch die verbesserte Blaswirkung entsteht ein gleichmäßiger Luftstrahl, was zu einer Reduzierung des Druckluftverbrauchs und einer Senkung des Geräuschpegels führt.

Kupplung

Druckverluste in einem Druckluftsystem können viele Ursachen haben. Zu viele Filter, zu lange Schläuche, schlecht verlegte Leitungen oder zu viele Zwischenstücke wie z. B. Kupplungen.

Bei einer herkömmlichen Standardkupplung entstehen Verwirbelungen, die zu einem Druckverlust und folglich zu einer Mehrarbeit des Kompressors führen.

Durch konstruktive Optimierungen konnte eine Sicherheitsentlüftungskupplung entwickelt werden, bei der Luftverwirbelungen auf ein Minimum reduziert werden. Der kegelförmige Aufbau sorgt dafür, dass die Druckluft ungehindert und direkt durch die Kupplung fließen kann. Druck- und Volumenverluste werden so merklich reduziert.

KDIL-Zylinder

Der innovative Normzylinder KDIL ist durch sein konstruktionsoptimiertes Design bei gleichwertigen technischen Daten (Vergleich KDI-Zylinder) besonders leicht.

Aus ökologischer Sicht überzeugt der um 20 % verringerte Materialeinsatz, der zur Herstellung des Zylinders benötigt wird.



2.3.5 Kataloge

Durch die Optimierung unseres Katalogmanagements konnte der Katalogumfang verringert werden, so dass in der Katalogproduktion weniger Ressourcen verbraucht werden.

Auch eine Optimierung unseres Produktprogrammes hat zu dieser Reduzierung beigetragen. Mit der Umstellung von fünf Einzelkatalogen auf einen Gesamtkatalog können wir darüber hinaus weitere Ressourcen einsparen.



Der Gesamtkatalog MADER KOMPAKT.

Langfristig möchten wir unsere Papierkataloge auf elektronische Blätterkataloge umstellen. Seit dem Jahr 2013 bieten wir bereits Blätterkataloge auf USB-Sticks an und verweisen aktiv auf unseren Online-Shop www.mader-shop.de, auf dem unser komplettes Sortiment erhältlich ist.

Die papierlose Bestellmöglichkeit über den Online-Shop oder das Scanner-System ScanXpress wird von Kunden vermehrt verwendet.



Das Mader Scanner-System ScanXpress für direktes und papierfreies Bestellen.

2.3.6 Kosten Umweltschutz

Dem Präventionsgedanken wird von Mader sowohl in der Umweltpolitik wie auch im sozialen Bereich ein hoher Stellenwert beigemessen. Aus ökonomischer Sicht ist das Prinzip der Prävention vielfach mit geringeren Kosten verbunden als Unternehmungen, die im Nachhinein zur Beseitigung von Schäden ergriffen werden müssen.

Wir möchten die Prävention nutzen, um Risiken und Schäden zu minimieren oder zu beseitigen.

Um diese von uns gesteckten Ziele zu erreichen, wurden in den Jahren 2013 und 2014 Schulungen zum Thema Umweltschutz durchgeführt.

Einführung umweltfreundlicher Technologien

Die Einführung umweltfreundlicher Technologien ist für Mader Teil des Umweltmanagements und trägt zum Umweltschutz bei.

Im Berichtszeitraum wurden u. a. folgende umweltfreundliche Technologien eingeführt:

1. Die alte Beleuchtung wurde gegen neue, energieeffiziente LED-Technik ausgetauscht.
2. Unsere Serverlandschaft wurde virtualisiert.
3. Die alten Drucker wurden durch energieeffiziente, neue Modelle ersetzt.

Neue Zertifizierungen

Um unsere Energiekosten weiter zu reduzieren, unsere Energieeffizienz zu verbessern und Vorbild zu sein, haben wir uns im Jahr 2014 nach DIN EN ISO 50001 zertifizieren lassen.

Die Kosten für alle ergriffenen Maßnahmen bezüglich des Umweltschutzes beliefen sich im Berichtszeitraum auf ca. 80.000 €.

Nichteinhaltung Umweltgesetze

In den Jahren 2013/2014 konnten keine Verstöße gegen Umweltgesetze und -vorschriften festgestellt werden.

Gesamtenergieverbrauch

Im Jahr 2013 hatte Mader einen Gesamtenergieverbrauch von 1.367.463 kWh und Emissionen von 507.223 kg CO₂. Dieser hat sich im Jahr 2014 reduziert auf einen Gesamtenergieverbrauch von 1.084.457 kWh und Emissionen von 397.841 kg CO₂.



Gesamtverbrauch & Emissionen 2013

	kWh	kg CO ₂
Heizöl	624.280	233.480
Strom	187.283	99.635
Treibstoff	555.900	174.108
Gesamt	1.367.463	507.223

Gesamtverbrauch & Emissionen 2014

	kWh	kg CO ₂
Heizöl	415.100	155.247
Strom	150.597	80.118
Treibstoff	518.760	162.476
Gesamt	1.084.457	397.841





3. Nachhaltigkeits- ziele

Nachhaltige Unternehmensführung heißt auch, sich in allen drei Bereichen – Ökonomie, soziale Verantwortung und Ökologie – stetig verbessern zu wollen. Hierfür setzen wir uns regelmäßig quantitative wie auch qualitative Ziele, die wir als anspruchsvolle, aber erreichbare Leitlinie sehen.

3.1

Ziele für 2015/2016

Wir sehen Ökonomie, Ökologie und soziale Verantwortung als Einheit - genau wie die ganzheitliche Betrachtung der Druckluftkette. Nur so kann das bestmögliche Ergebnis erzielt und zukunftsfähig gewirtschaftet werden.

Daher setzt Mader sich auch zukünftig Nachhaltigkeitsziele und verfolgt diese kontinuierlich, um die Gesellschaft, die Umwelt und das Unternehmen weiterhin nachhaltig zu fördern.

Ökonomie			
Ziel	Maßnahme	Zuständigkeit	Termin
Umsatzrendite >5%	Neugestaltung Produktsortiment „Ventile“	Pneumatik, Marketing	2015
	neuer MADER-KOMPAKT Katalog	Pneumatik, Marketing, Vertrieb	2016
	Internationalisierung Online-Shop (zusätzliche Sprache englisch)	Marketing, Vertrieb	2015
Umsatzwachstum im Bereich Drucklufttechnik um 20%	Zertifizierung des Druckluft-Audits nach DIN EN ISO 11011:2014	Qualitäts-, Umwelt-, Energiemanagement	2015
	Entwicklung einer digitalen Anwendung im Bereich Leckagemanagement	Marketing, IT, Drucklufttechnik	2015
	Entwicklung neues Dienstleistungskonzept „MADER AirXpert“ im Bereich energieeffiziente Druckluft	Drucklufttechnik, Marketing, Vertrieb	2015

Soziale Verantwortung			
Ziel	Maßnahme	Zuständigkeit	Termin
Mitarbeiterbindung und -motivation	Mitarbeiterbefragung „Sie sind gefragt“, Weitere Gründungen von MitarbeiterInitiativTeams	Personal, komplette Belegschaft	Laufend
Kommunikation Nachhaltigkeitsaktivitäten	Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitspreis, Unterzeichnung der WIN!Charta	Qualitäts-, Umwelt-, Energiemanagement, Marketing	2015
Erfahrungsaustausch zu Nachhaltigkeitsthemen	Mitarbeit im Energieausschuss der IHK, Klimaschutz-Unternehmen sowie Verbänden	Geschäftsleitung, Qualitäts-, Umwelt-, Energiemanagement	Laufend
Vermeidung von Wegeunfällen	Angebot eines Fahrsicherheitstrainings	Personal	2015/2016
Vermeidung von Arbeitsunfällen	Mitarbeiterunterweisungen, Betriebsanweisungen	Personal	Laufend
Gesundheitsquote >96 %	Ausbau des Betrieblichen Gesundheitsmanagements	Personal	2015/2016
Weitere Zusammenarbeit mit Bildungspartnern	Bewerbertrainings, Betriebsbegehungen, Vorträge etc.	Personal	Laufend

Ökologie			
Ziel	Maßnahme	Zuständigkeit	Termin
Reduzierung Stromverbrauch um 5%	Mitarbeitersensibilisierung durch Workshops/Schulungen, Energietipp, Azubis als Energieermittler	komplette Belegschaft	2015
Reduzierung Heizölverbrauch um 3%	Mitarbeitersensibilisierung durch Workshops/Schulungen, Energietipp, Azubis als Energieermittler	komplette Belegschaft	2015
Reduzierung Druckpapierverbrauch um 5%	Mitarbeitersensibilisierung durch Workshops/Schulungen, Energietipp	komplette Belegschaft	2015
Reduzierung der CO ₂ -Emissionen im Bereich Fuhrpark	Berücksichtigung der Emissionen bei der Neuan-schaffung von Fahrzeugen	Fuhrparkmanagement	Laufend
Reduzierung Kraftstoffverbrauch im Bereich Fuhrpark	Anschaffung Druckluftfahrzeug, Anschaffung Erdgasfahrzeug	Fuhrparkmanagement	2016
2.400 Tonnen weniger CO ₂ -Emissionen beim Kunden	Realisierung von energieeffizienten Lösungen und Leckagemanagement bei Kunden	Drucklufttechnik, Vertrieb	2015
Kundensensibilisierung	Durchführung Energieeffizienz-Seminare	Drucklufttechnik	Laufend
	Fortführung des Energieeffizienz-Blogs (www.mader-energieeffizienz.de)	Marketing, Drucklufttechnik, Qualitäts-, Umwelt-, Energiemanagement	Laufend

Übrigens:

Anregungen, Hinweise oder Fragen zu unserem Bericht können Sie uns gerne per E-Mail zukommen lassen: Stefanie.Kaestle@mader.eu

Impressum

Berichtszeitraum

Dieser Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich auf die Jahre 2013 und 2014.

Berichtsinhalte

Dieser Bericht orientiert sich an den G4-Leitlinien der international als Standard anerkannten Global Reporting Initiative (GRI). Aufgabe der GRI ist es, Leitlinien für Nachhaltigkeitsberichte zu entwickeln.

Erfassung

Das Projektteam hat im Vorfeld eine Gewichtung der möglichen Themen, zusammen mit der Geschäftsführung und anderen beteiligten Mitarbeitern, vorgenommen. Die relevanten Daten wurden errechnet oder bei bereits bestehenden Informationen, zusammengetragen.

© 2015 Mader GmbH & Co. KG

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. Sie erhalten diesen Nachhaltigkeitsbericht als kostenlosen Download im Internet unter www.mader.eu

Ansprechpartnerin

Stefanie Kästle, Nachhaltigkeitsmanagement
Mader GmbH & Co. KG, Daimlerstraße 6
70771 Leinfelden-Echterdingen
E-Mail: Stefanie.Kaestle@mader.eu
Telefon: 0711 - 79 72 111

Haftungsausschluss

Für eventuell auftretende redaktionelle Fehler übernehmen wir keine Haftung. Alle Informationen wurden mit bestem Gewissen und großer Sorgfalt erhoben.

Bilder

Fotolia und Mader GmbH & Co. KG

Herausgeber

Mader GmbH & Co. KG
Daimlerstr. 6
70771 Leinfelden-Echterdingen

Text

Ulrike Böhm
Marketing/PR
Marina Griesinger
Duale Studentin

Inhalte

Stefanie Kästle
Nachhaltigkeitsmanagement
Marina Griesinger
Duale Studentin

Grafische Umsetzung

Stefanie Köhncke
Marketing

Berichtsprofil

Berichtszeitraum	Geschäftsjahr 2013/2014
Erster Bericht	Geschäftsjahr 2013/2014
Berichtszyklus	Alle zwei Jahre
Richtlinie	Angelehnt an GRI G4 (Global Reporting Initiative)
Kontaktstelle	Stefanie Kästle Nachhaltigkeitsmanagement Mader GmbH & Co. KG

