

NACHHALTIGKEITSBERICHT

RIEGER METALLVEREDLUNG GMBH & CO KG

2022



INHALT

Vorwort der Geschäftsführung.....	3
Wie dieser Bericht zu lesen ist.....	4
Unser Unternehmen im Überblick	5
Überblick und Geschichte.....	5
Leitbild	6
Kennzahlen und Mitarbeiter.....	6
Die drei Säulen der Nachhaltigkeit	8
Die Methodik hinter diesem Bericht.....	9
Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse.....	10
Standortanalyse entlang der Dimensionen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG).....	14
Umwelt	14
Soziales.....	19
Unternehmensführung.....	25
Abgeleitete massnahmen	29
Impressum	32
Anhang A: Übersicht aller Indikatoren.....	33
Anhang B: Bewertung der Indikatoren im Rahmen der internen Wesentlichkeitsanalyse.....	34
Anhang C: Quellenangaben.....	35

VORWORT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Geschäftsführer der Rieger Metallveredlung GmbH & Co. KG ist es mir eine große Freude, Ihnen unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht zu präsentieren. Klima- und Umweltschutz sowie nachhaltiges Wirtschaften sind von enormer Bedeutung und werden, z.B. mit Blick auf die Klimaziele der Bundesregierung, die kommenden Jahre weiter an Bedeutung gewinnen. Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber der Umwelt und kommenden Generationen bewusst und möchten dieser gerecht werden.

In diesem Bericht legen wir dar, welchen Beitrag die Rieger Metallveredlung bereits heute zur Erhaltung und Schutz von Klima und Umwelt leistet, wie wir für soziale Gleichheit im Unternehmen sorgen und welche unternehmensinternen Steuerungsinstrumente wir implementiert haben – und wie wir uns in den drei Säulen der Nachhaltigkeit, Umwelt, Soziales und Unternehmensführung, kontinuierlich weiterentwickeln. Unser Ziel ist, unsere ökologischen Auswirkungen zu minimieren, sozial ausge-

glichen und verantwortungsvoll zu agieren und nachhaltig zu wachsen.

Der Bericht setzt auf den Kennzahlen für das Jahr 2022 auf, die zum Zeitpunkt der Datenerhebung die aktuellsten Werte waren. Wir möchten mit diesem Bericht nicht nur unsere bisherigen Erfolge dokumentieren, sondern auch unsere Herausforderungen, Ziele und Maßnahmen für die Zukunft nennen: Verbesserungsbedarf gibt es stets und wir arbeiten ständig hieran.

Ich möchte mich an dieser Stelle bei allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen bedanken, die sich täglich für unser Unternehmen einsetzen. Ohne ihr Engagement wären wir heute nicht, wo wir sind – und auch dieser Nachhaltigkeitsbericht wäre so nicht möglich gewesen. Gleichzeitig gilt unser aller Dank Ihnen, unseren Kunden, Lieferanten und Partnern in Steinheim, Ostwürttemberg und darüber hinaus, mit denen wir, wie ich finde, stets vertrauensvoll zusammenarbeiten. Lassen Sie uns auch die kommenden Jahre zielstrebig an einem nachhaltigen Unternehmen arbeiten.

Ihr Franz Rieger, im März 2024



WIE DIESER BERICHT ZU LESEN IST

Im folgenden Kapitel geben wir Ihnen einen **Überblick über unsere Unternehmensgeschichte**, unser Leitbild sowie einige Kennzahlen. Anschließend beschreiben wir die **Methodik**, mittels welcher wir die Analysen in diesem Bericht angegangen sind und führen durch die Kernergebnisse: in der **Wesentlichkeitsanalyse** haben wir gemeinsam mit unseren wichtigsten Stakeholdern die für uns wichtigsten Aspekte in den Dimensionen E

(Environment/Umwelt), S (Social/Soziales) und G (Governance/Unternehmensführung) erarbeitet, um diese anschließend im Rahmen einer **Standortbestimmung** kennzahlbasiert zu analysieren und abzuleiten, wo wir bereits sehr gut sind und wo wir uns noch besser aufstellen können. Das letzte Kapitel erläutert sodann die definierten **Maßnahmen** und Ziele.



ÜBERBLICK UND GESCHICHTE

Willkommen bei der Rieger Metallveredlung! Wir sind stolz darauf, glänzende Qualität zu liefern und den Leitsatz "Erfolg mit Galvanotechnik!" in unserer Unternehmenskultur zu verankern. Seit über 70 Jahren begleitet uns diese Philosophie, während wir gemeinsam mit unseren Kunden Herausforderungen meistern und Erfolge erarbeiten. Unsere hohe Spezialisierung, die gute schwäbische Qualität und die Nachhaltigkeit unserer Prozesse sind wichtige Merkmale bei der Umsetzung dieses Leitsatzes. Gleichzeitig setzen wir auf innovative Forschung und Entwicklung sowie auf unsere Spezialisierung in Bereichen wie der Aluminiumgalvanisierung.

Unsere Geschichte reicht zurück bis in das Jahr 1953. Damals gründete Franz X. Rieger in Heidenheim an der Brenz eine *Galvanische Anstalt*, die zunächst in einem umgebauten Hühnerstall unterkam. Bereits sieben Jahre später konnte das Unternehmen in einen Neubau an unserem heutigen Standort in Steinheim am Albuch umziehen.

In den folgenden Jahrzehnten entwickelten wir uns stetig weiter. Ende der 1970er Jahre hatten wir den Wandel von einem handwerklichen zu einem industriell fertigen Betrieb vollzogen. Dies ermöglichte uns, Kapazitäten zu erweitern und neue Technologien einzuführen. 1978 feierten wir unser 25-jähriges Jubiläum – ein erster Meilenstein, der unseren Erfolg und unser nachhaltiges Wachstum widerspiegelte.

1988 erhielt Franz X. Rieger den renommierten *Dr. Rudolf-Ebert-Preis* für seine innovativen Forschungen auf dem Gebiet der Galvanik und 1990 nahmen wir eine Ozonabwasserbehandlungsanlage in Betrieb, die damals ein europäisches Pilotprojekt war. Unser kontinuierliches Engagement für Umweltschutz und Nachhaltigkeit wurde 2008 durch die Zertifizierung eines Umweltmanagementsystems gemäß DIN EN ISO 14001 formalisiert.

Im Jahr 1997 fand ein Generationenwechsel statt, als Franz X. Rieger die Geschäftsführung an seinen Sohn A. Franz Rieger übergab. Gleichzeitig wurde das Qualitätsmanagementsystem gemäß DIN EN ISO 9001 eingeführt und zertifiziert. Im Jahr 2003 konnte die Rieger Metallveredlung ihr 50-jähriges Jubiläum feiern. Dieses Jubiläum bezeugte, dass wir uns als langfristig zuverlässiger Partner in der Metallveredlungsbranche etabliert hatten.

2011 wurde bereits die erste PV-Anlage auf dem Dach des Betriebs installiert.

Im Jahr 2013 wurde eine moderne Prüf- und Verpackungsanlage für Lenkgehäuse installiert. Diese Anlage war damals einzigartig in ihrem Bereich und setzte moderne Technologien wie Laser und Kameras zur Prüfung ein und unterstrich damit den Innovationsgeist und die technische Expertise unseres Unternehmens.

2015 erfolgte schließlich die Umfirmierung der *Franz Rieger Metallveredlung e.K.* zur heutigen *Rieger Metallveredlung GmbH & Co. KG*. Hiermit wurde nicht nur der Name des Unternehmens aktualisiert, sondern auch der rechtliche Rahmen angepasst, um den stetig wachsenden Aufgaben gerecht zu werden.

Sie sehen: durch kontinuierliche Innovationen, Investitionen in moderne Technik und ein starkes Engagement für Qualität und Umweltschutz haben wir seit Anbeginn unseren Erfolg begründet. Wir schauen stolz auf unsere Vergangenheit zurück und möchten auch in Zukunft Maßstäbe zu setzen.

LEITBILD

Wir sind ein mittelständisches, inhabergeführtes Unternehmen mit einem langfristigen Blick. Unser **Unternehmensleitbild** dient uns als Leitfaden für unser tägliches Handeln, gibt uns Orientierung und hilft uns, unsere Ziele zu erreichen. Dieses wird durch **vier Leitlinien** geprägt:

1. Wir sind ein **innovatives Unternehmen**, das sich auf die Entwicklung und Produktion hochwertiger Produkte spezialisiert hat. Unser Ziel ist, unseren Kunden ein vielfältiges und **innovatives Produktions- und Leistungsprogramm** anzubieten, das ihren individuellen Bedürfnissen entspricht und ein vielfältiges Angebot von Problemlösungen auf dem Gebiet der Oberflächentechnik und deren Randgebiete mit sich bringt. **Qualität steht bei uns an erster Stelle.** Wir streben danach, höchste Qualitätsstandards in all unseren Produkten und Dienstleistungen zu gewährleisten. Durch regelmäßige Kontrollen und Verbesserungsprozesse stellen wir sicher, dass unsere Kunden stets zufrieden sind und ihre Erwartungen erfüllt werden.
2. Wir legen großen Wert auf **Umweltverträglichkeit.** Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Prozesse zu optimieren und Ressourcen effizient zu nutzen, um unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren.
3. Wir bauen langfristige und **vertrauensvolle Beziehungen** zu unseren Kunden auf und sind ein kompetenter und zuverlässiger Partner für umfassende Lösungen auf dem Gebiet der Oberflächentechnik. **Zuverlässigkeit** ist dabei für uns von großer Bedeutung. Wir halten unsere Versprechen gegenüber unseren Kunden ein und liefern termingerecht. **Unsere Geschäftspraktiken sind fair und transparent,** um eine langfristige, vertrauensvolle Zusammenarbeit aufzubauen.

4. Wir streben nach einer stabilen wirtschaftlichen Basis und **soliden finanziellen Grundlagen**, um langfristig erfolgreich zu sein. Durch eine verantwortungsvolle Finanzplanung und -führung stellen wir sicher, dass wir unsere Ziele erreichen und unser Unternehmen weiterentwickeln können.

Mit unserer Offenheit für alle Informationen, Anregungen und kritischen Meinungen aus dem Umfeld des Unternehmens – sei es von Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten, der Öffentlichkeit oder Finanzpartnern – streben wir danach, unser Leitbild jederzeit und gegenüber jedermann glaubwürdig zu praktizieren. Unser Leitbild und die zugrundeliegenden Handlungen unterliegen dabei keinen raschen Trends, werden aber von uns regelmäßig weiterentwickelt.

KENNZAHLEN UND MITARBEITER

Die letzten Jahre haben wir uns in einem dynamischen Marktumfeld behauptet und unsere Position gestärkt. Die großartige Leistung und das Engagement aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben uns dabei geholfen, unsere Ziele zu erreichen. Umsatzentwicklung, die wichtigsten Produktkategorien und deren Anteil an der Gesamtproduktion sind in den Grafiken auf Seite 7 zusammengefasst.

In den letzten drei Jahren gelang es uns dank des starken Einsatzes unserer 33 talentierten und engagierten Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, unseren Jahresumsatz von knapp unter 3 Mio. Euro auf knapp 4 Mio. Euro zu steigern. Unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen übernehmen dabei täglich hohe Verantwortung in der Produktion, im Auftragszentrum, in der Qualitätssicherung, dem Versand und der Verwaltung. Wir sind der festen Überzeugung, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg sind und setzen alles daran, dass sie die Wertschöpfung erhalten, um ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Wir sind gleichzeitig bestrebt, eine offene Arbeitsumgebung zu schaffen, die eine Kultur der Zusammenarbeit und Innovation unterstützt und fördert.

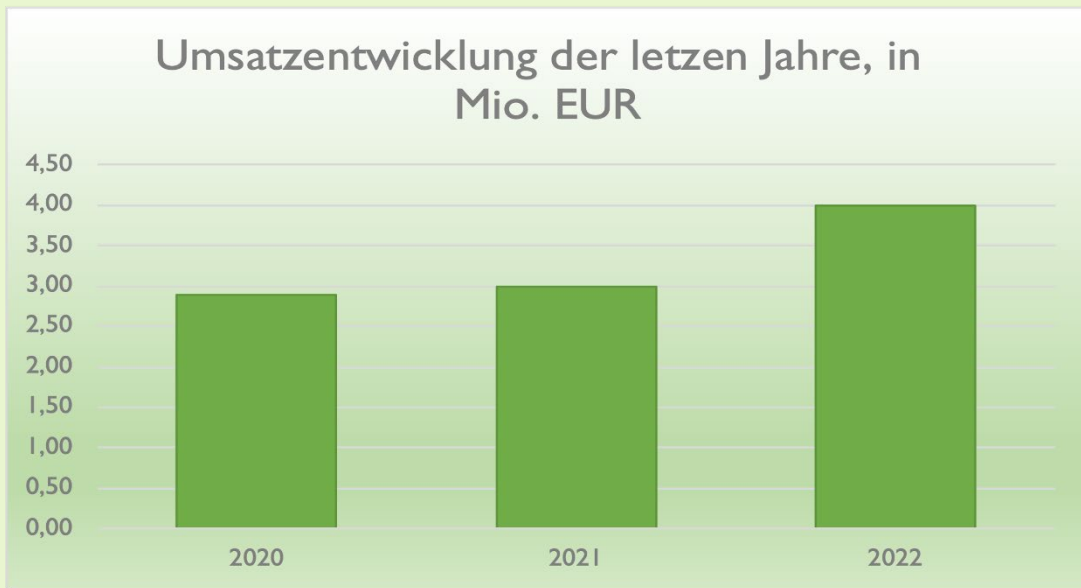


Abbildung 1. Umsatzentwicklung 2020-22

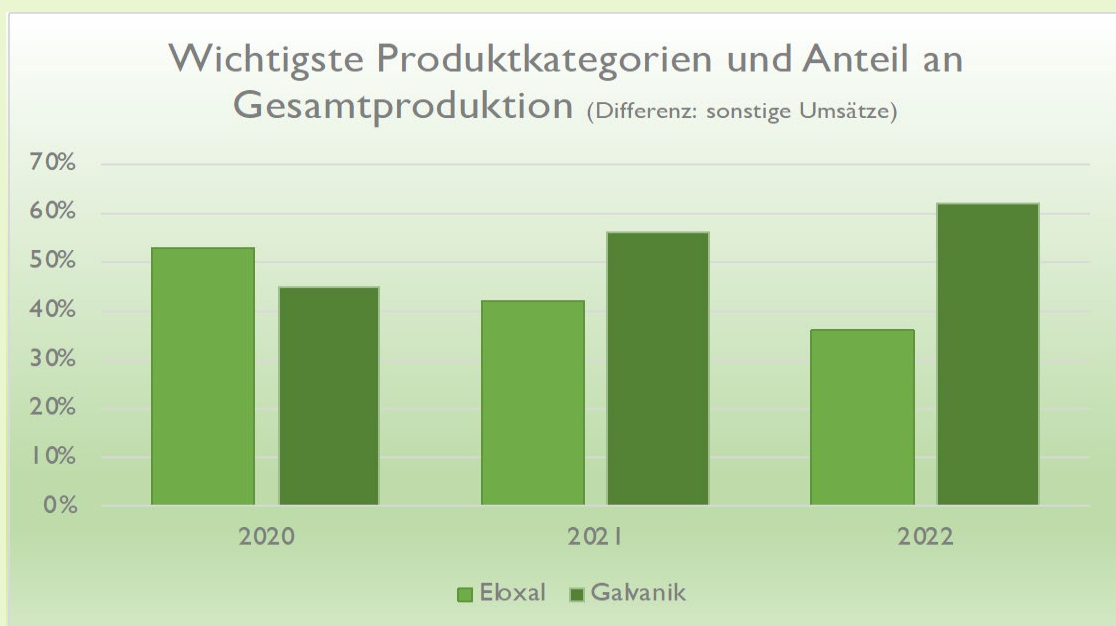


Abbildung 2. Wichtigste Produktkategorien, Entwicklung 2020-22

DIE DREI SÄULEN DER NACHHALTIGKEIT



Abbildung 3. Die drei Säulen der Nachhaltigkeit³

Vor 200 Jahren kam die Holzwirtschaft nach Jahrhunderten, in denen die Waldfläche Deutschlands immer weiter schrumpfte, zur Erkenntnis, dass man dem Wald jährlich nur so viel Holz entnehmen sollte, wie auch nachwächst. 1804 schrieb hierzu Georg Ludwig Hartig:

„Es lässt sich keine dauerhafte Forstwirtschaft denken und erwarten, wenn die Holzabgabe aus den Wäldern nicht auf Nachhaltigkeit berechnet ist. Jede weise Forstdirektion muss daher die Waldungen des Staates ohne Zeitverlust taxieren lassen und sie zwar so hoch als möglich, doch so zu benutzen suchen, dass die Nachkommenschaft wenigstens ebenso viel Vorteil daraus ziehen kann, als sich die jetzt lebende Generation zueignet.“ⁱ

Damit war das Grundkonzept der Nachhaltigkeit geboren. Die moderne Definition der Nachhaltigkeit folgt meist dem sogenannten Brundtland-Bericht von 1987ⁱⁱ, der von der ehemaligen norwegischen Ministerpräsidentin G. Brundtland geleitet und von den Vereinten Nationen in Auftrag gegeben wurde. Der Bericht widmete sich der Frage, wie Bedürfnisse lebender Generationen befriedigt werden können, ohne die Fähigkeit zukünftiger Generationen zu beeinträchtigen, ihre eigenen Bedürfnisse zu erfüllen. Dabei wurden die drei heute etablierten Säulen der Nachhaltigkeit – Umwelt, Soziales und Gesellschaft bzw. Unternehmensführung (engl. Governance) – erstmals als grundlegend für eine nachhaltige Entwicklung angesehen und detailliert.

Der Bericht definierte den Begriff der nachhaltigen Entwicklung als eine Entwicklung, welche

"die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne die Fähigkeit zukünftiger Generationen zu beeinträchtigen, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen."

Der Bericht gilt bis heute als ein bedeutendes Dokument im Bereich nachhaltiger Entwicklung – und bildet damit auch die methodische Ausgangsbasis für viele Nachhaltigkeitsberichte.

DIE METHODIK HINTER DIESEM BE- RICHT

Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bedeutet die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts oft einen hohen finanziellen und personellen Aufwand. Zudem fehlt es bestehenden Ansätzen und Berichten vielfach an einer nachvollziehbaren Datenbasis und Erhebungsmethodik, die den aktuellen Standort eines Unternehmens in den drei Säulen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung untermauert.

Gemeinsam mit der Edenberg Nachhaltigkeitsberatung aus Stuttgart haben wir daher einen auf KMU zugeschnittenen, effizienten Prozess angewandt. Der Ansatz wurde im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit entwickeltⁱⁱⁱ, woran neben KMU auch Banken und Großunternehmen als Kunden der KMU beteiligt waren um sicherzustellen, dass die Analysen einerseits zeitlich und seitens Datenverfügbarkeit machbar sind, andererseits den Ansprüchen großer Unternehmen und von Finanzinstituten an die Berichterstattung gerecht werden.

Mit diesen Partnern wurde, in Anlehnung an die Vorgaben der European Sustainability Reporting Standards (ESRS)^{iv} und der Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI)^v insgesamt **27 Indikatoren** aufgestellt, die **für die Bewertung eines**

Unternehmens in den Säulen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung grundsätzlich infrage kommen. Im Rahmen einer Onlinebefragung haben wir unsere wichtigsten Akteursgruppen – Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Banken – bewerten lassen, welche Indikatorengruppen aus Ihrer Sicht für unser Unternehmen am wesentlichsten sind – und diesen Blick mit unseren Sichtweisen auf die Indikatoren gespiegelt. Diese Sichtweisen, oft als **Materialitäts- oder Wesentlichkeitsanalyse** bezeichnet, ermöglichten uns herauszuarbeiten, ob alle 27 Indikatoren für uns relevant sind.

Für unsere wesentlichen Indikatoren haben wir Daten für das Berichtsjahr 2022 erhoben; diese Daten wurden von der Edenberg Nachhaltigkeitsberatung in ein Softwaretool eingespeist, welches unseren **Standort pro Indikator** – teilweise auf Basis von branchenspezifischen Vergleichswerten – auf einer Skala von 0 bis 100 bestimmt^{vi}. Hieraus wurde für die drei Säulen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung sowie übergreifend unser Unternehmen eine Nachhaltigkeitskennzahl durch Mittelwertbildung der drei Säulenwerte berechnet.

Unser Abschneiden je Indikator erlaubte im letzten Schritt eine informierte Entscheidung zu treffen, wo wir Verbesserungsbedarf sehen und damit **Maßnahmen** ableiten können.



ERGEBNISSE DER WESENTLICHKEITS-ANALYSE

WAS IST DIE WESENTLICHKEITS-ANALYSE?

Die Wesentlichkeitsanalyse identifiziert die wichtigsten Nachhaltigkeitsaspekte eines Unternehmens. Hierbei werden drei Sichtweisen kombiniert: erstens die Bewertung der Auswirkungen eines Unternehmens auf Nachhaltigkeitsaspekte oder -indikatoren („inside-out“) und zweitens die (finanziellen) Auswirkungen dieser Nachhaltigkeitsaspekte oder -indikatoren auf das Unternehmen („outside-in“), jeweils aus Sicht des Unternehmens. Diese doppelte Wesentlichkeit, manchmal auch Materialität genannt, wird kombiniert mit der Perspektive von Stakeholdern wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Kapitalgebern oder Anteilseignern auf die Wichtigkeit möglicher Nachhaltigkeitsaspekte oder -indikatoren. In Summe ermöglicht dies eine umfassende und ganzheitliche Bewertung und hilft, sich auf die relevantesten und bedeutendsten Aspekte seiner Nachhaltigkeitsleistung zu konzentrieren.

Für die Wesentlichkeitsanalyse haben wir im Leitungsteam analysiert, welche Indikatoren aus unserer Sicht die größten Auswirkungen auf unsere langfristige finanzielle Gesundheit haben und welche Indikatoren wir durch unser Handeln am stärksten beeinflussen können. Zudem haben wir unsere wichtigsten Stakeholder im Rahmen einer Onlineumfrage befragt, welche der für KMU vorausgewählten 27 Indikatoren in den drei ESG-Säulen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft (siehe Kapitel „Die Methodik hinter diesem Bericht“) für unser Unternehmen am wesentlichsten sind. Die Indikatoren wurden hierfür in elf Bereiche gruppiert.

Abbildung 5 gibt die Kernergebnisse der Umfrage wider. Im Mittel haben die Stakeholder alle abgefragten Dimensionen als überdurchschnittlich wich-

tig bewertet^{vii}: auf einer Skala von 1, weniger wesentlich, bis 3, sehr wesentlich, erreichten alle Dimensionen mindestens die Punktzahl 2,3. Besonders hoch bewertet wurden dabei die Aspekte *Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden, Kundenmanagement* sowie *Unternehmenswerte*. Größere Unterschiede zwischen den Stakeholdergruppen zeigten sich bei den Themen *Treibhausgasemissionen, Kreislauf- und Materialwirtschaft* sowie der *Verankerung von Nachhaltigkeit im Unternehmen*: so wurden diese zum Beispiel von unseren Mitarbeitern als nicht ganz so wesentlich erachtet wie von unseren Kunden und Lieferanten.

BEWERTUNG DES FÜHRUNGSTEAMS

Nachdem die Ergebnisse der Stakeholderumfrage zeigten, dass alle Indikatorengruppen „outside-in“ für unser Unternehmen grundsätzlich als wesentlich erachtet wurden, überrascht es nicht, dass das Leitungsteam in einem Workshop zu einem ähnlichen Ergebnis kam und alle 27 Indikatoren weiterverfolgen möchte – schließlich wurden diese Indikatoren mit Blick auf die Bedürfnisse der wichtigsten Aspekte für insbesondere produzierende KMU wie uns vorausgewählt (siehe Kapitel „

Die Methodik hinter diesem Bericht“). Eine Übersicht aller Indikatoren findet sich in der Tabelle auf folgender Seite sowie im Anhang. Abbildung 6 fasst nun zusammen, wie wir und unsere wichtigsten Stakeholder „inside-out“ und „outside-in“ die einzelnen Indikatoren einordnen: hierbei zeigt sich, dass keine der drei Säulen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung in punkto Wichtigkeit dominiert. In den drei Säulen waren die jeweils wichtigsten Indikatoren der Anteil erneuerbarer Energien an unserem Energieeinsatz (Umwelt), die Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen (Soziales) sowie das Thema Datenschutz (Unternehmensführung).

E – Umwelt	S – Soziales	G - Unternehmensführung
Intensität der THG-Emissionen	Arbeitsbedingte Verletzungen	Vorhandensein und Form Nachhaltigkeitsstrategie
Datenqualität des THG- Fußabdrucks	Umfang Gesundheitsförderung	Verankerung von Nachhaltigkeit im Management
Anteil erneuerbarer Energien	Anteil Mitarbeiter mit unbefristetem Vertrag	Beteiligung und Eigenverantwortung der Mitarbeitenden
Energieintensität	Mitarbeiterfluktuation	Wertekanon
Recyclingquote Abfall	Anteil Home-Office	Verstoß gegen den Wertekanon
Wasserverbrauch	Anteil weiblicher Mitarbeiter	Vorfälle in Bezug auf Kundendatenschutz
Umgang mit Materialströmen	Altersstruktur	Lieferantenmanagement
	Gender Pay Gap	Kundenmanagement
	Diskriminierungsvorfälle	
	Weiterbildungsquote	
	Übernahme der Auszubildenden	
	Spenden an Institutionen	

Abbildung 4: Die als wesentlich herausgearbeiteten Nachhaltigkeitsindikatoren



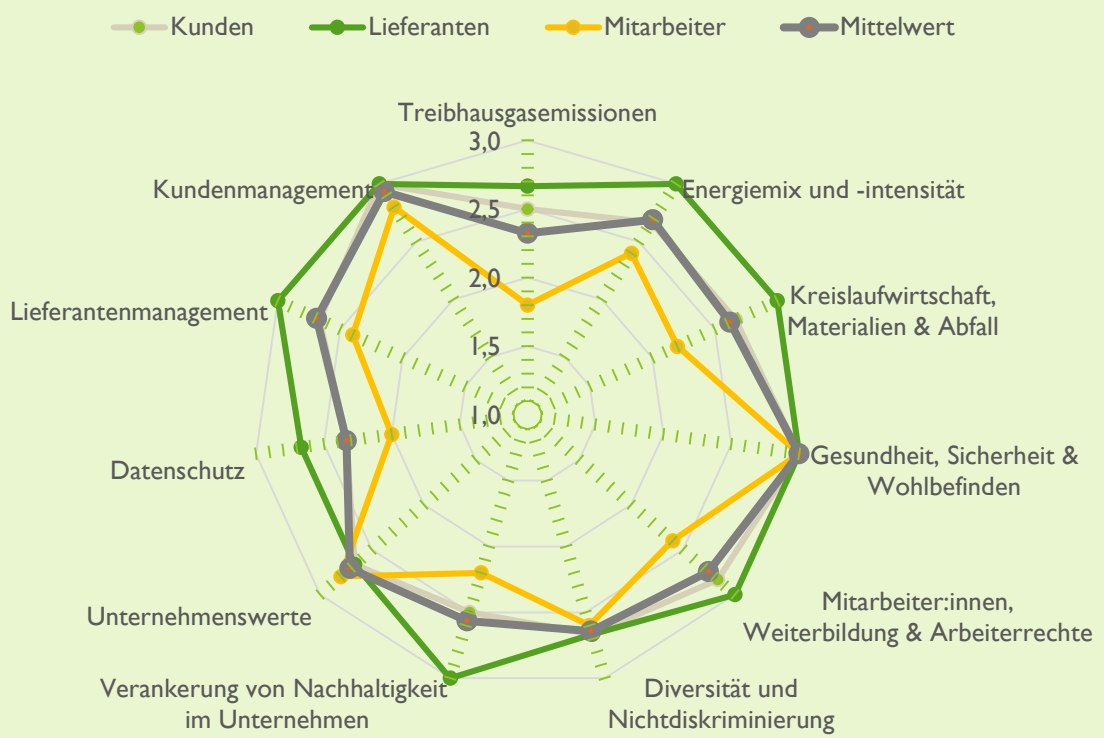


Abbildung 5: Ergebnisse der Stakeholderumfrage zu den wesentlichsten Indikatorengruppen.

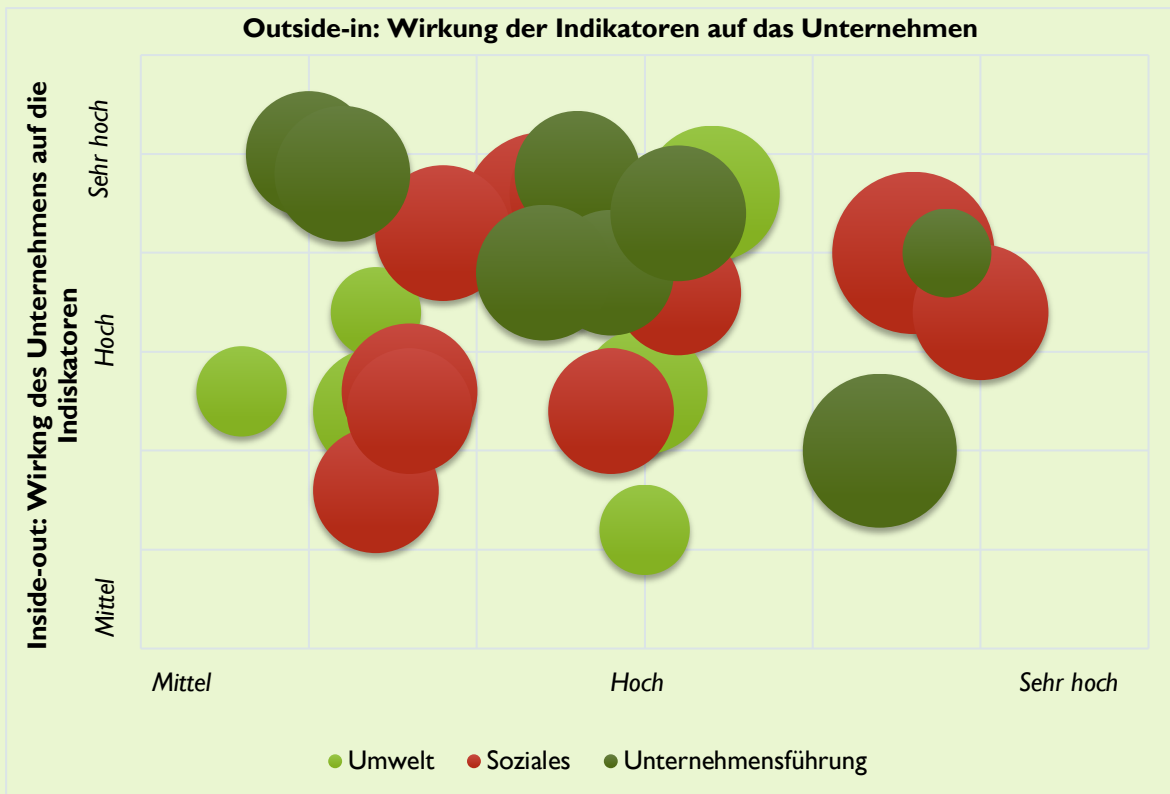


Abbildung 6: Unsere Wesentlichkeitsmatrix. Jeder Kreis steht für einen der 27 untersuchten Nachhaltigkeitsindikatoren; die detaillierte Zuordnung der Dimensionen findet sich in Anhang B.

STANDORTANALYSE ENTLANG DER DIMENSIONEN UMWELT, SOZIALES UND UNTERNEHMENSFÜHRUNG (ESG)

WAS IST DIE STANDORTANALYSE?

Um zu verstehen, in welchen Bereichen ein Unternehmen bereits stark aufgestellt ist und wo es noch Schwächen gibt, hilft eine kennzahlbasierte Standortbestimmung. Diese erlaubt einen objektiven Ausgangspunkt, um mit Blick auf die Zukunft passgenaue Verbesserungsmaßnahmen zu entwickeln. Mit Bezug auf einen Nachhaltigkeitsbericht erfolgt die Bewertung eines Unternehmens für die in der Wesentlichkeitsanalyse erarbeiteten Indikatoren. Jeder Indikator bekommt dabei – teilweise unter Nutzung von branchenspezifischen Vergleichswerten – eine einheitenunabhängige Kennzahl von 0 bis 100. Hieraus lassen sich Mittelwerte für die Säulen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung errechnen – und letztlich eine Gesamtnachhaltigkeitskennzahl als Mittelwert dieser drei Teilwerte.

Das folgende Kapitel beschreibt die Ergebnisse der Standortbestimmung unseres Unternehmens in den Nachhaltigkeits Säulen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung.

UMWELT

Die direkte oder indirekte Umweltwirkung eines Unternehmens kann erhebliche Auswirkungen auf seine langfristige Wettbewerbsfähigkeit haben. Beispiele hierfür sind der Ausstoß von Treibhausgasen durch die Verbrennung von Heizöl oder Erdgas: in Zeiten unsicherer Lieferketten und steigender

CO₂-Preise sind hohe Energieverbräuche ein deutlich größerer Kosten- und Risikofaktor als noch vor wenigen Jahren. Ein weiterer wichtiger Faktor sind nichtenergetische Ressourcenverbräuche: Unternehmen benötigen oft große Mengen Wasser und es sind auch bei uns in Süddeutschland erste Fälle bekannt, wo Ansiedlungen oder Expansionen von Unternehmen aufgrund einer unsicheren Trinkwasserversorgung nicht ermöglicht wurden.

Durch die Etablierung nachhaltiger Geschäftspraktiken wie der Nutzung erneuerbare Energien oder die Entwicklung ressourcenschonender Prozesse kann oft der Treibhausgasausstoß oder die Verwendung von Chemikalien und Schadstoffen reduziert werden.

Wir bei Rieger Metallveredlung haben uns dabei schon lange der nachhaltigen Nutzung und dem Schutz von Wasser verschrieben: so galt die Metallindustrie lange Zeit als einer der größten Verschmutzer. Moderne Methoden haben unsere Branche in den letzten Jahrzehnten jedoch revolutioniert – insbesondere die Galvanotechnik, unsere Spezialisierung, ist dabei ein gutes Beispiel für fortschrittliche Methoden, die nicht nur Kosten senken, sondern auch die Umwelt schonen.

Regelmäßig führen wir ein Umweltaudit nach DIN ISO 14001:2015 durch, welches sich mit allen umweltrelevanten Aspekten in unserem Hause befasst. Im letzten Audit wurde dabei eine vollautomatische Abwasseranlage positiv aufgenommen. Die Anlage besteht dabei schon seit vielen Jahren und wurde stets den steigenden Anforderungen und darüber hinaus angepasst bzw. erweitert. Eine letzte Modernisierung im Bereich der automatischen Steuerung fand dabei erst 2020 statt.

In Summe erreichen wir einen Wert von 58 von 100 Punkten in der Säule Umwelt. Während die Datenqualität unseres Treibhausgasfußabdrucks mit 100/100 bewertet wurde und wir in weiteren vier von sieben Indikatoren im oberen Mittelfeld liegen, schneiden wir im Bereich Reststoffrecyclingquote sowie dem Umgang mit Materialströmen, teilweise aufgrund Branchenspezifika, im Vergleich zu anderen produzierenden Unternehmen noch nicht ganz so gut ab.

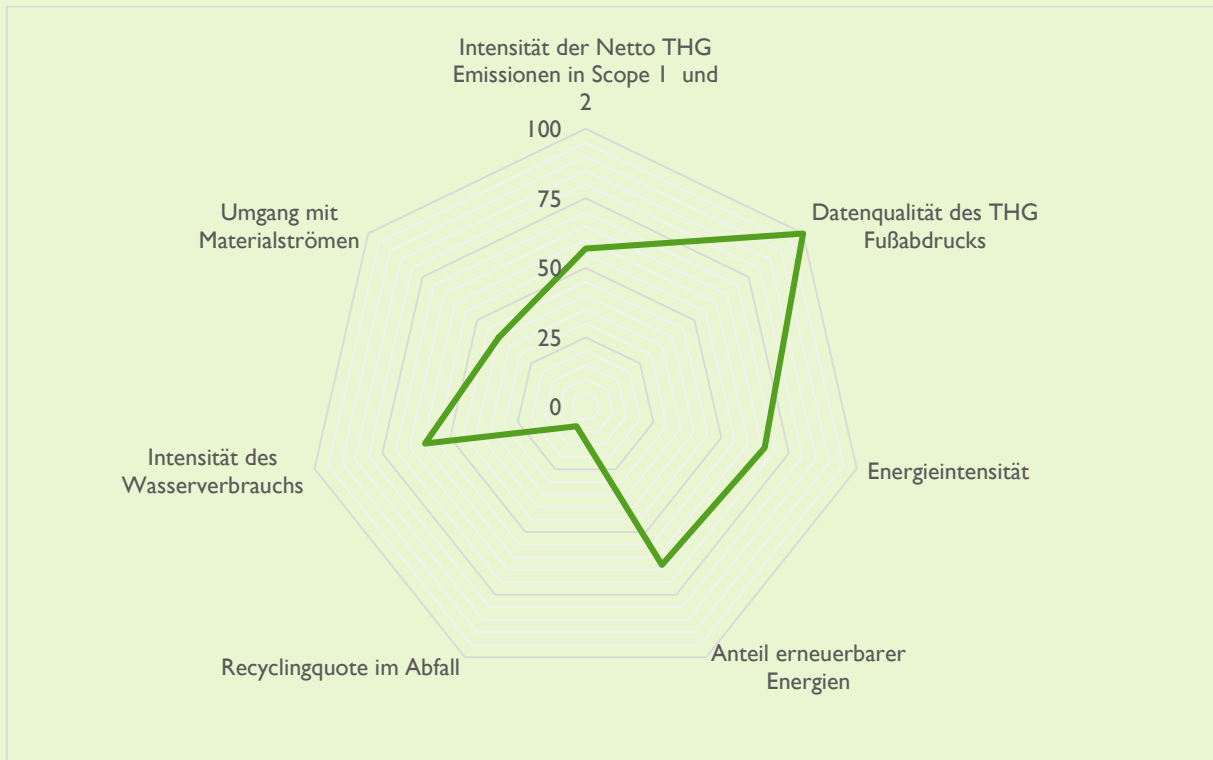


Abbildung 7: Ergebnisse der Analyse der Säule Umwelt. Skala von 0 bis 100.

INTENSITÄT DER TREIBHAUSAUSEMISSIONEN: 57 VON 100 PUNKTEN

Diesem Indikator liegt unser Treibhausgasfußabdruck 2022 zugrunde. Diesen haben wir mit Hilfe eines externen Beraters durchgeführt, der hierfür ein mit dem weltweit führenden Standard für die Erhebung von Unternehmensfußabdrücken, dem Corporate Standard des Greenhouse Gas Protocol^{viii}, konformes Tool verwendete. Bereits seit dem Berichtsjahr 2021 lassen wir unsere Treibhausgasemissionen jährlich erheben und können uns so von Jahr zu Jahr vergleichen – und verbessern.

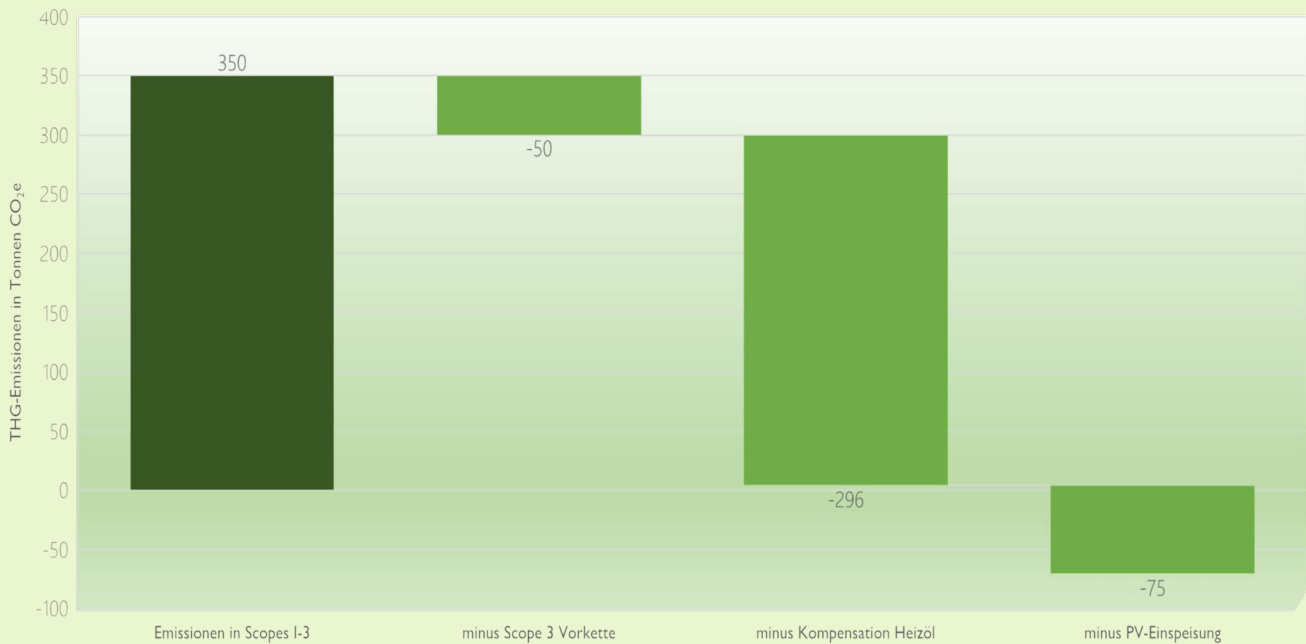
Im Jahr 2022 haben wir 350 Tonnen CO₂e in Scopes 1+2 sowie einer Scope-3-Kategorie, der Vorstufe der bezogenen Energieträger, nach dem sogenannten vertraglichen Ansatz^{ix} verursacht. Diese Emissionen setzen sich aus verschiedenen Quellen zusammen. Unser Stromverbrauch belief sich auf 1.518 Megawattstunden (MWh_{el}). Dabei

wurde ausschließlich Ökostrom verwendet, der damit in Scopes 1+2 keine Treibhausgasemissionen verursachte.

Für den Wärme- und Kältebezug wurden insgesamt 110.770 Liter Heizöl bezogen. Die hierdurch entstandenen Emissionen in Höhe von knapp 300 t CO₂e nach dem GHG Protocol wurden durch unseren Lieferanten mittels Zertifikate aus Klimaschutzprojekten ausgeglichen.

Unser Fuhrpark trug im kleineren Umfang zu unseren Treibhausgasemissionen bei: es wurden insgesamt 1.055 Liter Benzin und 523 Liter Diesel verbraucht, was Emissionen von 3,9 t CO₂e bedeutete, zusätzlich dazu besaßen wir 2022 bereits drei Elektrofahrzeuge, die über den Bezug unseres Ökostroms hinaus extern 193 kWh_{el} bezogen und so ca. 100 kg CO₂e verursachten.

Des Weiteren betreibt die Firma Rieger PV-Anlagen, die 2022 über unsere Eigenversorgung hinaus 110 Megawattstunden (MWh) Strom ins Netz einspeiste und damit fossile, strombedingte Emissionen von 71 t CO₂e^x vermied.



Obige Abbildung fasst alles zusammen: die Gesamtemissionen nach Greenhouse Gas Protocol in Scopes 1-3 wurden um die betrachtete Scope-3-Kategorie verringert, um so die verpflichtenden Scope 1+2-Emissionswerte zu erhalten. Abzüglich der Kompensation des bezogenen Heizöls sowie der Emissionsminderung durch den aus unserer Photovoltaikanlage eingespeistem Strom ergeben sich bilanziell negative Nettoemissionen – man könnte also durchaus sagen, dass wir als Rieger Metallveredlung 2022 netto-CO₂e-neutral gewirtschaftet haben^{xi}.

Der allergrößte Teil unserer Treibhausgasemissionen stammt damit aus der Heizölnutzung. Aufgrund des Umstellens unserer Wärmeversorgung auf Wärmepumpen wird dieser Verbrauch merklich abnehmen und wir Nullemissionen auch ohne Kompensation – wie zunehmend verlangt – bereits im Berichtsjahr 2024 deutlich näherkommen.

Um eine bessere Vergleichbarkeit mit Branchenwerten zu gewährleisten, wurden an dieser Stelle unsere Bruttoemissionen in Scopes 1+2 ohne Kompensation und Verrechnung der PV-Anlage durch unseren Umsatz geteilt, was die Treibhausgasintensität in kg CO₂e pro 1.000 € Umsatz ergab. Die Messung der Intensität ermöglicht es Unter-

nehmen, ihre Umweltleistung im Vergleich zu anderen Unternehmen der Branche zu bewerten und gezielte Maßnahmen zur Reduzierung ihrer Emissionen zu ergreifen.

Die Emissionsintensität hängt natürlich vom Wirtschaftszweig ab – unsere Bewertung von 57 Punkten bedeutet also, dass wir im verarbeitenden Gewerbe überdurchschnittlich abschneiden.

DATENQUALITÄT DES TREIBHAUSGASFUßABDRUCKS: 100 VON 100 PUNKTEN

Die Datenqualität des Treibhausgasfußabdrucks erlaubt Rückschlüsse auf Genauigkeit und Verlässlichkeit der erhobenen Werte. Eine ungenaue oder unvollständige Datenerfassung kann zu falschen Schlussfolgerungen und ungenauen Reduktionszielen führen, was wiederum zu ineffektiven Klimaschutzmaßnahmen führen kann. Da wir unseren Treibhausgasfußabdruck seit zwei Jahren von einem verifizierten und geprüften Anbieter erheben lassen, dessen Berechnungsmethode gemäß den Vorgaben der ISO 14064-3:2019-04 nach den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocol durchgeführt wurde, sind wir hier bereits bestmöglich aufgestellt.



ANTEIL ERNEUERBARER ENERGIEN: 63 VON 100 PUNKTEN

Dieser Indikator gibt an, welcher Anteil unserer 2022 verwendeten Gesamtenergiemengen durch erneuerbare Energien wie Solarenergie, Windenergie, Wasserkraft oder Biomasse gedeckt wird. Durch den Bezug von Ökostrom und den Betrieb unserer eigenen PV-Anlage konnten wir bereits einen Wert von 63% erreichen.

ENERGIEINTENSITÄT: 67 VON 100 PUNKTEN

Die Energieintensität setzt den Gesamtenergieeinsatz ins Verhältnis zum Umsatz. Eine hohe Energieintensität bedeutet, dass ein Unternehmen viel Energie pro Euro Umsatz aufbringen muss. Der Wert ist ebenso wie die Emissionsintensität branchenspezifisch – niedrige Werte und damit hohe Bewertungen auf der Skala bis 100 Werte deuten damit darauf hin, dass ein Unternehmen mit Energie effizienter als der Branchendurchschnitt umgeht.

Wir haben verschiedene Methoden entwickelt, um unsere Energieintensität zu senken. Einige Beispiele hierfür sind die Nutzung von Abwärme aus dem Produktionsprozess für unsere Hallenheizung, die Installation einer Photovoltaikanlage 2011, die Umstellung des externen Strombezugs auf regenerative Quellen 2014 oder die Umrüstung der Beleuchtung auf LED, die den Energieverbrauch in

diesem Bereich um über 64 Prozent senkte. 2022 konnten wir zudem erste rein elektrische Firmenfahrzeuge anschaffen.

RECYCLINGQUOTE IM ABFALL: 19 VON 100 PUNKTEN

Dieser Wert gibt an, welcher Prozentsatz unserer Reststoffe und unseres Abfalls bereits recycelt wird – ein „Downcyclen“, d.h. die Nutzung von Reststoffen für weniger wertschaffende Prozesse oder Zwecke, ist hierbei ausgeschlossen. 2022 haben wir insgesamt 154 Tonnen Abfall produziert und hiervon 29 Tonnen recycelt, was einem Anteil von 19 Prozent entspricht. Hierbei bleibt zu erwähnen, dass der allergrößte Teil unserer Abfallmenge, branchenüblich und prozessbedingt, 125 Tonnen Galvanikschlamm sind, der sich heute leider noch nicht vermeiden oder recyceln lässt. Diese Restmengen werden sachgerecht als Füllmaterial im Bergbau eingesetzt.

Durch die Verwendung umweltfreundlicher Materialien in der Galvanotechnik möchten wir darüber hinaus den Ressourcenverbrauch weiter verringern. Dies geschieht beispielsweise durch den Einsatz von Chemikalien mit geringem Schadstoffgehalt zur Herstellung von Elektrolytlösungen. Zudem fördern wir das Metallrecycling, um wertvolle Rohstoffe wiederzuverwenden – wie Aluminium, das zu 95% recycelt werden kann, ohne dass Qualität oder Eigenschaften leiden.

INTENSITÄT DES WASSERVERBRAUCHS: 59 VON 100 PUNKTEN

Ähnlich wie die Energie- und Emissionsintensität setzt die Wasserintensität den Wasserverbrauch ins Verhältnis zum Jahresumsatz und bewertet diesen Quotienten branchenabhängig. Eine geringe Wasserverbrauchsintensität deutet darauf hin, dass ein Unternehmen effizienter mit Wasser umgeht und somit weniger Wasserressourcen verbraucht als der Branchendurchschnitt, was in Zeiten zunehmender Wasserknappheit auch in Deutschland ein wesentlicher Faktor für den Erhalt und Ausbau bestehender Unternehmensstandorte sein kann. 2022 haben wir 6.700 m³ Wasser verbraucht.

Wasser ist für uns als Galvanikunternehmen eine essentielle Ressource, die wir so effizient wie möglich einsetzen. Unser Abwasser aus Galvanikprozessen wird in einer eigenen Kläranlage gereinigt und teilweise wiederverwendet. Durch die Implementierung von wassersparenden Technologien und Prozessen wird unser Wasser oft mehrfach genutzt und der Verbrauch insgesamt reduziert – wie unser gutes Abschneiden in dieser Kategorie im Vergleich zu anderen verarbeitenden Unternehmen trotz der bedeutenden Rolle von Wasser in unseren Prozessen bescheinigt. Dass wir eine der ersten Firmen unserer Branche waren, die eine Ionenaustauscherkreislaufanlage in Betrieb genommen haben und hierdurch über 95% Wassereinsparung erzielt haben, ist nur ein Beispiel für unseren effizienten Ressourceneinsatz. Eine Ionenaustauscherkreislaufanlage spart dabei Wasser durch die Etablierung eines kontinuierlichen Kreislaufs und der Reinigung des Spülwassers auf Basis physikalisch-chemischer Prozesse.

UMGANG MIT MATERIALSTRÖMEN: 40 VON 100 PUNKTEN

Ein nachhaltiger Umgang mit Materialströmen bedeutet, dass für alle wichtigen Materialien Art, Menge und Recyclinganteil bekannt sind und kontinuierlich der Materialeinsatz, dessen Wiederverwendung und der Rezyklatanteil optimiert werden. Wie im Energiebereich hat dies nicht nur positive Umweltauswirkungen, sondern auch wirtschaftliche Vorteile, indem zu entsorgende Reststoffe vermieden und Ressourcen eingespart werden.



Wir optimieren unsere Materialströme durch effiziente Prozesse und Recyclingmaßnahmen und arbeiten kontinuierlich daran, durch erhöhten Anteil aufbereiteter Materialien insbesondere auch im chemischen Bereich noch besser zu werden. Darüber hinaus verwenden wir nur sparsam wertvolles Schichtmetall, was zu einem deutlichen Rückgang von Korrosion und Verschleiß führt.

Auch allgemein leistet die Galvanotechnik einen nachhaltigen und wichtigen Beitrag zur Schonung von Ressourcen und Umwelt, da durch die galvanische Oberflächenveredelung die Lebensdauer von Gegenständen, Geräten und Anlagen verlängert wird – funktionelle Schichten wie Eloxal oder chemischer Nickel verhindern Verschleiß und gewährleisten Langlebigkeit der Bauteile. Eine hohe Verschleißfestigkeit führt wiederum zu einer Verringerung des Abfallaufkommens und der Notwendigkeit zur Herstellung von Ersatzprodukten.

SOZIALES

Unser Verständnis von sozialer Verantwortung geht über die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben hinaus. Unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind integraler Bestandteil unseres Unternehmens – wir sehen es daher als unsere Pflicht, einen positiven und für alle fairen Umgang zu pflegen und für die Gesundheit unserer Mitarbeiter zu sorgen: wir sind überzeugt, dass langfristig orientierte Unternehmen heute nur mit einer gesunden, motivierten Mitarbeiterschaft bestehen können. Darüber hinaus möchten wir einen Beitrag für die Gesellschaft leisten, in welcher wir agieren.

Regelmäßig führen wir mit unseren Mitarbeitern Veranstaltungen durch, um den Gemeinsinn zu stärken. So nahmen wir, um nur zwei Beispiele zu nennen, im November 2022 am 32. Steinheimer Geologenlauf teil und veranstalteten einen Kos-

tümwettbewerb an Halloween. Auch unser Sommerfest mit gemütlichem Beisammensein und gutem Essen findet Jahr für Jahr großen Anklang. Und seit Beginn des Jahres 2022 gibt es auch einen Tischkicker für unsere Belegschaft.

In Summe erreichen wir 63 von 100 Punkten in der Säule Soziales. In einigen Dimensionen wie dem Anteil unserer Mitarbeiterinnen, den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen mit unbefristetem Vertrag sowie unserer Auszubildendenübernahmequote erreichten wir die volle Punktzahl und sind in anderen Bereichen im guten Mittelfeld. Wegen eines kleineren Arbeitsunfalls sind wir – aufgrund der Größe unseres Unternehmens – in dieser Dimension 2022 leider unter den Branchendurchschnitt gefallen, was aber mehr über die hohen Standards im Arbeitsschutz in Deutschland aussagt. Und im Bereich Gesundheitsförderung (50/100 Punkte) arbeiten wir daran, die Akzeptanz für u.a. Präventionsmaßnahmen, die in den vergangenen Jahren auch pandemiebedingt gering war, anzuheben.

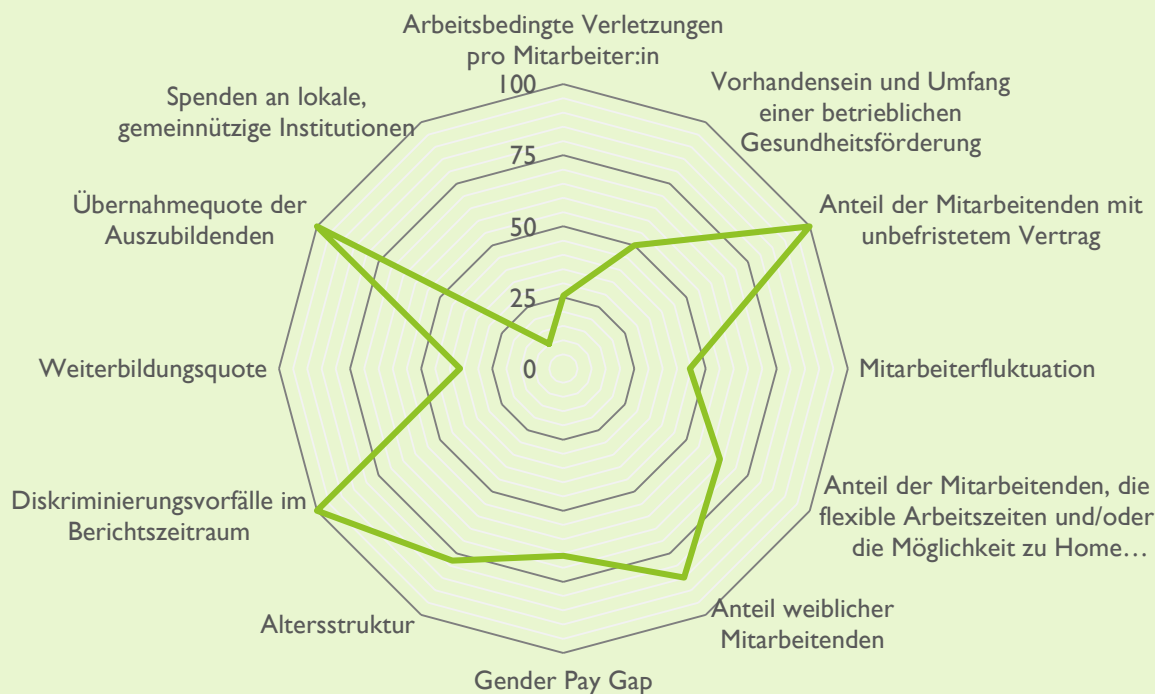


Abbildung 9: Ergebnisse der Analyse der Säule Soziales. Skala von 0 bis 100.

ARBEITSBEDINGTE VERLETZUNG PRO MITARBEITER: 26 VON 100 PUNKTEN

Dieser Indikator beschreibt, wie viele Verletzungen oder Unfälle am Arbeitsplatz im Verhältnis zur Anzahl der Beschäftigten auftreten. Ein niedriger Wert gibt an, dass das Unternehmen hohe Sicherheitsstandards und -verfahren implementiert hat, um ein sichereres Arbeitsumfeld zu schaffen – wie wir es auch in unserer tagtäglichen Arbeit durch Handreichungen, Kennzeichnungen und Schulungen halten. Statistisch gab es 2022 im verarbeitenden Gewerbe in Deutschland nur 0,02 Vorfälle pro Mitarbeiter oder einen Vorfall je 50 Mitarbeiter; in diesem Jahr hatten wir eine kleinere Verletzung – und lagen damit aufgrund unserer Mitarbeiteranzahl leider schon über dem Schnitt, was in einer mäßigen Bewertung mündete.

VORHANDENSEIN UND DER UMFANG EINER BETRIEBLICHEN GESUNDHEITSFÖRDERUNG: 50 VON 100 PUNKTEN

Eine betriebliche Gesundheitsförderung kann Sportaktivitäten, Gesundheitschecks, Ergonomieschulungen und psychologische Unterstützung umfassen und damit dazu beitragen, das Risiko von Krankheiten und Verletzungen am Arbeitsplatz zu reduzieren und die Arbeitsmotivation, -zufriedenheit und -produktivität zu verbessern.

Unseren Mitarbeitern bieten wir ergonomische Arbeitsplätze nicht nur im Büro, sondern auch in Arbeitsgeräten wie Gabelstaplern, sowie Möglichkeiten zur Teilnahme an Präventionskursen zum Beispiel zur Raucherentwöhnung. Stets besprechen wir zudem mit unserer Mitarbeiterschaft, welche weiteren Angebote Anklang finden würden und passen unsere Gesundheitsförderung so stets an. Um die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erhalten, bieten wir zudem täglich frisches Bioobst aus der Region „Frisch vom Acker“ an. Darüber hinaus haben wir unseren Mitarbeitern die Teilnahme an Laufwettbewerben wie dem Heidenheimer Stadtlauf und am Steinheimer Geologenlauf ermöglicht.

Nichtsdestotrotz finden unsere Bemühungen noch nicht in der Breite und Tiefe den Anklang, den wir uns wünschen würden, was im Berichtszeitraum 2022 vielleicht auch noch Pandemienachwirkungen geschuldet war.

ANTEIL DER MITARBEITER MIT UNBEFRISTETEN VERTRÄGEN: 100 VON 100 PUNKTEN

Ein hoher Anteil unbefristeter Verträge deutet darauf hin, dass ein Unternehmen in seinem aktuellen Umfang eine stabile Perspektive hat, an einer langfristigen Zusammenarbeit mit seinen Mitarbeitenden interessiert ist und eine nachhaltige Personalpolitik verfolgt. Es zeigt auch, dass das Unternehmen in der Lage ist, qualifizierte Mitarbeiter langfristig zu halten und eine kontinuierliche Zusammenarbeit zu gewährleisten. In vielen Fällen ist eine unbefristete Anstellung auch mit einem höheren Maß an Arbeitsplatzsicherheit und sozialen Leistungen verbunden, was wiederum zu einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung beitragen kann. Wir legen höchsten Wert auf eine langfristige Mitarbeiterbindung und sind stolz, alle Mitarbeiter^{xii} unbefristet beschäftigen zu können.

MITARBEITERFLUKTUATION: 44 VON 100 PUNKTEN

Dieser Indikator analysiert, wie viele Mitarbeiter im Verhältnis zur Gesamtmitarbeiterschaft im Berichtsjahr das Unternehmen verlassen haben und ersetzt werden mussten. Eine niedrige Fluktuation deutet darauf hin, dass das Unternehmen attraktiv für Mitarbeiter ist und möglicherweise positive Arbeitsbedingungen und Karriereöglichkeiten bietet. Eine hohe Fluktuation kann einerseits auf unattraktive Arbeitsbedingungen hindeuten, andererseits aber v.a. in kleineren Unternehmen auch auf eine gute Weiterbildungspolitik, die Mitarbeitenden Perspektiven schafft, die innerhalb des Unternehmens nicht so schnell wie gewünscht umsetzbar sind und so zur Abwanderung qualifizierter und erfahrener Mitarbeiter führt, was sich negativ auf die Produktivität und das Knowhow auswirkt.



2022 sind bei uns elf Mitarbeiter ausgeschieden. Bezogen auf die Belegschaft bewegen wir uns damit im Mittelfeld. Die angespannte Fachkräftesituation in unserer Region und unsere Stellung als KMU verlangen von uns kontinuierliches Werben und Investieren in unsere Mitarbeiterschaft.

ANTEIL DER MITARBEITER, DIE FLEXIBLE ARBEITSZEITEN ODER DIE MÖGLICHKEIT ZUM HOME OFFICE HABEN: 64 VON 100 PUNKTEN

Eine erwiesenermaßen effektive Möglichkeit, die Attraktivität eines Unternehmens zu steigern, sind flexible Arbeitsbedingungen, um die Anforderungen von Arbeit und Privatleben besser in Einklang zu bringen. Unternehmen, die Mitarbeitern flexible Arbeitsbedingungen bieten, können dabei von einer höheren Arbeitsproduktivität profitieren. Je nach Branche sind die Potenziale für Telearbeit unterschiedlich: während dies im Dienstleistungssektor oft fast umfassend möglich ist, sind die Spielräume im verarbeitenden Gewerbe beschränkter.

2022 konnten wir fünf Mitarbeitern die Möglichkeit zum Homeoffice oder flexible Arbeitszeitmodelle geben – bezogen auf die Gesamtzahl der Mitarbeitenden mit Bürotätigkeiten, die grundsätzlich flexibel ausgeübt werden können, sind dies 64%.

ANTEIL MITARBEITERINNEN: 85 VON 100 PUNKTEN

Eine ausgewogene Geschlechterverteilung trägt dazu bei, dass das Unternehmen von einem breiten Talentpool profitiert. Darüber hinaus weisen viele Studien darauf hin, dass Unternehmen mit einer ausgewogenen Geschlechterverteilung bessere Ergebnisse in Bezug auf Wachstum, Betriebsklima, Innovation und auch finanziellen Erfolg erzielen.

Ein Idealwert des Indikators sind dabei nicht 100 Prozent Frauenanteil, sondern eine ausgewogene 50/50-Verteilung. 2022 konnten wir 14 Mitarbeiterinnen beschäftigen, was der 50/50-Idealverteilung sehr nahekommt. Es ist unser erklärtes Ziel, diesen guten Wert, auch jeweils in den einzelnen Bereichen, zu halten.



ALTERSSTRUKTUR IM UNTERNEHMEN: 78 VON 100 PUNKTEN

Eine ausgewogene Altersstruktur trägt dazu bei, dass Unternehmen über eine breite Palette von Erfahrungen, Kompetenzen und Perspektiven verfügen, die es ermöglichen, auf Veränderungen und Herausforderungen effektiv zu reagieren. Ein Unternehmen mit ausgewogener Altersstruktur kann damit das Wissen und die Fähigkeiten älterer Mitarbeiter nutzen und gleichzeitig die Einführung von neuen Ideen und Arbeitsweisen fördern.

Unsere Mitarbeiterschaft ist breit aufgestellt: so hatten wir 2022 vier Mitarbeiter unter 30 Jahren, 19 Mitarbeiter von 30 Jahren bis 50 Jahren und zehn Mitarbeiter über 50 Jahren. Durch beständige Werbemaßnahmen und Bemühungen, mehr Auszubildende zu gewinnen, versuchen wir diesen Wert weiter zu verbessern.

GENDER PAY GAP: 67 VON 100 PUNKTEN

Dieser Indikator beschreibt die Diskrepanz im durchschnittlichen Gehalt zwischen Männern und Frauen. Wenn Frauen im Unternehmen weniger verdienen als Männer, kann dies bedeuten, dass gleiche Leistung nicht gleich vergütet wird. Viel öfter ist aber der Fall, dass Mitarbeiterinnen weniger gut bezahlte Positionen im Unternehmen innehaben. Dies kann an einer Vielzahl Gründen liegen, die jedoch nicht alle vom Unternehmen beeinflusst

werden können – unterschiedliche Ausbildungsstände oder Prioritäten in der Kinderbetreuung sind hier nur zwei Beispiele.

Wir zahlen unseren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen gleiches Gehalt für gleiche Leistung. Auch auf Prokuristenebene freuen wir uns über eine paritätische Verteilung – nichtsdestotrotz ist das durchschnittliche Gehalt unserer Mitarbeiterinnen noch geringer als von ihren männlichen Kollegen^{xiii}.

DISKRIMINIERUNGSVORFÄLLE: 100 VON 100 PUNKTEN

Es ist wichtig, dass Unternehmen transparent und ehrlich darüber berichten, ob im Berichtszeitraum Diskriminierungsvorfälle stattfanden, wie diese gehandelt und in Zukunft verhindert werden könnten. Die Berichterstattung sollte auch zeigen, welche Schritte das Unternehmen unternimmt, um sicherzustellen, dass Mitarbeiter sich sicher fühlen, Diskriminierungsvorfälle zu melden.

Für uns ist selbstverständlich, dass Diskriminierung nicht toleriert wird. Die gemeldeten Vorwürfe werden umgehend in einem fairen Verfahren, welches die Sichtweisen aller Beteiligten aufnimmt, intern und wenn vonnöten zusätzlich durch externe Stellen geprüft. Bei einer Bestätigung des Vorwurfs wird der betroffenen Person umgehend die benötigte Hilfe und Unterstützung gewährt, wohingegen der oder die Beschuldigte je nach Schwere des Vergehens mit entsprechenden Konsequenzen rechnen muss. Eine Nachuntersuchung des Vorgangs sowie eine eventuelle Schulung aller Mitarbeiter schließt den Prozess ab. Im Jahr 2022 wurde

glücklicherweise kein Diskriminierungsvorfall gemeldet.

WEITERBILDUNGSQUOTE: 36 VON 100 PUNKTEN

Es ist heute wichtiger denn je, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die passenden Fähigkeiten und Kenntnisse haben, um die Produktivität und Innovationsfähigkeit ihres Unternehmens zu erhalten und zu steigern. Durch die Investition in die Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können Unternehmen dies sicherstellen. Dieser Indikator bezieht sich dabei auf den Prozentsatz der Mitarbeiter, die im Berichtszeitraum an Schulungen oder Fortbildungen teilnahmen. Verpflichtende Belehrungen zum Beispiel zur Arbeitssicherheit oder zum Datenschutz werden hierbei nicht berücksichtigt.

Wir bieten regelmäßig Schulungen und Trainings an, um das Knowhow und die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter zu verbessern. Die Schulungen und Trainings sind dabei stets auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter zugeschnitten und umfassen Themen wie Galvanotechnik, Oberflächenbeschichtung, Umweltschutz und Qualitätsmanagement. 2022 haben 12 unser Mitarbeiter an Weiterbildung teilgenommen darunter Schulungen zu Staplern und Kranen, Roboterführung, Sprachen, Produktionssicherheit sowie Seminare zu Minijobs, Steuer- und Sozialrecht. Ebenso sind wir regelmäßig auf Fachmessen vertreten. Wir hoffen, diesen für kleine produzierende Unternehmen guten Wert zu halten und weiter auszubauen.



ÜBERNAHMEQUOTE DER AUSZUBILDENDEN: 100 VON 100 PUNKTEN

Eine hohe Übernahmequote ist ein Indikator für erfolgreiche Ausbildungsstrategie und positive Unternehmenskultur. Sie trägt auch dazu bei, dass das Unternehmen qualifizierte und erfahrene junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hält, die bereits mit den Prozessen und Strukturen des Unternehmens vertraut sind. Der Indikator bezieht sich auf den Prozentsatz der Auszubildenden, die nach Abschluss ihrer Ausbildung eine Anstellung im Unternehmen erhalten.

Als IHK-Ausbildungsbetrieb bieten wir drei Ausbildungsoptionen für junge Menschen an: zum Oberflächenbeschichter mit Fachrichtung Galvanik, zum Industriekaufmann bzw. zur Industriekauffrau und zum Kaufmann bzw. Kauffrau für Büromanagement. Angehende Oberflächenbeschichter lernen, metallische Überzüge auf Metallen, Metalllegierungen und Kunststoffen herzustellen – aber auch in den kaufmännischen Ausbildungen werden Bereiche wie die Materialwirtschaft in unserem Unternehmen durchlaufen.

Unsere Azubiübernahmequote von 100% überdeckt die Tatsache, dass wir uns, wie viele andere kleinere Unternehmen, schwertun, unsere Ausbildungsplätze adäquat zu besetzen: hier spüren wir die Konkurrenz bekannterer Unternehmen ebenso wie eine hohe Akademisierungsquote der letzten Jahre. Zudem ist es nicht immer einfach, fertig ausgebildete junge Menschen in unserem Unternehmen und der Region zu halten.

SPENDEN AN LOKALE UND GEMEINNÜTZIGE UNTERNEHMEN: 20 VON 100 PUNKTEN

Dieser Indikator drückt aus, in welchem Umfang ein Unternehmen sich seiner Region und sozialen Verantwortung verpflichtet fühlt. Durch entsprechendes Engagement können Unternehmen zudem positive Beziehungen zur lokalen Gemeinschaft aufbauen und zeigen, dass sie sich für die Bedürfnisse und Interessen der Menschen vor Ort engagieren.

Im vergangenen Jahr konnten wir durch großzügige Spenden und Unterstützung aus der lokalen Gemeinschaft wichtige Projekte und Initiativen fördern. Der TV Steinheim erhielt von uns eine größere Summe für die Bestuhlung des Fußballfeldes und zusätzliche finanzielle Unterstützung für den Verein allgemein. Außerdem wurde das „Meteors“ Laufteam beim „Resia-Rosolina-Relay“ mit neuen Trikots ausgestattet. Gemeinsam mit anderen Unternehmen aus der Region haben wir hierfür außerdem Busse organisiert, um die Läufer entlang des Staffellaufs entlang der Etsch zu transportieren. Der FEM (Verein für das Forschungsinstitut für Edelmetall- und Metallchemie e.V.) wurde ebenso finanziell unterstützt.

Des Weiteren konnten wir eine größere Summe an die Ukrainehilfe spenden, um einen Transportereinsatz zu ermöglichen. Darüber hinaus haben wir auch Spenden in Form von Mitgliedsbeiträgen an den Musikverein Steinheim e.V., den Heimatverein Steinheim und weitere lokale Organisationen geleistet. Wir sind stolz darauf, dass wir durch unsere Spenden und Verankerung in der lokalen Gemeinschaft einen positiven Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten konnten.



UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Nachhaltige Unternehmensführung ist ein Eckpfeiler für langfristigen Erfolg. Dabei steht die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in sämtliche Unternehmensprozesse im Fokus. Nachhaltige Unternehmensführung ist damit nichts anderes als vorausschauendes Unternehmertum: neben Risikomanagement entlang von Lieferketten und internen Prozessen, wie beispielsweise mit Bezug auf Datenschutz, wird beleuchtet, inwieweit ein gemeinsamer firmenkultureller Rahmen und Wertekanon allen Mitarbeitern bekannt ist.

In Summe erreichen wir in dieser Säule bereits im Rahmen der Ersterhebung 71 von 100 möglichen Punkten, gemittelt über die im Folgenden detaillierter beschriebenen Kategorien. Dieses sehr erfreuliche Abschneiden beweist, dass nachhaltiges Wirtschaften seit Jahrzehnten Kernbestandteil unseres Leitbilds war und ist – auch wenn wir dies früher vielleicht nicht so benannt haben. Besonders gut haben wir hierbei im Bereich unseres Wertekansons und dem Kundendatenschutz abgeschnitten.



INNERBETRIEBLICHE NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE: 50 VON 100 PUNKTEN

Eine Nachhaltigkeitsstrategie ist die Erhebung des aktuellen Standpunkts und der Fahrplan eines Unternehmens in Richtung nachhaltiger(er) Geschäftspraktiken. Wie weiter oben skizziert, haben wir seit unserer Firmengründung an vielen Stellen schon immer nachhaltig gehandelt – ohne dies jedoch so zu benennen und auszuformulieren. Der vorliegende Bericht ist für unser Unternehmen ein wichtiger Schritt, unsere nachhaltigen Praktiken schriftlich niederzulegen und weiter auszubauen. Anschließend soll unsere Nachhaltigkeitsstrategie regelmäßig auf Erfolg überprüft und bei Bedarf angepasst werden. Wir wollen versuchen, auch klare Verantwortlichkeiten zur Nachhaltigkeitsstrategie z.B. über Arbeitskreise oder verantwortliche Personen zu schaffen.

VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT IM MANAGEMENT VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN: 67 VON 100 PUNKTEN

Nachhaltigkeit im Management von Produkten und Dienstleistungen bedeutet, dass Nachhaltigkeitsaspekte von Anfang an in die Produkt- und Dienstleistungsentwicklung integriert werden und während des gesamten Lebenszyklus des Produkts oder der Dienstleistung berücksichtigt werden. Wir haben bereits analysiert, inwiefern die wichtigsten Produkte einen Einfluss auf die Umwelt haben und wir haben Maßnahmen abgeleitet, um die negativen Einflüsse dieser Produkte zu mindern und positive Einflüsse zu stärken. Bisher haben wir aber zum Beispiel noch keine den Lebenszyklus umfassende Analyse unserer wichtigsten Produkte und Dienstleistungen durchgeführt.



Abbildung 10: Ergebnisse der Analyse der Säule Unternehmensführung.

BETEILIGUNG UND EIGENVERANTWORTUNG DER MITARBEITER: 75 VON 100 PUNKTEN

Eine erfolgreiche Beteiligung und Eigenverantwortung der Mitarbeiter kann zu einem positiven Arbeitsumfeld und höheren Motivation führen und ein Unternehmen als Ganzes stärken. Wir führen bereits seit vielen Jahren eine monatliche Betriebsinformationsveranstaltung mit allen Mitarbeitern durch. Hierbei werden die Beteiligung und Wertschätzung der einzelnen Mitarbeiter hervorgehoben und aktuelle Themen ebenso besprochen wie ein Ausblick auf die wirtschaftliche Situation des Unternehmens und geplante Vorhaben beziehungsweise Ereignisse wie weitere Maßnahmen zum Klimaschutz oder zu besetzende Arbeitsstellen gegeben.

Ebenso finden zweimal wöchentlich Besprechungen mit einzelnen Mitarbeitern statt. Hier werden z.B. wichtige produktions- und prozessrelevante Punkte besprochen. Gemeinsam werden neue Kundenaufträge besprochen und Verfahren hierzu erläutert. Diese Kurzbesprechungen bieten den Mitarbeitern ebenso die Möglichkeit, Probleme jeder Art anzusprechen. Was wir bisher noch nicht etabliert haben, ist ein Gremium aus Mitarbeitenden, welches auch konkret an der Strategiefindung beteiligt sind.

WERTEKANON FÜR MITARBEITENDE: 100 VON 100 PUNKTEN

Ein Wertekanon ist ein wichtiger Leitfaden, um sicherzustellen, dass alle Mitarbeitenden nach den gleichen Grundsätzen handeln. Ein Wertekanon kann in verschiedenen Formen vorliegen – so zum Beispiel als Leitbild, Verhaltenskodex oder Unternehmensphilosophie.

Wir haben seit vielen Jahre ein umfassendes Leitbild in unserem Unternehmen verankert – dieses finden Sie im Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** zu Beginn dieses Berichts. Dieses Leitbild ist für uns beständig, aber nicht in Stein gemeißelt und wird nach Bedarf behutsam weiterentwickelt

VORFÄLLE IN BEZUG AUF VERSTÖSSE GEGEN DEN WERTEKANON: 100 VON 100 PUNKTEN

Es ist wichtig, dass ein Unternehmen eine Kultur der Integrität und Verantwortungsbewusstsein aufbaut, um Verstöße gegen den Wertekanon zu vermeiden und das Vertrauen von Kunden und der Gesellschaft zu erhalten. Wir sind stolz darauf, dass wir 2022 keine Verstöße gegen unseren Wertekanon feststellen konnten.

VORFÄLLE IN BEZUG AUF DATENSCHUTZ: 100 VON 100 PUNKTEN

Es ist wichtig, dass ein Unternehmen eine Kultur des Datenschutzes und der Sicherheit aufbaut, um die Vertraulichkeit und Integrität vor allem seiner Lieferanten-, Mitarbeiter- und Kundendaten zu gewährleisten. Dazu gehört auch die Implementierung von technischen und organisatorischen Maßnahmen, um den Datenschutz zu gewährleisten und regelmäßige Überprüfungen der Sicherheitsmaßnahmen. Wir konnten 2022 auch keine Verstöße gegen die Vorgaben zum Datenschutz feststellen.

LIEFERANTENMANAGEMENT: 60 VON 100 PUNKTEN

Nachhaltiges Lieferantenmanagement ist ein integraler Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie eines Unternehmens, da es dazu beitragen kann, nachteilige soziale und ökologische Auswirkungen in der Lieferkette zu minimieren. Ein umfassendes Lieferantenmanagement kann zudem beitragen, Risiken in der Lieferkette zu minimieren. Wir haben Prozesse in unserem Haus entwickelt, welche eine Beurteilung der Lieferanten im Hinblick auf Qualitäts- und Umweltaforderungen an Produkte und Dienstleistungen zulassen. Selbstverständlich umfassen diese Leitlinien auch das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit.

Unsere Lieferanten müssen generell Anforderungen erfüllen, welche mindestens jährlich gemeinsam beurteilt und geprüft werden. Bei Bedarf knüpfen hieran weitere Maßnahmen zur Lieferantenbeurteilung an wie zum Beispiel ein Lieferantenaudit oder

Musterlieferungen, Besuche und Informationsgespräche. Bei wesentlichen Qualitätsproblemen, Nichterfüllung von Umweltaforderungen oder unzureichender Bewertung erfolgt eine schriftliche Information an den Lieferanten über das Ergebnis der Lieferantenbeurteilung. Fehlerbeseitigungsmaßnahmen müssen vom Lieferanten innerhalb der vorgeschriebenen Frist nachgewiesen werden. Danach erfolgt eine Neubeurteilung – und im letzten Schritt als Notmaßnahme die Sperrung eines Lieferanten. Leider ist es uns noch nicht möglich, die wichtigsten Lieferanten auch anhand von dedizierten Nachhaltigkeitskriterien zu bewerten und basierend hierauf Entscheidungen zu treffen.

VORHANDENSEIN UND FORM EINES NACHHALTIGEN KUNDENMANAGEMENTS: 66 VON 100 PUNKTEN

Ein nachhaltiges Kundenmanagement etabliert langfristige und vertrauensvolle Beziehungen mit Kunden, während gleichzeitig ökologische, soziale und ökonomische Aspekte berücksichtigt werden.

Wir setzen auf eine langfristige Kundenbeziehung. Die Bedürfnisse unserer Kunden stehen im Fokus, und wir bieten wenn möglich individuelle Lösungen an. Wir setzen auf bewährte schwäbische Qualitätsstandards und liefern hochwertige Arbeit. Bei uns haben die Kunden zum Beispiel auch den Vorteil, Vorbearbeitung und Oberflächenveredelung aus einer Hand zu bekommen: dies spart Zeit und Kosten und vereinfacht für unsere Kunden die Abwicklung. Mit diesem Bericht möchten wir betonen, wie wichtig es ist, transparent mit den Kunden zu kommunizieren. Dies umfasst nicht nur unsere Produkte und Dienstleistungen, sondern auch andere Bereiche der Nachhaltigkeitsbemühungen unseres Unternehmens.

Wir verfolgen das Ziel, nachhaltige Produkte anzubieten. Dies gewährleisten wir durch unsere umweltfreundlichen Beschichtungen und unsere ressourcenschonenden Prozesse. Kundenumfragen und Feedback spielen für uns eine wichtige Rolle. Deshalb haben wir auch unsere Kunden im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse bei diesem Bericht miteingebaut.

Wir tauschen uns bisher jedoch noch nicht mit einer signifikanten Anzahl unserer Kunden über Nachhaltigkeitsaspekte wie zum Beispiel den Treibhausgasfußabdruck aus. Außerdem haben wir bisher noch keine Mechanismen etabliert, um Kunden, die nicht ein Mindestmaß an Nachhaltigkeitsstandards einhalten, nicht zu bedienen.



ABGELEITETE MASSNAHMEN

Abbildung 11 fasst die Ergebnisse der Standortanalyse aller Indikatoren zusammen: bei grün hinterlegten Indikatoren liegt unsere Bewertung im oberen Drittel (mehr als 67 Punkte), bei gelb markierten Feldern im Mittelfeld (34...66 Punkte) – und bei den wenigen rot markierten unter 34 Punkten.

Wir wollen das bisher Erreichte weiter verbessern und sicherstellen, dass Nachhaltigkeit eine Kernkomponente unserer Geschäftsstrategie und -praxis bleibt. Die Standortbestimmung des vorangehenden Kapitels erlaubt uns nun, Maßnahmen zu definieren. Hierbei sind wir nach der Devise „Stär-

ken stärken und Schwächen ausmerzen“ vorgegangen, haben aber berücksichtigt, dass es aufgrund unserer Unternehmensgröße auch Effekte gibt, wo nur eine kleine Abweichung großen Einfluss haben kann – so zum Beispiel im Indikator *arbeitsbedingte Verletzungen*.

Gleichzeitig ist es wichtig, Maßnahmen zu definieren, die in der nächsten Zeit auch angegangen werden können. Eine unrealistisch ambitionierte Maßnahmenliste weckt dabei vor allem eine nicht erfüllbare Erwartungshaltung unserer Kunden, Mitarbeiter oder anderer Stakeholder, die wir neben dem anspruchsvollen Tagesgeschäft nur schwerlich einlösen könnten.



E – Umwelt	S – Soziales	G – Governance
Intensität THG Emissionen	Arbeitsbedingte Verletzungen	Vorhandensein und Form Nachhaltigkeitsstrategie
Datenqualität THG Fußabdrucks	Umfang Gesundheitsförderung	Verankerung von Nachhaltigkeit im Management
Anteil erneuerbarer Energien	Anteil MA mit unbefristetem Vertrag	Beteiligung und Eigenverantwortung der Mitarbeitenden
Energieintensität	Mitarbeiterfluktuation	Vorhandensein eines Wertekanon
Recyclingquote Abfall	Anteil Home-Office	Verstoß gegen den Wertekanon
Wasserverbrauch	Anteil Mitarbeiterinnen	Vorfälle Kundendatenschutz
Umgang mit Materialströmen	Altersstruktur	Vorhandensein Lieferantenmanagements
	Gender Pay Gap	Vorhandensein Kundenmanagement
	Diskriminierungsvorfälle im Berichtszeitraum	
	Weiterbildungsquote	
	Übernahme Auszubildende	
	Spenden	

Abbildung 11. Ergebnisse der Standortanalyse aller Indikatoren . Grün: > 66 von 100 Punkten, Gelb: 34...66 Punkte, Rot: < 34 Punkte.

In der Säule **Umwelt** schneiden wir im Vergleich zu anderen produzierenden Unternehmen bereits gut ab. Eine weitere Verringerung der **Intensität unserer Treibhausgasemissionen** ist dabei erklärtes Ziel. Zwar beziehen wir unser Heizöl schon zu 100% CO₂e-kompensiert, werden jedoch auf emissionsarme Varianten umstellen: in unserer Verwaltung wurde bereits 2023, nach dem hier betrachteten Berichtszeitraum, die Wärmeversorgung mittels Wärmepumpe elektrifiziert, ebenso werden wir aus Gründen der Energieeffizienz die Fenster modernisieren. Für die Produktion ist ebenso der Ersatz der fossilen Wärmeerzeugung durch eine Industriewärmepumpe avisiert.

Auch arbeiten wir kontinuierlich daran, die **Recyclingquote** unserer Abfallstoffe zu verbessern – während wir in diesem Bereich bei den meisten Fraktionen gut bis sehr gut abschneiden, sind unsere 125 Tonnen Galvanikschlamm derzeit nur sachgerecht als Füllmaterial beispielsweise im Bergbau nutzbar – jedoch nicht rezyklierbar im engeren Sinne. Durch engen Austausch mit Forschungsinstitutionen und Branchenverbänden sind wir über neueste Entwicklungen in der Materialrückgewinnung jedoch stets informiert und verbessern unsere Prozesse und Anlagen weiter, sobald dies möglich ist.

In der Säule **Soziales** arbeiten wir stets an der Vermeidung von Arbeitsunfällen und hoffen, in Zukunft keine **arbeitsbedingte(n) Verletzungen** zu melden und somit wieder unter dem Branchenvergleichswert abzuschneiden. Wir legen jedoch allgemein sehr großen Wert auf die **Sicherheit und Gesundheit** unserer Mitarbeitenden. Wir prüfen daher die Einführung von regelmäßigen Gesundheitschecks und medizinischen Untersuchungen, um frühzeitig gesundheitliche Probleme zu erkennen und zu behandeln. Ebenso möchten wir sportliche Aktivitäten wie Fitness- oder Yogakurse verstärkt fördern und es könnten Kurse zur Raucherentwöhnung angeboten werden.

Um unsere **Weiterbildungsquote** weiter zu erhöhen, prüfen wir die Ausweitung von Tele- und flexiblen Arbeitszeitmodellen für all die Mitarbeiter, für die dies grundsätzlich möglich ist, um Arbeit und Weiterbildung besser zu vereinbaren. Allgemein möchten wir auch verstärkt Onlineschulungen und E-Learningplattformen für unsere Mitarbeiter in Produktion, Lagerung und Logistik anbieten, um flexiblere Angebote und höhere Teilnahmequoten zu erreichen.

Um uns im Bereich der **Unterstützung gemeinnütziger Institutionen** zu verbessern, arbeiten wir an klareren Richtlinien. Diese sollen garantieren, dass Spenden vor Ort ankommen, Arten von Organisationen festlegen, die zu unserem Leitbild passen und Rahmenwerte für das jährliche Spendenvolumen, z.B. abhängig von Ertragswerten, skizzieren. Weiterhin möchten wir unsere Mitarbeiter aktiv in die Spendenaktivitäten einbeziehen.

In der Säule **Unternehmensführung** möchten wir uns im Bereich **nachhaltiges Lieferantenmanagement** besser aufstellen und könnten auf verschiedene Weise tätig werden. Bisher führen wir bereits eine Bewertung unserer Lieferanten im Hinblick auf unter anderem Umweltfreundlichkeit und Zuverlässigkeit durch. Dies möchten wir perspektivisch um Kriterien wie Arbeitsbedingungen und ethische Geschäftspraktiken erweitern. Des Weiteren planen wir, Nachhaltigkeitsklauseln in unsere Lieferantenverträge aufzunehmen.

Auch im Bereich **Kundenmanagement** möchten wir, um vermehrt Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen, uns mit Kunden enger auszutauschen, z.B. zur Thematik von unserer Rolle in Produktfußabdrücken. Dies könnte durch regelmäßige Informationsbeiblätter zu unseren Kundenlieferungen oder persönliche Gespräche erfolgen. In einem weiteren Schritt planen wir, Richtlinien zur Nachhaltigkeit von Unternehmen, die wir bedienen möchten, zu entwerfen, um so klare Entscheidungskriterien zu haben und nicht nachhaltig wirtschaftende (prospektive) Kunden zu sanktionieren.

IMPRESSUM

Rieger Metallveredlung GmbH & Co.KG
Riedstraße 1
D-89555 Steinheim am Albuch
www.rieger-mv.de
Pers.haft.Gesellsch. RMV Verwaltungs-GmbH

Ansprechpartner: Franz Rieger, Geschäftsführer
Fon: +49 7329 80 30



© März 2024

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Rieger Metallveredlung GmbH & Co. KG.

Inhalte, Konzept und Gestaltung:

Edenberg Nachhaltigkeitsberatung UG
(haftungsbeschränkt)
Edenbergstraße 6, 70329 Stuttgart
www.edenberg.de
info@edenberg.de



ANHANG A: ÜBERSICHT ALLER INDIKATOREN

#	Indikator	Einheit	Bewertung
E1	Intensität der Treibhausgasemissionen in Scopes 1+2	kg CO ₂ e/ 1.000€	JKDB
E2	Datenqualität des Treibhausgasfußabdrucks	von 2	JGDB
E3	Anteil erneuerbarer Energien	%	JGDB
E4	Energieintensität	kWh/1.000 €	JKDB
E5	Recyclingquote im Abfall	%	JGDB
E6	Intensität des Wasserverbrauchs	m ³ /1000 €	JKDB
E7	Umgang mit Materialströmen	von 5	JGDB
S1	Arbeitsbedingte Verletzungen pro Mitarbeiter/innen	Anzahl/MA	JKDB
S2	Vorhandensein und Umfang betrieblicher Gesundheitsförderung	von 4	JGDB
S3	Anteil der Mitarbeitenden mit unbefristetem Vertrag	%	JGDB
S4	Mitarbeiterfluktuation	%	JKDB
S5	Anteil der Mitarbeitenden, die flexible Arbeitszeiten und/oder die Möglichkeit zu Home Office haben.	%	JGDB
S6	Anteil weiblicher Mitarbeitenden	%	Abw. MW
S7	Altersstruktur	k.E.	JKDB
S8	Gender Pay Gap	%	JKDB
S9	Diskriminierungsvorfälle im Berichtszeitraum	0: Nein; 1: Ja	JKDB
S10	Weiterbildungsquote	%	JGDB
S11	Übernahmequote der Auszubildenden	%	JGDB
S12	Spenden an lokale, gemeinnützige Institutionen	%	JGDB
G1	Vorhandensein, Form und zentrale Elemente einer innerbetrieblichen Nachhaltigkeitsstrategie	von 6	JGDB
G2	Verankerung von Nachhaltigkeit im Management der Produkte und Dienstleistungen	von 6	JGDB
G3	Beteiligung und Eigenverantwortung der Mitarbeitenden	von 4	JGDB
G4	Vorhandensein, Form und zentrale Elemente eines Wertekanons für Mitarbeitende	von 5	JGDB
G5	Vorfälle im Bezug auf Verstoß gegen den Wertekanon	Anzahl	JKDB
G6	Vorfälle im Bezug auf Kundendatenschutz	Anzahl	JKDB
G7	Vorhandensein, Form und Umfang eines Lieferantenmanagements	von 5	JGDB
G8	Vorhandensein, Form und Umfang nachhaltiges Kundenmanagement	von 3	JGDB

JKDB: je kleiner desto besser; JGDB: je größer desto besser; Abw. MW: Abweichung vom Mittelwert

ANHANG B: BEWERTUNG DER INDIKATOREN IM RAHMEN DER INTERNEN WESENTLICHKEITSANALYSE

Skala: 1 = mittlere, 2 = hohe und 3 = sehr hohe Wesentlichkeit

Indikator	Auswirkungen des Indikators auf uns- "outside-in"	Unsere Auswirkungen auf den Indikator - "inside-out"
THG-Emissionen und Intensität	0,8	1,8
Datenqualität des THG-Fußabdrucks	2,0	1,1
Intensität des Wasserverbrauchs	1,2	2,2
Energie: Anteil erneuerbarer Energien	2,2	2,8
Abfall/Recycling: Recyclingquote im Abfall	1,2	1,7
Umgang mit Materialströmen	2,0	1,8
Arbeitsbedingte Verletzungen pro MA	2,8	2,5
Vorhandensein/Umfang betriebl. Gesundheitsvorsorge	1,7	2,7
Anteil der MA mit unbefristetem Vertrag	1,4	2,6
Mitarbeiterfluktuation	3,0	2,2
Anteil der MA, die flexible Arbeitszeiten und/oder Möglichkeit zum Homeoffice haben	1,3	1,8
Anteil der weiblichen Mitarbeitenden	1,2	1,3
Altersstruktur	1,9	1,7
Gender Pay Gap	1,3	1,7
Diskriminierungsvorfälle im Berichtszeitraum	2,1	2,3
Weiterbildungsquote	1,8	2,8
Übernahme(-quote) der Auszubildenden	1,9	2,6
Spenden an lokale gemeinnützige Institutionen	0,9	3,0
Vorhandensein innerbetriebli. Nachhaltigkeitsstrategie	1,0	3,0
Verankerung von Nachhaltigkeit im Management v. Produkten und DL	1,8	2,9
Beteiligung und Eigenverantwortung der Mitarbeitenden	1,9	2,4
Vorhandensein eines Wertekanons für Mitarbeitende	1,1	2,9
Vorfälle in Bezug auf Wertekanon	1,7	2,4
Vorfälle in Bezug auf Kundendatenschutz	2,9	2,5
Vorhandensein, Form und Umfang Lieferantenmanagement	2,1	2,7
Vorhandensein, Form und Umfang eines Kundenmanagement	2,7	1,5

ANHANG C: QUELLENANGABEN

i Georg Ludwig Hartig: *Anweisung zur Taxation und Beschreibung der Forste. Band 1: Theoretischer Theil.* (2., ganz umgearbeitete und vermehrte Auflage.) Heyer, Gießen 1804.

ii Brundlandt-Bericht (1987): *Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundlandt-Bericht für Umwelt und Entwicklung*, hrsg. von V. Hauff. – Greven

3 Bildquelle: <https://dserver.bundestag.de/btd/13/112/1311200.pdf>

iii S. Kürpick, 2023. *Entwicklung einer Methode für die quantitative Bewertung der Nachhaltigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen.* Hochschule für Technik Stuttgart und Technische Hochschule Ulm

iv Siehe z.B. www.efrag.org

v Siehe z.B. www.globalreporting.org

vi Siehe hierzu auch die Tabelle im Anhang, in welcher die Logik der Punktzahlvergabe je Indikator skizziert wird.

vii An der Umfrage beteiligten sich 14 Stakeholder: sechs Kunden, drei Lieferanten, fünf Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

viii Siehe <https://ghgprotocol.org/corporate-standard>. Das Greenhouse Gas (GHG) Protocol definiert nach dem GHG Protocol, Corporate Standard, den Bericht von Scope 1+2-Emissionen als verpflichtend und Scope-3-Emissionen als optional.

ix Der vertragliche Ansatz bringt insbesondere für den bezogenen Strom den Emissionsfaktor nach Stromvertrag für die Bilanzierung in Ansatz – im Gegensatz zu dem Emissionsfaktor, der sich im sogenannten regionalen Ansatz aus dem physikalisch bezogenen Strom ergeben würde.

x Das Umweltbundesamt gibt jährlich einen Verdrängungsstromemissionsfaktor an, mit welchem ermittelt werden kann, welche strombedingten fossilen Emissionen durch die Einspeisung von Ökostrom im Jahresmittel verdrängt wurden. Für 2022 lag dieser Wert bei 685 g CO₂e/kWh.

xi Mit bilanzieller CO₂e-Neutralität ist gemeint, dass wir im betrachteten Zeitraum insofern keinen Nettotreibhausgaseintrag in die Atmosphäre verursachten, als dass die erhobenen THG-Emissionen durch Emissionseinsparungen in gleicher Höhe an anderer Stelle durch Dritte eingespart und damit kompensiert wurden. Uns ist bewusst, dass im Jahr 2023 eine Reihe Urteile die Verwendung des Begriffs „klimaneutral“ und insbesondere die Kompensation von fossilen Emissionen durch Klimaschutzprojekte kritisch beurteilt hatten – und dass das EU-Parlament im Januar 2024 die zukünftig unqualifizierte Verwendung des Begriffs klimaneutral unterbunden hat.

xii Auszubildende sind in dieser Bewertung ausgenommen, da diese stets einen auf das Ende der Ausbildung befristeten Vertrag erhalten.

xiii Das Geschäftsführergehalt wurde aus der Erhebung ausgelassen. Ebenso erfolgte der Vergleich auf Basis von Mitarbeiterkapazitäten und nicht auf Basis von Köpfen, um den Effekt von (freiwilliger) Teilzeitbeschäftigung herauszurechnen.

Bildquellen: Rieger Metallveredlung GmbH und CO.KG oder www.unsplash.com (außer Titelseite: Surasak Suwanmake, istock.com)