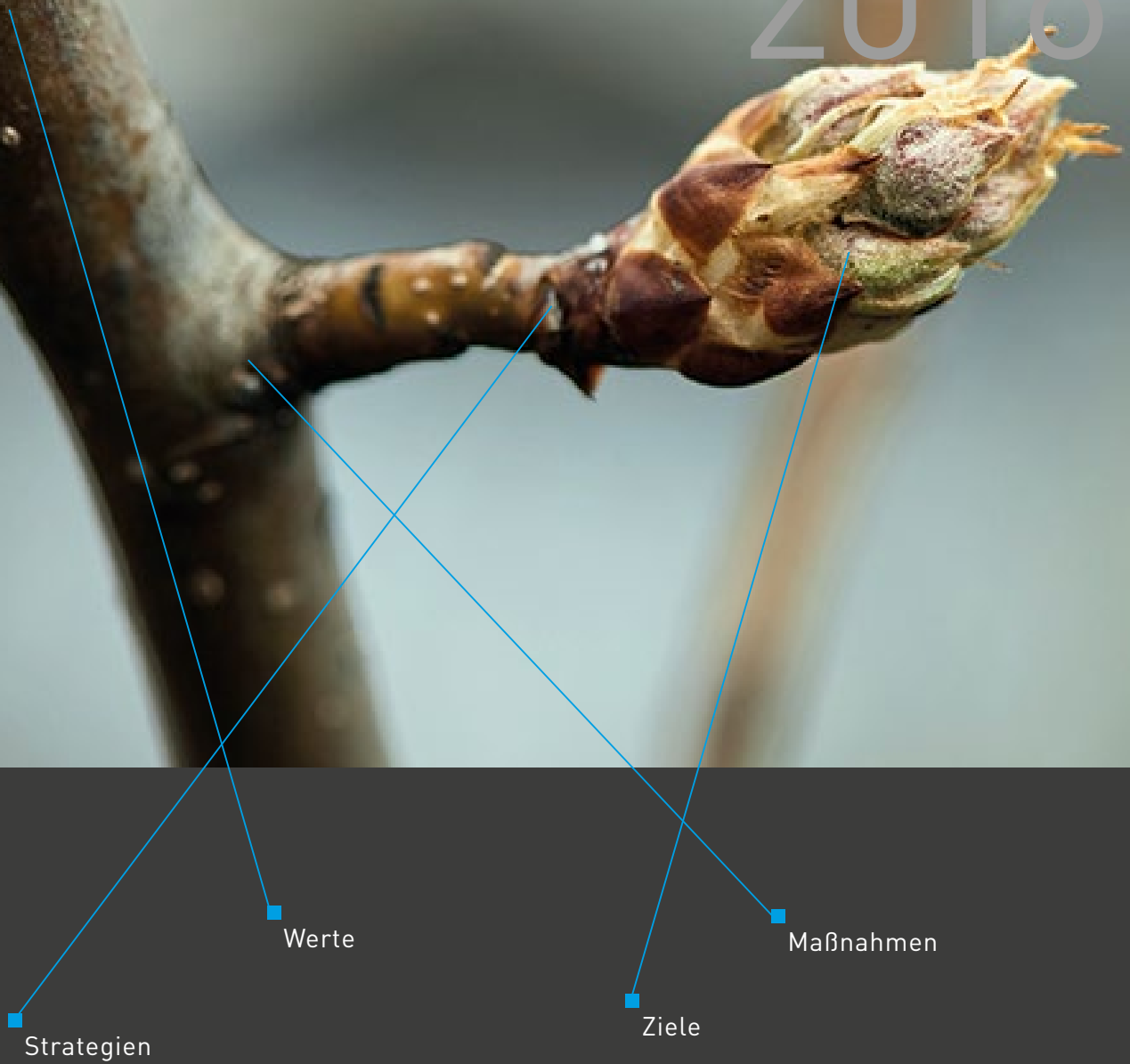


NACHHALTIGKEITSBERICHT

2015
2016



Inhalt

1. Über das Unternehmen	
1.1 Im Laufe der Zeit	6
1.2 Zahlen, Daten, Fakten	8
1.3 Unsere Werte	9
1.4 Strategie	11
1.5 Produkte & Dienstleistungen	12
1.6 Stakeholder-Dialog	20
1.7 Lieferantenmanagement	26
1.8 Veränderungen im Berichtszeitraum	27
1.9 Auszeichnungen & Zertifikate	29
2. Nachhaltigkeitsmanagement	
2.1 Ökonomie	36
2.2 Soziale Verantwortung	41
2.3 Ökologie	51
3. Nachhaltigkeitsziele	
3.1 Ziele 2015 - 2016	60
3.2 Ziele 2017 - 2018	61

Liebe Leserin, lieber Leser,

mit der Veröffentlichung des vorliegenden zweiten Mader Nachhaltigkeitsberichts möchten wir unsere Aktivitäten, Strategien sowie Maßnahmen und Ziele allen Interessierten sichtbar machen, die mit unserem Unternehmen in Verbindung stehen. Dabei verfolgen wir den Anspruch, sowohl ein Abbild unserer bisherigen Aktivitäten aufzuzeigen als auch über unsere künftigen Strategien und Vorhaben zu informieren.

Die Zukunft wird auch von Kennwerten bestimmt, die nicht sofort greifbar erscheinen. Hierzu gehören immaterielle Vermögenswerte wie Reputation, Markenwert, Innovationsfähigkeit. Es ist uns deshalb ein wichtiges Anliegen, auch das „Ungreifbare“ im Bericht sichtbar zu machen. Gleichzeitig ermöglicht uns diese umfassende Darstellung die Identifikation von neuen Herausforderungen und möglicher Schwachstellen. Der Mader Nachhaltigkeitsbericht führt die Tradition transparenter Kommunikation fort, die von Beginn an ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur ist.

Unseren Ansatz, im gesamten Unternehmen nachhaltig zu wirtschaften, haben wir in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiterentwickelt. Wir unterstützen die Entwicklung zur transparenten und vergleichbaren Nachhaltigkeit von Unternehmen und werden uns daher zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex verpflichten.

Der Berichtszeitraum erstreckt sich von 2015 bis 2016, bezieht dabei jedoch auch weiter zurückliegende Aktivitäten mit ein. Bei der Auswahl der dargestellten Themen und Handlungsfelder wurden sowohl die Schwerpunkte unserer Geschäftstätigkeit, deren Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt sowie die Erfahrungen und Kennt-

nisse aus dem kontinuierlichen Austausch mit unseren Anspruchsgruppen berücksichtigt. Sämtliche quantitativen und qualitativen Aussagen in diesem Bericht wurden durch die jeweiligen Fachabteilungen überprüft und freigegeben. Der Mader Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich am international anerkannten Leitfadens für nachhaltige Berichterstattung der „Global Reporting Initiative“ (GRI).

Die Nominierung für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2015 war für uns ein wichtiger Wegweiser, denn sie zeigte, dass wir auf dem richtigen Weg sind, aber noch lange nicht am Ende. Dabei gilt das bewährte Motto: Der Weg ist das Ziel.

Wir danken unseren Mitarbeitern, Partnern und Kunden für ihren Beitrag zu weiteren erfolgreichen Jahren auf unserem Weg. Wir werden im Jahr 2017 wie auch in den kommenden Jahren auf diesen Erfolgen aufbauen.

Viel Freude bei der Lektüre wünschen Ihnen

Peter Maier, Manja Hies und Werner Landhäußer



„Wir freuen uns, wenn unser zweiter Nachhaltigkeitsbericht auch dazu beiträgt, mehr Bewusstsein für eines der wichtigsten Zukunftsthemen zu entwickeln: Nachhaltigkeit.“

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen verzichtet. Die verwendete männliche Form meint dabei stets Frauen und Männer.

Nachhaltigkeitsmanagement

Umweltschutz >>> mehr auf S. 51
Energieeffizienz >>> mehr ab S. 32
Ziele >>> mehr auf S. 11
Strategie >>> mehr auf S. 41
Maßnahmen >>> mehr auf S. 57
Umgesetzte Projekte bei Kunden und deren Einsparungen >>> mehr auf S. 11
Soziale Verantwortung >>> mehr auf S. 41
Ökonomie >>> mehr auf S. 11
Ökologie >>> mehr auf S. 51
Digitalisierung der Druckluftkette >>> mehr auf S. 11



1 Über das Unternehmen

1.1

Im Laufe der Zeit

1935

Unternehmensgründung durch Max Mader



1994

offizieller Vertragspartner der Landesmesse Stuttgart



2004

Management Buy-Out, Inhaber geführtes Unternehmen



2007

Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001



2010

Mitglied im Verband der Airgroup GmbH



2014

neues Mitglied im Klimaschutz-Unternehmen e.V.
Zertifizierung nach DIN EN ISO 50001 und BS OHSAS 18001



2015

Zertifizierung unseres Druckluft-Audits nach DIN EN ISO 11011
Unterzeichnung der WIN!-CHARTA



2012

Zertifizierung nach DIN EN ISO 14001
Unterzeichnung der Charta der Vielfalt



2016

Übernahme der Airtechnic GmbH, neuer Service-Standort in Eichenau bei München



1.2

Daten & Fakten

Hauptsitz

Daimlerstraße 6
70771 Leinfelden-Echterdingen

Service-Niederlassung

Ringstraße 5
82223 Eichenau

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
- Druckluft-Audit: DIN EN ISO 11011

Produktportfolio

- Drucklufttechnik
- Pneumatikkomponenten
- Projektierung
- Wartung/Service
- Energieeffizienz-Dienstleistungen

Airgroup

Mader ist Mitglied der Airgroup seit 2010. Die Airgroup wurde 2007 als Verein gegründet. Sie ist ein Zusammenschluss von regional tätigen Drucklufthändlern, 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 ist Peter Maier, geschäftsführender Gesellschafter von Mader.

Absatzmarkt

Wir vertreiben unsere Produkte hauptsächlich in Deutschland. 6 % des Gesamtumsatzes werden im Ausland erwirtschaftet. Hauptabsatzgebiete für unsere Dienstleistungen sind Baden-Württemberg und Bayern.

Durch die Zusammenarbeit mit unseren Partnern wie z.B. der Airgroup, können wir unsere Dienstleistungen bundesweit anbieten.

Der Vertrieb unserer Produkte und Dienstleistungen erfolgt ausschließlich im B2B-Markt. Folgende Branchen sind unsere Hauptabnehmer:

- Maschinenbau
- Automobilzulieferer
- Papierherstellung
- Lebensmittelgewerbe
- Pharmaindustrie
- Kunststoffgewerbe
- Metallverarbeitung

Grundsätzlich ist das Medium Druckluft in allen produzierenden Unternehmen im Einsatz. Die Erhöhung der Energieeffizienz von Druckluftanlagen ist diesbezüglich für viele Unternehmen aus ökologischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten interessant.

Daten & Fakten

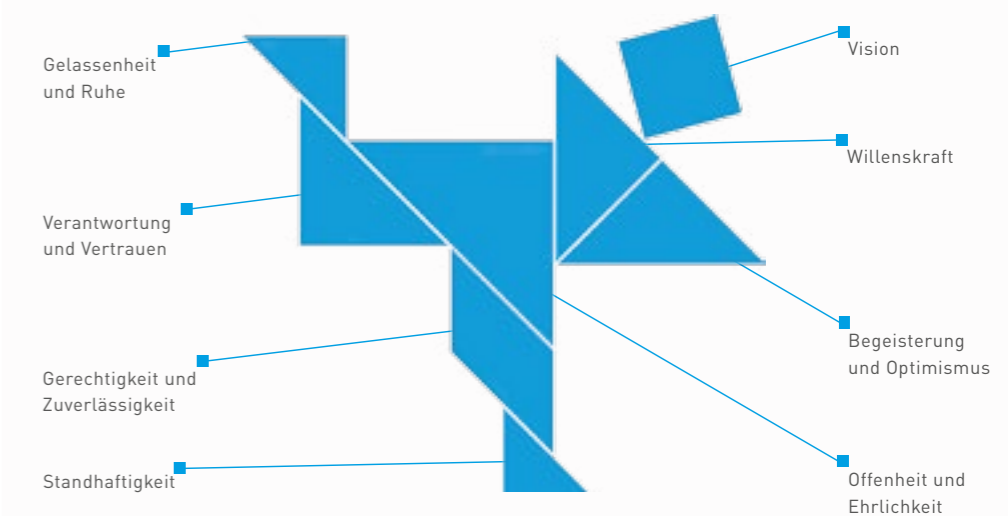
	2012	2013	2014	2015	2016
Mitarbeiter	83	80	78	80	86
Auszubildende	10	13	11	8	8
Umsatz	11,3 Mio.	11,2 Mio.	12,3 Mio.	13 Mio.	14,8 Mio.
Menge gelieferter Produkte	4.392.030	4.231.175	4.246.989	4.225.123	4.382.055
Anzahl umgesetzter Kundenprojekte	k.D.	k.D.	k.D.	137	236

1.3

Unsere Werte

Der Mader Werte-Codex seit 2006

Mit unserem WerteCodex unterstreichen wir unser Bekenntnis zu einer werteorientierten Unternehmensführung. Der WerteCodex gibt den ethischen Rahmen für unser tägliches Handeln vor, d.h. wie wir uns im täglichen Miteinander verhalten – sei es untereinander oder gegenüber unseren Kunden und Partnern.



Hausarbeit „Corporate Identity“

Im Zuge einer Hausarbeit befasste sich ein dualer Student unseres Unternehmens mit der Corporate Identity von Mader. Diese zeichnet sich besonders durch den Werte-Codex sowie die Vielfältigkeit der Mitarbeiter aus.

Um herauszufinden, ob die Corporate Identity Teil des Arbeitsalltags der Mitarbeiter ist, wurde eine freiwillige und anonyme Befragung durchgeführt. Die Befragung erfolgte u.a. zu den Themen:

- Bekanntheit der Unternehmens- und Markenwerte
- Umgang mit den Kollegen und Vorgesetzten
- Kulturelle Vielfalt im Unternehmen

Fazit der Hausarbeit war, dass die Corporate Identity Strategie von den Mitarbeitern mitgetragen und auch im Arbeitsalltag umgesetzt wird.

10 Jahre WerteCodex

2006 wurden unsere Werte von den Gesellschaftern und den Führungskräften erarbeitet und den Mitarbeitern im Rahmen eines Outdoor-Events vorgestellt.

Zum 10-jährigen Jubiläum der Unternehmenswerte starteten 2016 zwei Mitarbeiter das MIT-Projekt „Werte-Geburtstag“. Mit dem Projekt sollte erreicht werden, dass sich alle Mitarbeiter eingehend mit jedem Unternehmenswert beschäftigen. Wie zur Einführung der Werte, wurde auch der Werte-Geburtstag „spielerisch“ begangen.

Im April 2016 wurde das erste Wertepaar in Form eines Sammel- und Kombinierspiels mit allen Mitarbeitern „gefeiert“. In jeder Abteilung wurden Buchstaben versteckt. Diese wurden nach dem Auffinden von den Mitarbeitern gesammelt und zu einem Wort kombiniert.

Die Aufgabe sollte nochmals veranschaulichen, dass wir uns im Rahmen unserer Unternehmenswerte **„Begeisterung und Optimismus“** als sympathisches und leistungsstarkes Unternehmen wahrnehmen und durch Teamgeist, Wissen sowie Spaß überzeugen wollen.

Der Wert **„Willenskraft“**, welcher an unser entschlossenes Handeln und unseren klaren Willen erinnert, wurde im Rahmen eines Rätsels aufgegriffen. Durch die Beantwortung von Fragen ergab sich am Ende das Lösungswort **„Willenskraft“**.

„Wir bewahren auch in schwierigen Situationen den Überblick, achten auf die wichtigen Dinge und Handeln ohne Eile“ – der Wert **„Ruhe und Gelassenheit“** wurde in Form eines Fotowettbewerbs gefeiert. Dazu wurde im Eingangsbereich eine Strand-Oase aufgebaut. Diese konnte für eine kurze Pause genutzt werden.

Alle Mitarbeiter konnten im Anschluss das „Sieger-Foto“ unter dem Motto **„Offenheit & Ehrlichkeit“** küren: „Wir tun, was wir sagen. Und wir sagen, was wir meinen. Der offene und ehrliche Austausch ist unsere Stärke.“

Die Erinnerung an die Werte **„Verantwortung und Vertrauen“** erfolgte mit einer Puzzelaufgabe. Jeder Mitarbeiter erhielt ein Puzzleteil, welches er zum Eingangsbereich bringen sollte. Alle Puzzleteile ergaben zusammengesetzt die Werte **„Verantwortung und Vertrauen“**. War einer der Kollegen nicht im Haus, sollte Verantwortung für dessen Puzzleteil übernommen werden, so dass dieser darauf vertrauen konnte, dass das Puzzle trotz seiner Abwesenheit vervollständigt wird.

Zu den Werten **„Gerechtigkeit und Zuverlässigkeit“** sollten alle Mitarbeiter aufschreiben, was sie mit den Werten Gerechtigkeit und Zuverlässigkeit bei Mader und im Arbeitsalltag verbinden. Die Begriffe wurden im Eingangsbereich für jeden sichtbar an unserem **„Werte-Tanagramm-Männchen“** angebracht.

Im Rahmen des Wertes **„Standhaftigkeit“** wurden alle Mitarbeiter für ihre Beteiligung an den verschiedenen Aktionen mit Kuchen belohnt.

Der Wert **„Vision“** wurde bewusst am Ende aufgegriffen. Hierfür wurden nochmals alle Mitarbeiter gebeten, sich Gedanken über die bestehenden bzw. mögliche weitere Werte zu machen und ihre Ideen einzureichen. Die Ergebnisse werden aktuell von der Geschäftsleitung ausgewertet. Wird hierbei Änderungsbedarf identifiziert, werden nochmals Diskussionen angeregt.

1.4

Strategie

Die Digitalisierung der Industrie birgt enorme Chancen für den Bereich Druckluft. Es ist unsere Vision, den gesamten Druckluftprozess zu digitalisieren und damit transparent zu machen.

Unser Anspruch ist es, den Druckluftprozess unserer Kunden so energieeffizient wie möglich zu gestalten und neue Lösungsansätze aufzuzeigen. Wir möchten DER Anbieter sein, wenn es um die energieeffiziente Gesamtoptimierung der Druckluftkette geht.

Die Verbindung aus energieeffizienter Druckluft und digitalen Prozessen sehen wir als Schlüssel zur erfolgreichen Erzeugung und Nutzung von Druckluft in der Zukunft.

Zentrale Herausforderungen für die Zukunft

Die digitale Revolution, die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft, winkt mit neuen Herausforderungen und bietet gleichzeitig derzeit noch nicht vollständig greifbare Chancen.

Als weitere Herausforderung sehen wir den für uns bereits seit Jahren spürbaren Fachkräftemangel. Um diesem entgegen zu wirken haben wir bereits zahlreiche Maßnahmen ergriffen.

Wir sehen die Ausbildung von Nachwuchskräften und Weiterbildung unserer Mitarbeiter als wichtigen Pfeiler für den erfolgreichen Fortbestand des Unternehmens. Zwei Bildungspartnerschaften mit ortsansässigen Schulen erleichtern uns den direkten Kontakt zu potenziellen Nachwuchskräften.

Um Mitarbeiter individuell gemäß ihren Qualifikationen, Potentialen und Talenten einzusetzen und zu fördern, wurde eine Qualifikationsmatrix entwickelt.

Das Erkennen der Anforderungen unserer Kunden sowie das Abbilden dieser Vorstellungen in unserem Leistungsprogramm beschreibt eine weitere Herausforderung, der wir so früh wie möglich aktiv begegnen möchten. Eine regelmäßige Erhebung über persönliche Gespräche, Kundenzufriedenheitsbefragungen und die Aufnahme von neuen Ideen über unser Innovationsmanagement, stellen einige unserer Wege dar, dieser Herausforderung gerecht zu werden.

Anfang 2018 steht für Mader der Umzug in ein neues Firmengebäude an. Eine frühzeitige und detaillierte Planung für uns ist essentiell, um die Geschäftstätigkeit während und nach dem Umzug bestmöglich aufrecht zu erhalten.



Produkte & Dienstleistungen

Wir bieten Produkte und Dienstleistungen im Bereich Pneumatik und Drucklufttechnik - Planung und Umsetzung von Druckluftsystemen, Beratung und Unterstützung zur Erhöhung der Energieeffizienz von Druckluftanlagen, sowie einen Wartungs- und Reparaturservice.



Mehr als 80 Jahre Erfahrung mit dem Energieträger Druckluft machen uns zum Spezialisten für die gesamte Druckluftkette: Von der Erzeugung über die Nutzung bis zum Verbraucher erfolgt eine ganzheitliche Betrachtung. Perfekt aufeinander abgestimmte Produkte und Leistungen sorgen dafür, dass die Druckluftkette ideal aufgestellt ist und jederzeit reibungslos funktioniert.

Passend zu den unterschiedlichsten Rahmenbedingungen und Anforderungen greifen wir auf einzelne Produkte und Leistungen zurück und optimieren den gesamten Druckluftprozess – der Mader-Effekt. Unsere Lösungen sind herstellerunabhängig.

Durch politische Vorgaben und entsprechende Anreizsysteme der Bundesregierung auf der einen Seite und stetig steigende Energiepreise auf der anderen Seite werden Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz und damit Reduktion der CO₂-Emissionen auch wirtschaftlich interessant. Einer der vielversprechendsten Ansatzpunkte in deutschen Industrieunternehmen zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes ist die Druckluftversorgung. Hier liegt das Einsparpotenzial bei bis zu 50 %.

Zur Ermittlung und Erreichung der maximalen Energieeffizienz bieten wir verschiedene Produkte und Dienstleistungen an.

Scan mich!

Erfahren Sie mehr über energieeffiziente Drucklufttechnik und scannen Sie den QR-Code direkt ab.



Drucklufttechnik

Leckageortung

Im Rahmen der Leckageortung wird die gesamte Druckluftkette - vom Kompressor bis zum Druckluftverbraucher - mit moderner Ultraschall-Ortungstechnik auf Leckagen hin untersucht. Alle georteten Leckagen werden mit einem QR-Code gekennzeichnet, mit unserer Leckage-App erfasst und wirtschaftlich bewertet; dazu gehören die Druckluftmenge, die entweicht, der Stromverbrauch sowie die CO₂-Emissionen jeder georteten Leckage.

Die ausgewerteten und aufbereiteten Messergebnisse sowie die daraus abgeleiteten Lösungsvorschläge werden in einer Präsentation ausführlich dargestellt. Anhand der Gesamtübersicht der bewerteten Leckagen kann anschließend eine wirtschaftlich und ökologisch sinnvolle Beseitigung erfolgen.

Energieeffizienz-Analyse

Mit Hilfe einer Energieeffizienz-Analyse ermitteln wir das Einsparpotenzial und leiten daraus entsprechende Maßnahmen zur Energieeinsparung ab. Zur Ermittlung der IST-Situation wird über einen repräsentativen Zeitraum eine Messung an der Druckluftstation durchgeführt.

Auf Basis der tabellarischen und grafischen Auswertungsprotokolle wird der Druckluftverbrauch mit der Leistungsaufnahme verglichen und so der Wirkungsgrad einer Anlage analysiert.

Druckluftqualitätsmessung

Entspricht die tatsächliche Druckluftqualität in einem Unternehmen nicht der eigentlich erforderlichen Reinheitsklasse nach DIN EN ISO 8573-1, kann dies nicht nur zu Schäden an Maschinen, Anlagen und Geräten führen. Die Druckluftqualität kann auch ganz erheblich die Qualität der Endprodukte beeinflussen (z. B. in der Lebensmittelindustrie). Um die Druckluftqualität nach DIN EN ISO 8573-1 zu überprüfen, führen wir entsprechende Messungen durch. Überprüft werden unter anderem der Restöl-, Wasser- und Partikelgehalt der Druckluft. Die so gewonnenen Daten werden anschließend analysiert.

Die Ergebnisse sowie die Handlungsempfehlungen werden in einem Druckluftqualitätsbericht dokumentiert.

Wärmerückgewinnung

Bei der Erzeugung von Druckluft fällt immer Abwärme an. Durch die Installation einer Wärmerückgewinnung kann diese entstehende Wärme im Kompressor sinnvoll verwendet werden und geht nicht ungenutzt verloren. Der Gesamtnutzungsgrad der Druckluftherzeugung kann so enorm erhöht werden. Die Wärme kann beispielsweise zur Raumbeheizung, für Warmwasseraufbereitung oder als Prozesswärme genutzt werden.

Stickstoffherzeugung

Bei einigen Prozessen benötigen unsere Kunden Stickstoff. Mithilfe der PSA-Technologie kann die vom Kompressor erzeugte Druckluft zur Stickstoffherzeugung eingesetzt werden. So hat das Unternehmen jederzeit Stickstoff in der benötigten Menge und Qualität verfügbar.

Zusätzlich wird die Umwelt dadurch entlastet, da der Stickstoff nicht regelmäßig durch einen Lkw angeliefert werden muss.

Steuerungs- und Messtechnik

Wenn der Druckluftverbrauch bei gleichbleibender Produktion steigt, werden unnötige Ressourcen verschwendet und die Kosten steigen. Durch eine permanente Überwachung eines Druckluftsystems sind Veränderungen rechtzeitig

erkennbar. Hierfür bieten wir verschiedene Messtechnik und Monitoringsysteme an. Mit deren Hilfe lassen sich alle relevanten Zustands- und Prozessgrößen ermitteln und überwachen. Im Bedarfsfall kann der Kunde so schnell agieren und Störungen oder unnötigen Energieverbrauch abwenden. Zusätzlich liefert die Dokumentation der Daten Informationen und Kennzahlen für Energie-/Umweltmanagementsysteme.

Projektierung

Unsere maßgeschneiderten Druckluftkonzepte werden unter Berücksichtigung von Verbrauchswerten, ermittelten Messdaten und unter der Prämisse langfristiger Versorgungssicherheit entwickelt. Das erarbeitete Konzept wird durch unsere Mitarbeiter und den Einsatz verschiedener Markenfabrikate für die Druckluftinfrastruktur realisiert.

Wartung und Reparatur

Die regelmäßige Wartung einer Druckluftanlage minimiert Stillstandszeiten und erhöht gleichzeitig die Lebensdauer. Sollte eine Instandsetzung und Reparatur einer Druckluftanlage notwendig werden, stellen wir zur Überbrückung von Engpässen einen Mietkompressor zur Verfügung. Darüber hinaus werden für die Reparatur ausschließlich Original-Ersatzteile verwendet.

Rohrleitungsbau

Wir planen energetisch und wirtschaftlich sinnvolle Druckluftnetze und setzen diese um. Zur einfachen und schnellen Installation haben wir unser Rohrleitungssystem Infinity im Produktprogramm. Es handelt sich um ein Stecksystem, bei dem kein Pressen, Kleben, Schweißen oder Bördeln notwendig ist. Weiterer Vorteil des Rohrleitungssystems ist die im T-Stück integrierte Schwannenhalskonstruktion.



Einfach montiert:

Hallenverrohrung mit dem Stecksystem Infinity. Für unsere Servicetechniker ein Kinderspiel.

Liquiditätssicherung

Passende Finanzierungslösungen bieten Spielraum, was die kurzfristige Liquidität, Bilanzwirksamkeit, Planungssicherheit und steuerliche Absetzbarkeit betreffen. Neben dem Kauf einer Druckluftanlage bieten wir unterschiedliche Möglichkeiten zur Finanzierung. Zudem beraten wir hinsichtlich der Inanspruchnahme öffentlicher Fördermittel.

Druckluft-Effizienz-Seminare

Energie wird immer teurer. Damit steigen auch die Kosten für den Betrieb einer Druckluftanlage. Inhalt unserer Druckluft-Effizienz-Seminare sind deshalb u.a. die realen Kosten der Druckluft, mögliche Energieeffizienz-Maßnahmen sowie Messtechnik und deren Einsatz. Im Rahmen des Praxisteils kann diese Messtechnik dann auch getestet werden.



Fertig zur Auslieferung:

Abtransport eines 18 Meter langen vollausgestatteten Druckluft-Containers.

Wir planen komplexe Neuanlagen und optimieren Bestandsanlagen nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten.

Pneumatik

Die Einsatzbereiche von Pneumatik sind vielfältig. Wir unterstützen bei der Auswahl der passenden Komponenten und entwickeln individuelle, effiziente und kostensparende Kundenlösungen. Unser Portfolio im Bereich Pneumatik umfasst mehr als 22.000 Artikel.

Zylinder

In vielen pneumatischen Prozessen werden Zylinder als Antrieb verwendet. Unsere Produktpalette umfasst Normzylinder nach DIN ISO 15552, Rundzylinder nach DIN ISO 6432 oder Kompaktzylinder nach DIN ISO 21287 sowie UNITOP. Je nach Anwendung wird ein anderer Zylinder benötigt - wir unterstützen unsere Kunden bei der Auswahl des richtigen Zylinders.

2016 wurden die Führungszylinder Typ FDG und FDL in unser Programm aufgenommen. Durch die Vereinigung von Antrieb und Führung in einem Gehäuse ergibt sich neben der Platzersparnis auch eine Zeiteinsparung in der Konstruktion, Beschaffung und Montage.

Druckluftaufbereitung

Mit Filtern, Reglern und Ölern kann Verschleiß und Produktionsausfällen vorgebeugt werden. Zusätzlich wird die Qualität der Endprodukte sichergestellt, was zu weniger Ausschuss führt.

Verbindungstechnik

Um die reibungslose Funktion des Pneumatiksystems sicherzustellen, bieten wir Komponenten wie Kupplungen, Verschraubungen, Manometer, Druckschalter, Blaspistolen etc.

„Durch die Einführung des KDIL-Zylinders im Jahr 2014 konnten wir eine hohe Materialeinsparung bei der Produktion verzeichnen. Dieses Konzept verfolge ich verantwortlich für meinen Produktbereich konsequent weiter. Ersichtlich wird das durch die Aufnahme der Führungszylinder FDG und FDL in unser Sortiment. Auch den CO₂-Ausstoß versuchen wir nachhaltig zu vermindern.“

Thomas Lang,
Produktmanagement
Pneumatik

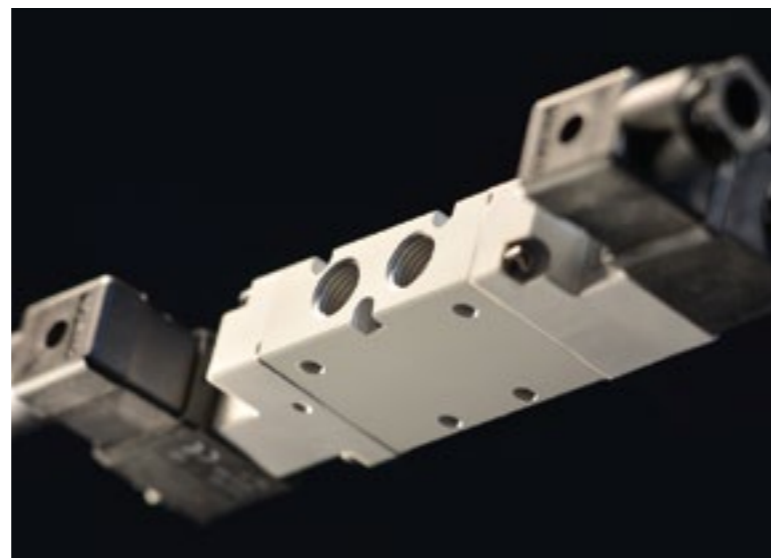


Ventile

Damit die Druckluft jederzeit bedarfsgerecht zur Verfügung steht, haben wir verschiedene Ventile in unserem Produktprogramm. 2016 wurde eine neue Ventil-Serie ins Portfolio aufgenommen. Die Verringerung der benötigten Watt-Leistung der Spule führt zu einer Senkung des Stromverbrauchs für elektrisch betriebene Ventile. Darüber hinaus kommt es durch die optimierte Bauweise zu einer erheblichen Materialeinsparung.

Handhabungstechnik

Wir bieten unseren Kunden die passende Handhabungslösung für jede Bewegungsart – ob rotatorisch, translatorisch oder als Greiferbewegung. Wir verwenden nur hochwertige Materialien, weshalb unsere Module besonders robust und langlebig sind.



Neuheiten

MADER AirXpert

Häufig werden bei einer Investitionsentscheidung nur die Anschaffungskosten betrachtet und die Lebenszykluskosten eines Druckluftsystems außer Acht gelassen. Betrachtet man den gesamten Lebenszyklus eines Druckluftsystems, umfassen die Energiekosten mit 76 % den größten Teil.

Daher entwickeln wir unser Angebot an energieeffizienten Produkten und Dienstleistungen stetig weiter.

2015 haben wir das Dienstleistungspaket MADER AirXpert auf den Markt gebracht. Es ermöglicht jedem Kunden den Einstieg in energieeffiziente Druckluft und ist individuell

und modular zusammensetzbar.

Die Pakete MADER AirXpert Start, Plus und Pro sind auf individuelle Anforderungen ausgerichtet und bieten verschiedene Stufen der Effizienzsteigerung. Jedes MADER AirXpert Paket besteht aus drei Modulen:

- Energieeffizienz-Analyse
- Leckageortung
- Druckluftqualität

Die Module Energieeffizienz-Analyse, Leckageortung und Druckluftqualität können beliebig kombiniert werden.



MADER Leckage-App

Im Rahmen der kontinuierlichen Weiterentwicklung unseres Leistungspakets haben wir für das AirXpert-Modul „Leckageortung“ im Berichtszeitraum eine digitale Anwendung entwickelt. Während der Ortung wird jeder Leckage ein QR-Code zugeordnet. Mithilfe der Leckage-App wird dieser gescannt und fotodokumentiert. Nach der Erfassung des Messwertes der Leckage ist direkt ersichtlich, wie hoch der Luftverlust bei welcher Leckage ist. Anhand der Gesamtübersicht der bewerteten Leckagen kann anschließend eine wirtschaftlich und ökologisch sinnvolle Beseitigung erfolgen. Durch die Echtzeitberechnung sind Informationen über die Einsparung von kWh, CO₂-Emissionen und Euro sofort ersichtlich.

Die Leckage-App wurde zunächst zur Optimierung unseres Dienstleistungsprozesses entwickelt.

Aufgrund der Nachfrage unserer Kunden wurde die Anwendung so weiterentwickelt, dass unsere Kunden jederzeit digital auf ihre Leckagedaten zugreifen und diese analysieren können.

Auf dem persönlichen Kundenportal sind alle Informationen über die durchgeführte Leckageortung dokumentiert. Alle zuvor georteten Leckagen sind in einer Detailansicht aufgeführt. Pro Leckage ist der Luft-/Energieverlust mit genauer Lokalisierung angegeben. Zusätzlich ist zu jeder Leckage eine Bilddokumentation vorhanden. Verschiedene tabellarische und grafische Darstellungen z.B. Bereiche mit den höchsten Leckagekosten, Entwicklung der Leckagen im zeitlichen Verlauf etc. stehen zur Auswahl, um Priorisierungen vornehmen oder Auswertungen zu erstellen zu können. Darüber hinaus sind diverse Filtermöglichkeiten nach Bereich, Maschine oder Wertigkeit der Leckagen vorhanden, um einen Überblick zu ermöglichen. Auch pdf-Dokumentationen können aus dem Portal heraus erzeugt werden.

Mit Hilfe der Leckage-App ist zusätzlich eine effiziente Leckagebeseitigung und -dokumentation sichergestellt. Die wirtschaftliche und ökologische Bewertung, auf Leckageebene ermöglicht eine klare Priorisierung bei der Reparatur der Leckagen. Die angebrachten QR-Codes können mit der App an den Leckagestellen abgescannt werden. Die Leckagedetails sind ersichtlich und eine Reparatur ist mit nur einem Klick möglich. Die Daten im Kunden-Portal werden direkt aktualisiert und sorgen für Transparenz.



Druckluft-Audit nach DIN EN ISO 11011

Im Rahmen von Druckluft-Audits analysieren und bewerten wir das gesamte Druckluftsystem unserer Kunden gemäß den Vorgaben der Norm DIN EN ISO 11011. Hierzu wird zunächst die IST-Situation erfasst – dies erfolgt im Rahmen eines Vor-Ort-Termins mit einer Begehung des Druckluftsystems sowie der Produktionsstätte. Im Anschluss werden die Daten durch eine Messung (Stromaufnahme, Druck, Volumenstrom) konkretisiert. Alle Daten werden analysiert und in Form eines ausführlichen Auditberichts dokumentiert. Der Bericht enthält konkrete Maßnahmevorschläge unter Aufzeigen des jährlichen Einsparpotenzials sowie der dafür notwendigen Investition mit Berechnung der Amortisationszeit für jede einzelne Maßnahme. Der Bericht dient dabei als Entscheidungshilfe und kann im Rahmen von Energie- und Umweltmanagementaudits verwendet werden.

Wärme in Kälte

Ist bereits ausreichend Wärme im Unternehmen (durch Prozesse o.ä.) vorhanden, kann die Abwärme des Kompressors alternativ auch zur Gebäudeklimatisierung, Prozesskühlung oder generell zur Einspeisung in das Kältenetz genutzt werden. Eine Adsorptionskälteanlage wandelt die Abwärme des Kompressors besonders stromsparend und effizient in Kälte um.

1.6

Stakeholder-Dialog

Wir sind der Meinung, dass unser Erfolg wesentlich davon abhängig ist, ob und wie gut unsere Unternehmensprozesse auf die Bedürfnisse unserer Stakeholder angepasst sind. Der offene Austausch mit den unterschiedlichen Anspruchsgruppen bildet die Grundlage für gegenseitiges Verständnis und trägt dazu bei, Interessen zu identifizieren und Weiterentwicklungsmöglichkeiten zu erkennen.

Für den zielgerichteten Dialog unterscheiden wir unsere Stakeholder nach der Beeinflussung der Geschäftstätigkeit. Für den Dialog mit den Anspruchsgruppen nutzen wir vielfältige Instrumente.

Kunden

Eine der wichtigsten Stakeholder-Gruppe für uns sind unsere Kunden. Ihre Zufriedenheit ist zentrale Voraussetzung für unseren nachhaltigen Unternehmenserfolg. Neben dem persönlichen Dialog zwischen den Kunden und unseren Mitarbeitern, ob telefonisch, beim Kunden vor Ort, auf Fachmessen oder bei Fachvorträgen, führen wir jährlich eine Kundenzufriedenheitsanalyse durch. Aus den regelmäßig ermittelten Ergebnissen leiten wir konkrete Maßnahmen ab.

In den Jahren 2015 und 2016 stellten wir erneut auf der Messe Maintenance in Stuttgart aus. An unserem Druckluftmessstand konnten sich die Besucher live von verschiedenen Messinstrumenten und Monitoringmöglichkeiten im Bereich Druckluft überzeugen. An der Test-Leckagestrecke konnte eine Ortung durchgeführt und unsere Leckage App getestet werden.

Im September 2016 waren wir das erste Mal auf der Instandhaltungsmesse Maintain in München Aussteller. Durch unseren Servicestandort in Eichenau in der Nähe von München ist uns ein persönlicher Dialog in dieser Region ebenfalls sehr wichtig.

Sowohl mit unseren Bestandskunden wie auch mit potenziellen Neukunden intensivierten wir den Kontakt. Passend zu unserem Motto „Smartes Leckagemanagement“ konnten auch hier an unserer Druckluft-Messwand

Leckagen selbst geortet und mithilfe unserer Leckage-App dokumentiert werden.

Vier Mal jährlich veranstalten wir ein Druckluft-Effizienz-Seminar für alle interessierten Anspruchsgruppen. Themen des Seminars sind u.a. der Wirkungsgrad eines Kompressors, konkrete Einspar- und Optimierungsmöglichkeiten, Druckluft-Monitoring, Leckageortung sowie aktuelle Neuigkeiten zur Gesetzeslage, wie z.B. Energieauditpflicht nach DIN EN 16247-1. An den Theorie teil schließt sich ein Praxisteil in unserer Lernwerkstatt an.

Mitarbeiter

Unsere offene und transparente Kommunikation sichert uns das Engagement und Know-how unserer Mitarbeiter und somit auch unseren Geschäftserfolg. Um einen nachhaltigen und dauerhaften Erfolg verzeichnen zu können,

binden wir unsere Mitarbeiter gezielt in Entscheidungen ein. So ist ein partnerschaftlicher und vertrauensvoller Umgang miteinander möglich.

Einmal monatlich informiert die Geschäftsleitung in der Informationsveranstaltung über aktuelle Zahlen und Themen. Jeder Mitarbeiter kann sich in die Informationsveranstaltung mit Themen einbringen.

Zwei Mal jährlich führt der Abteilungsleiter mit jedem Mitarbeiter ein Zielvereinbarungsgespräch. Eine regelmäßige Reflexion und eine faire und ehrliche Kommunikation halten wir für unabdingbar.

Über unser Intranet werden darüber hinaus alle wichtigen Neuigkeiten veröffentlicht. Zusätzlich können unsere Handbücher, Kurzsteckbriefe der Mitarbeiter, unterschiedliche Vorlagen und Formulare, Presseveröffentlichungen zum Unternehmen und die Telefonliste eingesehen werden.

Dialog in Zahlen

	2015	2016
Messebesucher	36 ¹	125 ²
Websitebesuche	45.000	46.000
Blogaufrufe	4.958	7.150
Fachvorträge	10	8
Teilnehmer an Druckluft-Effizienz-Seminaren	18	35
Interne Veranstaltungen ³	23	19

¹ beinhaltet Gespräche auf der Maintenance Stuttgart

² beinhaltet Gespräche auf der Maintenance Stuttgart und maintain München

³ beinhaltet Infoveranstaltungen, Gesundheitstage, Firmenläufe



Lieferanten

Mit vielen unserer Lieferanten besteht eine langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit. Der Dialog mit ihnen ist essentiell, um zuverlässige Beziehungen zu führen. Ein persönlicher Austausch wird durch Lieferantengespräche sichergestellt.

Darüber hinaus führen wir jährlich eine Lieferantenbewertung durch. So können wir die Zusammenarbeit des letzten Jahres reflektieren und gegebenenfalls Lenkungsmaßnahmen einleiten.

Partner & Händler

Die von uns umgesetzte Optimierung und die damit entstandene neue Abteilung „Handel“ macht es uns möglich, unsere Händler gezielter zu betreuen. Zur Schulung unserer Händler findet jährlich ein Händlertag im Hause Mader statt. Neben einer Produktschulung wird hier mit jedem Händler individuell das letzte Jahr reflektiert und neue Ziele festgelegt. Ein kontinuierlicher Austausch mit unseren Händlern ist für eine erfolgreiche Zusammenarbeit sehr wichtig.

Darüber hinaus stehen wir mit unseren Partnern wie beispielsweise der Airgroup, in dauerhaftem Austausch zu aktuellen Druckluftthemen. Dieser erfolgt z.B. in regelmäßig stattfindenden Serviceleitertagungen bei verschiedenen Partnern der Airgroup.

Standortgemeinde

Mit unserer Standortgemeinde, zu der wir auch ortsansässige Schulen, Vereine sowie öffentliche Einrichtungen zählen, stehen wir über verschiedene Kommunikationskanäle in Kontakt.

Durch die Mitgliedschaft unseres geschäftsführenden Gesellschafters Werner Landhäußer im Industrie- und Wirtschaftsverband Leinfelden-Echterdingen, gestalten wir die Entwicklungen am Standort aktiv mit. Aktuell sind 50 Unternehmen mit rund 10.000 Mitarbeitern im Verband organisiert. Der Informationsaustausch zwischen den Mitgliedern und die Kommunikation mit der Politik sowie der Stadt und deren Bürgern bildet für uns die Basis für den ständigen Kontakt mit interessierten Stakeholdern.

Ein weiterer sehr wichtiger Ansatzpunkt für die Kommunikation mit der Standortgemeinde sind unsere Bildungspartnerschaften mit der Grund- und Werkrealschule Ludwig-Uhland-Schule in Leinfelden sowie dem Philipp-Matthäus-Hahn-Gymnasium in Echterdingen.

Verbände

Der Energieausschuss der IHK Region Stuttgart ist ein beratender Ausschuss und besteht aktuell aus 38 Mitgliedern. Zu den Mitgliedern zählt auch unser geschäftsführender Gesellschafter Werner Landhäußer. Der Ausschuss begleitet die Energiepolitik von Land und Bund und macht sich für eine sichere, nachhaltige und bezahlbare Energieversorgung für die Wirtschaft der Region stark.

Der bvik – Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. ist eine unabhängige Organisation für Marketing-Verantwortliche der Industrie und Profis der B2B-Kommunikationsbranche. Mader ist hier seit 2015 Mitglied.

Seit 2016 sind wir Mitglied im B.A.U.M. e.V., einem Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften in Europa.

Printmedien

In Pressemitteilungen, Beiträgen in Fachzeitschriften und Büchern berichten wir über unseren Aktivitäten. Als Mitherausgeber veröffentlichte unser Geschäftsführer und Gesellschafter Werner Landhäußer 2016 gemeinsam mit Dr. Alexandra Hildebrandt das Buch „CSR und Energiewirtschaft“ aus der Management-Reihe Corporate Social Responsibility.

Digitale Kommunikationskanäle

Über unsere Website www.mader.eu kommunizieren wir mit allen interessierten Anspruchsgruppen. Auf der Website können Neuigkeiten über Produkte und Dienstleistungen und allgemeine Informationen in Bezug auf die Themen Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und das Unternehmen eingesehen werden.

Auf unserem Energieeffizienz-Blog www.mader-energieeffizienz.de informieren wir seit mehr als 2 Jahren zu Themen rund um energieeffiziente Druckluft und Pneumatik, Nachhaltigkeit und Energiemanagement. Mit praktischen Tipps, Videos, Checklisten und Infografiken wird das Thema Energieeffizienz unterhaltsam und oftmals mit einem Augenzwinkern aus unterschiedlichsten Perspektiven betrachtet. Im Vordergrund steht die Information und Motivation zum nachhaltigen Umgang mit dem Energieträger Druckluft.

Sowohl externe, wie auch interne Stakeholder können sich über Social Media Plattformen wie Pinterest, Google+, Xing oder YouTube, auf denen Mader vertreten ist, über unsere Mitarbeiter, energieeffiziente Druckluft, Mader als Arbeitgeber oder auch das Thema Nachhaltigkeit informieren.



Neuigkeiten auf dem Händlertag bei Mader.

Innovationsmanager Vasileios Balachtsis informiert über neue, digitale Produkte und Dienstleistungen.



Instandhalter-Messe in München

2016 war Mader erstmals Aussteller auf der Maintain in München und stellt sich als neuen Service-Dienstleister in der Region Bayern vor.



Treffen der Airgroup

Das Mader Drucklufttechnik-Team beim Airgrouptreffen in Sinsheim zum 10-jährigen Jubiläum.

Veranstaltungen

Beim 5. Ressourceneffizienz- und Kreislaufwirtschaftskongress, der 2016 in Karlsruhe stattfand, waren wir mit einem Messestand vertreten, um unsere Lösungen im Bereich energieeffiziente Druckluft zu präsentieren. Neben Referenten aus der Wirtschaft, Politik und Wissenschaft hielt auch unsere Leiterin der Abteilung Energieeffizienzmanagement, Stefanie Kästle, einen Vortrag im Rahmen des Forums „Ressourceneffizienz durch Industrie 4.0“.

Die Zielgruppen der Veranstaltung sind Vertreter von Verbänden, Kommunen, der öffentlichen Verwaltung, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft.

Auch bei den jährlich stattfindenden Burgthanner Dialogen waren wir im Jahr 2015 zum Thema „Echt sein“ und im Jahr 2016 unter dem Motto „Emotion statt Vernunft“ vertreten. Die Dialoge haben das Ziel, komplexe und allgemeine gesellschaftspolitische Themen auf Augenhöhe einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln.

Im Rahmen eines Besuchs bei Mader am 18. März 2015 tauschten sich Unternehmensvertreter mit Franz Untersteller, dem Umweltminister des Landes Baden-Württemberg aus.

Nach einer Führung durch das Unternehmen und einer praktischen Vorführung verschiedener Leistungen, mit denen Mader zu Energieeinsparungen in anderen Unternehmen beiträgt, gab es auch eine offene Diskussion zur Energiewende in der Industrie.

Im Juni 2016 fuhr Peter Maier, unser Geschäftsführer und Gesellschafter, der gleichzeitig Vorstand der Klimaschutz- und Energieeffizienzgruppe der Deutschen Wirtschaft e.V. ist, zusammen mit weiteren Vertretern der Klimaschutz-Unternehmen zur UN-Weltklimakonferenz nach Paris. Gemeinsam mit Stefan Kapferer, stellvertretender Generalsekretär der OECD, tauschte er sich über Fragen der Finanzierung des internationalen Klimaschutzes aus. Über den Verein Klimaschutz-Unternehmen finden auch regelmäßige Politiker-Dialoge statt, am 17. Mai 2016 beispielsweise mit Bundeskanzleramtsminister Peter Altmaier.



Zu Besuch auf dem Klimagipfel in Paris.



Diskussionsrunde im Fachforum bei der Woche der Umwelt 2016.

Fachvorträge

Mit Vorträgen, Diskussionsrunden und Workshops informieren wir über unsere Aktivitäten und möchten zum Nachdenken und Mitmachen anregen.

Juni 2015

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen: „Der Mader-Effekt – nachhaltig anders“ (Werner Landhäußer, Stefanie Kästle)

Juli 2015

Mittelstandsinitiative Bundesministerium für Umwelt: „Mach MIT – Mitarbeitermotivation durch Einbindung und Kommunikation“ (Stefanie Kästle)

September 2015

IHK Heilbronn: „Schlummernde Einsparpotenziale wecken – Pneumatikkomponenten effizient einsetzen“ (Jochen Zwicker), „Druckluft-Audit nach DIN EN ISO 11011“ (Hannes Streblov), „Energieeffizienz vs. Druckluft“ (Marco Jähmig)

November 2015

CSR Praxistag: „Der Mader-Effekt – nachhaltig anders“ (Werner Landhäußer)

Dezember 2015

Kongress After Sales in Mainz: „Effizienzsteigerung in technischen Wartungsprozessen durch den Einsatz mobiler Applikationen“ (Peter Maier)

April 2016

CSR Forum: „Sozialisierung von Verantwortung ist nicht möglich! Oder doch?“ (Werner Landhäußer)

Juni 2016

Woche der Umwelt: „Azubi-Projekt: Mader-Energieermittler - Einsparpotenziale systematisch aufdecken“ (Marina Griesinger)

September 2016

Ressourceneffizienz- und Kreislaufwirtschaftskongress: „Leckagen smart im Griff – digitales Leckagemanagement“ (Stefanie Kästle)

Oktober 2016

WIN!-Charta Treffen: „Der Mader-Effekt – nachhaltig anders“ (Stefanie Kästle)

November 2016

Haus der Wirtschaft: „Nachhaltigkeitsberichterstattung“ (Werner Landhäußer)

Dezember 2016

Schloss Mannheim: „Smarte Druckluft - wie Prozessintelligenz und Digitalisierung die Energieeffizienz erhöhen“ (Werner Landhäußer)



Vertreter des Klimaschutz-Unternehmen e.V., u.a. Peter Maier treffen im Rahmen des Politiker-Dialog Peter Altmaier in Berlin.

© Bundesregierung / Guido Bergmann

1.7

Lieferantenmanagement

Unsere Lieferanten sind wichtige und strategisch entscheidende Partner für uns. Wir möchten unsere Bedarfe auf strategische Partner bündeln mit dem Ziel, langfristig zusammenzuarbeiten.

Nur gemeinsam mit unseren Lieferanten sind wir in der Lage dynamisch und agil zu agieren, um auf dem Markt zu bestehen. Dies zeigt sich auch, wenn es um die Umsetzung gemeinsamer Optimierungen und Innovationen geht.

Die Basis für eine partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit bildet das gemeinsame Verständnis für Themen, die dem Partner wichtig sind. Deshalb erwarten wir, dass das Verhalten unserer Lieferanten unserem Anspruch an nachhaltiges Handeln entspricht.

Bei der Neuauswahl unserer Lieferanten achten wir auf die Einhaltung der von uns gesetzten Standards im Bereich Nachhaltigkeit.

Wir bevorzugen Lieferanten, die qualitativ hochwertige Produkte anbieten, welche unseren Vorgaben entsprechen, dabei aber auch auf Sozial- und Umweltverträglichkeit achten. Die Werte bzw. Grundsätze, die uns wichtig sind, haben wir in unseren Lieferantenleitlinien dokumentiert. Von den Lieferanten erwarten wir, dass sie die in den Leitlinien vereinbarten ethischen Grundsätze, Menschenrechte und Umweltstandards einhalten.

Insgesamt haben wir mehr als 290 Lieferanten weltweit, welche sich größtenteils in unserer Region befinden. Durch den hohen Anteil an lokalen Partnern profitieren wir von kurzen Beschaffungswegen und können die Transportkosten optimieren.

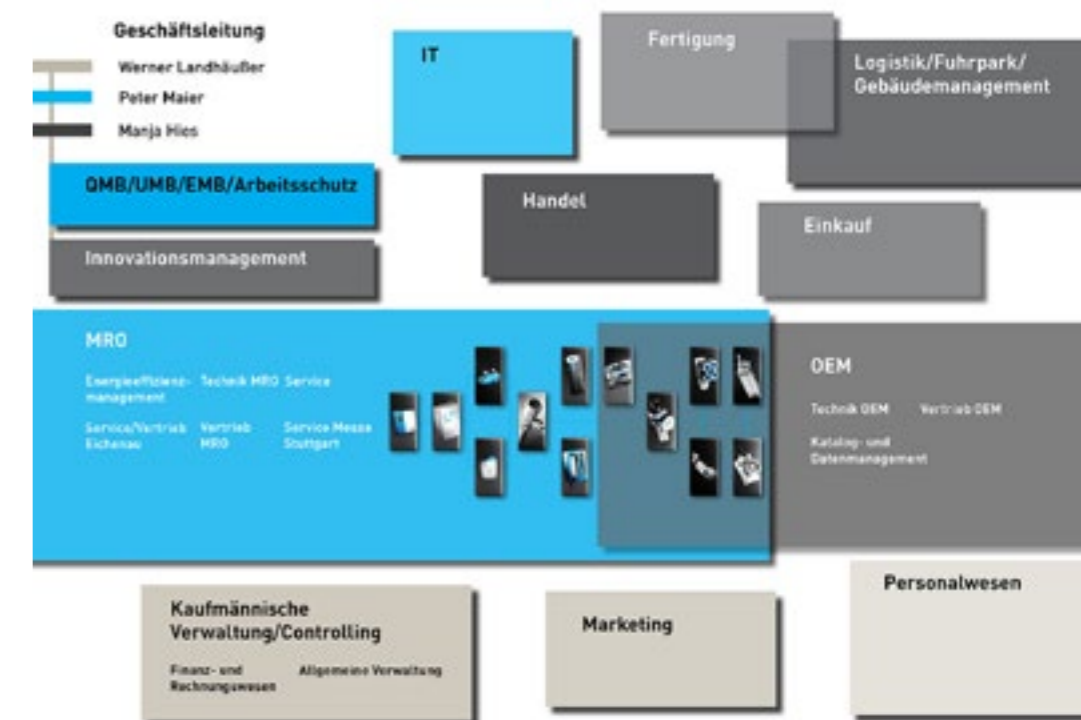
Bestellungen bei einem Lieferanten werden gebündelt, um effiziente Transportwege sicherzustellen. So reduziert sich die Zahl der erforderlichen Fahrten der Spedition, was wiederum zu einer Senkung der CO₂-Emissionen führt. Des Weiteren ist durch die Verringerung der Paketanzahl unser interner Wareneingangsprozess deutlich effizienter.

Alle unsere Lieferanten werden jährlich durch eine Lieferantenbewertung validiert. In die Bewertung fließen messbare harte Faktoren wie z.B. Reklamationsquote, Termintreue und weiche Kriterien, wie z.B. Erreichbarkeit und Flexibilität ein. Eine Rolle spielt dabei auch die Zertifizierung des Lieferanten.

Beim Bezug unseres Büromaterials achten wir auf nachhaltige und ökologische Produktauswahl. Dafür haben wir unseren Bedarf beinahe vollständig auf den Lieferanten memo AG umgestellt. Nachhaltigkeit ist das Kerngeschäft des Unternehmens und wird ganzheitlich umgesetzt. Viele Produkte sind mit Labeln wie dem Blauen Engel, FSC oder dem Fairtrade-Siegel ausgezeichnet. Ferner kann ausgeleiertes Büromaterial mit der memo Wertstoffbox zur Wiederverwertung zurückgesendet werden.

1.8

Veränderungen im Berichtszeitraum



Plan, do, check, act ...

Umstrukturierungen und Veränderungen gehören zum Erfolg dazu. Wir bleiben in Bewegung.

Strategische Veränderungen

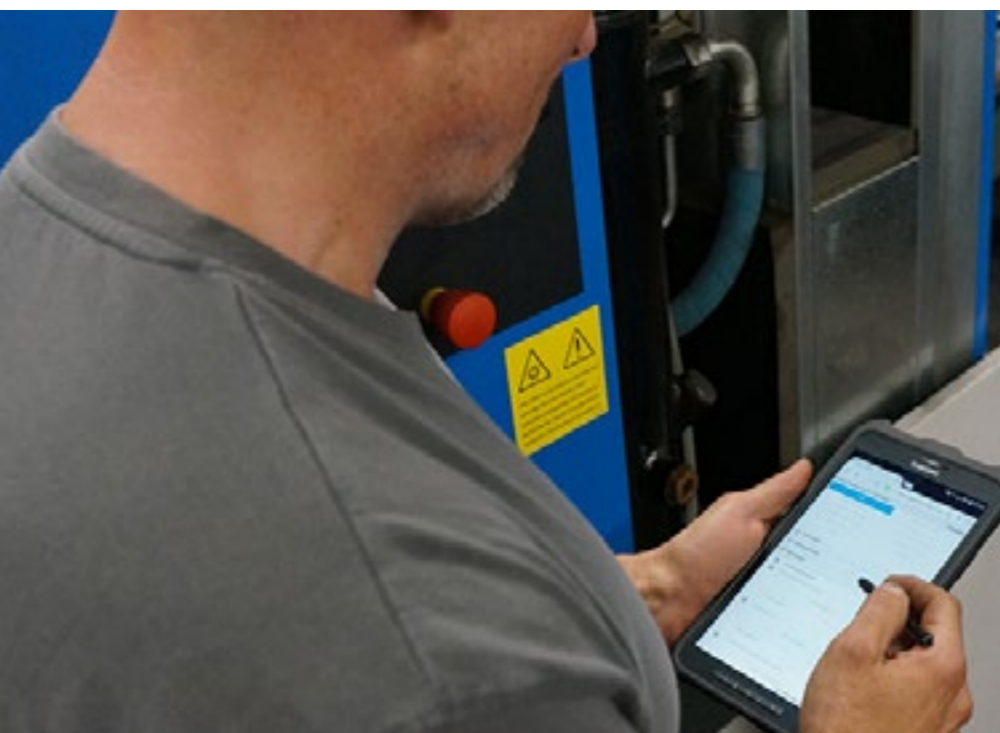
Energieeffizienz und Energiesparen sind für das Gelingen der Energiewende unverzichtbar. Angesichts des wachsenden Energiekonsums auf der Welt und steigender Energiepreise gilt: „Energie ist zu kostbar, um sie zu verschwenden.“ (Bundesregierung)

Als Anbieter eines energieintensiven Mediums sehen wir uns in einer besonderen Verpflichtung der Umwelt und Gesellschaft gegenüber. Um die Umwelt zu entlasten, treffen wir zum einen innerhalb des Unternehmens Maßnahmen, zum anderen machen wir uns für den zunehmenden Einsatz von energieeffizienten Druckluftsystemen bei unseren Kunden stark. Dies möchten wir in Zukunft noch verstärken. Wir entwickeln unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio im Bereich energieeffiziente Druckluft stetig weiter.

Ein Schritt in diese Richtung war die Zertifizierung unserer modular aufgebauten Energieeffizienz-Dienstleistung „MADER AirXpert“ nach DIN EN ISO 11011. 2015 bescheinigte uns der TÜV, dass unser Audit eine methodisch korrekte Untersuchung und Bewertung der Energieeffizienz von Druckluftanlagen darstellt. Damit gehören wir deutschlandweit zu einem der wenigen Unternehmen, das ein Druckluft-Audit nach normgerechter, weltweit standardisierter, transparenter Methodik durchführt und von unabhängiger Stelle bescheinigen ließ.

Auch die fortschreitende Digitalisierung verändert unseren Alltag und damit auch den unserer Umwelt signifikant. Wir erwarten eine durchgängige Vernetzung – hierbei wird auch die Industrie Teil der Digitalisierung. Dies eröffnet hervorragende neue Chancen.





Neuer Servicestandort in Eichenau bei München.

Unser Wartungs- und Reparaturservice ist jetzt in der Region Bayern rund um die Uhr sicher gestellt. Die Digitalisierung trägt ebenfalls in diesem Geschäftsbereich Früchte - unsere Servicetechniker kommen ganz ohne Papier aus.

Unser Ziel ist es, mit neuen Technologien den gesamten Druckluftprozess zu digitalisieren und Transparenz zu schaffen. Mit digitalen Services ist es möglich, neue Geschäftsmodelle und Umsatzpotenziale zu erschließen. Die Digitalisierung schafft die Chance, komplett neuartige Kundenerlebnisse und Prozesse zu gestalten. Darüber hinaus ermöglicht sie Effizienzpotenziale transparent zu machen und somit stärker zu realisieren.

Organisatorische Veränderungen

Um uns auf die Weiterentwicklung im Bereich Energieeffizienz und Digitalisierung zu fokussieren wurden zwei neue Abteilungen gegründet. Für unsere energieeffizienten Dienstleistungen gibt es seit Oktober 2015 die Abteilung Energieeffizienzmanagement. Im April 2016 wurde die Stelle Innovationsmanagement geschaffen, um unsere Bemühungen im Bereich der Digitalisierung der gesamten Druckluftkette konsequent vorantreiben zu können. Sie ist als Stabstelle direkt bei der Geschäftsleitung angesiedelt.

Gleichzeitig wurde 2015 zur besseren Ausrichtung auf Bedarfsarten (MRO/OEM) und Zielgruppen (Instandhaltung, Konstruktion, Energiemanager) eine interne

Umstrukturierung durchgeführt. Die bisherige Trennung der Bereiche Pneumatik und Drucklufttechnik erwies sich in der Vergangenheit als nicht optimal. Für jeden Kunden gab es verschiedene Ansprechpartner, was auch die interne und externe Kommunikation erschwerte. Durch die neue Ausrichtung wird der Kunde von einem Ansprechpartner betreut und es lassen sich Synergien nutzen. Die räumliche Veränderung, die die Maßnahmen mit sich brachte, verbessert zusätzlich die Kommunikation.

Unternehmensübernahmen

Zum 1. April 2016 haben wir den Drucklufttechnik-Händler Airtechnic in Eichenau bei München übernommen. Das Kleinunternehmen mit vier Mitarbeitern ist seit mehr als 30 Jahren erfolgreich im westbayrischen Raum aktiv und betreut hier eine Reihe namhafter Kunden im Bereich Druckluft. Nach dem Erwerb des Drucklufttechnik-Händlers DSK Druckluft-Service Klumpp GmbH in Kirchentellinsfurt im Kreis Reutlingen im Juni 2015 ist dies bereits die zweite Unternehmensakquise von Mader innerhalb kurzer Zeit.

Von den regionalen Erweiterungen versprechen wir uns eine bessere Marktdurchdringung und eine Ausweitung des Kundenstamms.

1.9

Auszeichnungen und Zertifikate

In den Jahren 2015 und 2016 haben wir uns bei verschiedenen regionalen und überregionalen Unternehmenspreisen, wie z.B. CSR-Preis, Innovationspreis, etc. beworben.

Grund für die Teilnahme an Unternehmenspreisen ist in erster Linie der Vergleich unserer Nachhaltigkeits- und Innovationsmaßnahmen mit anderen Unternehmen. Selbst wenn wir nicht in die Endrunde kommen - die Ergebnisse geben uns neue Impulse und liefern wichtige Anregungen für neue Nachhaltigkeitsaktivitäten. Nur so erfahren wir, wo wir uns verbessern können und in welchen Bereichen Potenzial für weitere Maßnahmen besteht.

Auszeichnungen und Highlights

TOP3 Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2015

Die Expertenjury des Deutschen Nachhaltigkeitspreises zeichnete Mader im Jahr 2015 als eines der drei nachhaltigsten Kleinunternehmen in Deutschland aus. Bereits zum achten Mal würdigte die Stiftung Deutscher Nach-

haltigkeitspreis e.V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung Unternehmen, Kommunen, Forschungseinrichtungen und Persönlichkeiten, die sich um Nachhaltigkeit verdient gemacht haben.

Mit der Nominierung würdigte die Jury die „Schlüsselrolle, die Mader bei der für die Energiewende und den Produktionsstandort Deutschland wichtigen Technologie Druckluft spielt.“

App Award der „elektrotechnik“ 2015

Die Fachjury und Leser der Zeitschrift „elektrotechnik“ zeichneten auf der Automatisierungsmesse SPS IPC Drives 2015 zum vierten Mal die besten Unternehmens-Apps aus. Sieger in der Kategorie Produktion war unsere Druckluft-Leckage-App. Mit der App werden Druckluftleckagen dokumentiert, wirtschaftlich und ökologisch bewertet sowie entsprechend priorisiert. In Echtzeit können sowohl bei Erfassung der Leckagen als auch nach deren Beseitigung der Druckluftverlust bzw. die Einsparung in kWh, CO₂-Emissionen und Euro angegeben werden.



© Deutscher Nachhaltigkeitspreis / Frank Fendler

Die drei nachhaltigsten KMU beim deutschen Nachhaltigkeitspreis 2015.



© elektrotechnik

Die MADER Leckage-App ging als Gewinner des App Awards 2015 hervor.

Auszeichnung Ethik Society 2015

Im Jahr 2015 wurden wir für unser ethisches Handeln und die Prinzipien des ehrbaren Kaufmannstums ausgezeichnet und in die Ethik Society aufgenommen. Wir dürfen uns damit als „Member der Ethik Society“ ausweisen und gehören zu den Unternehmen die sich nachweislich im Rahmen der Ethik Society politisch, gesellschaftlich, wirtschaftlich und persönlich mit den Themen Integrität, Ethik und nachhaltigem Wirtschaften beschäftigen.



Mader zu Besuch bei der Woche der Umwelt:

Zwei sonnige und umweltbewusste Tage im Park von Schloss Bellevue in Berlin.

Woche der Umwelt 2016 in Berlin

Die „Woche der Umwelt“ wird in Kooperation mit der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) und dem regierenden Bundespräsidenten ausgetragen. In einer fast 4.000 Quadratmeter großen Zeltstadt im Park von Schloss Bellevue werden unterschiedlichste Umwelt-Projekte von Schulen, Forschungseinrichtungen, Verbänden und Unternehmen präsentiert.

Gefolgt waren der Einladung knapp 12.000 Besucher und die rund 190 Aussteller. Mader konnte sich mit dem Dienstleistungspaket MADER AirXpert einen der begehrten Ausstellerplätze sichern.

Zertifikate

DIN EN ISO 9001:2015

Unsere Verfahren, Prozesse und Leistungen werden seit 2007 vom TÜV Nord durch die Auditierung nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert. 2016 haben wir unsere Prozesse und unsere Dokumentation an die neue Norm DIN EN ISO 9001:2015 angepasst.

Unser Qualitätsmanagementsystem ist für uns essentiell, um neben hochwertigen Produkten und Dienstleistungen auch ein hohes Maß an Effizienz und fehlerfreien Prozessen zu gewährleisten. Nur so erreichen wir eine höchstmögliche Kundenzufriedenheit und erhalten unsere Wettbewerbsfähigkeit.

DIN EN ISO 14001:2009

Mit der Zertifizierung nach DIN ISO EN 14001 verpflichteten wir uns im Jahr 2012 auch offiziell und organisatorisch dazu, alle umweltrelevanten Tätigkeiten zu erfassen, der von uns aufgestellten Umweltpolitik Folge zu leisten und eine kontinuierliche Verbesserung in allen unseren Umweltleistungen anzustreben.

DIN EN ISO 50001:2011

Seit 2014 ist unser Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001 zertifiziert. Ziel ist es, unsere energiebezogenen Leistungen kontinuierlich zu verbessern. Die Umsetzung der Norm trägt dazu bei, Maßnahmen umzusetzen, welche unseren Energieverbrauch und die Energiekosten senken und durch unsere Unternehmenstätigkeit verursachte Belastungen der Umwelt zu reduzieren.

BS OHSAS 18001:2011

Der Ausbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements hat für uns eine hohe Priorität. Deshalb haben wir uns im Jahr 2014 nach BS OHSAS 18001 zertifizieren lassen. Auch hier streben wir nach einer kontinuierlichen Verbesserung und setzen alles daran, die Arbeitsbedingungen unserer Mitarbeiter bestmöglich zu gestalten.

DIN EN ISO 11011:2014

2015 hat uns der TÜV Süd bestätigt, dass unser Druckluft-Audit, welches wir bei unseren Kunden durchführen, normgerecht ausgeführt wird. Somit stellt unser Druckluft-Audit eine methodisch korrekte Untersuchung und Bewertung der Energie- und Kosteneffizienz von Druckluftsystemen gemäß der internationalen Norm DIN EN ISO 11011 dar.





2. Nachhaltigkeits- management



So wenig Spuren wie möglich hinterlassen.

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

Nachhaltigkeit bei Mader

Uns ist bewusst, dass unser Handeln Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Umwelt hat. Wir sind überzeugt davon, dass die Zukunft der Gesellschaft nur durch eine nachhaltige Entwicklung gesichert werden kann. Daher ist nachhaltiges Handeln ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmenspolitik.

Wir sind der Ansicht, dass ein Unternehmen nur nachhaltig wirtschaften kann, wenn sämtliche „Akteure“ und deren Sichtweisen bzw. Interessen einbezogen werden. Durch den ständigen Dialog mit allen wichtigen Stakeholdern können wir uns kontinuierlich verbessern.

Kommunikation

Eine transparente und ehrliche Kommunikation sind entscheidende Faktoren für unsere eigene Glaubwürdigkeit.

Nachhaltigkeitsbericht

Um die bei uns gelebte Nachhaltigkeit transparent und für jeden greifbar zu machen, haben wir 2015 unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht für die Jahre 2013 und 2014 veröffentlicht. Mit unserem Nachhaltigkeitsbericht machen wir unsere Aktivitäten und Ziele für alle Interessenten zugänglich.

WIN!-Charta

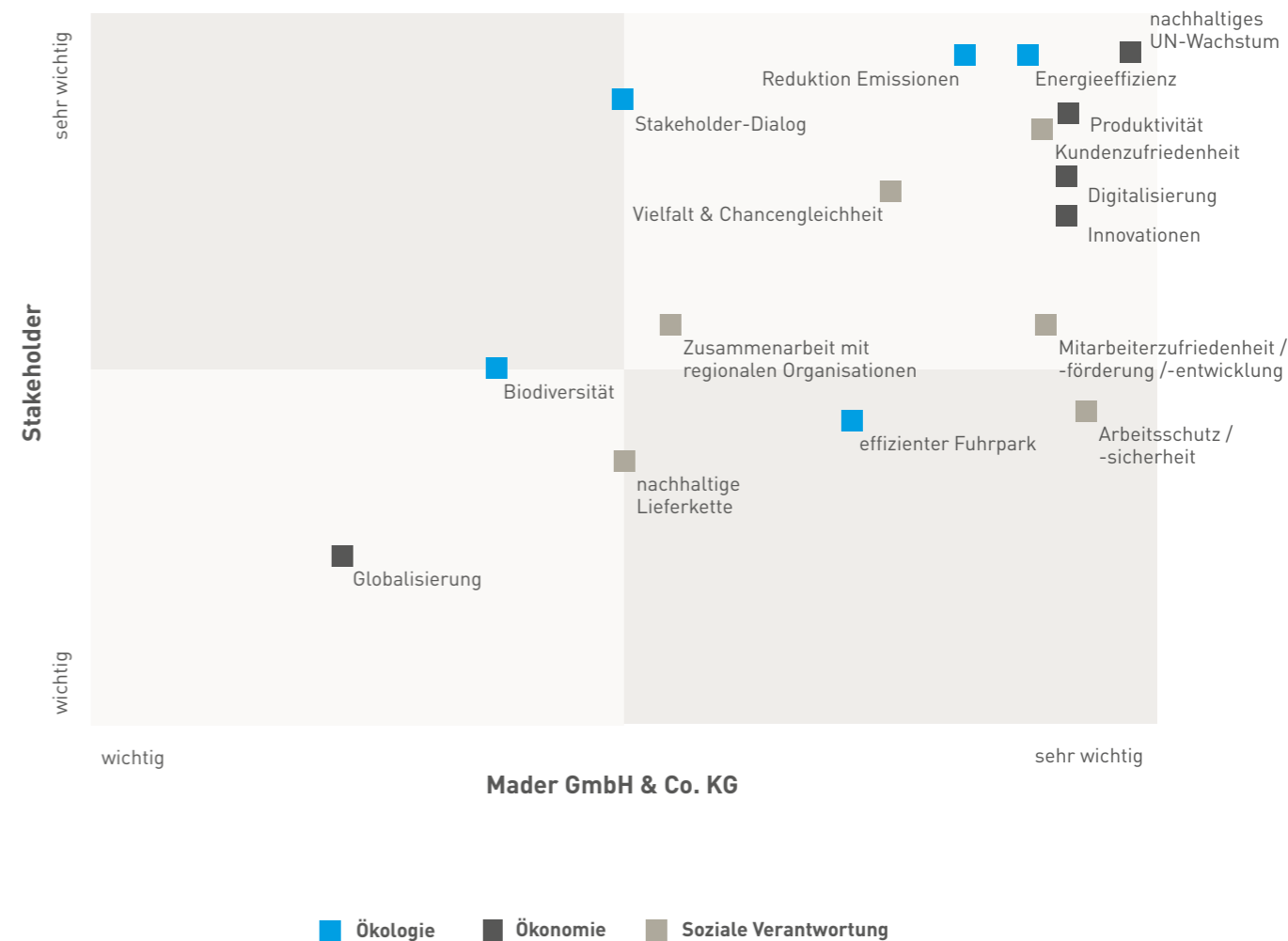
Als weiteres Bekenntnis zur Nachhaltigkeit haben wir im Jahr 2015 die WIN!-CHARTA unterzeichnet. Die WIN!-Charta ist eine Initiative des Landes Baden-Württemberg. Ziel der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN) ist es, die Erfahrungen und das Wissen engagierter Unternehmen zu bündeln. Vorreiter nachhaltigen Wirtschaftens arbeiten gemeinsam mit der Landesregierung Erfolgsfaktoren für die Unternehmen in Baden-Württemberg heraus. Nach der Unterzeichnung in 2015 haben wir unser erstes Zielkonzept eingereicht, in welchem wir Ziele und beabsichtigte Maßnahmen zur Nachhaltigkeitssteigerung formuliert haben. Im März 2016 wurde die Zielerreichung und Maßnahmenumsetzung anhand eines WIN!-Charta-Berichtes überprüft. Durch die jährliche Veröffentlichung des Berichts wird allen Stakeholdern eine Überprüfung ermöglicht.

Wesentlichkeitsmatrix

Unsere Kernthemen haben wir über eine Wesentlichkeitsmatrix ermittelt. Dargestellt sind die Aspekte, die für uns wichtige wirtschaftliche, ökologische und soziale Auswirkungen haben und die Entscheidung unserer Stakeholder beeinflussen.

Die Steuerung bzw. Bündelung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten erfolgt zentral durch den Bereich Qualitäts-, Umwelt-, Energiemanagement. Dieser ist als Stabsbereich direkt der Geschäftsleitung unterstellt.

Im jährlichen Strategiemeeting sowie im 2-wöchentlich stattfindenden Führungskreismeeing werden Projekte und Aktivitäten besprochen - so stellen wir die effektive Steuerung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen sicher. Alle Prozesse und Abläufe sind in unserem Managementhandbuch geregelt. Wir analysieren regelmäßig unsere Zielerreichung in den Bereichen Ökologie, Soziales und Ökonomie. Unser Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung und Weiterentwicklung.



2.1

Ökonomie

Unser Ziel ist ein stabiles nachhaltiges Wachstum, um den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern. Dies ist aus unserer Sicht nur mit einer wertorientierten, verantwortungsbewussten Unternehmenskultur und durch nachhaltiges Wirtschaften möglich. Eine gesunde Ökonomie ist die Grundlage für weitere Nachhaltigkeitsaktivitäten. Mit einem profitablen, nachhaltigen Wachstum können wir Investitionen tätigen und neue Ideen umsetzen.

Unser gesamtes Produkt- und Leistungsspektrum ist darauf ausgerichtet, eine optimale Nutzung des Energieträgers Druckluft zu erreichen. Optimal heißt dabei immer: Auf den Bedarf und die vorhandenen Rahmenbedingungen abgestimmt. Wir legen uns auf keine Produkt-Baureihe oder Herstellermarke fest, sondern empfehlen das, was zu den jeweiligen Rahmenbedingungen beim Kunden passt. Die Lösungskompetenz unserer langjährigen Mitarbeiter bringt für die Kunden die bestmögliche und (energie-) effizienteste Lösung.

Innovative Produkte und Dienstleistungen sind Voraussetzung, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein. Um uns auf die Weiterentwicklung im Bereich Energieeffizienz und Digitalisierung zu fokussieren, wurden daher zwei neue Abteilungen gegründet. Für unsere energieeffizienten Dienstleistungen gibt es seit Oktober 2015 die Abteilung Energieeffizienzmanagement. Im April 2016 wurde die Stelle Innovationsmanagement geschaffen, um unsere Aktivitäten im Bereich der Digitalisierung der gesamten Druckluftkette konsequent vorantreiben zu können. Sie ist als Stabstelle direkt bei der Geschäftsleitung angesiedelt. Innovationsprojekte im Rahmen der Digitalisierung werden in Scrum-Terminen organisiert

Energieeffiziente Druckluft

Die übergreifende Betrachtung des gesamten Druckluftprozesses bietet völlig neue Lösungsansätze und

deckt dabei Energieeinsparpotenziale auf. Wir rücken die Lebenszykluskosten in den Fokus und betrachten dabei stets die ökonomischen und ökologischen Aspekte, denn ressourcenschonendes Wirtschaften zahlt sich aus.

Als nachhaltiges Unternehmen haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, auch unsere Kunden bei deren nachhaltigen Entwicklung zu unterstützen. Unser Ziel ist es, durch nachvollziehbare Argumentation auch unsere Kunden davon zu überzeugen ihre Potenziale tatsächlich zu nutzen. Durch unsere angebotenen Produkte und Dienstleistungen, z.B. MADER AirXpert, profitieren Kunden, Klima und Umwelt.

Geschäftsentwicklung

Die Entwicklung der Gesamtwirtschaft war 2015 nahezu auf dem Vorjahresniveau. 2016 ist die Entwicklung der Gesamtwirtschaft im Vergleich zum Vorjahr um ca. 1,8 % gestiegen. Insgesamt war keine wesentliche Dynamik zu spüren, obwohl das Grundgeschäft und die Stimmung gut waren.

Die Jahre 2015 und 2016 waren geprägt von unterschiedlichen Krisen. Die Schuldenkrise, vor allem in Griechenland, beherrschte in dieser Zeit den Euroraum. Zusätzliche Verunsicherung brachten die Konflikte im Nahen Osten und die daraus resultierenden hohen Flüchtlingszahlen.

„Ich bin seit 5 Jahren für die Abwicklung der Druckluftversorgung auf der Landesmesse in Stuttgart verantwortlich. Der Neubau der Halle 10 auf dem Messegelände in Echterdingen zeigt, dass der Bedarf an Ausstellplatz und somit auch der Druckluftbedarf stetig steigt. Dies sorgt dafür, dass wir jährlich Umsatzzuwachs in diesem Bereich verzeichnen können.“

Christine Geiger,
Servicemanagement Messe



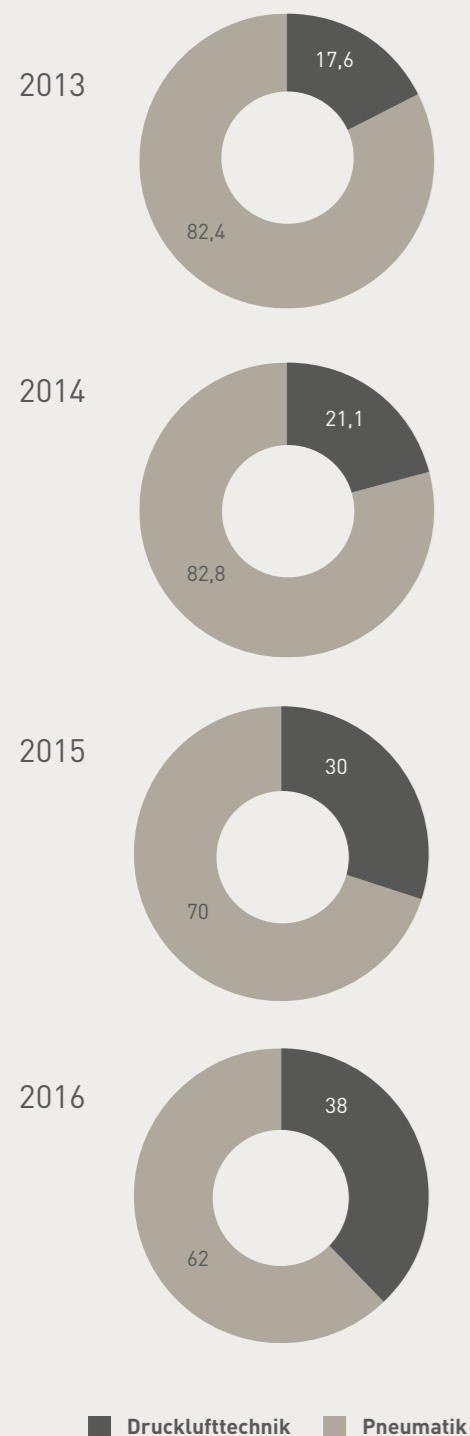
Der Hauptabsatzmarkt Maschinenbau verzeichnete 2015 und 2016 ein Nullwachstum. Vor allem die Schwellenländer, in erster Linie China, hatten zum Jahresende 2015 eine deutliche Nachfrageschwäche zu verzeichnen. Dies bedeutete aber auch für uns, dass wir keine signifikanten Steigerungen im Absatzmarkt Maschinenbau mit Pneumatikprodukten erzielen konnten. 2016 hat der Auftragseingang nach anfänglich sehr schwachem Start wieder angezogen. Im Bereich des produzierenden Gewerbes begrenzten sich die Investitionen 2015 zumeist auf den Bereich der Energieeinsparung, was sich für uns in einer weiteren Steigerung des Projektgeschäftes bemerkbar machte. 2016 war die Investitionsbereitschaft insgesamt wieder etwas positiver. Zusätzlich zu der starken Verbesserung im Neuinvestitionsgeschäft konnte wieder ein signifikanter Anstieg im Servicegeschäft verzeichnet werden.

Gestützt durch diverse Fördermaßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz des Bundes und der Landesregierung stieg die Bereitschaft für Neuinvestitionen vor allem im Bereich der KMU deutlich an. Unsere Prognose, dass wir uns durch die Konzentration auf das Thema Energieeffizienz vom Markt abkoppeln würden, wurde mit einem starken Wachstum in diesem Bereich erneut eindrücklich bestätigt.

Aus den oben genannten Gründen war die Geschäftsentwicklung in den Jahren 2015 und 2016 uneinheitlich. In den Bereichen, Drucklufttechnikprojekte und Service lief das Geschäft sehr gut und wir konnten zum wiederholten Male deutliche Wachstumsraten erzielen. Auch der Umsatz im Bereich Messe entwickelte sich in beiden Jahren sehr positiv. Eine im Jahr 2015 von der Landesmesse Stuttgart durchgeführte Marktabfrage endete für uns erfreulich mit dem Abschluss eines neuen Vertrags.

Dagegen stagnierte das Geschäft im großen Geschäftsbereich Pneumatik und war in den realisierten Zahlen unbefriedigend. Es gibt allerdings einige positive Aussichten, die unabhängig von der konjunkturellen Entwicklung auch hier eine gute Perspektive darstellen. Erfreulich ist die Tatsache, dass die im Krisenjahr eingeschlagene strategische Änderung sich weiterhin hervorragend bewährt. So konnte im Zielabsatzsegment Drucklufttechnik wiederum eine signifikante Steigerung erzielt werden, sowohl mit Neumaschinen als auch im Servicegeschäft. Die Einführung von neuen Dienstleistungen wie MADER AirXpert kommen im Markt sehr gut an. Wir registrieren hier auch eine Veränderung der Kundenstruktur, was uns für die Zukunft sehr optimistisch stimmt. Die klare Positionierung des Unternehmens mit der Konzentration auf definierte Märkte und Kundengruppen ist die richtige und langfristig auch erfolgreiche Unternehmensstrategie.

Umsatzverteilung der Geschäftsbereiche in %



Entwicklung Produktbereich Drucklufttechnik

2015 und 2016 haben wir im Bereich Drucklufttechnik eine signifikante Steigerung erzielt. 2015 lag die Steigerung bei einem Plus von rund 35 % auf die bereits ambitionierten Zahlen des Vorjahres. 2016 verzeichneten wir einen weiteren Anstieg um rund 47 %.

Die Konzentration auf das Thema Energie zeigt immer größere Erfolge. Unterstützt wurde die Entwicklung durch diverse Förderprogramme des Bundes und des Landes Baden-Württemberg. Auch die von der EU beschlossene Einführung des verpflichtenden Energieaudits DIN EN 16247-1 für große Unternehmen trägt zu der positiven Entwicklung im Bereich der energieeffizienten Dienstleistungen bei.

Unsere Ursprungsidee durch ein sehr aktives Projektgeschäft zukünftiges Servicegeschäft zu generieren, funktioniert sehr gut.

2015 haben wir ein kleines Serviceunternehmen übernommen und die Kunden in unsere Prozesse integriert. Sehr interessant war, dass wir bei einer großen Anzahl von Kunden das bisher genutzte Portfolio des Serviceunternehmens deutlich erweitern konnten. Alle wesentlichen Kunden betreuen wir heute weiter und die Geschäftsentwicklung ist sehr erfreulich. Dies ermutigte uns, den nächsten Schritt zu wagen und einen gut aufgestellten und im Markt etablierten Drucklufttechnikhändler zu übernehmen. Die Übernahme des Druckluftunternehmens in der Region München erfolgte zum 01. April 2016. Unser ständig wachsendes Leistungsangebot, die konsequente Konzentration auf energetisch sinnvolle Lösungen und unser gesamtheitlicher Ansatz werden vom Markt immer besser angenommen. Die in 2014 entwickelten und getesteten neuen Dienstleistungskonzepte entwickeln sich hervorragend. Wir werden in der Zwischenzeit immer häufiger vom Kunden aktiv angesprochen und erhalten die Möglichkeit, diese neuen Konzepte vorzustellen.

Da unser gesamtes Konzept auf die Einsparung und Optimierung von Energie in der gesamten Druckluftstrecke aufgebaut ist, sehen wir hier für die Zukunft weiterhin gute Absatzchancen.

Entwicklung Produktbereich Pneumatik

Die stagnierende Entwicklung in unseren Absatzmärkten spiegelt sich auch im Ergebnis des Bereiches wider.

Bei allen großen Kunden konnten wir den Umsatz wieder stabil halten, Neukunden zu gewinnen ist jedoch weiterhin sehr schwierig. Der Preisdruck in der Branche ist extrem hoch. Große Projekte werden nur noch über den Preis vergeben. Trotzdem konnten wir den Umsatz weiter stabil halten.

Die Umstrukturierung, die wir zum Jahresbeginn 2015 durchgeführt haben, hat in den Absatzmärkten MRO und Handel bereits hervorragende Entwicklungen gezeigt, im Bereich KeyAccount geht die Entwicklung erwartet langsamer. Da sich die Trennung nach Absatzmärkte in den ersten Monaten des Jahres 2015 sehr erfolgreich erwiesen hat, haben wir zum 01. Oktober 2015 die Strukturveränderung konsequent weitergeführt und alle Aktivitäten in den Absatzmärkten komplett getrennt.

Die in 2013 begonnene Straffung des Produktprogrammes wird konsequent weitergeführt. Die Konzentration auf energiesparende Produkte zeigt erste Erfolge im Markt.

Im Absatzmarkt Handel hat sich die intensive Zusammenarbeit mit einem auf europäischer Ebene agierenden Spezialhändler jetzt auch in unseren Umsatzzahlen niederschlagen. Nach insgesamt 4 Jahren intensiver Akquisition und Zusammenarbeit hat die Handelsorganisation eine Eigenmarke mit Pneumatikprodukten im Herbst gestartet.

Qualitätsmanagement

Qualitätsorientiertes Denken und Handeln ist ein wesentlicher Teil unserer Philosophie und unseres Qualitäts-

managements. Seit 2007 sind wir nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unser Qualitätsniveau zu steigern. Daher unterliegen unsere Prozesse einer ständigen Kontrolle und Verbesserung.

Ziel unseres Qualitätsmanagements ist eine hohe Kundenzufriedenheit. Dies erreichen wir durch:

- hohe Produktqualität
- Pünktlichkeit
- Zuverlässigkeit
- hohe Kompetenz

Alle Mitarbeiter fühlen sich für unsere Kunden verantwortlich. Vom Innendienst bis zur Logistik, jeder Einzelne ist bestrebt, dass unsere Kunden schnell und kompetent bedient werden. Diese Einstellung spiegelt sich in der niedrigen Fehlerquote und der hohen Kundenzufriedenheit wider.

Durch die kontinuierliche Weiterbildung und Förderung unserer Mitarbeiter gewährleisten wir unseren Kunden einen nachhaltigen Qualitätsstandard.

Reklamationen

Die Zufriedenheit unserer Kunden steht im Mittelpunkt unseres Handelns. Nur wenn wir auf die Anliegen und Anforderungen der Kunden eingehen, können wir eine langfristige Kundenbeziehung sicherstellen. Dazu gehört auch die schnelle Bearbeitung von Reklamationen, da diese die Kundenzufriedenheit direkt beeinflusst.

Schnelle Bearbeitung

Reklamationen werden zügig bearbeitet und wieder auf den Weg geschickt.



Die im Jahr 2015 durchgeführte Kundenzufriedenheitsbefragung ergab, dass unsere Reklamationsbearbeitung nicht optimal funktioniert bzw. die Bearbeitungszeit in einigen Fällen zu lang ist. Deshalb haben wir den Reklamationsbearbeitungsprozess überarbeitet und die Zuständigkeit für das Reklamationsmanagement neu organisiert.

2015 betrug die Reklamationsquote 0,39 % und lag damit auf dem Vorjahresniveau. Die Reklamationsquote ist 2016 leicht angestiegen auf 0,5 %. Zur Berechnung werden die Reklamationspositionen ins Verhältnis zu den gelieferten Verkaufspositionen gesetzt.

Die Qualität unserer Produkte sowie unserer Wareneingangskontrolle spiegeln sich in dieser geringen Fehlerquote wider.

Risikomanagement

Die Tätigkeit eines jeden Unternehmens ist mit Risiken verbunden, die sich durch vielfältige Faktoren ergeben können. Die vorhandene Berichterstattung und Kommunikation gibt der Unternehmensleitung die Möglichkeit, auf unternehmerische Risiken zu reagieren.

Im Rahmen einer jährlichen Risikoanalyse werden von uns folgende Risikotypen berücksichtigt und bewertet: Strategische Risiken, operative Risiken, finanzielle Risiken, regulatorische Risiken, Personalrisiken, Risiken in der Datenverarbeitung und politische Risiken.

Die Risikoanalyse erfolgt durch die Geschäftsleitung. Die identifizierten Risiken werden einzeln evaluiert. Die Bewertung ergibt sich aus der Multiplikation der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Auswirkung des Risikos.

Zu jedem Risiko werden Vorbeugemaßnahmen mit notwendigen Verantwortlichkeiten, Terminen und ggf. Ressourcen festgelegt.

Durch eine flexible Organisationsstruktur und einen offenen Blick auf Innovationen und Veränderungen sind wir zudem kontinuierlich bestrebt, Chancen zu erkennen und diese zu analysieren. Wurden Risiken identifiziert, besteht die Verantwortung, sie auf mögliche, daraus resultierende Chancen zu untersuchen. Wir setzen diese dann als Orientierungshilfe für weitere Maßnahmen ein.

Folgende Maßnahmen zur Risikovorsorge gibt es:

- Risikoanalyse: Für entscheidende Positionen und Situationen werden regelmäßig Risikoanalysen durchgeführt. Ziel ist es, die Eintrittswahrscheinlichkeit, die eventuelle Schadenshöhe und die Ermittlung des möglichen Risikos zu evaluieren.
- Strategieüberprüfung: Einmal jährlich wird die Strategie durch die Geschäftsleitung und den Führungskreis überprüft. Diese Maßnahme gewährleistet die Früherkennung von Chancen und möglichen Risiken.
- Abschluss von Versicherungen



Große Unterstützung

Seit 2015 arbeitet Marina Griesinger, (Energieeffizienzmanagement) tatkräftig mit an der stetigen Verbesserung der Managementsysteme.

2.2

Soziale Verantwortung

Unsere Unternehmenswerte geben unserem Handeln eine Richtung vor – sowohl unseren Mitarbeitern, wie auch der Gesellschaft gegenüber. Zu unserer Verantwortung den Mitarbeitern gegenüber gehören unter anderem die Sicherung von Arbeitsplätzen, Mitarbeiterförderung, Gesundheitsmanagement und Chancengleichheit. Unser gesellschaftliches Engagement umfasst die Unterstützung gemeinnütziger Einrichtungen sowie Partnerschaften mit ortsansässigen Schulen.

Unsere Mitarbeiter

Nachhaltiges Handeln auf Basis von gemeinsamen Werten, sowie die gegenseitige Wertschätzung in unserer vielfältigen Belegschaft ist ein wichtiger Grundstein zur erfolgreichen Zusammenarbeit.

entstehen. Deshalb gehört neben Herausforderungen und Problemlösungen genauso Motivation, Spaß und Teamgeist zu unserem Arbeitsalltag.

In einem Umfeld, in dem viele verschiedene Kulturen und Persönlichkeiten aufeinander treffen, kann viel Gutes

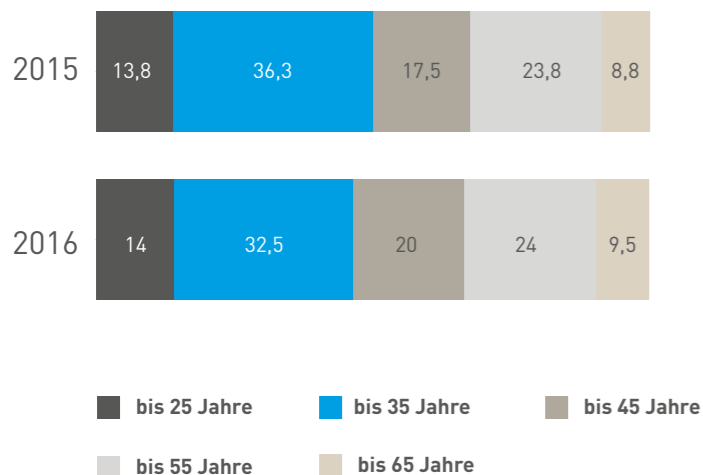
Durch flache Hierarchien können wir schnell reagieren und stellen gleichzeitig ein offenes und ehrliches Miteinander sicher.

Mitarbeiter Kennzahlen				
	2013	2014	2015	2016
Mitarbeiteranzahl	80	78	80	86
Durchschnittliches Alter	37,4 Jahre	37,9 Jahre	37,9 Jahre	37,5 Jahre
Auszubildenden Quote	16 %	14 %	10 %	9 %
Frauenanteil gesamt	33,8%	34,6 %	33,8 %	33,7 %
Frauenanteil in Führungspositionen	55 %	55 %	55 %	55 %
Mitarbeiter mit Migrationshintergrund	33,8 %	38,5 %	38,5 %	35,3 %
Fluktuation (BDA-Formel)	7,5 %	10,3 %	7,5 %	6,9 %

Altersstruktur

Das durchschnittliche Alter unserer Mitarbeiter ist leicht gesunken. Durch einen guten Mix an jüngeren und älteren Mitarbeitern kommen wir unserer Diversity-Strategie nach. Wir möchten junge Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen binden und die Arbeitsfähigkeit der älteren Belegschaft erhalten.

Altersstruktur in %



Mitarbeiter werben Mitarbeiter

Mit unserem neuen Programm „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ möchten wir das erfolgreiche Engagement unserer Mitarbeiter bei der Gewinnung neuer Kollegen honorieren. Kommt es zu einer Einstellung eines durch Mitarbeiter empfohlenen Bewerbers, erhält der Mitarbeiter eine Prämie.

Work-Life-Balance

Um die bestmögliche Balance zwischen Beruf, Familie und persönlichen Interessen zu ermöglichen, unterstützen wir unsere gesamte Belegschaft unter anderem durch flexible Arbeitszeitmodelle, wie Gleitzeitregelungen, Teilzeitangebote und Vertrauensarbeitszeiten.

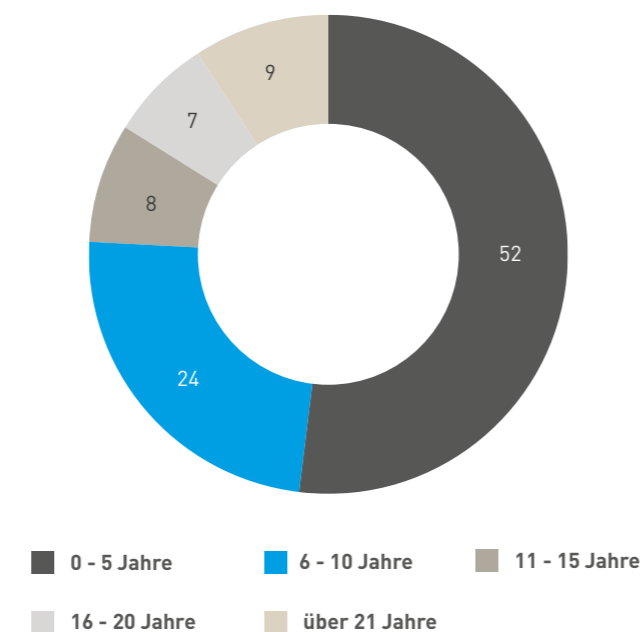
Betriebszugehörigkeit

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit 2015 lag bei 8,4 und 2016 bei 6,7 Jahren und ist damit leicht rückläufig. Dies liegt in erster Linie an den Neueinstellungen zum Ausbau verschiedener Abteilungen.

Unsere Wertschätzung gegenüber langjährigen Mitarbeitern drücken wir auch durch eine monetäre Anerkennung aus. Abhängig von ihrer Betriebszugehörigkeit erhalten sie eine Prämie.

In den Jahren 2015 und 2016 wurden 10 Mitarbeiter für ihre langjährige Betriebszugehörigkeit geehrt: 10-jähriges Jubiläum feierten Ulrike Böhm, Martina Persichilli, Stefanie Heydle, Manuel Kössler und Joana Hansen. Seit 20 Jahren ist Manfred Kipp im Unternehmen, auf stolze 25 Jahre Betriebszugehörigkeit schauen Ba Phuc Nguyen, Susanne Weichbrodt, Brigitte Matthes und Armando Cancedda zurück. Wir sind sehr stolz auf die langjährige Betriebszugehörigkeit unserer Mitarbeiter.

Personalstruktur in % nach Betriebszugehörigkeit



„Im Jahr 2016 habe ich meine 25 jährige Betriebszugehörigkeit bei Mader gefeiert. In dieser Zeit habe ich viel miterlebt und konnte zur Geschichte des Unternehmens beitragen. Darauf bin ich stolz. Der Spaß an meiner Arbeit sowie die Kolleginnen und Kollegen, die zu einem super Betriebsklima beitragen, sorgen dafür, dass ich gerne bei Mader arbeite.“

Brigitte Matthes, Vertrieb



Gesundheitsmanagement

Die Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern nehmen wir sehr ernst. Wir möchten, dass sich unsere Mitarbeiter wohlfühlen und gesund bleiben. Daher lassen wir der Gesundheitserhaltung und -förderung unserer Belegschaft eine große Rolle zukommen. Seit 2014 sind wir nach BS OHSAS 18001:2011 zertifiziert und fördern auf diesem Weg das Bewusstsein für sicheres und gesundes Arbeiten in allen Unternehmensbereichen.

2015 haben wir erstmals eine Gesundheitswoche organisiert. Um gezielt auf die Wünsche und Bedürfnisse der Mitarbeiter einzugehen, haben wir im Vorfeld eine Mitarbeiterbefragung bezüglich möglicher Themen durchgeführt. Die Gesundheitswoche wurde in Zusammenarbeit mit einer Krankenkasse sowie einem ortsansässigen Fitnessstudio veranstaltet. Schwerpunkte der Gesundheitswoche waren die Themen gesunde Ernährung, Arbeitsplatzergonomie, gesunder Rücken sowie Stressbewältigung.

Angeboten wurden verschiedene Vorträge, Aktionen und Kurse: Gesunde Ernährung im Arbeitsalltag, Entspannung und Stressbewältigung, Rückenfit-Kurs, Stretch & Relax, gesundes Frühstücksbuffet und Mittagessen, Mix dir deinen Smoothie, Mini-Check-Up und Körperfettmessung.

Die hohe Beteiligung und das große Interesse der Kollegen an den verschiedenen Themen

bestärken uns in der Fortführung unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements.

Unser Engagement im Bereich Gesundheitsmanagement möchten wir kontinuierlich fortsetzen. Daher führen wir seit 2016 jährlich einen Gesundheitstag durch. Im Jahr 2016 stand das Thema „Rücken“ im Vordergrund. Unter dem Motto „Mader stärkt Ihnen den Rücken“ gab es zahlreiche Angebote: Vom Vibrationstraining und Wirbelsäulengymnastik, über Vorträge, bis hin zur individuellen Arbeitsplatz-/Ergonomieberatung.

Das betriebliche Gesundheitsmanagement umfasst neben dem jährlichen Gesundheitstag auch weitere Aktionen und Angebote. Ziel aller Maßnahmen ist es, unsere Mitarbeiter zu informieren und für das Thema Gesundheit zu sensibilisieren.

Nach wie vor bieten wir jährlich Vorsorgeuntersuchungen für unsere Mitarbeiter an. Unser Betriebsarzt führt regelmäßig Betriebsbegehungen durch und berät die Kollegen zu allen Fragen des medizinischen Arbeitsschutzes.

Im Berichtszeitraum haben wir wieder an Firmenläufen teilgenommen. Hier geht es neben dem Gesundheitsgedanken auch um Werte wie Teamgeist, Kollegialität und Fairness, die neben der sportlichen Leistung im



„Täglich bereite ich für die Mitarbeiter frische Salate in der Mittagspause zu. Ich verwende hierzu tagesfrisch gekaufte Zutaten. Um das Ganze abwechslungsreich zu gestalten, kreierte ich verschiedene Salatvarianten.“

Martina Persichilli, Kantine

Vordergrund stehen. 2015 nahmen Mader-Mitarbeiter am J. P. Morgan Lauf in Frankfurt teil. Beim B2Run 2015 in Stuttgart starteten 32 Mitarbeiter und damit mehr als ein Drittel der Belegschaft. Im Jahr 2016 haben 18 Kollegen am Stuttgarter Nachtlauf teilgenommen. Drei davon liefen eine Distanz von 10 km. Christine Geiger war mit einer Zeit von 00:43:14 die schnellste Mader-Läuferin und belegte mit dieser sehr guten Zeit in der Gesamtwertung den 4. Platz.

Um gut für die Firmenläufe vorbereitet zu sein, aber auch, um einmal wöchentlich, gemeinsam einer sportlichen

Betätigung nachzugehen, können alle interessierten Mitarbeiter am Mader-Lauftreff teilnehmen. Ein weiterer Baustein unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements ist der regelmäßige Gesundheitstipp. Dieser wird im Intranet veröffentlicht und greift verschiedene Themen wie z.B. ausgewogene Ernährung, die Bewegung unserer Denkmuskeln oder in der winterlichen Jahreszeit Informationen rund um die Haut auf. Neben interessanten Fakten enthalten einige Tipps auch kleine Übungen für den Büroalltag.



Dehnübungen bei der Gesundheitswoche 2015.



Seminar zum Thema Rückenschmerzen am Gesundheitstag 2016.

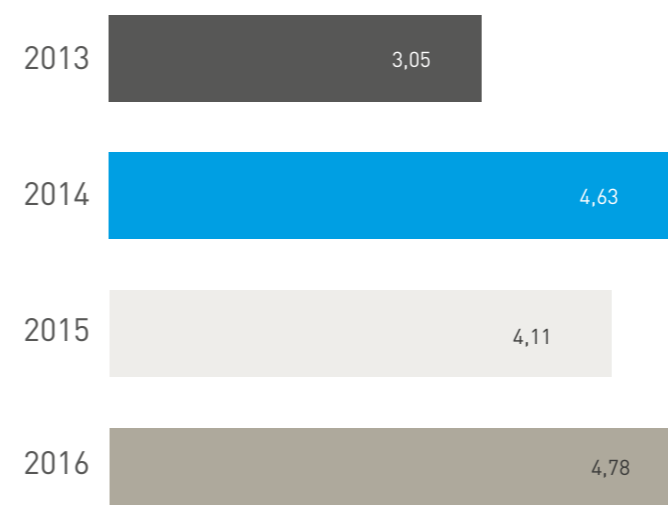


Auf die Plätze fertig los! Nachtlauf in Stuttgart 2016.

Krankheitsquote

Unsere Krankheitsquote lag 2016 bei 4,78 %. Sie ist damit gegenüber dem Vorjahr (4,11 %) leicht angestiegen und liegt über der durchschnittlichen Krankheitsquote in Baden-Württemberg (3,3 % Quelle: DAK Gesundheitsreport 2017). Als Maßnahme haben wir uns dazu entschieden, Gesundheitsgespräche einzuführen. Jeder Abteilungsleiter führt mit seinen Mitarbeitern, welche von einem krankheitsbedingten Ausfall zurückkehren, ein Wiederkehrgespräch. Hierbei sollen die Gesundheitsprobleme analysiert, die Ursachen erforscht und wenn nötig Präventivmaßnahmen festgelegt werden.

Krankheitsquote in %



Arbeitssicherheit und -schutz

Das Wohlergehen unserer Mitarbeiter ist uns auch im Bereich der Arbeitssicherheit und des Arbeitsschutzes ein großes Anliegen.

Vierteljährlich werden gemeinsam mit unserer externen Sicherheitsfachkraft, der Sicherheitsbeauftragten, dem Betriebsarzt und der Arbeitsschutzmanagementbeauftragten sowie einem Mitglied der Geschäftsleitung, Arbeitsschutzausschusssitzungen abgehalten.

Jeder Abteilungsleiter führt mit seinen Mitarbeitern jährliche Sicherheitsunterweisungen mit den tätigkeitsrelevanten Themen durch.

Über das Intranet, verschiedene Aushänge und regelmäßige Schulungen werden unsere Mitarbeiter zusätzlich informiert.

Wir haben darüber hinaus fünf Ersthelfer ausgebildet und für den Brandfall für jede Etage zwei Stockwerksbeauftragten ernannt. Eine unangemeldete Brandschutz- und Evakuierungsübung führen wir mindestens einmal jährlich durch.

Arbeitsunfälle

Im Jahr 2015 hat sich unsere Arbeitsunfallquote stark erhöht. Während wir im Jahr 2014 keinen meldepflichtigen Unfall verzeichneten, waren es 2015 vier Arbeitsunfälle (darunter ein Wegeunfall). 2016 konnten wir diese Zahl erfreulicherweise auf einen Arbeitsunfall senken, dieser war meldepflichtig.

Arbeitsunfälle unterliegen der besonderen Überwachung der Geschäftsleitung. Sie werden von der Sicherheitsbeauftragten und der Geschäftsleitung untersucht und im Rahmen eines Gesprächs mit dem beteiligten Mitarbeiter ausgewertet. Es wird geprüft, ob sich der Vorfall wiederholen kann und welche Vorbeugungsmaßnahmen zur Verhinderung eingeleitet werden können. Bei meldepflichtigen Unfällen benachrichtigen wir umgehend die Berufsgenossenschaft.

Fahrsicherheitstraining

2015 hatten unsere „Vielfahrer“ in einem klassischen Ganztages-Training des ADAC die Gelegenheit, unter professioneller Anleitung mit ihren Dienstfahrzeugen Fahrtechniken zu erproben. So wurde unter anderem das Verhalten des Fahrzeuges in verschiedenen kritischen Situationen getestet, wie z.B. das Fahren auf glatten und griffigen Fahrbahnen, Slalom- und Kurvenfahren.

Ausbildung

Die Förderung von Nachwuchskräften und jungen Talenten hat für uns einen hohen Stellenwert. Junge, gut ausgebildete Kollegen sind die Zukunft unseres Unternehmens. Deshalb haben wir das Ziel, über die gesetzlichen Ausbildungsinhalte hinaus, jeden dieser Menschen individuell zu fördern und an der Entwicklung der Persönlichkeit maßgeblich teilzuhaben. Dazu legen wir während der Ausbildung großen Wert auf die Übernahme von Verantwortung und die eigenständige Umsetzung von Projekten.

Wir bilden in folgenden Ausbildungsberufen aus: Kaufmann im Groß- und Außenhandel, Fachkraft für Lagerlogistik oder Fachlagerist sowie zur Fachkraft für Metalltechnik.

Für jedes Ausbildungsjahr wird neben dem IHK-Schulungsplan zusätzlich ein interner Schulungsplan für alle Auszubildenden erstellt. Referenten sind Mitarbeiter aus den verschiedenen Abteilungen, die z.B. allgemeine Themen wie Angebots- und Preisfindung oder die Kriterien bei der Lieferantenauswahl vorstellen. In Mader-spezifischen Schulungen werden die Funktionsweise von Sicherheits- und Stromventilen, der Luftverdichtung oder auch die Aufgaben als Servicepartner für Druckluft auf der Landemesse in Stuttgart behandelt.

Mit einer optimalen Betreuung durch Ausbilder und unsere Ausbildungsleitung begleiten wir unsere Auszubildenden von Anfang an. Neben einer attraktiven Ausbildungsvergütung übernehmen wir die Kosten für Fahrtickets und bieten vermögenswirksame Leistungen sowie eine betriebliche Altersvorsorge.

Bei Vorliegen einer Vakanz und entsprechenden Leistungen in der Berufsschule und im Betrieb während der Ausbildung werden die Auszubildenden von uns übernommen. Unsere Übernahmequote beträgt durchschnittlich 60%.

Einführungsveranstaltung

Damit sich unsere Auszubildenden kennenlernen, findet zu Beginn eines jeden Ausbildungsjahres eine Einführungsveranstaltung statt. 2016 wurde im Rahmen der Veranstaltung eine Schnitzeljagd der besonderen Art durchgeführt. Ausgestattet mit Tablets und weiteren Hilfsmitteln mussten verschiedene Missionen erfüllt werden. Ziel war es, Schlüssel zu sammeln, um am Ende eine Schatztruhe öffnen zu können. Im Anschluss erfolgte noch ein Ausflug in den Klettergarten und ein abschließendes gemeinsames Abendessen.



Einführungsveranstaltung der neuen Azubis im Hochseilgarten.

Azubi-Tag Afriso

Im November 2015 besuchten uns 25 Auszubildende und die verantwortlichen Ausbildungsbetreuer der Firma Afriso-Euro-Index GmbH. Neben einer Unternehmensführung und Schulungen im Bereich Leckageortung sowie in Sensorik, Monitoring und Pneumatik-Produkten wurde eine Schnitzeljagd mit verschiedenen Aufgaben, die alleine oder im Team zu lösen waren, (z.B. Montageaufgaben) durchgeführt. Abgeschlossen wurde der Ausbildungstag mit einem gemeinsamen Grillfest.

Azubi-Camp der Airgroup

Im Rahmen unserer Partnerschaft mit der Airgroup findet jährlich ein Azubi-Camp statt, das wechselnd bei den Airgroup-Partnern stattfindet. 2015 wurde das Camp bei der Groß GmbH in Wettenberg durchgeführt. Nach einer Unternehmensvorstellung und -begehung nahmen die Azubis an verschiedenen Spielen und Aktivitäten teil z.B. Bogenschießen, GPS-Tour und Kanufahrt nach Wetzlar. Im Jahr 2016 organisierte die Galek & Kowald GmbH das Azubi-Camp. Nach einer Firmenpräsentation der Auszubildenden von Galek & Kowald wurden verschiedene Team-Building-Maßnahmen durchgeführt. Für jede bestandene Aufgabe konnte „Geld“ gesammelt werden, mit welchem man wiederum Material für eine „Floßbau“-Challenge „kaufen“ konnte.

Energiescouts

Steigende Energiepreise und die von der Bundesregierung eingeläutete Energiewende veranlassten das IHK-Bildungshaus im Rahmen des Projektes „Mittelstandsinitiative Energiewende und Klimaschutz“ zur Einführung eines Qualifizierungsmoduls für Auszubildende. Im Rahmen der



Auf frischer Tat ertappt! Unsere Azubis achten auf den Energieverbrauch.

Unterrichtseinheit lernen die Teilnehmer, Energieeinsparpotenziale zu erkennen und diese zu beheben.

Bereits 2015 wurden zwei unserer Auszubildenden zum „Energiescout IHK“ ausgebildet. Jeder Teilnehmer setzt während dieser Ausbildung ein Energieeinsparprojekt im eigenen Unternehmen um und präsentiert die Ergebnisse zum Abschluss. Thema unserer Energiescouts 2015 war die Untersuchung des Fuhrparks.

Auch im Jahr 2016 wurden wieder zwei unserer Auszubildenden zu „Energie-Scouts“ ernannt. Ihr Energieeinsparprojekt beschäftigte sich mit dem Thema „Energieeinsparung unserer Kunden durch energieeffiziente Dienstleistungen rund um die Druckluft“. Hierbei befassten sie sich mit Möglichkeiten, die bei Kunden im Bereich Druckluft umgesetzt werden, so dass diese Energieeinsparungen erreichen können.

Energie-Ermittler

Bereits seit einigen Jahren sind unsere Auszubildenden als verdeckte Energieermittler im Unternehmen unterwegs. Ausgestattet mit kleinen Zetteln gehen die „Detektive“ auf die Suche nach Fehlritten der Kollegen im Umgang mit Energie. Mit den Zetteln identifizieren sie die „Tatorte“.

Mit einem Augenzwinkern soll z.B. auf nicht geschlossene Fenster bei voll aufgedrehten Heizungen, einen nicht heruntergefahrenen Rechner oder Licht in leeren Büroräumen hingewiesen werden. Gestartet als ein Azubiprojekt „Umwelt schützen und Energie sparen“ waren die erzielten Ergebnisse und Reaktionen der Mitarbeiter derart positiv, sodass wir seitdem alle neuen Auszubildenden zu „Energie-Ermittlern“ ernennen und auf die „Jagd“ schicken.



Azubis Ahoi!

Mit selbst gebauten Flößen zur See. Teambuilding beim Azubi-Camp der Airgroup.

Ausbildungsmesse

Bei der Ausbildungsmesse „Börse deiner Zukunft“ in den Jahren 2015 und 2016 waren unsere Auszubildenden wieder maßgeblich an der Organisation und Umsetzung beteiligt.

Die Messe ist für uns eine wichtige Plattform, um den Auszubildenden Verantwortung zu übertragen und neue Nachwuchskräfte anzuwerben.

Bei allen Fragen zum Ausbildungsverlauf, dem Unternehmen oder den verschiedenen Berufsfeldern standen unsere Auszubildenden den Interessenten Rede und Antwort.

Ausbildungsbotschafter

Viele Jugendliche verlassen die Schule ohne konkreten Berufswunsch und ziehen eine Ausbildung nicht mehr in Betracht. Das bekommen auch wir zu spüren. Deshalb haben wir uns dafür entschieden, die Initiative des Ministereiums für Finanz und Wirtschaft in Baden-Württemberg „Die Ausbildungsbotschafter“ zu unterstützen. Im Jahr 2015 qualifizierten sich wieder zwei unserer Auszubildenden als Ausbildungsbotschafter.

Im Vorfeld werden alle Ausbildungsbotschafter auf ihren ersten Auftritt vorbereitet. In einer eintägigen Schulung lernen die Teilnehmer, wie sie mit Lampenfieber umgehen, wie sie ihr Publikum am besten erreichen und fesseln und erhalten Tipps und Tricks für die perfekte Präsentation.

Umwelttipps im Intranet

Um neben der Sensibilisierung für den Alltag im Büro auch das Bewusstsein für das Verhalten der Mitarbeiter im privaten Kontext zu schärfen, entstand 2013 im Rahmen des Azubiprojekts „Umwelt schützen und Energie sparen“ die Idee, dies durch regelmäßige Tipps zu machen. Seither wird regelmäßig ein Energiespar- und Umwelttipp durch die Auszubildenden im Intranet veröffentlicht.

Flüchtlingsprojekt

Im Jahr 2015 haben wir uns dem Integrationsprojekt „Vermittlung von Flüchtlingen in Ausbildung“ angeschlossen und einen jungen Flüchtling eingestellt. Ein Jahr lang absolviert der 25-jährige eine Einstiegsqualifizierung bei Mader.

Zum 1. September 2016 bekam der Afghane einen Ausbildungsvertrag. Sein Mentor, ein ehemaliger Mader-Mitarbeiter in Rente, unterstützt ihn bei der fachlichen Weiterbildung und gibt Nachhilfe in Deutsch. Wir möchten auch zukünftig jungen Geflüchteten die Chance geben, mittels Praktika Berufsfelder kennenzulernen.

Weiterbildung

Um unseren Qualifikationsbedarf zu ermitteln und die jeweiligen Schulungen und Weiterbildungsmaßnahmen planen zu können, haben wir eine Qualifikationsmatrix entwickelt. Sie beinhaltet, die aus der Tätigkeit abgeleiteten, benötigten Qualifikationsansprüche sowie den aktuellen Qualifikationsstand der Mitarbeiter. Unser Ziel hierbei ist es, Stellen schnellstmöglich und mit dem am besten geeigneten Mitarbeiter zu besetzen. Darüber hinaus können Schulungspläne effizient erstellt und die Schulungsinhalte explizit auf den betreffenden Mitarbeiter abgestimmt werden.

Uns ist es wichtig, unsere Mitarbeiter sowohl im fachlichen, methodischen wie auch im persönlichen Bereich zu schulen. Diesbezüglich bieten wir verschiedene interne und externe Schulungen an. Der Erfolg einer jeden Schulungsmaßnahme wird im Nachgang durch eine Befragung der Mitarbeiter ermittelt und dokumentiert.

Schulungen	2013	2014	2015	2016
Gesamtzahl Mitarbeiter	80	78	80	86
Schulungseinheiten in h	1.074	1.176	1.279	1.336
Einheit pro Mitarbeiter	13,4	15,1	16,0	15,5

Einführung neuer Mitarbeiter

Jeder neue Mitarbeiter bekommt entsprechend der neu zu besetzenden Stelle eine individuelle Einarbeitung. Neben einer Einführung in die Unternehmenswerte durch die Geschäftsleitung und in unsere Managementsysteme erfolgt ein Durchlauf durch alle Abteilungen, um die Kollegen und deren Aufgaben kennenzulernen. Im Anschluss erfolgt die fachliche Einarbeitung in der jeweiligen Abteilung.

„Im Jahr 2017 beende ich meine nebenberufliche Weiterbildung zur Betriebswirtin. Es ist mir wichtig, mich neben dem Beruf fachlich weiterzubilden.“

Joana Hansen, Vertrieb



Mitarbeiterzufriedenheit

Mitarbeiter, die zufrieden sind und Freude an ihrer Arbeit haben, sind engagiert, arbeiten effizienter und haben eine höhere Motivation.

Nur durch eine transparente Kommunikationskultur kann Vertrauen aufgebaut und aufrechterhalten werden. Bei entscheidenden Veränderungen informieren wir unsere Mitarbeiter frühzeitig. Die interne Kommunikation erfolgt im Rahmen von monatlichen Informationsveranstaltungen, Abteilungsmeetings, Mitarbeitergesprächen und über das Intranet. Wir möchten die Mitarbeiter auf vielfältige Art und Weise in alle möglichen Entscheidungen einbinden.

Mach MIT

Durch unser Ideenmanagement „MIT – Mitarbeiter Initiativ Teams“ können sich alle Mitarbeiter mit ihren Ideen einbringen. Nach einer Bewertung des Projekts (Kosten-Nutzen) und Freigabe des Projekts, kann der Ideengeber dieses eigenständig umsetzen. Ein eingereichtes Projekt war z.B. die Durchführung des „Werte-Geburtstag“ zum 10-jährigen Jubiläum.

Faire Bezahlung

Unsere Bezahlung orientiert sich an der Funktion, dem Ausbildungsstand, der Erfahrung sowie der Verantwortung des jeweiligen Mitarbeiters. Alter, Geschlecht, Herkunft etc. haben keinen Einfluss auf die Entlohnung.

Alle Mitarbeiter werden durch eine erfolgsabhängige Prämie am Unternehmensergebnis beteiligt.

Zusatzleistungen

Zusätzlich zur Entlohnung bieten wir unseren Mitarbeitern weitere Zusatzleistungen, wie z.B. vermögenswirksame Leistungen, betriebliche Altersvorsorge, bezuschusstes Kantinenessen und Getränke, subventionierte Weiterbildungen sowie vergünstigte Mitgliedschaften im ortsansässigen Fitnessstudio.

Zielvereinbarung

Um den individuellen Erfolg eines Jeden zu messen, führen die Vorgesetzten halbjährlich Gespräche mit ihren Mitarbeitern. Zu Jahresbeginn werden quantitative und qualitative Ziele vereinbart. Zusätzlich beurteilt sich der Mitarbeiter selbst und wird von seinem direkten Vorgesetzten bewertet. Diese Einschätzung wird halbjährlich wiederholt. Die Zielerreichung hat keinen Einfluss auf die Entlohnung. 2014 wurde das Prämiensystem von monetären Aspekten entkoppelt, da die Zielerreichung durch die monetäre Komponente nicht wesentlich beeinflusst und die Mitarbeitermotivation dadurch nicht erhöht wurde. Damit den Mitarbeitern keine finanziellen Einbußen entstehen, floßen bisher bezahlte Prämien in die Monatsentlohnung ein.

Gesellschaft

Unser Engagement umfasst insbesondere Projekte und Aktivitäten in den Bereichen Bildung und Soziales, vorrangig im regionalen Umfeld.

Bildungspartnerschaften

Die Bildungspartnerschaften mit der Ludwig-Uhland-Schule (Haupt- und Werkrealschule) sowie dem Philipp-Matt-häus-Hahn-Gymnasium führten wir im Berichtszeitraum fort. Der sozialen Verantwortung werden wir nach wie vor mit Bewerbungstrainings und Hilfestellungen zur Berufsorientierung gerecht. Zusätzlich starteten wir 2016 ein weiteres Projekt mit der Ludwig-Uhland-Schule. Wir möchten die Themen Energie- und Umwelt auch in den Schulalltag integrieren und die Schüler frühestmöglich sensibilisieren. Projektziel war die Ermittlung von Energieeinsparpotenzialen an der Schule und deren Realisierung. Mentoren während des Projekts waren unsere Auszubildenden.

Zunächst erfolgte eine Einführung in das Thema Klimaschutz durch Mader. Danach haben die Schüler Projektideen gesammelt und die Projektarbeit umgesetzt. Im Anschluss erfolgte eine Präsentation durch die Schüler.

DKMS-Aktion

Alle 16 Minuten erhält ein Patient allein in Deutschland die Diagnose Blutkrebs. In Zusammenarbeit mit der DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei haben wir unseren Mitarbeitern die Chance gegeben, sich als neue potenzielle Stammzellenspender registrieren zu lassen.

Die Kosten zur Bestimmung der Gewebemerkmale in Höhe von 50 Euro pro Speichelprobe wurden von Mader übernommen.

Firmenläufe

Mit der Teilnahme an lokalen Firmenläufen, wie z.B. dem B2Run Stuttgart werden vom gezahlten Startgeld anteilsweise soziale Projekte unterstützt.

Behinderteneinrichtungen

In der sozialtherapeutischen Werkgemeinschaft, den Karl-Schubert Werkstätten in Filderstadt, übernehmen wir seit dem Jahr 2009 kostenlos die Wartung der Druckluftstation. In dieser Einrichtung wird für erwachsene Menschen mit Behinderung eine den Fähigkeiten entsprechende Arbeit angeboten. Darüber hinaus unterstützen wir nach wie vor die Lebenshilfe Göppingen und die Stuttgarter Werkstätten.

Spenden

Wir spenden ausschließlich an anerkannte gemeinnützige Einrichtungen, die ihren Schwerpunkt in Hilfen für Kinder, Jugendliche, Behinderte und humanitäre Zwecke haben, die zum Umwelt- und Naturschutz beitragen sowie an Bildungseinrichtungen. Die Einrichtung muss unmittelbar Hilfsprojekte unterstützen. Im Berichtszeitraum erfolgten u.a. Spenden an die Aktion Deutschland hilft, an die Deutsche Angestellten Akademie sowie an ein Kinderhospiz.



Bildungspartnerschaft

Die Abteilung Energieeffizienzmanagement unterstützt die Schüler der Ludwig-Uhland-Schule bei der Umsetzung ihres Schulprojekts zum Thema Umweltschutz.

2.3

Ökologie

Umweltschutz ist ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmenspolitik. Es ist uns bewusst, dass unsere Tätigkeiten die Umwelt beeinträchtigen. Daher ist es unsere Pflicht, diese Auswirkungen im Rahmen unserer wirtschaftlichen und technischen Möglichkeiten und mittels durchdachter Abläufe auf das mögliche Minimum zu reduzieren.

Unsere Verantwortung im Umgang mit der Umwelt und den Ressourcen erfordert die Ermittlung und Bewertung unserer bedeutenden Umweltaspekte. Zu unseren wesentlichen Faktoren gehören:

- Strom zur Ausübung der Geschäftstätigkeit (IT-Infrastruktur, Druckluft) sowie für das Gebäude (Beleuchtung)
- Öl zu Heizzwecken
- Kraftstoff für unseren Fuhrpark (Vertriebsaußendienst/Service-/Projektmonteure)

Wir übernehmen Verantwortung im Umgang mit allen Ressourcen. Aus dieser Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt heraus, haben wir uns zum Ziel gesetzt, eine profitable Unternehmenstätigkeit und die Umweltvorsorge durch eine Verbesserung der Umwelleistungen und die Vermeidung oder Verringerung von Umweltbelastungen in Einklang zu bringen, wo dies technisch und organisatorisch möglich sowie wirtschaftlich tragbar ist.

Hierbei ist es für uns eine Selbstverständlichkeit, die rechtlichen und behördlichen Vorschriften und sonstige umweltbezogenen Interessen sowie die uns selbst gestellten Anforderungen an den Umweltschutz einzuhalten und wo möglich zu übertreffen.

Die Umweltauswirkungen resultieren in erster Linie aus unseren Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen. Wir sind uns bewusst, dass darüber hinaus auch Umweltaspekte ermittelt werden müssen, welche lediglich indirekt beeinflusst werden können. Dabei werden die für uns wesentlichen Resultate in den vor- und nachgelagerten Abläufen sowie den unterstützenden Prozessen betrachtet.

Bei nicht vermeidbaren Umweltbelastungen sorgen wir mit den uns zur Verfügung stehenden Mitteln für eine Reduzierung.

Die Vermeidung und Verringerung hat in jeder Situation absoluten Vorrang vor der Entsorgung.

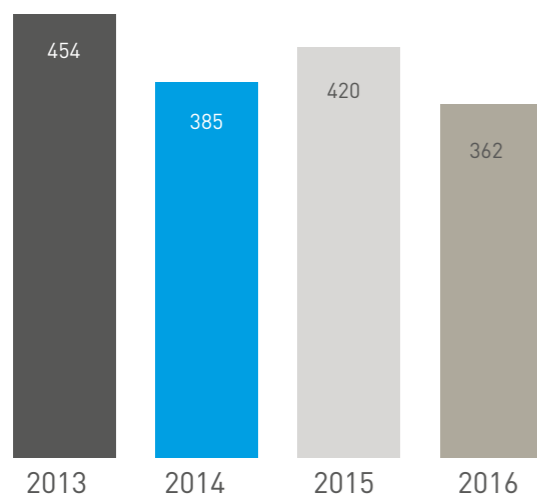
Fuhrpark

Unser Kraftstoffverbrauch hat sich in den Jahren 2015 und 2016 erhöht. Die gefahrenen Kilometer stiegen von 717.866 Kilometer im Jahr 2015 auf 867.162 Kilometer im Jahr 2016. Relativ betrachtet hat sich der Verbrauch leicht erhöht von 0,075 Liter pro gefahrenem Kilometer in 2015 auf 0,077 l/km in 2016.

Nach wie vor benutzen wir innerstädtisch unser Elektroauto BMW i3. Die Fahrleistung des BMW i3 lag in den Jahren 2015 und 2016 bei insgesamt 13.022 Kilometern.

Fuhrpark				
	2013	2014	2015	2016
Kraftstoffverbrauch gesamt in l	50.388	51.876	53.673	66.757
gefahrte Kilometer	701.434	660.388	716.866	876.162
Kraftstoffverbrauch in l/km	0,0718	0,0785	0,0749	0,0762
CO ₂ -Emissionen in g/km (Herstellerangaben)	165	156	166	154

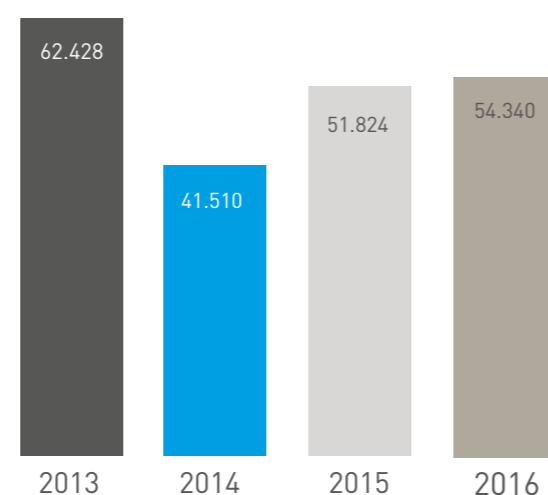
Wasserverbrauch

Wasserverbrauch in m³

Unser Wasserverbrauch entsteht hauptsächlich durch unsere sanitären Anlagen. Im Jahr 2015 wurden insgesamt 420 m³ Wasser verbraucht. Die Erhöhung um 9 % im Vergleich zum Vorjahr führen wir auf einen warmen Sommer und damit einen steigenden Bedarf an Wasser zurück. Im Jahr 2016 konnten wir den Wasserverbrauch auf 362 m³ senken.

Heizung

Heizölverbrauch in l



Die Beheizung unseres Gebäudes erfolgt über eine herkömmliche Ölheizung. Während der Sommermonate wird die Anlage abgestellt.

Durch gute Witterungsbedingungen hatten wir 2014 mit 41.510 Litern den niedrigsten Heizölverbrauch seit Aufzeichnung der Daten. Diesen guten Wert konnten wir in 2015 leider nicht halten. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Verbrauch um 24,85 %.

„Durch den Versand von Papierrechnungen hatten wir bisher einen sehr hohen Verbrauch von Geschäftspapier und Briefumschlägen. Zusätzlich zahlten wir pro Rechnung noch einen entsprechenden Betrag an Porto. Da durch das Steuervereinfachungsgesetz die Papierrechnung mit der elektronischen Rechnung gleichgesetzt wurde, entschieden wir uns, allen Kunden die ihr Einverständnis gaben, ab sofort die Rechnungen digital zu senden. Seitdem gehen ca. 70 % aller Rechnung per E-Mail raus.“

Manuel Stéphan,
Finanz- und Rechnungswesen



Auch in 2016 verzeichneten wir eine Erhöhung um 4,85 %. Die CO₂-Emissionen stiegen dementsprechend auch an. Wir setzen in diesem Bereich weiterhin auf die Sensibilisierung der Mitarbeiter, sind jedoch auch von den Witterungsverhältnissen abhängig. Bedingt dadurch, dass wir im aktuellen Gebäude eingemietet sind und im Jahr 2018 in ein neues Gebäude umziehen werden, sind Investitionen in die Gebäudeinfrastruktur nicht wirtschaftlich.

Papier

Seit dem Jahr 2012 senken wir konstant unseren Papierverbrauch. Wir verwenden zudem ausschließlich Recyclingpapier.

Wir verzichten, wenn immer es möglich ist, auf einen Ausdruck. Zur Vermeidung wurden in den letzten Jahren diverse Prozessanpassungen vorgenommen:

- Anpassung der Unterschriftenregel, so dass ein Ausdruck nicht mehr erforderlich ist.
- Bei verschiedenen internen Dokumenten wird auf eine Unterschrift verzichtet, so dass diese Formulare elektronisch im pdf-Format versendet werden können.
- Sollte dennoch ein Ausdruck notwendig sein, streben wir einen doppelseitigen Ausdruck oder gar einen Druck von zwei oder mehr Seiten pro Blatt an.

Des Weiteren versenden wir unsere Verkaufsrechnungen seit Anfang 2016 digital, wenn dies von unseren Kunden akzeptiert wird. Dadurch sparen wir nicht nur Rechnungspapier, sondern auch die für den Postversand notwendigen Briefumschläge. Stand März 2017 konnten bereits 70 % der Ausgangsrechnungen umgestellt werden.

2016 wurde zusätzlich eine digitale Dokumentenarchivierung eingeführt. Alle Dokumente, die über unser Warenwirtschaftssystem erstellt werden, werden automatisch in der Historie archiviert. Für Dokumente, die von unseren Kunden oder Lieferanten eingehen, haben wir im Jahr 2016 über die Integration von Sharepoint eine Möglichkeit geschaffen, Bestellungen, Auftragsbestätigungen etc. digital zu archivieren. Wir fordern unsere Kunden und Lieferanten dazu auf, wenn möglich keine Papierdokumente an uns zu versenden.

Ferner haben wir an einem Drucker-Multifunktionsgerät ein Pilotprojekt gestartet. Alle Dokumente, die als Fax eingehen, werden nicht mehr automatisch gedruckt, sondern an eine E-Mail-Adresse weitergeleitet, auf die alle Vertriebsmitarbeiter Zugriff haben. Das Dokument kann dann dem Prozess im Warenwirtschaftssystem zugeordnet werden ohne dass ein Ausdruck notwendig ist.



„Da wir von vielen Kunden wie auch Lieferanten verschiedenste Belege digital zugesendet bekommen, wuchs der Wunsch nach einer Möglichkeit, Dateien direkt in unserem Warenwirtschaftssystem zu hinterlegen. Mit Einführung des SharePoints haben wir diese Option geschaffen. Wir streben damit die Senkung des Papierverbrauchs um mind. 10 % an.“

Dagmar Möller, IT

Anfang 2016 haben wir unseren Serviceprozess digitalisiert. Vor Einführung der Service-App dokumentierten unsere Service-Monteure jeden Auftrag auf verschiedenen Formularen. Die digitale Lösung sorgt nun für einen papierlosen Prozess und bringt zusätzliche Effizienz in der gesamten Abwicklung.

Im Bereich unserer Logistik haben wir den höchsten Papierbedarf. Sowohl die Wareneinlagerungsscheine, Kommissionierscheine wie auch alle Warenbegleitpapiere z.B. Lieferscheine müssen unter Beachtung unserer Prozesse und der Anforderung unserer Kunden aktuell noch gedruckt werden. Unser Anspruch ist auch hier innerhalb der nächsten zwei Jahre die Digitalisierung weiter voranzutreiben, so dass unsere internen Prozesse papierlos erfolgen können.

Papierverbrauch				
	2013	2014	2015	2016
Gesamtzahl	548.304	508.895	473.050	408.151
Geschäftspapier	151.000	177.900	175.860	198.700
Weißes Papier	397.304	330.995	297.190	209.451

Abfallwirtschaft

Intern haben wir nur eine geringe Menge an Abfallaufkommen. Diesen trennen wir wie folgt:

- Restmüll: Essensreste, Taschentücher, Trinkbecher
- Papier: Kartonagen, Papier
- Gewerbeabfall: Folien, andere Kunststoffe
- Mischschrott

Abfall durch externe Quellen sind:

- Holz
- Schmieröl
- Aufsaug-Filtermaterial
- Abfallgemische (Sandfanganlagen, Öl-Wasser-Gemische)

Der von uns entsorgte Holzabfall entsteht aus der Warenanlieferung auf Einwegpaletten. Wir streben den Transport auf Euro- oder Mehrwegpaletten an, damit eine Wiederverwendbarkeit gewährleistet werden kann. Dies kommunizieren wir auch an unsere Lieferanten.

Bei Wartung und Service von Kompressoren und Druckluftaufbereitungselementen im Rahmen der Geschäftstätigkeit unserer Servicetechniker entstehen verschiedene Abfälle. Diese werden von uns ordnungsgemäß entsorgt. Im Vergleich zu 2015 sind unsere Abfälle 2016 bei fast jeder Abfallart angestiegen.

Bei der Abfallart Papier/Kartonagen führen wir dies auf folgende Punkte zurück:

- Broschürenentsorgung: Trotz systematischer Planung kann im Vorfeld nicht exakt abgeschätzt werden, wie sich der Kundenbedarf entwickelt. Veraltete Broschüren werden über den normalen Papiermüll entsorgt.
- Wareneingang: Im Jahr 2016 verzeichneten wir einen hohen Paketeingang an Warensendungen von unseren Lieferanten. Wenn möglich bestehen wir auf eine Komplettlieferung. Leider ist dies nicht in allen Fällen machbar. Die hierbei anfallenden Verpackungsmaterialien können von uns nicht vollständig weiterverwertet werden, wodurch ein hoher Kartonagenabfall generiert wurde.
- Entsorgung archivierter Dokumente: Bei Ablauf der Aufbewahrungsfristen sind wir bemüht, die archivierten Dokumente schnellstmöglich zu entsorgen. Da wir im Jahr 2015 keine Entsorgung der archivierten Dokumente durchgeführt haben, erhöhte sich die Papierabfallmenge in 2016.

Bei der Entsorgung der Kataloge handelt es sich um Altbestand. Neue Kataloge werden zukünftig in einer kleineren Auflage produziert.

Die gestiegenen Abfallzahlen in den Bereichen Öl, Abfallgemisch aus Sandfanganlagen etc. sowie Filter- und Aufsaugmaterialien resultieren aus dem gut laufenden Wartungs- und Servicegeschäft.

Entsorgung Büromaterial

Defekte oder nicht mehr benötigte Büromaterialien werden mit dem von unserem Büromateriallieferanten memo AG entwickelten ökologischen Warenversendesystem, der „grünen memo Wertsoff-Box“, an den Lieferanten zurückgesendet.

Für jedes zurückgesendete Produkt wird eine sinnvolle Verwertungsalternative gesucht. Gibt es für ein Produkt keine geeignete Lösung, wird dieses demontiert und sofern technisch und wirtschaftlich möglich, der stofflichen Verwertung zugeführt.

Entsorgung Batterien

Bei der Batterieentsorgung setzen wir auf das GRS – Gemeinsames Rücknahme System. GRS stattet Unternehmen und auch Kommunen mit Sammel- und Transportbehältern aus. Die gesammelten Batterien werden einer Sortieranlage zugeführt über die es möglich wird, Stoffe wie Eisen, Mangan und Nickel zurück zu gewinnen. Metalle wie Blei und Cadmium können in der Batterieproduktion wiederverwendet werden.

Abfallwirtschaft		
	2015	2016
Papier / Kartonage	13,83 t	20,23 t
Gewerbeabfall	5,01 t	5,86 t
Mischschrott	3,74 t	3,27 t
Holz	3,7 t	5,8 t
Maschinen-, Getriebe- und Schmieröl	3,6 m³	4,2 m³
Abfallgemische aus Sandfanganlagen und Öl- / Wasserabscheidern	2 m³	3 m³
Filter- und Aufsaugmassen	9,24 t	9,529 t
Alte Kataloge	8,58 t	7,97 t

Geschäftsreisen

Der persönliche Dialog mit unseren Kunden ist uns sehr wichtig und Geschäftsreisen deshalb unabdingbar. Durch eine effiziente Planung und eine Verbindung von Terminen, die sich in der räumlichen Nähe befinden sind wir bestrebt, die Umweltbelastungen so gering wie möglich zu halten. Bei Serviceeinsätzen oder Druckluftprojekten haben wir festgelegt, dass bei einer Entfernung von über 100 km eine Übernachtung in Anspruch genommen wird. Bei Terminen in unmittelbarer Unternehmensnähe bevorzugen wir die Nutzung unseres Elektrofahrzeuges. Bei längeren Strecken lassen sich Flugreisen meist nicht vermeiden. Bietet sich allerdings eine andere Möglichkeit die wirtschaftlich und ökologisch gleichermaßen sinnvoll ist, greifen wir auf diese zurück.

Transport

Seit dem Jahr 2012 verschicken wir unsere Sendungen mit dem CO₂-neutralen Paketversand „Total zero“ unseres Transportdienstleisters DPD. Nichtsdestotrotz sorgen wir bereits intern für die Bündelung von Sendungen wenn dies möglich ist.

Auch unsere Vertriebsabteilung wurde diesbezüglich sensibilisiert. Wann immer es möglich ist, werden Komplettlieferungen veranlasst. Bei Kompressoren, welche bei unseren Kunden im Rahmen von Projekten geplant und verbaut werden, streben wir ebenfalls Direktlieferungen vom Hersteller zur Baustelle an.



„Bei der Versendung unserer Pakete achten wir darauf, unterschiedliche Sendungen eines Kunden möglichst als Sammelbestellung zuzustellen. So werden zum einen Transportkosten gespart, zum anderen muss derselbe Kunde nur einmal angefahren werden.“

Fedor Weber, Logistik
Leonard Washe, Logistik

Input-Output-Bilanz		
	2015	2016
INPUT		
Energie		
Strom in kWh (Scope 2)	132.046	128.252
Heizöl in kWh (Scope 1)	193.822	203.232
Heizöl in l	51.824	54.340
Wasser		
Wasserverbrauch in m ³	420	362
Verbrauchsmaterialien		
Druckerpapier in Blatt (Scope 3)	297.190	209.451
Verkehr		
Dienstreisen in km (Scope 1)	716.866	867.162
Treibstoff in l (Scope 1)	53.673	66.757
OUTPUT		
Abluft / Emissionen in der Luft in t		
CO ₂ durch den Fuhrpark	117	134
CO ₂ durch den Stromverbrauch	0	0
CO ₂ durch Heizöl	193	203
CO ₂ durch Dienstreisen (369 g/km)	16	17
Abwasser in m³		
Abwassermenge gesamt	420	362
Kühlwasser	0	0
Abfall		
Papier in t	13,83	28,20
Gewerbeabfall in t	5,065	5,86
Mischschrott in t	1,32	3,27
Holz in t	3,74	5,80
Maschinen-, Getriebe- und Schmieröle in m ³	5,6	4,20
Filter- und Aufsaugmassen sowie Schutzkleidung in t	9,24	9,529

Kataloge & Werbemittel

Im Jahr 2016 haben wir unseren zweiten Katalog Mader KOMPAKT veröffentlicht. Durch eine Straffung des Produktprogramms konnten wir im Vergleich zur ersten Auflage nochmals 40 Seiten pro Katalog einsparen.

Alle Werbemittel lassen wir zudem wenn möglich klimaneutral drucken. Die hierbei entstehenden CO₂-Emissionen werden kompensiert.

Umweltgesetze

Im Berichtszeitraum konnten wir keine Verstöße gegen geltende Umweltgesetze feststellen. Im Rahmen der halbjährlichen Auditierung unserer Managementsysteme, im Speziellen des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 wird dies auch explizit geprüft.

Input-Output-Bilanz

Scope 1

Heizöl

In den Jahren 2015 und 2016 wurden durch den Betrieb unserer Ölheizung insgesamt 396 t CO₂ verursacht.

Diesel

In 2015 wurden – berechnet nach Herstellerangaben – insgesamt 117,6 t CO₂ durch unsere Fahrzeuge verursacht. Im Jahr 2016 waren es 133,84 t CO₂.

Scope 2

Stromverbrauch

Unseren Strom beziehen wir zu 100 % aus Wasserkraft. Bei dieser Erzeugungsform wird kein CO₂ ausgestoßen. Diesbezüglich weisen wir hier auch keine CO₂-Emissionen aus.

Scope 3

Papier

Im Jahr 2015 haben wir insgesamt 297.190 Blatt Recyclingpapier verbraucht. Dies entspricht einem Gesamtenergieverbrauch von 6.220,3 kWh und einem CO₂-Ausstoß von 1.313,8 kg.

Im Jahr 2016 konnten wir unseren Papierverbrauch um knapp 30 % senken. Mit verschiedenen Maßnahmen reduzierten wir so unseren Energieverbrauch auf 4.383,9 kWh und minderten die Emissionen auf 925,9 kg CO₂.

Geschäftsreisen

Wann immer es uns möglich ist, reisen wir geschäftlich mit dem Zug. Ist dies nicht wirtschaftlich oder aufgrund des Ziels nicht möglich, greifen wir auf einen PKW oder in Ausnahmefällen auf das Flugzeug zurück. Die in diesem Rahmen mit dem Auto erzeugten CO₂-Emissionen wurden bereits in Scope 1 berücksichtigt.

Im Jahr 2015 sind wir 13 Mal, im Jahr 2016 12 Mal mit dem Flugzeug gereist. Zu 95 % handelte es sich um inländische Flüge, zu 5 % reisten wir ins europäische Ausland.

Warenversand

Wir verschicken unsere Sendungen mit DPD „total zero“ CO₂-neutral.

Werbematerialien

Die beim Druck unserer Werbematerialien entstandenen CO₂-Emissionen, werden von unserem Dienstleister kompensiert. Im Berichtszeitraum konnten so mehr als 34 t CO₂ durch die Unterstützung verschiedener Projekte ausgeglichen werden. Unsere Werbematerialien lassen wir auf FSC-Papier drucken.

Anreise Mitarbeiter

Die durchschnittliche Entfernung unserer Mitarbeiter zu Mader (Leinfelden bzw. Eichenau) beträgt 20 km. Die Anreise erfolgt mit Privatautos, dem Bus und der Bahn, dem Geschäftsauto oder auch zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad. Die Emissionen, die durch die Geschäftswagen entstehen, wurden bereits in Scope 1 berücksichtigt.

Energieeffizienzmaßnahmen mit Effekt:

Durch die Umsetzung von Drucklufteffizienzprojekten bei unseren Kunden konnten im Jahre 2015 4,4 Mio. kWh und im Jahr 2016 6,4 Mio. kWh Energie eingespart werden.

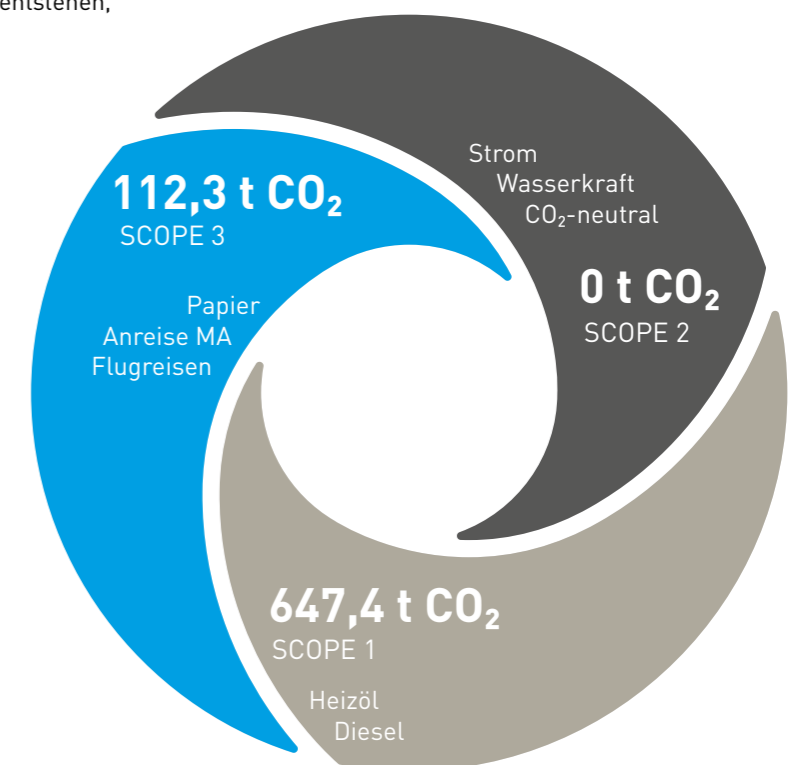
- Privatauto: 57.702 kg CO₂ (2015 und 2016)
- Bahn (hier wurden sowohl S- wie auch U-Bahn berücksichtigt): 19.115 kg CO₂ (2015 und 2016)
- Bus: 268 kg CO₂ (2015 und 2016)
- im Durchschnitt wurden so 928,7 kg CO₂ verursacht

Klimabilanz

Die CO₂-Emissionen unserer Klimabilanz setzen sich aus den direkten Treibhausgasemissionen (Scope 1), indirekten Treibhausgasemissionen (Scope 2) sowie Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (Scope 3) zusammen.

Unter Scope 1 berücksichtigen wir das verbrauchte Heizöl sowie den Kraftstoffverbrauch unserer Firmenfahrzeuge. Scope 2 umfasst unseren Stromverbrauch. Hier haben wir keinen Wert zu verzeichnen, da die Energie zu 100 % aus Wasserkraft gewonnen wird.

Als Scope 3 erfassen wir Emissionen von unserem Papierverbrauch, die Anreise der Mitarbeiter zum Arbeitsplatz, getätigte Flugreisen sowie den Warenversand und Druck unserer Werbemittel. Für die festgelegte Systemgrenze haben wir Kriterien wie die Wirtschaftlichkeit und Machbarkeit der Ermittlung herangezogen. In Bezug auf Emissionen, die uns vorgelagert sind (Lieferanten), haben wir keinen direkten Einfluss, deshalb finden diese keine Beachtung innerhalb unserer Klimabilanz.





3. Nachhaltigkeits- ziele

3.1

Ziele 2015 / 2016

Ökonomie				
Ziel	Maßnahme	Umgesetzt	Seite	Zielerreichung
Umsatzrendite >5 %	Neugestaltung Produktsortiment „Ventile“ neuer MADER-KOMPAKT Katalog Internationalisierung Online-Shop (zusätzliche Sprache englisch)	✓	17; 36 f	✗
Umsatzwachstum im Bereich Drucklufttechnik um 20 %	Zertifizierung des Druckluft-Audits nach DIN EN ISO 11011:2014 Entwicklung einer digitalen Anwendung im Bereich Leckagemanagement Entwicklung neues Dienstleistungskonzept „MADER AirXpert“ im Bereich energieeffiziente Druckluft	✓	19; 38 f	✓

Soziale Verantwortung				
Ziel	Maßnahme	Umgesetzt	Seite	Zielerreichung
Mitarbeiterbindung und -motivation	Mitarbeiterbefragung „Sie sind gefragt“ weitere Gründungen von MitarbeiterInitiativTeams	✓	41 ff	✓
Kommunikation Nachhaltigkeitsaktivitäten	Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitspreis Unterzeichnung der WIN!-Charta	✓	20 ff; 34	✓
Erfahrungsaustausch zu Nachhaltigkeitsthemen	Mitarbeit im Energieausschuss der IHK Klimaschutz-Unternehmen sowie Verbänden	✓	23 ff; 34	✓
Vermeidung von Wegeunfällen	Angebot eines Fahrsicherheitstrainings	✓	45	✗
Vermeidung von Arbeitsunfällen	Mitarbeiterunterweisungen, Betriebsanweisungen	✓	45	✗
Gesundheitsquote >96 %	Ausbau des Betrieblichen Gesundheitsmanagements	✓	43 ff	✗
Weitere Zusammenarbeit mit Bildungspartnern	Bewerbertrainings, Betriebsbegehungen, Vorträge etc.	✓	22; 50	✓

Ökologie				
Ziel	Maßnahme	Umgesetzt	Seite	Zielerreichung
Reduzierung Stromverbrauch um 5 %	Mitarbeitersensibilisierung durch Workshops / Schulun- gen, Energietipp, Azubis als Energieermittler	✓	47 f; 56 f	✓
Reduzierung Heizölverbrauch um 3 %	Mitarbeitersensibilisierung durch Workshops / Schulun- gen, Energietipps, Azubis als Energieermittler	✓	52 ff; 56 ff	✗
Reduzierung Druckpapierverbrauch um 5 %	Mitarbeitersensibilisierung durch Workshops / Schulun- gen, Energietipps	✓	53 ff	✓
Reduzierung der CO ₂ -Emissionen im Bereich Fuhrpark	Berücksichtigung der Emissionen bei der Neuanschaf- fung von Fahrzeugen	✓	51	✗
Reduzierung Kraftstoffverbrauch im Bereich Fuhrpark	Anschaffung Druckluftfahrzeug, Anschaffung Erdgasfahrzeug	✗	51	✗
2.400 Tonnen weniger CO ₂ -Emissionen beim Kunden	Realisierung von energieeffizienten Lösungen und Leck- agemanagement bei Kunden	✓	57	✓
Kundensensibilisierung	Durchführung Energieeffizienz-Seminare Fortführung des Energieeffizienz-Blogs (www.mader-energieeffizienz.de)	✓	15 23	✓

3.2

Ziele 2017 / 2018

Ökonomie		
Ziele	Maßnahme	Termin
Stabiles, nachhaltiges Umsatzwachstum	Relaunch Website	2017
	Teilnahme an 6 Fachmessen	2018
	Social Media Aktivitäten	Laufend
Digitalisierung des Druckluftprozesses	Entwicklung / Einbindung neue Sensorik im Bereich Drucklufttechnik und Visualisierung über zentrale Plattform	2017 2017
	Liquiditätssicherung	Aktives Cashmanagement
Reklamationsquote <3 %	Intensive Qualitätsmaßnahmen bei Lieferanten	Laufend
Termintreue >80 %	Optimierung der Lagerhaltung	2017
	Lieferantenbewertung und -gespräche	Laufend
Ständige Verbesserung der Prozesse	Optimierung Materialwirtschaftsprozess im ERP-System	2017
	Projekt CRM-System	2017

Soziale Verantwortung		
Ziele	Maßnahme	Termin
Qualifikationssicherung/-ausbau	Weiterführung Qualifikationsmatrix	Laufend
	Individuelle Weiterbildungen	Laufend
Ausbildungsquote >8 %	Einstellung 6 neuer Auszubildender	2018
Kommunikation Nachhaltigkeitsthemen	Bekennung zum UN Global Compact	2018
	Teilnahme an 5 Unternehmenswettbewerben	2018
	Mitarbeit in verschiedenen Ausschüssen Jährlicher WIN!-Charta Bericht	Laufend Laufend
Unterstützung regionaler Einrichtungen	Weiterführung Bildungspartnerschaften	Laufend
	Spenden	Laufend
Gesundheitsquote >95 %	Betriebliches Gesundheitsmanagement	Laufend
Vermeidung von Arbeitsunfällen	Unterweisungen, Betriebsanweisungen	Laufend

Ökologie		
Ziele	Maßnahme	Termin
Reduzierung Energieverbrauch Strom: 3 % Heizöl: 5 %	Veröffentlichung regelmäßiger Energie- und Umwelttipps im Intranet	Laufend
	Azubis als Energieermittler	Laufend
Reduzierung Kraftstoffverbrauch: 3 %	Mitarbeitersensibilisierung Nutzung Elektrofahrzeug	Laufend
Reduzierung Druckpapierverbrauch: 10 %	Optimierung Sharepoint	2017
8 Mio. kWh Stromeinsparung bei Kunden	Durchführung von Energieeffizienzmaßnahmen (Druck- luft-Audits ISO 11011, Leckageortungen) bei Kunden	2018
Kundensensibilisierung	Durchführung Druckluffeffizienz-Seminaren	Laufend
	Entwicklung eines Berechnungstool für den Bereich Drucklufttechnik (App)	2017

DNK- Entsprechenserklärung

DNK		
Bereich	DNK-Kriterium	Seite
Strategie	1. Strategische Analyse und Maßnahmen	11 ff
	2. Wesentlichkeit	35
	3. Ziele	11 ; 61
	4. Tiefe der Wertschöpfungskette	26
Prozessmanagement	5. Verantwortung	33 ff
	6. Regeln und Prozesse	9 ff; 31; 39; 51
	7. Kontrolle	39f; 51 ff
	8. Anreizsysteme	21; 49
	9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	20 ff
	10. Innovations- und Produktmanagement	11; 28f; 36
Umwelt	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	56
	12. Ressourcenmanagement	51 ff; 61
	13. Klimarelevante Emissionen	56 f
Gesellschaft	14. Arbeitnehmerrechte	49
	15. Chancengerechtigkeit	41 ff
	16. Qualifizierung	43; 48
	17. Menschenrechte	26
	18. Gemeinwesen	22 ff; 50
	19. Politische Einflussnahme	22 ff
	20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	9 ff; 61

Impressum

Berichtszeitraum

Dieser Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich auf die Jahre 2015 und 2016. Der Redaktionsschluss für diesen Mader-Bericht war der 30.04.2017.

Berichtsinhalte

Dieser Bericht orientiert sich am DNK sowie an den G4-Leitlinien der international als Standard anerkannten Global Reporting Initiative (GRI).

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.

Herausgeber

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

Text

Marina Griesinger,
Energieeffizienzmanagement

Inhalte

Stefanie Kästle,
Leiterin Energieeffizienzmanagement
Marina Griesinger,
Energieeffizienzmanagement

Grafische Umsetzung

Stefanie Köhncke,
Marketing

© 2017 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

Frau Stefanie Kästle, Leiterin Energieeffizienzmanagement
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

Berichtsprofil	
Berichtszeitraum	Geschäftsjahr 2015/2016
Erster Bericht	Geschäftsjahr 2013/2014
Berichtszyklus	Alle zwei Jahre
Richtlinie	Angelehnt an GRI G4 (Global Reporting Initiative)
Kontaktstelle	Frau Stefanie Kästle Leiterin Energieeffizienzmanagement Mader GmbH & Co. KG

