HANDELN UND WIRKEN

CR-BERICHT

2017

NORMA GROUP

Die NORMA Group ist ein internationaler Markt- und Technologieführer für hochentwickelte und standardisierte Verbindungstechnologie (Verbindungs-, Befestigungs-, und Fluid-Handling-Technologie) und beliefert mehr als 10.000 Kunden in über 100 Ländern mit über 40.000 qualitativ hochwertigen Produkten und Lösungen. Anwendung finden die Verbindungsprodukte der NORMA Group in zahlreichen Industrien und Endprodukten, unter anderem in Fahrzeugen, Schiffen, Zügen, Flugzeugen und Haushaltsgeräten, in Motoren und Wasserleitungen sowie in der Pharmaindustrie und Biotechnologie. Von ihrem Hauptsitz in Maintal bei Frankfurt am Main steuert die NORMA Group ein weltweites Netzwerk bestehend aus 27 Produktionsstätten und zahlreichen Vertriebsstandorten in Europa, Nord-, Mittel- und Südamerika sowie im asiatisch-pazifischen Raum.

INHALTSVERZEICHNIS

4

VORWORT DES VORSTANDS

5

DIE NORMA GROUP AUF EINEN BLICK

8

CR-STRATEGIE

Fünf zentrale Handlungsfelder 9
Steuerung von CR 9
Stakeholder und Wesentlichkeit 10
CR-Roadmap 2020 12
Bekanntheit von CR im Unternehmen 13

14

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

Strategischer Ansatz 15
Compliance und Menschenrechte 16
Responsible Marketing Policy 18
Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsratings 18
Fazit und Ausblick 19

20

PRODUKTLÖSUNGEN

Strategischer Ansatz 21
Qualität 21
Nachhaltigkeit im Einkauf 23
Innovation 24
Kundenzufriedenheit 26
Fazit und Ausblick 27

28

MITARBEITER

Strategischer Ansatz 29
Arbeitssicherheit und Gesundheit 30
Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung 31
Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit 33
Vielfalt und Chancengleichheit 34
Fazit und Ausblick 35

36

UMWELT

Strategischer Ansatz 37
Umweltmanagementsysteme 37
CO_2-Management bei der NORMA Group 38
Wasser in der Produktion 39
Ressourceneffizienz 40
Umweltwirkung der Produkte: Wasser und CO_2 41
Fazit und Ausblick 43

44

GESELLSCHAFT

Strategischer Ansatz 45
NORMA Clean Water 46
Corporate Volunteering 47
Engagement an den Standorten 48
Fazit und Ausblick 49

50

DATEN

Über diesen Bericht 51
Kennzahlen 53
GRI Content Index 59
Prüfvermerk 64
Impressum 66

VORWORT [GRI 102-12, 102-14]

SEHR GEEHRTE LESERINNEN UND LESER,

warum ist unternehmerische Verantwortung wichtig? Der Beitrag von Unternehmen wie der NORMA Group ist entscheidend, um wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Fortschritt zu sichern. Denn in Zeiten globaler Herausforderungen wie dem Klimawandel und der Verknappung natürlicher Ressourcen ist es unerlässlich, dass sich alle an der Suche nach Lösungen beteiligen – und damit selbstverständlich auch die NORMA Group.

Wie bereits in den vergangenen Jahren geht die NORMA Group diese Aufgabe systematisch an. Letztes Jahr haben wir daher in einer umfangreichen Analyse die für uns wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen geschärft. Damit einhergehend haben wir auch eine neue Corporate-Responsibility-Roadmap entwickelt, in der wir unsere Ansprüche mit messbaren Zielen bis 2020 konkretisieren.

Grundlage ist dabei die konsequente Einbindung aller Stakeholder-Gruppen der NORMA Group, deren Perspektiven wir in unsere unternehmerischen Entscheidungen einbeziehen. Deutlich wurde dies erneut bei unserem Stakeholder-Roundtable zum Thema Elektromobilität: Das Feedback der Teilnehmer aus Gesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft hilft uns, die NORMA Group für die Zukunft aufzustellen und die an uns gestellten Erwartungen zu berücksichtigen.

Dabei ist es uns wichtig, unsere Corporate-Responsibility-Maßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette umzusetzen, sei es in Form eines nachhaltigeren Lieferantenmanagements, umweltfreundlicherer Prozesse in unserer Produktion oder des Beitrags unserer Produkte zur Reduktion von Emissionen und dem effizienteren Umgang mit Wasser.

Darüber hinaus haben wir im vergangenen Jahr erneut in den Gemeinden in der Nachbarschaft unserer Werke einen Beitrag geleistet. Dies geschah zum einen durch das vielfältige Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Am NORMA Help Day beispielsweise unterstützten Hunderte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit soziale Projekte vor Ort. Auf Konzernebene haben wir zum anderen unser Leuchtturmprojekt NORMA Clean Water in Indien abgeschlossen und ein Folgeprojekt in Brasilien gestartet. Im Fokus steht dabei erneut der Zugang zu und verantwortungsvolle Umgang mit sauberem Trinkwasser.

Unser Selbstverständnis drücken wir seit diesem Jahr auch in der Unterzeichnung der zehn Prinzipien des UN Global Compact aus. Wir wollen auf diese Weise nicht nur unser Bekenntnis in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitnehmer, Umwelt und Anti-Korruption verdeutlichen – die Prinzipien sind für uns gleichzeitig auch Ansporn, die Nachhaltigkeitsleistung der NORMA Group weiter gezielt zu verbessern.

Der vorliegende Bericht stellt Ihnen die Ergebnisse unserer Tätigkeiten im Bereich Corporate Responsibility im vergangenen Jahr vor. Die Erfolge, die wir dabei als Unternehmen vorweisen können, basieren auf dem Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihnen gilt daher unser ausdrücklicher Dank!

Bitte betrachten Sie diesen Bericht auch als Möglichkeit, mit uns in den Dialog zu treten – wir freuen uns auf Ihre Anregungen!

Ihr Vorstand

Bernd Kleinhens
Vorstandsvorsitzender (CEO)

Dr. Michael Schneider
Finanzvorstand (CFO)

NORMA GROUP AUF EINEN BLICK

Geschäftsmodell

[GRI 102-07, 103]

Die NORMA Group ist ein internationaler Markt- und Technologieführer für hochentwickelte und standardisierte Verbindungstechnologie (Verbindungs-, Befestigungs- und Fluid-Handling-Technologie). Mit ihren 27 Produktionsstandorten und zahlreichen Vertriebsniederlassungen verfügt die Gruppe über ein globales Netzwerk, über das sie mehr als 10.000 Kunden in über 100 Ländern beliefert. Zum Produktportfolio der NORMA Group zählen mehr als 40.000 qualitativ hochwertige Verbindungsprodukte und -lösungen in den drei Produktkategorien Befestigungsschellen (CLAMP), Verbindungselemente (CONNECT) sowie Fluidsysteme und Steckverbindungen (FLUID). Die Produkte der NORMA Group kommen industrieübergreifend in zahlreichen Anwendungen zum Einsatz und unterscheiden sich je nach Kundenanforderungen hinsichtlich ihrer Spezifikationen.

Eine hohe Kundenzufriedenheit bildet das Fundament des nachhaltigen Erfolgs der NORMA Group. Ausschlaggebend hierfür sind die kundenspezifischen Systemlösungen des Unternehmens sowie die globale Verfügbarkeit der Produkte bei verlässlicher Qualität und Liefertreue.

Durch die Eröffnung neuer Werke und Kompetenzzentren sowie gezielte Akquisitionen konnte die NORMA Group ihre internationale Präsenz in den vergangenen Jahren deutlich ausweiten und gleichzeitig ihre Vertriebswege optimieren sowie die Zusammenarbeit mit lokalen Kunden vertiefen.

Produktportfolio und Anwendungen

[GRI 102-02, 102-06]

Die Produkte der NORMA Group lassen sich im Wesentlichen in die drei Produktkategorien Befestigungsschellen (CLAMP), Verbindungselemente (CONNECT) sowie Fluidsysteme und Steckverbindungen (FLUID) unterteilen.

Im Bereich CLAMP handelt es sich um Schellenprodukte, die aus unlegierten Stählen oder Edelstahl hergestellt und vorwiegend zur Verbindung und Abdichtung von Elastomerschläuchen verwendet werden.

Die Verbindungsprodukte (CONNECT) umfassen Verbindungen aus unlegierten Stählen oder Edelstahl, die zum Teil mit Elastomer- oder Metalldichtungen versehen sind und als Verbindungs- und Dichtungselemente für Metall- und Thermoplastrohre zum Einsatz kommen.

Die FLUID-Produkte sind ein- oder mehrschichtige thermoplastische Steckverbindungen und Fluid-Handling-Systeme, die zu kürzeren Montagezeiten führen, einen sicheren Durchlauf von Flüssigkeiten oder Gasen gewährleisten und teilweise herkömmliche Produkte wie Elastomerschläuche ersetzen. Darüber hinaus umfasst das Produktsortiment im Bereich FLUID Lösungen für Anwendungen in den Bereichen Regenwassermanagement und Landschaftsbewässerung sowie Verbindungskomponenten für Infrastrukturlösungen im Wasserbereich.

Die hochentwickelte Verbindungstechnologie der NORMA Group kommt überall dort zum Einsatz, wo Leitungen, Rohre, Schläuche oder andere Systeme miteinander verbunden werden müssen. Neben der Automobil-, der Nutzfahrzeug- und der Luftfahrtindustrie ist die NORMA Group auch im Baugewerbe und Maschinenbau, in der Pharmazeutik und Biotechnologie, in der Landwirtschaft sowie in der Trinkwasser- und Bewässerungsindustrie und weiteren Branchen aktiv. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 49

PRODUKTIONS- UND DISTRIBUTIONSSTANDORTE DER NORMA GROUP

[GRI 102-04]

EMEA	P	D
Deutschland	•	•
Frankreich	•	•
Italien		•
Niederlande		•
Polen	•	•
Portugal	•	•
Russland	•	•
Schweden	•	•

	P	D
Schweiz	•	•
Serbien	•	
Spanien		•
Tschechische Republik	•	
Türkei		•
Vereinigtes Königreich	•	•

Amerika	P	D
Brasilien	•	•
Mexiko	•	•
USA	•	•

Asien-Pazifik	P	D
Australien		•
China	•	•
Indien	•	•
Indonesien		•
Japan		•

	P	D
Malaysia	•	•
Singapur		•
Südkorea		•
Thailand		•

P = Produktionsstandorte
D = Distributions- und Vertriebsstandorte

Die durch PwC geprüften Angaben, die insgesamt den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht bilden, sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text markiert.

Zwei komplementäre Vertriebswege

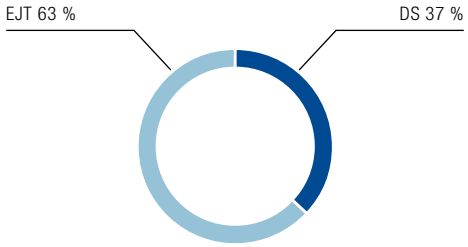
Die NORMA Group beliefert ihre Kunden über zwei Vertriebswege,

- Engineered Joining Technology – EJT und
- Distribution Services – DS.

Die beiden Vertriebswege unterscheiden sich hinsichtlich des Spezifikationsgrades der Produkte, überlappen sich jedoch in der Produktion und Entwicklung, was Kostenvorteile ermöglicht und Qualitätssicherheit gewährleistet.

Der Bereich EJT umfasst hochentwickelte, auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden zugeschnittene Verbindungstechnologie und zeichnet sich insbesondere durch enge Entwicklungspartnerschaften mit Erstausrüstern (Original Equipment Manufacturer, OEM) aus. Über ihren Vertriebsservice (DS) vermarktet die NORMA Group ein breites Portfolio qualitativ hochwertiger, standardisierter Markenprodukte. Dabei nutzt sie neben dem eigenen globalen Vertriebsnetz auch Multiplikatoren wie Handelsvertreter, Händler und Importeure. Weitere Informationen zu unseren Vertriebswegen finden Sie im Geschäftsbericht. → GESCHÄFTSBERICHT S. 49

UMSATZ NACH VERTRIEBSWEGEN 2017



Rechtliche Unternehmensstruktur

[GRI 102-01, 102-03, 102-05, 102-07, 102-08, 102-45]

In der NORMA Group arbeiteten zum Jahresende 2017 7.667 Mitarbeiter, davon 1.552 Leiharbeitnehmer. Die NORMA Group SE ist die Muttergesellschaft des NORMA Group-Konzerns. Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Maintal in der Nähe von Frankfurt am Main in Deutschland. Die NORMA Group SE fungiert als gesellschaftsrechtliche Holding der Gruppe. Sie ist für die strategische Führung der Geschäftsaktivitäten verantwortlich. Die NORMA Group SE ist zum 31. Dezember 2017 direkt oder indirekt an 47 Gesellschaften beteiligt, die zum NORMA Group-Konzern gehören und voll konsolidiert werden. Weitergehende Informationen, etwa zur Strukturierung unserer Zentralfunktionen, finden Sie im Geschäftsbericht. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 47

Konzernführung

[GRI 102-18, GRI 102-19, GRI 102-23]

Die NORMA Group SE verfügt über ein duales System aus Vorstand und Aufsichtsrat. Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung und wird durch den Aufsichtsrat beraten und überwacht. Detaillierte Informationen zur Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie deren Aufgabenverteilung untereinander können dem Corporate-Governance-Bericht entnommen werden. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 38 Informationen zu Vergütungsstrukturen finden Sie im Vergütungsbericht für Vorstand und Aufsichtsrat. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 97

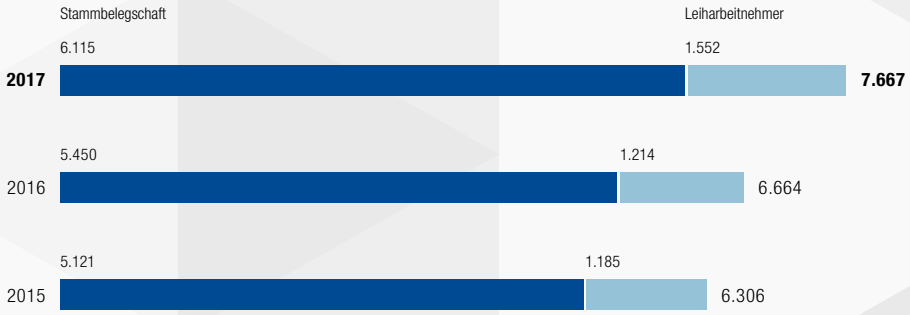
Operative Segmentierung nach Regionen

Die Strategie der NORMA Group ist unter anderem auf regionale Wachstumsziele ausgerichtet. Um diese zu erreichen, wird das operative Geschäft in den drei Regionalsegmenten EMEA, Amerika und Asien-Pazifik geführt. Alle drei Regionen verfügen über vernetzte regionale und unternehmensübergreifende Organisationen mit unterschiedlichen Funktionen. Aus diesem Grund ist das gruppeninterne Berichts- und Kontrollsystem des Managements stark regional geprägt.

Markt- und Wettbewerbsumfeld

Mit ihren Produkten bietet die NORMA Group Lösungen für zahlreiche industrielle Anwendungen. Ihre Kompetenz erstreckt sich dabei sowohl auf metallbasierte Verbindungslösungen und -produkte (CLAMP und CONNECT) als auch auf thermoplastische Materialien (FLUID). Durch die einzigartige Kombination von Know-how sowohl in der Metall- als auch in der Kunststoffverarbeitung und die breite Diversifizierung des Produktportfolios kann die

PERSONALENTWICKLUNG IN DER NORMA GROUP



NORMA Group ihren Kunden eine große Palette an Lösungen für unterschiedliche Problemstellungen aus einer Hand bieten. Dadurch grenzt sie sich von ihren überwiegend auf einzelne Produktgruppen spezialisierten Wettbewerbern ab.

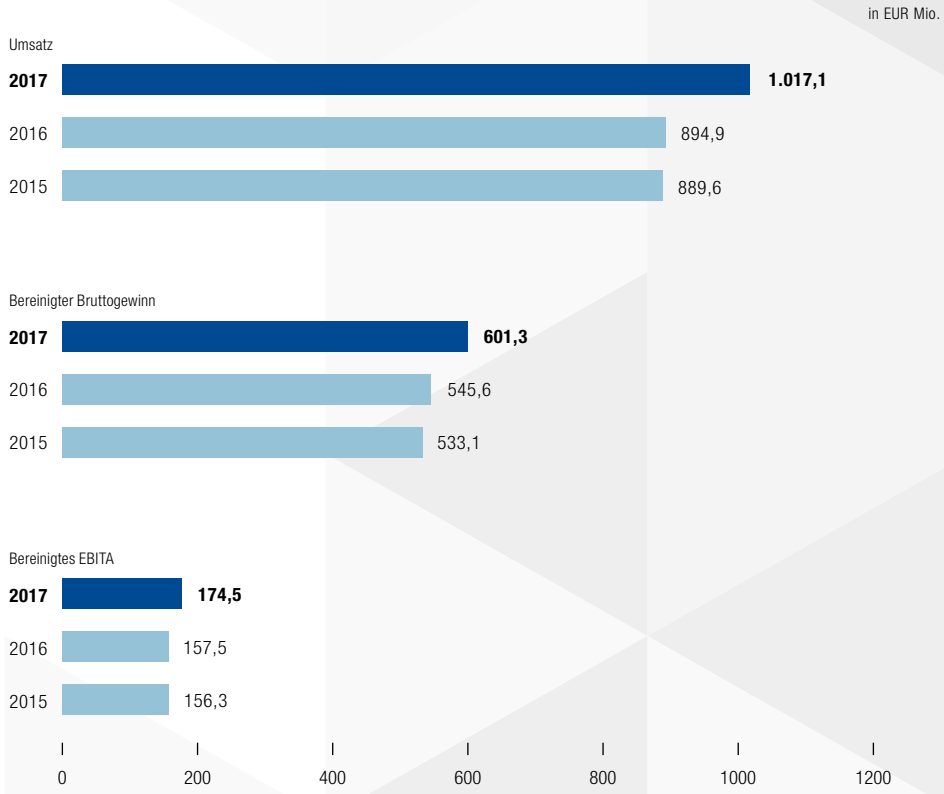
Wesentliche Veränderungen

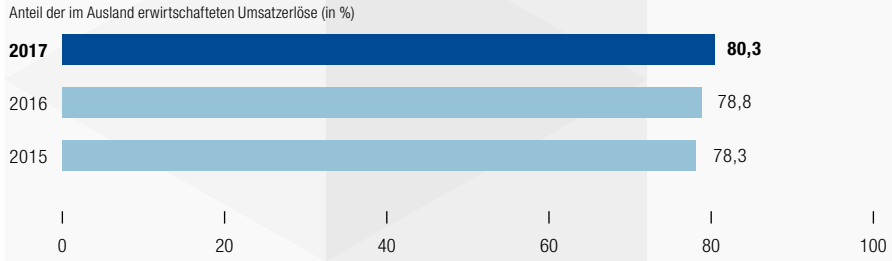
[GRI 102-10]

Im Januar 2017 hat die NORMA Group den Schellenproduzenten Lifial – Indústria Metalúrgica de Águeda, Lda. („Lifial") – übernommen. Lifial, mit Sitz in Águeda in Portugal, produziert Metallschellen zur Anwendung in der Industrie und Landwirtschaft. Das Unternehmen beschäftigt rund 100 Mitarbeiter und vertreibt seine Handelsmarken-Produkte an Kunden in Europa und Nordafrika. Das Unternehmen wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2017 in den Konsolidierungskreis aufgenommen.

Im 2. Quartal 2017 erwarb die NORMA Group über die Holding-Gesellschaft der Region Asien-Pazifik (NORMA Group Asia Pacific Holding Pte.) 80 % der Anteile an der neu gegründeten Fengfan Fastener (Shaoxing) Co., Ltd. („Fengfan") mit Sitz in Shaoxing City, China. Fengfan stellt Verbindungsprodukte aus Edelstahl, Nylon und Spezialstoffen her. Das Portfolio umfasst unter anderem Kabelbinder, Befestigungselemente und speziell beschichtete, feuerfeste Textilien. Fengfan wurde mit Wirkung zum 18. Mai 2017 in den Konsolidierungskreis aufgenommen. Kennzahlen aus den Bereichen Arbeitssicherheit und Umwelt werden seit Oktober 2017 berichtet.

FINANZKENNZAHLEN





CR-STRATEGIE

Unternehmensverantwortung muss von jedem Mitarbeiter der NORMA Group gelebt werden. Das Management hat dazu eine langfristige Corporate-Responsibility-Strategie für alle Standorte und Mitarbeiter auf den Weg gebracht.

CR-STRATEGIE

CR-STRATEGIE

Fünf zentrale Handlungsfelder 9
Steuerung von CR 9
Stakeholder und Wesentlichkeit 10
CR-Roadmap 2020 12
Bekanntheit von CR im Unternehmen 13

Die durch PwC geprüften Angaben, die insgesamt den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht bilden, sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text markiert.

FÜNF ZENTRALE HANDLUNGSFELDER

Seit dem Jahr 2012 setzt die NORMA Group Corporate Responsibility (CR) systematisch um. Von diesem Zeitpunkt an bilden das CR-Leitbild und die CR-Handlungsfelder die Grundlage für die Steuerung von Nachhaltigkeitsthemen in unserem Unternehmen. Entsprechend strukturieren wir auch den vorliegenden Bericht anhand dieser Handlungsfelder.

Unser CR-Leitbild gilt für die gesamte NORMA Group. Es umfasst fünf zentrale Handlungsfelder und definiert unser Grundverständnis von Verantwortung als Unternehmen. Es beschreibt unseren strategischen Ansatz mit dem Ziel, die unternehmerische Verantwortung der NORMA Group strukturiert zu koordinieren und gezielt weiterzuentwickeln.

STEUERUNG VON CR

CR-Strategie schafft die Grundlage für verantwortungsvolles Handeln

Unternehmerische Verantwortung bedeutet für uns, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit mit den Anforderungen der Gesellschaft in Einklang zu bringen. Bereits mit unseren Produkten leisten wir einen wertvollen Beitrag zu einer nachhaltigeren Gesellschaft, da sie zu einer Reduzierung der negativen Folgen globaler Megatrends beitragen. Unsere CR-Strategie bildet die Basis für unser verantwortungsvolles Handeln und transparentes Wirtschaften.

Um unsere CR-Maßnahmen strategisch auszurichten und weiterzuentwickeln, haben wir eine CR-Roadmap aufgesetzt, die für jedes Handlungsfeld konkrete Ziele enthält. → CR-ROADMAP 2020

DIE FÜNF CR-HANDLUNGSFELDER DER NORMA GROUP

Die jeweiligen Fachbereiche sind dafür verantwortlich, diese CR-Ziele mit Maßnahmen zu hinterlegen und umzusetzen. Für die wesentlichen CR-Themen werden Guidelines und Managementansätze entwickelt. So können diese verlässlich und international standardisiert umgesetzt werden. Dabei verwenden wir vorhandene Managementsysteme, erweitern sie, sofern erforderlich, oder bauen sie neu auf. Die gruppenweiten Ansätze werden durch national angepasste, dezentrale Maßnahmen ergänzt. Ob CR-Themen gruppenweit oder dezentral gesteuert und umgesetzt werden, hängt davon ab, wie die jeweiligen CR-Ziele möglichst wirksam erreicht werden können.

Verankerung von CR auf höchster Managementebene

[GRI 102-18, 102-20]

Um CR in der gesamten NORMA Group zu institutionalisieren, ist eine abteilungs- und standortübergreifende Steuerung wichtig und notwendig. 2012 wurde daher ein CR-Steuerungskreis (CR Steering Committee) gegründet. Die Verankerung direkt beim Vorstand untermauert die hohe Relevanz dieses Themas für unser Unternehmen. Im CR-Steuerungskreis sind alle relevanten Bereiche auf Gruppenebene vertreten. Dazu zählen unter anderem die verantwortlichen Führungskräfte für Einkauf, Produktion, Human Resources, Investor Relations, Recht und Compliance.

Der CR-Steuerungskreis trifft sich zweimal pro Jahr. Seine wichtigste Aufgabe ist es, die allgemeine CR-Positionierung und die strategische CR-Ausrichtung der NORMA Group weiterzuentwickeln. Darüber hinaus werden Maßnahmen abteilungsübergreifend abgestimmt sowie der Stand der Zielerreichung bei zentralen CR-Aufgaben bewertet. Koordiniert wird die Abstimmung der Abteilungen durch unsere CR-Officers, die direkt an den verantwortlichen Vorstand berichten. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 39

STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT

Enger Austausch mit Stakeholdern

[GRI 102-21, 102-40, 102-43, 102-44]

Die NORMA Group versteht sich als transparentes und offenes Unternehmen. Wir suchen gezielt und proaktiv den Austausch mit unseren internen und externen Stakeholdern. So können wir den kontinuierlichen Verbesserungsprozess, der für die gesamte NORMA Group gilt, auch im Bereich Corporate Responsibility effektiv umsetzen. Wir sehen es als Teil unserer verantwortungsvollen Unternehmensführung, die Interessen der Stakeholder und die Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit auf die Anspruchsgruppen in unsere wesentlichen Entscheidungen einfließen zu lassen. Insbesondere bei der strategischen Ausrichtung ist uns ein offener und wertschätzender Umgang mit den Erwartungen der Stakeholder wichtig.

Ein wichtiges Format für den aktiven Austausch mit Stakeholdern zu CR-Themen ist für die NORMA Group die jährliche Durchführung eines Stakeholder-Roundtables. Bereits in den Jahren 2015 und 2016 hat die NORMA Group in diesem Rahmen zum Austausch eingeladen; damals standen die „CR-Roadmap 2018“ bzw. „Nachhaltigkeit in der Lieferkette“ im Fokus. Der dritte Stakeholder-Roundtable zur unternehmerischen Verantwortung am 7. September 2017 konzentrierte sich auf „Elektromobilität bei der NORMA Group“ (siehe Darstellung rechts). Auch in den kommenden Jahren soll der Stakeholder-Roundtable weitergeführt

DIE STAKEHOLDER DER NORMA GROUP

STAKEHOLDER-ROUNDTABLE: E-MOBILITY BEI DER NORMA GROUP

Der Abgasskandal, mögliche Fahrverbote für Dieselfahrzeuge, das Aufkommen alternativer Antriebe und autonomes Fahren – die Automobilindustrie befindet sich im Umbruch. Das betrifft auch Unternehmen wie die NORMA Group, die verschiedene Produkte an Hersteller von Kraftfahrzeugen liefert. Um sich über mögliche Auswirkungen dieses Umbruchs auszutauschen, lud die NORMA Group im September 2017 Experten aus Wissenschaft, Verbänden, Politik und Industrie nach Frankfurt ein. Im Fokus: das Thema Elektromobilität.

Dabei legte die NORMA Group den Teilnehmern ihren Blick auf das Thema Elektromobilität dar und stellte zudem die interne E-Mobility-Strategie vor, die anschließend diskutiert wurde. Die Teilnehmer würdigten dabei den vorausschauenden Weg der NORMA Group und ermutigten uns, diesen fortzusetzen. Gleichzeitig formulierten die Experten auch ihre Erwartungen und gaben Empfehlungen für weitere Maßnahmen, wie etwa eine verstärkte Kooperation mit der Wissenschaft oder Dienstleistern im Automobilsektor.

werden, mit mindestens einer Dialogveranstaltung pro Jahr.

Neue Wesentlichkeitsanalyse erarbeitet

[GRI 102-15, 102-42, 102-46, 102-49]

Im vergangenen Jahr hat die NORMA Group erneut eine ausführliche Analyse durchgeführt, um die für uns wesentlichen sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeitsthemen zu definieren.

Grundlage dieser Wesentlichkeitsanalyse bildeten die Empfehlungen der Global Reporting Initiative (GRI): Zunächst haben wir eine umfangreiche Liste an CR-Themen erstellt, aufbauend auf Themen der vorangegangenen Wesentlichkeitsanalyse aus dem Jahr 2015 sowie auf relevanten Standards und Richtlinien wie der Global Reporting Initiative (GRI), den Sustainable Development Goals (SDGs) und dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG). Anschließend wurden die Themen aggregiert und insgesamt 40 Themenbereiche identifiziert, die in die fünf CR-Handlungsfelder der NORMA Group aufgeteilt wurden. Zu den einzelnen Themenbereichen wurden eine Impact-Bewertung und eine Relevanzbewertung vorgenommen.

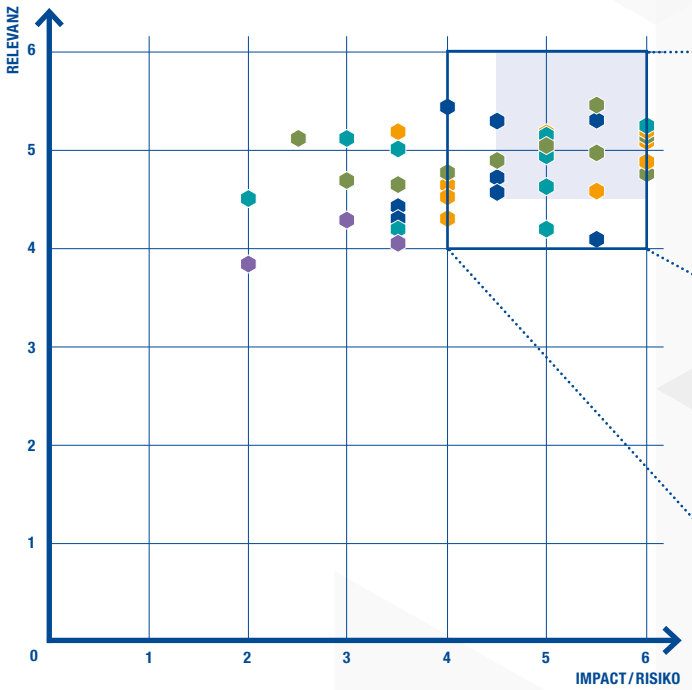
Bei der Impact-Bewertung ging es konkret um die Bewertung der Auswirkungen, die die NORMA Group auf die verschiedenen Themenfelder hat. Bei der Betrachtung wurden positive und negative Auswirkungen gleichermaßen berücksichtigt. Ergänzt wurde diese Einschätzung durch eine Bewertung hinsichtlich der Risiken, die sich in Bezug auf die Themenfelder für die NORMA Group ergeben. Hierbei wurde auf sogenannte Bruttorisiken abgestellt, also solche Risiken, mit denen die NORMA Group konfrontiert ist, falls keine geeigneten Gegenmaßnahmen umgesetzt werden. Beide Bewertungen erfolgten in internen Workshops mit Experten der entsprechenden Fachbereiche.

Für die Relevanzbewertung wurde ein Fragebogen von jeweils über 30 internen und externen Stakeholdern ausgefüllt. Die Befragten gaben dabei an, in welchem Ausmaß ein Thema ihre Bewertung der NORMA Group beeinflusst (von „irrelevant“ bis „sehr relevant“). Die Auswahl der Teilnehmer erfolgte auf Basis von Vorschlägen der Fachabteilungen und schloss alle zentralen Stakeholder-Gruppen ein.

Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse wurden aggregiert und anschließend priorisiert. Das Ergebnis dieses Prozesses ist in der abgebildeten Wesentlichkeitsmatrix im Überblick dargestellt. Zu Beginn eines jeden Kapitels werden die Themen des Handlungsfeldes sowie ihre Wesentlichkeit zudem im Detail dargestellt.

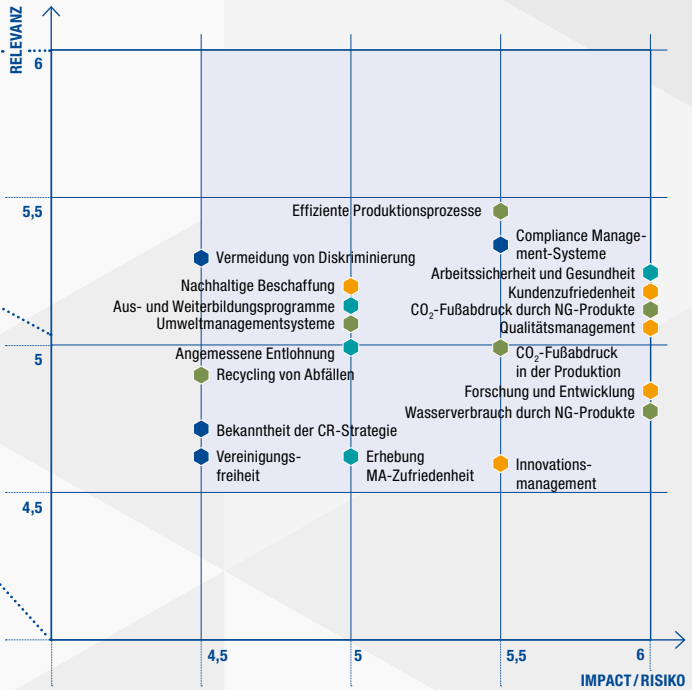
Die als wesentlich identifizierten Themen werden das CR-Management der NORMA Group in den kommenden Jahren prägen. Auf die Wesentlichkeitsanalyse folgend wurde im vergangenen Jahr bereits die CR-Roadmap 2020 der NORMA Group definiert. → CR-ROADMAP 2020 Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse sind außerdem der Rahmen für die inhaltliche Gestaltung des vorliegenden CR-Berichts sowie des internen Reportings.

ERGEBNISSE DER WESENTLICHKEITSANALYSE



WESENTLICHE CR-THEMEN

[GRI 102-47]



CR-ROADMAP 2020

CR-Roadmap bis 2020 festgelegt

[GRI 102-44]

Die CR-Roadmap hat sich bei der NORMA Group als strategisches Steuerungsinstrument bereits in den vergangenen Jahren bewährt. Sie spiegelt zum einen die hohen Ambitionen wider, die die NORMA Group hinsichtlich ihrer unternehmerischen Verantwortung verfolgt, legt gleichzeitig aber auch objektiv messbare Ziele fest. Damit ist die Roadmap auch ein Gradmesser für unsere Leistungen im Bereich Corporate Responsibility: Der Fortschritt in den Themenfeldern der Roadmap wird regelmäßig intern überprüft und extern berichtet. Die Ziele, die wir uns für das Jahr 2017 gesetzt hatten, haben wir weitgehend erreicht und teilweise sogar übertroffen. Dies betrachten wir als großen Erfolg, auf dem wir uns jedoch nicht ausruhen wollen.

Für den Zeitraum bis 2020 hat die NORMA Group nun eine neue CR-Roadmap auf den Weg gebracht. Die Struktur der Roadmap orientiert sich wie schon in den vergangenen Jahren an unseren fünf zentralen Handlungsfeldern. Den konkreten Bezugsrahmen bilden wiederum die Themen, die wir in der Wesentlichkeitsanalyse als besonders relevant identifiziert haben. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass sich unsere Ziele auch an den Erwartungen unserer Stakeholder orientieren. → STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT Die Festlegung der Ziele erfolgte im CR Steering Committee unter Teilnahme der verantwortlichen Führungskräfte und wurde vom Vorstand bestätigt.

	UNSER KERNZIEL FÜR 2020	UNSER ZIELWERT FÜR 2020
VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN	Die NORMA Group wird in ihrer gesamten Geschäftstätigkeit als verantwortungsvoll handelndes Unternehmen wahrgenommen.	Durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen in Surveys und Ratings zu Aktionen und Maßnahmen, die sich auf verantwortungsvolles Handeln der Unternehmensgruppe beziehen.
PRODUKTLÖSUNGEN	Die NORMA Group verbessert bzw. festigt ihre Marktposition unter Berücksichtigung nachhaltiger Geschäftspraktiken und -beziehungen.	Bis Ende 2018 Marktführer in allen für die NORMA Group relevanten Geschäftsbereichen.
MITARBEITER	Die NORMA Group ist ein attraktiver Arbeitgeber für ihre Mitarbeiter und wird sich auch künftig die besten Talente sichern. Das erreicht die NORMA Group, indem sie ihre Mitarbeiter dafür begeistert, ihre Werte und Vision zu teilen und zu leben.	Die insgesamt in der Mitarbeiterbefragung (ESS) ermittelte Mitarbeiterzufriedenheit wird verbessert (Zufriedenheitswert ESS 2017 liegt bei 2,74 auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 7 (sehr schlecht)).
UMWELT	Die NORMA Group reduziert die Umweltauswirkungen ihrer Produktionsprozesse kontinuierlich und systematisch.	Spätestens bis 2018 und dann fortlaufend sind weltweit 100 % der Produktionsstandorte der NORMA Group nach ISO 14001 zertifiziert.
GESELLSCHAFT	Die NORMA Group positioniert sich als ein verantwortungsvoller Partner in der Gesellschaft.	Durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen des gesellschaftlichen Engagements in Stakeholder-Befragungen.

BEKANNTHEIT VON CR IM UNTERNEHMEN

Kontinuierlicher Austausch mit externen Stakeholdern sorgt für Transparenz

Mit unseren verschiedenen Stakeholder-Gruppen wollen wir jederzeit transparent und offen kommunizieren. Ein kontinuierlicher Austausch mit ihnen über diverse Kanäle ist von zentraler Bedeutung, um unser Handeln strategisch noch besser ausrichten zu können. So laden wir zum Beispiel zu Hintergrundgesprächen und unserem jährlich stattfindenden Stakeholder-Roundtable ein. Darüber hinaus nehmen wir an Konferenzen, Workshops und Branchentreffen teil und treten so in den persönlichen Austausch mit unseren Stakeholdern.

Transparenz gegenüber der Finanz- und CR-Community erreichen wir zudem, indem wir beispielsweise den Geschäftsbericht, den CR-Bericht sowie Pressemitteilungen veröffentlichen. Auch auf unserer Website und den Social-Media-Kanälen der NORMA Group stellen wir kontinuierlich Informationen zu den Aktivitäten unseres Unternehmens zur Verfügung. Durch die hohe Transparenz hinsichtlich unserer Aktivitäten in den Bereichen Unternehmensführung, Umwelt und Soziales wollen wir das Verständnis für unser Handeln und das Vertrauen in die NORMA Group steigern.

Interne CR-Kommunikation über verschiedene Kanäle

Erfolgreich umgesetzte Maßnahmen im Bereich unternehmerischer Verantwortung – sei es in den Bereichen Qualität, Umwelt, Compliance oder vielen weiteren – sind von dem Beitrag und dem Engagement jedes einzelnen Mitarbeiters abhängig. Nur wenn jeder einen Beitrag leistet, können wir als Unternehmen erfolgreich und nachhaltig wirtschaften.

Es ist daher unser Ziel, unsere Mitarbeiter für nachhaltiges Handeln in ihrem Arbeitsalltag zu gewinnen. Die Ziele der CR-Roadmap werden über die für die CR-Themen verantwortlichen Abteilungen an alle Standorte kommuniziert. CR findet bei der NORMA Group nicht in einem Silo statt, sondern wird von Beginn an in den Arbeitsalltag integriert. Auch nach innen kommunizieren wir transparent über unsere Unternehmensziele und vielfältigen Maßnahmen im CR-Bereich. Dazu nutzen wir vor allem die internen Kanäle wie das Mitarbeitermagazin LET'S CONNECT und das Intranet. Unsere Mitarbeiter in den Produktionsstätten, die keinen Zugriff auf das Intranet haben, informieren wir zusätzlich über Aushänge.

Die Kommunikation nach außen wie auch nach innen wird über Social-Media- und Blog-Beiträge abgerundet. Auf lokaler Ebene werden Kommunikationsmaßnahmen etwa durch die Beauftragten für Umweltschutz und Arbeitssicherheit und die lokalen Compliance-Officers umgesetzt. Maßnahmen wie der Diversity Day, der NORMA Help Day oder das Projekt NORMA Clean Water sollen Verständnis für aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen schaffen und die Mitarbeiter zum eigenen Engagement anregen. → DIVERSITY DAY → CORPORATE VOLUNTEERING

Erfolg von Maßnahmen wird regelmäßig überprüft

In der Mitarbeiterbefragung des vergangenen Jahres wurde erstmals die Bekanntheit von Corporate Responsibility im Unternehmen erfasst. Fast 80 % unserer Mitarbeiter stimmten zu, dass sie das Regelwerk zur Unternehmensverantwortung sowie die damit verbundenen Ziele der NORMA Group kennen. Es ist unser Anspruch, dass alle Mitarbeiter mit unserer CR-Policy und den übergreifenden Zielen vertraut sind. In einem nächsten Schritt wollen wir die Bekanntheit von CR in der kommenden Mitarbeiterbefragung, die im Jahr 2020 durchgeführt wird, auf mindestens 85 % erhöhen.

„VIELFALT INS UNTERNEHMEN TRAGEN" – DAS MITARBEITERMAGAZIN DER NORMA GROUP

Das Mitarbeitermagazin LET'S CONNECT erscheint dreimal im Jahr in neun Sprachen und wird an allen Standorten der NORMA Group verteilt. Die LET'S CONNECT trägt dabei auf verschiedene Art und Weise Nachhaltigkeitsthemen in die Belegschaft.

Das Mitarbeitermagazin informiert unter anderem über neueste Aktivitäten der NORMA Group im Bereich Corporate Responsibility. In der Rubrik „Angepackt" steht zudem das ehrenamtliche Engagement von Einzelnen im Fokus: Besonders engagierte Mitarbeiter werden porträtiert und ihre Projekte vorgestellt.

Vielfalt ist ein Kernelement des Magazinkonzepts: „Wir nehmen unsere Kollegen mit auf eine Reise an andere Standorte, in andere Länder und Kulturen", sagt Alexandra Lipkowski, Interim Vice President Group Communications. „So zeigen wir, wie vielfältig die Welt der NORMA Group ist und schaffen Brücken zwischen den Mitarbeitern weltweit."

VERANTWORTUNGS-VOLLES HANDELN

Als internationaler Hersteller von hochentwickelter Verbindungstechnik für Kunden aus unterschiedlichsten Branchen sehen wir es als unsere Verpflichtung an, unser Handeln und die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit mit den Erwartungen der Gesellschaft in Einklang zu bringen.

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

VERANTWORTUNGS-
VOLLES HANDELN

Strategischer Ansatz 15
Compliance und Menschenrechte 16
Responsible Marketing Policy 18
Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsratings 18
Fazit und Ausblick 19

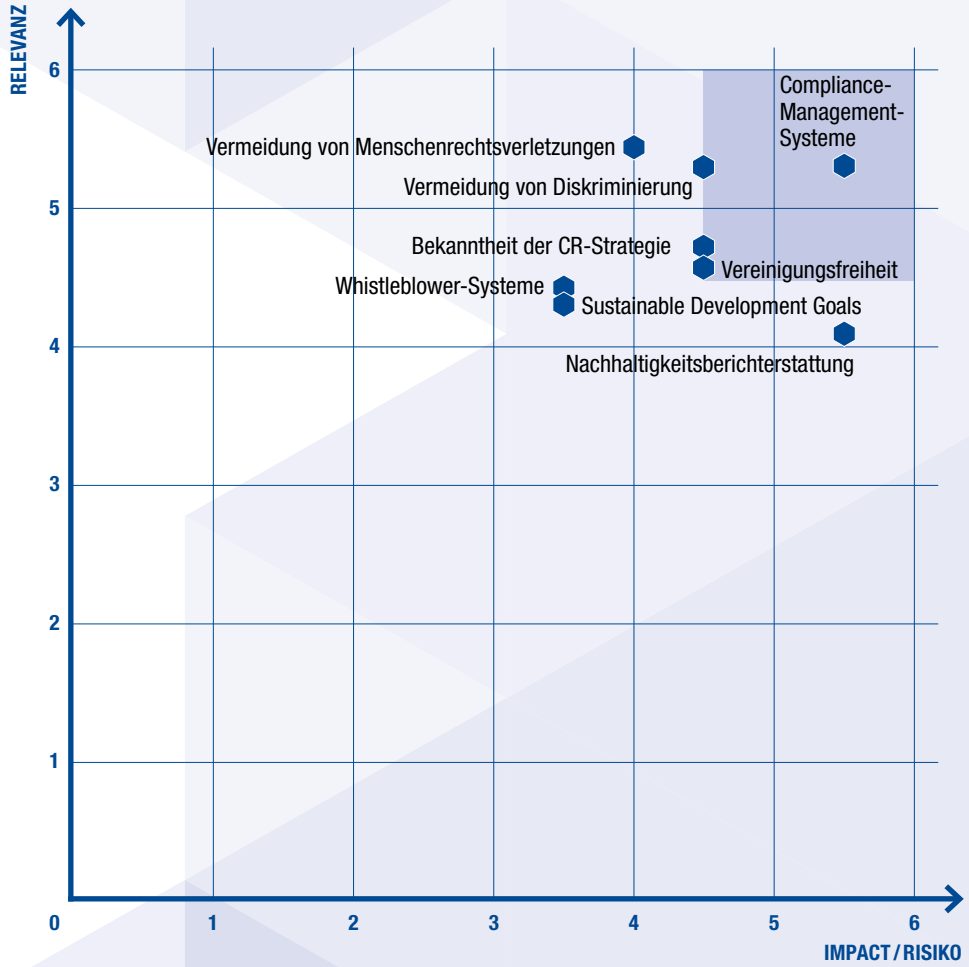
Die durch PwC geprüften Angaben, die insgesamt den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht bilden, sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text markiert.

STRATEGISCHER ANSATZ

Verantwortungsvolles Handeln ist unser Grundprinzip

Verantwortung, Ehrlichkeit und gegenseitiger Respekt – sowohl vonseiten der Unternehmensführung und unseren Mitarbeitern als auch von der NORMA Group gegenüber unseren Geschäftspartnern – prägen unsere Unternehmenskultur. Wir sind uns unserer Verantwortung für Arbeitnehmer, Kunden und Lieferanten sowie unseres gesellschaftlichen und ökologischen Umfelds bewusst.

Die NORMA Group erwartet von ihren Führungskräften und Mitarbeitern, dass sie nicht nur die bestehenden Gesetze und Vorschriften einhalten, sondern auch wichtige ethische Normen respektieren. Wegweisenden Charakter besitzen dabei insbesondere die Compliance-Richtlinien der NORMA Group. Um diese Anforderungen zu erfüllen, haben wir entsprechende Systeme, unter anderem Compliance- und Risikomanagementsysteme, aufgebaut und entwickeln diese kontinuierlich weiter.



NORMA Group bekennt sich zu internationalen Menschenrechten und Vielfalt

[GRI 102-41, 406-01, 407-01, 408-01; 409-01, 412-01, 419-1]

Im Rahmen unserer Aktivitäten dulden wir keine Compliance-Verstöße, wie zum Beispiel Menschenrechtsverletzungen, Verletzungen des Rechts auf Vereinigungsfreiheit und jegliche Form von Diskriminierung.

In jedem Bereich unserer Geschäftstätigkeit werden die internationalen Menschenrechte respektiert. Die NORMA Group lehnt jede Form der Zwangs-, Pflicht- und Kinderarbeit ab. Dabei werden die ILO-Konventionen Nummer 138 und 182 als Mindeststandard zum Schutz vor Kinderarbeit anerkannt. Wir bekennen uns dazu, Sklaverei und Menschenhandel im Hinblick auf unsere Geschäftsaktivitäten zu verhindern.

Wir erkennen ebenso das Recht unserer Mitarbeiter an, Gewerkschaften beizutreten und Arbeitnehmervertretungen zu gründen. Wir lehnen Diskriminierung, etwa aufgrund von ethnischer Herkunft, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Religion ab. Grundsätzlich unterstützt die NORMA Group Maßnahmen, welche die Vielfalt im Unternehmen fördern.

→ VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Im Jahr 2017 gab es keine gerichtlich festgestellten Fälle von Diskriminierungen oder Verletzungen der Vereinigungsfreiheit durch die NORMA Group. Insgesamt wurde die NORMA Group in keinem Fall dazu verpflichtet, wesentliche Bußgelder aufgrund der Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften zu zahlen.

Wir nehmen unsere Verantwortung auch entlang der Wertschöpfungskette wahr. So verpflichten wir unsere Lieferanten, in ihren Wertschöpfungsketten die Menschenrechte zu respektieren und einzuhalten. Aufgrund der Größe und Komplexität der Wertschöpfungskette sind Menschenrechtsverletzungen jedoch nicht grundsätzlich auszuschließen, denn über die direkten Geschäftspartner hinaus hat die NORMA Group nur beschränkt Einfluss auf die Einhaltung der Mindeststandards. Wenn wir erfahren, dass unsere Geschäftspartner Menschenrechtsverletzungen begehen oder dulden, beenden wir die Geschäftsbeziehung. Bei Verstößen von Mitarbeitern ergreifen wir Maßnahmen, die bis hin zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses führen können. Auch Compliance-Verstöße können potenziell in jeder Stufe der Wertschöpfungskette auftreten. Sie betreffen Mitarbeiter, Zulieferer und weitere Anspruchsgruppen, die mit der Geschäftstätigkeit der NORMA Group in Verbindung stehen.

→ NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE

Weltweit gültige Richtlinien geben den Rahmen vor

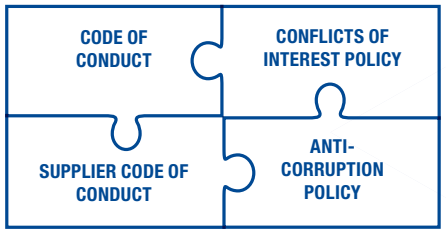
[GRI 102-16; 103]

Das Werteverständnis der NORMA Group bildet die Basis für sämtliche geschäftspolitischen Entscheidungen und Maßnahmen in unserer Gruppe. Insbesondere durch die wachsende globale Ausrichtung ist die weltweite Implementierung und Einhaltung von Verhaltensregeln von zunehmender Bedeutung.

Durch die Implementierung compliancespezifischer Rahmenwerke werden Regeln eindeutig und transparent festgelegt. Die zentralen Compliance-Richtlinien bei der NORMA Group sind

- der Verhaltenskodex („CODE OF CONDUCT“),
- die beiden Grundsatzrichtlinien Interessenskonflikte („CONFLICTS OF INTEREST POLICY“) und Antikorruption („ANTI-CORRUPTION POLICY“) sowie
- der Verhaltenskodex für Lieferanten („SUPPLIER CODE OF CONDUCT“).

COMPLIANCE-RICHTLINIEN



Unser Compliance-Managementsystem zielt darauf ab, dass unsere Werte und Regeln in der gesamten Gruppe gelebt werden. Konkrete Schritte werden jährlich in einem „Compliance Action Plan“ festgeschrieben, umgesetzt und nachvollzogen.

Konzernweite Verankerung von Compliance

Der Vorstand der NORMA Group trägt die Verantwortung für ein effektives Compliance-Managementsystem. Der Chief Compliance Officer leitet die gruppenweiten Compliance-Aktivitäten und berichtet direkt an den Vorstand. Neben der auf Gruppenebene bestehenden zentralen Compliance-Abteilung sind auf Ebene der Regionen EMEA, Americas und APAC sowie in allen operativ tätigen Einzelgesellschaften Compliance Officers benannt. Die Compliance Officers der einzelnen Konzerngesellschaften stehen im regelmäßigen Austausch mit den anderen Abteilungen vor Ort und berichten regelmäßig an den jeweils zuständigen Regional Compliance Officer, der wiederum an den Chief Compliance Officer berichtet.

Jedes Mitglied der Compliance-Organisation der NORMA Group kann jederzeit zu allen Fragen und Themen in Bezug auf Compliance kontaktiert werden. Der Bereich Compliance steht in engem Austausch mit der Rechtsabteilung der NORMA Group, um neue oder geänderte rechtliche Anforderungen kontinuierlich in den Compliance-Risiko-Analysen und im Compliance-Programm zu berücksichtigen.

Die Wirksamkeit der vom Vorstand eingerichteten Compliance-Organisation wird durch den Aufsichtsrat der NORMA Group SE überwacht, der regelmäßig zu compliancerelevanten Sachverhalten informiert wird und den jährlichen „Compliance Action Plan“ des Unternehmens erhält.

Enge Risikoüberwachung und -steuerung

[GRI 102-11; 205-01]

Anhand eines Bewertungssystems, in das sowohl interne als auch externe Faktoren (zum Beispiel der Corruption Perception Index von Transparency International) einfließen, wird die Risikoexposition jeder einzelnen Gesellschaft der NORMA Group im Hinblick auf mögliche compliancerelevante Risiken zentral durch NORMA Group Compliance evaluiert (Compliance Risk Scoping).

Gemeinsam mit den Gesellschaften, die einen hohen Risikowert aufweisen, werden vor Ort spezifische Compliance Risk Assessments durchgeführt, in denen eine detaillierte Analyse der spezifischen Compliance-Risiken der Gesellschaft erfolgt. Hierbei werden neben dem lokalen Compliance Officer Vertreter aller relevanten Abteilungen (zum Beispiel Finanzen, Einkauf, Personal, Produktion, Forschung und Entwicklung) einbezogen.

Die Risiken, denen die NORMA Group ausgesetzt ist, bilden die Basis für die Festlegung des Compliance-Programms und der entsprechenden Maßnahmen. Die Umsetzung dieser Maßnahmen und die Einhaltung der Compliance-Regeln sind auch Teil der regulären Prüfungstätigkeit der Internen Revision.

Trainings und Hinweisgebersystem im Fokus der Maßnahmen

[GRI 205-2]

Um die Wirksamkeit des Compliance-Management-Systems der NORMA Group zu gewährleisten, müssen alle Mitarbeiter mit den relevanten gesetzlichen Anforderungen sowie den internen Compliance-Richtlinien vertraut sein. Unser Ziel ist, dass alle Mitarbeiter der NORMA Group unsere Compliance-Regeln sowie die Ansprechpartner und Meldewege kennen.

Die Grundlage dafür bilden die Compliance-Schulungen der NORMA Group. Sie finden in Form von Präsenz- sowie Online-Trainings statt. Die zu absolvierenden Trainings werden dabei, je nach Tätigkeits- und Verantwortungsprofil eines Mitarbeiters, bedarfsgerecht zugewiesen. Schulungen von grundlegender Relevanz sind als Basistrainings von jedem Mitarbeiter der NORMA Group zu absolvieren; dazu zählen die Online-Trainings „Code of Conduct & Compliance Basics“, „Informationssicherheit“ und „Compliance im Einkauf“. Je nach Tätigkeitsprofil des Mitarbeiters muss er oder sie zudem an spezifischen Fokustrainings (u. a. „Anti-Korruption“, „Antitrust“, „Produkthaftung“) teilnehmen. Zudem haben wir ein Konzept zur Auffrischung der Lerninhalte entwickelt, sodass wesentliche und grundlegende Inhalte der Online-Trainings jährlich komprimiert wiederholt werden, um das Wissen der Mitarbeiter stets auf einem aktuellen Stand zu halten.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden insgesamt 598 Mitarbeiter im Online-Trainingssystem für die Basistrainings sowie 418 Mitarbeiter für die jeweils relevanten Fokustrainings registriert. Darüber hinaus wurden 1.335 Mitarbeiter in das verpflichtende, in regelmäßigen Abständen stattfindende Compliance-Auffrischungstraining eingeschrieben. Insgesamt wurden 1.318 Mitarbeiter online zu Compliance-Themen geschult.

Die vorab genannten Trainings wurden von den registrierten Mitarbeitern zum Bilanzstichtag unter Berücksichtigung der anzuwendenden Bearbeitungszeit vollumfänglich und termingerecht absolviert. Unter Anwendung der vorab genannten Kriterien wurden im Geschäftsjahr 2017 Compliance-Online-Trainings im Umfang von insgesamt 2.939 Stunden durchgeführt. Mitarbeiter, die aus sprachlichen oder technischen Gründen nicht an den Online-Trainings teilnehmen können, insbesondere gewerbliche Mitarbeiter, werden durch die lokalen Compliance Officers im Rahmen von Präsenztrainings persönlich geschult.

Der Schulungsbedarf wird regelmäßig überprüft. Ein internes Reporting hält den Status der Compliance-Trainings fest. Dieser Report fließt in den Statusbericht zum „Compliance Action Plan“ ein und wird quartalsweise an den Vorstand berichtet. Die Kommunikation compliancerelevanter Themen erfolgt darüber hinaus über weitere Kanäle wie etwa Poster, Broschüren, „Compliance Safety Cards“ – die in komprimierter Form wesentliche Compliance-Themen zusammenfassen – E-Mails und Intranet-Artikel.

Verschiedene Wege für die Meldung von Verstößen

Wir ermutigen unsere Mitarbeiter, Verstöße gegen Vorschriften und interne Richtlinien zu melden, auch über Hierarchieebenen hinweg.

1.318

Mitarbeiter wurden 2017 in Online-Compliance-Trainings geschult.

100%

der Online-Compliance-Trainings wurden innerhalb der vorgeschriebenen Zeiträume durchgeführt.

2.939

Stunden Online-Compliance-Trainings wurden 2017 insgesamt von Mitarbeitern der NORMA Group absolviert.

Neben der persönlichen Ansprache beispielsweise von Vorgesetzten, der Personalabteilung oder den Compliance Officers zählt dazu unser internetbasiertes Hinweisgebersystem (Whistleblower-System). Es ermöglicht die anonyme Meldung von Sachverhalten durch unternehmensinterne oder -externe Hinweisgeber. Hinweisen auf Compliance-Verstöße gehen die Mitarbeiter der Compliance-Organisation in jedem Fall nach.

Für die Fälle, in denen das elektronische Hinweisgebersystem durch unsere Mitarbeiter aus technischen oder organisatorischen Gründen nicht nutzbar ist (zum Beispiel fehlender PC-Zugang von Mitarbeitern in der Produktion), bieten wir andere geeignete Meldewege an, wie etwa Hinweiskästen in unseren Werken.

RESPONSIBLE MARKETING POLICY

Responsible Marketing Policy eingeführt

[GRI 417-01]

Vertrauensvolle und langfristige Beziehungen zu unseren Kunden bilden das Fundament für den Unternehmenserfolg der NORMA Group. Bei Marketingaktivitäten nutzen wir unsere beiden Vertriebswege EJT und DS, um zahlreiche verschiedene Zielgruppen anzusprechen. Wir haben über 10.000 Kunden in über 100 Ländern und bewerben über 40.000 Produkte und Lösungen. Trotz dieser Komplexität wollen wir sicherstellen, dass in der Kommunikation mit unseren Kunden einheitliche Standards entsprechend unserer Maßstäbe für verantwortungsvolles Handeln gelten. Daher haben wir im vergangenen Jahr eine Marketing Policy erarbeitet, die für alle Mitarbeiter gilt, die in unserem Unternehmen Marketingaktivitäten übernehmen.

Unsere Responsible Marketing Policy orientiert sich an den Empfehlungen der Internationalen Handelskammer. Als Grundlage gilt: Alle Marketingmaßnahmen müssen stets legal, aufrichtig, ehrlich und wahrheitsgemäß sein. Bei der Bewerbung unserer Produkte und Lösungen gilt die höchstmögliche Transparenz. Konkret bedeutet dies, dass wir Verantwortung für die Qualität unserer Produkte übernehmen, unsere Kunden über mögliche Risiken der Nutzung aufklären und sie dabei unterstützen, alle gewünschten Informationen über unsere Produkte zu erhalten. Darüber hinaus machen wir unsere Werbemaßnahmen immer als solche kenntlich.

Weitere Maßnahmen zur Überprüfung und Verbesserung der Zufriedenheit unserer Kunden finden Sie unter → KUNDENZUFRIEDENHEIT.

ERGEBNISSE AUS NACHHALTIGKEITSRATINGS

Ratings sind Bestätigung und Motivation zugleich

Auch im Jahr 2017 erhielt die NORMA Group Rückmeldungen zu ihren Leistungen im Bereich Corporate Responsibility durch externe Rating-Agenturen. Die Fragen, die der NORMA Group in diesem Rahmen gestellt werden, orientieren sich an den wichtigsten Nachhaltigkeitsindikatoren aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmens-Governance, die alle Unternehmensbereiche betreffen. Dabei wird von den befragten Unternehmen in der Regel verlangt, dass sie ihre Antworten mit Dokumenten und Zertifikaten belegen können. Die Ergebnisse der Ratings werden vor allem von zwei Stakeholdergruppen genutzt: von Kunden und von Akteuren des Finanzmarkts. Das Feedback fiel für die NORMA Group im vergangenen Jahr erneut sehr positiv aus: Unsere Maßnahmen erhielten durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen durch die Rating-Agenturen. Dadurch konnten wir das entsprechende Kernziel unserer CR-Roadmap erneut vollständig erreichen.

Im Bereich der Nachhaltigkeitsratings, die direkt von unseren Kunden durchgeführt werden, konnte die NORMA Group die starke Leistung der vorangegangenen Jahre bestätigen. Im Nachhaltigkeitsrating durch die EcoVadis-Plattform gehört die NORMA Group erneut zu den führenden fünf Prozent der bewerteten Unternehmen. Damit besitzen wir weiterhin Gold-Status, den bestmöglichen Status im EcoVadis-Rating. PRESSEMITTEILUNG ECOVADIS

Auch in Nachhaltigkeitsratings durch den Finanzmarkt werden der NORMA Group überdurchschnittliche Leistungen bescheinigt: Im Ranking der Rating-Agentur Sustainalytics erzielte die NORMA Group den Status „Outperformer“. Außerdem konnten wir unsere Leistung im Rating der Agentur oekom research weiter verbessern. In beiden Ratings konnten wir insbesondere in den Bereichen Wassermanagement, Umweltschutz und Arbeitssicherheit gute Resultate vorweisen.

Diese Erfolge sind zum einen eine Bestätigung unserer kontinuierlichen und intensiven Arbeit im Bereich Corporate Responsibility. Zum anderen sind die Rückmeldungen aber auch eine Motivation für die Zukunft: Wir nutzen die detaillierten Analysen, um gezielt Verbesserungspotenziale zu identifizieren, entsprechende Maßnahmen umzusetzen und so unsere Nachhaltigkeitsleistung weiter zu verbessern.

„Die Erfolge in den Nachhaltigkeitsratings sind zum einen eine Bestätigung unserer Arbeit im Bereich Corporate Responsibility. Zum anderen nutzen wir die detaillierten Analysen aber auch, um unsere Nachhaltigkeitsleistung weiter zu verbessern.“

FAZIT UND AUSBLICK

Verantwortungsvolles Handeln ist seit Langem ein wesentliches Grundprinzip der NORMA Group. Für die konkrete Umsetzung muss dieses Prinzip immer wieder überprüft, weiterentwickelt und an die gesellschaftlichen sowie betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen angepasst werden. Die Ganzheitlichkeit unserer CR-Strategie und deren erfolgreiche Umsetzung bestätigt auch der Gold-Status von EcoVadis.

Eine Grundlage für unsere Entscheidungsprozesse ist die aktive Einbindung unserer Stakeholder. Wir beabsichtigen daher auch weiterhin, jährlich ein Dialogformat mit unseren Stakeholdern zu aktuellen Nachhaltigkeitsthemen der NORMA Group zu veranstalten.

Intern werden wir unseren Anspruch an verantwortungsvolles Handeln auch weiterhin durch effektive Compliance-Managementsysteme sichern. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, eine extern durchgeführte Konzeptions- und Wirksamkeitsprüfung dieser Systeme durchzuführen. Gleichzeitig wollen wir auch künftig sicherstellen, dass 100 % unserer Mitarbeiter die erforderlichen Compliance-Schulungen im definierten Zeitraum absolvieren. Damit diese Maßnahmen Früchte tragen können, erfassen wir regelmäßig die Bekanntheit von Meldewegen für Compliance-Themen und überprüfen, ob und – falls vorhanden – in welchem Ausmaß gerichtlich festgestellte Verstöße gegen Vereinigungsfreiheit und Anti-Diskriminierung vorliegen.

AUF EINEN BLICK: UNSERE CR-ROADMAP 2020

KERNZIEL „VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN“	UNSER ZIELWERT FÜR 2020
Die NORMA Group wird in ihrer gesamten Geschäftstätigkeit als verantwortungsvoll handelndes Unternehmen wahrgenommen.	Durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen in Surveys und Ratings zu Aktionen und Maßnahmen, die sich auf verantwortungsvolles Handeln der Unternehmensgruppe beziehen.

UNSER ANSPRUCH	MEILENSTEIN	TERMIN	STATUS
Alle Mitarbeiter kennen die CR-Policy und die übergreifenden Ziele.	Mindestens 85 % Bekanntheit der CR-Policy in der dreijährigen Mitarbeiterbefragung (ESS).	2020	2017: 79,6 %
Durch Vertreter externer Anspruchsgruppen erhalten wir Hinweise zur Ausrichtung unserer CR-Strategie und zu Schwerpunkten in den einzelnen Handlungsfeldern.	Einmal jährlich ein Dialogformat mit verschiedenen Stakeholder-Vertretern zu einem CR-Thema.	Jährlich	Dialoge in 2015, 2016, 2017
Wir gewährleisten effektive Compliance-Managementsysteme.	Extern durchgeführte Konzeptionsprüfung des Compliance-Managementsystems. Extern durchgeführte Wirksamkeitsprüfung.	2019 2020	Durchführung 2019 Durchführung 2020
Alle Mitarbeiter sind zeit- und bedarfsgerecht im Hinblick auf relevante Compliance-Themen geschult.	100 % der Mitarbeiter haben innerhalb der definierten Zeiträume die erforderlichen Compliance-Schulungen abgeschlossen.	Jährlich	2017: 100 %
Die innerhalb der NORMA Group definierten Ansprechpartner und Meldewege für Compliance-Themen sind sämtlichen Mitarbeitern bekannt.	100 % Zustimmung in der dreijährigen Mitarbeiterbefragung (ESS).	2020	2017: 86,9 %
NORMA Group hält sich an alle internationalen und lokalen Gesetze zum Schutz der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer vor Diskriminierungen.	0 gerichtlich festgestellte Verstöße.	Jährlich	2017: 0
NORMA Group hält sich an alle internationalen und lokalen Gesetze zum Schutz der Vereinigungsfreiheit von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern.	0 gerichtlich festgestellte Verstöße.	Jährlich	2017: 0

PRODUKTLÖSUNGEN

In unseren Geschäftsbeziehungen wahren wir Sozial- und Umweltstandards. Unsere hochqualitativen Produkte und Dienstleistungen tragen dazu bei, Emissionen und Energieverbräuche zu reduzieren. Die NORMA Group bestärkt ihre Geschäftspartner darin, Managementsysteme in den Bereichen Umwelt, Gesundheit und Arbeitssicherheit einzusetzen.

PRODUKTLÖSUNGEN

PRODUKTLÖSUNGEN

Strategischer Ansatz 21
Qualität 21
Nachhaltigkeit im Einkauf 23
Innovation 24
Kundenzufriedenheit 26
Fazit und Ausblick 27

Die durch PwC geprüften Angaben, die insgesamt den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht bilden, sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text markiert.

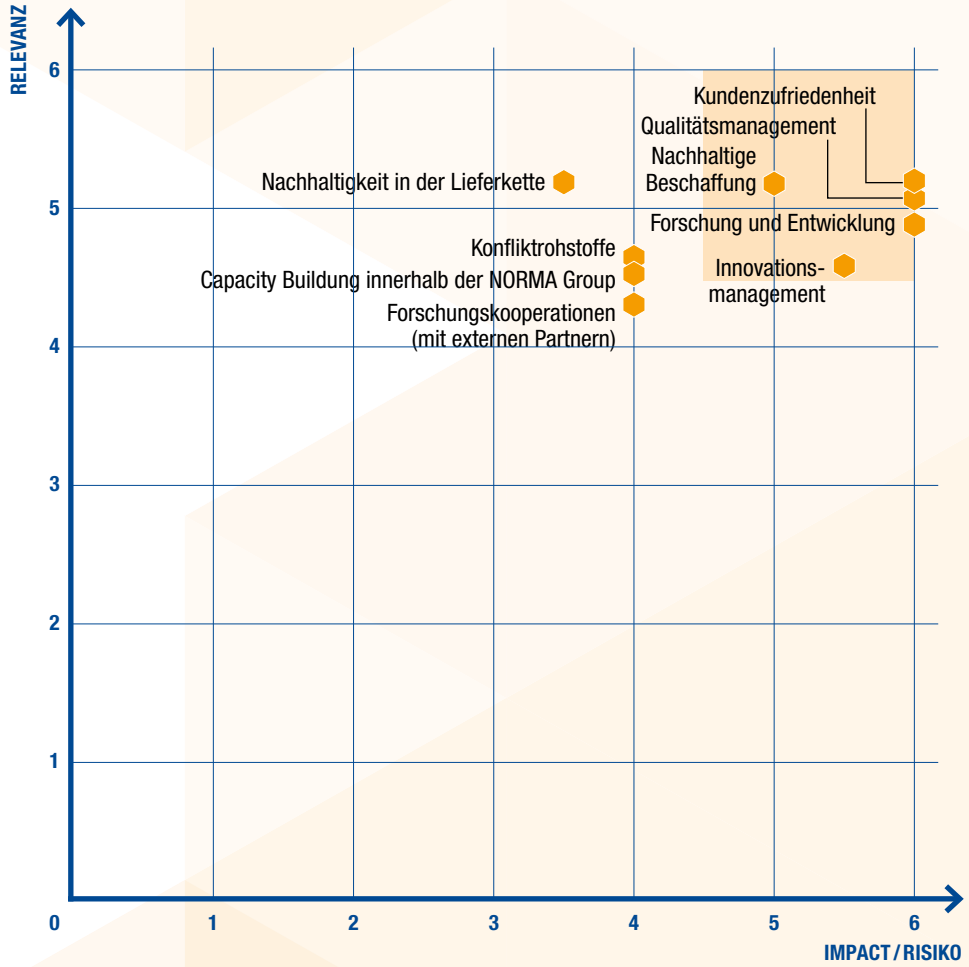
STRATEGISCHER ANSATZ

Nachhaltige Lösungen für unsere Kunden

Das Kerngeschäft der NORMA Group besteht in der Entwicklung und Herstellung maßgeschneiderter Produkte, um konkrete Lösungen für unsere Kunden bereitzustellen. Unsere Produktlösungen adressieren die zunehmenden Herausforderungen, die sich aus globalen Megatrends wie Ressourcenverknappung oder Klimawandel ergeben. Die permanente Anpassung und Weiterentwicklung unseres Angebots auf Basis von Innovationen spielt dabei eine wesentliche Rolle, da unsere Produkte immer wieder steigende Anforderungen erfüllen müssen. Dazu zählen sich verschärfende rechtliche Rahmenbedingungen oder neue technische Anforderungen. Beim Einsatz in Motoren geht es zum Beispiel um die physikalische Belastbarkeit bei hohem Druck und hoher Temperatur oder die Resistenz gegenüber neuen chemischen Substanzen.

Gleichzeitig legt die NORMA Group großen Wert auf ein nachhaltiges Supply-Chain-Management. Unsere unternehmerische Verantwortung bezieht sich dabei auf die gesamte Wertschöpfungskette einschließlich unserer indirekten Zulieferer. Im Fokus steht hier die Einhaltung von Menschenrechten und Sozialstandards. Unser Engagement zur Gewährleistung von angemessenen Arbeitsbedingungen bauen wir kontinuierlich aus, wie auch unser Supplier Code of Conduct belegt.

Mit qualitativ hochwertigen Produkten, innovativen Ideen für neue Lösungen sowie einem effizienten und nachhaltigen Einkauf bilden wir die Grundlage für die Zufriedenheit unserer Kunden. Diese Ziele überprüfen wir regelmäßig und stellen so sicher, dass wir den Ansprüchen unserer Kunden gerecht werden und die Kundenzufriedenheit kontinuierlich verbessern können.



QUALITÄT

Produktqualität ist geschäftskritisch

In allen Geschäftsbereichen ist die Qualität unserer Produkte von hoher Bedeutung. Als Verbindungselemente verschiedener Einzelteile sind die Produkte der NORMA Group für unsere direkten Kunden regelmäßig funktionskritisch. Um etwa

Unfälle zu verhindern, sind die Endkunden auf ein Automobil angewiesen, das auch unter Extrembedingungen in jedem Einzelteil zuverlässig ist. Ähnliches gilt im Wassermanagement und in anderen Sektoren. Daher wollen wir den Kunden mit unseren Marken höchste Zuverlässigkeit garantieren. Qualität, Kundenanforderungen und gesellschaftlicher Mehrwert sind so unmittelbar miteinander verbunden.

Unsere Produktqualität baut dabei auch auf qualitativ hochwertigen Rohstoffen auf. Dies erfordert, dass bereits in den ersten Stationen unserer Lieferkette höchste Qualitätsstandards eingehalten werden. → NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF Sub-Lieferanten können jedoch nur mittelbar auf die Qualität ihrer Produkte hin überprüft werden, denn diese Stufe der Wertschöpfung entzieht sich in der Regel der direkten Kontrolle der NORMA Group. Risiken liegen darin, dass eine mangelnde Qualität unmittelbar zu einer Verschlechterung der Kundenbeziehungen führen würde. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 92

Zertifizierung bescheinigt höchste Qualitätsstandards

Ziel unseres Managementansatzes im Bereich Qualität ist es, die Qualitätsanforderungen unserer Kunden permanent zu erfüllen. Dafür werden alle Standorte nach anerkannten Qualitätsstandards intern und extern geprüft bzw. zertifiziert. Zurzeit sind alle Standorte mit Ausnahme des US-Tochterunternehmens NDS gemäß den Standards ISO 9001 oder TS 16949 zertifiziert. Zudem sind zwei Standorte, die die Luftfahrtindustrie beliefern, nach EN 9100 zertifiziert. An jedem Produktionsstandort der NORMA Group gibt es lokale Verantwortliche für das Qualitätsmanagement. Diese sind den regionalen Qualitätsmanagern und dem globalen Qualitätsmanagement unterstellt.

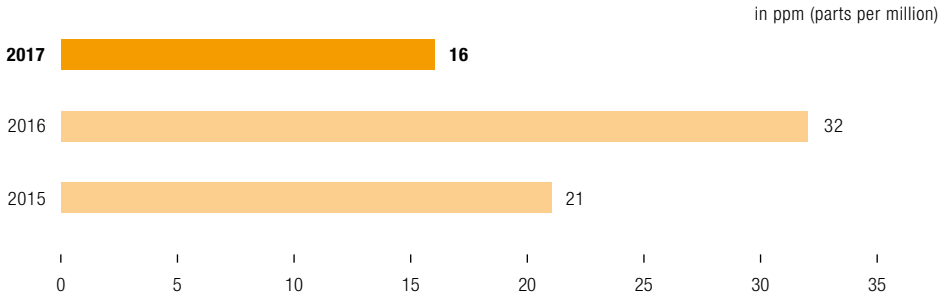
Aktuell treiben wir zudem die Zertifizierung der NORMA Group Holding gemäß dem Standard ISO 9001 voran. Damit stellen wir sicher, dass in der NORMA Group als Ganzes einschließlich aller Verwaltungsfunktionen höchste Qualitätsstandards eingehalten werden. Ab 2018 werden alle Standorte, die bislang nach TS 16949 zertifiziert wurden, auf eine IATF 16949-Zertifizierung umgestellt. So garantieren wir unseren Kunden aus dem Automobilsektor, dass auch weiterhin international die derzeit höchsten Qualitätsstandards gewährleistet sind.

Zentrale nichtfinanzielle Steuerungsgrößen definiert

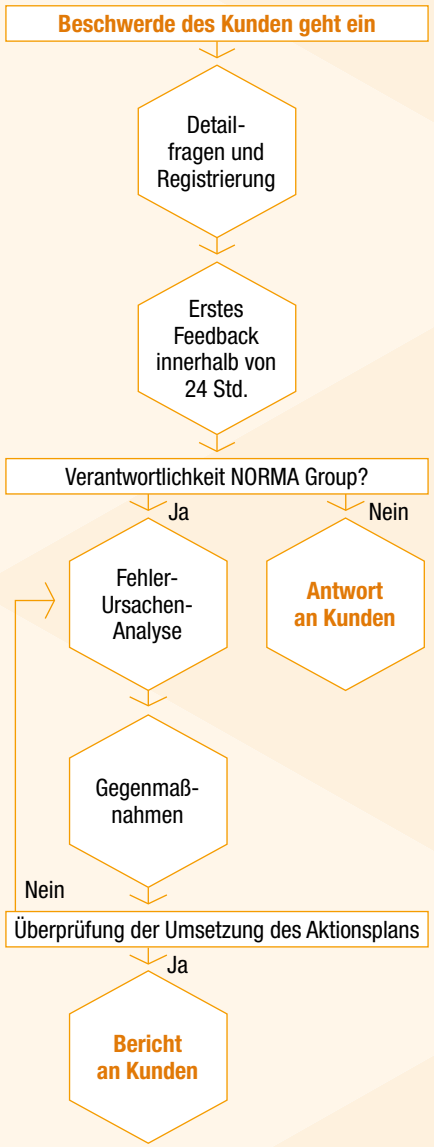
Die NORMA Group misst die Qualität ihrer Produkte und Prozesse unter anderem anhand von zwei Steuerungsgrößen: vom Kunden zurückgewiesene fehlerhafte Teile (in parts per million, ppm) und der Anzahl qualitätsbedingter Beanstandungen. Aufgrund der hohen Bedeutung der Qualitätssicherung sind beide Kennzahlen auch wesentliche nicht finanzielle Steuerungsgrößen der NORMA Group. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 54

Im Jahr 2017 lag die Zahl der fehlerhaften Teile bei 16 ppm (2016: 32), die Zahl der qualitätsbedingten Beanstandungen bei einem monatlichenen Durchschnitt von 9 (2016: 8). Die Fehlerquote wird monatlich vom Group Quality Manager an den Vorstand berichtet. Abgeleitet daraus werden auf Werksebene Ursachenanalysen durchgeführt und Gegenmaßnahmen festgelegt. Der Fortschritt der Maßnahmen wird ebenfalls an den Vorstand berichtet. Für die kommenden Jahre haben wir uns auch hier ehrgeizige Ziele gesteckt: Bis 2020 wollen wir die durchschnittliche Zahl fehlerhafter Teile in allen Regionen unter 20 ppm halten. Die Zahl der monatlichen qualitätsbedingten Beanstandungen soll im gleichen Zeitraum auf eine Zahl im niedrigen einstelligen Bereich gesenkt werden.

ENTWICKLUNG FEHLERHAFTER TEILE



VERFAHREN BEI BEANSTANDUNGEN DURCH KUNDEN



NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

Unternehmerische Verantwortung auch im Einkauf wahrnehmen

[GRI 102-09, 103]

Die NORMA Group hat im Jahr 2017 Waren und Dienstleistungen im Wert von EUR 433,1 Mio. eingekauft. Auch dabei stellen wir sicher, dass die Aspekte der unternehmerischen Verantwortung einbezogen werden: Wir arbeiten intensiv daran, vertragliche Beziehungen mit unseren Lieferanten sozial- und umweltverträglich auszugestalten und sicherzustellen, dass etwa Menschenrechte, Arbeits- und Umweltstandards eingehalten werden.

Der Einkaufsprozess zielt in erster Linie darauf ab, direkte Kosten der NORMA Group zu senken und den maximalen Wert für das Unternehmen zu erreichen. Er birgt jedoch auch Risiken hinsichtlich der Qualität der Lieferungen und Leistungen ebenso wie für die Vernachlässigung von Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette. Aus diesem Grund berücksichtigen wir in unseren Einkaufsprozessen nicht nur reine Preisfaktoren, sondern bewerten auch Qualität, Logistik und Nachhaltigkeit der Lieferanten als Teil des Einkaufsprozesses. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 92

Die Steuerung von Nachhaltigkeitsaspekten im Einkauf wird von unserer globalen Einkaufsabteilung verantwortet. Ein wichtiger Schritt bei der Entwicklung unseres Nachhaltigkeitskonzepts im Einkauf war der Stakeholder-Roundtable zum Thema „Nachhaltigkeit in der Lieferkette“ im Jahr 2016. → STEUERUNG VON CR Dabei hat die NORMA Group ihren Ansatz externen Stakeholdern vorgestellt und ihr Konzept entsprechend dem erhaltenen Feedback angepasst.

Supplier Code of Conduct bildet den Rahmen

[GRI 102-16]

Alle unsere Lieferanten sollen ihr Unternehmen unter Einhaltung der Gesetze und ethischer Grundsätze sowie gemäß dem Respekt der Menschenrechte und den Standards der Arbeitssicherheit sowie des Umweltschutzes führen.

Wir haben deshalb Nachhaltigkeitsaspekte strukturell in unsere Einkaufsprozesse sowie in unsere Organisation integriert, etwa in unser Einkaufshandbuch, das alle wesentlichen Prozesse und Verfahren beschreibt, die als Rahmenwerk für die globale Organisation verwendet werden. Grundlage für unser Selbstverständnis ist unser Supplier Code of Coduct. Dieser weltweit gültige Verhaltenskodex formuliert unsere Erwartungen an das nachhaltige Wirtschaften unserer Lieferanten. Er verpflichtet die Lieferanten unter anderem zur Einhaltung folgender Grundsätze:

- Einhaltung und Achtung der Menschenrechte
- Ausschluss von Zwangs- und Pflichtarbeit
- Verbot von Kinderarbeit
- Gewährleistung der Arbeitsplatzsicherheit
- Geschäftliche Integrität (Anti-Korruption)

In Bezug auf Menschenrechte orientiert sich der Supplier Code of Conduct an den Regelwerken ILO, UDHR, UN Global Compact und SA8000.

Nachhaltigkeit im Supplier-Scoring und Warengruppen-Management

Das Bekenntnis zu unserem Supplier Code of Conduct spielt in unseren regulären Einkaufsprozessen eine wichtige Rolle. Nur wenn ein Lieferant den Code of Conduct unterschreibt, wird er in unserem Warengruppen-Management als „bevorzugt“ klassifiziert. 100 % der Lieferanten, die hier den Status „bevorzugt“ bekommen, haben daher den Code of Conduct unterschrieben oder können ein darüber hinausgehendes Commitment nachweisen. Dies sind 25 Zulieferer, die rund 33 % unseres Produktionsmaterialumsatzes ausmachen.

Um unsere Lieferanten noch besser bewerten, vergleichen und steuern zu können, haben wir im Jahr 2013 ein konzernweites Supplier-Scoring eingeführt. Neben dem Preis werden hier ebenfalls zahlreiche andere Faktoren berücksichtigt, wie etwa die Qualität, die Kostentransparenz und die Logistikleistungen. Eine der vier Säulen des Scorings ist „Nachhaltigkeit“, in der wir Zertifizierungen im Bereich Umwelt und Arbeitssicherheit abfragen.

Neues Nachhaltigkeits-Self-Assessment

[GRI 308-01, 308-02, 414-01]

Im Jahr 2017 war erstmalig ein freiwilliges Nachhaltigkeits-Self-Assessment Teil unseres Supplier-Scorings. Dabei haben wir unsere Lieferanten nach detaillierten Informationen über soziale Gesichtspunkte (Vereinigungsfreiheit, Beschwerdemechanismen und Arbeitsunfälle), Umweltaspekte (einschließlich CO_2-Emissionen, Wasserverbrauch und Abfallmanagement) sowie Compliance-Themen gefragt.

Die Evaluation des Self-Assessments hat ergeben, dass es von 18 % der im Scoring vertretenen Lieferanten ausgefüllt wurde. Diesen Wert betrachten wir als solide Grundlage, auf der wir nun aufbauen. In den kommenden Jahren soll

Recycelter und regranulierter Kunststoff zur Herstellung von Produkten für das Wassermanagement

NORMA-GROUP-TOCHTER NDS SETZT AUF RECYCLING

Über 50 % des eingekauften Plastiks bei NDS, der US-amerikanischen Tochter der NORMA Group, sind recycelt. Bei einigen Produkten liegt der Anteil sogar noch höher.

In den vergangenen Jahren ist der Anteil an wiederverwendeten Kunststoffen stetig gewachsen. Entscheidend ist dabei jedoch, dass die NORMA Group auch weiterhin die höchste Produktqualität gewährleisten kann.

„Dabei sind wir auf die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten angewiesen“, erklärt Jim Messmer, Einkäufer bei NDS. „Insbesondere im letzten Jahr ist bei unseren Lieferanten noch einmal ein Sprung erfolgt, was die Qualität und Verfügbarkeit der recycelten Materialien angeht. Das kommt unserer lokalen Einkaufsstrategie sehr entgegen.“

Auch 2018 soll der Recycling-Anteil bei NDS weiter ausgebaut werden.

die Teilnahme am Nachhaltigkeits-Self-Assessment um jährlich 5 % gesteigert werden.

Darüber hinaus will die NORMA Group Nachhaltigkeitsaspekte auch in ihren Warengruppenstrategien verankern. Für verschiedene Warengruppen sollen dabei sogenannte Nachhaltigkeitssteckbriefe erstellt werden, die es ermöglichen, Nachhaltigkeitsrisiken besser zu identifizieren und gezielt zu minimieren.

Konfliktmineralien möglichst aus Lieferkette ausschließen

In geringen Mengen bezieht die NORMA Group auch Bestandteile, welche die sogenannten „3TG-Rohstoffe“ Zinn, Tantal, Wolfram und Gold enthalten. Besondere Brisanz erhalten diese Rohstoffe dadurch, dass ein großer Teil der Erzvorkommen in Konfliktregionen (insbesondere der Demokratischen Republik Kongo) liegen, wo sie teilweise unter schweren Verletzungen des Völkerrechts abgebaut und gehandelt werden. In Bezug auf diese sogenannten „Konfliktrohstoffe“ verfolgt die NORMA Group das Ziel, dass sie aus ihren Lieferketten möglichst ausgeschlossen werden. Die NORMA Group kauft diese Mineralien nicht direkt ein. Sie sind jedoch teilweise in Komponenten von Lieferanten enthalten. So werden etwa in unseren Urea-Leitungen kleine Mengen an Gold verwendet, einige Komponenten werden mit Zinn beschichtet.

Wir haben daher die „Conflict Minerals Roadmap“ ins Leben gerufen, welche größtmögliche Transparenz innerhalb der Lieferantenbasis schaffen soll. Grundlage bildet das CMRT (Conflict Minerals Reporting Template) der Conflict Free Sourcing Initiative, das alle relevanten Lieferanten ausfüllen mussten. 2016 haben wir das Management des CMRT vollständig in unsere E-Sourcing-Plattform integriert. Dies ermöglicht uns eine bessere Auswertung und Weiterverfolgung der Rückmeldungen unserer Lieferanten.

Außerdem haben wir die Einkäufer an allen Standorten hinsichtlich der Wichtigkeit des Themas Konfliktmineralien und der potenziellen Risiken von Materialien, die von möglicherweise involvierten Lieferanten kommen, geschult. Darüber hinaus stellen wir sicher, dass 100 % der betroffenen Lieferanten unseren Supplier Code of Conduct unterschrieben haben. Darin werden sie aufgefordert zu bestätigen, dass sie der Zusammenarbeit in Due-Diligence-Maßnahmen hinsichtlich Konfliktmineralien zustimmen.

Die Informationen, die wir erhalten, geben wir so transparent wie möglich an unsere Kunden weiter. Angesichts der Vielzahl der Produkte, der Zulieferer und Sub-Lieferanten ist es aber in der Regel nicht in einem vertretbaren Umfang möglich, konkrete tragfähige Aussagen darüber zu machen, aus welcher Schmelzerei bzw. Mine die Rohstoffe für ein bestimmtes Produkt eines bestimmten Kunden stammen.

INNOVATION

Innovationen sichern nachhaltiges Wachstum

Neben Aspekten der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit ist es für die NORMA Group essenziell, den wirtschaftlichen Erfolg langfristig zu sichern. Grundlage dafür ist ein nachhaltiges Wachstum, das wir vor allem über die Kennzahlen Konzernumsatz und bereinigte EBITA-Marge messen. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 52 Nur wenn wir es weiterhin schaffen, uns von unseren Wettbewerbern positiv zu differenzieren, können wir die Zufriedenheit unserer Kunden und somit unsere Marktposition aufrechterhalten.

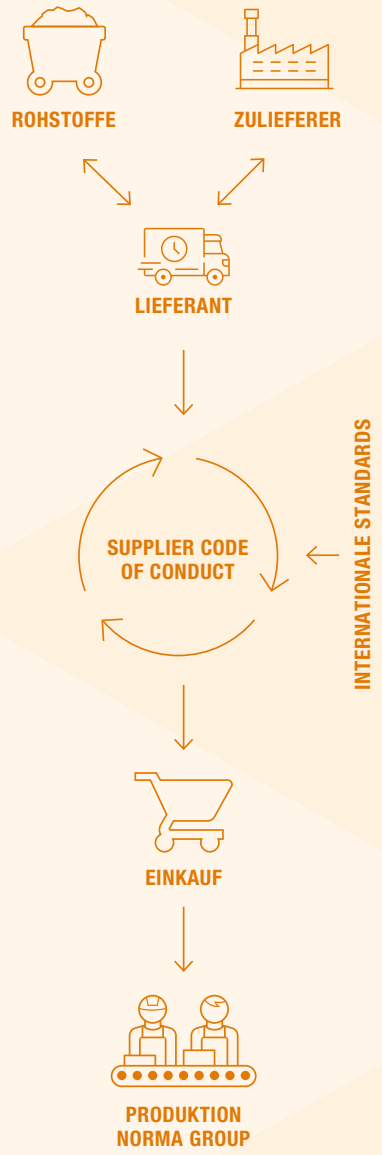
Innovationen bilden zudem die Grundlage für umweltfreundlichere Produkte, etwa im Bereich Elektromobilität. Sie können jedoch nur entstehen, wenn die NORMA Group ein innovationsfreundliches Klima schafft, in dem ihre Mitarbeiter neue Ideen entwickeln können, und eine Innovationskultur fördert. Die NORMA Group hat mit ihrer Organisationsstruktur auf allen Ebenen und an allen Standorten einen wesentlichen Einfluss darauf, ob dieses erreicht wird.

Innovation Roadmap bildet die Basis für F&E

Unser Bereich Forschung und Entwicklung hat die Aufgabe, weltweit innovative Technologien zu identifizieren und zu bewerten. Grundlage für die inhaltliche Ausrichtung unserer Forschungsaktivitäten ist unsere „Innovation Roadmap“. Sie richtet sich an globalen Megatrends wie Ressourcenknappheit und Klimawandel aus, aber auch an konkreten Markterfordernissen für bestimmte Produkte.

Grundlage sind dabei unsere kontinuierlich hohen finanziellen und personellen Investitionen in Forschung und Entwicklung. Die F&E-Ausgaben im Bereich Engineered Joining Technology (EJT) beliefen sich 2017 auf EUR 29,4 Mio. (2016: EUR 28,8 Mio.). Dies entspricht einer F&E-Quote von 4,6 % in Bezug auf den Umsatz im Bereich Engineered Joining Technology (EJT). 344 Personen arbeiteten im letzten Jahr im Bereich Produktentwicklung und F&E der NORMA Group (2016: 305).

NACHHALTIGES SUPPLY-CHAIN-MANAGEMENT



Messung unserer Leistungen an internen Kennzahlen

Die zentrale Kennzahl, nach der wir unsere Forschungsaktivitäten steuern und intern bewerten, ist seit dem vergangenen Jahr nicht mehr die Zahl der Patente, sondern die Zahl der Erfindungsmeldungen im Unternehmen. Eine Erfindungsmeldung erfolgt im Rahmen eines internen, formalisierten Prozesses, der dem externen Prozess einer neuen Patentanmeldung vorgelagert ist. Da Erfindungen durch interne Anreizsysteme gezielt gefördert werden und ihre Zahl nicht von der Anmeldestrategie abhängig ist, ist diese Kennzahl noch besser geeignet für die Messung unserer Innovationskraft. Wir haben uns das Ziel gesetzt, jährlich mindestens 20 neue Erfindungsmeldungen zu erreichen. Im Jahr 2017 lag die Zahl bei 33 Meldungen. Informationen zu neuen Patenten und Patentfamilien sind im → GESCHÄFTSBERICHT, S. 56 zu finden.

Uns gemeldete Ideen verfolgen wir konsequent. Sie werden gesammelt, bewertet und anschließend in einem Ranking priorisiert. Auch Umweltaspekte spielen beim Ideenmanagement eine Rolle: Bei der Bewertung unserer Ideen richten wir uns unter anderem nach ihrer Bedeutung für die Emissionsreduktion, Bekämpfung von Wasserknappheit und Erhöhung der Energieeffizienz.

Uns ist dabei besonders wichtig, dass nicht nur viele, sondern vor allem qualitativ hochwertige Ideen generiert werden: Quartalsweise evaluieren wir die durchschnittliche Bewertung der Top-10-Ideen in unserem Unternehmen. Ebenso wie die Anzahl der Erfindungsmeldungen wird auch die Zahl der gemeldeten Ideen regelmäßig an den Vorstand berichtet. Sobald wir dabei feststellen, dass der Wert sinkt, ergreifen wir Gegenmaßnahmen, wie etwa Kreativtrainings oder abteilungsübergreifende Workshops.

Abteilungsübergreifend Verbindungen schaffen

Für die Entwicklung neuer Produkte und Technologien ist die enge Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Abteilungen wie F&E, Produktentwicklung und Anwendungsentwicklung unerlässlich. Um diese zu optimieren, haben wir regelmäßige Austauschtreffen auf lokaler, regionaler und globaler Ebene institutionalisiert. Darüber hinaus bilden sich die verschiedenen Teams gegenseitig in neuen Technologien und Projekten fort.

Innovation Scouts an allen Standorten eingesetzt

Basis für Innovationen sind die Ideen unserer Mitarbeiter. Über unser betriebliches Vorschlagswesen wurden 2017 erneut zahlreiche Ideen und Verbesserungsvorschläge eingereicht. Darauf aufbauend fördern wir unsere „Innovation Scouts“. Häufig bietet der Arbeitsalltag nicht genügend Freiraum, um kreativen und neuen Ideen nachzugehen. Unsere Innovation Scouts bieten allen Mitarbeitern daher eine Plattform, um Ideen zu sammeln, diesen nachzugehen und die Kreativität unserer Mitarbeiter wertzuschätzen.

In der Regel tun sich die Innovation Scouts selbst durch viele gute Ideen hervor. Zusätzlich dienen sie als Multiplikatoren für die Mitarbeiter, die Ideen haben, und stellen die Verbindung zu unserer Forschungsabteilung her. Die Innovation Scouts sind nicht an eine bestimmte Abteilung gebunden. Jeder kann innovativ sein, egal ob in der Produktion oder der Entwicklung, im Einkauf oder in der Personalabteilung. Auf den sogenannten „Innovation Summits“ haben die Scouts die Möglichkeit zum Austausch auf Regionenebene. Im vergangenen Jahr veranstalteten wir zwei dieser Konferenzen, jeweils eine für die Regionen APAC und EMEA.

Innovation Councils bringen Expertise zusammen

Um bestimmte, besonders relevante Themen zusätzlich zu beflügeln, hat die NORMA Group außerdem die Institution der Innovation Councils ins Leben gerufen. Diese setzen sich aus Führungskräften verschiedener Abteilungen und Regionen zusammen und haben das Ziel, Wissen über radikale und disruptive Trends im Unternehmensumfeld zu sammeln und daraus eine Strategie zu entwickeln. Die Innovation Councils sind temporär angelegt: Nach der Phase der Strategieentwicklung wird diese in die operativen Arbeitsprozesse überführt. Im Jahr 2017 stand das Thema Elektromobilität im Fokus eines Innovation Councils. Die daraus resultierende E-Mobility-Strategie wurde unter anderem im Stakeholder-Roundtable mit externen Experten validiert. → STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT

Innovationspartnerschaften mit Kunden und Forschungseinrichtungen

Weltweit arbeitet die NORMA Group eng mit Universitäten, Forschungs- und Entwicklungsinstituten sowie mit Kunden, Lieferanten und weiteren Partnern zusammen. Damit gewinnen wir zusätzliche Ressourcen und Kompetenz bei der Entwicklung unserer Produkte und können die globalen Trends unmittelbar aufgreifen sowie nahtlos in neue Technologien und Produktideen umsetzen. Dies ermöglicht wiederum eine schnelle Vermarktung von Produktinnovationen.

33

Erfindungen wurden 2017 innerhalb der NORMA Group gemeldet.

344

Mitarbeiter arbeiteten Ende 2017 in der Forschung und Entwicklung der NORMA Group.

4,6 %

des Umsatzes im Bereich Engineered Joining Technology (EJT) wurden in Forschung und Entwicklung investiert.

CEO-Award zeichnet herausragende innovative Leistungen aus

Als Anerkennung für Leistungen von einzelnen Personen oder Gruppen innerhalb der NORMA Group haben wir 2013 den CEO-Award ins Leben gerufen. Dieser würdigt beispielsweise Prozessoptimierungen, höhere Ergebnisbeiträge, bessere Produktqualität, Wettbewerbsvorteile oder eine höhere Umweltfreundlichkeit. Der Vorstand entscheidet dabei jährlich über die besten von Mitarbeitern eingereichten Ideen.

Im Jahr 2017 gingen über 50 Vorschläge von Projektteams aus der ganzen Welt ein. Aus den sieben Finalisten ging am Ende das Projekt „Heavy Duty Drip Line“ als Gewinner hervor. Das Team aus den USA entwickelte ein besonders strapazierfähiges Bewässerungssystem, das eine Haltbarkeit von rund 30 Jahren aufweist und zudem Wasser einspart. → UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE

KUNDENZUFRIEDENHEIT

Kundenbedürfnisse im Fokus

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist die Grundlage unseres Geschäftserfolgs. Nur wenn wir diese sicherstellen, können wir nachhaltig wirtschaften und die Langlebigkeit unserer Organisation gewährleisten. In jedem unserer Fachbereiche soll daher die Orientierung an den Kundenbedürfnissen höchste Priorität haben. Durch innovative und qualitativ hochwertige Produkte und die kontinuierliche Optimierung unserer Prozesse steigern wir den Mehrwert für unsere Kunden – und legen damit die Grundlage für eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit.

Enge Zusammenarbeit mit wichtigen Partnern schafft Nähe

Um die Kundenzufriedenheit zu verbessern, stehen wir in kontinuierlichem Austausch mit unseren Kunden und bitten sie regelmäßig um eine Bewertung unserer Leistungen. Dieses Feedback wird in die Organisation integriert, um Best Practices zu fördern sowie Schwachstellen aufzudecken und zu beseitigen.

Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren Kunden ist die organisatorische Verankerung besonders wichtig. So hat die NORMA Group beispielsweise lokale Entwickler (Resident Engineers) im Einsatz, die im Rahmen von mehrjährigen Projekten direkt beim und mit dem Kunden daran arbeiten, Lösungen für spezifische industrielle Herausforderungen zu entwickeln. Daraus resultieren eine große Kundennähe und ein noch besseres Verständnis für die Kundenbedürfnisse.

Kundenzufriedenheit wird regelmäßig gemessen

Neben der Überprüfung der Kennzahlen aus den Bereichen → QUALITÄT oder → FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG ist die regelmäßige Durchführung der Kundenbefragung (Customer Satisfaction Survey, CSS) ein wichtiger Bestandteil unseres erfolgreichen Kundenmanagements. Die Verantwortung für die Durchführung liegt beim Marketing, wobei die Bereiche Business Development und Operations eng in die anschließenden Verbesserungsprozesse involviert werden.

Aus der letzten CSS gingen zahlreiche Projekte unterschiedlichster Art hervor. Alle Geschäftseinheiten sollten innerhalb der vergangenen drei Jahre jeweils 25 Verbesserungsmaßnahmen anstoßen. Diese umfassten unter anderem gezielte Kundenbesuche, die Optimierung unserer Produktdarstellung, etwa auf der Homepage, oder auch interne Schulungen für unsere Mitarbeiter.

In der Vergangenheit stützte sich die CSS auf eine quantitative Methode, bei der eine große Anzahl von Kunden mithilfe eines Fragebogens befragt wurde. Im vergangenen Jahr hat die NORMA Group jedoch unter Beteiligung aller wesentlichen internen Stakeholder eine umfassende Analyse dieses Prozesses vorgenommen. Ziel war es, die Befragungsmethode zu verbessern und so noch tiefere Einblicke in die Gründe für den Kauf oder Nichtkauf von NORMA Group-Produkten zu erhalten. Aufgrund der Erkenntnisse werden wir die Struktur unserer Kundenbefragung grundlegend anpassen.

Künftig werden wir strukturierte Interviews mit unseren Kunden führen. Durch den persönlichen Kontakt können wir noch besser sowohl individuelle Bedürfnisse als auch marktrelevante Trends identifizieren und diesen proaktiv begegnen. Wie bisher werden die Ergebnisse auch künftig direkt an den Vorstand berichtet.

AUSZEICHNUNGEN BESTÄTIGEN DEN ERFOLG UNSERER MASSNAHMEN

Die Zufriedenheit unserer Kunden spiegelte sich auch im vergangenen Jahr in zahlreichen Awards wider, die die NORMA Group für ihre Leistungen als Lieferant erhielt. Dazu zählten der „A Class Award“ von Volkswagen China, der „Volvo Cards Quality Excellence (VQE) Award“ für unsere Werke in Polen und Tschechien und der „Platinum Supplier Status“ von General Motors für unser Werk in St. Clair, USA.

Über die Auszeichnungen wurden insbesondere die Produktqualität, die Produktionsprozesse, die Zuverlässigkeit und die kontinuierlichen Verbesserungen unseres Unternehmens gewürdigt. Die positive Bewertung verschiedenster Partner bezog sich sowohl auf Produkte aus den Bereichen Engineered Joining Technology (EJT) als auch Distribution Services (DS) und schloss Werke in allen Regionen ein.

FAZIT UND AUSBLICK

Die NORMA Group arbeitet permanent an der Entwicklung neuer Lösungen und der Optimierung bestehender Systeme, um den steigenden Anforderungen ihrer Kunden gerecht zu werden. Gleichzeitig setzen wir unsere Arbeit fort, Nachhaltigkeitsaspekte in unsere Geschäftspraktiken und -beziehungen zu integrieren.

Für unsere Produktlösungen wollen wir uns weiterhin konsequent an den Bedürfnissen unserer Kunden ausrichten. Wir werden daher den Prozess unserer Kundenbefragung weiter optimieren und die dabei erzielten Ergebnisse kontinuierlich verbessern. Für unsere Kunden kommt den Bereichen Qualität und Innovation eine entscheidende Rolle zu. Wir haben uns hierfür jeweils konkrete Ziele gesetzt: Die Zahl fehlerhafter Teile soll mittelfristig bei unter 20 parts per million (ppm) liegen, langfristig im einstelligen Bereich. Zudem streben wir an, die Zahl der monatlichen Kundenbeschwerden auf durchschnittlich unter acht zu senken. Im Bereich F&E haben wir uns das Ziel gesetzt, jährlich mehr als 20 Erfindungsmeldungen zu generieren.

Im Einkauf wollen wir unsere Nachhaltigkeitsleistung verbessern, indem wir die Beteiligung unserer Lieferanten an unserem Sustainability-Self-Assessment erhöhen und Nachhaltigkeitssteckbriefe in neu entwickelte Warengruppenstrategien integrieren.

AUF EINEN BLICK: UNSERE CR-ROADMAP 2020

KERNZIEL „PRODUKTLÖSUNGEN“

Die NORMA Group verbessert bzw. festigt ihre Marktposition unter Berücksichtigung nachhaltiger Geschäftspraktiken und -beziehungen.

UNSER ZIELWERT FÜR 2020

Bis Ende 2018 Marktführer in allen für die NORMA Group relevanten Geschäftsbereichen.

UNSER ANSPRUCH	MEILENSTEIN	TERMIN	STATUS
Neue Steuerungssysteme und Strukturen für Innovationsmanagement erhöhen die Anzahl innovativer Produkte und Prozesse im Markt.	Die Anzahl von Erfindungsmeldungen pro Jahr übersteigt 20[1].	Jährlich	2017: 33
Unsere Authentizität sowie eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kunden tragen zu unserem organischen und nachhaltigem Wachstum bei.	Einführung eines neuen Verfahrens zur Messung der Kundenzufriedenheit.	2018	
	Kontinuierliche Verbesserung der Ergebnisse in den darauffolgenden Jahren.	2020	
Wir verbessern die Qualität unserer Produkte zur Zufriedenheit unserer Kunden. Der Anteil fehlerhafter Teile in unserer Produktion (in ppm pro Monat) liegt langfristig im einstelligen Bereich. Mittelfristig soll der Wert auf unter 20 ppm gesenkt werden.	Wir verringern den Anteil der fehlerhaften Teile auf 20 ppm oder niedriger.	2020	2017: 16
	Die berichteten Kundenbeschwerden liegen im Jahresmittel unter acht pro Monat.	2020	2017: 9
Wir wollen Rohstoffe, Produkte und Dienstleistungen kostenoptimal beschaffen – und bei der Auswahl unserer Lieferanten auch Nachhaltigkeitsgesichtspunkte berücksichtigen.	Die Zahl der Lieferanten, die an unserem „Nachhaltigkeits-Self-Assessment“ teilnehmen, steigt bis 2020 jedes Jahr um 5 %.	Jährlich	2017: 18 %
Bei der Entwicklung von Einkaufsstrategien für unsere verschiedenen Warengruppen integrieren wir systematisch Nachhaltigkeitsaspekte.	100 % der neu entwickelten Warengruppenstrategien enthalten einen Nachhaltigkeitssteckbrief.	2018	

1_Bis 2016 wurde diese Kenngröße über die Anzahl der Patentneuanmeldungen erhoben. Im Rahmen der Umstellung der Patentstrategie erfolgt ab 2017 eine Anpassung auf die Erfindungsmeldungen pro Jahr.

MITARBEITER

Unsere Mitarbeiter ermöglichen und treiben unseren geschäftlichen Erfolg. Die NORMA Group investiert in ein sicheres und förderndes Arbeitsumfeld sowie in den Gesundheitsschutz. So wollen wir unsere Position als attraktiver Arbeitgeber weiter stärken. Dazu tragen eine fundierte Aus- und Weiterbildung, eine leistungsgerechte Vergütung, die Förderung von Vielfalt sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie für unsere Mitarbeiter bei.

MITARBEITER

MITARBEITER

Strategischer Ansatz 29
Arbeitssicherheit und Gesundheit 30
Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung 31
Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit 33
Vielfalt und Chancengleichheit 34
Fazit und Ausblick 35

STRATEGISCHER ANSATZ

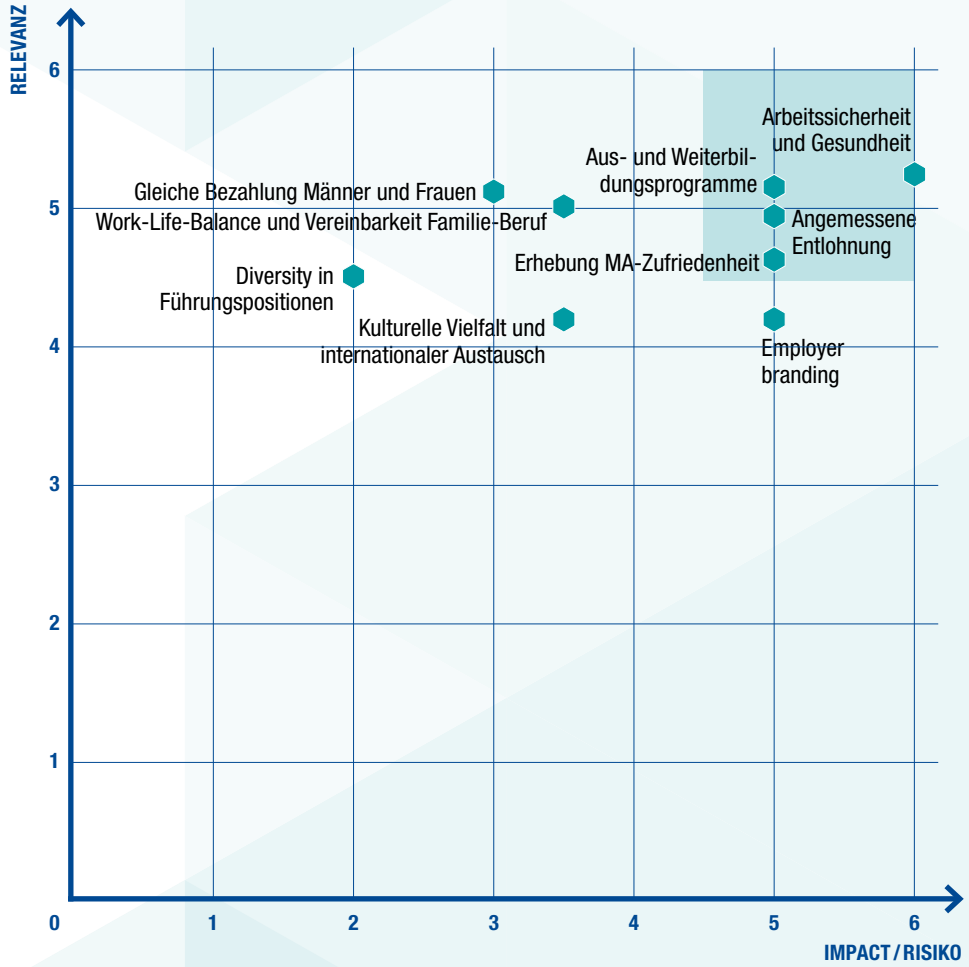
Mitarbeiter leisten jeden Tag wertvolle Arbeit

[GRI 103]

Die NORMA Group beschäftigte Ende Dezember 2017 konzernweit 7.667 Mitarbeiter (Stammbelegschaft inkl. Leiharbeitnehmer) und damit 15,1 % mehr als im Vorjahr (2016: 6.664). Die Anzahl der Leiharbeitnehmer betrug zum Stichtag 1.552 (2016: 1.214). Dies entspricht einem Anteil an der Gesamtbelegschaft von rund 20,2 %.

Das Personalmanagement der NORMA Group ist, vor dem Hintergrund der Internationalität, dezentral organisiert. Auf diese Weise können die Standorte die unterschiedlichen lokalen Gegebenheiten besser bei ihrer täglichen Personalarbeit berücksichtigen und dabei zielgerichteter unsere Grundsätze der „Charta der Vielfalt“ umsetzen. → VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Auf Basis einer fest verankerten Mitarbeiterkultur setzen wir unterschiedliche Maßnahmen in Arbeitssicherheit und Gesundheit, Aus- und Weiterbildung, der Entgeltgestaltung sowie Vielfalt und Chancengleichheit um. Die durchschnittlich hohe Zufriedenheit unserer Mitarbeiter bestätigt uns dabei in unserem Ansatz. → MITARBEITERZUFRIEDENHEIT



Unternehmenskultur ist Grundlage für Mitarbeiterzufriedenheit

Die NORMA Group hat Kernwerte definiert, welche die grundlegenden Überzeugungen unseres Unternehmens abbilden. Sie sind der Kompass für unser Handeln und die Leitprinzipien, wie wir uns verhalten und mit unseren Geschäftspartnern arbeiten. Das Ziel unserer Mitarbeiter ist es, diese Werte jeden Tag zu leben. Dazu zählen der Veränderungswille, Teamgeist, Aufgeschlossenheit und Beziehungsstärke.

Um die Unternehmenswerte unseren neuen Kollegen näherzubringen, führen wir „Living our Values“-Trainings in Kleingruppen durch, die sich aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zusammensetzen. Darin machen wir unsere Unternehmenswerte anhand verschiedener interaktiver Methoden praktisch erlebbar. Ohne eine entsprechende Unternehmenskultur wären auch die Aktivitäten in den Bereichen → ARBEITSSICHERHEIT, → MITARBEITERENTWICKLUNG und → INNOVATIONSMANAGEMENT weniger wirksam.

Die durch PwC geprüften Angaben, die insgesamt den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht bilden, sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text markiert.

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter stehen im Fokus

[GRI 103, 401-02, 403-03]

Weltweit ereignen sich laut der International Labour Organization (ILO) jährlich etwa 317 Millionen Arbeitsunfälle. ILO Aus diesem Grund stehen Unternehmen mit Blick auf die Sicherheit und Gesundheit ihrer Mitarbeiter in einer besonderen Verantwortung. Die Sicherheit und Gesundheit unserer weltweit 7.667 Mitarbeiter hat für die NORMA Group daher oberste Priorität. Regelmäßige Risk-Assessments an unseren Produktionsstätten zeigen, dass die Maschinerie und der Fahrzeugverkehr dabei die wichtigsten Faktoren sind. Jedoch schätzen wir diese Risiken insgesamt als geringfügig ein, bedingt durch unseren systematischen konzernweiten Ansatz des Sicherheits- und Gesundheitsmanagements.

Gesetze und regulatorische Rahmenbedingungen stellen für unser Unternehmen klar definierte Standards für Arbeitssicherheit und Gesundheit dar – wir gehen jedoch in vielen Fällen deutlich über deren Einhaltung hinaus. Um der Bedeutung des Themas gerecht zu werden, wird es in unserem konzernweit gültigen Management-Manual adressiert. Darin heißt es unter anderem: „Bei der NORMA Group leben wir eine „Safety first"-Kultur, die in unserem gesamten Unternehmen zutage tritt und bestärkt wird." So sorgen wir mit ergänzenden Programmen dafür, dass alle Arbeitsplätze ein Höchstmaß an Sicherheit bieten und Unfälle möglichst vermieden werden. Dafür treffen wir insbesondere technische Vorkehrungen und führen Schulungen zur Prävention von Arbeitsunfällen durch. Unsere hohen Standards gelten dabei für Leiharbeitnehmer genauso wie für unsere Stammbelegschaft.

Zertifizierung aller Produktionsstätten

[GRI 403-01]

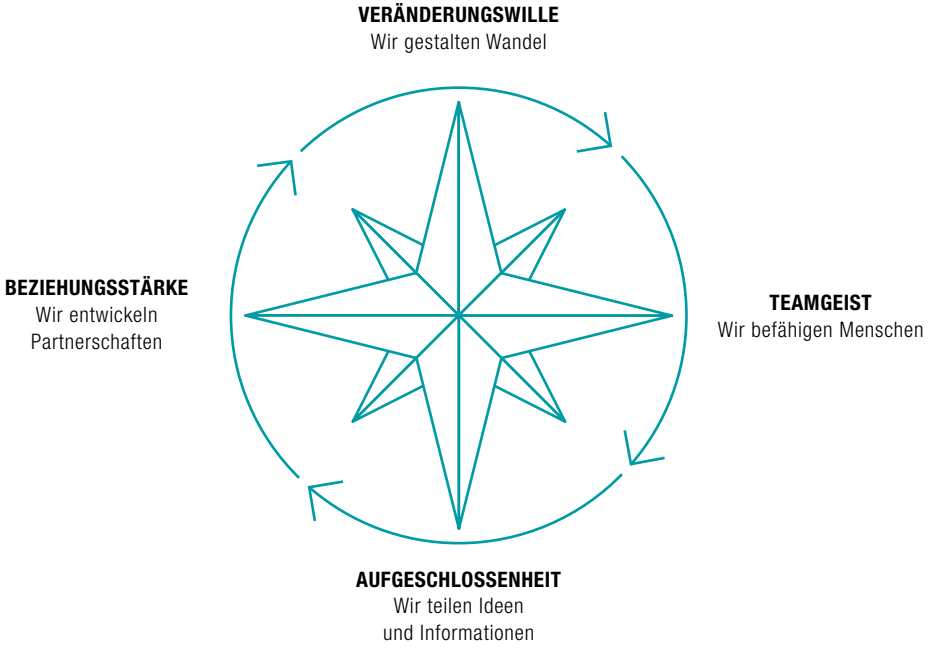
Ende 2017 waren 80 % (20 von 25) aller Produktionsstätten, die seit mehr als zwölf Monaten zur NORMA Group gehören, extern geprüft und nach dem internationalen Standard OHSAS 18001 zertifiziert. Durch die Zertifizierung wird sichergestellt, dass es zum einen an jedem Standort verantwortliche Mitarbeiter für Arbeitssicherheit gibt, die ihrerseits Sicherheitsausschüsse auf Werksebene leiten. Zum anderen werden zugleich die Fortschritte regelmäßig überprüft. Zusätzlich finden auf dieser Basis kontinuierlich interne Audits statt, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen festzulegen.

Unfallrate als zentrale Steuerungskennzahl

[GRI 403-02]

Die Einführung von Managementsystemen zur Arbeitssicherheit ist kein Selbstzweck. Zur Steuerung ihrer Wirksamkeit erheben wir die Unfallrate; diese misst die Anzahl der

DIE KERNWERTE DER NORMA GROUP



VALUES-BASED SAFETY

„Wir konnten die Zahl der Arbeitsunfälle halbieren."

Sean Gillespie
verantwortlich für Arbeitssicherheit bei NORMA Pennsylvania

Was ist der Ansatz von Values-based Safety?
Arbeitsunfälle gehen nicht nur von gefährlichen Maschinen oder unzureichender Schutzkleidung aus. Hauptursache ist in vielen Fällen das fahrlässige oder gefährliche Verhalten der Mitarbeiter selbst. Values-based Safety greift diesen Gedanken auf und versucht, die Einstellung (values) und das Verhalten der Mitarbeiter zu verändern.

Wie setzen Sie das in der Produktionshalle um?
Wann immer ein Mitarbeiter ein gefährliches Verhalten beobachtet, notiert er das in einem Beobachtungbogen. Die Bögen sind anonymisiert. Ziel ist es nicht, andere anzuschwärzen, sondern uns selbst über unser gefährliches Verhalten bewusst zu werden. In unseren Teamsitzungen entwickeln wir dann gemeinsam Empfehlungen für Verbesserungen.

Und zeigen die Maßnahmen Erfolg?
Sehr deutlich! Im Vergleich zu den Jahren vor der Einführung konnten wir die Zahl der Arbeitsunfälle halbieren. Wir sehen umgekehrt, dass Arbeitsunfälle zunehmen, sobald die Beteiligung an unserem Programm niedriger wird. Deshalb versuchen wir, die Beteiligungsquote konstant hoch zu halten.

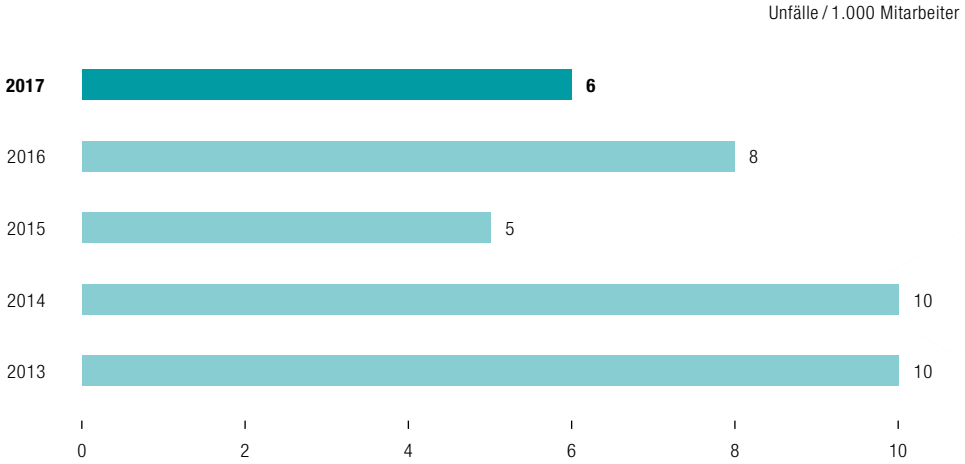
Unfälle je 1.000 Mitarbeiter, die einen Arbeitsausfall von mehr als drei Arbeitstagen nach sich ziehen. Wir konnten die Unfallrate in den vergangenen Jahren bereits deutlich senken. Im Jahr 2017 lag sie bei 6,3 Unfällen pro 1.000 Mitarbeiter. Im Vergleich zum Vorjahr (2016: 7,6) konnte die Unfallrate damit um 17 % gesenkt werden.

Wir erheben außerdem die Zahl der medizinischen Behandlungen bzw. der Unfälle, die einen Arbeitsausfall von weniger als drei Tagen nach sich ziehen (Behandlungsrate). Im Jahr 2017 waren dies 36,0 Behandlungen pro 1.000 Mitarbeiter. Auch dieser Wert konnte im Vergleich zu 2016 (38,6) leicht gesenkt werden.

Bei unserem Arbeitssicherheitsansatz bevorzugen wir immer die Prävention von Unfällen gegenüber reaktiven Maßnahmen. Aus diesem Grund halten wir neben der Unfall- und Behandlungsrate auch die Male fest, in denen unsere Mitarbeiter einem Unfall knapp entgangen sind. In diesen Fällen erfolgen auf lokaler Ebene eine Ursachenanalyse anhand etablierter Verfahren und die Einleitung geeigneter Gegenmaßnahmen.

Unser erklärtes Ziel ist es, die Unfallrate in den kommenden Jahren weiter zu reduzieren. Bis 2020 wollen wir eine Verbesserung auf maximal vier Unfälle je 1.000 Mitarbeiter pro Jahr erreichen. → CR-ROADMAP 2020 Ein wesentliches Instrument zur Zielerreichung ist die Values-based-Safety-Initiative (siehe Seitenspalte der vorangegangen Seite). Sie soll unsere Mitarbeiter dazu anregen, Sicherheitsrisiken frühzeitig zu identifizieren und die Prozesse entsprechend zu verändern.

ENTWICKLUNG DER UNFALLRATE



Wirksamkeit wird regelmäßig gemessen

Der Erfolg unseres Managementansatzes wird durch ein regelmäßiges Reporting der globalen Arbeitssicherheitsabteilung an den Vorstand gemessen. Auf Ebene der Produktionsstätten finden umfassende Ursachenanalysen statt und entsprechende Gegenmaßnahmen werden festgelegt. Auch der Fortschritt dieser Maßnahmen wird an den Vorstand berichtet.

Arbeitssicherheit in der Lieferkette verbessern

Für die NORMA Group ist es ebenfalls wichtig, sichere und gesunde Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette zu gewährleisten. Aus diesem Grund haben wir das Thema Arbeitssicherheit und Gesundheit ebenfalls in unseren → SUPPLIER CODE OF CONDUCT eingebunden. Darin sind unsere Anforderungen und Standards für Lieferanten klar definiert. Mehr über die Verpflichtungen, die damit für unsere Zulieferer einhergehen, erfahren Sie unter → NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF.

AUS-UND WEITERBILDUNG / MITARBEITERENTWICKLUNG

Zentraler Erfolgsfaktor unserer Geschäftstätigkeit

[GRI 103]

Die NORMA Group betrachtet sich selbst als „lernende Organisation“ und verfolgt daher den Anspruch, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Dies ist unter anderem deshalb so wichtig, weil wir uns in einem sehr dynamischen Umfeld bewegen und sich die Anforderungen, die an uns gestellt werden, permanent verändern. Besonders relevant sind dabei Trends wie Digitalisierung, Vernetzung und Flexibilisierung.

BLICK IN DIE PRAXIS: FÜHRUNGSVERANTWORTUNG IN DER PRODUKTIONSHALLE

Verantwortungsvoll Führung übernehmen. Das ist das Ziel des Supervisory-Excellence-Programms, das in unserem Tochterunternehmen NDS gestartet wurde. Zielgruppe sind Mitarbeiter, die erstmals Führungsverantwortung übernehmen, etwa als Schichtleiter oder Zellgruppenleiter.

An sechs Trainingstagen erarbeiteten sich die Teilnehmer über mehrere Wochen hinweg die Grundlagen zu rechtlichen Aspekten, Arbeitssicherheit und Compliance sowie einer effektiven Kommunikation zur Förderung der Unternehmenskultur. Am letzten Tag wurden die Teilnehmer aufgefordert, zwei Fallstudien zu bearbeiten und ihre Ergebnisse zu präsentieren.

„Das Training hat uns tiefe Einblicke in unsere Unternehmenskultur gegeben und unsere Managementfähigkeiten erweitert“, erklärt Judy Millies, Absolventin des Supervisory-Excellence-Programms. „Insbesondere die Weiterbildung, wie wir mit unseren Mitarbeitern kommunizieren, war sehr wertvoll. Ich habe einige Techniken gelernt, die ich sofort nutzen kann, um meine Mitarbeiter zu motivieren und zu inspirieren.“

Kern des Geschäftsmodells der NORMA Group ist es, sich schnell und flexibel an die sich ändernden Kundenanforderungen sowie die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen anzupassen. Die zielgerichtete und nachhaltige Ausbildung und Entwicklung unserer Mitarbeiter sowie die Nutzung ihrer kreativen Potenziale in einer „lernenden Organisation“ sind dabei die entscheidenden Schlüssel zu Innovationskraft und Unternehmenserfolg.

Alle Seiten profitieren von Aus- und Weiterbildung

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber wollen wir unseren Mitarbeitern ein forderndes Umfeld bieten, das die Möglichkeit zur Weiterentwicklung beinhaltet. Gleichzeitig erwartet die heutige Arbeitswelt Kompetenzen, die den Veränderungen, die sich aus den Megatrends ergeben, gerecht werden. Damit dient die Aus- und Weiterbildung nicht nur der NORMA Group als Unternehmen, sondern ebenso den langfristigen Perspektiven unserer Mitarbeiter.

Mitarbeiterentwicklung als zentrales HR-Ziel

[GRI 404-01]

Um unsere Anforderungen an die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter zu erfüllen, haben wir das Thema in unserer Personalstrategie fest verankert. Im Jahr 2016 haben wir dafür unter anderem das globale Kompetenzzentrum „Learning & Development“ gegründet. Das Ziel dieses Kompetenzzentrums ist es, Prozesse und Instrumente zur Identifikation, Entwicklung und Bindung der richtigen Talente am richtigen Ort und zur richtigen Zeit sowie zu angemessenen Kosten zur Verfügung zu stellen. Dies leitet sich aus den NORMA Group-Werten sowie unserer Unternehmens- und HR-Vision ab.

Als Ziel haben wir uns gesetzt, dass jeder Mitarbeiter der NORMA Group durchschnittlich mindestens 30 Trainingsstunden im Jahr erhalten soll. Im Jahr 2017 lag der Wert bei 30,1 Stunden pro Mitarbeiter und hat damit unser Ziel knapp übertroffen.

Die Effektivität unserer Trainings sichern wir zudem über ein regelmäßiges internes Reporting von Teilnahmequoten und Feedbacks sowie durch spezielle Fragen in unserer Mitarbeiterbefragung (Employee Satisfaction Survey, ESS). → MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

Gezielt Kompetenzen erwerben

[GRI 404-02]

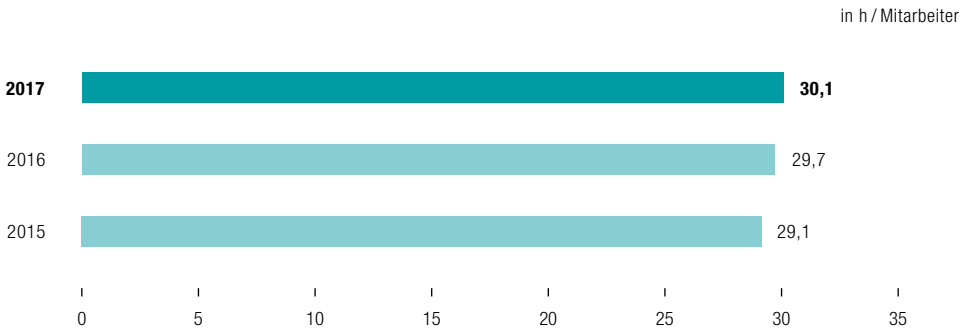
Mitarbeiter-Trainings sind am effektivsten, wenn sie sich an den Anforderungen des Arbeitsumfelds ausrichten. Um dies sicherzustellen, ist unser Ansatz grundsätzlich bedarfsorientiert, basierend auf Bottom-up-Meldungen aus den Abteilungen. Die NORMA Group hat zudem im vergangenen Jahr ein Kompetenzmodell entwickelt (siehe Grafik rechts). Die für uns wesentlichen Kompetenzen wurden in zahlreichen Workshops und unter Beteiligung von Mitarbeitern in allen Regionen definiert. Die so festgelegten Kompetenzen bilden die Grundlage in der Entwicklung und Auswahl unserer Mitarbeiter.

Ziele werden in Mitarbeitergesprächen vereinbart

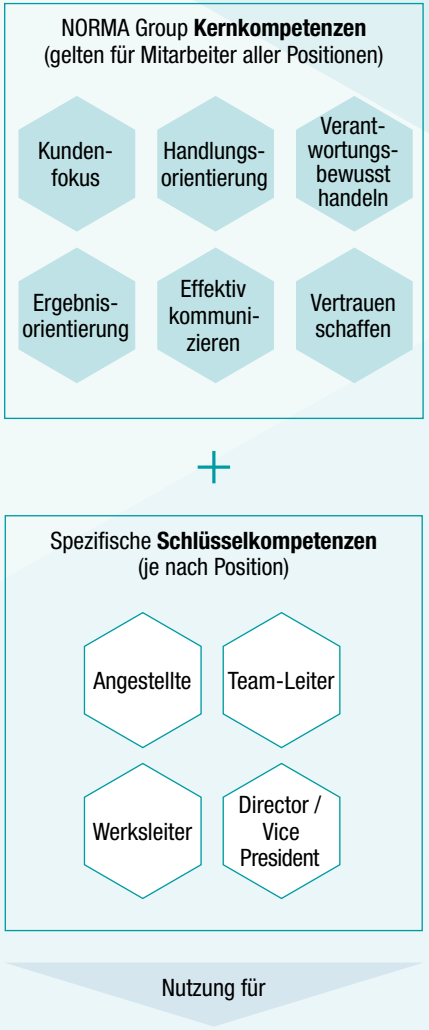
[GRI 404-03]

Der Erwerb passgenauer Kompetenzen ist auch in unseren Performance-Management-Prozess (PMP) integriert. Die darauf basierenden verpflichtenden jährlichen Mitarbeitergespräche beinhalten somit nicht nur die Festlegung einer Zielvereinbarung mit den

ENTWICKLUNG DER TRAININGSSTUNDEN



NORMA KOMPETENZ-MODELL



- Talent-**Identifizierung**
- Talent-**Bewertung**
- Talent-**Entwicklung**

Führungskräften – vielmehr werden die Mitarbeiter auch darin unterstützt, die dafür notwendigen Kompetenzen zu erwerben.

Internationaler Austausch

[GRI 401-02, 404-02]

In einer globalisierten Welt und einem internationalen Unternehmen wie der NORMA Group sind ein grenzüberschreitender Austausch und interkulturelle Fähigkeiten entscheidend für den Erfolg auf persönlicher Ebene ebenso wie auf Unternehmensebene. → VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT Mit unseren Assignment-Programmen bieten wir unseren Mitarbeitern daher die Möglichkeit, ihre Erfahrungen und Kompetenzen im Ausland zu erweitern. Die Programme unterscheiden hierbei grundsätzlich zwischen Bubble-Assignments (bis drei Monate) und Long-Term-Assignments (mehr als drei Monate). Fach- und Führungskräfte, die an diesen Initiativen teilnehmen, bringen Spezialkenntnisse und Erfahrungen in die neuen Standorte mit und profitieren gleichzeitig vom Know-how ihrer Kollegen vor Ort. Der Austausch kann innerhalb eines Landes sowie international zwischen Ländern und Regionen erfolgen.

ANGEMESSENE BEZAHLUNG UND MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

Angemessene Bezahlung aller Mitarbeiter

[GRI 103, 401-02]

Unsere Personalpolitik fußt darauf, dass alle Mitarbeiter wettbewerbsfähige und faire Entgelte für ihre Arbeit erhalten. Dies geht in der Regel über die Zahlung lokaler gesetzlich oder kollektivrechtlich festgelegter Mindestentgelte hinaus – diese sind für uns allenfalls ein Minimalstandard. Zusätzlich beabsichtigen wir – soweit noch nicht geschehen – an allen Standorten weltweit leistungs- bzw. erfolgsabhängige Anreizsysteme einzuführen. Ein Beispiel hierfür ist die Erfolgsbeteiligung in Deutschland für alle Tarifmitarbeiter.

Mitarbeiterzufriedenheit als zentrale Kenngröße

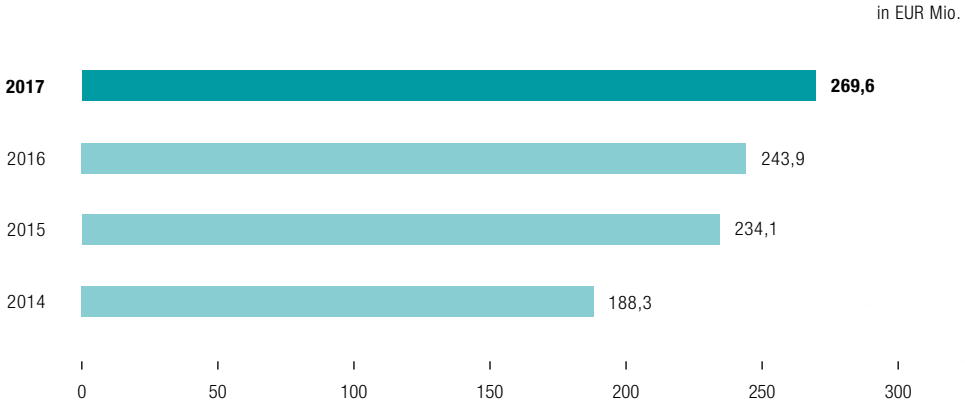
Arbeitssicherheit und Gesundheit, Aus- und Weiterbildung sowie eine faire Bezahlung – all diese Aspekte dienen der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Wir sind überzeugt, dass zufriedene Mitarbeiter auch leistungsbereiter an ihre tägliche Arbeit gehen. Damit ist die Messung der Mitarbeiterzufriedenheit für uns ein „organisatorisches Thermometer“, mit dem Stärken erkannt und Verbesserungspotenziale zeitnah auf den Weg gebracht werden können.

NORMA Group-Mitarbeiter sind zufrieden

Alle drei Jahre führt die NORMA Group eine großangelegte Mitarbeiterbefragung durch. An der Umfrage 2017 konnten alle festangestellten Mitarbeiter teilnehmen, die zum Ende des Jahres 2016 bei der NORMA Group arbeiteten. Die Befragung, welche auf freiwilliger Basis erfolgt, hatte eine Teilnahmequote von 82 %. Davon erklärten 76 % der Befragten, sie seien zufrieden bis sehr zufrieden mit ihrer Arbeitssituation in unserem Unternehmen. Im Durchschnitt lag der Wert der Zufriedenheit auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 7 (sehr unzufrieden) bei 2,74.

Die Ergebnisse sind für uns ein Ansporn, die Arbeitswelt der NORMA Group kontinuierlich weiter zu verbessern. Als Folgemaßnahme auf jede Mitarbeiterbefragung werden in jedem Werk drei bis fünf konkrete Maßnahmen angestoßen.

ENTWICKLUNG PERSONALAUFWAND (BEREINIGT)



4.660

Mitarbeiter nahmen an der Mitarbeiterumfrage (Employee Satisfaction Survey, ESS) der NORMA Group teil.

76 %

erklärten, sie seien „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ mit ihrer Arbeit bei der NORMA Group.

3 - 5

konkrete Maßnahmen werden nun an jedem Standort angestoßen, um die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter weiter zu verbessern.

VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Diversität zahlt sich aus

[GRI 102-12, 103]

Studien belegen, dass Unternehmen, die Wert auf Diversität legen, erfolgreicher sind als andere mit weitgehend homogenen Strukturen. Als internationales Unternehmen mit Standorten und Vertretungen in 26 Ländern ist die NORMA Group bereits strukturell von einer hohen Vielfalt geprägt. Mit der CHARTA DER VIELFALT verpflichten wir uns daher dazu, dass alle Mitarbeiter Wertschätzung erfahren sollen – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität.

Unser Mission Statement zu Vielfalt lautet: „Die NORMA Group begrüßt Ideenvielfalt, indem sie einzigartige Eigenschaften, Erfahrungen und Ideen respektiert. Wir bemühen uns ein Umfeld zu fördern, das von Kommunikation, Vernetzung, Austausch und Dialog geprägt ist und in dem Talente erkannt, weiterentwickelt und vereint werden. Wir sind – alle gemeinsam – der Schrittmacher in unserer Industrie."

Konkrete Maßnahmen zur Umsetzung von Vielfalt

Um diese Zielsetzung zu erreichen, haben wir in jeder Region einen Diversity-Beauftragten ernannt. Durch umfangreiche Maßnahmen engagiert sich die NORMA Group für Vielfalt und eine offene Arbeitsatmosphäre, in der sich unsere Mitarbeiter vernetzen und über ihre Ideen austauschen können. → AUS- UND WEITERBILDUNG

Unser Bekenntnis zu Vielfalt bei der NORMA Group feiern wir jährlich an unserem Diversity Day (Tag der Vielfalt). An allen Standorten weltweit mit Ausnahme des neu akquirierten Werkes von Fengfan wurden im vergangenen Jahr erneut Aktionen durchgeführt, um unsere Mitarbeiter für das Thema Vielfalt zu sensibilisieren und es weiter voranzutreiben. Der Tag der Vielfalt 2017 stand an allen Standorten der NORMA Group unter dem Motto „Aufgeschlossenheit" („Open Mindset").

Unser Work-Life-Balance-Ansatz zielt auf ein ausgewogenes Verhältnis von Beruf und privatem Leben unserer Mitarbeiter. Inzwischen haben alle unsere Standorte entsprechende Work-Life-Balance-Strategien entwickelt.

Gleichbehandlung von Männern und Frauen

[GRI 405-01]

Männer und Frauen haben bei der NORMA Group die gleichen Chancen, auch bei der Vergabe von Führungspositionen. Wir treten aktiv gegen eine Diskriminierung ein und sehen es als selbstverständlich an, dass Frauen und Männer bei selber Tätigkeit und Qualifikation auch in derselben Höhe entlohnt werden. Der Frauenanteil richtet sich grundsätzlich nach dem Anteil weiblicher Interessenten, die über den Arbeitsmarkt zur Verfügung stehen und die jeweils erforderlichen Qualifikationen mitbringen. Dementsprechend variiert er weltweit zwischen den Standorten. Ende 2017 lag der Frauenanteil an der gesamten Stammbelegschaft bei 36,4 %.

Die Zielgröße für den Frauenanteil im Aufsichtsrat wurde im vergangenen Jahr von einem weiblichen Mitglied auf zwei weibliche Mitglieder (von insgesamt sechs Mitgliedern) erhöht. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 42

„Die Umsetzung der „Charta der Vielfalt" in unserer Organisation hat zum Ziel, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Die Anerkennung und Förderung dieser vielfältigen Potenziale schafft wirtschaftliche Vorteile für unsere Organisation."

Auszug aus der „Charta der Vielfalt"

Mitarbeiter in Subotica auf der „Straße der Vielfalt"

BLICK IN DIE PRAXIS: DIVERSITY DAY IN SERBIEN

Der serbische Produktionsstandort der NORMA Group liegt in Subotica, einer Stadt, die durch ihre Lage an der Grenze zu Ungarn mit ihren drei offiziellen Sprachen und einer Vielzahl an Kulturen und Religionen für ihre Vielfalt bekannt ist. Für die Beschäftigten in Subotica lag es daher nahe, diese kulturelle Vielfalt für den Diversity Day 2017 aufzugreifen.

Im Zentrum des Events stand die „Straße der Vielfalt", auf der die verschiedenen Dörfer und Gemeinden von Subotica einen eigenen Stand hatten. Rund 250 Mitarbeiter nahmen die Gelegenheit wahr, sich über ungarische, kroatische, serbische, slowakische, bunjewatzische und viele weitere Kulturen auszutauschen. Zu der Veranstaltung waren auch Gäste eines lokalen Kulturvereins eingeladen, die über die verschiedenen Nationalitäten der Region und ihre Traditionen informierten.

FAZIT UND AUSBLICK

Auch künftig wollen wir für unsere Mitarbeiter ein attraktiver Arbeitgeber sein. Dementsprechend ist es unser vorrangiges Ziel, die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter zu verbessern. Dies werden wir im Jahr 2020 erneut im Rahmen einer Mitarbeiterumfrage im großen Rahmen überprüfen.

Wir werden weiterhin in Arbeitssicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz investieren. Um die Effektivität der Arbeitssicherheitsmaßnahmen sicherzustellen, sollen alle Produktionsstandorte bis Ende 2018 und anschließend durchgehend entsprechend der Norm OHSAS 18001 zertifiziert werden. Außerdem haben wir uns das Ziel gesetzt, die Unfallrate pro 1.000 Mitarbeiter auf unter vier pro Jahr zu senken.

Im Bereich Aus- und Weiterbildung verfolgen wir das Ziel, dass unsere Mitarbeiter jährlich an mindestens 30 Trainingsstunden teilnehmen. Außerdem wollen wir sicherstellen, dass an allen Standorten leistungsorientierte Anreizsysteme implementiert sind.

AUF EINEN BLICK: UNSERE CR-ROADMAP 2020

KERNZIEL „MITARBEITER“

Die NORMA Group ist ein attraktiver Arbeitgeber für ihre Mitarbeiter und wird sich auch künftig die besten Talente sichern. Das erreicht die NORMA Group, indem sie ihre Mitarbeiter dafür begeistert, ihre Werte und Vision zu teilen und zu leben.

UNSER ZIELWERT FÜR 2020

Die insgesamt in der Mitarbeiterbefragung (ESS) ermittelte Mitarbeiterzufriedenheit wird verbessert (Zufriedenheitswert ESS 2017 liegt bei 2,74 auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 7 (sehr schlecht)).

UNSER ANSPRUCH	MEILENSTEIN	TERMIN	STATUS
Als verantwortungsvolles Unternehmen investieren wir in eine sichere und effiziente Arbeitsumgebung und in Arbeitsbedingungen, die die Gesundheit unserer Mitarbeiter schützen und ihr Wohlbefinden erhalten. Keiner unserer Mitarbeiter erleidet einen Unfall im Arbeitskontext.	100 % der Produktionsstandorte[1] sind entsprechend der Norm OHSAS 18001 zertifiziert.	Laufend	2017: 80 %
	Unsere Unfallrate (pro 1.000 Mitarbeiter) liegt bei einem Wert von unter 4 pro Jahr.	2020	2017: 6,3
Als „lernende Organisation“ entwickeln wir uns stetig weiter.	Durchschnittlich mindestens 30 Trainingsstunden jährlich pro Mitarbeiter.	Jährlich	2017: 30,1h
Wir stellen sicher, dass an allen Standorten Systeme zur angemessenen Vergütung existieren.	An 100 % aller Standorte gibt es leistungsorientierte Anreizsysteme[1].	Laufend	Ersterhebung 2018

1_Mit einer Übergangsphase für neu integrierte Standorte von 12 Monaten.

UMWELT

Verantwortung heißt, dass wir die Abhängigkeit von unserer Umwelt berücksichtigen. Daher werden wir die Effizienz unseres Energie- und Rohstoffverbrauchs verbessern. Mit unserer Verbindungstechnologie helfen wir Kunden dabei, Umweltstandards heute und in Zukunft zu erfüllen. In den kommenden Jahren werden wir unseren Fokus insbesondere auf den Klimaschutz legen.

UMWELT

UMWELT

Strategischer Ansatz 37
Umweltmanagementsysteme 37
CO_2-Management bei der NORMA Group 38
Wasser in der Produktion 39
Ressourceneffizienz 40
Umweltwirkung der Produkte: Wasser und CO_2 41
Fazit und Ausblick 43

Die durch PwC geprüften Angaben, die insgesamt den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht bilden, sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text markiert.

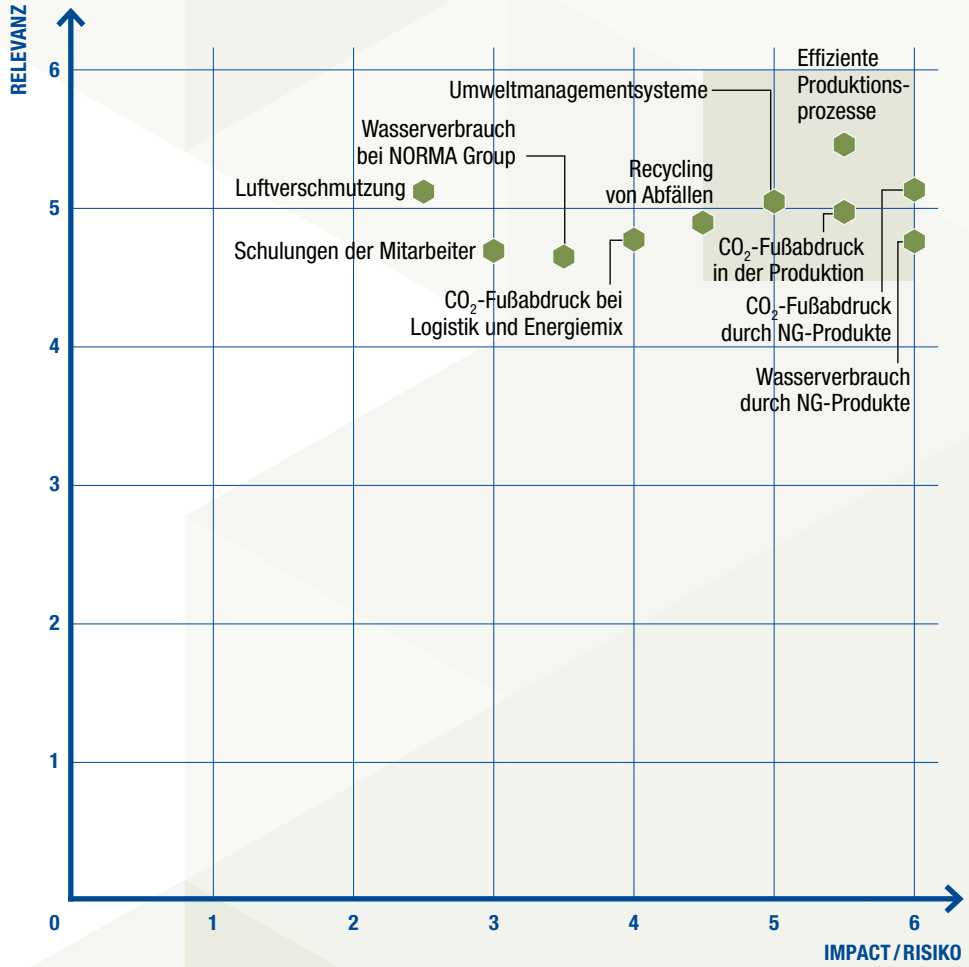
STRATEGISCHER ANSATZ

Energie, Wasser und Abfallaufkommen im Fokus

Megatrends wie Ressourcenverknappung und Klimawandel verändern die Welt grundlegend und langfristig. Die NORMA Group ist sich ihrer Verantwortung auch in dieser Hinsicht bewusst: Wir können mit unseren Produkten und Leistungen die Herausforderungen, die sich aus den Megatrends für Kunden, Gesellschaft und unser eigenes Unternehmen ergeben, direkt beeinflussen. Unsere Produkte tragen insbesondere zu einer höheren Energieeffizienz, Emissionsreduzierung und einem effizienteren Umgang mit Wasser bei.

In der verantwortungsvollen Nutzung von Energie, Wasser und Rohstoffen sehen wir die größten Potenziale, um unsere eigene Nachhaltigkeitsleistung weiter zu verbessern. Diese Beurteilung wird auch durch die Wesentlichkeitsanalyse, die wir mit internen und externen Stakeholdern sowie Experten durchgeführt haben, bestätigt. Die Ergebnisse der Analyse sind unmittelbar in die CR-Roadmap 2020 eingeflossen. → STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT

Andere Umweltthemen wie Biodiversität oder der Umgang mit Gefahrstoffen wurden für die NORMA Group als weniger relevant bewertet. Damit stehen sie nicht im Fokus unserer CR-Aktivitäten. Die geringere Wesentlichkeit von Biodiversität begründet sich vor allem dadurch, dass die NORMA Group ihre Produktionsstätten überwiegend in ausgewiesenen Industrie- und Gewerbegebieten betreibt. Der Umgang mit Gefahrstoffen betrifft nur wenige Produktionsbereiche und die gesetzlichen Vorgaben werden dabei eingehalten.



UMWELTMANAGEMENTSYSTEME

Produkte und Produktion umweltfreundlich gestalten

[GRI 103, 308-01, 308-02]

Wir können nur zu einem effizienteren und somit umweltfreundlicheren Wirtschaften beitragen, wenn der Umweltschutz in die Prozesse und Arbeitsabläufe aller Standorte der NORMA Group integriert ist. Gleichzeitig ist die → UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE ein wichtiges Kaufargument für unsere Kunden. Darüber hinaus helfen wir ihnen, durch energie- und ressourceneffiziente Prozesse Kosten einzusparen.

Unsere Geschäftstätigkeit birgt jedoch auch Risiken: So könnten Umweltauswirkungen ohne ein effektives Umweltmanagementsystem weder erhoben noch wirkungsvoll unternehmensweit gesteuert werden. Zugleich besteht das Risiko von steigenden Produktionskosten durch den ineffizienten Einsatz von Ressourcen, was zu Wettbewerbsnachteilen führen würde. Zudem muss die NORMA Group steigenden rechtlichen und gesellschaftlichen Anforderungen auch im Umweltbereich gerecht werden. Unsere Kunden und Investoren legen in ihren Ratings zunehmend Wert auf eine transparente Darstellung von CO_2-Kennzahlen sowie den effizienten Wasser- und Ressourceneinsatz durch die NORMA Group.

Entlang der Lieferkette bestehen ähnliche Umweltrisiken wie für die NORMA Group selbst, da ein Großteil unserer Zulieferer ebenfalls aus der verarbeitenden Industrie stammt. Die Überprüfung und Verifizierung dieser potenziellen Nachhaltigkeitsrisiken ebenso wie der finanziellen Risiken liegt in der Verantwortung unserer Einkaufsabteilung. → NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF → GESCHÄFTSBERICHT, S. 91

Gruppenweit gültiges Umweltmanagementsystem implementiert

Die NORMA Group hat sich in ihrer CR-Roadmap das Ziel gesetzt, die Umweltauswirkungen ihrer Produktionsprozesse auch weiterhin kontinuierlich und systematisch zu senken. → CR-ROADMAP 2020 Zur Zielerreichung setzt die NORMA Group auf ein gruppenweit einheitliches Umweltmanagementsystem, mit dem Ziel, dass 100 % der integrierten Produktionsstätten nach der international gültigen Norm ISO 14001 zertifiziert sind. Zum 31. Dezember 2017 waren 88 % (22 von 25) Produktionsstandorte, die zu diesem Zeitpunkt über ein Jahr in die NORMA Group integriert waren, gemäß ISO 14001 zertifiziert.

Die Einführung und Umsetzung der Umweltmanagementsysteme liegt bei unserer Umweltabteilung, die an allen Produktionsstandorten mit Fachpersonal vertreten ist. Diese Struktur ermöglicht es uns, unter Beachtung der internationalen Vorgaben auch spezifische Maßnahmen entsprechend den lokalen Umweltherausforderungen einerseits und den standortspezifischen Produktionsprozessen andererseits zu entwickeln und umzusetzen. Um die Einhaltung der Standards sicherzustellen, werden unsere Standorte regelmäßig von externen Experten überprüft.

Kennzahlenerhebung neu strukturiert

[GRI 102-48, 102-49]

Im Jahr 2017 haben wir eine Bewertung unseres Managementansatzes vorgenommen und als Ergebnis die Erhebungsmethoden und -prozesse einzelner Kennzahlen neu strukturiert. Dementsprechend haben wir die Definition von quantitativen Zielen für den CO_2-Ausstoß sowie Wasser und Abfälle in 2018 vorgesehen, da die Ergebnisse des Restrukturierungsprozesses zuerst überprüft und anschließend in den Definitionsprozess überführt werden müssen. Anschließend werden die neuen Ziele auch in unsere CR-Roadmap integriert. Weitere Informationen zu spezifischen umweltbezogenen Themen sind in den folgenden Unterkapiteln zu finden.

CO_2-MANAGEMENT BEI DER NORMA GROUP

Treibhausgasemissionen reduzieren

[GRI 103]

Weltweit trägt die verarbeitende Industrie durch ihre eigenen Produktionsprozesse und ihren Energieverbrauch signifikant zu Treibhausgasemissionen bei. Die Reduktion des CO_2-Ausstoßes stellt einen bedeutenden Hebel dar, um das Ziel der Weltgemeinschaft zu erreichen, die Erderwärmung auf deutlich unter zwei Grad zu begrenzen: Nur wenn es uns gelingt, unseren ambitionierten Wachstumszielen gerecht zu werden und gleichzeitig unsere Treibhausgase zu minimieren, kann die NORMA Group einen nachhaltigen Beitrag zum Klimaschutz leisten.

Treibhausgasemissionen entstehen bei verschiedenen Produktionsschritten der NORMA Group-Produkte sowie durch die Logistik. Als unseren größten Hebel haben wir den Strom- und Gasverbrauch für den Betrieb von Maschinen und das Beheizen von Gebäuden identifiziert. Daher berücksichtigen wir bei der Steuerung der CO_2-Emissionen nur teilweise sogenannte Scope-3-Emissionen, das heißt indirekte Emissionen, die vor bzw. nach unserer unternehmerischen Tätigkeit entstehen. Darüber hinaus ist der Aufwand der Erhebung quantitativer Daten im Verhältnis zu möglicherweise zu erzielenden Effekten zurzeit unverhältnismäßig.

Dennoch beziehen wir in unsere Ansätze auch unsere Lieferkette ein, denn für die Herstellung der Materialien und Komponenten, die wir ein-

BLICK IN DIE PRAXIS: CO_2-EINSPARUNG DURCH NEUE LÜFTUNGSANLAGE

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter sichern und gleichzeitig Emissionen verringern – wie das funktioniert, zeigt beispielhaft die neue Lüftungsanlage in der Halbteilfertigung in unserem Werk in Maintal: Sie saugt zum einen Öldämpfe ab, die bei der Herstellung des Gewindewalzprozesses bei Schrauben entstehen, und filtert die Abluft, sodass keine Rückstände übrig bleiben.

Zum anderen wird die Abwärme dann bei Bedarf in die Halle zurückgeführt und dient so als Heizung. Jährlich können durch diese Wärmerückgewinnung je nach Nutzung jeweils rund 400.000 kWh Strom und 400.000 kWh Heizenergie und damit mehr als 200 Tonnen CO_2 eingespart werden.

kaufen, werden in vielen Fällen große Energiemengen benötigt. Nur wenn unsere Zulieferer also ihrerseits die Treibhausgase wirksam reduzieren, kann ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden. Daher unterstützen wir unsere Lieferanten mit Prozessen zur Nachhaltigkeit im Einkauf. → NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

Neustrukturierung der Erhebungsmethoden und -prozesse

[GRI 302-01, 302-03, 305-02, 305-04]

Die übergreifende Steuerung von Maßnahmen zur Senkung von Treibhausgasen erfolgt durch unser Umweltmanagementsystem. → UMWELTMANAGEMENTSYSTEME Zurzeit konzentriert sich die NORMA Group bei der Erhebung und Steuerung ihrer Treibhausgasemissionen auf die Emissionen, die aus dem Strom- und Gasverbrauch ihrer Produktionsstandorte entstehen. Diese machen unserer Einschätzung nach den größten Anteil der gesamten Emissionen aus.

Im vergangenen Jahr haben wir diese Prozesse und Methoden zur Erhebung der Treibhausgase grundsätzlich neu aufgesetzt. Seit 2017 werden die Werte anhand der Umsatzerlöse normalisiert. Diese Anpassung verhindert zwar den direkten Vergleich mit Vorjahreswerten, vereinfacht jedoch den Vergleich mit anderen Unternehmen, die weitgehend ihre Umsatzerlöse als Normalisierungsfaktor nutzen.

Es ist unser Anspruch, den Strom- und Gasverbrauch mit effizienten Produktionsprozessen deutlich zu vermindern. Das konkrete Ziel für die Reduzierung der CO_2-Emissionen wird 2018 festgelegt, basierend auf der Auswertung der Ergebnisse aus der Überarbeitung unseres Managementansatzes. Anschließend wird dieses Ziel in die CR-Roadmap aufgenommen. Eine Policy zum Einkauf von Ökostrom bzw. regenerativen Energien liegt bei der NORMA Group derzeit nicht vor. Vielmehr steuern wir die Emissionssenkung über die Verminderung unseres Energiebedarfs. Für die konkreten Maßnahmen zur Senkung des Energiebedarfs und damit der CO_2-Emissionen ist bei der NORMA Group das Management der einzelnen Werke verantwortlich.

Die Evaluierung des Managementansatzes zu CO_2-Emissionen entspricht dem Vorgehen des im Unterkapitel Umweltmanagementsysteme dargestellten Prozesses. → UMWELTMANAGEMENTSYSTEME Im vergangenen Jahr hat die NORMA Group insgesamt 51.243 Tonnen CO_2 ausgestoßen. Dies bedeutet einen Ausstoß von 50,38 kg pro TEUR Umsatzerlöse. Der entsprechende Energieverbrauch aus Strom bzw. Gas lag bei 92,00 Kilowattstunden bzw. bei 22,39 Kilowattstunden pro TEUR Umsatzerlöse.

WASSER IN DER PRODUKTION

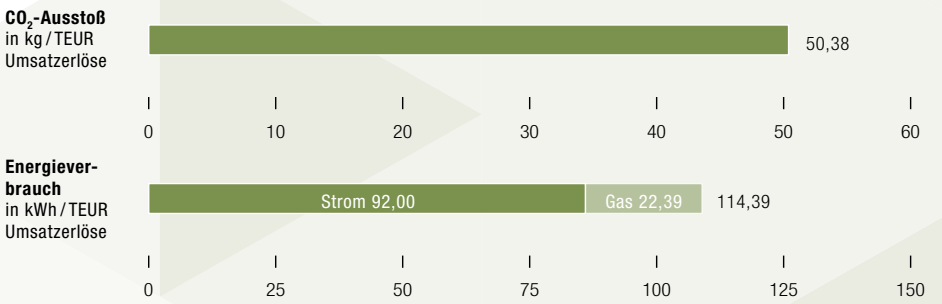
Wasserknappheit aktiv begegnen

[GRI 103]

Die Vereinten Nationen gehen davon aus, dass der Bedarf an Süßwasser bis 2050 um 40 % steigen wird. Zu diesem Zeitpunkt würde derzeitigen Berechnungen zufolge jeder vierte Mensch in einem Land mit Wasserknappheit leben. VEREINTE NATIONEN Die NORMA Group hat diesen Megatrend frühzeitig erkannt und entsprechend reagiert. Inzwischen setzt sich das Produktportfolio der NORMA Group zu einem bedeutenden Teil aus Produkten im Bereich Wassermanagement zusammen, die unseren Kunden dabei helfen, den Wasserverbrauch möglichst optimal zu steuern. → UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE

Allein 19 % des weltweiten Wasserverbrauchs entfällt auf die Produktionsprozesse der Industrie. FAO Mit ihrer weltweiten Präsenz ist die NORMA Group auch in Regionen vertreten, die ein mittleres bis hohes Risiko für Wasserknappheit aufweisen. Vor diesem Hintergrund trägt auch die NORMA Group eine besondere Verantwortung für einen sorgsamen Umgang mit dieser Ressource in der eigenen Produktion. Unsere Produktionsstandorte sollen dabei als Vorbild für den nachhaltigeren und ressourcenschonenden Umgang mit Wasser fungieren. Der Wasserverbrauch bei der NORMA Group entsteht zu einem großen Teil im Rahmen von Kühlungsvorgängen innerhalb unserer Produktionsprozesse. Entsprechend können durch die Senkung des Wasserverbrauchs in diesem Zusammenhang die Produktionskosten reduziert werden.

CO_2-AUSSTOSS UND ENERGIEVERBRAUCH 2017



Reduzierung des eigenen Wasserverbrauchs

[GRI 303-01, 308-02]

Seit Jahren arbeitet die NORMA Group an dem Ziel, den Einsatz von Wasser innerhalb ihrer eigenen Produktionsprozesse kontinuierlich zu senken. Im vergangenen Jahr lag der Wasserverbrauch der Produktionsstandorte der NORMA Group bei insgesamt 152.413 Kubikmeter. Entsprechend belief sich der Verbrauch von Wasser pro TEUR Umsatzerlöse auf 0,15 Kubikmeter.

Wir fokussieren uns auf unsere Produktionsstandorte als Rahmen der Datenerhebung und der Zielvorgaben, da der Wasserverbrauch an unseren Verwaltungs- und Distributionsstandorten aufgrund der deutlich geringeren Verbrauchswerte nur eine untergeordnete Rolle spielt. Wie auch im Bereich der CO_2-Emissionen haben wir im vergangenen Jahr in der Produktion die Erhebungsmethodik angepasst. Auch der Wasserverbrauch wird künftig anhand der Umsatzerlöse normalisiert und nicht wie bislang anhand der Herstellungskosten. Damit werden wir eine bessere Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe gewährleisten können.

Die Steuerung des Wasserverbrauchs folgt unseren Umweltmanagementsystemen. → UMWELTMANAGEMENTSYSTEME Sie wird global und lokal von der Umweltabteilung umgesetzt und auf Werksebene entsprechend den Standards von ISO 14001 implementiert. Die Implementierung von ISO 14001 bei der NORMA Group beinhaltet auch die Handhabung von Abwasser.

Auch in der Lieferkette spielt das Thema Wasserverbrauch eine wichtige Rolle: Die NORMA Group kauft beispielsweise Granulate, Gummiformteile und Kunststoffteile ein, die teils in wasserintensiven Prozessen der chemischen Industrie hergestellt werden. Aus diesem Grund hat die NORMA Group sowohl die Reduktion des Wasserverbrauchs als auch den sicheren Umgang mit Abwässern in ihren Supplier Code of Conduct aufgenommen. → NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

RESSOURCENEFFIZIENZ

Gegen steigende Rohstoffpreise abgesichert

[GRI 103, 301-01]

Steigende Rohstoffpreise spiegeln unter anderem die zunehmende Verknappung der natürlichen Grundlagen unseres Wirtschaftens wider. Ein effizienter Umgang mit den für unsere Produktion benötigten Materialien ist daher nicht nur betriebswirtschaftlich notwendig, um Produktionskosten zu senken, sondern auch aus Umweltgesichtspunkten geboten.

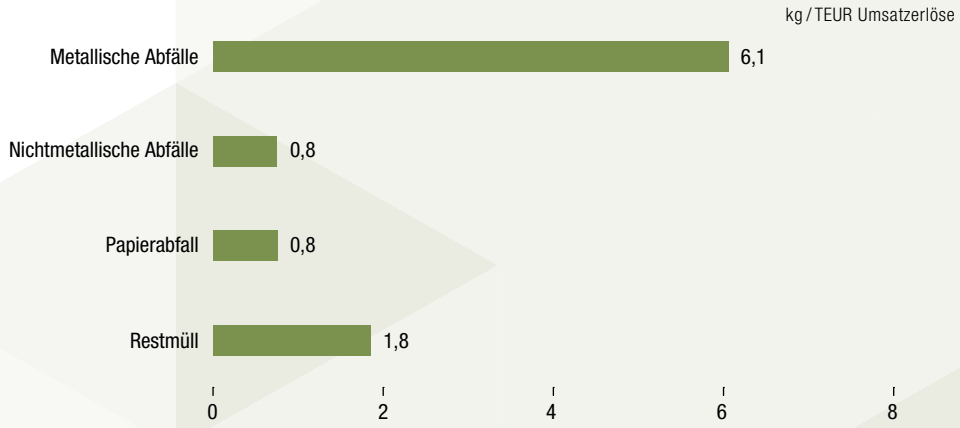
Als produzierendes Unternehmen sind wir auf verschiedene Rohstoffe und Vorprodukte als wichtige Bestandteile unserer Produkte angewiesen. Der Produktionsmaterialumsatz der NORMA Group lag im Jahr 2017 bei EUR 296,0 Mio. Den größten Anteil machten dabei Stahl- und Metallkomponenten, Granulate sowie Kunststoff- und Gummiprodukte aus. → GESCHÄFTSBERICHT, S. 75

Das Risiko steigender Rohstoffpreise schätzt die NORMA Group als wahrscheinlich ein. Dies betrifft sowohl unser eigenes Unternehmen als auch die gesamte Lieferkette. Die finanziellen Auswirkungen durch steigende Rohstoffpreise wären für die NORMA Group allerdings gering, da wir entsprechende Gegenmaßnahmen getroffen haben.
→ GESCHÄFTSBERICHT, S. 91

Abfallaufkommen konsequent reduzieren

Auch die Reduktion von Abfällen sowie das Recycling von Wertstoffen spielen, neben der Senkung der CO_2-Emissionen und dem effizienten Umgang mit Wasser, eine wichtige Rolle in der Umwelt- und Klimaschutzstrategie der NORMA Group. In den letzten Jahren ist es uns gelungen, die Abfallmenge durch kontinuierliche Prozessoptimierungen und den Einsatz innovativer Techniken in Relation zu den Herstellungskosten nach und nach zu vermindern bzw. inzwischen auf einem konstant niedrigen Niveau zu halten. Quantitative Ziele für die

ABFALLAUFKOMMEN NACH ART
[GRI 306-02]



Abfallreduzierung werden im Jahr 2018 definiert. → CR-ROADMAP 2020

Ebenso wie auch in den anderen Umweltkategorien hat die NORMA Group die Normalisierung ihres Abfallaufkommens auf Umsatzerlöse als Bezugsgröße angepasst. Im vergangenen Jahr produzierte die NORMA Group 6.166 Tonnen metallische Abfälle; dies sind 6,06 kg metallische Abfälle pro TEUR Umsatzerlöse. Darüber hinaus messen wir das Abfallaufkommen entlang der Kategorien nichtmetallische Abfälle, Restmüll und Papierabfall.

Effiziente Produktionsprozesse

Auch die Reduktion des Abfallaufkommens wird entsprechend unserer Umweltmanagementsysteme gesteuert. Das heißt, es wird global und lokal von der Umweltabteilung umgesetzt und auf Werksebene entsprechend den Standards von ISO 14001 implementiert. → UMWELTMANAGEMENTSYSTEME Gleichzeitig optimieren wir die Effizienz unserer Produktion durch die Umsetzung und permanente Aktualisierung des NORMA Production Systems (NPS). → GESCHÄFTSBERICHT, S. 16

Wöchentlich treffen sich die Verantwortlichen auf Werksebene für das Reporting der Kennzahlen und um im Falle von Abweichungen Gegenmaßnahmen festzulegen und nachzuverfolgen. Außerdem werden zurzeit in den Produktionshallen sogenannte Scrap-Marketplaces eingerichtet, an denen der Ausschuss deutlich sichtbar gesammelt wird. Dies soll einen Anreiz schaffen, den Ausschuss zu reduzieren. Um unsere Standorte in ihren Effizienzbemühungen weiter zu motivieren, führen wir außerdem interne Rankings durch. Darin können sich besonders effiziente Standorte mit ihren Leistungen hervortun.

Im Bereich der Ressourceneffizienz werden wir zudem im kommenden Jahr neue Kennzahlen einführen, die dazu beitragen sollen, unsere Ausschussrate weiter zu reduzieren.

Wertstoffkreisläufe schließen

[GRI 301-03]

Je nach Abfallart verwenden wir unterschiedliche Arten der Wiederverwertung. Metallabfälle aus den Produktionsprozessen beispielsweise werden gesammelt und recycelt. Fast 100 % der anfallenden metallischen Abfälle werden bei der NORMA Group der externen Wiederverwertung zugeführt. Kunststoffabfälle werden, soweit dies je nach Kunststoffart möglich und vom Aufwand her vertretbar ist, erneut dem Herstellungsprozess zugeführt. Ein bestimmter Teil der anfallenden Kunststoffabfälle wird dabei regranuliert.

Das Recycling unserer eigenen Produkte können wir derzeit nicht übernehmen, da diese in Endprodukten wie Motoren oder Turbinen verbaut werden. Würden wir dies tun, würde es überproportional hohe Investitionen in Zeit und Ressourcen bei der NORMA Group erfordern. Alle vertraglich geregelten Vorgaben zu Materialart und Recyclingfähigkeit werden selbstverständlich erfüllt. Auch die Einhaltung der gesetzlichen Kennzeichnungspflicht wird gewährleistet. Damit erfüllt die NORMA Group gesetzliche Verordnungen wie etwa die Altautoverordnung oder die RoHS-Richtlinien (Restriction of Hazardous Substances bzw. Beschränkung gefährlicher Stoffe) der Elektroindustrie und unterstützt Recycling-Konzepte ihrer Kunden.

UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE: WASSER UND CO_2

NORMA Group bietet nachhaltige Produktlösungen

[GRI 103]

Das zunehmende Umweltbewusstsein, die Ressourcenknappheit und der wachsende Kostendruck spielen heute in beinahe jedem Industriezweig eine wesentliche Rolle. Hinzu kommen verbindliche Vorgaben durch den Gesetzgeber, die insbesondere in der Automobil- und Nutzfahrzeugindustrie in strengeren Emissionsvorschriften oder spezifischen Anforderungen an die eingesetzten Materialien münden. Die NORMA Group baut deshalb in ihrem Produktportfolio auf wertsteigernde und zugleich nachhaltige Lösungen.

NORMA Group-Komponenten in den Endprodukten

Die Produktlösungen der NORMA Group in den Kategorien Befestigungsschellen, Verbindungselemente und Fluidsysteme werden in Endprodukten verarbeitet. Dabei kommt unseren Produkten vor allem die Aufgabe zu, den effizienten Transport bzw. Einsatz von flüssigen oder gasförmigen Stoffen zu gewährleisten. Einige wesentliche Vorteile unserer Produkte liegen in ihrer Optimierung im Hinblick auf Emissionen, Leckagen, Gewicht, aber auch bei Raumvolumen oder Montagezeit. Zudem erweitern wir unser Produktportfolio im Bereich der Elektromobilität und unterstützen damit zukunftsweisende Mobilitätskonzepte. Weitere Informationen zu unserem Roundtable E-Mobility sind unter → STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT zu finden.

60 %

weniger Wasser verbraucht die Heavy Duty Drip Line im Vergleich zu dem Vorgängerprodukt.

NEUE BEWÄSSERUNGSSYSTEME SICHERN EFFIZIENTEN UMGANG MIT WASSER

Angesichts der weltweit zunehmenden Wasserknappheit steigt der Bedarf an effizienten Lösungen für die Wasserversorgung und -infrastruktur. Die NORMA Group trägt diesem Trend Rechnung, indem sie ihre Produkte im Bereich Wassermanagement kontinuierlich weiterentwickelt. Im vergangenen Jahr hat die NORMA Group eine neue Bewässerungslösung entwickelt: die „Heavy Duty Drip Line“.

Das neue Produkt im Bereich Tröpfchenbewässerung hat mehrere Vorteile: Durch präzise steuerbare Wasseremitter spart es gegenüber vorherigen wasserintensiven Produkten rund 60 % an Wasserverbrauch. Gleichzeitig werden die Pflanzen durch die gezielte und passgenaue Bewässerung besser versorgt als zuvor, verwurzeln besser und bekämpfen so die Erosion. Nicht zuletzt hat die NORMA Group durch die Verwendung neuer innovativer Materialien die Lebensdauer des Systems auf bis zu 30 Jahre verlängert.

Risiken aus der Geschäftstätigkeit

Bezüglich verschiedener Umweltaspekte können Risiken aus den Geschäftsbeziehungen, Produkten und Dienstleistungen resultieren. Im Bereich Wassermanagement beispielsweise bieten unsere Produkte unter anderem den Vorteil eines geringeren Wasserverbrauchs. Können wir dieses Versprechen jedoch nicht einhalten, besteht die Möglichkeit, dass gerade in Regionen, in denen der Verbrauch aufgrund von Wasserknappheit eine große Rolle spielt, Wasser verschwendet wird.

Im Bereich Automotive besteht vor allem das Risiko des Austritts von Schadstoffen. Dies kann etwa durch Leckagen entstehen, durch eine mangelhafte Abgasreinigung oder durch überflüssiges Gewicht am Automobil, das zu einem erhöhten Kraftstoffverbrauch führt. Auch für unser Geschäft entstehen daraus Risiken: Qualitätsmängel könnten zu Rechtsstreitigkeiten, Schadensersatzverpflichtungen oder dem Verlust von Kunden führen.

Produktentwicklung gemäß Kundenanforderungen

Bei der Entwicklung neuer Produkte orientieren wir uns an den Spezifikationen und Anforderungen unserer Kunden. Ihre Wünsche zu erfüllen und Lösungen für ihre Probleme anzubieten, hat für die NORMA Group höchste Priorität. Dabei entwickeln wir in den jeweiligen Projekten für unsere Kunden gleichzeitig aber auch Ideen, die die Umweltfreundlichkeit unserer und ihrer Produkte verbessern. Jedoch ist es nicht ohne Weiteres möglich, den spezifischen umweltbezogenen Einfluss unserer Produkte zu messen, auch wenn sie oft entscheidend für die korrekte Funktionsweise der Endprodukte sind.

Grundanforderung an alle unsere Produkte ist stets die effektive Verhinderung von Leckagen und Schadstoffaustritten. Wir erfüllen diese Anforderungen für unsere Kunden und stellen dabei höchste Zuverlässigkeit und Qualität sicher. → QUALITÄT Darüber hinaus entwickeln wir unsere Produkte so weiter, dass sie einen Beitrag zum Schutz natürlicher Ressourcen leisten.

Gewichtsreduktion hilft CO_2-Emissionen zu verringern

Neben den eigentlichen Aufgaben unserer Produktlösungen – verbinden und abdichten – spielt heute das Gewicht unserer Produkte eine immer größere Rolle für die Umweltverträglichkeit. Unsere neuentwickelten Produkte sind deshalb oft leichter als die Gewichtsanforderungen unserer Kunden es erfordern und sorgen so für eine Gewichtsreduktion von Endprodukten wie Fahrzeugen oder Flugzeugen. Dadurch wird in Folge deutlich weniger CO_2 freigesetzt. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Entwicklung eines neuen Kühlsystems für einen französischen Kunden aus der Automobilindustrie. Durch unsere Ingenieursleistung konnten wir erreichen, dass das Gewicht unseres Produkts 34 % unter den Gewichtsanforderungen unseres Kunden lag. Bei einer Laufleistung von 240.000 km pro Auto und 47.000 mit unserem Kühlsystem ausgestatteten Autos bedeutet dies eine Reduktion der CO_2-Emissionen um insgesamt mehr als 2.000 Tonnen (der Schätzung wurde dabei das erste Fahrzeugmodell des Projekts zugrunde gelegt).

NORMA Group bietet Lösungen zum effektiveren Einsatz von Urea-Systemen

In den kommenden Jahren werden sich die Prüfverfahren zur Verringerung von Stickoxiden weiter verschärfen. Die NORMA Group unterstützt ihre Kunden dabei, Lösungen zu finden, die eine weitere Verringerung von Stickoxiden in Abgasen ermöglichen. Im Zentrum steht dabei die SCR-Technologie (Selective Catalytic Reduction), bei der Stickoxide mit einer Harnstofflösung reagieren und in Stickstoff und Wasser aufgespalten werden. NORMA GROUP BLOG Der Beitrag der NORMA Group liegt dabei vor allem in dem effizienten und effektiven Transport der Harnstofflösung aus dem Tank in die Einspritzvorrichtung des Abgassystems. Um die Stickstoffbehandlung auch bei niedrigen Außentemperaturen zu gewährleisten, werden die Einspritzvorrichtungen zunehmend auch in die unmittelbare Motornähe verlagert. Umgekehrt bedeutet dies, dass nach gewisser Fahrdauer im Normalbetrieb extrem hohe Temperaturen vorherrschen.

Die NORMA Group hat daher ihre Produkte so weiterentwickelt, dass sie auch bei höchsten Temperaturen zuverlässig funktionieren. Grundlage bildete dabei die Verwendung von widerstandsfähigeren Materialien oder speziellen Isolierungsmaßnahmen. So stellen wir sicher, dass eine zuverlässige Infrastruktur für eine noch bessere Schadstoffbehandlung gewährleistet ist.

BLICK IN DIE PRAXIS: LEICHTE PRODUKTE VERMINDERN CO_2-EMISSIONEN

47.000

ausgestattete Automobile

240.000 km

Laufleistung pro Auto

34 %

Gewichtseinsparung bei Kühlsystem der NORMA Group

über 2.000 t

CO_2-Einsparungen

FAZIT UND AUSBLICK

Unsere Anstrengungen und Maßnahmen im Bereich Umwelt- und Klimaschutz werden wir auch in den nächsten Jahren konsequent weiterverfolgen. Das Hauptaugenmerk der NORMA Group wird darauf liegen, die Umweltauswirkungen ihrer Produktionsprozesse kontinuierlich und systematisch zu reduzieren. Wir haben uns in diesem Zusammenhang das Ziel gesteckt, dass spätestens bis 2018 und dann fortlaufend weltweit 100 % unserer Produktionsstandorte nach ISO 14001 zertifiziert sind.

Im vergangenen Jahr stand für die NORMA Group der Umweltbereich im Zeichen der Umstrukturierung von Erhebungsprozessen. Ziel war und ist dabei die Ausrichtung an internationalen Standards und die Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen. Im Jahr 2018 wollen wir diesen Weg weitergehen. Insbesondere planen wir auf Basis der Ergebnisse aus 2017, quantitative Ziele für unsere wichtigsten Kennzahlen CO_2-Emissionen, Wasserverbrauch und Volumen metallischer Abfälle zu definieren. Außerdem werden wir weitere Kennzahlen einführen, die dazu beitragen sollen, unsere Produktionsprozesse noch effizienter zu gestalten und dadurch Ressourcen zu schonen.

AUF EINEN BLICK: UNSERE CR-ROADMAP 2020

KERNZIEL „UMWELT“	UNSER ZIELWERT FÜR 2020
Die NORMA Group reduziert die negativen Umweltauswirkungen ihrer Produktionsprozesse kontinuierlich und systematisch.	Spätestens bis Ende 2018 und dann fortlaufend sind weltweit 100 % der Produktionsstandorte[1] der NORMA Group nach ISO 14001 zertifiziert.

UNSER ANSPRUCH	MEILENSTEIN	TERMIN	STATUS
Wir gehen sorgsam mit natürlichen Ressourcen um. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf Energie, Wasser und metallischen Abfällen.	Festlegung und Veröffentlichung quantitativer Ziele für CO_2, Wasser und Abfälle.	2018	
Wir verringern Verschwendung und erhöhen die Effizienz des Materialeinsatzes in unseren Produktionsprozessen.	Einführung von „Ausschussrate“ und „Fehlerhafte Teile innerhalb der Produktion“ als neue Kennzahlen.	2018	

1_Mit einer Übergangsphase für neu integrierte Standorte von 12 Monaten

GESELLSCHAFT

Für die NORMA Group sind lebendige und lebenswerte Umgebungen an den Standorten von großer Bedeutung. Über unser gesellschaftliches Engagement (Corporate Citizenship) wollen wir das Umfeld der Standorte, an denen wir tätig sind, stärken und positiv beeinflussen.

GESELLSCHAFT

Strategischer Ansatz 45
NORMA Clean Water 46
Corporate Volunteering 47
Engagement an den Standorten 48
Fazit und Ausblick 49

Die durch PwC geprüften Angaben, die insgesamt den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht bilden, sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text markiert.

GESELLSCHAFT

STRATEGISCHER ANSATZ

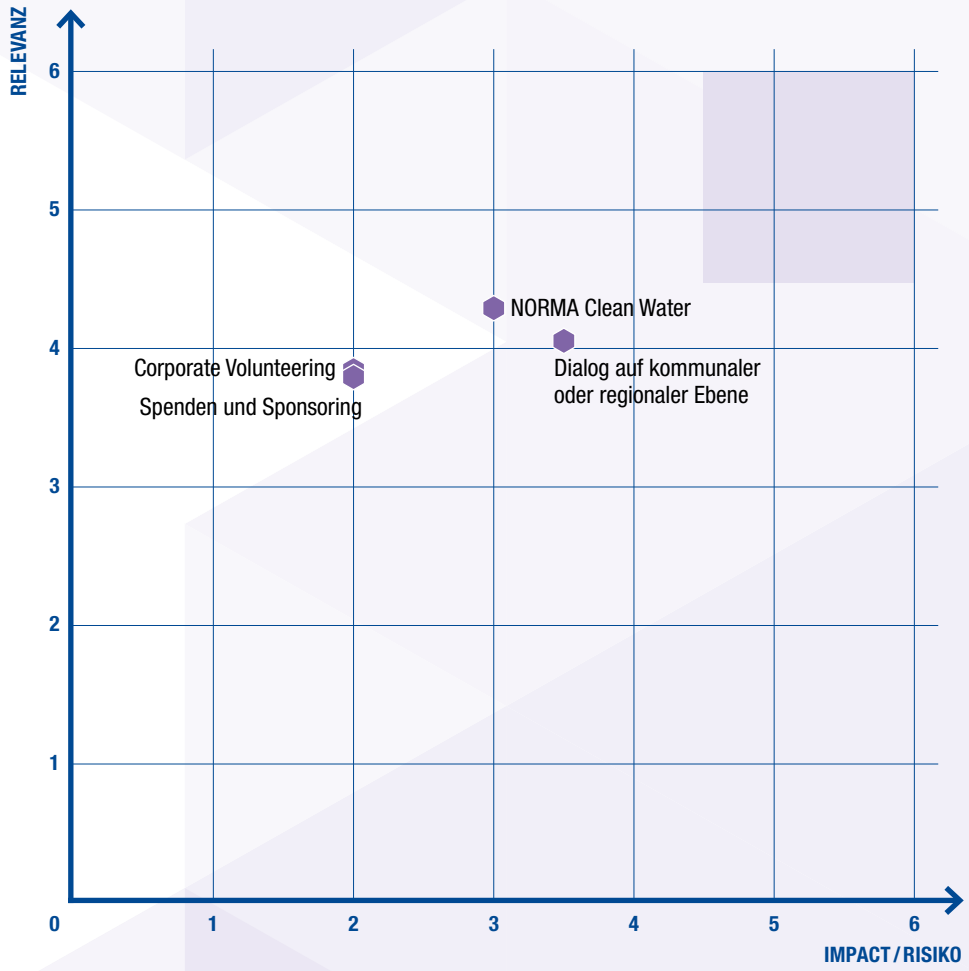
Die NORMA Group engagiert sich für die Gesellschaft

[GRI 103]

Es gehört zum Selbstverständnis der NORMA Group, ein gesellschaftlich engagiertes Unternehmen und aktives Mitglied der Gesellschaft zu sein. Wir wollen einen positiven Einfluss auf die Regionen und lokalen Gemeinschaften haben, in denen wir tätig sind. Bereits im Kerngeschäft leisten wir dazu auf vielfältige Weise einen wichtigen Beitrag:

- Emissions- und ressourcensparende Produkte
- Fairer Umgang mit Mitarbeitern
- Förderung des Umweltmanagements in Produktion und Vertrieb
- Gewährleistung von Compliance und Anti-Korruption
- Stärkung der Menschenrechte

Uns ist der Austausch und enge Kontakt mit den Nachbarn an allen Standorten der NORMA Group wichtig. Wir führen daher Corporate-Citizenship-Aktivitäten durch, die in engem Zusammenhang mit unserem Kerngeschäft stehen. Die Einbindung unserer Mitarbeiter trägt dabei entscheidend zum Erfolg unserer Aktivitäten bei.



Alle Ziele erreicht

Unsere Maßnahmen im Bereich gesellschaftliches Engagement erfolgen auf Basis unserer Corporate Citizenship Guideline (CCG) und werden auf Gruppenebene durch die CR-Officers gesteuert. Zusätzlich gibt es in den Produktionsstätten dezentral verantwortliche Personen. Diese unterstützen unser Ziel, eine positive Wirkung auf die Gemeinschaften vor Ort zu haben und die Zivilgesellschaft an unseren Standorten zu stärken. Dies gelingt insbesondere durch einen aktiven Dialog mit den regionalen und lokalen Gemeinschaften. Darüber hinaus entwickeln wir modellhafte Maßnahmen, um aufzuzeigen, wie den globalen Herausforderungen – besonders der Verknappung der Ressource Wasser – begegnet werden kann. Beispielhafte Projekte sind NORMA Clean Water und der NORMA Help Day.

Alle Aktivitäten werden nach ihrer Durchführung bewertet und evaluiert. Dafür werden in Abhängigkeit von den jeweiligen Projekten Kennzahlen erhoben und kommuniziert, beispielsweise in der CR-Roadmap. → CR-ROADMAP 2020 Die jüngste Evaluierung hat ergeben, dass die NORMA Group die selbst gesteckten Ziele hinsichtlich ihres

gesellschaftlichen Engagements in den letzten Jahren vollständig erreicht hat.

NORMA CLEAN WATER

Ressource Wasser lebenswichtig

Die Ressource Wasser ist ein knappes und wertvolles Gut und einer der wertvollsten Rohstoffe unserer Zeit überhaupt. Menschen in vielen Regionen weltweit fehlt häufig der Zugang zu sauberem Trinkwasser. Dies hat schwerwiegende Folgen vor allem für Frauen und Kinder, die meist für die Beschaffung von Wasser verantwortlich sind. Aber auch die ländliche Bevölkerung, insbesondere Kleinbauern, sind von der Trinkwasserknappheit betroffen. Ein weiteres Problem sind fehlende Sanitäranlagen, was negative Auswirkungen auf die Gesundheit nach sich zieht. Vor allem Kinder und im Speziellen Mädchen leiden unter der oftmals prekären Situation der sanitären Einrichtungen und bleiben aufgrund dessen der Schule fern.

Für die NORMA Group steht Wasser strategisch im Fokus, da es einen direkten Bezug zu unserem Kerngeschäft hat: Wir stellen unter anderem verschiedene Produktlösungen für den Bereich Wassermanagement her. → UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE Unser Leuchtturmprojekt im Bereich gesellschaftliches Engagement hat daher selbstverständlich den Schwerpunkt Wasser.

NORMA Clean Water in Indien erfolgreich abgeschlossen

Mit NORMA Clean Water haben wir 2014 in Indien ein gemeinnütziges Projekt ins Leben gerufen, das eine funktionierende Wasserversorgung an Schulen im ländlichen Umfeld unseres Produktionsstandorts Pune zum Ziel hatte. Denn auch hier führt der mangelnde Zugang zu sauberem Wasser und Sanitäranlagen dazu, dass Mädchen nicht in die Schule gehen. Gemeinsam mit der Kinderhilfsorganisation PLAN International hatten wir das Ziel formuliert, bis 2017 an 50 Schulen insgesamt 15.000 Schülern und Lehrkräften den Zugang zu sauberem Trinkwasser und zu funktionierenden Sanitäranlagen zu ermöglichen. Zu dem komplexen Programm zählten sowohl bauliche Maßnahmen als auch das Anstoßen von Verhaltensänderungen bei Kindern, Lehrern und Eltern im Umgang mit Hygiene. Die Umsetzung vor Ort erfolgte dabei in Kooperation mit der indischen Organisation „Community Aid and Sponsorship Programme“ (CASP), die in Pune ansässig ist.

Im vergangenen Jahr wurden unsere Projektziele erreicht und zum Teil übertroffen. So wurden insgesamt knapp 16.000 Schülerinnen und Schüler sowie rund 650 Lehrkräfte an 50 Schulen im Umgang mit sauberem Trinkwasser und Hygiene geschult. Aufgrund des effizienten Projektmanagements unserer Partner konnten wir zudem frei gewordene Ressourcen dafür einsetzen, die Baumaßnahmen und Schulungsaktivitäten auch auf fünf Gemeinden in der Umgebung der Schulen auszudehnen.

Ziel von NORMA Clean Water war es, dass das Projekt ab einem bestimmten Zeitpunkt eigenständig weiterläuft. Um die Nachhaltigkeit des Projekts zu sichern, wurden 2017 rund 30 Treffen mit über 400 Lehrkräften organisiert, um die Projektaktivitäten zu bewerten und weitere Herausforderungen und Lösungsstrategien zu identifizieren. Der Erfolg des Projekts bestätigt uns darin, diesen Ansatz weiterzuverfolgen. Dementsprechend haben wir inzwischen NORMA Clean Water in Brasilien initiiert.

NORMA Clean Water in Brasilien gestartet

Ähnlich wie in Indien ist auch in bestimmten ländlichen Regionen Brasiliens sauberes Wasser knapp, schwer zu erreichen und zudem häufig verschmutzt. Dadurch sind insbesondere Kinder gefährdet, da sie anfälliger für gefährliche Krankheiten sind. Aus diesem Grund hat die NORMA Group im August 2017 das Sozialprojekt NORMA Clean Water in Brasilien mit einer Laufzeit von drei Jahren gestartet. Unser Projektpartner ist auch hier die Kinderhilfsorganisation PLAN International. Es ist unser gemeinsames Ziel, die Lebensbedingungen in den ländlichen Regionen von Codó und Peritoró im Nordosten des Landes zu verbessern.

NORMA CLEAN WATER

	2017	2016
Anzahl von NORMA Clean Water profitierenden Schülerinnen und Schülern	16.000	13.750
Anzahl von NORMA Clean Water profitierenden Lehrkräften	650	650
Anzahl Schulen, an denen NORMA Clean Water umgesetzt wird	50	25
Anzahl gegründeter Schülerclubs	48	48

Dr. Anjil Paranjape,
Geschäftsführer der Kinderhilfsorganisation CASP, über seinen Blick auf NORMA Clean Water in Indien

„OHNE ANGST IN DIE SCHULE“

Wie konnte NORMA Clean Water die sanitäre Situation vor Ort verbessern?
Als erstes haben wir dabei geholfen, funktionierende Sanitäranlagen zu bauen. Auf dieser Basis haben wir Bildungsmaßnahmen initiiert, wie etwa Malwettbewerbe oder Treffen in Schülerclubs, damit die Schüler die Bedeutung von sauberem Trinkwasser und Hygiene besser verstehen. Dabei haben wir auch Lehrer und Gemeinden in unsere Aufklärungsaktivitäten eingebunden.

Hat das Projekt etwas verändert?
Ein Beispiel: Ein Mädchen erzählte uns, dass sie früher immer Angst hatte, die Toilette zu nutzen: Man konnte die Tür nicht verschließen, und das Fenster war kaputt. Eine Freundin musste immer vor der Tür aufpassen. Sie war sehr glücklich, dass die Schülerinnen nun sicher sind.

Welche Auswirkungen wird das Projekt künftig haben?
In Zukunft wissen Schüler, Eltern, Lehrer und Lokalbehörden, wie wichtig intakte Sanitäranlagen und Hygiene sind. Am Ende werden Schüler und Eltern mehr und mehr genau solche Einrichtungen für alle einfordern.

Bis 2020 sollen insgesamt 400 Familien im Bundesstaat Maranhão Zugang zu sauberem Wasser durch den Neubau und die Instandsetzung von Trinkwasseranlagen erhalten. Darüber hinaus werden 170 Familien von Gemüsegärten profitieren, die ihr Nahrungsmittelangebot diversifizieren und erweitern. Für diese Familien sind Schulungen rund um die Themen Wasser, Gesundheit, Ernährung und Hygiene geplant. Zudem werden Komitees gegründet, in denen sich die Gemeindemitglieder austauschen sowie langfristig um die Instandhaltung und Wartung der Anlagen kümmern können. Durch die starke Einbeziehung der Gemeindemitglieder in die Projektaktivitäten übernehmen sie selbst Verantwortung. Ein regelmäßiger Austausch der Komitees verschiedener Gemeinden soll darüber hinaus zu einem Erfahrungs- und Best-Practice-Austausch führen.

Wie bereits in Indien setzt die NORMA Group damit gemeinsam mit seinen Projektpartnern darauf, dass das Projekt auch nach Projektende langfristig erfolgreich für die lokalen Gemeinschaften fortgeführt werden kann. Wesentlich tragen insbesondere die Vorbildfunktion und Multiplizierbarkeit der Maßnahmen dazu bei.

CORPORATE VOLUNTEERING

NORMA Group fördert bürgerschaftliches Engagement der Mitarbeiter

[GRI 103]

Die Zivilgesellschaft ist von entscheidender Bedeutung für ein funktionierendes Miteinander der Gesellschaft insgesamt. Insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen, die aus Megatrends wie Migrationsbewegungen und globalen Disparitäten entstehen, hat die NORMA Group den Anspruch, sich einzubringen und eine aktive Rolle zu spielen. Hierfür fördern wir gezielt soziale Projekte an den Standorten der NORMA Group. → ENGAGEMENT AN DEN STANDORTEN Zusätzlich ermutigen wir unsere Mitarbeiter, einen Beitrag zu leisten, indem wir etwa vorbildhaftes Engagement in der Mitarbeiterzeitung LET'S CONNECT darstellen. → BEKANNTHEIT VON CR IM UNTERNEHMEN

NORMA Help Day wird fortgesetzt

[GRI 413-01]

Die Grundlage für das bürgerschaftliche Engagement unserer Mitarbeiter haben wir mit dem NORMA Help Day geschaffen, der erstmals im Jahr 2014 am Standort Maintal mit 35 Mitarbeitern durchgeführt wurde. Seit 2015 gilt dieses Angebot international an allen Standorten der NORMA Group, wobei die Teilnahme grundsätzlich freiwillig ist. Im Jahr 2017 nahmen 32 Standorte und mehr als 900 Mitarbeiter am Help Day teil. 33 Nichtregierungsorganisationen (NGOs) profitierten von den Beiträgen, die unsere Mitarbeiter weltweit leisteten. Da die Beiträge bzw. Projekte je nach Region sehr unterschiedlich sind, werden sie auch dezentral organisiert und umgesetzt.

HELP DAY 2017

32 Standorte nahmen am Help Day 2017 teil

900 Mitarbeiter legten Hand an

33 gemeinnützige Organisationen profitierten von den Aktionen

Zu den durchgeführten Aktionen der einzelnen Standorte zählten etwa die Arbeiten an einem öffentlichen Park in Mexiko, die Unterstützung einer Suppenküche in Singapur sowie die Installation von Sanitäranlagen der NORMA Group in einer Schule in Malaysia. In Polen wiederum renovierten unsere Mitarbeiter den Essensraum eines Waisenhauses in der Nähe unseres Werks in Pilica.

Im US-amerikanischen Auburn Hills fanden gleich mehrere Aktionen statt: So wurde zum Beispiel auf leeren Grundstücken im Pontiac Community Backyard ein Gemeinschaftsraum geschaffen und Gemüsegärten angelegt. Für die Gleaners Food Bank wiederum wurde Essen sortiert und Pakete für Familien in Notsituationen gepackt. Zudem halfen die Mitarbeiter dabei, ein Festival zu organisieren, dessen Erlöse an das Veterans Hospital Detroit gingen.

Auch im deutschen Maintal war das Engagement sehr breit gefächert: So haben die Mitarbeiter unter anderem die Räume einer Schule neu gestrichen, beim Bau einer Terrasse in einem Stadtteilzentrum geholfen und einen Kindergarten und eine Kita bei Umbaumaßnahmen unterstützt.

Polen

Vereinigte Staaten

Mexiko

Malaysia

Deutschland

Positives Feedback von Teilnehmern

2017 haben wir erneut eine umfassende Evaluierung unseres weltweiten Help Days vorgenommen. An der Befragung nahmen insgesamt mehr als 300 NORMA Group-Mitarbeiter teil mit folgenden Ergebnissen:

- 98 % der Teilnehmer stimmen der Aussage eher oder vollständig zu, dass der NORMA Help Day eine erfolgreiche Veranstaltung war.
- 76 % der Teilnehmer würden ihren Kollegen im kommenden Jahr empfehlen, auch am NORMA Help Day teilzunehmen.
- 45 % der Teilnehmenden machen sich nun Gedanken, sich auch weiter lokal zu engagieren.

Auch von den externen Projektpartnern haben wir viele positive Rückmeldungen erhalten. Damit ist der Help Day für unser Unternehmen und alle Teilnehmenden ein voller Erfolg. Aus diesem Grund soll der Aktionstag auch in den kommenden Jahren fortgeführt werden.

ENGAGEMENT AN DEN STANDORTEN

Im Dialog mit den Anspruchsgruppen vor Ort

Auch neben den bereits beschriebenen Aktivitäten ist die NORMA Group kontinuierlich im Dialog mit den Anspruchsgruppen vor Ort und bringt sich aktiv in die Gesellschaft ein. Wir fördern seit langem lokale Nichtregierungsorganisationen durch Spenden und Sponsoring und haben hier soziale, gemeinnützige und kulturelle Projekte in den Regionen im Fokus. Der Ansatz ist hier ebenfalls dezentral, denn unseres Erachtens hängt die Effizienz der Fördermaßnahmen von den regionalen Rahmenbedingungen ab.

Als Steuerungsinstrument fungiert die im Oktober 2013 verabschiedete Corporate Citizenship Guideline (CCG). Die Leitlinie, die für alle NORMA Group-Standorte gilt, beschreibt die inhaltlichen Schwerpunkte, Zielgruppen und Formen unseres Engagements. Sie dient damit als wichtige Orientierungshilfe für die Verantwortlichen in unseren Werken hinsichtlich der Ausgestaltung ihrer standortbezogenen Spenden- und Sponsoring-Aktivitäten. Freigabeprozesse und Reporting sind zugleich mit dem international gültigen Compliance-Management der NORMA Group verknüpft. → COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE Seit 2013 werden die Ausgaben für Spenden und Sponsoring gemäß der CCG international ebenfalls einheitlich erfasst. Wie in allen anderen Bereichen legt die NORMA Group auch hinsichtlich ihres lokalen Engagements höchsten Wert auf Transparenz. Im vergangenen Jahr lagen die Ausgaben für Sponsoring bei TEUR 11, die Ausgaben für Spenden beliefen sich auf insgesamt TEUR 246.

Vielfältige individuelle Projekte an den Standorten

Auch in den Jahren 2016 und 2017 wurden an den Standorten der NORMA Group zahlreiche Projekte zur nachhaltigen Stärkung der jeweiligen Kommune umgesetzt. Dazu zählten etwa Spenden für die Opfer des Hurrikans Harvey sowie des Erdbebens in Mexiko. In Serbien wiederum haben wir im Mai 2017 einen Highschool-Wettbewerb zu 2-D- und 3-D-Modellierung gesponsort und die ersten drei Plätze ausgezeichnet. Ziel war es, junge Talente auf diesem Gebiet zu unterstützen und zu fördern.

Weiterbildung und Berufseinstieg in Mexiko

Das an unserem mexikanischen Produktionsstandort Juarez Anfang 2015 gestartete Fortbildungsprogramm für Mitarbeiter und deren Familien haben wir inzwischen dauerhaft verankert. Dreimal in der Woche erhalten die Teilnehmenden, die ihre Schulausbildung nicht regulär beendet haben, Unterricht der Grund- und Mittelstufe. In den vergangenen Jahren ist die Zahl der Teilnehmer immer weiter gestiegen, wobei es unser erklärtes Ziel ist, im kommenden Jahr noch mehr Teilnehmende zu begrüßen und zu unterstützen. Auch von offizieller Seite wurde das Programm ausgezeichnet: Das Nationale Institut für Erwachsenenbildung drückte der NORMA Group für den Erfolg seine Anerkennung aus.

Ebenfalls in Mexiko wurde im März 2017 das erste Jahr des Universitätsprogramms „Universidad 2016“ beendet, das jungen Menschen dabei hilft, Erfahrungen im professionellen Umfeld zu erlangen. Im Verlauf eines Jahres hatten alle zwölf Teilnehmer die Möglichkeit, in die Abteilungen Qualität, Engineering, Wartung und Produktion hineinzuschnuppern und an einem konkreten Projekt zu arbeiten. Einigen der Teilnehmenden wurde im Anschluss ein Arbeitsvertrag bei der NORMA Group angeboten. Ziel ist es dabei, einerseits Talente für unser Unternehmen zu gewinnen, andererseits aber auch jungen Menschen Einblicke in die Produktion und wertvolle Arbeitserfahrungen für ihren Berufseinstieg zu vermitteln. Das Interesse an dem Programm ist seit dem Start im Jahr 2016 deutlich gestiegen – die Bewerberzahlen haben sich 2017 nahezu verdoppelt. Deshalb wollen wir das Engagement in Zukunft fortsetzen und prüfen auch, ob das Programm ebenfalls für andere Abteilungen – wie etwa Personal, Finanzen oder Verwaltung – eingeführt werden kann.

ZUSAMMEN FÜR DIE ERDBEBENOPFER IN MEXIKO

Am 19. September 2017 ereigneten sich in Mexiko mehrere Erdbeben, in dessen Folge mehr als 300 Menschen ihr Leben verloren und 5.000 Menschen obdachlos wurden. „Was können wir aus der Ferne tun?“, fragten sich einige NORMA-Mitarbeiter am Standort Lake Orion in den USA. Gemeinsam riefen sie ihre Kollegen auf zu spenden – und erhielten sofort Hilfe.

„Die Reaktion war überwältigend“, erklärt Diana Perez, Einkäuferin am Standort der NORMA Group in Lake Orion. „Viele Kollegen spendeten dringend benötigte Waren wie Handschuhe, Batterien und Windeln. Sie halfen auch, die Waren zu verpacken und für den Transport vorzubereiten.“
Auch andere Standorte der NORMA Group in den USA und Mexiko beteiligten sich an der spontanen Aktion. Die Initiative aufgreifend, unterstützte auch die NORMA Group den Kauf weiterer Hilfsgüter mit einer Spende von 5.000 Euro.

Alle Waren wurden anschließend an die Standorte der NORMA Group in Mexiko verschifft, von wo aus sie vom Roten Kreuz an die Erdbebenopfer verteilt wurden.

FAZIT UND AUSBLICK

Engagement verstetigen und ausbauen

Die NORMA Group will auch künftig als ein verantwortungsvoller Partner in der Gesellschaft gelten und wirken. Die Erfolge der letzten Jahre sollen deshalb verstetigt und ausgebaut werden. Unser Ziel ist es, durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen hinsichtlich unseres gesellschaftlichen Engagements in Stakeholder-Befragungen zu erreichen.

Wir wollen unsere Mitarbeiter auch in Zukunft aktiv in unsere Aktivitäten zum Gemeinwohl einbinden und so auch weiterhin den Dialog mit den lokalen Gemeinschaften suchen. Für das Projekt Clean Water in Brasilien haben wir uns das Ziel gesetzt, an die Erfolge aus Indien anzuknüpfen und nun in Brasilien gemeinsam mit der Zivilgesellschaft ein Modellprojekt für effiziente Wasserversorgung umzusetzen.

Der NORMA Help Day hat sich als feste Größe für Corporate Volunteering im Unternehmen etabliert und soll auch künftig an allen Produktionsstandorten stattfinden. Unsere Sponsoring- und Spenden-Aktivitäten erfolgen auch weiterhin im Einklang mit unserer Corporate Citizenship Guideline.

AUF EINEN BLICK: UNSERE CR-ROADMAP 2020

KERNZIEL „GESELLSCHAFT“	UNSER ZIELWERT FÜR 2020
Die NORMA Group positioniert sich als ein verantwortungsvoller Partner in der Gesellschaft.	Durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen des gesellschaftlichen Engagements in Stakeholder-Befragungen.

UNSER ANSPRUCH	MEILENSTEIN	TERMIN	STATUS
Wir zeigen, dass Wasser an vielen Orten unserer Welt eine knappe und wertvolle Ressource und wie wichtig eine effiziente Wasserversorgung ist. Gemeinsam mit Partnern setzen wir Modellprojekte um, die Missstände beheben.	400 Familien in sechs ländlichen Gemeinden in den Regionen Codó und Peritoró in Brasilien erhalten eine gesicherte Wasserversorgung und vertiefen ihr Wissen über häusliche und landwirtschaftliche Wassernutzung und Hygiene.	2020	Projektstart (0 von 400)
Die Mitarbeiter der NORMA Group engagieren sich freiwillig an ihren Standorten für gemeinnützige Zwecke.	Alle Produktionsstandorte nehmen am jährlichen Help Day teil.	Jährlich	2017: 32 Standorte (Produktion und Distribution)
Durch Spenden und Sponsoring in den Bereichen Umwelt, Sport und Soziales stärken wir die zivilgesellschaftlichen Strukturen an allen unseren Standorten.	An den Standorten der NORMA Group wird gemäß der Corporate Citizenship Guideline in das Gemeinwesen investiert.	Laufend	2017: Spenden: TEUR 246 Sponsoring: TEUR 11

DATEN

Um unsere Leistungen im Bereich Corporate Responsibility transparent darzustellen, sind auf den folgenden Seiten Daten und Fakten zu verschiedenen Aspekten unserer CR-Handlungsfelder aufgeführt.

DATEN

Über diesen Bericht 51
Kennzahlen 53
GRI Content Index 59
Prüfvermerk 64
Impressum 66

Die durch PwC geprüften Angaben, die insgesamt den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht bilden, sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text markiert.

ÜBER DIESEN BERICHT

UMFANG UND ZIELSETZUNG

[GRI 102-45, 102-50, 102-51, 102-52]

Der vorliegende CR-Bericht umfasst das Kalenderjahr 2017 und folgt damit auf den CR-Bericht 2015, der 2016 veröffentlicht wurde, und die Datenaktualisierung 2016. In diesem Bericht werden umfangreiche Informationen zu unseren CR-relevanten Zielen, Ansätzen und Maßnahmen sowie unserer strategischen Ausrichtung dargestellt. Die in diesem Bericht getroffenen Aussagen und Angaben gelten für alle Tochtergesellschaften der NORMA Group. Auf Ausnahmen wird ausdrücklich hingewiesen. Beteiligungen und Unternehmen außerhalb des Konsolidierungskreises der NORMA Group sind nicht Gegenstand dieser Berichterstattung.

Die Veröffentlichung dieses Berichts erfolgt parallel mit dem Geschäftsbericht am 21. März 2018. Durch die Veröffentlichung eines eigenständigen CR-Berichts und über die CR-Inhalte unserer Webseite wollen wir ausführliche Informationen zum strategischen CR-Ansatz der NORMA Group und zu beispielhaften Maßnahmen zur Verfügung stellen. Auf diesem Weg schafft die NORMA Group die Grundlage für einen offenen und vertrauensvollen Dialog mit ihren Stakeholdern.

Aufbau

[GRI 102-46]

Der Aufbau dieses Berichts orientiert sich an unseren CR-spezifischen Handlungsfeldern: Verantwortungsvolles Handeln, Produktlösungen, Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft. Der Schwerpunkt der einzelnen Kapitel wiederum liegt auf den „wesentlichen Themen“, die mithilfe einer Wesentlichkeitsanalyse definiert wurden. → STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT In der Seitenspalte der Berichtsseiten werden Beispiele aus der Unternehmenspraxis dargestellt, die zur Illustration der einzelnen Themenfelder beitragen sollen.

Zugunsten der besseren Lesbarkeit des CR-Berichts verzichten wir in der Regel auf die Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Selbstverständlich schließen Begriffe wie Mitarbeiter stets alle Geschlechter ein.

Nichtfinanzielle Erklärung (CSR-RUG), GRI und UN Global Compact

[GRI 102-54]

Dieser CR-Bericht dient zugleich der Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen, die sich für die NORMA Group erstmals seit diesem Berichtsjahr gemäß des Gesetzes zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, CSR-RUG) ergeben. Die NORMA Group hat den gesonderten nichtfinanziellen Bericht (nichtfinanzieller Bericht) gemäß CSR-RUG in den vorliegenden CR-Bericht eingebettet. Die Pflichtbestandteile des nichtfinanziellen Berichts sind mithilfe einer blauen Linie neben dem jeweiligen Text gekennzeichnet. Eine Übersicht über die Pflichtbestandteile gemäß CSR-RUG findet sich in der Tabelle auf der folgenden Seite.

Verweise auf Angaben, die sich außerhalb des Konzernlageberichts bzw. Konzernabschlusses befinden, sind weiterführende Informationen und nicht Bestandteil des nichtfinanziellen Berichts.

Der nichtfinanzielle Bericht wurde einer betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 (Revised) mit einer begrenzten Prüfungssicherheit unterzogen. Der Vermerk der unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) ist auf Seite 64 abgebildet.

Nach Anwendung der Nettomethode bei der Ermittlung berichtspflichtiger Risiken gemäß CSR-RUG sind der NORMA Group keine berichtspflichtigen Nettorisiken bekannt, die sehr wahrscheinlich schwerwiegend negative Auswirkungen auf die berichtspflichtigen Aspekte haben oder haben werden. Zur Beschreibung des Risikomanagementsystems der NORMA Group verweisen wir auf die Seiten 85 – 87 des Geschäftsberichts. Die in der Wesentlichkeitsanalyse identifizierten Bruttorisiken werden in den Unterkapiteln des CR-Berichts kurz dargestellt.

Berichtspflichtige Zusammenhänge mit den Beträgen des Konzernabschlusses wurden nicht festgestellt.

Die CR-Roadmap beinhaltet zudem die konkreten Zielsetzungen unseres Unternehmens bis zum Jahr 2020 sowie den aktuellen Status der entsprechenden Maßnahmen. Die Fortschritte der Roadmap werden regelmäßig im CR Steering Committee besprochen und extern veröffentlicht. Bei den Review-Aktivitäten ist der Vorstand der NORMA Group aktiv eingebunden; die Roadmap ist damit ein zentrales Due-Diligence-Instrument der NORMA Group.

Pflichtangaben gemäß CSR-RUG	Überleitung in Berichtsinhalte	Seiten
Geschäftsmodell	NORMA Group auf einen Blick	5
Umweltbelange	Umweltmanagementsysteme	37
	CO_2-Fußabdruck in der Produktion	38
	Wasserverbrauch in der Produktion	39
	Effiziente Produktionsprozesse	40
	Recycling von Abfällen	40
	Nachhaltige Beschaffung	23
Arbeitnehmerbelange	Compliance-Management-Systeme	15
	Vermeidung von Diskriminierung	15
	Vereinigungsfreiheit	15
	Arbeitssicherheit und Gesundheit	30
	Aus- und Weiterbildungsprogramme	31
Sozialbelange	Dieser Aspekt wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als nicht wesentlich befunden.	vgl. 11, 45
Achtung der Menschenrechte	Compliance-Management-Systeme	15
	Vermeidung von Diskriminierung	15
	Vereinigungsfreiheit	15
	Nachhaltige Beschaffung	23
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Compliance-Management-Systeme	15
Darstellung von Risiken	Siehe jeweilige Unterkapitel	
Zusammenhänge zu Konzernabschluss	Über diesen Bericht	51

Der CR-Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards (Option „Kern“) erstellt. Dies schließt auch die Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse ein.

Daraus ergibt sich auch eine Orientierung an den GRI-Standards innerhalb des nichtfinanziellen Berichts. Insbesondere orientieren sich die Wesentlichkeitsanalyse, die Darstellung der Managementansätze und die Kennzahlen an den Vorgaben der GRI-Standards.

Ein Audit zur externen Bestätigung seitens GRI wurde nicht durchgeführt. Der Bericht hat den Materiality-Disclosure-Service der GRI erfolgreich bestanden. Der GRI-Inhaltsindex ist auf den Seiten 59 – 63 zu finden.

Dieser Bericht dient zudem als Fortschrittserklärung für die Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact. Die Verweise auf die Global-Compact-Prinzipien wurden in den GRI Content Index integriert.

Eine Reihe von CR-spezifischen Daten ist auf den folgenden Seiten zu finden. Darüber hinausgehende allgemeine Daten können dem → GESCHÄFTSBERICHT 2017 entnommen werden.

KENNZAHLEN

ALLGEMEINE DATEN / BESCHREIBUNG DES GESCHÄFTSMODELLS

Kennzahl	Einheit	Wert 2017	Wert 2016	GRI Standard
Anzahl der Produktionsstandorte		27	27	102-07
Anzahl Produkte		> 40.000	> 35.000	102-07
Umsatz	EUR Mio.	1.017,1	894,9	102-07
Bruttogewinn (bereinigt)	EUR Mio.	601,3	545,6	
EBITA (bereinigt)	EUR Mio.	174,5	157,5	
Anteil der im Ausland erwirtschafteten Umsatzerlöse	%	80,3	78,8	102-07
Gesamtanzahl Mitarbeiter inkl. Leiharbeitnehmern		7.667	6.664	102-08
Stammbelegschaft		6.115	5.450	
Mitarbeiter EMEA (Stammbelegschaft)		3.545	3.202	
Mitarbeiter Amerika (Stammbelegschaft)		1.575	1.418	
Mitarbeiter Asien-Pazifik (Stammbelegschaft)		995	830	
Leiharbeitnehmer		1.552	1.214	

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

Kennzahl	Einheit	Wert 2017	Wert 2016	GRI Standard
Compliance-Management-Systeme sowie Compliance-Schulungen				
Anzahl Registrierungen für Online-Trainings („Basics“)		598	n/a	205-02
Anzahl Registrierungen für Online-Trainings („Focus“)		418	n/a	205-02
Anzahl Registrierungen für Online-Trainings („Refresher“)		1.335	n/a	205-02
Anteil abgeschlossene Online-Trainings (alle)	%	100	n/a	205-02
Anzahl Mitarbeiter, die online zu Compliance-Themen geschult wurden		1.318	2.066	205-02
Anzahl Stunden von Compliance-Online-Trainings (alle)		2.939	n/a	205-02
Anzahl Stunden von Compliance-Online-Trainings pro Teilnehmer		2,23	n/a	
Wesentliche Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	TEUR	0	0	419-01
Vermeidung von Diskriminierung				
Anzahl der gerichtlich festgestellten Diskriminierungen		0	n/a	406-01
Vereinigungsfreiheit				
Anzahl der gerichtlich festgestellten Verletzungen von Vereinigungsfreiheit		0	n/a	407-01
Bekanntheit CR-Policy und CR-Roadmap				
Anteil befragter Mitarbeiter, die die CR-Policy kennen	%	79,6	n/a	

PRODUKTLÖSUNGEN

Kennzahl	Einheit	Wert 2017	Wert 2016	GRI Standard
Kundenzufriedenheit				
Aufgrund der Umstellung des Verfahrens zur Messung der Kundenzufriedenheit im Jahr 2017 können erst im kommenden Jahr genauere Angaben gemacht werden.				
Qualitätsmanagement				
Anzahl Produktionsstätten zertifiziert nach ISO 9001 oder TS 16949		25	25	
Anzahl Produktionsstätten zertifiziert nach EN 9100		2	2	
Anzahl fehlerhafter Teile	ppm (parts per million)	16	32	
Anzahl qualitätsbedingter Beanstandungen pro Monat	Monatsdurchschnitt	9	8	
Nachhaltige Beschaffung				
Einkaufsvolumen	EUR Mio.	433,1	352,6	
Produktionsmaterialumsatz	EUR Mio.	296,0	233,0	301-01
Anteil bevorzugter Lieferanten, die den Supplier Code of Conduct (SCoC) unterzeichnet haben	%	100	100	308-01, 414-1
Anzahl bevorzugter Lieferanten		25	n/a	
Anteil bevorzugter Lieferanten am Produktionsmaterialumsatz	%	33	n/a	
Anteil von Zulieferern im Supplier Scoring, die am Sustainability-Self-Assessment teilgenommen haben	%	18	n/a	308-01, 414-01
Forschung und Entwicklung				
Anzahl F&E-Mitarbeiter		344	305	
Quote der F&E-Mitarbeiter im Verhältnis zur Konzern-Stammbelegschaft	%	5,6	5,6	
F&E-Ausgaben im EJT-Bereich	EUR Mio.	29,4	28,8	
F&E-Quote bezogen auf den EJT-Umsatz	%	4,6	5,4	
Innovationsmanagement				
Anzahl Erfindungsmeldungen		33	n/a	

MITARBEITER

Kennzahl	Einheit	Wert 2017	Wert 2016	GRI Standard
Arbeitssicherheit und Gesundheit				
Anzahl Produktionsstandorte zertifiziert nach OHSAS 18001		20	23	
Anteil Produktionsstandorte zertifiziert nach OHSAS 18001 [1]	%	80	n/a	
Unfallrate	Unfälle / 1.000 Mitarbeiter	6,3	7,6	403-02
Behandlungsrate	Behandlungen / 1.000 Mitarbeiter	36,0	38,6	403-02
Gesamtzahl meldepflichtiger Unfälle		42	44	403-02
Anzahl medizinischer Behandlungen		271	250	403-02
Aus- und Weiterbildungsprogramme				
Durchschnittliche Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter	h	30,1	29,7	404-01
Angemessene Entlohnung				
Anteil der Standorte mit leistungs- bzw. erfolgsorientierten Anreizsystemen		erst ab 2018	n/a	
Personalaufwand (bereinigt)		269,6	243,9	
Erhebung MA-Zufriedenheit				
Teilnahmequote an der Mitarbeiterumfrage	%	82	n/a	
Gesamtzufriedenheit der Mitarbeiter	auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 7 (sehr unzufrieden)	2,76	n/a	
Vielfalt und Chancengleichheit				
Anteil weiblicher Mitarbeiter in der Stammbelegschaft	%	36,4	35,2	405-01
Anzahl Frauen im sechsköpfigen Aufsichtsrat		1	1	

1_In die Berechnung gehen nur solche Standorte ein, die zum 31. Dezember 2017 bereits über 12 Monate in die NORMA Group integriert waren.

UMWELT

Kennzahl	Einheit	Wert 2017	Wert 2016	GRI Standard
Umweltmanagementsysteme				
Anzahl Produktionsstandorte zertifiziert nach ISO 14001		22	22	
Anteil Produktionsstandorte zertifiziert nach ISO 14001 [1]	%	88	n/a	
Recycling von Abfällen und effiziente Produktionsprozesse				
Metallische Abfälle	kg / TEUR Umsatzerlöse	6,06	n/a	306-02
Nichtmetallische Abfälle	kg / TEUR Umsatzerlöse	0,75	n/a	306-02
Papierabfälle	kg / TEUR Umsatzerlöse	0,76	n/a	306-02
Rest-/Hausabfälle	kg / TEUR Umsatzerlöse	1,85	n/a	306-02
CO_2-Fußabdruck in der Produktion				
CO_2-Emissionen aus Strom- und Gasverbrauch	kg / TEUR Umsatzerlöse	50,38	n/a	305-02, 305-04
Stromverbrauch	kWh / TEUR Umsatzerlöse	92,00	n/a	302-01, 302-03
Gasverbrauch	kWh / TEUR Umsatzerlöse	22,39	n/a	302-01, 302-03
Reduktion des Wasserverbrauchs bei der NORMA Group				
Wasserverbrauch	m^3 / TEUR Umsatzerlöse	0,15	n/a	303-01

1_In die Berechnung gehen nur solche Standorte ein, die zum 31. Dezember 2017 bereits über 12 Monate in die NORMA Group integriert waren.

GESELLSCHAFT

Kennzahl	Einheit	Wert 2017	Wert 2016	GRI Standard
NORMA Clean Water				
Anzahl Schulen, an denen NORMA Clean Water umgesetzt wurde		50	25	
Anzahl der von NORMA Clean Water profitierenden Schüler		16.000	13.750	
Anzahl der von NORMA Clean Water profitierenden Lehrkräfte		650	650	
NORMA Help Day				
Anzahl Produktions- und Distributionsstandorte, die am NORMA Help Day teilnehmen		32	26	413-01
Anzahl Teilnehmer NORMA Help Day		> 900	> 800	
Engagement an den Standorten				
Spenden (im Rahmen der Corporate Citizenship Guideline)	TEUR	246	234	
Sponsoring (im Rahmen der Corporate Citizenship Guideline)	TEUR	11	29	

GRI CONTENT INDEX

[GRI 102-55]

UNIVERSELLE STANDARDS

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016			
Organisationsprofil			
102-01	Name der Organisation	6	
102-02	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	5	
102-03	Hauptsitz der Organisation	6	
102-04	Betriebsstätten	5	
102-05	Eigentum und Rechtsform	6	
102-06	Bediente Märkte	5	
102-07	Größenordnung der Organisation	5, 6	
	Informationen über Bilanzssumme, Eigen- und Fremdkapitel sind dem Geschäftsbericht zu entnehmen.	GB S. 109	
102-08	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	6	
102-09	Lieferkette	23	
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisations und ihrer Lieferkette	7	
102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	17	
102-12	Externe Initiativen	4, 34	
	United Nations Global Compact Charta der Vielfalt Charta zur Vereinbarkeit von Pflege und Beruf in Hessen		
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden		
	Die NORMA Group SE ist Mitglied in folgenden Verbänden. Mitgliedschaften lokaler oder regionaler Tochterunternehmen sind hierbei nicht eingeschlossen: Bundesverband deutscher Pressesprecher e.V. (BdP) Deutsches Aktieninstitut e.V. Deutsches Institut für Interne Revision e.V. DIRK - Deutscher Investor Relations Verband e.V. Gesellschaft für Finanzwirtschaft in der Unternehmensführung e.V. RKW Hessen Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Wirtschaft e.V.		
Strategie			
102-14	Aussagen der Führungskräfte	4	
102-15	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	11	
	Neben der allgemeinen Darstellung der Risiko-Identifikation im Kapitel „Stakeholder und Wesentlichkeit" sind in den einzelnen Unterkapiteln Beschreibungen von Impacts und Risiken in den einzelnen Themenfeldern enthalten.		

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
Ethik und Integrität			
102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	16, 23	10
Führung			
102-18	Führungsstruktur	6, 10; GB S. 38ff.	
102-19	Befugniserteilende Stelle	6	
102-20	Verantwortung der Führungsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	10	
102-21	Einbindung der Stakeholder bei ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	10	
102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans	GB S. 40	
102-23	Vorstand des höchsten Kontrollorgans	6; GB S. 40ff.	
102-24	Nominierung und Wahl des höchsten Kontrollorgans	GB S. 40ff.	
102-25	Interessenkonflikte	GB S. 40ff.	
102-27	Gemeinwissen des höchsten Kontrollorgans	GB S. 34ff.	
	Entsprechend §171 Abs. 1 Satz 4 AktG n.F. hat der Aufsichtsrat eine inhaltliche Prüfungspflicht des nicht-finanziellen Konzernberichts.		
102-30	Effektivität des Risikomanagementprozesses	GB S. 43	
102-32	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	GB S. 34ff.	
	Entsprechend §171 Abs. 1 Satz 4 AktG n.F. hat der Aufsichtsrat eine inhaltliche Prüfungspflicht des nicht-finanziellen Konzernberichts.		
102-35	Vergütungspolitik	GB S. 97ff.	
102-36	Verfahren zur Festsetzung der Vergütung	GB S. 97ff.	
102-37	Beteiligung der Stakeholder an der Vergütung	GB S. 97ff.	

GRI Materiality Disclosures Norma Group SE
Feb 2018 Service

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
Stakeholdereinbeziehung			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	10	
102-41	Tarifverhandlungen	15	
	Die NORMA Group erhebt nicht, wie viele Mitarbeiter von Tarifverträgen abgedeckt werden .		
102-42	Identifizierung und Auswahl von Stakeholdern	11	
102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	10	
102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	10, 12	
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Unternehmenseinheiten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	6, 51; GB S. 131ff.	
	Weitergehende Informationen zu den im Geschäftsbericht eingeschlossenen Unternehmenseinheiten sind im Geschäftsbericht zu finden.		
102-46	Bestimmung von Berichtsinhalt und Themenabgrenzung	11, 51	
102-47	Liste der wesentlichen Themen	11	
102-48	Neuformulierung von Informationen	38	
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	11, 38	
102-50	Berichtszeitraum	51	
102-51	Datum des aktuellsten Berichts	51	
102-52	Berichtszyklus	51	
102-53	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	66	
102-54	Aussagen zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	51	
102-55	GRI-Inhaltsindex	59	
102-56	Externe Prüfung	64	

SPEZIFISCHE STANDARDS

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
KATEGORIE: WIRTSCHAFTLICHE STANDARDS			
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016			
103[1]	Managementansatz	5	
201-01	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert		
	Die erforderlichen Angaben können dem Geschäftsbericht entnommen werden.		
201-04	Finanzielle Unterstützung vonseiten der Regierung	GB S. 177	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016			
103[1]	Managementansatz	23	
204-01	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten		
	Die NORMA Group verfolgt die Einkaufsphilosophie, alle Güter und Dienstleistungen möglichst lokal einzukaufen. Ausnahmen hiervon gibt es nur bei Bezugsmöglichkeiten zu deutlich günstigeren Konditionen oder bei Nichtverfügbarkeit vor Ort. Während Gebrauchsmaterialien weitestgehend lokal eingekauft werden, können Produktionsmaterialien wegen der besonderen (Qualitäts-)Anforderungen nur zu zwei Dritteln von jeweils regionalen Anbietern bezogen werden, ein Drittel stammt von wenigen (weltweiten) Anbietern, die an alle NORMA Group-Standorte liefern.		
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016			
103[1]	Managementansatz	16	10
205-01	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft werden	17	10
205-02	Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	17	10
205-03	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		10
	Im Berichtszeitraum sind in der NORMA Group keine Fälle von Korruption bekannt geworden.		

1_Die im vorliegenden Bericht unter GRI 103: Managementansatz 2016 dargestellten Management-Ansätze umfassen immer die GRI-Standards 103-1 (Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung), 103-2 (Der Managementansatz und seine Komponenten) und 103-3 (Prüfung des Managementansatzes).“

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016			
103[1]	Managementansatz	16	
206-01	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse		
	Im Berichtszeitraum wurden gegen die NORMA Group im Bereich Wettbewerb weder Strafen noch Bußgelder wegen Vergehen, Verstößen oder der Nichteinhaltung von Gesetzen, Vorschriften oder Verpflichtungen verhängt.		
KATEGORIE: UMWELTSTANDARDS			
GRI 301: Materialien 2016			
103[1]	Managementansatz	40	7,8
301-01	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	40	7,8
	Den Umfang der eingesetzten Materialien zu senken ist ein wichtiges Ziel der NORMA Group. Um die Steuerung weltweit zu vereinfachen, ist der Einkaufswert (in Euro) der Materialien für die NORMA Group die wichtigste Messgröße.		
301-03	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	41	
GRI 302: Energie 2016			
103[1]	Managementansatz	37, 38	7,8
302-01	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	39	7,8
302-03	Energieintensität	39	7,8
302-04	Verringerung des Energieverbrauchs		
	Aufgrund der erfolgten Umstellungen in den Messungsmethoden von CO_2-Emissionen sind Vergleiche mit Vorjahreszahlen nicht möglich.		
GRI 303: Wasser 2016			
103[1]	Managementansatz	37, 39	7,8
303-01	Wasserentnahme nach Quelle	40	7,8

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 305: Emissionen 2016			
103[1]	Managementansatz	37, 38	7,8
305-01	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)		7,8
	Scope 1-Emissionen werden von der NORMA Group zurzeit nicht gesondert erhoben.		
305-02	Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	39	7,8
305-03	Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)		7,8
	Die Menge der von Dritten emittierten Treibhausgase (wie zum Beispiel durch Zulieferer oder Transporteure, Scope 3) wird zurzeit von der NORMA Group nicht systematisch erhoben.		
305-04	Intensität der Treibhausgasemissionen	39	7,8
305-05	Senkung der Treibhausgasemissionen		9
	Aufgrund der erfolgten Umstellungen in den Messungsmethoden von CO_2-Emissionen sind Vergleiche mit Vorjahreszahlen nicht möglich.		
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016			
103[1]	Managementansatz	37, 40	7,8
306-02	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	40	7,8
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016			
103[1]	Managementansatz	37	7,8
307-01	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen		7,8
	Im Berichtszeitraum hat die NORMA Group im Bereich Umwelt weder Strafen noch Bußgelder wegen erheblicher Vergehen, Verstöße oder der Nichteinhaltung von Gesetzen, Vorschriften oder Verpflichtungen im Bereich Umwelt bezahlt.		

1_Die im vorliegenden Bericht unter GRI 103: Managementansatz 2016 dargestellten Management-Ansätze umfassen immer die GRI-Standards 103-1 (Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung), 103-2 (Der Managementansatz und seine Komponenten) und 103-3 (Prüfung des Managementansatzes).“

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016			
103[1]	Managementansatz	23	7,8
308-01	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	23, 37	7,8
308-02	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	23, 37, 40	7,8
KATEGORIE: SOZIALE STANDARDS			
GRI 401: Beschäftigung 2016			
103[1]	Managementansatz	29	
401-02	Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte	30, 33	
	Die skizzierten Angebote der NORMA Group richten sich an alle Mitglieder der Stammbelegschaft (bei Teilzeitbeschäftigten in der Regel anteilig). Vollzeit- und Teilzeitangestellte sind gleichgestellt.		
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016			
103[1]	Managementansatz	30	
403-01	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	30	
	Der Anteil der Mitarbeiter, die durch Sicherheitsausschüsse repräsentiert werden, wird von der NORMA Group zurzeit nicht erhoben.		
403-02	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheiten sowie die Zahl arbeitsbedingter Todesfälle	30	
403-03	Mitarbeiter mit einem hohen Auftreten von oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbindung stehen	30	
403-04	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden		
	Um den Mitarbeitern die Wiedereingliederung nach längeren unfallbedingten Ausfallzeiten oder Erkrankungen zu erleichtern, wurde an den deutschen Standorten ein „Wiedereingliederungsmanagement" für die Arbeitnehmer mit den Betriebsräten vereinbart.		

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016			
103[1]	Managementansatz	31	6
404-01	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	32	6
404-02	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	32, 33	
404-03	Regelmäßige Leistungsbeurteilung und Karriereplanung	32	6
	Der Anteil der Mitarbeiter, die regelmäßig an einer Leistungsbeurteilung teilnehmen, wird von der NORMA Group zurzeit nicht erhoben.		
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016			
103[1]	Managementansatz	34; GB S. 42ff.	6
405-01	Vielfalt in Leitungsorganen und bei den Angestellten	34; GB S. 42	6
GRI 406: Gleichbehandlung 2016			
103[1]	Managementansatz	16, 34	6
406-01	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	15	6
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016			
103[1]	Managementansatz	16	3
407-01	Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	15	3
GRI 408: Kinderarbeit 2016			
103[1]	Managementansatz	16	5
408-01	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Kinderarbeit	15	5
	Im Berichtsjahr 2017 wurde für keinen Standort der NORMA Group ein erhebliches Risiko von Kinderarbeit festgestellt.		
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016			
103[1]	Managementansatz	16	4
409-01	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Zwangsarbeit	15	4
	Im Berichtsjahr 2017 wurde für keinen Standort der NORMA Group ein erhebliches Risiko von Zwangsarbeit festgestellt.		

1_Die im vorliegenden Bericht unter GRI 103: Managementansatz 2016 dargestellten Management-Ansätze umfassen immer die GRI-Standards 103-1 (Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung), 103-2 (Der Managementansatz und seine Komponenten) und 103-3 (Prüfung des Managementansatzes)."

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016			
103[1]	Managementansatz	16	1
412-01	Geschäftsstandorte, die bezüglich Menschenrechte überprüft wurden	15	1
	Teil des gruppenweiten Risk Assessments sind insbesondere auch arbeitsrechtliche Fragestellungen, z. B. hinsichtlich Arbeitszeit.		
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016			
103[1]	Managementansatz	45, 47	1
413-01	Geschäftsstandorte mit Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	47	1
GRI 414: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken 2016			
103[1]	Managementansatz	23	2
414-01	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	23	2
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016			
103[1]	Managementansatz	16	
415-01	Parteispenden		
	Direkte oder indirekte Spenden an politische Parteien, Politiker sowie ihre Familien oder Organisationen, an denen sie Beteiligungen halten oder die politischen Parteien nahestehen, sind seitens der NORMA Group nicht erlaubt. Im Berichtszeitraum wiesen die Spendenkonten der NORMA Group keine derartigen Zuwendungen auf.		
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016			
103[1]	Managementansatz	18	
417-01	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	18	
	Für ausgewählte Produkte sind online Produktdatenblätter abrufbar.		

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016			
103[1]	Managementansatz	16	
418-01	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten		
	Im Berichtszeitraum wurden der NORMA Group weder Klagen noch Vorwürfe wegen Verletzung des Schutzes der Privatsphäre des Kunden und Verletzung des Datenschutzes bekannt.		
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016			
103[1]	Managementansatz	16	
419-01	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	15	
	Im Berichtszeitraum hat die NORMA Group keine wesentlichen Strafen und Bußgelder wegen Vergehen, Verstößen oder der Nichteinhaltung von Gesetzen, Vorschriften oder Verpflichtungen im Bereich Compliance und Produkte bezahlt.		

1_Die im vorliegenden Bericht unter GRI 103: Managementansatz 2016 dargestellten Management-Ansätze umfassen immer die GRI-Standards 103-1 (Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung), 103-2 (Der Managementansatz und seine Komponenten) und 103-3 (Prüfung des Managementansatzes).“

PRÜFVERMERK

[GRI 102-56]

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT DER NICHTFINANZIELLEN BERICHTERSTATTUNG

An die NORMA Group SE, Maintal

Wir haben den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht nach § 315b Abs. 3 HGB der NORMA Group SE (im Folgenden die „Gesellschaft“) für den Zeitraum vom 1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2017, der insgesamt die mit einer blauen vertikalen Linie gekennzeichneten Abschnitte im Corporate-Responsibility-Bericht der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2017 umfasst (im Folgenden der „nichtfinanzielle Bericht“), einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 315b und 315c i.V. m. 289c bis 289e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines nichtfinanziellen Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie die vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards 1 „Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW QS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die Angaben in dem nichtfinanziellen Bericht abzugeben.

Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im nichtfinanziellen Bericht verwiesen wird.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315b und 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u. a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse
- Befragung relevanter Mitarbeiter, die in die Aufstellung des nichtfinanziellen Berichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über Angaben im nichtfinanziellen Bericht
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben in dem nichtfinanziellen Bericht
- Analytische Beurteilung von Angaben des nichtfinanziellen Berichts
- Durchführung von Prüfungshandlungen an den Standorten Maintal, Deutschland, und Subotica, Serbien
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und Konzernlagebericht
- Beurteilung der Darstellung der Angaben

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315b und 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Verwendungszweck des Vermerks
Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Gesellschaft geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt.

Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

Frankfurt am Main, den 9. März 2018

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

ppa. Nicolette Behncke
Wirtschaftsprüfer

ppa. Dieter W. Horst

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
NORMA Group SE
Edisonstraße 4
D-63477 Maintal

KONTAKT [GRI 102-53]

Ansprechpartner für Corporate Responsibility

Marion Mitchell
Group CR Officer
E-Mail: Marion.Mitchell@normagroup.com
Telefon: +49 6181 6102 751

Elias Schwenk
CR Officer
E-Mail: Elias.Schwenk@normagroup.com
Telefon: +49 6181 6102 7602

KONZEPT UND REDAKTION
Scholz & Friends Reputation,
Berlin

GESTALTUNG
MPM Corporate Communication Solutions,
Mainz

BILDNACHWEISE
NORMA Group

DRUCK
Woeste Druck,
Essen

Zukunftsbezogene Aussagen
Dieser Nachhaltigkeitsbericht enthält bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen. In die Zukunft gerichtete Aussagen sind alle Aussagen, die sich nicht auf historische Tatsachen und Ereignisse beziehen und solche in die Zukunft gerichteten Formulierungen wie „glaubt“, „schätzt“, „geht davon aus“, „erwartet“, „nimmt an“, „prognostiziert“,„beabsichtigt“, „könnte“, „wird“ oder „sollte“ oder Formulierungen ähnlicher Art enthalten. Solche in die Zukunft gerichteten Aussagen unterliegen Risiken und Ungewissheiten, da sie sich auf zukünftige Ereignisse beziehen und auf gegenwärtigen Annahmen der Gesellschaft basieren, die gegebenenfalls in der Zukunft nicht oder nicht wie angenommen eintreten werden. Die Gesellschaft weist darauf hin, dass solche zukunftsgerichteten Aussagen keine Garantie für die Zukunft sind; die tatsächlichen Ergebnisse, einschließlich der Finanzlage und der Profitabilität der NORMA Group SE sowie der Entwicklung der wirtschaftlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen, können wesentlich von denjenigen abweichen (insbesondere negativer ausfallen), die in diesen Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. Selbst wenn die tatsächlichen Ergebnisse der NORMA Group SE, einschließlich der Finanzlage und Profitabilität sowie der wirtschaftlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen, mit den zukunftsgerichteten Aussagen in diesem Nachhaltigkeitsbericht übereinstimmen sollten, kann nicht gewährleistet werden, dass dies auch weiterhin in der Zukunft der Fall sein wird.

Hinweis zum Nachhaltigkeitsbericht
Der Nachhaltigkeitsbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor; bei Abweichungen gilt die deutsche Fassung.

Rundungshinweis
Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können aufgrund kaufmännischer Rundung geringe Abweichungen auftreten.

Informationen zum GRI
Die Global Reporting Initiative (GRI) unterstützt die Nachhaltigkeitsberichterstattung aller Organisationen. Sie hat daher einen umfassenden Rahmen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung erarbeitet, der weltweit Anwendung findet. Dieser Berichtsrahmen, einschließlich des Berichterstattungsleitfadens, legt die Prinzipien und Indikatoren dar, welche Organisationen nutzen können, um ihre ökonomische, ökologische und soziale Leistung zu messen.

GRI ist eine gemeinnützige Stiftung mit einer Vielzahl beteiligter Partner und wurde 1997 durch CERES und das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) in den USA gegründet. 2002 verlegte GRI seinen Hauptsitz nach Amsterdam, wo sich derzeit das Sekretariat befindet. Darüber hinaus hat GRI Regionalbüros in Australien, Brasilien, China, Indien und den USA sowie ein weltweites Netzwerk aus 30.000 Menschen und Mitgliedern.

Zugleich unterhält GRI strategische Partnerschaften mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen, dem UN Global Compact, der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, der Internationalen Organisation für Normung und anderen.

Für diesen Bericht wurde der Materiality Disclosure Service durch die Global Reporting Initiative (GRI) durchgeführt. Die Überprüfung bestätigt, dass die Angaben zu den GRI Standards 102-40 bis 102-49 zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Berichts im GRI Content Index als auch im Text des CR-Berichts richtig platziert waren.

NORMA Group SE
Edisonstraße 4
D-63477 Maintal

Telefon: +49 6181 6102 740

E-Mail: info@normagroup.com
Internet: www.normagroup.com