

Witzenmann GmbH

Östliche Karl-Friedrich-Str. 134
75175 Pforzheim, Germany
Telefon +49 7231 581-0
Fax +49 7231 581-820
wi@witzenmann.com
www.witzenmann.de

NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2018

ERFOLGSFAKTOR FAMILIENUNTERNEHMEN

ERFOLGSFAKTOR FAMILIENUNTERNEHMEN

GELEBTE NACHHALTIGKEIT 2018

Substanzieller Kern der Nachhaltigkeit ist es, sein Handeln und Wirtschaften so zu gestalten, dass die ökonomischen, ökologischen und sozialen Lebensgrundlagen für die Folgegeneration erhalten bleiben. Dies ist eine Maxime, die bei Witzenmann – wie auch bei vielen anderen Familienunternehmen – verankert ist.

Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft

In einem Familienunternehmen sind Zukunftsge-
staltung und Familiengeschichte eng miteinander
verzahnt. Es werden Erfahrungen und Werte
übergeben und fortgeschrieben. Dies bildet das
Fundament, um Strategien neu zu formulieren
und anzupassen und die Unternehmensausrich-
tung immer wieder dazu in Kontext zu setzen.

So war bereits bei Firmengründer Heinrich
Witzenmann der nachhaltige Gedanke veran-
kert – ohne dass er diesen damals als solchen
bezeichnet hätte. Ihm ging es schlicht darum,
die schnell verschleißenden Textilschläuche, die
zum Besprengen der staubigen Straße genutzt
wurden, gegen deutlich robustere und langlebige
Schläuche aus Metall zu ersetzen. Später war es
dann die Erfindung des Kompensators, welcher
die Funktionssicherheit von Rohrleitungen deut-
lich erhöhte.



Heute entwickeln und produzieren wir Bauteile
für regenerative Energien. Wir sind mit unseren
Leitungssystemen in den alternativen Antriebsfor-
men wie der e-mobility vertreten.

Die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen wir

Unsere Idee: Intelligente IoT- Kompensatoren
(Internet of Things) sollen in Industrieanlagen für
optimierte Laufzeiten sorgen. All diese Anwen-
dungen sind geprägt von Kontinuität und einer
langfristig strategischen Ausrichtung.

Familienunternehmen wie Witzenmann sind damit bestens für die Zukunft gerüstet

In diesem Bericht untersuchen wir die Triebkräf-
te für unsere nachhaltige Entwicklung. Gestern,
heute und morgen.

Bei Witzenmann waren und sind es

- die Persönlichkeiten
- die Kompetenz
- die Entscheidungen
- das Lernen

Dr. Andreas Kämpfe
Vorsitzender
der Geschäftsführung

Philip Paschen
Dipl.-Ing./
Dipl.-Wirtsch.-Ing.,
Geschäftsführer

Dr. Gerhard Flöck
Geschäftsführer

Dr. Eberhard Wildermuth
Geschäftsführer



NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2018

ERFOLGSFAKTOR FAMILIENUNTERNEHMEN



Visionen	
Persönlichkeiten	8
Kompetenzen	
Energie	14
Entscheidungen	
Mobilität	18
Engagement	
Lernen	22
Umweltbericht	
Verantwortung für übermorgen	28
Umweltrelevante Kennzahlen	30
Erfülltes Umweltprogramm 2017	31
Geplantes Umweltprogramm 2018	32
Gute Performance (CliCCC)	34
Wirtschaftliche Kennzahlen	
Zahlenwerk	38
Personalmanagement	
Mitarbeiter der Witzenmann GmbH	40
Gesundheitsmanagement	41
Mitarbeiter weltweit	42
Compliance	
Unternehmensleitsätze & Führungsgrundsätze	43
Global Compact	
Witzenmann bekennt sich zu den 10 Prinzipien	44
Ansprechpartner & Impressum	
	46

VISIONEN

Die Gesamtheit der Eigenschaften macht die Persönlichkeit eines Menschen aus. Temperament, Intelligenz, Kreativität, Überzeugungskraft und Durchsetzungsstärke gehören dazu. Die Persönlichkeiten im Unternehmen zeichnen sich stets auch durch ihre Weitsicht aus.

||||||| PERSÖNLICHKEITEN |||||||||



PERSÖNLICHKEITEN

Der ausgebildete Kaufmann Heinrich Witzenmann gründete 1854 zusammen mit Louis Kuppenheim eine Schmuckwarenfabrik am Pforzheimer Marktplatz. Diese betrieb er mit einigem Erfolg auch weil er mit seinem Freund und Geschäftspartner Eugène Levasseur immer an neuen Verfahren und Maschinen tüftelte.

Aus dem Fertigungs-Grundprinzip der Gängurgelkette entwickelten die beiden den Metallschlauch, den sie 1885 zum Patent anmeldeten und damit eine völlig neue Industriebranche begründeten.

Der Metallschlauch wurde zu seiner Lebensaufgabe

Heinrich Witzenmann war bereits 60 Jahre alt, als er sich entschloss, seine er-

folgreiche Schmuckfabrikation aufzugeben, um sich einem vollkommen neuen Geschäftsfeld zuzuwenden. Es folgten weitere Erfindungen. Sein Geist und seine Lebenshaltung werden bis heute in der Unternehmensgruppe gepflegt.

Seine Söhne Emil und Adolf Witzenmann führten das Unternehmen in seinem Sinne und prägten es ebenfalls mit ihrer Persönlichkeit.

Neubeginn

Nach den Kriegsjahren übernahmen die Söhne von Emil Witzenmann, Herbert und Walter Witzenmann, den Wiederaufbau der zerstörten Metallschlauch-Fabrik. Seit 1938 in der Geschäftsführung tätig, waren es neue Erfindungen und

Patente, welche den Fortbestand des Unternehmens sicherten. Ihnen gelang es, Witzenmann innerhalb von drei Jahrzehnten als mittelständisches Unternehmen und als weltweite Marke zu etablieren.

Internationale Partner

Die Entscheidung zum Aufbau einer weltweit agierenden Unternehmensgruppe fiel in den frühen 1970er-Jahren unter der Leitung von Walter Witzenmann, Enkel des Firmengründers. Heute zählt die Witzenmann-Gruppe 24 Standorte weltweit mit mehr als 4.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die Familie Witzenmann ist in der fünften Generation in Aufsichtsrat und Geschäftsführung aktiv. Das kontinuierliche und nachhaltige Wachstum bestätigt die Tragfähigkeit der Entscheidung zur Internationalisierung.

Auf zu neuen Märkten

Auch heute steht das Unternehmen wieder vor einem großen Wandel. Digitale Transformation, zunehmend individualisierte Produkte, veränderte Antriebstechnologien in der Automobilindustrie verlangen nach Antworten, welche das Unternehmen sicher in die Zukunft führen. Die Geschäftsführer der Witzenmann-Gruppe, haben u.a. die Bedeutung des digitalen Wandels erkannt und hierzu ein umfassendes Change-Programm zur Digitalen Transformation initiiert.

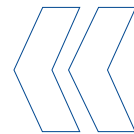


Interview mit Geschäftsführer Philip Paschen

BLICK NACH VORNE



Ein Familienunternehmen zu einem weltweiten Konzern zu formen, der einerseits modern und professionell ist, sich andererseits aber seine Menschlichkeit bewahrt – das ist meines Erachtens in der heutigen Zeit etwas Visionäres.



Was ist aus Ihrer Sicht das Besondere an Familienunternehmen?

In erster Linie denken sie etwas langfristiger als mancher Konzern. Der kurzfristige Gewinn steht nicht im Mittelpunkt des Unternehmenszwecks. Investitionen bekommen länger Zeit, sich zu entwickeln. Familienunternehmen riskieren unter Umständen auch mal weniger. Das muss aber nicht unbedingt negativ sein. Familienunternehmen sind im positiven Sinne risikoscheu.

Familienunternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass sie oft über lange Zeiträume eine starke Unternehmenskultur ausgeprägt haben. Die ist Außenstehenden manchmal nicht sofort kom-

plett zugänglich. Sicher sind sie auch stärker am Menschen und Mitarbeiter orientiert als Konzerne. Und schließlich kann man bei Familienunternehmen viele Merkmale und Verhaltensweisen beobachten, die wir alle auch in unseren Familien beobachten können.

Einige Familienunternehmen haben daher Familien-Akademien ins Leben gerufen. Das stärkt den Zusammenhalt und auch die Kompetenz als Gesellschafter. Es heißt, dass die Auseinandersetzungen in Familienunternehmen einer der größten Vernichter von Werten im deutschen Mittelstand sei. Dem aktiven „Management“ der Familie kommt daher eine immer größere Bedeutung zu.

Umreißen Sie bitte den Stellenwert der Eigentümerfamilie insbesondere mit Blick auf die anstehenden Herausforderungen.

Die Familie ist sich bewusst, dass auch die Witzenmann-Gruppe vor einer Zeitenwende steht.

Aufsichtsräte, Beiräte, Gesellschafter sind vor allem in Phasen wichtig, wenn es um große Veränderungen geht.

Besonders in solchen Zeiten müssen Gesellschafter und Aufsichtsgremien aktiv sein. In der Vergangenheit ist uns dies oft gut gelungen. Das Unternehmen hat in der 165jährigen Geschichte schon mehrfach bewiesen, dass es

starke Veränderungen überstehen kann. Das war einmal der Schritt von der Schmuckfertigung in die Industrie und dann der Aufbau der Fertigung von Fahrzeugteilen.

Die Geschäftsführung hat den Auftrag der Familie, das Unternehmen fit für die Zukunft zu machen. Die Familie hat dabei vor allem die kommenden Generationen im Blick. Sie erwartet strategische Pläne und Programme zu den wesentlichen Herausforderungen, z.B. zur Frage der E-Mobilität oder der Digitalisierung. Die aktuellen Entwicklungen im Unternehmen sind für die Familie natürlich von großer Bedeutung; fast wichtiger ist aber die Frage, ob wir für die Herausforderungen über den Tag hinaus gerüstet sind.

Seit etwa 2015 führt die Familie eine lebhafte Diskussion über den Kurs unseres Unternehmens – auch im Hinblick auf unsere 165jährige Unternehmensgeschichte – das schwingt immer mit.

Unsere Familie ist aktiv und stößt Veränderungen an; und das ist – bei aller Arbeit, die das macht – gut für uns – gut für Witzenmann.

Gibt es – in einem Familienunternehmen vielleicht sogar in besonderem Maße – Dinge, die nicht zur Disposition stehen; „Unumstößlichkeiten“?

Da Familienunternehmen in der Regel eine stark ausgeprägte Unternehmenskultur haben, gibt es das oft. Die Langfristigkeit im Denken dürfte wohl für die meisten Familienunternehmen gelten. Ebenso die Sichtweise auf das Unternehmen. Es ist meist mehr als nur eine Einnahmequelle, sondern – das klingt

evtl. etwas befremdlich – ein Familienmitglied, das beispielsweise auch beim Abendessen mit am Tisch sitzt.

In die DNA von Witzenmann gehört sicher die Kundenzentrierung zu den festen Größen. In unserer Unternehmensmission auf Seite 14 des Unternehmens-Leitbildes steht es beschrieben. Wir wollen unseren Kunden intelligente und überlegene Lösungen bieten. Wer mit dem ein oder anderen Tech-Konzern Kontakt hat, kann vielleicht erleben, was das Gegenteil von unserem Ansatz ist.

Das positive Image des Familienbetriebes ist sehr stark mit traditionellen Werten verknüpft: Andererseits verändert sich das Familienbild in der realen Gesellschaft und in der Arbeitswelt, versucht man mit Elternzeit, flexiblen Arbeitszeit-Modellen, geänderten Anforderungen gerecht zu werden. Ist ein familiengeführtes Unternehmen Nostalgie oder Zukunftsvision?

Ein Familienunternehmen deutscher Prägung ist schon etwas Besonderes auf der Welt. Und es gibt sie in dieser Form auch nicht überall. Familienleben und ein Betrieb, der das Ziel hat, Gewinne zu erzielen – das sind zunächst einmal zwei verschiedene Welten.

Der deutsche Mittelstand mit seiner hohen Identifikation von einer Familie mit einem Unternehmen ist in der Welt wirklich einzigartig.

Das Modell Familienunternehmen hat sich im Vergleich zu großen Aktiengesellschaften über Jahrhunderte aber als erstaunlich robust herausgestellt. Es gibt – nicht viele, aber es gibt sie – Fa-

milienunternehmen, die noch älter sind als Witzenmann. Familienunternehmen müssen sich aber – wie alle Unternehmen – verändern, um weiter zu bestehen. Dabei ändert sich auch die Kultur. Vor 30 oder 40 Jahren wurde ganz anders gearbeitet als heute. Auch bei Witzenmann. Insofern ist der Wunsch, es solle alles so sein wie früher natürlich Nostalgie. Diese ist aber auch Teil des Zeitgeistes, weil wir in einer Zeit leben, in der nicht so ganz klar ist, wie die Welt morgen aussehen wird: politisch, gesellschaftlich, aber auch im Bereich der Technologie. Das Streben der Menschen nach Sicherheit und Perspektive müssen wir ernst nehmen. Wir werden daher einiges, aber nicht alles ändern. Solange wir ein Familienunternehmen sind, werden wir nicht an unseren im Leitbild niedergelegten Werten rütteln.

Wie familiär darf ein Unternehmen sein? Welche Attribute sind förderlich bzw. hinderlich?

Familienunternehmen sind ja sehr unterschiedlich aufgestellt. Die Spanne geht vom Unternehmen, in dem der Patriarch/die Patriarchin jede Entscheidung selbst fällt bis hin Familienunternehmen, die in Holdings organisiert sind. In den Holdings hat sich die Familie vom operativen Geschehen zurückgezogen und das Management externen Profis überlassen. Natürlich ist vieles auch von der Unternehmensgröße abhängig. In einem Unternehmen mit 30 Mitarbeitern geht man mit den Chefs gemeinsam Skifahren – die Hierarchien sind sehr flach. Man ist unprätentiös und nicht eitel. Das macht meines Erachtens übrigens auch unter anderem den Reiz von Start-Up-Unternehmen aus, die ähnlich funktionieren. Irgendwann kann man das aber nicht mehr durchhalten. ➔

An Stelle des einen Chefs/der einen Chefin treten Leitsätze oder Leitbilder, die den Charakter des Familienunternehmens erhalten sollen. Wenn dies gelingt, müssen Familienmitglieder im Unternehmen nicht einmal aktiv sein, damit ein Familienunternehmen ein Familienunternehmen bleibt. Oft haben solche Unternehmen Familienmitglieder in Aufsichts- oder Beiräten. Das ist bei Witzenmann aktuell so – hier treffen sie dann auf verschiedene Familienmitglieder, die im operativen Geschäft aber nicht eingebunden sind.

Nach meiner Beobachtung ist es in Familienunternehmen wichtig, dass jeder Gesellschafter grundsätzlich erst einmal die Möglichkeit hat, sich einzubringen. Im Familienunternehmen macht es bei der Diskussion in der Sache keinen Unterschied, ob sie 1 %, oder 10 % des Unternehmens besitzen – innerhalb der Familie ist das erst einmal unwichtig. Gegenbeispiel: eine Aktiengesellschaft. Hier ist der Kleinaktionär oft ein Störfak-

tor, der in der Hauptversammlung Fragen stellt, die der Vorstand nur ungern beantwortet. Das ist mit Familienunternehmen nicht zu vergleichen. Jeder, der will, ist in der Regel auch dabei.

Wichtig ist die Frage, wer sich im Familienunternehmen engagieren darf. Kluge Familienunternehmen schließen niemanden aus.

Es gibt erfolgreiche Familienmitglieder in Familienunternehmen, die erst einmal etwas ganz anderes in ihrer Ausbildung gemacht haben und erst später den Weg ins Familienunternehmen finden. Hier wirken Sie dann integrativ auf die Mitarbeiter, die sich mit der Familie in der Regel stark identifizieren. Damit gleichen Familienmitglieder evtl. auch aus, was ihnen an einer einschlägigen Ausbildung erst einmal fehlt.

Wie schwer fiel Ihnen die Entscheidung, in den Familienbetrieb einzusteigen?

Ich kenne viele Eigentümer aus anderen Familienunternehmen. Es ist nicht so einfach, wie man es sich vielleicht vorstellen könnte. Ich hatte ursprünglich einmal andere berufliche Pläne und wollte eigentlich so zwei bis drei Jahre im Unternehmen bleiben.

Heute stelle ich fest, dass das sehr vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Hause genauso ergangen ist. Irgendwas muss das Familienunternehmen Witzenmann haben, was uns bewogen hat, lange zu bleiben. Dieses gewisse Etwas möchte die Familie gerne bewahren, damit Witzenmann auch in Zukunft weiterhin ein guter Arbeitgeber für seine Belegschaft ist. Uns ist es auch wichtig, dass Witzenmann ein dem Gemeinwesen Pforzheim zugewandter „guter Bürger“ ist. Aber dazu gehört auch, dass wir den aktuellen Anforderungen gerecht werden und uns fit für die Zukunft machen. Das ist genau das, was wir aktuell tun.

WITZENMANN WORLDWIDE



1854



Vision einer metallischen Leitung

- 1885 Erfindung und Patentanmeldung Metallschlauch
- 1889 ein weiterer Metallschlauch in einer zweiten gewickelten Ausführung
- 1894 Patentanmeldung Metall-Doppelschlauch

1999



Vision Witzenmann in Asien

Zunehmend wurde das Geschäft ausgebaut. Nach Indien folgten China, Korea, Japan ...

2025



Vision eines weltweit agierenden Konzerns mit 1 Milliarde Euro Umsatz.

„Ein Visionär schaut traumwandlerisch an der Gegenwart vorbei.“ Willy Meurer, Aphoristiker und Publizist, M.H.R

1971



Vision Witzenmann in Europa

Die Fahrzeugindustrie gab den Anstoß für die Gründung von Witzenmann Tochtergesellschaften in ganz Europa.

2000



Vision Witzenmann Amerika

Mit dem Sprung über den großen Teich war Witzenmann nun auch in den USA und somit weltweit in allen relevanten Automotive-Märkten vertreten.

KOMPETENZEN

Die Kompetenz eines Unternehmens bildet dessen unumstößliches Fundament und wächst mit den Erfahrungen. Auf dieser Basis entstehen Lösungen für immer neue Herausforderungen. Kompetenz vereint Erfahrungen und Innovation. Besonders deutlich wird das im Bereich der Energie.





Programm Technische Gebäude- Ausrüstung (TGA)

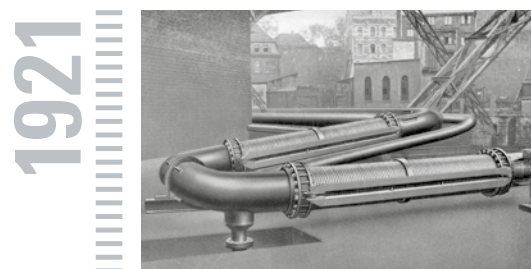
- Wohnraumlüftung
- Wärmetauscher
- Gasschläuche
- Brandschutz



CERN

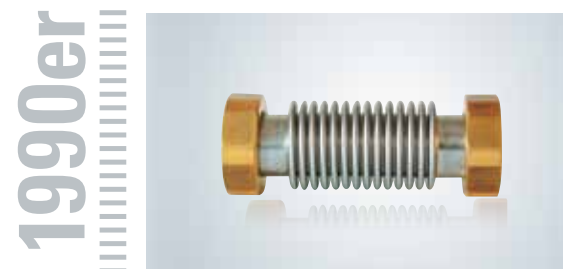
Die Besonderheit dieser speziell entwickelten Kompensatoren: absolute Dichtheit und hohe Flexibilität bei Temperaturen nahe dem absoluten Nullpunkt (Minus 272 °C).

„Energie geht nicht verloren.“ Hermann Ludwig Ferdinand von Helmholtz, deutscher Physiker und Physiologe



Metallschlauch- kompensator Fernwärme

Durchmesser 25 cm, Wandstärke 4 mm. Maximale „Ausbiegung“ von 25 cm auf einer Baulänge von 2,5 m



Regenerative Energien

Flexibles Verbindungselement zwischen den Solar-Panels zur Kompensation thermisch bedingter Bewegungen. Mindestlebensdauer: wartungsfreie 20 Jahre.



Versuchsreaktor Wendelstein 7-X

400 verschiedene Bauteile (Bälge und Schläuche) aus verschiedensten Werkstoffen. Alle Oberflächen müssen absolut rein und frei von kleinsten Rissen, Poren oder Anlaufarben sein

ENERGIE



Emil Witzemann
Geschäftsführer
1890–1944

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts trat Emil Witzemann in die Fußstapfen seines Vaters Heinrich. Die Erfindung des doppelwandig geschweißten Metallschlauchs (1909) und des Metallschlauch-Kompensators eröffneten in der industriellen Rohrleitungstechnik neue Möglichkeiten. Hierzu zählt unter anderem die Kompensation von großen Wärmedehnungen in Fernwärmeleitungen.

Das Thema Energie ist nach wie vor für die Witzemann-Gruppe ein bedeutendes Geschäftsfeld. Flexible, metallische Bauteile leisten wertvolle Dienste in solarthermischen Kraftwerken, in Gezeitenkraftwerken oder Off-Shore Windparks.

Das CERN Forschungszentrum nahe Genf, der Deutsche Elektronen Synchrotron der Helmholtz-Gemeinschaft in Hamburg, die Versuchsreaktoren Wendelstein 7-X am Greifswalder Max-Planck-Institut und ITER im französischen Cadarache dienen der physikalischen Grundlagenforschung. Eines der Fernziele ist die Stromgewinnung aus Fusionsenergie. In allen diesen Forschungseinrichtungen leistet die Witzemann-Gruppe einen wertvollen Beitrag mit speziell entwickelten und konfektionierten Bauteilen sowie ihrer seitens der Wissenschaft geschätzten fachlichen Expertise. So wie Emil Witzemann vor 100 Jahren neue Anwendungsfelder erschloss, setzt sich dies bis heute fort.

ENTSCHEIDUNGEN

Wer ein Unternehmen leitet, ist dem steten Wandel unterworfen. Immerfort gilt es, den verschiedensten Veränderungen zu begegnen und sie als Herausforderung zu begreifen. Unabhängig von der Art der Veränderungen müssen Entscheidungen getroffen werden. Wir zeigen das im Bereich der Mobilität.

III MOBILITÄT |||||



MOBILITÄT

Die Bauteile von Witzenmann ermöglichen eine sichere, komfortable und umweltschonende Mobilität. Heute ist der Geschäftsbereich Fahrzeugteile mit einem Umsatzanteil von 50 % des Gruppenumsatzes eine tragende Säule des Unternehmenserfolges. Die Geschäftsbeziehungen in die Fahrzeugbranche reichen weit zurück bis in die Anfänge der Metallschlauchfabrik Pforzheim.

Heute hat sich die Witzenmann-Gruppe zum Weltmarktführer für flexible metallische Elemente und zum bevorzugten Entwicklungspartner im Automobilbereich entwickelt. Diese Erfolgsgeschichte wurde durch die Entscheidung zu Beginn der 1990er-Jahre eingeleitet, als unter der Geschäftsführung von Walter Witzenmann der Geschäftsbereich Fahrzeugteile aus der Taufe gehoben wurde.

Von Beginn an setzt die Gruppe auf kunden- und marktnahe Produktion in Spanien, Brasilien, Indien, USA. In den 1990er-Jahren begleitet Walter Witzenmann den internationalen Ausbau des Unternehmens. Bis heute greift diese Strategie und verleiht der Witzenmann-Gruppe einen besonderen „global footprint“.

Die automobile Zukunft ist bei Witzenmann bereits in der Entwicklung

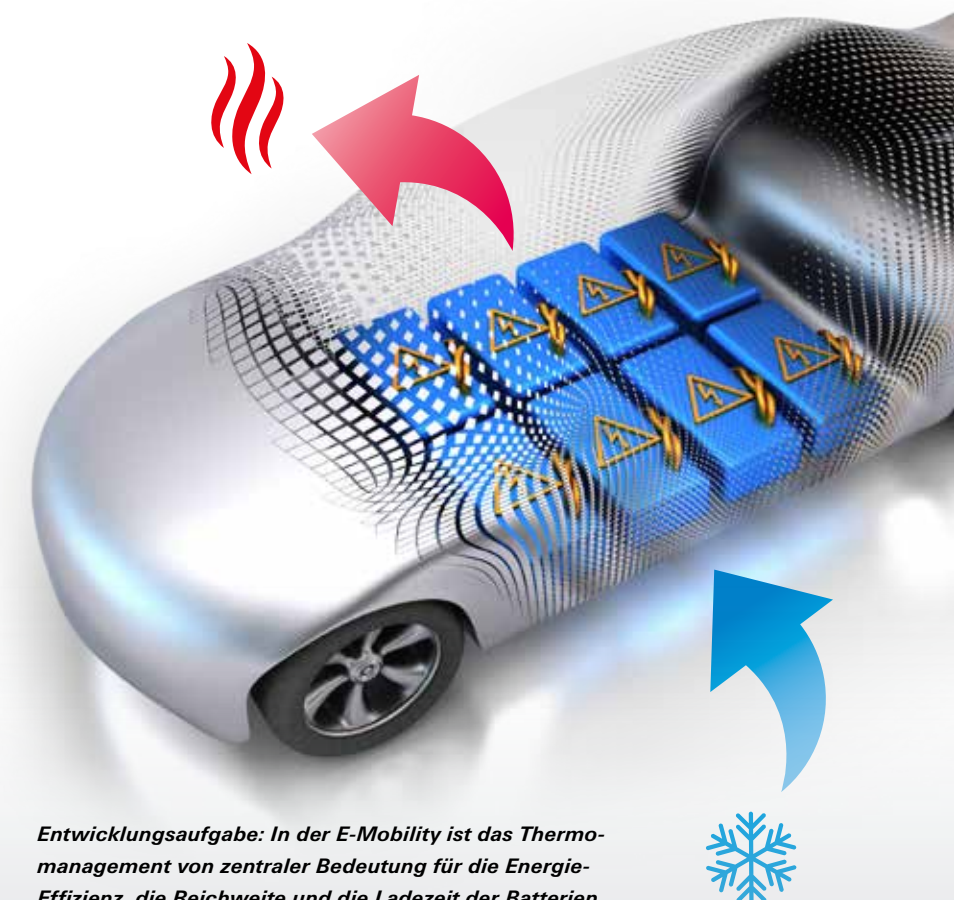
Mit großer Dynamik erwachsen aus dem Mobilitätswandel immer neue Anforderungen. In enger Zusammenarbeit mit den Stamm- und Neukunden entstehen daraus innovative Entwicklungs-Szenarien für vielversprechende, neue Antriebsformen. Schon jetzt realisiert Witzenmann Lösungen für diese neuen Anwendungen wie Batterie-Entgasungsleitungen sowie Niederdruck-Schlauchleitungen für Fahrzeuge mit Brennstoffzellen.

Engineering-Netzwerk

Zusammen mit Hochschulen, Instituten und Kunden ist die Witzenmann-Gruppe kontinuierlich im Dialog, um neue Produktideen zu entwickeln. Aktuelle Themen sind das Thermo-Management im Elektroauto, die Kühlung des E-Motors, Zell- und Ableiterkühlung oder auch spezielle Batterie-Gehäuse. Die solide Basis dafür bilden unsere Kern-Kompetenzen in der

- Werkstofftechnik
- Umformtechnik
- Verbindungstechnik
- Prüfung
- Validierung

bei dünnwandigen Metallen. Dadurch ist Witzenmann in der Lage, frühzeitig aussagefähiges Daten- und Testmaterial zur Verfügung zu stellen. So realisiert die Unternehmensgruppe eng getaktete Entwicklungszyklen und schnelles Prototyping.



Entwicklungsaufgabe: In der E-Mobility ist das Thermo-management von zentraler Bedeutung für die Energie-Effizienz, die Reichweite und die Ladezeit der Batterien.

1927

Mercedes SSK 500
fährt mit Witzenmann
Auspuffschläuchen



1941

Volkswagen AG

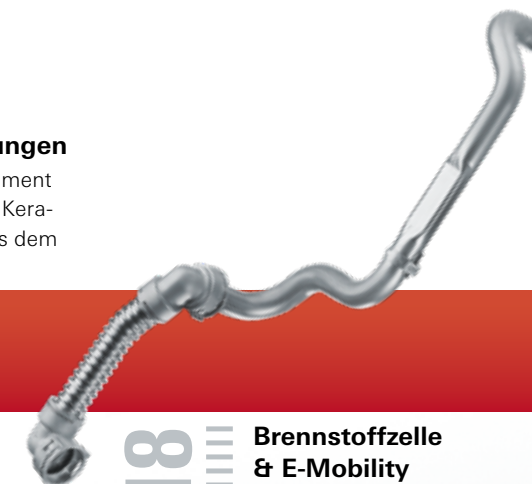
Am 10.11.1941 orderte das Volkswagenwerk 300.000 Metallschläuche als Heizungselement für den sogenannten KdF-Wagen.



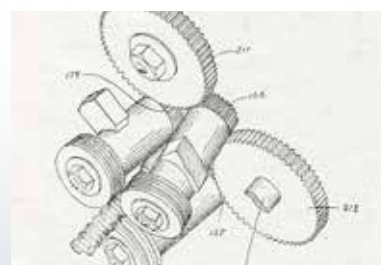
2012

Abgasrückführleitungen

mit integriertem Filterelement schützen Turbolader vor Keramikpartikeln, die sich aus dem Katalysator lösen



1916



Fachvortrag

Verein Deutscher Maschinen-Ingenieure: „Der Metallschlauch und seine Herstellung“

1935

Standard

Das erste Standardschlauchprogramm für die Automobilindustrie entsteht

1991



Geschäftsbereich Fahrzeugteile

Der Geschäftsbereich Fahrzeugteile wird aus der Taufe gehoben. Für die Großserienfertigung entsteht ein neuer Standort in Remchingen

2018

Brennstoffzelle & E-Mobility

Akkuentgasungsleitungen, Leitungen für Brennstoffzellen und Prototypen im Thermomanagement von E-Fahrzeugen

„Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt schnellere Pferde.“ Henry Ford

ENGAGEMENT

Lernen ist ein Prozess, der uns zeitlebens fordert. Ausschlaggebend sind dabei zwei wesentliche Aspekte: Weitaus wichtiger als die Weitergabe seines Wissens ist es, den Lernenden zu befähigen, dieses Wissen einzusetzen. Und der Lernprozess beruht stets auf Gegenseitigkeit.

||||| LERNEN |||||||



LERNEN

Witzenmanns besondere Unternehmenskultur geht in hohem Maße auf die Enkelgeneration der Gründerfamilie zurück. Herbert und Walter Witzenmann waren Vertreter jener vielschichtig interessierten und weitläufig gebildeten Unternehmer-Persönlichkeiten, die stets über den sprichwörtlichen Tellerrand hinausblickten.

Walter Witzenmann studierte Wirtschaftswissenschaften, Soziologie, Geschichte und Philosophie und promovierte 1935 an der Universität Heidelberg zum Doktor der Philosophie.

Herbert Witzenmann reichte 1935 seine Dissertation in Heidelberg ein. Wegen einer Sehenschwäche konnte er seinen Wunsch, Pianist zu werden, nicht verwirklichen. Durch eine Begegnung mit Rudolf Steiner erhielt er einen richtungsweisenden Impuls für sein Leben. Fortan engagierte er sich in der anthroposophischen

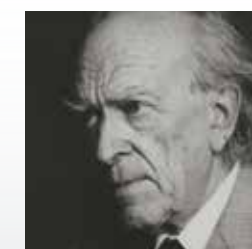
Gesellschaft und veröffentlichte ab 1947 zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten und Bücher.

Bei ihrer Aufgabe in der Geschäftsführung des Unternehmens blieben beide ihrer liberalen und humanistischen Überzeugung verpflichtet und pflegten den Dialog zwischen Politik, Wirtschaft, Kunst und Gesellschaft. Eine umfassende fachliche, aber auch kulturelle Bildung sahen sie als Grundvoraussetzung der Persönlichkeitsentwicklung eines jeden Menschen an.

Aus dieser Tradition heraus misst Witzenmann in der Aus- und Weiterbildung der Belegschaft einen hohen Stellenwert bei. Zahlreiche Mitarbeiteraktivitäten im musischen, kulturellen und sportlichen Bereich bekunden, welche Bedeutung eine breit gefächerte Bildung für ihn hatte. Auch in seinem gesellschaftlichen Engagement spiegelt sich dieser Geist wider.



Dr. Walter Witzenmann
Geschäftsführer, 1935–2003



Herbert Witzenmann
Geschäftsführer, 1937–1966

1890

Heinrich Witzenmann

Gründungsmitglied und 1. Vorstand der Allgemeinen Gold- und Silberscheideanstalt (AGOSI).

1964



Hochschule Pforzheim

Die Familie Witzenmann war Förderer und energischer Fürsprecher der Einrichtung technischer Studiengänge. Das Auditorium Maximum trägt den Namen Walter-Witzenmann-Saal.

2000



Fachforen & Förderungsprogramme

- Bereichsbezogene Foren: Strukturierter und moderierter Erfahrungsaustausch der Belegschaft aus gleichen Fachgebieten.
- Start des High Potential Programms: Förderprogramm talentierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Vorbereitung auf Führungsaufgaben.

„Man kann einem Menschen nichts beibringen, man kann ihm nur helfen, es in sich selbst zu entdecken.“ Galileo Galilei

1926



Deutscher Alpenverein

Heinrich Witzenmann war Gründungsmitglied des Alpenvereins. Seine Söhne Emil und Adolf Witzenmann waren die Begründer der Pforzheimer Hütte des Deutschen Alpenvereins, Sektion Pforzheim.

1990



Theater Pforzheim

Großes Engagement der Familie für den Erhalt des Theaters Pforzheim als 3-Sparten-Haus, Förderung der neuen Spielstätte in Pforzheim.

2011

Witzenmann Kita

Ruth Witzenmann initiierte und ermöglichte den Bau des Witzenmann Kindergartens.



2017

Lernmanagement System

2017 Start des gruppenweiten, interaktiven Lernmanagement Systems mit Onlineseminaren und Selbstlerninhalten.

Die Personalstrategie ist darauf gerichtet, dass die Witzenmann-Gruppe jederzeit über bestqualifizierte Mitarbeiter in der benötigten Zahl verfügt, die hochmotiviert, effektiv und so eigenverantwortlich wie möglich gesteckte Ziele erreichen und engagiert am Erfolg der Witzenmann-Gruppe arbeiten.

Dazu investiert das Unternehmen in den Aufbau einer „Witzenmann Academy“, in ein leistungsorientiertes Anreiz- und Vergütungssystem, die Ausbildung von Nachwuchskräften und ergreift darüber hinaus Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Aus dem Unternehmensleitbild der Witzenmann-Gruppe



JOB-PROFIL DER ZUKUNFT

RECRUITING
IM JAHR
2030

WITZENMANN
managing flexibility

Zum nächstmöglichen Zeitpunkt –
spätestens jedoch bis zum 02.01.2030 – suchen wir eine(n)

**QUALIFIZIERTEN
PRODUKTIONSMITARBEITER**
(M/W/D)

Ihre Aufgaben

- Anlagen-Einstellung, Steuerung und Führung (inklusive Rüstung und Trouble-Shooting)
- Web-gestützte Überwachung der Wertstrom-Flüsse
- Mitarbeit im gruppenweiten Efficiency-Management-Board mit regelmäßigen Video-Konferenzen
- Remote-Unterstützung des weltweit tätigen Witzenmann Maintenance Teams über den internen Video-Channel
- Enge Zusammenarbeit mit dem Witzenmann Kunden Service Team im Witzenmann Service Blog
- Dokumentation und Reporting

Ihr Profil

- Erfolgreich abgeschlossene Ausbildung zum Maschinen- und Anlagenführer, Industriemechaniker o. ä.
- Erfahrung im web-gestützten Service und Maintenance, (Kunden-) Plattformen sind wünschenswert
- Hohe Kommunikationsbereitschaft, soziale Kompetenz, Belastbarkeit
- Kenntnisse in den gängigen web-gestützten Shopfloor-Apps und Bereitschaft zur Einarbeitung in die Software WiSurround®
- Gute Englischkenntnisse

Unser Angebot

- Spannende Aufgaben mit viel Freiraum und Eigenverantwortung
- Zukunftssicherer Arbeitsplatz in einem innovativen, wachstumsorientierten Unternehmen
- Überdurchschnittliche Vergütung und Sozialleistungen
- Einzigartiges Weiterbildungs- und Qualifizierungsprogramm
- Intensive Unterstützung Ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung
- Flexible Arbeitszeitmodelle und eine firmeneigene KITA
- Vielfältige Mitarbeiteraktivitäten

www.witzenmann/jobs.de

VERANTWORTUNG FÜR ÜBERMORGEN

Als führendes Unternehmen in der Branche der flexiblen metallischen Elemente sieht sich die Witzenmann-Gruppe in besonderem Maße in der Verantwortung, für den Schutz und den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen einzutreten. Schon früh hat sich Witzenmann zu einer Unternehmensführung verpflichtet, die sich am schonenden Umgang mit Ressourcen orientiert. Stets mit dem Ziel, Beeinträchtigungen und Belastungen der Umwelt durch die Fertigung und den Gebrauch der hergestellten Produkte zu vermeiden oder auf ein Minimum zu verringern. So hatte Walter Witzenmann als Präsident der IHK Nordschwarzwald (Industrie- und Handelskammer) die Idee der „grünen Kammer“ verfolgt. Bereits 20 Jahre vor der Gründung der „GRÜNEN“ waren hierbei die „aktive Prophylaxe“ hinsichtlich des Umweltschutzes und die Zurückdrängung der Umweltschädigung seine Themen.

Die Witzenmann Umweltleitlinien

- Wir begreifen den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen für kommende Generationen als einen wichtigen Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung.
- Wir betrachten den Umweltschutz als wichtigen Bestandteil in der Unternehmensführung und formulieren konkrete Ziele und Verhaltensregeln für dessen Umsetzung.
- Wir erkennen die Bedeutung jedes einzelnen Mitarbeiters bei der Umsetzung der Umweltschutzmaßnahmen und schaffen entsprechende Qualifizierungsangebote sowie angemessene Arbeitsbedingungen.
- Wir ermitteln und bewerten im Rahmen kontinuierlicher Analysen die Umweltauswirkungen unserer betrieblichen

Prozesse. Neue Verfahren und Werkstoffe wurden vor ihrem Einsatz auf ihre Umweltverträglichkeit hin untersucht.

- Wir verpflichten uns zur ständigen Verbesserung unserer umweltorientierten Leistung und ergreifen alle notwendigen Maßnahmen, um Umweltbelastungen zu vermeiden, zu beseitigen oder zumindest auf ein Mindestmaß zu reduzieren.
- Wir informieren unsere Kunden, die Öffentlichkeit und die zuständigen Behörden in einem regelmäßigen Nachhaltigkeitsbericht über unser soziales und ökologisches Engagement.



UMWELTRELEVANTE KENNZAHLEN

Witzenmann GmbH		2015	2016	2017
Beschaffungsumsatz	Mio. €	102,4	110,5	114,9
Bleche/Rohre/Draht	%	15	14	15
Teile/Bauteile	%	77	78	78
Energie/Hilfsstoffe	%	8	8	7
Abfallentwicklung				
Abfallmenge gesamt	t	2.953	2.450	2.623
Verwertungsquote	%	99,5*	99,5*	99,3
Wasserverbrauch	1.000 cbm	23,9	24,3	26,9
CKW-Lösemittelbilanz				
Entsorgung	t	2,89	2,32	2,5
Emission	t	0,53	0,28	0,5
Flächennutzungsgrad	%	148	145	145
Energie				
Strombezug	MWh	15.417	16.013	16.264
Strombezug / 1 Mio. € Umsatz	MWh / €	50,5	55,2	65
Gebäudeheizung				
Fernwärme	MWh	8.886	9.619	8.509
Erdgas	MWh	1.985	840	594
Energiebedarf/1000 Mitarbeiter	MWh	6,6	6,3	5,4

2017 kam es zu keinem umweltrelevanten Vorfall!

ABFALL

Ziel: Rückgang der Schrottkosten in Remchingen um 1 % p.a. bezogen auf die produzierte Stückzahl

- Ermittlung der Schrottmengen von Sonderwerkstoffen und ggf. Maßnahmen zur Reduzierung definieren
- Reduzierung Abfall/Materialeinsatz je Balg um 39 Gramm bei Materialnummer 1031924

Definierte Maßnahmen umsetzen:

- Rohrschweißen läuft bis 2020
- Balgpressen läuft bis 2018
- Montage läuft bis 2019
- Linerbereich läuft bis 2018

UMWELTGEFÄHRDENDE STOFFE/GEMISCHE

Ziel: Abgasbelastung und Energieverbrauch senken

- Wegfall innerbetriebliche LKW-Umkehr zwischen Remchingen und Zweigwerk Nord
- Dieselstapler (3 to) wird durch Elektrostapler aus Bestand ersetzt

ERFÜLLTES
UMWELTPROGRAMM 2017

EMISSIONEN

Ziel: Entwicklerkonzentrat (Lauge) und Fixierkonzentrat (Säure) reduzieren. Gefährliche Abfälle werden vermindert.

Ziel: Vorhandene Röntgenanlage durch eine moderne digitale Röntgenanlage ergänzen.

- Geeigneten Lieferanten auswählen. 2015 100%
- Röntgenanlage beschaffen und in Betrieb nehmen. 2017 100%
- Anwendung weiterer Produkte 2018

Ziel: Reduzierung von transportbedingtem Kraftstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß pro befördertem Bauteil für die Fertigung im Zweigwerk Nord

WASSER

Ziel: Wasserverbrauch senken

- Ersatz provisorische Reinigungsstraße (nach Brand) durch effiziente Anlage ersetzen
- Spülkaskaden von 2 auf 3 Stufen erhöht
- Frischwasserverbrauch von 40 auf 20 Liter/Stunde
- 2017 in Arbeit läuft bis 2018

PLANUNG

ERHÖHTE DACHDÄMMUNG
IM BEREICH DES VERWALTUNGSTRAKTES

GERINGER U-WERT
DER DACHOBERLICHTER

PHOTOVOLTAIK-
ANLAGE

3-FACH VERGLASUNG
IM VERWALTUNGSTRAKT

GEPLANTES UMWELTPROGRAMM 2018

ENERGIE

- Minderung der Emissionen, durch Gebrauch von Elektrizität um 2 % bis 2023 (Basisjahr 2016 mit 7622t CO₂/CLICC)
- Austausch von 300 Leuchtstofflampen gegen LED-Tubes mit Präsenzschtaltung und Tageslichtauswertung
- Einsparung von 75.000 KWh/a
- Photovoltaikanlage mit 81 kWp (ca. 600m²) Werk Buchbusch
- Ausstattung Werk Buchbusch mit LED Beleuchtung
- Neubau Werk Buchbusch: Auslegung auf KfW-Effizienzhaus 55

NOTFALLVERSORGUNG

- Brandschutz verbessern
- Nachrüsten fehlender Brandmeldelinien

ABFALL

- Rückgang der Schrottkosten in Remchingen um 1 % p.a. bezogen auf die produzierte Stückzahl

UMWELTGEFÄHRDENDE STOFFE/GEMISCHE

- Merkblatt gemäß AwSV zu Betriebs- und Verhaltensvorschriften beim Umgang mit wassergefährdenden Stoffen an den relevanten Anlagen aushängen

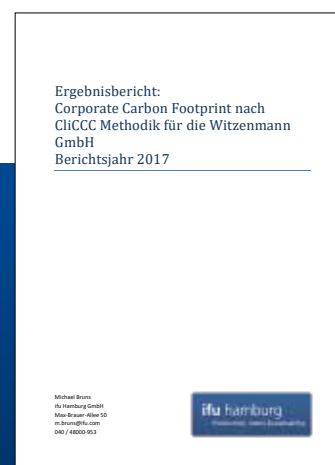
EMISSIONEN

- Entwicklerkonzentrat (Lauge) und Fixierkonzentrat (Säure) reduzieren. Gefährliche Abfälle werden vermindert.
- Reduzierung von transportbedingtem Kraftstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß pro befördertem Bauteil für die Fertigung im Werk Buchbusch

WASSER

- Wasserverbrauch senken
- Ersatz provisorische Reinigungsstraße (nach Brand) durch effiziente Anlage ersetzen

GUTE PERFORMANCE



Der vorliegende Bericht zeigt die Ergebnisse aus der Corporate Carbon Footprint Berechnung der Witzenmann GmbH für das Jahr 2017 nach der CliCCC-Methode.

Die CliCCC-Methode (Climate & Carbon Calculator for Companies) berücksichtigt neben den physikalischen CO₂-Emissionen (Scope 1) und den indirekten Emissionen, die durch die Energiebereitstellung verursacht werden (Scope 2), Klimawirkungen für den Bezug von Vorleistungen und Sachanlagen (Scope 3) auf Basis von Einkaufsdaten. Die Abschätzung der Emissionen aus den Kosten der einzelnen Gütergruppen wird durch unendliche Vorketten mit Hilfe der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ermittelt.

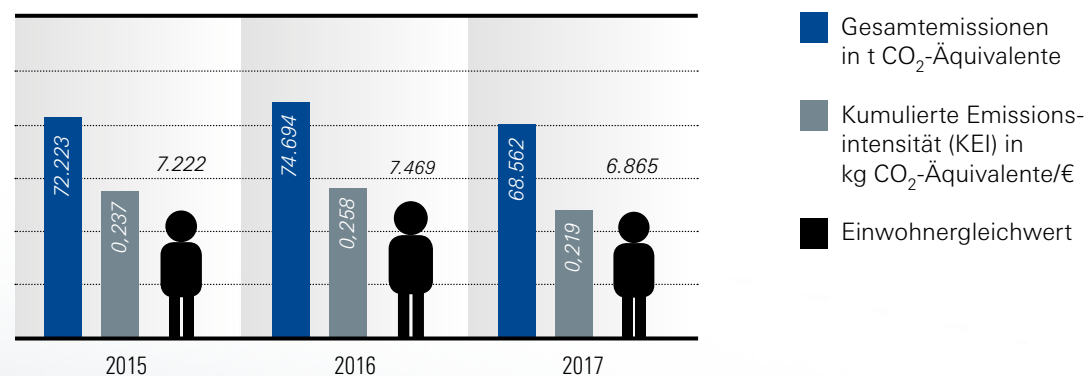
Darauf aufbauend hat die ifu Hamburg GmbH alle Berechnungen nachvollzogen, reproduziert und validiert und dadurch die Berechnungen für das Jahr 2017 fort-

geführt. Zusätzlich wurden auf der gleichen Grundlage die Werte für die Vergleichsjahre (2012, 2013, 2014, 2015 und 2016) als Vergleichswerte berechnet und notwendige Korrekturen durchgeführt.

Im Überblick werden die Ergebnisse anhand von drei Indikatoren ausgedrückt:

- Gesamtemissionen
- kumulierte Emissionsintensität (KEI)
- Einwohnergleichwert

Als Gesamtemissionen wird die Summe der Emissionen aus den einzelnen Kategorien ausgewiesen.



Quelle: Ergebnisbericht Corporate Carbon Footprint nach CliCCC Methodik für Witzenmann, Berichtsjahr 2017, ifu Institut für Umweltinformatik Hamburg GmbH

Hauptanteil in der Erstbearbeitung von Roheisen und Stahl

Die Zusammensetzung der Ergebnisse des Berichtsjahres 2017 zeigt eindeutig, dass der überwiegende Teil von 88,4 % der Emissionen aus Scope 3 stammt. Der größte Teil an Emissionen liegt dabei in der Gütergruppe Roheisen, Stahl, Erzeugnisse der ersten Bearbeitung von Eisen und Stahl, welche mit 24.839 t CO₂-Äquivalenten 36,2 % aller berücksichtigten Emissionen ausmacht. Gefolgt wird dies von der Gütergruppe Metallerzeugnisse, die mit 16.881 t CO₂-Äquivalenten weitere 24,6 % aller berücksichtigten Emissionen ausmacht. Daher wäre es sinnvoll, Lieferanten dieser Gütergruppe Anreize zur Offenlegung ihrer spezifischen Emissionen zu geben, um so Alternativentscheidungen für niedrige Klimawirkungen treffen zu können. Derzeitiger KEI in diesen Sektoren liegt bei 1,73 kg CO₂-eq/€ bzw. 0,47 kg CO₂-eq/€.

Emissions-Intensitäten der Zulieferer

Nachfolgend ist die Gütergruppe Gießereierzeugnisse zu nennen, welche klimawirksame Emissionen von 6.142 t CO₂-Äquivalenten verursacht und damit bereits unterhalb der Emissionen aus Scope 2 liegt. Bei künftigen Investitionen in Sachanlagen ist es bei Maschinen sinnvoll, Informationen über die spezifischen Emissionen einzuholen. Derzeitiger KEI in diesem Sektor liegt bei 0,31 kg CO₂-eq/€. Es handelt sich bei der Darstellung der Zusammensetzung der berücksichtigten Emissionen von Scope 3 um eine Hotspot-Analyse zu den stärksten Beiträgen aus Ländern und Sektoren. Ihr kann entnommen werden, welche Prioritäten bei Anreizsystemen zur Offenlegung von spezifischen Lieferantenemissionen gesetzt werden sollten. Hierfür können die kumulierten Emissionsintensitäten der Zulieferer erfragt und abgewogen werden. Zuliefererangaben (z.B. nach CliCCC-Methodik oder als Product Carbon Footprint) können zudem direkt in der Analyse berücksichtigt werden und führen so zu einer erhöhten Genauigkeit zukünftiger Emissionsermittlungen.

Emissionen um fast 40 Prozent gesenkt

Innerhalb von Scope 2 mit 7.553 t CO₂-Äquivalenten (7,8 % Gesamtemissionen) fällt vor allem Elektrizität mit 5.335 t CO₂-Äquivalenten ins Gewicht. Hier konnte durch unterschiedliche Faktoren (u.a. Reduktion des Anteils an Kohlestrom) das Stromprodukt selbst in den Emissionen verringert und dadurch Emissionsminderungen im Vergleich zu 2017 um 30 % realisiert werden. Das alleine bewirkte 37,3 % der gesamten Reduktionen der Emissionen der Witzenmann GmbH.

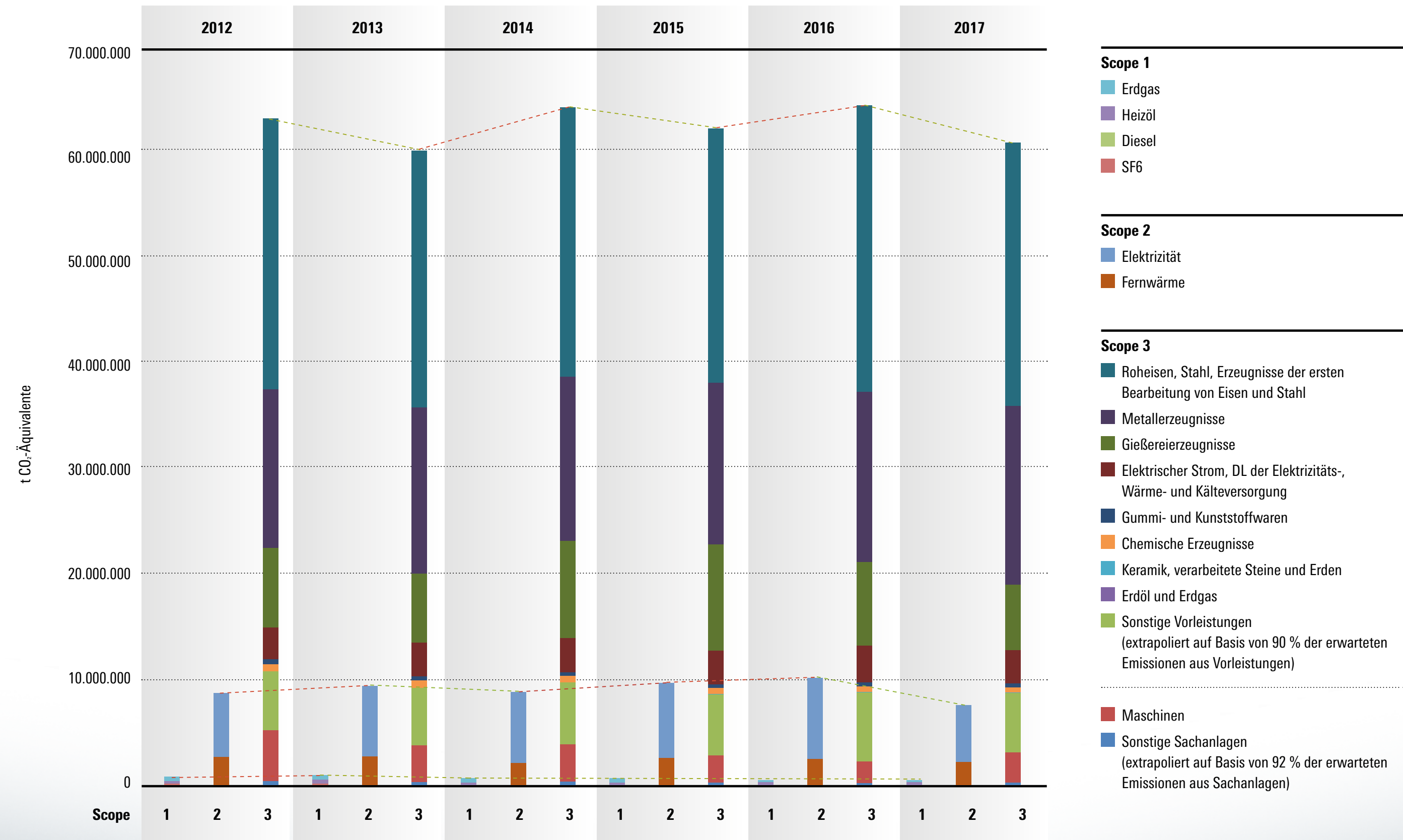
Scope 1 fällt mit 373 t CO₂-Äquivalenten mit 0,5 % kaum ins Gewicht. Doch hier besteht durch den direkten Bezug zum Unternehmen eventuell das Potenzial, Emissionsminderungsmaßnahmen schneller und einfacher umzusetzen. Besonders hervorzuheben ist hier, dass der Erdgasverbrauch von 2016 zu 2017 um 30 % reduziert werden konnte.

Verbesserungen in allen Scopes

Verglichen mit den Ergebnissen aus 2016 konnten in allen Scopes Verbesserungen realisiert werden. Die Verbesserungen betragen 16,5 % in Scope 1, 25,4 % in Scope 2 und 5,4 % in Scope 3, was insgesamt eine Verringerung von 8,2 % der Gesamtemissionen bewirkt. Da sich während der Emissionsminderung der Umsatz um 8,3 % gesteigert hat, resultiert daraus eine totale Reduktion der KEI um 15,3 %. Es ist der Witzenmann GmbH im vergangenen Jahr gelungen, eine stärkere Entkoppelung von Wertschöpfung und Ressourcenverbrauch zu erreichen, durch eine Reduktion der klimawirksamen Emissionen bei steigendem Umsatz. Dieser Entwicklung kann weiter gefolgt werden, indem neben den bereits genannten Empfehlungen der Berücksichtigung von Lieferantenwerten zusätzlich überprüft wird, ob die Materialintensität der Produktionsprozesse reduziert werden kann.

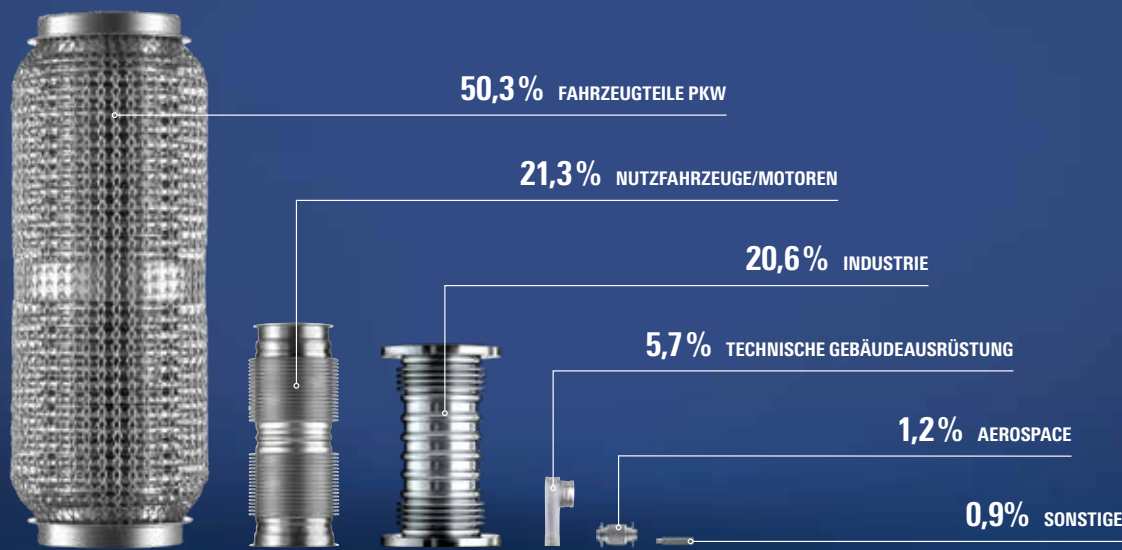
Im Bezug zum Vergleichsfaktor von 0,470 kg CO₂-eq/€ für den Sektor Metallerzeugnisse stellen die kumulierten Emissionsintensitäten der Witzenmann GmbH mit 0,219 kg CO₂-eq/€ eine vergleichsweise klimafreundliche Produktion dar und sind so ein Abbild der kontinuierlichen Umweltbemühungen.

CLICCC – ZUSAMMENSETZUNG DER ERGEBNISSE



ZAHLNWERK

UMSATZ NACH BRANCHEN 2017

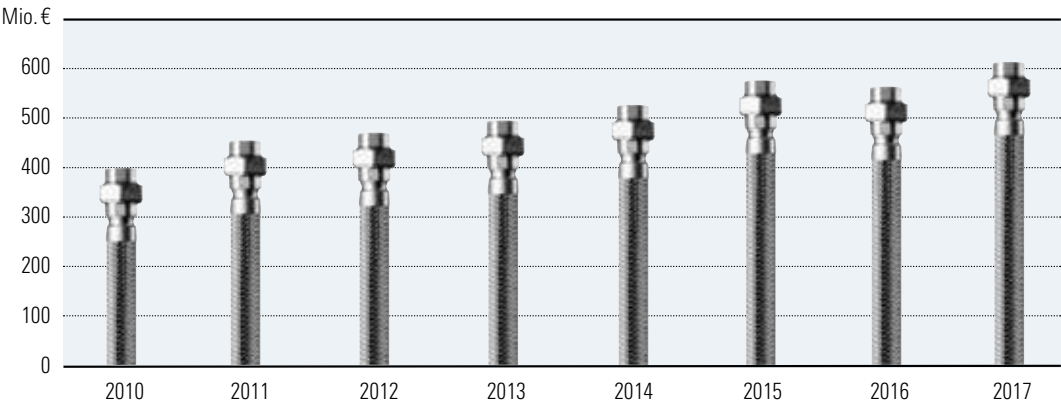


Umsatz		2015	2016	2017
insgesamt	Mio. €	577,9	570,0	614,1
Deutschland	%	30,4	31,9	31,9
Europa ohne Deutschland	%	30,8	31,6	31,9
Amerika	%	21,5	19,1	19,8
Asien	%	17,0	17,1	16,0
Afrika	%	0,3	0,3	0,4

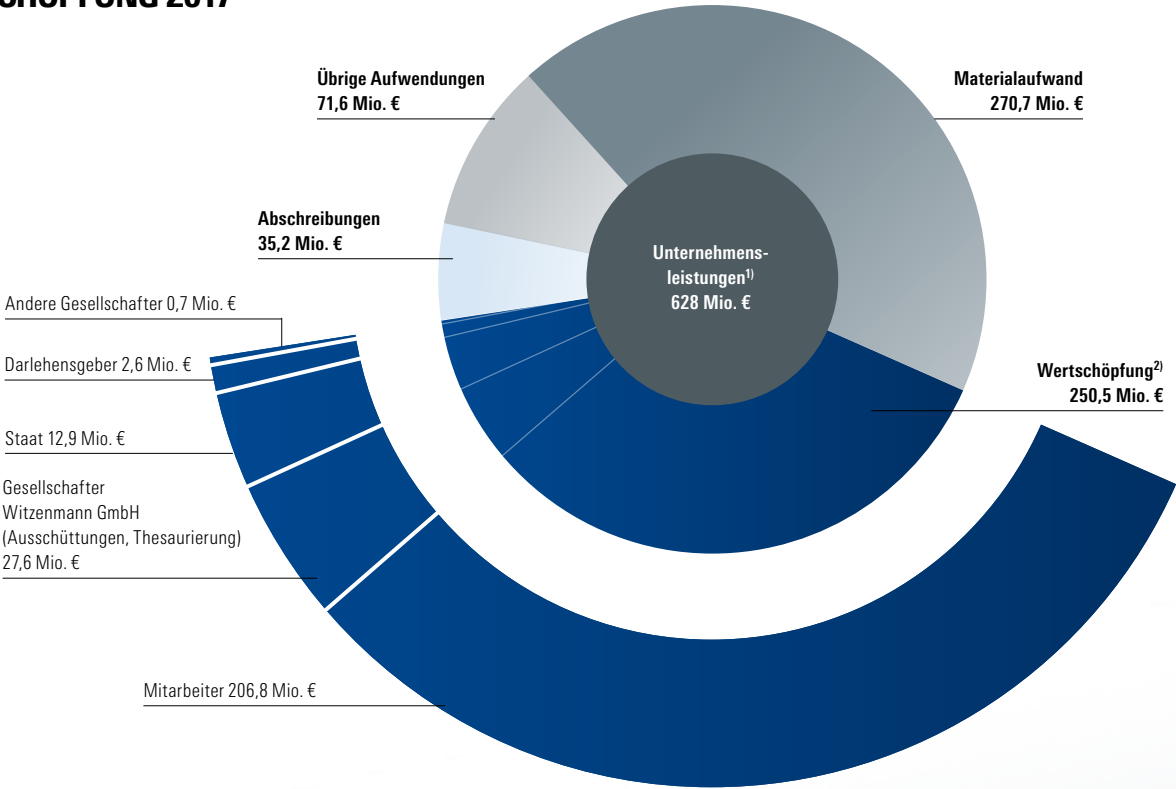
Umsatz nach Branchen		2015	2016	2017
Fahrzeugteile PKW	%	46,2	51,1	50,3
Nutzfahrzeuge/Motoren	%	24,2	20,2	21,3
Industrie	%	21,9	20,8	20,6
Technische Gebäudeausrüstung	%	6,2	6,1	5,7
Aerospace	%	1,0	1,2	1,2
Sonstiges	%	0,5	0,7	0,9

Investition & Eigenkapital		2015	2016	2017
Investitionen	Mio. €	37,5	36,3	42,8
Abschreibungen	Mio. €	34,5	34,2	34,5
Eigenkapitalquote	%	58,8	60,2	61,1

UMSATZENTWICKLUNG 2010 – 2017



WERTSCHÖPFUNG 2017

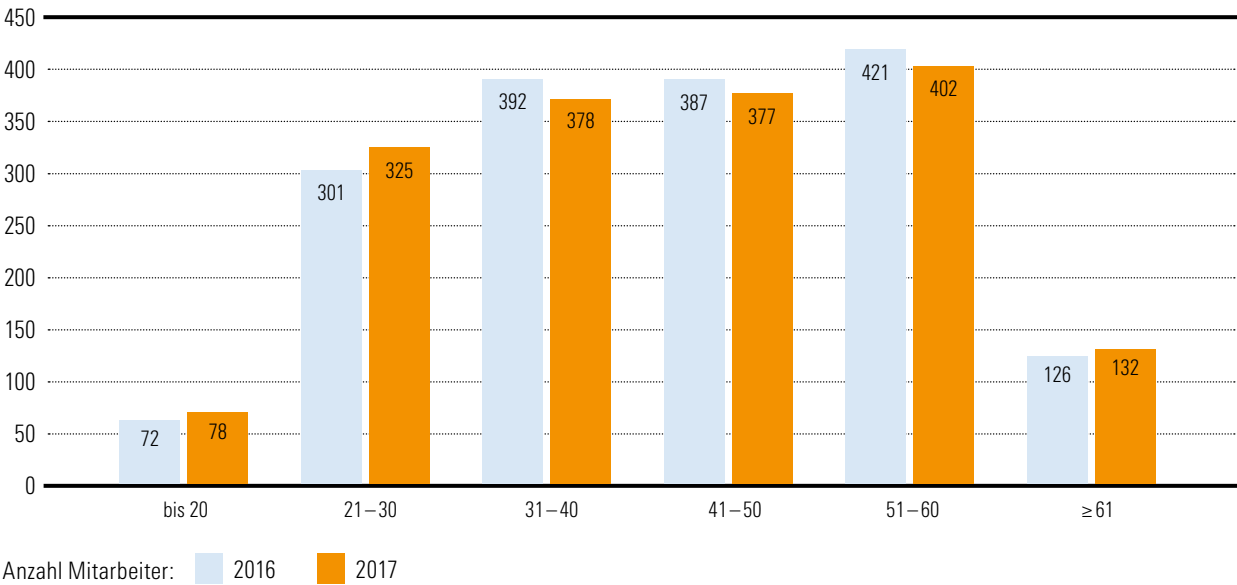


¹⁾ **Unternehmensleistungen:** Die Gesamtleistung beinhaltet neben den Umsatzerlösen auch die Veränderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen sowie andere aktivierte Eigenleistungen.

²⁾ **Wertschöpfung:** Die Wertschöpfung ergibt sich aus der Unternehmensleistung nach Abzug der Aufwendungen, Abschreibungen und Materialkosten. Sie beziffert den erwirtschafteten Beitrag der Witzenmann-Gruppe zum privaten und öffentlichen Einkommen.

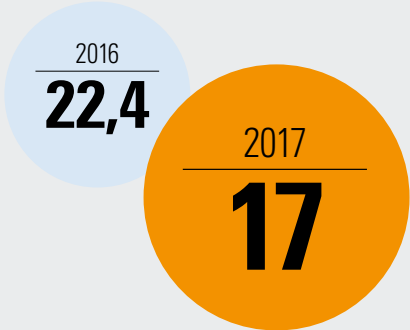
MITARBEITER DER WITZENMANN GMBH

Altersstruktur Witzemann GmbH



GESUNDHEITSMANAGEMENT

Unfallhäufigkeitsrate
Witzemann-Gruppe
in Unfälle pro 1 Mio. geleisteter
Arbeitsstunden



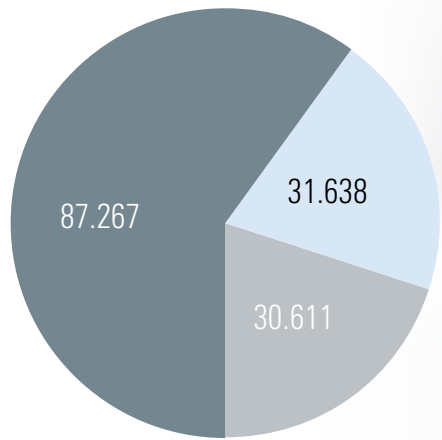
Witzemann GmbH		2015	2016	2017
Arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen	Anzahl	612	589	378
Nicht meldepflichtige Arbeitsunfälle (1-3 Tage au*)	Anzahl	11	14	11
Meldepflichtige Arbeitsunfälle (> 3 Tage au*)	Anzahl	29	33	27
Meldepflichtige Arbeitsunfälle (je 1.000 Mitarbeiter)	Anzahl	17,4	19,9	15,6

* au = arbeitsunfähig

Betriebszugehörigkeit zur Witzemann GmbH		2016	2017
< 1	Personen	120	175
1 - 3	Personen	208	171
4 - 7	Personen	288	298
8 - 10	Personen	217	129
11 - 20	Personen	448	510
21 - 30	Personen	311	295
31 - 40	Personen	96	103
≥ 41 Jahre	Personen	11	11

Belegschaft der Witzemann GmbH		2015	2016	2017
Mitarbeiter insgesamt	Personen	1.658	1660	1689
Angestellte	Personen	658	663	671
Arbeiter	Personen	926	926	957
Azubi/Praktikanten	Personen	74	71	61
Anteil Frauen	%	19,7	19	19
Anteil Männer	%	80,3	81	81
Anteil Mitarbeiter in Teilzeit	%	7,4	9,8	6,5
Schwerbehinderte & Gleichgestellte	Personen	80	80	87
Durchschnittliches Alter	Jahre	42	42,2	41,7
Durchschnittliche Unternehmenszugehörigkeit	Jahre	13	13,4	13,3
Teilnehmer an Mitarbeiter-Aktivitäten	Personen	396	335	347

Belegschaftsessen der Witzemann GmbH 2017

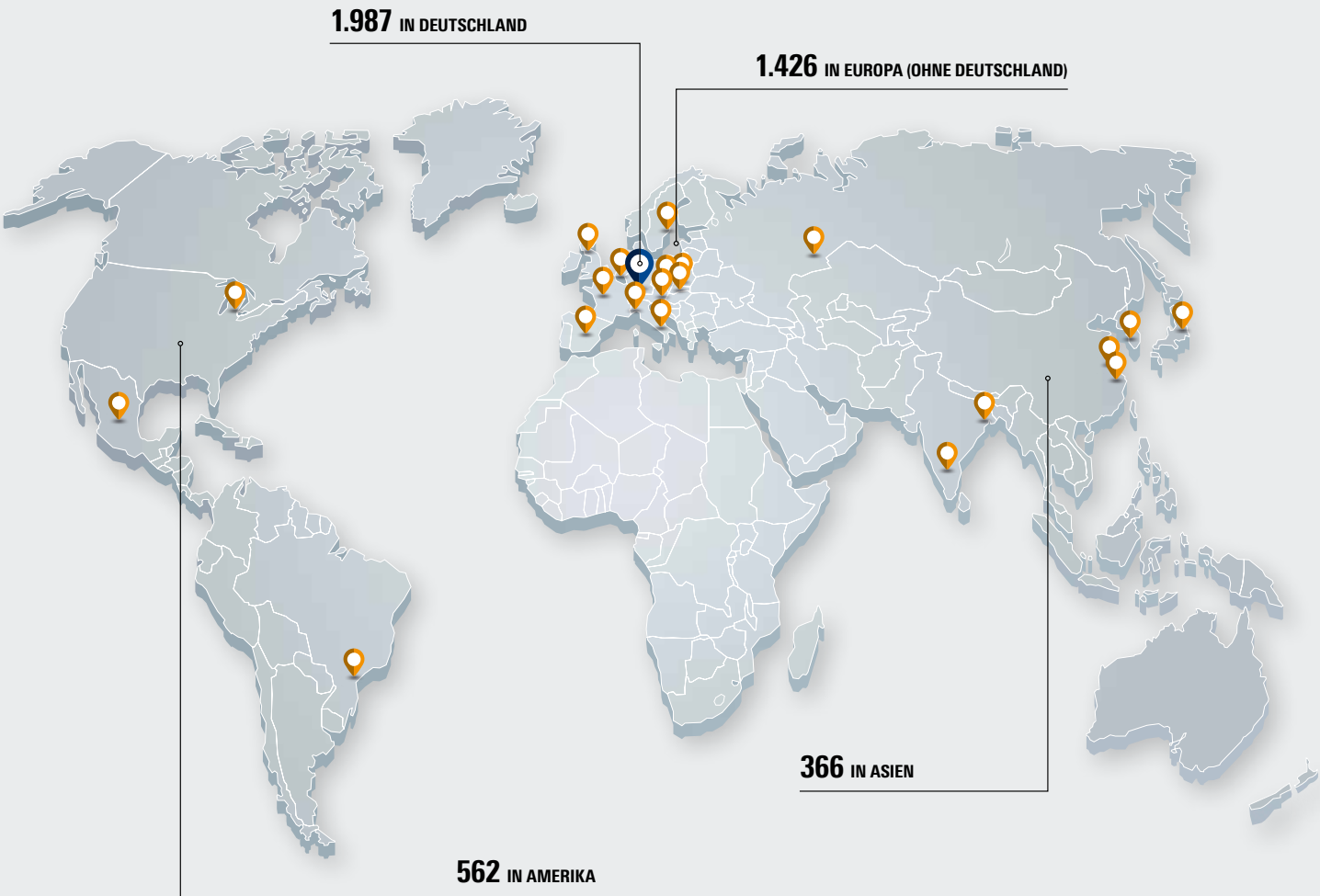


Insgesamt mehr als 400 Mahlzeiten täglich!

- Tages- und Mitnahmeeessen
- Suppen, Salate, etc. an der Verkaufstheke
- Warme Vespermahlzeiten



4.341 MITARBEITER WELTWEIT



Witzenmann-Gruppe		2015	2016	2017
Mitarbeiter insgesamt	Personen	3.941	4.139	4.341
in Deutschland	Personen	1.931	1.957	1.987
in Europa ohne Deutschland	Personen	1.200	1.300	1.426
in Amerika/Asien	Personen	810	882	928

Witzenmann Academy		2015	2016	2017
Mitarbeiter im High-Potential-Programm	Personen	11	14	14
Externe Kosten für Aus- & Weiterbildung	T €	519	565	490
Anzahl Seminare	Anzahl	224	282	238
Teilnehmer Aus- & Weiterbildungsseminare	Anzahl	450	539	502
Traineeships/Apprentices	Anzahl		50	56

COM-PLI-ANCE
/kəm'plaiəns/. *



Das Unternehmensleitbild der Witzenmann-Gruppe beinhaltet neben der Unternehmensvision und den Unternehmenszielen auch Unternehmensleitsätze und Führungsgrundsätze, die als orientierende Prinzipien für unsere Tätigkeit dienen. Diese betonen die soziale und gesellschaftliche Verantwortung der Witzenmann-Gruppe, gesetzeskonformes Verhalten sowie die Fairness und Integrität im internen Miteinander sowie im Verhältnis zu Kunden, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern, wie auch gegenüber den Wettbewerbern.

Mit der Compliance-Richtlinie unterstreicht die Unternehmensgruppe die Erwartung, dass alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der Witzenmann-Gruppe die gesetzlichen Bestimmungen, unternehmensinternen Richtlinien sowie die grundlegenden ethischen Grundsätze und internationalen Standards einhalten.

Der Witzenmann-Verhaltenskodex beschreibt die wesentlichen Handlungsbereiche und skizziert, welches Verhalten von den Mitarbeitern erwartet wird.

Weitergehende oder konkretere arbeitsvertragliche Regelungen und Vereinbarungen bleiben davon unberührt. Die Regeln sind weltweit für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Witzenmann-Gruppe verbindlich.

Verstöße gegen diese Regeln werden nicht toleriert. Von den Führungskräften wird erwartet, dass diese „mit gutem Beispiel“ vorangehen und sicherstellen, dass der Witzenmann-Verhaltenskodex verstanden und eingehalten wird.

* Substantiv, feminin [die].
Wirtschaftsjargon:
regelgerechtes,
vorschriftsgemäßes,
ethisch korrektes Verhalten.



#10



Der United Nations Global Compact ist der weltweite Pakt, der zwischen Unternehmen und der UNO geschlossen wurde, um die Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten.

Verschiedene Organisationen sind auf Seiten der UNO beteiligt. Dazu gehören u. a.:

- Der Hohe Kommissar der Vereinten Nationen für Menschenrechte UNHCHR
- Die Internationale Arbeitsorganisation ILO
- Das Umweltprogramm der Vereinten Nationen UNEP

Auf nationaler Ebene haben sich verschiedene Netzwerke zusammengeschlossen. Inzwischen existieren über 80 nationale Netzwerke weltweit. In Deutschland organisieren sich seit 2000 die Teilnehmer in der Stiftung Deutsches Global Compact Netzwerk. Die umfasst 20 der DAX-30-Konzerne, kleine und mittelständische Unternehmen sowie wissenschaftliche Einrichtungen und Nichtregierungsorganisationen wie Amnesty International und Transparency International.

Die Witzenmann-Gruppe bekennt sich ausdrücklich zu den zehn Prinzipien des Global Compact.

Wir wollen ...

- #1 ... den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.
- #2 ... sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig macht.
- #3 ... die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.
- #4 ... für die Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit eintreten.
- #5 ... für die Abschaffung von Kinderarbeit eintreten.
- #6 ... für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.
- #7 ... im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.
- #8 ... Initiativen ergreifen, um ein größeres Umweltbewusstsein zu fördern.
- #9 ... die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.
- #10 ... gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

ANSPRECHPARTNER



Philip Paschen

Als geschäftsführender Gesellschafter ist Philip Paschen für den Bereich „Geschäftsprozessmanagement, Informationstechnologie, Logistik und Produktion und Nachhaltigkeit“ verantwortlich.

Seine Aufgabengebiete umfassen u.a. Produktion und Industrial Engineering, IT/Digitalisierung, Fabrikplanung, Gebäudemanagement, Logistik und Nachhaltigkeit.



René Pflittner

Als Beauftragter für Umweltschutz und Datenschutz in der Abteilung „Recht und Compliance“ ist er der Ansprechpartner für alle internen und externen Umweltschutzfragen der Witzenmann GmbH.



Jochen Geiger

Der Leiter der Abteilung Marketing und Public Relations ist bei der Witzenmann GmbH unter anderem verantwortlich für die Redaktion des Nachhaltigkeitsberichtes. Jochen Geiger erfüllt viele strategische Aufgaben in der Unternehmensgruppe. Zum Marketing gehören beispielsweise die Vertriebsförderung, die Öffentlichkeitsarbeit, das Veranstaltungsmanagement sowie die Marktforschung.

IMPRESSUM

Herausgeber:
Geschäftsführung der
Witzenmann GmbH
Postfach 101280, 75112 Pforzheim
www.witzenmann.de

V.i.S.d.P.:
Jochen Geiger
Leiter Marketing & Public Relations

Verfasser des Umweltberichtes:
René Pflittner
Umweltschutzbeauftragter

Redaktion:
Marketing Witzenmann GmbH
Telefon +49 7231 581-208

Konzeption & Gestaltung:
Schindler Parent Industry GmbH
Eutingen Str. 2, 75175 Pforzheim
www.schindlerparent.de

Titelbild
und Bild Seite 2/3:
Lionel Bizien

Weitere Bildnachweise:
Seite 6: © detailblick-foto/fotolia.com;
Seite 14: © LoloStock/fotolia.com;
Seite 16: © sarawut795/fotolia.com;
Seite 18: © sges/fotolia.com;
Seite 20: © milazvereva/fotolia.com;
Seite 22: © kikovic/fotolia.com;
Seite 28: © Robert Kneschke/fotolia.com;
Seite 41: © v.poth/fotolia.com;
Seite 44: © REDPIXEL/fotolia.com;

Veröffentlichung: Januar 2019

