



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2020

HERRMANN ULTRASCHALLTECHNIK  
GMBH & CO. KG



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b> .....	<b>4</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b> .....	<b>6</b>
Leitsatz 04: Ressourcen .....	7
Leitsatz 05: Energie und Emissionen .....	8
Leitsatz 07: Unternehmenserfolg .....	9
<b>5. Weitere Aktivitäten</b> .....	<b>12</b>
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange .....	12
Umweltbelange .....	13
Ökonomischer Mehrwert.....	14
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	14
Regionaler Mehrwert.....	15
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b> .....	<b>17</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b> .....	<b>19</b>
Ansprechpartner .....	19
Impressum.....	19

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Seit 1961 produzieren wir Ultraschall-Schweißmaschinen und -systeme und gehören mit 600 Mitarbeitern und Standorten in 20 Ländern zu den Technologieführern weltweit. Das Ultraschallschweißen ist ein thermisches Fügeverfahren und tritt meistens gegen andere Verfahren an, die ein hohes Energieniveau oder teure bzw. verschmutzende Verbrauchsgüter benötigen. Gegenüber Wettbewerbstechnologien kann bis zu 70 % Energie eingespart werden. Ultraschall wird für thermoplastische Kunststoffe und Nichteisenmetalle in vielen Branchen als Fügetechnologie dann eingesetzt, wenn Materialien und/oder Bauteile dauerhaft verbunden werden sollen. Als Schlüsselindustrien seien hier Automotive, Medical, Consumer, Food und Hygiene genannt. Wir haben vier Geschäftsbereiche: PLASTICS (das Verschweißen von Spritzguss-Bauteilen), PACKAGING (das Versiegeln von Verpackungen), NONWOVENS (das Bonden von Vliesstoffen) und METALS (das Fügen von Nichteisenmetallen, hauptsächlich Kupfer und Aluminium).

Gemeinsam haben wir unsere vier Unternehmenswerte Wertschätzung, Leidenschaft, Integrität und Resilienz ausgearbeitet. 2019 wurde ein großangelegter Kulturwandel angestoßen, den wir „Culture Journey“ nennen. In fortlaufenden Dialogen, Workshops und Feedbackschleifen für alle Mitarbeitenden arbeiten wir interdisziplinär an Team- und Konfliktfähigkeit sowie einer starken Vertrauenskultur.

Kernstück der Culture Journey ist die Tatsache, dass der Mensch, ob Mitarbeitender, Kunde oder Lieferant, im Mittelpunkt steht. 85 % unserer Wertschöpfung erbringen wir mit knapp 500 Arbeitsplätzen in Baden-Württemberg. Dazu kommen jährlich zwischen 35 und 40 Ausbildungs- und Studienplätze.

Die Grundlagenschulungen und Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden fördern wir über die hauseigene Herrmann Academy. Das große Kursangebot zu technischen, IT- und Softskill-Themen kann auf Anfrage jederzeit erweitert werden.

Über Stiftungen werden der Fortbestand des Unternehmens gesichert sowie Ertragsanteile in die Forschung und gemeinnützige Zwecke geleitet.

### WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

## 2. Die WIN-Charta

### BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

### DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

#### **Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange**

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

#### **Umweltbelange**

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

#### **Ökonomischer Mehrwert**

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

#### **Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption**

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

#### **Regionaler Mehrwert**

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

### ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf [www.win-bw.com](http://www.win-bw.com).

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 05.04.2018

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

**Unterstütztes WIN!-Projekt:** Aufruf zur Blutspende. Leider konnten wir aufgrund der Corona-Pandemie weder die geplante Aktion im Haus noch gemeinsame Besuche in Blutspende-Zentren bewerben und durchführen. So spendeten am Ende 15 Personen ihr Blut.

### Schwerpunktbereich:

- |  |                                      |  |
|--|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | <input type="checkbox"/> Ressourcen  | <input type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität         | <input type="checkbox"/> Integration |  |

### Art der Förderung:

- Finanziell    Materiell    Personell

**Umfang der Förderung:** Für dieses Projekt stand der immaterielle „Public Value/Gemeinwohl“ im Vordergrund und nicht ein Förderbetrag. Ein Beitrag von € 600 zum Mittagessen nach der Blutspende und die betriebliche Freistellung für die Aktion sollten animieren, dass wir dies gemeinsam als starkes Team angehen; leider haben wir unser selbstgestecktes Ziel nicht erreicht und auch die Förderung wurde nicht vollumfänglich abgerufen – wegen der erschwerten Bedingungen durch die Corona-Pandemie.

**Projektpate:** Astrid Herrmann

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 04: Ressourcen
- Leitsatz 05: Energie und Emissionen
- Leitsatz 07: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind:

04: Über die Möglichkeit, von den Entsorgern verlässliche Zahlen zu bekommen und zu kommunizieren, möchten wir die Wahrnehmung für Rohstoffe und deren Recycling sowie CO<sub>2</sub>-Äquivalente im Unternehmen steigern.

05: 2019 und 2020 sind die ersten beiden Jahre, in denen wir die Stromproduktion über die Solarzellen auf dem Dach dokumentieren und kommunizieren können. Aufgrund der Corona-Pandemie konnten wir nicht wie geplant mit der Implementierung eines Umwelt- und Ressourcenmanagement beginnen. 2022 soll nun die Zertifizierung zur ISO 14001 beginnen.

07: Das Jahr 2020 wird in unsere Unternehmensgeschichte als Rekordjahr eingehen. Allerdings war es durch die Corona-Pandemie ein besonderes Jahr, das uns zu ungewöhnlichen Maßnahmen bewogen hat.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Leitsatz 04: Ressourcen

### ZIELSETZUNG

Wir möchten im Unternehmen ein höheres Bewusstsein für endliche Ressourcen aufbauen. Wir verwenden sehr viel Titan, das für unsere Schweißwerkzeuge eingesetzt wird. In der Produktion entstehen vielfältige Metallabfälle, die aber dem Kreislauf sorgsam wieder zurückgegeben werden. Durch die Sensibilisierung in Richtung Nachhaltigkeit erweitern auch die Entsorgungsdienstleister ihr Portfolio und geben Rückmeldungen zu recycelten Mengen und deren Umrechnung in CO<sub>2</sub>.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Trennung der Industrieabfälle, insbesondere Metalle und Elektroschrott:
  - Schmelzeisen
  - Schrott und Späne
  - Titan-Späne
  - Alu-Geschirr
  - Mischschrott
  - Eisenfeil- und Drehspäne
  - Kupferkabel
  - E-Geräte mit gefährlichen Bauteilen
- Rückmeldung des Entsorgungsdienstleisters und Umrechnung in ein CO<sub>2</sub>-Äquivalent
- Kommunikationsentwürfe dazu für das Intranet





# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## AUSBLICK

Im Durchschnitt verursacht jeder Erdenbürger circa 5 Tonnen Treibhausgas pro Jahr, in Deutschland im Durchschnitt sogar 9,7 Tonnen (Quelle: klimafakten.de). Jede gesparte Tonne zählt. Wir wollen hier weiter am Bewusstsein dafür arbeiten.

## Leitsatz 05: Energie und Emissionen

### ZIELSETZUNG

Wir möchten unabhängiger von fossilen Brennstoffen werden. Die Etablierung eines Energiemanagements musste weitergeschoben werden. Geplant ist, über eine zentrale Erfassung und Auswertung aller Energieverbräuche das Bewusstsein der Mitarbeiter zu schärfen und Maßnahmen zum umweltfreundlichen Umgang mit Energie abzuleiten.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Die ersten beiden kompletten Jahresauswertungen der Solarzellen liegen vor.
- Aufgrund der Corona-Pandemie wurden verschiedene Anwesenheitsstrategien entwickelt; dies führte wegen der hohen Homeoffice-Quote im Jahr 2020 zu einer ungeplanten, aber willkommenen Reduzierung von Auto-Emissionen, da unsere Mitarbeiter weniger Pendelfahrten hatten. Die Bedingungen für das „Jobrad“ (Dienstfahrrad) wurden überarbeitet, um Einstiegshürden aus dem Weg zu räumen und den Umstieg auf das klimafreundliche Fahrradfahren zu fördern.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Herrmann Ultraschall CO <sub>2</sub> -Reduktion durch Solar-Erzeugung		
	Jahr	Jahr
	2019	2020
Eigenverbrauch [KWh] aus Solarerzeugung	229.00	428.500
Einspeisung [KWh] aus Solarerzeugung	11.000	18.000
Summe [KWh] Selbsterzeugung aus Solar	240.000	446.500
Eigenverbrauchsquote [%]	95	96
Energie-Verbrauchs-Äquivalent 4-Personen Haushalt [Anzahl]	60	112
CO <sub>2</sub> -Äquivalent [t] Einsparung	98	182

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Die Kommunikation dazu über eine Art Dashboard im Intranet soll noch ausgearbeitet werden.

- 35 Dienstfahrräder gibt es mittlerweile; Einstellräume mit Lademöglichkeiten für die Fahrräder sind genauso vorhanden wie Umkleieräume und moderne Duschen. Hierdurch wird die Nutzung des Fahrrads als attraktive Alternative zum Pendeln gefördert.

## AUSBLICK

Für 2022 wird entweder die Zertifizierung ISO 14001 für ein nachhaltiges Umweltmanagement oder die ISO Zertifizierung 50001 für ein effizientes Energiemanagement geplant. Leitsatz 5 bleibt Schwerpunkt-Thema.

## Leitsatz 07: Unternehmenserfolg

### ZIELSETZUNG

Das Jahr 2020 war für uns wie für viele Unternehmen auch herausfordernd. Im Mittelpunkt stand der Schutz der Gesundheit.

Positiv überrascht wurden wir durch die enorme Nachfrage zum Thema „Atemschutzmasken“, für deren Herstellung die Ultraschalltechnologie verwendet wird. Der 2020 einsetzende „Ansturm“ auf unsere Maschinen und Systeme hat uns überrascht und war nur durch großen Einsatz und die Flexibilität der Arbeitnehmer zu stemmen.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

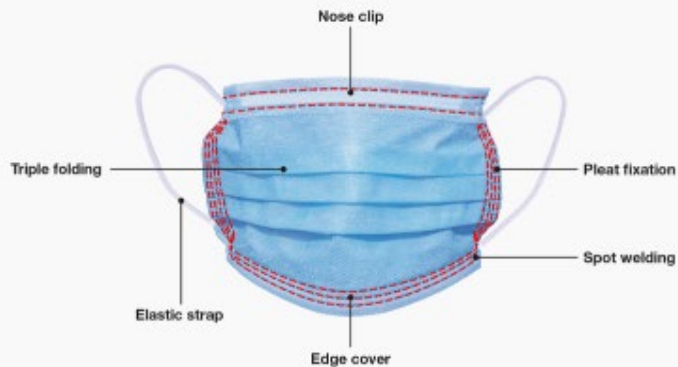
- Rollierende Anwesenheitsstrategien während des Lockdowns, um die Produktion sicherzustellen und eine Unternehmensschließung zu verhindern.
- Klassifizierung als systemrelevantes Unternehmen in Deutschland und den USA.
- Implementierung einer Informationsstrategie inklusive Schulungen zum Thema „Gesichtsmaskenproduktion“, um im Angesicht der Pandemie bestehende und neue Produzenten eingehend zu beraten und zu schulen.  
<https://www.herrmannultraschall.com/de/branchen/medical/masken/>
- Aufruf für Angestellte der Verwaltung, in der Produktion mitzuhelfen, um den Auftragseingang zu bewältigen und damit einen wichtigen Beitrag zur weltweiten Produktion von Schutzmasken zu leisten.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

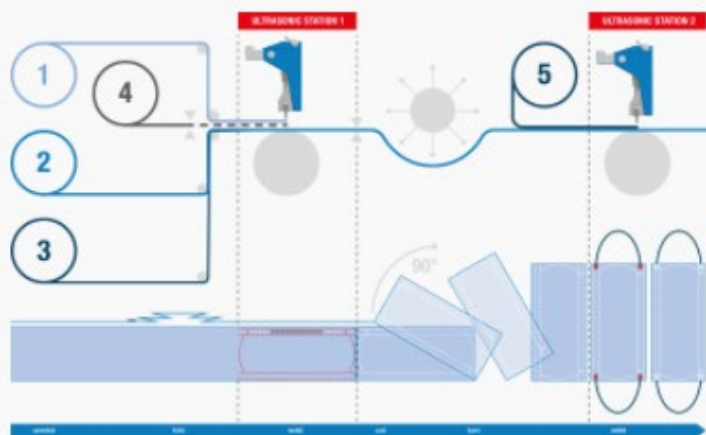
## Konfigurationsmöglichkeiten OP-Maske

Zum Einsatz kommen bei schnelllaufenden kontinuierlichen Anlagen das **MICROBOND CSI System** mit unterschiedlichen Sonotroden und Gravurwalzen. Die Schweißungen erfolgen in zwei Ultraschallstationen. Die patentierte MicrogapControl Regelungstechnologie sorgt dabei für kontinuierliche, reproduzierbare Schweißqualität und ermöglicht eine Produktionsmenge von bis 1000 Produkten pro Minute.

Bei geringen Stückzahlen kann statt des MICROBOND CSI Systems ein Schnellwechselsystem aus Einzelkomponenten eingesetzt werden. Möglich ist auch der Einsatz einer **HIQ DIALOG Schweißmaschine** integriert in einer Linie oder als getakteter Arbeitsplatz.



## Maschinenfunktionsprinzip für chirurgische Gesichtsmasken



- ✓ Bahnrolle 1,2 und 3: Drei Lagen Vliesstoff werden abgewickelt (2 Schutzlagen und eine Filterlage); weitere Lagen sind problemlos umsetzbar
- ✓ Bahnrolle 4: Nasenclip-Material (Plastik oder Draht) wird geschnitten und der Vliesstofflage zugeführt
- ✓ Ultraschallstation 1: Faltung, Fixierung und Schweißung der Längsnähte (einschließlich des innenliegenden Nasenclip-Materials) sowie Verschweißung der Seitennähte; Maske wird geschnitten und um 90° gedreht.
- ✓ Bahnrolle 5: Elastisches Material für Ohrbänder wird zugeführt
- ✓ Ultraschallstation 2: Anschweißen von elastischen Bändern an der Maske; anschließendes Stapeln und Verpacken

Grafik: Auszug aus unserer Online-Informationsbroschüre zur Herstellung von Atemschutzmasken

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Das Jahr hat gezeigt, wie flexibel unsere Mitarbeiter sein können. Mehrfach hat die Geschäftsführung allen Mitarbeitern ihren Dank vermittelt und Wertschätzung ausgedrückt – dazu gehörte auch die Auszahlung einer Corona-Prämie. Wir hatten sehr wenige Coronafälle im Unternehmen, was wir auch auf unsere Gruppenstrategie, Informationspolitik und Achtsamkeit im Umgang miteinander zurückführen.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## AUSBLICK

Für 2021 wurde sehr vorsichtig budgetiert, da es schwer war, verlässliche Annahmen zu machen. Aber das gute Ergebnis 2020 rechtfertigt einen gesunden Optimismus für das neue Geschäftsjahr.

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

#### LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Als Unternehmen verpflichten wir uns gesetzeskonform (AGG) die Gleichheit aller Beschäftigten zu gewährleisten und ein sogenanntes benachteiligungsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen. AGG-konform sind:

- Stellenausschreibungen und Einstellungsprozess
- Arbeitsverträge, -zeugnisse und Mitarbeiterführung

Der deutsche Campus in Karlsbad, Baden-Württemberg ist barrierefrei gebaut. Ein 100-Tage währender Onboarding-Prozess gewährleistet eine gute Einarbeitung. Alle angestellten Mitarbeitenden führen anschließend einen 100-Tage-Review-Termin mit Vertretern ihrer Abteilung und der HR-Abteilung durch. Oft sind auch die Geschäftsführer anwesend. Hierbei sollen wertvolle Feedbackschleifen angeregt werden.

#### Ergebnisse und Entwicklungen:

- 139 gewerbliche Mitarbeitende 2020 (inklusive Auszubildende)
- 313 angestellte Mitarbeitende 2020 (inklusive Auszubildende, DHBW-Studenten, Werksstudenten)

#### Ausblick:

2021 plant die Einkaufsabteilung, für alle Lieferanten einen „Code of Conduct“ zur Wahrung der Menschenrechte und zum Schutz der Umwelt einzuführen.

#### LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Das Mitarbeiterwohlbefinden ist ein wichtiger Schwerpunkt für den Unternehmenserfolg.

#### Ergebnisse und Entwicklungen:

- Das großangelegte Projekt zum Kulturwandel „Culture Journey“ ist in vollem Gange; Präsenz-Workshops konnten Corona-bedingt nicht stattfinden, trotzdem wurde weiter an den Zielen und deren Umsetzung gearbeitet.
- Der Mitarbeiterrat wurde gewählt und implementiert; er wird als Sprachrohr von den Mitarbeitenden sehr gut angenommen und ist ein Partner auf Augenhöhe für die Geschäftsführung.
- Die Bestell- und Bezahlmethoden für den Mittagstisch mit traditionellem, vegetarischen und veganem Essen wurden vereinfacht.

#### AUSBLICK

# WEITERE AKTIVITÄTEN

Vor allem die „Culture Journey“ wird 2021 wieder Fahrt aufnehmen und über Präsenz-Workshops weitergeführt. Um den Fortschritt zu messen und sinnvolle weitere Ziele zu identifizieren, wird im Sommer 2021 eine umfangreiche, auf unsere Bedürfnisse ausgerichtete und anonyme Mitarbeiterbefragung durchgeführt.

## LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

### Maßnahmen und Aktivitäten:

Wir definieren unsere Anspruchsgruppen wie folgt:

- Kunden
- Mitarbeiter\*innen
- Zulieferer
- Partner aus Industrie und Wissenschaft
- Verbände und übergeordnete Industrie-Netzwerke
- Kommunen

### Ergebnisse und Entwicklungen:

- Aus einer großen Mitarbeiterbefragung 2018 wurden Prozesse und Maßnahmen über die Jahre 2019 und 2020 implementiert (siehe Tätigkeitsbericht 2019).

### Ausblick:

2021 wird wieder eine große Mitarbeiterbefragung erfolgen. Ebenso plant die Einkaufsabteilung die Einführung eines „Code of Conduct“ für alle Lieferanten zur Wahrung der Menschenrechte und zum Schutz der Umwelt.

## Umweltbelange

## LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Das Ultraschallschweißen ist schon immer eine nachhaltige Technologie. Die zum Fügen aufgewendete Energie ist kleiner als bei vergleichbaren Wettbewerbsverfahren, bei denen oft ein teilweise sehr hohes Energieniveau aufgebaut und gehalten werden muss. Ist der Prozess richtig eingerichtet, wird Ausschuss vermieden und Verbrauchsstoffe fallen nicht an, was die Umwelt schont.

### Ergebnisse und Entwicklungen:

- Das Ultraschall-Labor PLASTICS führte Schweißversuche mit biologisch abbaubaren Werkstoffen durch, um den Kunden auch darüber informieren und beraten zu können.
- Verpackungsmaterial wird zunehmend auf umweltfreundlicheres Monomaterial umgestellt. Dieses Material stellt das sichere und dichte Siegel der Verpackungen zum Lebensmittelschutz vor große Herausforderungen. Mit viel Grundlagenarbeit ist es gelungen, dieses zukunftssträchtige Material mit Ultraschall zuverlässig zu verarbeiten.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## Ausblick:

Kurze, interessante Erklärvideos sollen den Kunden besser abholen und bei der Entscheidungsfindung unterstützen. Dem Produktmanagement wird noch mehr Bedeutung zukommen, vor allem, wenn es darum geht, in der Kommunikation nach innen und nach außen verstärkt auf Themen wie „Nachhaltigkeit“ und „Kreislaufwirtschaft“ einzugehen.

Ein großangelegtes Entwicklungsprojekt für eine ganz neue Generatoren-Generation wird aufgelegt werden: für Handarbeitsplätze und für die Automation. Impulse aus den Trends „Digitalisierung, Industrie 4.0 und Internet of Things“ sollen einfließen

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Für die Kunden wird das Thema „Nachhaltigkeit“ zunehmend wichtiger. Wir sehen die große Aufgabe, dies in der Kundeninteraktion und Kommunikation weiter zu schärfen.

## Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unserem Lenkungskreis zum Thema „Neuentwicklungen“ kommt immer größere Bedeutung zu. Hier wird verstärkt überprüft, wie nachhaltig unsere Entwicklungen sind, in Bezug auf die Verwendung von Ressourcen für die Herstellung unserer Produkte und in Bezug auf den Einsatz unserer Maschinen und Systeme.

## Ergebnisse und Entwicklungen:

- F&E Quote: 7 % vom Umsatz

## Ausblick:

Das mit Erfolg eingeführte Strategic Account Managements (SAM) zeigt Früchte, indem Energien gebündelt und Ressourcen zielführender eingesetzt werden, sowohl bei der Manpower als auch bei eingesetzten Rohstoffen. Dies soll intensiviert werden.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Die Absicherung des Unternehmens ist die Basis für alle Finanzentscheidungen.

Nach wie vor wächst das Unternehmen gesund und ist in der Lage, ohne Fremdfinanzierung auszukommen. Auf spekulative Finanzgeschäfte wird verzichtet. Über unsere Stiftungen werden Gewinnanteile sinnvoll reinvestiert bzw. dem Gemeinwohl zugeführt.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## Ausblick:

Zuwendungen für gemeinnützige Zwecke und für die Forschung werden weiter steigen, wenn das Wachstum beibehalten werden kann.

## LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Wir haben interne Compliance-Richtlinien und entscheiden uns bewusst gegen Geschäfte in korruptionsbelasteten Ländern.

## Ausblick:

Noch fehlen die internen Regelprozesse, eine Intervall-Berichterstattung oder ein Prüfverfahren. Diese Instrumente einzuführen planen wir mittel- bis langfristig.

## Regionaler Mehrwert

## LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

### ZIELSETZUNG

Das Unternehmen ist sich seiner Verantwortung auf lokaler Ebene bewusst und nimmt diese sehr ernst. Dem Corona-Jahr war es geschuldet, dass weniger Projekte angepackt werden konnten. Trotzdem sollen die Belange der Kommunen, Schulen, Verbände und Vereine auf dem Radar bleiben.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Freistellung der Mitarbeiter bei Einsätzen/Übungen der Freiwilligen Feuerwehr und der DLRG
- Spenden von Atemschutzmasken
- Die finanzielle Förderung für regionale Vereine, in denen Mitarbeitende ehrenamtlich tätig sind, wurde beibehalten.
- Auch 2020 wurde gebrauchte IT an unseren lokalen Dienstleister AfB gespendet (siehe dazu Tätigkeitsbereich 2019).

## Ausblick:

Ideen und Anregungen zum Gemeinwohl aus internen Quellen und auch von außerhalb aufzunehmen, bleibt eine wichtige und aktuelle Aufgabe.

## LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Wir stellen uns in den Leitungskreisen regelmäßig die Frage, wie wir als Unternehmen Trends erkennen und Impulse daraus ableiten können.



# WEITERE AKTIVITÄTEN

## Maßnahmen und Aktivitäten:

- 4 Stromtankstellen stehen zur Verfügung.
- Die Mitarbeiter können über 2 Elektroautos aus dem Fuhrpark weiterhin E-Mobilität ausprobieren.
- Der beste Azubi und der beste duale Student des zweiten Jahres bekommen je ein Firmenfahrzeug (das Azubi-Mobil und das Studi-Mobil). Hier wollen wir bereits zum Anfang der beruflichen Karriere Anreize schaffen.
- Vakanzen in der HR-Abteilung konnten besetzt werden und dadurch das Thema proaktive Förderung/Weiterbildung von Mitarbeitern besser verfolgt werden.

## Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die E-Auto-Aktion wird nachwievor sehr positiv aufgenommen.
- Die 2018 neugebaute Mitarbeiter-Lounge mit Dachterrasse wird stark für Geschäftsessen und abendliche Veranstaltungen benutzt. Dies bündelt Aktivitäten im Haus und spart Zeit und Anfahrtswege.

## Ausblick:

Ideen und Anregungen aus den Managementkreisen und der Mitarbeiterschaft aufzunehmen und in Regelprozesse einzusteuern, bleibt eine wichtige und aktuelle Aufgabe.

# UNSER WIN!-PROJEKT

## 6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Blutspendeaktion

### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Geplant war eine Blutspendeaktion im Haus mit dem DRK sowie verschiedene Ansätze, um Mitarbeiter zu motivieren, ihrerseits zur Spende entweder im Umkreis der Firma oder an ihrem Wohnort zu gehen.

Eine humorvolle Kampagne war vorbereitet worden, um das Thema im Intranet und auf den firmeneigenen Infoveranstaltungen zu bewerben. Das Thema war frei nach Udo Lindenberg: „Es gibt nur ein Getränk, das find' ich gut und das ist Blut.“

Alle Spender sollten ein Mittagessen bekommen.

**100x  
Blut**

Herrmann Mitarbeiter  
helfen anderen.

**Aufruf zur Teilnahme an den  
Blutspende-Aktionstagen des DRK**  
Unser Ziel ist es, 2020 mindestens  
100 Herrmann Mitarbeiter für die  
Blutspende zu gewinnen. Diesen  
persönlichen und freiwilligen Einsatz  
wollen wir belohnen.  
Gegen Vorlage der Teilnahmebestätigung  
des Deutschen Roten Kreuzes gibt es  
zwei Stunden Arbeitszeit gutgeschrieben  
und eine Essensmarke obendrauf.

Termine und Orte:

Landkreis Karlsruhe    Eckweh

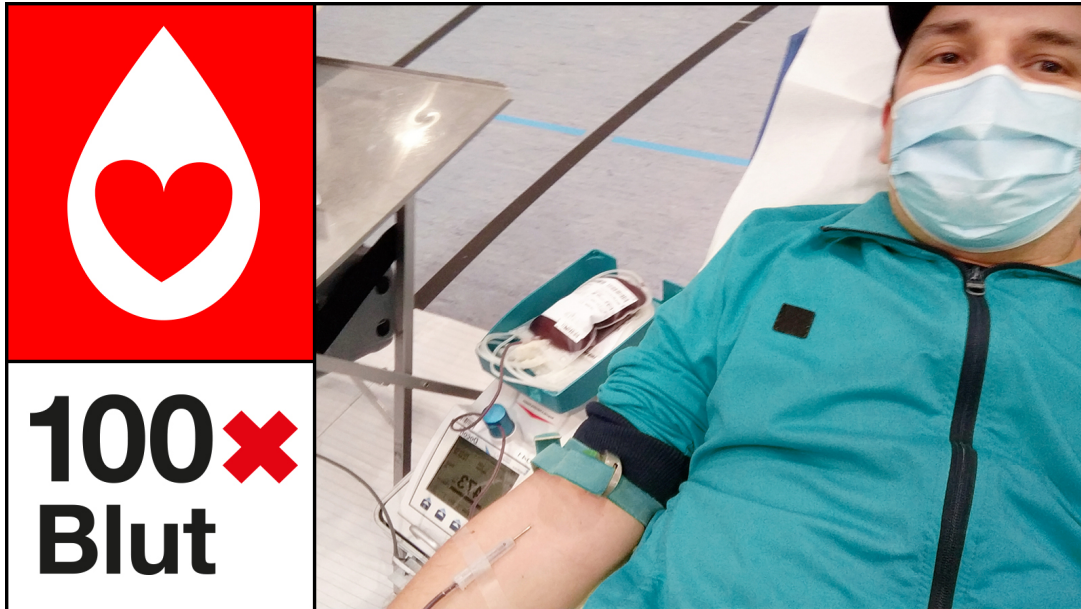
**Herrmann**  
Ultraschall

BONDING – MORE THAN MATERIALS

# UNSER WIN!-PROJEKT

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Leider machte uns die Corona-Pandemie einen großen Strich durch die Rechnung, sodass am Ende nur 15 Personen Blut spenden waren.



## AUSBLICK

2021 sollen Einzelaktionen, wie z. B. Dorfaufräumaktion („Putzete Ittersbach“) ausgerufen werden.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner**

Astrid Herrmann, PR und Unternehmenskommunikation

Tel 07248 / 79-1988

[astrid.herrmann@herrmannultraschall.com](mailto:astrid.herrmann@herrmannultraschall.com)

Christoph Schlittenhardt, Marketing und Contentmanagement

Tel. 07248 / 79-1967

[christoph.schlittenhardt@herrmannultraschall.com](mailto:christoph.schlittenhardt@herrmannultraschall.com)

### **Impressum**

Herausgegeben am 19.10.2020 von

Herrmann Ultraschalltechnik GmbH & Co.KG

Descostr. 3-11, 76307 Karlsbad

Telefon: +49 7248 79-0

E-Mail: [info@herrmannultraschall.com](mailto:info@herrmannultraschall.com)

Internet: [www.herrmannultraschall.com](http://www.herrmannultraschall.com)

Wir verwenden für Begriffe wie Kunden, Mitarbeiter etc. vielfach nur die männliche Schreibweise. Selbstverständlich verstehen wir dies als Synonym für alle männlichen/weiblichen/intersexuellen Personen, die damit gleichberechtigt angesprochen werden.

