

---

# Nachhaltigkeitsbericht

---

© ray facility management group

Ansprechpartner für den vorliegenden Report  
Fachbereich F&E und QM

Bahnhofsallee 1  
49451 Holdorf  
Telefon: +49 5494 98 75-0  
Fax: +49 5494 98 75 75  
E-Mail: [info@ray.de](mailto:info@ray.de)  
Web: [www.ray.de](http://www.ray.de)

Geschäftsführer: Nils Bogdol

UST-ID: DE179733481

Handelsregister: Abt. B Nr. 111144 / Amtsgericht Oldenburg

3. komplett überarbeitete Auflage 2017  
Berichtsjahr 2016

Jegliche Vervielfältigung, Kopie und Reproduktionen sind rechtlich untersagt.

Der folgende Nachhaltigkeitsbericht der ray facility management group (ray FM) orientiert sich an den IÖW/future-Kriterien. Zusätzlich hat das Unternehmen einen Gemeinwohl-Bericht veröffentlicht (gemäß GWÖ-Kriterien), welcher weiterführende und ergänzende Informationen zur Nachhaltigkeit im Unternehmen enthält. Die Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichtes erfolgte auch im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit an der Hochschule Münster des Masterstudiengangs „Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft“.

Vorweg ist anzumerken, dass die Anforderungskriterien auf produzierende Unternehmen ausgelegt sind, sodass nicht alle Kriterien in vollem Maße zu erfüllen sind. Des Weiteren fehlen vergleichbare Daten von Unternehmen der FM-Branche. So ist Transparenz nicht immer zu gewährleisten. Sensible Daten werden aufgrund von Datenschutzbestimmungen nachfolgend nicht benannt, sind aber über den internen Bereich nach Rücksprache abrufbar.

Im vorliegenden Dokument wird aufgrund der einfacheren Lesbarkeit die männliche Form der Subjektive verwendet. Die weibliche Form ist dennoch zu gleichen Anteilen miteingeschlossen.

# Inhalt

UNTERNEHMENSPROFIL	Seite 4
Die ray facility management group	Seite 4
Dienstleistungsangebot	Seite 6
LEITLINIEN, STRATEGIE UND MANAGEMENT	Seite 8
Leitlinien, Philosophie und Strategie	Seite 8
Unternehmensführung und Managementsysteme	Seite 11
Stakeholderbeziehungen	Seite 12
ZIELERREICHUNG, ZIELE UND LEISTUNGEN	Seite 15
Zielerreichung, Ziele und Maßnahmen	Seite 15
Leistungen	Seite 18
VERANTWORTUNG FÜR MITARBEITER	Seite 21
Arbeitnehmerrechte, Beschäftigung und Entgeltpolitik	Seite 21
Arbeitszeitmodelle	Seite 21
Aus- und Weiterbildung	Seite 22
Vielfalt und Chancengleichheit	Seite 23
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Seite 24
Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung	Seite 25
ÖKOLOGISCHE ASPEKTE	Seite 26
Energiemanagement und Klimaschutz	Seite 26
Verbrauch stofflicher Ressourcen	Seite 28
Logistik und Verkehr	Seite 31
PRODUKTVERANTWORTUNG	Seite 32
Soziale und ökologische Aspekte der Entwicklung	Seite 32
Ökologische Verträglichkeit der Produkte und Dienstleistungen	Seite 33
Verbraucherorientierung und Kundeninformation	Seite 34
LIEFERANTENMANAGEMENT	Seite 36
GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	Seite 38
Anhang	Seite 38
Kennzahlen Ray 2016	Seite 38
Kennzahlen Abwasseruntersuchungen Ray	Seite 41
Übersicht IÖW-Kriterien	Seite 42

# Unternehmensprofil

## Die ray facility management group

Im Jahr 1996 wurde die Nils Bogdol GmbH als Grundstein der ray facility management group gegründet. Am Hauptsitz in Holdorf wird seither das Leistungsangebot der Nils Bogdol GmbH kontinuierlich erweitert. Seit 2007 etablierte sich die Dachmarke ray, welche acht Tochterunternehmen vereint. Alle genannten Unternehmen werden von Nils Bogdol in familiengeführter Konzernstruktur geleitet.

Zu den Tochterunternehmen gehören:

- BMS GmbH
- EASI Ltd.
- Innovation und Wachstum
- Ecoplant Services GmbH
- Medi Service GmbH
- Möller & Michaelis GmbH
- M + M Service GmbH
- Nils Bogdol GmbH
- Staff Service GmbH

Wir bieten ein ausgiebiges Leistungsspektrum aus dem infrastrukturellen, technischen und kaufmännischen

Facility Management (FM) an. Als zuverlässiger Partner in allen Fragen des FM bieten wir unseren Kunden nicht nur effiziente Lösungen rund um die Bewirtschaftung von Immobilien, sondern auch mehr Freiräume für ihr Kerngeschäft. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot ermöglicht die Erstellung individueller Konzepte für jeden unserer Kunden. Zudem gewährleisten wir einen fließenden Übergang innerhalb Europas durch die „European Alliance for Solutions and Innovations (EASI)“<sup>1</sup>, welche wir 2006 gemeinsam mit Partnerunternehmen gründeten.

Abb. 1: Unternehmensentwicklung

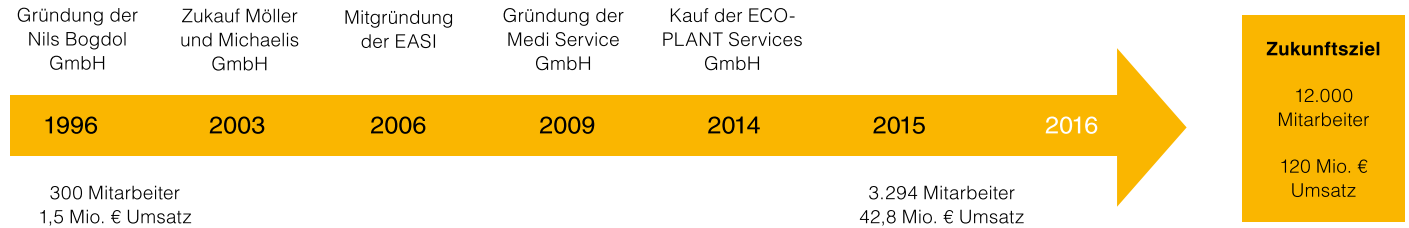


Tabelle 1: Umsatzanteile der klassischen FM-Bereiche

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz in Prozent
<b>Infrastrukturelles FM</b> (Gebäudereinigung)	<b>78</b>
<b>technisches FM</b> (Gebäudeinstandhaltung, Energiemanagement, Umbau)	<b>20</b>
<b>kaufmännisches FM</b> (Objektbuchhaltung, Immobilienverwaltung, Kosten- und Leistungsanalyse, Vertrags- und Flächenmanagement)	<b>2</b>

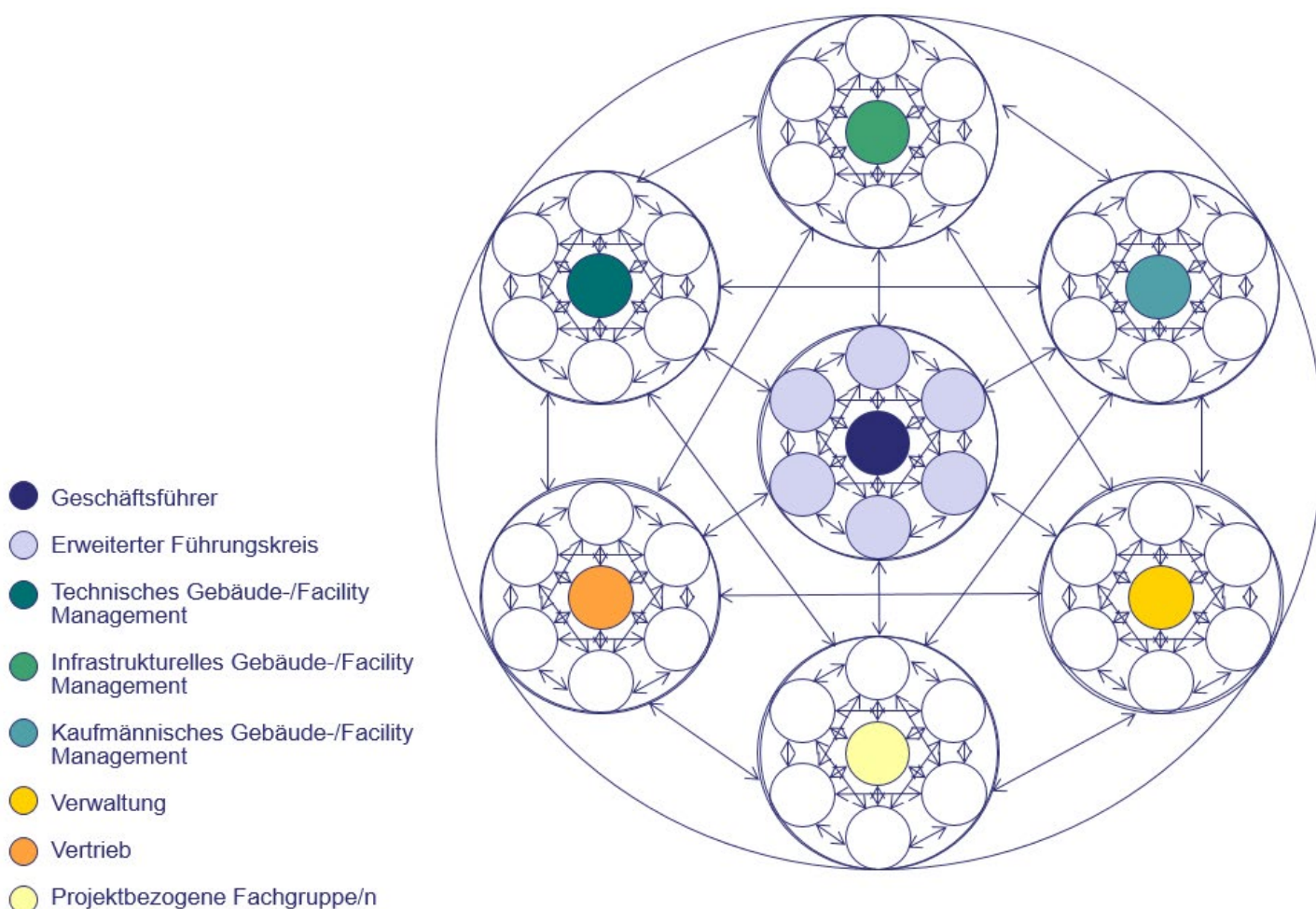
<sup>1</sup> Vgl. European Alliance For Solutions And Innovations Limited elektronisch veröffentlicht unter der URL: [http://www.easi.eu/front\\_content.php](http://www.easi.eu/front_content.php), abgerufen am 08.03.2017

Unter der Leitung des Alleingesellschafters und Hauptgeschäftsführers Nils Bogdol ist unser Unternehmen schon seit vielen Jahren erfolgreich. Dies zeigt nicht nur die Anzahl der Beschäftigten, sondern auch die stets zunehmenden Umsatzzahlen. Im Jahr 2016 waren bei der ray facility management group 3.294 Mitarbeiter beschäftigt, welche einen Umsatz von 42,8 Millionen Euro erwirtschafteten<sup>2</sup>. Unser Hauptgeschäft besteht dabei im infrastrukturellen FM, was sich auch in unseren Umsatzzahlen widerspiegelt (vgl. Tabelle 1).

Da das infrastrukturelle Facility Management mit der Gebäudereinigung mit 78 % den größten Umsatzanteil der ray facility management group ausmacht, konzentriert sich der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht zum großen Teil auf diesen Unternehmenszweig.

Unser Erfolg lässt sich vor allem auf die bewusste Unternehmenskultur und Entwicklung zurückführen. Im Dienstleistungsbereich stehen unsere Mitarbeiter an vorderster Stelle, da wir ohne sie nicht so erfolgreich sein könnten. Aus diesem Grund beziehen wir all unsere Mitarbeiter ein und motivieren sie.

Nur so erreichen wir höchste Produktqualität und Begeisterung bei unseren Kunden. Wir zeichnen uns dabei durch flache Hierarchien aus und verzichten auf klassische Rangordnungen. Dies spiegelt sich im Organigramm wider, in dem die Fach- und Sachgebiete als Gruppen dargestellt sind, welche alle einen direkten Bezug zueinander, zu ihren Vorgesetzten und zur Geschäftsführung haben. Auch der direkte Beitrag zur Wertschöpfung jedes einzelnen Mitarbeiters wird dabei zum Ausdruck gebracht (vgl. Abbildung 2). Das Qualitäts- und Umweltmanagement unterstützt dabei alle Bereiche.



Quelle: Born, in Anlehnung an BE1

Abb.2: Organigramm – ray facility management group

<sup>2</sup> ray facility management group, Geschäftsbericht 2015, S. 16, elektronisch veröffentlicht unter der URL: <http://www.ray.de/ray-group/geschaeftsberichte/>, abgerufen am 08.03.2017

# Unternehmensprofil

## Dienstleistungsangebot

*Wir decken im Bereich des Facility Managements das komplette Angebot aus technischen, infrastrukturellen und kaufmännischen Dienstleistungen ab und bieten damit ganzheitliches Facility Management entlang des gesamten Lebenszyklus einer Immobilie an. Aus den einzelnen Bausteinen des klassischen FM entwickeln wir speziell auf Kunden angepasste FM-Konzepte für Immobiliennutzer, -bewirtschafter oder -eigentümer.*

Der Bereich des infrastrukturellen Facility Managements umfasst mit der Gebäudereinigung einen großen Teil unseres Produktportfolios und macht dementsprechend auch den größten Umsatzanteil aus (vgl. Tabelle 1). Hierunter fallen neben der Unterhaltsreinigung auch die Glas-, Fassaden- und Maschinenreinigung sowie Winterdienste und Entsorgungskonzepte. Außerdem bieten wir Garten- und Landschaftspflege, Sicherheits- und Hausmeisterdienstleistungen, Catering und Arbeitnehmerüberlassung an. Im Bereich des technischen Facility Managements stellen wir Dienstleistungen der gesamten Bandbreite von Gebäudeinstandhaltung über Energiemanagement bis hin zu Umbau und Sanierung bereit. Innerhalb des kaufmännischen Facility Managements decken wir die Bereiche der Objektbuchhaltung, der Immobilienverwaltung, der Kosten- und Leistungsanalyse sowie das Vertrags- und Flächenmanagement ab. Das gesamte Spektrum der abgedeckten Kompetenzen kann auf der Unternehmenshomepage eingesehen werden.<sup>3</sup>

Unser Ziel besteht stets darin, dem Kunden eine ganzheitliche Lösung für den gesamten Lebenszyklus seiner Immobilie anzubieten. Um unseren Kunden deutschlandweit eine schnelle Reaktionszeit sowie einen Ansprechpartner in nächster Nähe zu gewährleisten, haben wir neben den Zentralen in Holdorf und Castrop-Rauxel zehn weitere regionale Niederlassungen innerhalb Deutschlands. So sind wir flexibel und können unsere Leistungen mit höchster Qualität umsetzen. Unsere Niederlassungen befinden sich an den folgenden Standorten:

- Bad Wünnenberg
- Bremen
- Berlin
- Düsseldorf
- Essen
- Esslingen
- Frankfurt
- Hannover
- Hamburg
- Landshut
- Nürnberg
- Münster
- darüber hinaus bundesweit unser selbstständiges Filialnetz

<sup>3</sup> Vgl. ray facility management group, elektronisch veröffentlicht unter der URL: <http://www.ray.de/kompetenzen/>, abgerufen am 08.03.2017

# Leitlinien, Strategie und Management

## Nachhaltigkeit bei der ray facility management group

*Verantwortungsvoll handeln,  
Umwelt und Ressourcen schonen,  
Wissen fördern und sich langfristig  
wirkungsvoll engagieren – das verstehen wir unter Nachhaltigkeit.*

Wir möchten, dass dem Thema Nachhaltigkeit in Zukunft mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird. Aus diesem Grund bemühen wir uns, überdurchschnittlich sozial, ökologisch und ökonomisch zu handeln und dadurch eine Vorbildfunktion einzunehmen. Es ist uns ein Anliegen, dass wir uns kontinuierlich der gesellschaftlichen Verantwortung stellen, die von uns erwartet wird. Daher haben wir das Thema Nachhaltigkeit zu einer Managementaufgabe gemacht, um mit strukturierten Prozessen ans Ziel zu gelangen. Dieses Ziel besteht für uns darin, zukunftsfähig zu bleiben und Verantwortung für diese und kommende Generationen in unseren Handlungen zu verankern. Diese Verantwortungsübernahme ist gerade für uns als Familienunternehmen von großer Bedeutung.

Schon seit der Unternehmensgründung ist Nachhaltigkeit ein wichtiger Aspekt unseres Unternehmens, an dem wir regelmäßig arbeiten, um uns kontinuierlich zu verbessern und immer auf dem aktuellsten Stand zu sein. So setzen wir das Prinzip der Nachhaltigkeit in allen Bereichen um - vom Einkauf über die Logistik bis hin zur Unternehmensstrategie. Um unsere Bemühungen zu zeigen und uns selbst zu testen, nehmen wir regelmäßig am Wettbewerb für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis teil, welcher die nationale Auszeichnung für Spitzenleistungen der Nachhaltigkeit in Wirtschaft, Kommunen und Forschung darstellt.

# Leitlinien, Strategie und Management

## Leitlinien, Philosophie und Strategie

### ray-Leitlinien

Unsere ray-Leitlinien bilden das Fundament unserer Unternehmenskultur.

Sie beinhalten Werte, an denen sich das gesamte Unternehmen orientiert.

Es werden nicht nur ethische Grundsätze berücksichtigt, sondern auch ökologische und ökonomische Werte, die stets im direkten Zusammenhang stehen. Wenn Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden sich an diesen Leitlinien orientieren, wird eine positive Zusammenarbeit ermöglicht und eine erfolgreiche und nachhaltige Entwicklung für unser Unternehmen und unsere Partner garantiert.

### Die vier Leitlinien der ray facility management group:

#### 1. Service und Kundenorientierung

... weil wir Dienstleister für unsere Kunden sind.

- Wir wollen mehr als Zufriedenheit – wir wollen Kunden begeistern.
- Wir hören den Wünschen unserer Kunden genau zu.
- Wir sind erfolgreich, wenn unsere Kunden erfolgreich sind.

#### 2. Qualität und Perfektion

... weil Leistung und Erfolg zählen.

- Wir wollen jeden Tag besser als am Tag zuvor sein.
- Wir übernehmen Verantwortung und schöpfen Optimierungspotenziale aus.
- Wir investieren in Qualität und Qualitätsmanagement.

#### 3. Innovation und Wachstum

... weil wir wissen, dass Stillstand Rückschritt bedeutet.

- Wir streben nach Innovation und nehmen Chancen wahr.
- Wir fördern Wachstum und Ideen.
- Wir investieren in neue Ideen und Technologien.

#### 4. Soziale und ökologische Verantwortung

... weil wir ganzheitlich orientiert sind.

- Wir sind uns unserer ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst.
- Wir investieren in Arbeitsplätze, Arbeitssicherheit, Ausbildung und Fortbildung.
- Wir verpflichten uns dem ökologischen Gedanken, um die gesetzlichen Bestimmungen zu übertreffen.

Soziale Aspekte	Ökologische Aspekte	Ökonomische Aspekte
<p>1. Wir schaffen <b>familien-, gesundheits- und altersgerechte Arbeitsplätze</b> und fördern umfassend die <b>Qualifikation</b> unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.</p> <p>2. Wir wollen <b>Vorbild</b> sein. Darum engagieren wir uns in <b>Verbänden, Hochschulen und Stiftungen</b> und für die <b>Nachwuchsförderung</b>.</p> <p>3. Wir handeln sowohl gegenüber den Behörden und der Öffentlichkeit als auch gegenüber unseren Partnern <b>transparent</b>.</p>	<p>4. Durch langfristige Partnerschaften wollen wir die <b>ökologische Entwicklung unserer Leistungen</b> und die <b>ökologisch orientierte Zusammenarbeit</b> mit unseren Partnern <b>stetig verbessern</b>.</p> <p>5. Wir gehen bewusst und sorgsam mit den eingesetzten Ressourcen um, verwenden <b>umweltverträgliche Produkte</b> und <b>reduzieren unsere Abfallproduktion</b> durch organisatorische und technische Maßnahmen.</p>	<p>6. Wir nutzen aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse und langjährige Erfahrungen, um Immobilien kundenorientiert und unter Berücksichtigung der ökonomischen Ressourcen <b>schonend zu bewirtschaften</b>.</p> <p>7. Wir sind ein unabhängiges Familienunternehmen, das <b>durch Innovationen und Qualität dauerhaft wirtschaftlich erfolgreich</b> ist.</p>



## Nachhaltigkeitsphilosophie

*Unsere ray-Leitlinien bilden die Basis für unsere Handlungen.*

## Nachhaltigkeit in unserer Unternehmensstrategie

*Nicht nur in unserem Unternehmen, sondern in der gesamten Wirtschaft und damit auch bei unseren Stakeholdern ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema. Die größten Herausforderungen bietet seit jeher der ökologische Aspekt, doch dieser beeinflusst zusätzlich sowohl den sozialen als auch den ökonomischen Faktor der Nachhaltigkeit. Um effizient nachhaltig zu handeln, gilt es, die Herausforderungen schon in der strategischen Ausrichtung unseres Unternehmens zu berücksichtigen.*

Hieraus haben wir unsere ray-Nachhaltigkeitsphilosophie abgeleitet, die unser Vorgehen im Themenfeld CSR (Corporate Social Responsibility) und Nachhaltigkeit genauer beschreibt. Gleichzeitig bildet unsere Nachhaltigkeitsphilosophie die Grundlage für die Berücksichtigung der Nachhaltigkeit bei der strategischen Ausrichtung unseres

Unternehmens. Wie die verschiedenen Aspekte unserer Nachhaltigkeitsphilosophie umgesetzt werden, soll der vorliegende Bericht verdeutlichen. Hierzu werden für verschiedene Bereiche die Bemühungen dargestellt, Nachhaltigkeit im Geschäftsalltag zu berücksichtigen und entsprechend unserer Leitlinien zu handeln.

Nicht nur bei den Leitlinien hat Kundenzufriedenheit für uns oberste Priorität, denn der Erfolg eines Dienstleistungsunternehmens wird maßgeblich durch die Zufriedenheit seiner Kunden bestimmt. Aus diesem Grund betrachten wir Kundenwünsche genau und bemühen uns, diese immer zur vollsten Zufriedenheit auszuführen. Daher ist es Teil unserer Unternehmensstrategie, Kunden in regelmäßigen Abständen nach ihrer Zufriedenheit zu befragen, um gegebenenfalls Maßnahmen zur Verbesserung einzuleiten. Seit 2010 besitzen wir eine 24 Stunden-Stördiensthotline, sodass Kunden rund um die Uhr fachgerechte Lösungen anfordern können. Außerdem informieren wir unsere Kunden aktiv über veränderte Prozesse oder Angebotserweiterungen. Ebenso integrieren wir Kunden in unseren Beirat, sodass sie direkten Einfluss auf die Weiterentwicklung des Unternehmens nehmen können. Eine weitere Maßnahme besteht z.B. bei akuten Problemsituationen darin, unsere Kunden einzuladen und gemeinsam Lösungen zu generieren.<sup>4</sup>

Um diese Zufriedenheit zu gewährleisten und das Niveau so hoch wie möglich anzusetzen, ist es uns wichtig, alle Aufgaben mit höchster Qualität und Perfektion auszuführen. Wir geben jeden Tag unser Bestes und wollen gleichzeitig immer besser als am Tag zuvor sein. Daher übernehmen wir Verantwortung und schöpfen unsere Optimierungspotenziale vollständig aus. Unser ausgeprägtes Qualitätsmanagement trägt in großem Maße dazu bei, denn es ist immer darauf ausgerichtet,

täglich das Beste aus jedem herauszuholen. Täglich, weil uns bewusst ist, dass Stillstand immer auch ein Schritt zurück ist.

Wir wollen zukunftsfähig sein und bleiben und uns daher ständig weiterentwickeln. Unser Innovationsmanagement trägt zu dieser Entwicklung maßgeblich bei, denn jeder kann seine Ideen einbringen. Der Erfolg des Innovationsmanagements zeigt sich darin, dass 2016 150 Vorschläge wurden. So gelingt es uns, unser Unternehmen nachhaltig, erfolgreich und modern zu gestalten.

Darüber hinaus ist es für uns selbstverständlich, sowohl soziale als auch ökologische Verantwortung zu übernehmen. Aspekte zur Arbeitssicherheit und zur Übernahme ökologischer Verantwortung sind fest in unserem Verhaltenskodex verankert.<sup>5</sup> Soziale Verantwortung beginnt in erster Linie bei unseren eigenen Mitarbeitern. Gerade in der Reinigungsbranche gibt es soziale Herausforderungen. Man wird mit Vorurteilen bezüglich ungenügender Entlohnung, Ausbeutung oder gesundheitlicher Gefährdung der Mitarbeiter belastet. Zusätzlich werden auch wir mit den Folgen des demographischen Wandels konfrontiert und erkennen die Relevanz, Mitarbeiter jeden Alters zu fördern. Unserer Verantwortung kommen wir hier beispielsweise durch Gesundheitsvorkehrungen und Präventionsmaßnahmen nach.

<sup>4</sup> Vgl. GWÖ-Bericht der ray facility management group, 2016.

<sup>5</sup> Vgl. Verhaltenskodex, elektronisch veröffentlicht unter der URL: <http://www.ray.de/fileadmin/redakteur/Downloads/Branchenspezifisches/ray-Verhaltenskodex.pdf>, abgerufen am 08.03.2017

Wir sind uns als Dienstleistungsunternehmen bewusst, dass unsere Mitarbeiter das höchste Gut sind. Daher spielt der soziale Aspekt der Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Die konkrete Umsetzung unserer Verantwortungsübernahme und der Umgang mit den sozialen Herausforderungen folgen im Kapitel „Verantwortung für Mitarbeiter“.

Ökologische Herausforderungen ergeben sich für uns insbesondere bei Reinigungsarbeiten durch eingesetzte Reinigungsmittel, aber auch durch Energie- und Treibstoffverbräuche und damit verbundene CO<sub>2</sub>-Emissionen, die es unbedingt zu senken gilt. Da wir unsere Dienstleistungen aber effizient und nachhaltig gestalten möchten, berücksichtigen wir ökologische Aspekte in unserer Strategie. Wir sind bemüht, den Einsatz von Reinigungsmitteln

in Bezug zum Umsatz zu senken. Auch der Einsatz von Elektroautos stellt ein langfristiges Ziel für uns dar. Aufgrund mangelnder Verfügbarkeit und nicht vorhandener Leasing-Angebote für Elektrofahrzeuge ist uns diese Möglichkeit derzeit noch nicht gegeben. Dafür bemühen wir uns jedoch, Dienstreisen zu vermeiden, die Nutzung der elektronischen Infrastruktur zwischen den Standorten hingegen zu unterstützen. Des Weiteren erhalten Mitarbeiter Kurse zum sparsamen Fahren. Auch in der Ausstattung der Zentralen werden dauerhafte Einsparungen durch Maßnahmen wie Sparfunktionsschalter und Sensoren, Wassermanagement, klimaneutrale Reinigungschemie, Stoffhandtücher und die Nutzung weiterer multimedialer Systeme erreicht. Weiterführende Informationen liefert das Kapitel „Ökologische Aspekte“.

Neben den ökologischen und sozialen Herausforderungen und Auswirkungen unserer Tätigkeiten sind die durchaus positiven Wirkungen jedoch nicht zu vernachlässigen. Unsere infrastrukturellen Tätigkeiten haben Sauberkeit, Hygiene, Wohlbefinden und Sicherheit in gewerblich und privat genutzten Immobilien zur Folge. Des Weiteren gehen wir davon aus, dass das Auftreten von Krankenhausinfektionen durch die gewissenhafte Arbeit vor Ort verringert wird. Dieser Aspekt ist natürlich nicht nachweisbar, doch eine gute Hygienepraxis verhindert nachweislich die Ausbreitung von Keimen. Unsere Tätigkeiten im technischen Facility Management bewirken den Erhalt von Immobilien und deren Funktionsfähigkeit. Das kaufmännische FM beinhaltet Tätigkeiten wie die Verwaltung von Wohnräumen, wovon insbesondere sozial schwache Gruppen profitieren.

### **Chancen am Markt nutzen – zugunsten der Nachhaltigkeit**

*Das nach wie vor niedrige Zinsniveau bietet Unternehmen günstige Voraussetzung für Immobilieninvestitionen.*

Die komplexen Anforderungen beim Bau und in der Bewirtschaftung von Immobilien führen zunehmend dazu, dass Unternehmen sämtliche Dienstleistungen rund um die Immobilie und das dazugehörige Facility Management auslagern. Unsere Kompetenzen und Investitionen in dieses Segment werden daher langfristig Früchte tragen. Unsere Wachstumschancen liegen vor allem in der nachhaltigen Arbeitsweise,

die von einer ökologischen Ausrichtung des Fuhrparks bis zu energiesparenden baulichen Lösungen im Rahmen des baubegleitenden Facility Managements reichen. Zudem steigern wir die Effizienz unserer Leistungen durch die zunehmende Digitalisierung betrieblicher Prozesse. Ein weiterer positiver Nebeneffekt der Digitalisierung ist die Transparenz, die wir unseren Kunden damit bieten.

# Leitlinien, Strategie und Management

## Unternehmensführung und Managementsysteme

*Nachhaltigkeit bedeutet nach allgemeinem Verständnis, ökologisch, ökonomisch und sozial zu agieren.*

*Diese Aspekte der Nachhaltigkeit haben wir fest in unseren Managementstrukturen verankert. Verantwortlich für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten in allen Geschäftsbereichen ist unser integriertes Qualitäts- und Umweltmanagement. Hier werden Verbesserungspotenziale analysiert, Maßnahmen formuliert und entsprechende Kennzahlen überwacht. Angesiedelt ist die Abteilung direkt unter der Geschäftsführung, wodurch diese immer alle relevanten Informationen bezüglich Nachhaltigkeit im Blick hat.*

Im Einzelnen ist unser Qualitätsmanagement zuständig für die Durchführung von internen sowie für die Unterstützung bei externen Audits. Des Weiteren trägt das Qualitätsmanagement die Verantwortung für das Lieferantenmanagement, das Reklamationsmanagement, das Prozessmanagement und die Qualitätssicherung. Bei all diesen Bereichen macht das Thema Nachhaltigkeit einen wichtigen Bestandteil aus. Zur Überprüfung der Leistungen werden verschiedene Kennzahlen zur Nachhaltigkeit gesammelt, ausgewertet und mit der Zielsetzung abgeglichen. Bei Abweichungen zu den zuvor formulierten Zielen formulieren wir umgehend Maßnahmen, um der nicht gewünschten Entwicklung entgegenzuwirken. Um eine ständige Weiterentwicklung zu gewährleisten, formuliert das Qualitäts- und Umweltmanagement jährlich mit der Geschäftsführung neue Ziele, wobei natürlich auch hier die Nachhaltigkeit berücksichtigt wird. Nur so können wir uns in allen Bereichen verbessern. Damit alle Ziele verfolgt werden können und überprüfbar sind, werden diese schriftlich formuliert und fixiert. Anhand des Abgleichs von Zielen und Umsetzungen erkennen wir außerdem, woran wir noch zu arbeiten haben.

Das Qualitäts- und Umweltmanagement berücksichtigt bei der Arbeit eine Vielzahl an Normen und Richtlinien. Diese helfen uns bei der Umsetzung verschiedenster Nachhaltigkeitsanforderungen. Zertifikate und Auszeichnungen, die wir erhalten haben, bestätigen uns außerdem in unserer alltäglichen Arbeit. Weiterhin berücksichtigen wir selbstverständlich bei unserer Arbeit stets das geltende EU-Recht und orientieren uns an Empfehlungen von UNO, WHO, UNICEF, WWF, Greenpeace und branchennahen Verbänden.

### **Wir sind zertifiziert nach:**

- SCCp – Sicherheits Certificat Contractors
- ISO 9001:2008 – Qualitätsmanagement
- ISO 14001:2009 – Umweltmanagementsystem
- ISO 50001:2011 – Energiemanagement
- CO2-Vermeidungs-Zertifikat
- Zertifikat des Qualitätsverbund Gebäudedienste
- „Gütezeichen Reinigung von Fassaden“ der Gütegemeinschaft Reinigung von Fasaden e.V.
- Gemeinwohlökonomie-Zertifikat

### **Darüber hinaus orientieren wir uns an folgenden Normen, Leitfäden und Richtlinien:**

- ISO 26000 - Norm zur sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung, CSR-Leitfaden
- Masterkey – Qualitätssicherungssystem
- DIN EN 13549 – Qualitätssystem für Reinigungsleistungen
- Deutscher Nachhaltigkeitskodex
- Compliance-Richtlinie
- IÖW/future-Kriterien
- GWÖ-Kriterien

### **Für unsere Leistungen haben wir diese Auszeichnungen erhalten:**

- Innovationspreis Top Innovator 2014
- Deutschlands beste Ausbildungsbetriebe 2016 und 2017
- Top Service Deutschland und B2B Sonderpreis facility service 2016
- Top Arbeitgeber im Mittelstand 2015 und 2017
- Top 1000 Handwerksunternehmen
- Marketingpreis german brand award 2017
- Top Karriereunternehmen 2016
- DIE BESTEN Testsieger 2016

Durch die Zertifizierung nach ISO 14001 existiert bei uns ein Standard, der uns dazu bringt, uns mit Umweltauswirkungen, Zielsetzungen sowie einer abgeleiteten Strategie auseinander zu setzen. Die regelmäßige Durchführung und Kontrolle dieses Standards durch einen zertifizierten Umweltbeauftragten stellt die externe Überprüfung der Unternehmensaktivitäten im Hinblick auf

den Umweltaspekt sicher. Diese Zertifizierung schließt dabei all unsere Standorte ein. Gleichzeitig sind wir uns bewusst, dass nicht nur eine Abteilung die nachhaltige Entwicklung im Unternehmen umsetzen kann. Hierfür sind wir auf all unsere Mitarbeiter angewiesen, da jeder einzelne ein Stück zur Nachhaltigkeit beitragen kann. So verpflichten sich unsere Mitarbeiter, Nachhaltigkeit

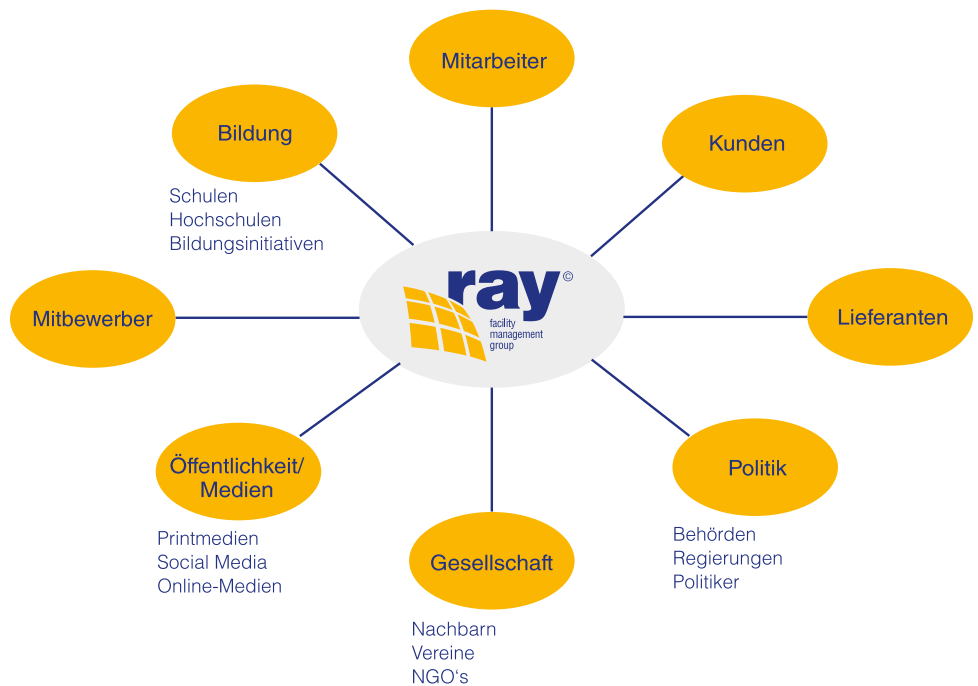
in ihrem Handeln zu verankern, um die gesetzlichen Bestimmungen zu übertreffen. Bei der Einstellung erhält jeder Mitarbeiter neben den ray-Leitlinien auch unseren Verhaltenskodex. Hiermit erhalten sie alle wichtigen Informationen zu Arbeitnehmerrechten, Wettbewerbsrechten, Umgang mit Interessenskonflikten, Unterbindung von Korruption und weiteren Aspekten.<sup>6</sup>

# Leitlinien, Strategie und Management

## Stakeholderbeziehungen

*In unserem Arbeitsalltag haben wir mit zahlreichen Stakeholdern, sprich Anspruchsgruppen, zu tun. Durch empirische Sozialforschungen wie strukturierte Interviews gewährleisten wir Transparenz und Mitbestimmung für unsere Share- und Stakeholder. So gelingt es uns, regelmäßig ein Stimmungsbild einzuholen, welches als Grundlage für Entscheidungen herangezogen wird. Unsere offene Kommunikationskultur trägt maßgeblich dazu bei, dass Stakeholder-Meinungen miteinbezogen werden.*

Abb.3: Organigramm – Stakeholder der ray facility management group



### Mitarbeiter

*Unsere Mitarbeiter bilden die Basis für unser Dienstleistungsunternehmen. Daher möchten wir sie durch bestmögliche Arbeitsbedingungen und optimale Entwicklungsmöglichkeiten zufriedenstellen.*

Um die tatsächliche Zufriedenheit unserer Mitarbeiter zu messen, nutzen wir Mitarbeiterbefragungen, das Vorgesetzten-Feedback-System und empirisch gestützte Mitarbeiterjahresgespräche. So besteht unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Wünsche und Anliegen, aber natürlich auch Beschwerden und Kritik,

zu äußern. Wir können unseren Mitarbeitern die für uns relevanten (Nachhaltigkeits-)Themen nahebringen, zugleich aber auch Thematiken aufgreifen, die ihnen am Herzen liegen. Unser Ziel besteht dabei stets darin, Hürden aus dem Weg zu schaffen und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter zu steigern.

<sup>6</sup> Vgl. Verhaltenskodex der ray facility management group, elektronisch veröffentlicht unter der URL: <http://www.ray.de/fileadmin/redakteur/Downloads/Branchenspezifisches/ray-Verhaltenskodex.pdf>, abgerufen am 13.03.2017

## Kunden

*Kundenzufriedenheit ist unser Schlüssel zum Erfolg. Daher möchten wir unseren Kunden optimale Angebote erstellen und auf sie zugeschnittene Lösungen anbieten. Durch Kommunikationsinstrumente halten wir unsere Kunden auf dem aktuellsten Stand. Darüber hinaus möchten wir sie von unserem Nachhaltigkeitsengagement begeistern. Kundenbefragungen dienen dazu, die Zufriedenheit unserer Kunden messbar zu machen. Zum Umgang mit Kunden sind in unserem Unternehmen allgemeine Regeln aufgestellt. Dazu gehören der Verhaltenskodex und die Leitlinien.*

Wenn die Möglichkeit besteht, beziehen wir unsere Kunden durch verschiedene Maßnahmen bei der Produktgestaltung mit ein. Dabei bieten wir ihnen unterschiedliche Tiefengrade der Mitbestimmung an. So ist es oft notwendig, gänzlich neue Prozesse und Verfahren mit dem Kunden zu entwickeln, was verdeutlicht, dass wir unseren Kunden großes Mitspracherecht gewähren und besonderen Wert auf ihre Wünsche und Meinungen legen. Unsere seit 2010 existierende Stördiensthotline, welche unseren Kunden rund um die Uhr fachgerechte Lösungen anbietet, unterstreicht die Bemühungen in dieser Hinsicht.

Um Kunden an unser Unternehmen zu binden, gibt es unterschiedliche Maßnahmen bezogen auf Preis, Synergieeffekte, Einbindung, persönliche Dialoge, aber auch Veranstaltungen von Events und Giveaways, die Nähe zu unseren Kunden schaffen.

Durch regelmäßige Kunden-Workshops, Jour-Fix-Kundentermine und durch Key-account- und Reklamationsmanagement

werden aktuelle und zukünftige Themen gemeinsam mit dem Kunden besprochen. Die Integration unserer Kunden in den Beirat ermöglicht ihnen darüber hinaus die direkte Einflussnahme auf die Entwicklung unseres Unternehmens. Zudem gibt es ein Risikomanagement-System inklusive Risiko-Analyse-Report, welches uns dabei hilft, Risiken frühestmöglich zu erkennen und so zu umgehen.

Es ist uns dabei aber stets wichtig, keine unethischen Kunden in unseren Kundenstamm aufzunehmen. So lehnen wir beispielsweise Kunden ab, die rechtsextreme und menschenfeindliche Ansichten teilen, unterstützen und verbreiten. All unsere Kunden sind zwar ebenfalls verpflichtet, unseren Verhaltenskodex zu unterzeichnen, dennoch findet vorab eine Analyse jedes Kunden statt. Diese Analysen sind nicht durch Richtlinien festgelegt. Allein die Geschäftsleitung kann individuell entscheiden, welcher Kunde akzeptiert oder auch abgelehnt wird.

## Politik

*Um dauerhaft Erfolg zu erzielen, ist ein einvernehmlicher Austausch mit Behörden unabdingbar. Gesetze und Vorschriften werden in unsere Tätigkeiten integriert und prägen maßgeblich unseren Arbeitsalltag. Dabei profitieren wir von der Einhaltung rechtlicher Vorschriften sowie von Steuerehrlichkeit.*

Gesetze und Vorschriften werden in unsere Tätigkeiten integriert und prägen maßgeblich unseren Arbeitsalltag. Dabei profitieren wir von der Einhaltung rechtlicher Vorschriften sowie von Steuerehrlichkeit.

Wir bringen uns auf unterschiedlichen Ebenen in einen Austausch mit der Politik ein. So sind wir Teil des Vorstands im

Bundesinnungsverband sowie Mitglied in mehreren Kammern und der GEFMA (German Facility Management Association). Dadurch besteht die Möglichkeit, unsere Interessen auf diesen Ebenen einfließen zu lassen und Diskussionen zu Themen, die aus unserer Sicht relevant sind, anzugehen.

## Öffentlichkeit/Medien

*An der Kommunikation nach außen arbeiten wir regelmäßig. Durch Pressearbeit halten wir Kontakt zu der Öffentlichkeit, um aktuell über unser Unternehmen zu berichten und vor allem auch bei (möglichen) Kunden im Gespräch zu sein und zu bleiben.*

Der Großteil unseres Marketingbudgets für das vergangene Jahr floss in Marketingaktivitäten im Bereich Social Media wie Facebook, Xing oder LinkedIn sowie in das Sponsoring verschiedener sportlicher Aktivitäten und sozialer Einrichtungen. Da der Großteil der Werbemaßnahmen auf der eigenen Website oder über Social Media

stattfind, konnten wir an dieser Stelle Ressourcen wie z.B. Papier in großen Mengen einsparen. Damit wir alle Bereiche in gerechtem Umfang bedienen, entwickeln wir jeweils zu Jahresbeginn einen Presseplan.

## Öffentlichkeit/Medien

*An der Kommunikation nach außen arbeiten wir regelmäßig. Durch Pressearbeit halten wir Kontakt zu der Öffentlichkeit, um aktuell über unser Unternehmen zu berichten und vor allem auch bei (möglichen) Kunden im Gespräch zu sein und zu bleiben.*

Der Großteil unseres Marketingbudgets für das vergangene Jahr floss in Marketingaktivitäten im Bereich Social Media wie Facebook, Xing oder LinkedIn sowie in das Sponsoring verschiedener sportlicher Aktivitäten und sozialer Einrichtungen. Da der Großteil der Werbemaßnahmen auf der eigenen Website oder über Social Media

stattfand, konnten wir an dieser Stelle Ressourcen wie z.B. Papier in großen Mengen einsparen. Damit wir alle Bereiche in gerechtem Umfang bedienen, entwickeln wir jeweils zu Jahresbeginn einen Presseplan.

## Gesellschaft

*Ohne die Akzeptanz der Gesellschaft ist es schwierig für Unternehmen, sich am Markt zu halten und erfolgreich zu sein. Aus diesem Grund möchten wir auch zum Gemeinwesen beitragen. Dies gelingt uns nicht nur durch unsere Leistung und die Funktion als Arbeitgeber, sondern zusätzlich durch weiteres Engagement in der Gesellschaft. So setzen wir uns bewusst für das Gemeinwesen in der Region ein.*

Unser gesellschaftliches Engagement umfasst Spenden an unterschiedlichste Organisationen, Investitionen in Projekte und freiwillige Dienste. Die konkreten Aktivitäten greift das Kapitel „Gesellschaftliche Verantwortung“ auf.

Zudem möchten wir die Anforderungen, die die Gesellschaft an uns stellt, aufgreifen und in unseren Handlungen berücksichtigen. So bevorzugt bzw. verlangt ein Großteil der Gesellschaft, räumlich und zeitlich unabhängig zu sein und stets auf Informationen zugreifen zu können. Darüber hinaus gilt die Bevorzugung digitalen Dokumenten, was nicht nur Ressourcen einspart, sondern auch beispielsweise die Speicherung und den Zugriff erleichtert. Darauf gehen wir ein, indem wir viele Marketingmaßnahmen, wie oben genannt, online realisieren oder aber unser Bewerbermanagement digitalisiert

haben. So müssen unsere Bewerber nicht mehr seitenlange Bewerbungen per Post einsenden, sondern können dies über unsere Unternehmenshomepage erledigen<sup>7</sup>. Neben der massenhaften Einsparung für den Bewerber ziehen auch wir als Unternehmen große Vorteile aus diesem System, da es uns die Bearbeitung von Bewerbungen deutlich vereinfacht.

Zudem stellen gerade NGOs hohe Anforderungen, die beispielsweise Menschenrechte, die Umwelt oder die Gesundheit betreffen. Auch diese berücksichtigen wir in unserem Tun. Die Einhaltung der Menschenrechte ist für uns selbstverständlich, der Umweltschutz nimmt einen immer höheren Stellenwert ein und auch die Gesundheit unserer Mitarbeiter und Kunden liegt uns sehr am Herzen. Dies wird nochmals im Kapitel „Verantwortung für Mitarbeiter“ verdeutlicht.

## Wettbewerber

*Trotz der Konkurrenz zu Wettbewerbern pflegen wir den regelmäßigen Austausch mit ausgewählten Mitunternehmern bezüglich Kalkulations- und Prozessmanagement. Außerdem finden Benchmarks zu unterschiedlichen Bereichen statt. Auch im europäischen Umfeld gibt es einen Austausch, wie z.B. Besprechungen mit Mitunternehmern aus Italien über aktuelle Entwicklungen.*

Eine Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen betreiben wir dort, wo sie für beide Seiten nutzenstiftend ist und sogenannte „Win-Win-Situationen“ mit sich bringt. So gab es beispielsweise des Öfteren gemeinsame Marketingaktionen und Werbemaßnahmen mit unterschiedlichen Unternehmen, welche wir an dieser Stelle aus Gründen des Datenschutzes jedoch nicht nennen möchten.

Dabei müssen wir aber immer beachten, dass es sich trotzdem um Mitbewerber handelt, denen man nicht zu viel Solidarität und Kooperation entgegenbringen kann. Betriebsübernahmen und bewusstes Schaden von Dritten lehnen wir hierbei jedoch strikt ab.

<sup>7</sup> Vgl. <http://www.ray.de/karriere/online-bewerbung/>, abgerufen am 15.03.2017

**Bildung**

*Auch das Engagement in Hochschulen und bei der Nachwuchsförderung ist Teil unserer Philosophie.*

So sind besonders Hochschulen fester Bestandteil in unserem Stakeholdermanagement. Wir unterstützen den GEFMA-Förderpreis für angehende FM-Spezialisten, betreuen Studierende im Rahmen betrieblicher Praktika und Abschlussarbeiten, beteiligen uns personell an Projekten, Veranstaltungen und Vorlesungen der Fachhochschule Münster und kooperieren auch weiterhin mit Hochschulen zum Thema Facility Management und Nachhaltigkeit. An dieser Stelle sei auch die Erstellung

dieses Berichts genannt, die von zwei Studierenden der FH Münster realisiert wurde. Zum einen ziehen wir Vorteile aus diesen Kooperationen, indem wir die personelle Zukunft unseres Unternehmens beeinflussen können. Auf der anderen Seite haben Studierende die Möglichkeit, Praxiserfahrung zu sammeln und sich in ihrem beruflichen Werdegang zu orientieren. Darüber hinaus beschäftigen sich gerade Hochschulen mit aktuellen Nachhaltigkeitsthemen, die wir aufgreifen können.

# Zielerreichung, Ziele und Leistungen

## Zielerreichung, Ziele und Maßnahmen

*Unsere Leitlinien besagen, dass wir jeden Tag besser sein möchten, als am Tag zuvor. Stillstand bedeutet für uns Rückschritt. Daher setzen wir uns motivierende Ziele, auch in Bezug auf Nachhaltigkeit. Gleichzeitig analysieren und reflektieren wir vorangegangene Ziele und deren Umsetzung. Informationen zu zurückliegenden und zukünftigen Zielen liefern die folgenden Tabellen.*

Tabelle 2: Ziele für 2016 und deren Umsetzung

Ziele für 2016	Grad der Umsetzung, Gründe & Maßnahmen
Mitarbeiter im Dienstleistungsbereich bieten das höchste Potential. Wir wollen dieses Potential bestmöglich ausschöpfen und deswegen die Mitarbeiterzufriedenheit weiter steigern, auf 2,0 oder besser.	Im Jahr 2015 betrug die Bewertung der Mitarbeiterzufriedenheit im Durchschnitt 2,3 (Bewertung in Schulnoten) und sollte auf mindestens 2,0 gesteigert werden. Tatsächlich ist die Mitarbeiterzufriedenheit im Jahr 2016 mit einer Gesamtbewertung von 2,51 zurückgegangen. Dabei hat sich vor allem die Bewertung der gewerblichen Mitarbeiter um 0,7 verschlechtert, während die kaufmännischen und technischen Mitarbeiter keine Änderungen zeigten.
Die prozentual eingekaufte Reinigungschemie [Liter/Umsatz] stieg im Jahr 2013 leicht an. Wir wollen unsere Dienstleistungen effizient und nachhaltig gestalten und den Verbrauch an Reinigungschemie auf unter 0,30 % senken.	Im Jahr 2013 betrug der prozentuale Einkauf der Reinigungschemie am Umsatz 0,31 %. Hier kann eine positive Entwicklung verzeichnet werden, denn im Jahr 2014 betrug der Verbrauch an Reinigungschemie nur noch 0,26 %, 2015 noch 0,24 % und im Jahre 2016 0,23% (Liter/ Umsatz). Das formulierte Ziel wurde erreicht.
Der enorm angestiegene Kraftstoffverbrauch soll, ebenso wie die daraus entstandene CO <sub>2</sub> -Emission, reduziert werden.	Im Verlauf der Jahre 2015 bis 2016 ist der Kraftstoffverbrauch deutlich um 30% gesunken.

Tabelle 2: Ziele für 2016 und deren Umsetzung

Ziele für 2016	Grad der Umsetzung, Gründe & Maßnahmen
Der enorm angestiegene Kraftstoffverbrauch soll, ebenso wie die daraus entstandene CO <sub>2</sub> -Emission, reduziert werden.	Im Verlauf der Jahre 2015 bis 2016 ist der Kraftstoffverbrauch deutlich um 30% gesunken.
Die Reduzierung des Gas- und Wasserverbrauchs soll vor allem in den Zentralen in Holdorf und Castrop-Rauxel durchgeführt werden.	In Relation zum Umsatz konnte der Gasverbrauch reduziert werden, absolut nahm der Verbrauch im Jahr 2016 um 40% ab. Der Wasserverbrauch ist nahezu konstant geblieben. Dieses Ziel konnte also nicht vollständig erreicht werden, allerdings fand auch keine negative Entwicklung statt.
Der schon gesenkte Papierverbrauch soll weiterhin minimiert werden.	Der Papierverbrauch konnte im Verlauf der Jahre 2013 bis 2015 stetig von 5.240 kg auf 3.900 kg gesenkt werden, womit das formulierte Ziel erreicht wurde.
Arbeitsunfälle sollen, vor allem bei Glas- und Fassadenreinigungsarbeiten, minimiert werden.	Die Arbeitsunfälle haben von 2015 mit 2,21 % (Anzahl der Arbeitsunfälle/ Anzahl Mitarbeiter) zum Jahr 2016 mit 0,99 % gesunken. Eine Zielerreichung kann somit verzeichnet werden.
Die hohe Fluktuationsrate im Bereich der Angestellten, insbesondere der Objektleiter soll enorm reduziert werden.	2015 betrug die Fluktuationsrate 5,45 %. Im Jahr 2016 lag sie mit 5,40 % etwas darunter.



Tabelle 3: Zukünftige Ziele

Zukünftige Ziele (Vorschläge)	Grad der Umsetzung, Gründe & Maßnahmen
<p>Die Produktqualität wird besonders im Dienstleistungsbereich durch motivierte Mitarbeiter verbessert. Aus diesem Grund soll die Zufriedenheit der Mitarbeiter und damit auch der Kunden zukünftig gesteigert werden. Die Bewertung soll im Guten bis sehr guten Bereich liegen. Damit verbunden soll ebenfalls das Qualitätsbewusstsein im gesamten Unternehmen verstärkt werden.</p>	<p>Wir werden unseren Mitarbeitern ermöglichen, Gründe, warum die Zufriedenheit in letzter Zeit sogar gesunken ist, anonymisiert einzureichen. Darüber hinaus nimmt das Innovationsmanagement nun auch Ideen und Verbesserungsvorschläge zur Erhöhung der Zufriedenheit an. Um dies effektiv an alle Mitarbeiter zu kommunizieren, wird diese Information aktiv im Intranet und durch Aushänge verbreitet.</p>
<p>Verbesserungen können nur durch regelmäßige Überprüfungen, zum Beispiel in Form von internen Audits, erreicht werden. Hierzu soll die Anzahl der internen Audits zukünftig wieder größer als 100 sein.</p>	<p>Um dieses Ziel zu erreichen, sind interne Auditoren notwendig. In Zukunft sollen verstärkt Mitarbeiter zu internen Auditoren ausgebildet werden, um diese durchführen zu können. Gleichzeitig soll die Betreuung der Auditoren, z.B. durch regelmäßige Austausche, verbessert werden.</p>
<p>Facility Management umfasst viel mehr Dienstleistungen als die Gebäudereinigung. Daher möchten wir weitere spannende und zukunftsweisende Märkte erschließen und unseren FM-Anteil (alle Dienstleistungen außer Gebäudereinigung) auf 25 % erhöhen.</p>	<p>Für das kommende Jahr werden wir unseren Marketing- und Vertriebschwerpunkt auf diesen Bereich legen, um den Anteil entsprechend zu erhöhen. Hierbei ist uns aber ebenso wichtig, die anderen Bereiche nicht zu vernachlässigen. Bei bestehenden Kunden wird geprüft, ob das Angebot gegebenenfalls erweitert werden kann.</p>
<p>Eine gute Kommunikation innerhalb und außerhalb des Unternehmens trägt zu einem guten Arbeitsklima und guten Partnerschaften bei. Aus diesem Grund möchten wir unsere Kommunikationsprozesse verbessern.</p>	<p>Innerhalb des Unternehmens werden wir Mitarbeitern stärker die Gelegenheit geben, Anregungen, Kritik und Vorschläge einzureichen und diese bei entsprechender Umsetzung auch zu belohnen. Dies wird über das Intranet und unser betriebliches Magazin kommuniziert.</p> <p>Aufgrund unserer Unternehmensgröße und unseren vielen Standorten kennen sich viele Mitarbeiter nur über Telefongespräche. Dies möchten wir durch standortübergreifende Veranstaltungen ändern. Wir sind überzeugt, dass es der Kommunikation nur guttun kann, zu jedem Menschen am Telefon „auch ein Gesicht vor Augen zu haben“.</p> <p>Für unsere Partner wollen wir gemeinsame Events veranstalten, um zum einen bereits dort besseren Kontakt aufzubauen und zum anderen unsere verbesserten Kommunikationsprozesse vorzustellen.</p>
<p>Ein Unternehmen ist immer nur so gut wie seine Mitarbeiter. Daher möchten wir uns in Zukunft stärker auf die Ausbildung und Förderung von High Potentials konzentrieren.</p>	<p>Zusammen mit den entsprechenden Mitarbeitern erarbeitet die Personalabteilung einen Fort- und Weiterbildungsplan zur individuellen Förderung der einzelnen Mitarbeiter. Das Budget für Fort- und Weiterbildungen wird in diesem Bereich entsprechend angepasst.</p>

# Zielerreichung, Ziele und Leistungen

## Leistungen

Die folgenden Tabellen fassen unsere Leistungen in Bezug auf Umwelt, Qualität und Mitarbeiter zusammen. Hier sind nicht nur positive, sondern auch negative Entwicklungen zu erkennen. Wir sind uns derer bewusst und möchten die Verantwortung dafür übernehmen, in diesen Bereichen besser zu werden.

### Umwelt

Tabelle 4: Umweltrelevante Kennzahlen

	2014	2015	2016
Reinigungschemie eingekauft [Liter]	111.599	103.095	99.726
Reinigungschemie eingekauft [Liter/Umsatz]	0,26%	0,24%	0,23%
Gefahrstoffverbrauch [Liter]	21.558	18.991	11.829
Gefahrstoffverbrauch [Liter/Umsatz]	0,050%	0,043%	0,027%
Wasserverbrauch [m3]	1.182	1.177	1.177
Papierverbrauch [kg]	4.970	4.062	3.900
Elektroenergieverbrauch [kWh]	76.670	71.447	49.136
Elektroenergieverbrauch [kWh/Umsatz]	0,24%	0,16%	0,11%
Gasverbrauch [kWh]	184.561	189.810	90.855
Gasverbrauch [kWh/Umsatz]	0,58%	0,43%	0,21
Kraftstoffverbrauch [kWh]	4.266.912	5.063.947	3.807.104
Kraftstoffverbrauch [kWh/Umsatz]	10,58%	11,57%	8,82%
Summe der Energieverbräuche [kWh]	4.528.143	5.325.204	3.947.095
Summe der Energieverbräuche [kWh/Umsatz]	14,34%	12,16%	9,14%

## Qualität

Tabelle 5: Qualitätsrelevante Kennzahlen

	2014	2015	2016
<b>Verbesserungsmaßnahmen</b>			
Interne Audits	118	70	80
eingereichte Qualitätskontrollen	99,38%	83,80%	80,00%
Qualitätskennzahl aus eingereichten Qualitätskontrollen	88,76%	88,76%	94,92%
eingebraachte Innovationsvorschläge	181	208	150
<b>Zufriedenheit Stakeholder</b>			
Reklamationsquote	6,31%	6,31%	8,27%
Kundenzufriedenheit (Schulnoten)	2,7	2,8	2,15
Lieferantenzufriedenheit (Schulnoten)	2,2	2,1	2,15

## Qualität

Tabelle 6: Mitarbeiterkennzahlen

	2014	2015	2016
Mitarbeiteranzahl im Jahresdurchschnitt	3.600	3.294	3.294
<b>Qualifizierungen</b>			
Anzahl Schulungen	402	332	332
Schulungsstunden	3.913	3.413	3.838
<i>Kaufmännischer Bereich</i>	1.173	1.093	1212
<i>Technischer Bereich</i>	1.889	1.542	1592
<i>Gewerbliche Mitarbeiter</i>	851	778	1034
Schulungsstunden pro Mitarbeiter	1,087	1,036	1,165
<b>Mitarbeiterzufriedenheit</b>	2,2	2,1	2,15
Krankenquote	1,70%	1,52%	1,83%
Fluktuationsrate	5,14%	5,45%	5,40%
Mitarbeiterzufriedenheit (Schulnoten)	2,2	2,3	2,51
<i>Gewerbliche Mitarbeiter</i>	2,4	2,8	3,03
<i>Kaufmännische Mitarbeiter</i>	2,1	2,1	2,27
<i>Technische Mitarbeiter</i>	2,1	2,1	2,24
<b>Arbeitsunfälle</b>			
Anzahl Arbeitsunfälle	42	73	33
Arbeitsunfälle prozentual (Arbeitsunfälle/Mitarbeiter)	1,18%	2,76%	0,99%

# Verantwortung für Mitarbeiter

## Arbeitnehmerrechte, Beschäftigung und Entgeltpolitik

*2016 beschäftigten wir 3.294 Mitarbeiter, was einen Rückgang von etwa 300 Mitarbeitern gegenüber 2014 darstellt. Der Anteil an Zeitarbeitern im gesamten Unternehmen betrug dabei maximal 0,5 %. Wenn wir auf Zeitarbeit zurückgreifen, ist die Einsatzdauer eher kurz und projektbezogen. Unsere eigene Personalfirma bietet uns dann qualifiziertes Personal.*

Die Umsetzung von Unternehmenszielen kann im Dienstleistungssektor nur durch motivierte und engagierte Mitarbeiter erfolgen. Je besser sich unsere Mitarbeiter mit ray FM identifizieren können, desto intensiver und selbstbewusster setzen sie sich für das Unternehmen ein. Eine gerechte Bezahlung bietet für uns dabei den Grundstein für Leistungsbereitschaft und Einsatz. Aus diesem Grund gelten bei uns die allgemeinverbindlichen, branchenspezifischen Mindestlöhne. Die Entlohnung der gewerblichen Mitarbeiter findet über den branchenüblichen Tarifvertrag statt. Die Mitarbeiter im vollwerblichen Bereich erhalten höhere Löhne. Gebäude-reiniger erhalten dabei schon seit vielen Jahren einen Stundenlohn, der über dem gesetzlichen Mindestlohn liegt. Für uns ist es selbstverständlich, unseren Mitarbeitern für ihre Leistungen ein verlässliches,

pünktliches und faires Einkommen zu zahlen. Außerdem legen wir Wert darauf, dass es keine (Gehalts-) Unterschiede zwischen gewerblichen Mitarbeitern und Zeitarbeitern gibt. Durch die Zahlung nach Tarifvertrag ist dies gut zu realisieren.

Des Weiteren beteiligen wir unsere Mitarbeiter am Unternehmenserfolg, indem 15 % des Gewinns an ebendiese ausgeschüttet wird. Zusätzlich bieten wir unseren Mitarbeitern eine Bonusregelung bei besonderem Unternehmenserfolg und eine Bezuschussung der privaten Altersvorsorge mit 20 % an. Ein selbstgewählter Betriebsrat übernimmt die weitere Interessenvertretung unserer etwa 3.300 Mitarbeiter, um ihnen die Mitwirkung an Gestaltungs- und Entscheidungsprozessen im Unternehmen zu ermöglichen.

# Verantwortung für Mitarbeiter

## Arbeitszeitmodelle

*Wir bieten allen Mitarbeitern im Rahmen unserer Möglichkeiten individuelle, auf sie zugeschnittene Arbeitszeitmodelle an, die sich mit ihrer Work-Life-Balance und der Familie vereinbaren lassen. Damit werden wir familiengerechten Arbeitsplätzen, die Teil unserer Nachhaltigkeitsphilosophie sind, gerecht.*

Für alle Mitarbeiter außerhalb der obersten Führungsebene ist eine Reduzierung der Arbeitszeit auf Teilzeit möglich. Ein entsprechendes Vorhaben kann mit dem Vorgesetzten im persönlichen Dialog vereinbart werden. Auch eine situative Anpassung je nach Stellenprofil ist möglich. Generell besteht für Angestellte die Option, Home-Office zu betreiben. Ein optimal auf einen Mitarbeiter abgestimmtes Paket kann also

insgesamt aus Vollzeit, Teilzeit, Schichtsystemen, Gleitzeit, Home-Office und Elternzeit geschnürt werden. Die unterschiedlichen Modelle bieten die Möglichkeit zur Steigerung der Eigenverantwortung des Mitarbeiters, Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie und weitere Vorteile. Da die gewerblichen Mitarbeiter Kundenzeiten beachten müssen, sind diese von den Regelungen eher weniger betroffen.

# Verantwortung für Mitarbeiter

## Aus- und Weiterbildung

Das Know-How unserer Mitarbeiter ist unser Schlüssel zum Erfolg. Aus diesem Grund bieten wir eine standardisierte Einarbeitung für neue Mitarbeiter sowie ein umfangreiches Fort- und Weiterbildungsprogramm an. In unserem firmeninternen Schulungszentrum werden regelmäßig grundlegende Schulungen für alle Mitarbeiter gemäß deren Anforderungsprofil in der Wertschöpfungskette durchgeführt, um die Speicherung von Wissen und Kompetenzen im Unternehmen zu gewährleisten. Zudem werden aus den Jahresgesprächen und die Mitarbeiterzufriedenheitsbögen der Bedarf und Wunsch an Aus- und Weiterbildungen ermittelt um diese den Mitarbeitern zu ermöglichen. Auch externe Referenten werden für Inhouse-Schulungen engagiert, um sich weiteres Know-How ins Unternehmen zu holen.

Die regelmäßige Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter spricht mit etwa 3.800 Schulungsstunden im letzten Jahr für sich. Mit etwa 1.500 Stunden fallen die meisten Schulungen im technischen Bereich an, doch auch der kaufmännische Bereich bietet mit rund 1.200 Stunden zahlreiche Schulungsangebote (Tabelle 7). Um unseren Mitarbeitern eine gesicherte Zukunft zu ermöglichen, bieten wir im Rahmen der Mitarbeiterentwicklung individuelle Aufstiegs- und Fortbildungsangebote bezogen auf Fachkompetenzen oder persönlichkeitsbezogene Weiterbildungsmöglichkeiten. So erkennt der Mitarbeiter seinen Stellenwert im Unternehmen und kann sich besser mit ray FM identifizieren. Unsere praxisorientierten Ausbildungen ermöglichen unseren Auszubildenden garantierte Persönlichkeitsentfaltung sowie einen sicheren Berufseinstieg. Dies dient auch der Nachwuchssicherung von Fachkräften. Die folgenden Ausbildungen können in unserem Unternehmen bestritten werden:

- Gebäudereiniger/in
- Kaufmann/-frau für Büromanagement
- Facility Manager/in (als Weiterbildungszweig mit Berufserfahrung)
- Anlagenmechaniker/in für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik
- IT-Kaufmann/-frau
- B.A. im Dualen Studium

Darüber hinaus bieten wir ein Trainee-programm an, welches individuell auf junge Studierende zugeschnitten ist. Es ermöglicht einen gleitenden Übergang aus dem Studium in die Berufswelt und bietet uns zugleich eine Auswahl talentierter Nachwuchs(führungs-)kräfte, die sich bereits mit dem Unternehmen identifiziert haben. Sowohl durch dieses Programm als auch durch die Ausbildungen möchten wir unsere Lehrlinge und Trainees langfristig an unser Unternehmen binden. Durch die zahlreichen Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung werden wir unserer Nachhaltigkeitsphilosophie gerecht, in der die Qualifikation unserer Mitarbeiter einen wichtigen Aspekt einnimmt. Momentan liegt die Anzahl an Trainees bei Zwei und an Auszubildenden bei 26.

Auch das Engagement in Hochschulen und bei der Nachwuchsförderung ist Teil unserer Philosophie. Die Unterstützung des GEFMA-Förderpreises für junge FM-Spezialisten, die Betreuung von Studierenden im Rahmen betrieblicher Praktika und Abschlussarbeiten sowie die enge Kooperation mit Hochschulen zum Thema Facility Management und Nachhaltigkeit sind nur einige der Aktivitäten, mit denen wir die personelle Zukunft unseres Unternehmens beeinflussen.

Tabelle 7: Schulungsstunden bei ray FM

	2014	2015	2016
Anzahl Schulungen	402	332	332
Schulungsstunden	3.913	3.413	3.838
<i>Kaufmännischer Bereich</i>	1.173	1.093	1.212
<i>Technischer Bereich</i>	1.889	1.542	1.592
<i>Gewerbliche Mitarbeiter</i>	851	778	1.034
Schulungsstunden pro Mitarbeiter	1,087	1,036	1,165

# Verantwortung für Mitarbeiter

## Vielfalt und Chancengleichheit

*Unsere Mitarbeiter bemühen sich stets um die Erhaltung eines Arbeitsumfeldes, in dem die persönliche Würde jedes Einzelnen respektiert wird. Bei uns gelten die Grundsätze, dass Diskriminierung oder Belästigung von Mitarbeitern aufgrund ihres Geschlechtes, ihrer nationalen Herkunft, ihrer religiösen Überzeugung oder sonstiger individueller Eigenarten, die gesetzlichen Schutz genießen, nicht geduldet werden. So missbilligen wir auch eine unangemessene Sprache und Fluchen am Arbeitsplatz, vulgäre Ausdrücke oder verbale Angriffe und Beleidigungen. Sowohl Nötigung als auch Einschüchterung sind am Arbeitsplatz verboten.*

Ebenso tolerieren wir keine sexuelle Belästigung in unserem Unternehmen. Zu sexueller Belästigung zählen unerwünschte sexuelle Annäherungen, Sex-Witze, versteckte oder offene Nötigung zu sexuellem Entgegenkommen, sexuelle Anspielungen oder anstößige Angebote. Zudem dulden wir keine anderweitigen Belästigungen, Schikanen oder Gewalt am Arbeitsplatz. Hierzu gehören Drohungen, Einschüchterungen, Pöbeleien, das Verspotten von Mitarbeitern oder deren Ausgrenzung.

Diese Grundsätze sind in unseren Leitlinien und vor allem in unserem Verhaltenskodex verinnerlicht. Der Verhaltenskodex ist für all unsere Mitarbeiter unmittelbar einzuhalten. Durch die Zustimmung zu diesen Grundsätzen verpflichten sich unsere Mitarbeiter zu fairen Verhaltensweisen - nicht nur untereinander, sondern auch zu Kunden und Lieferanten - zu Respekt, Rücksichtnahme und Antidiskriminierung. Wenn Mitarbeiter den Kodex verletzen oder bei einer Untersuchung zu einer möglichen Verletzung Informationen zurückhalten, müssen sie mit disziplinarischen Maßnahmen bis hin zur Entlassung rechnen. Je nach Art der Verletzung des Kodex sind wir unter Umständen verpflichtet, bei der zuständigen Behörde Anzeige zu erstatten.

Der Diversität unserer Mitarbeiter sind wir uns sehr bewusst. Wir integrieren und fördern Menschen mit Behinderungen im

Unternehmen, wobei die jeweiligen Arbeitsplätze entsprechend angepasst sind. Der Anteil der Mitarbeiter mit Migrationshintergrund ist überdurchschnittlich hoch. Insgesamt setzen sich die Mitarbeitenden sogar aus über 80 verschiedenen Nationen zusammen. Um allen Mitarbeitern gerecht zu werden, bieten wir im Rahmen von Integrationsprogrammen Deutschsprachkurse an. Dennoch stehen die Betriebsanweisungen unseren Beschäftigten in fünf verschiedenen Sprachen zur Verfügung. Durch Flüchtlingsinitiativen stellen wir uns außerdem aktuellen Herausforderungen. Darüber hinaus stehen unseren Mitarbeitern eine Gleichstellungsbeauftragte sowie drei freigestellte Vertreter des Betriebsrates zur Verfügung, die sich um etwaige Belange und Anliegen kümmern.

Auch um die Gleichstellung von Frauen und Männern sind wir bemüht. Dennoch beträgt der Anteil von Frauen in Führungspositionen/-verantwortung momentan lediglich 5 %. Der Gesamte Frauenanteil im Unternehmen beträgt 73,68 %. Für die gleiche Arbeit wird Frauen jedoch der gleiche Lohn wie Männern gezahlt. Um vor allem Frauen die Möglichkeit zu geben, Familie und Beruf zu vereinbaren, bieten wir die oben genannten Arbeitszeitmodelle an. Außerdem arbeiten wir mit Betriebskindergärten zusammen und es besteht die Möglichkeit, Einzelarbeitsplätze für Mitarbeiter mit Kindern anzufordern.

# Verantwortung für Mitarbeiter

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

*Unsere Mitarbeiter liegen uns am Herzen. Aus diesem Grund möchten wir zu ihrer Gesundheit und Gesunderhaltung beitragen. Wichtig ist uns dabei die Ausgeglichenheit zwischen Beruf und Privatleben, die sogenannte Work-Life-Balance, die wir über Mitarbeitergespräche und interne Programme fördern wollen. Darüber hinaus möchten wir die gesunde Ernährung unserer Mitarbeiter unterstützen, indem wir ihnen täglich frisches Obst am Arbeitsplatz anbieten. An unseren internen Gesundheitstagen erhalten unsere Mitarbeiter Tipps zur Prävention von Erkrankungen und Unfällen und werden untersucht, um ihr Wohl zu fördern.*

Um die Gesundheit unserer Mitarbeiter noch weiter zu fördern, bieten wir im Rahmen des Gesundheitsprogramms eine finanzielle Unterstützung von privaten Gesundheits- und Fitnesskursen sowie Fitnesschecks an (z. B. Augenuntersuchungen, Lungenvolumentest, Handkrafttest, Rückenschule). Auch zur psychischen Gesunderhaltung bieten wir Entspannungskurse/-seminare sowie persönliches Coaching an.

Arbeitssicherheit wird bei uns großgeschrieben. Deswegen handeln wir nach den Vorgaben der Berufsgenossenschaft und sind Mitglied der BG Bau. Jeder erhält eine Einweisung in das entsprechende Arbeitsgebiet, inklusive einer Unterweisung für den Umgang mit Gefahrstoffen, Maschinen oder Geräten, um sicherzustellen, dass keiner unserer Mitarbeiter unnötigen Gefahren ausgesetzt wird. Durch eine Gefährdungsbeurteilung, die sowohl physische als auch psychische Aspekte

betrachtet, soll die Arbeitsplatzsicherheit soweit wie möglich gewährleistet werden. Ein Arbeitsschutzausschuss befasst sich zusätzlich mit Themen rund um diesen Bereich. Darüber hinaus stellen wir jedem Mitarbeiter die nötige Schutzausrüstung zur Verfügung. Unsere Auditoren kontrollieren die Einhaltung der Schutzmaßnahmen regelmäßig vor Ort.

Des Weiteren möchten wir unseren Mitarbeitern möglichst ergonomische Arbeitsplätze und Bedingungen gewährleisten. Daher bekommen Mitarbeiter der Verwaltung beispielsweise höhenverstellbare Tische, gewerblich Beschäftigte im Bereich Reinigung ergonomisch anpassbare Reinigungsutensilien und Hilfestellungssysteme.

Die Krankenquote ist im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgegangen, während die Zahl der Arbeitsunfälle sich sowohl absolut als auch relativ leider vergrößert hat (Tabelle 8).

Tabelle 8: Krankenquote und Arbeitsunfälle

	2014	2015	2016
Krankenquote	1,7%	1,52%	1,83%
Anzahl Arbeitsunfälle	42	73	33
Arbeitsunfälle prozentual (Arbeitsunfälle/Mitarbeiter)	1,18%	2,76%	0,99%



# Verantwortung für Mitarbeiter

## Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung

*Unser Verhaltenskodex legt bereits fest, dass der Arbeitsplatz ein Ort ist, an dem jeder das Recht hat, mit Achtung behandelt zu werden (weitere*

*Grundsätze zum Umgang im Arbeitsalltag im Abschnitt „Vielfalt und Chancengleichheit“). Gegenseitiger Respekt ist dabei von entscheidender*

*Bedeutung für ein harmonisches Arbeitsklima. Die Würde und Rechte unserer Mitarbeiter müssen frei von*

*Einschüchterung, Diskriminierung oder jeglicher Form von Nötigung respektiert werden. Wir nehmen unsere*

*Rechte in fairer und legaler Weise wahr und erkennen gleichzeitig das Recht unserer Mitarbeiter an, sich in gesetzeskonformer Weise zu organisieren und kollektiv zu verhandeln.*

Durch diese verschiedensten Maßnahmen gelingt es uns, die Zufriedenheit und Verbundenheit unserer Beschäftigten zu fördern. So stärken wir die Motivation und Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter und erzielen nachhaltig positive Skaleneffekte. Es ist uns stets wichtig, dass unsere Mitarbeiter über unser Unternehmen informiert sind, denn so wollen wir ihnen auch unsere Wertschätzung mitteilen. Um unsere Mitarbeiter immer auf dem aktuellen Stand zu halten, bieten wir ihnen verschiedenste Kommunikationsmittel an. Bereits beim Einstieg in unser Unternehmen vermitteln wir unseren Mitarbeitern grundlegende Unternehmenswerte durch die Willkommensbrochure, unsere Leitlinien, den Verhaltenskodex und durch die aktuellen Ausgaben des rayMAGAZINS und der rayINSIDE. Bei rayINSIDE handelt es sich um einen internen Mitarbeiternewsletter, welcher quartalsweise neu erscheint. Das rayMAGAZIN wird halbjährlich verfasst und ist ebenso für Kunden und Partner vorgesehen. Beide informieren über aktuelle Themen aus dem Unternehmen. Die Personalplanung wird im persönlichen Dialog zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten kommuniziert.

Um Situationen und Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen zu besprechen, finden jährlich Mitarbeitergespräche zwischen unseren Mitarbeitern und ihren Vorgesetzten statt. Daneben führen wir auch systematische Mitarbeiterbefragungen durch, die von 50 % der gewerblichen und von 100 %

der vollzeitbeschäftigten Beschäftigten ausgefüllt werden. Ziel der Befragungen ist es, Maßnahmen zur Steigerung der Zufriedenheit abzuleiten und so die Zufriedenheit zu erhöhen und unsere Mitarbeiter zu binden. Dabei geben unsere Mitarbeiter ihre Zufriedenheit in Schulnoten an (Tabelle 9). Auch durch die Vorgesetzten wird eine 360° Befragung zur Steigerung der Zufriedenheit durchgeführt, in denen sie ihre Teams befragen. Akute Probleme werden im Unternehmen mit Hilfe von anonymen Panelbefragungen zu speziellen Prozessen oder Problemen oder mit einer standardisierten Adhoc-Befragung gelöst.

Unsere Führungskräfte befragen ihre Mitarbeiter zu 20 standardisierten Werten über die herrschende Unternehmenskultur, um so eine von allen Mitarbeitern getragene Unternehmenskultur zu entwickeln. Außerdem bieten wir Teambuildingevents und Thementage zu verschiedenen Anlässen in unterschiedlichsten Gruppenkonstellationen an. Die Plattform Coyo bietet unseren Mitarbeitern neben allen relevanten Unterlagen auch eine Austauschmöglichkeit über berufliche sowie private Belange.

Auch bei wirtschaftlichen Verschlechterungen sind wir bemüht, unsere Mitarbeiter im Unternehmen zu halten – sei es durch Objekt- oder Positionswechsel, die Nutzung des Zeitkontos, Fortbildungen, Teilzeit oder auch Kurzarbeit. Die gewählte Maßnahme wird dann der jeweiligen Situation angepasst.

Tabelle 9: Mitarbeiterzufriedenheit in Schulnoten

	2014	2015	2016
Gesamtbewertung	2,2	2,3	2,51
Gewerbliche Mitarbeiter	2,4	2,8	3,03
Kaufmännische Mitarbeiter	2,1	2,1	2,27
Technische Mitarbeiter	2,1	2,1	2,24

# Ökologische Aspekte

## Energiemanagement und Klimaschutz

Im Jahr 2016 betrug die Summe der Energieverbräuche 3.947.095 kWh, wobei sich diese Summe aus Elektroenergie-, Gas- und Kraftstoffverbrauch zusammensetzt. Eine genaue Aufschlüsselung der Energieverbräuche kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden.

Seit einigen Jahren werden wir durch die LichtBlick – die Zukunft der Energie GmbH & Co. KG mit Strom versorgt. Bei der Erzeugung der Energie, welche durch das Unternehmen ins Stromnetz eingespeist wird, wird auf Atom-, Kohle-, Gas- und Ölkraftwerke verzichtet. Diese Energie stammt vollständig aus regenerativen Energiequellen, wodurch jährlich 57 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen eingespart werden können.<sup>8</sup>

Tabelle 10: Energiebezogene Leistungen

	2014	2015	2016
Elektroenergieverbrauch [kWh]	76.670	71.447	49.136
Elektroenergieverbrauch [kWh/Umsatz]	0,24%	0,16%	0,11%
Gasverbrauch [kWh]	184.561	189.810	90.855
Gasverbrauch [kWh/Umsatz]	0,58%	0,43%	0,21%
Kraftstoffverbrauch [kWh]	4.266.912	5.063.947	3.807.104
Kraftstoffverbrauch [kWh/Umsatz]	10,58%	11,57%	8,82%
Summe der Energieverbräuche [kWh]	4.528.143	5.325.204	3.947.095
Summe der Energieverbräuche [kWh/Umsatz]	14,34%	12,16%	9,14%

Sowohl im Bereich des Elektroenergie- als auch Gasverbrauchs konnten wir in Bezug zum Umsatz eine positive Entwicklung verzeichnen. Insgesamt sind die Energieverbräuche gestiegen, was auf einen erhöhten Kraftstoffverbrauch zurückzuführen ist. Wir sind uns dieser Entwicklung bewusst und arbeiten an einem reduzierten Kraftstoffverbrauch. Um unseren Energieverbrauch kontinuierlich zu senken und die

Effizienz entsprechend zu steigern, setzen wir verschiedene Maßnahmen um. Bei unseren Verwaltungsgebäuden, insbesondere an den Hauptstandorten Holdorf und Castrop-Rauxel, setzen wir in hohem Maße auf Energieeffizienz, um Einsparungspotentiale zu nutzen. Hierzu sind beispielsweise an beiden Standorten Photovoltaik- und Solarthermieanlagen installiert. Beiträge zu einem geringeren Energieverbrauch liefern

hier beispielsweise ökologische Kraft-Wärme-Systeme, Sparfunktionsschalter und Sensoren, welche den angemessenen Einsatz von künstlichem Licht unterstützen. Bei der Kühlung unserer Büroflächen setzen wir zu über 60 % auf natürliche Wege. Neben der energieeffizienten Gebäudegestaltung legen wir auch im Bereich Fuhrpark und Maschinen viel Wert auf Einsparpotentiale im Bereich Energie und

<sup>8</sup> CO<sub>2</sub>-Vermeidungs-Zertifikat, ausgestellt an Nils Bodgol GmbH, online abrufbar unter: <http://www.ray.de/fileadmin/redakteur/Downloads/Zertifikate/CO2.pdf>, abgerufen am 15.03.2017

CO<sub>2</sub>-Emissionen. Bei der Ausstattung des Fuhrparks achten wir auf Fahrzeuge mit möglichst geringem CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Die Integration von Elektrofahrzeugen stellt aktuell ein Ziel dar, allerdings fehlen hier noch entsprechende Leasing-Angebote. Da nicht nur die Fahrzeuge an sich, sondern auch die Fahrer Einfluss auf den Ausstoß von schädlichen Gasen haben, nehmen einige unserer Mitarbeiter an

ADAC-Fahrtrainingsteil, bei denen das kraftstoff- und emissionsparende Fahren thematisiert wird. Dienstreisen werden, wo möglich, durch die Nutzung der elektronischen Infrastruktur vermieden. Um den Energieverbrauch durch Staubsauger und Reinigungsmaschinen so gering wie möglich zu halten, achten wir auch hier bei der Beschaffung insbesondere auf Energieeffizienz.

Die CO<sub>2</sub>-Emissionen auf Grundlage des Kraftstoffverbrauches stellen sich für uns wie in Tabelle 11 aufgelistet dar.

Aber nicht nur in unserem Unternehmen möchten wir die Energieeffizienz stets verbessern. Daher bieten wir auch unseren Kunden eine gezielte Energieberatung an, denn die Herausforderungen des Klimaschutzes können wir nur gemeinsam bewältigen.

Abb. 4: Verbräuche an Elektroenergie und Gas bezogen auf Umsatz

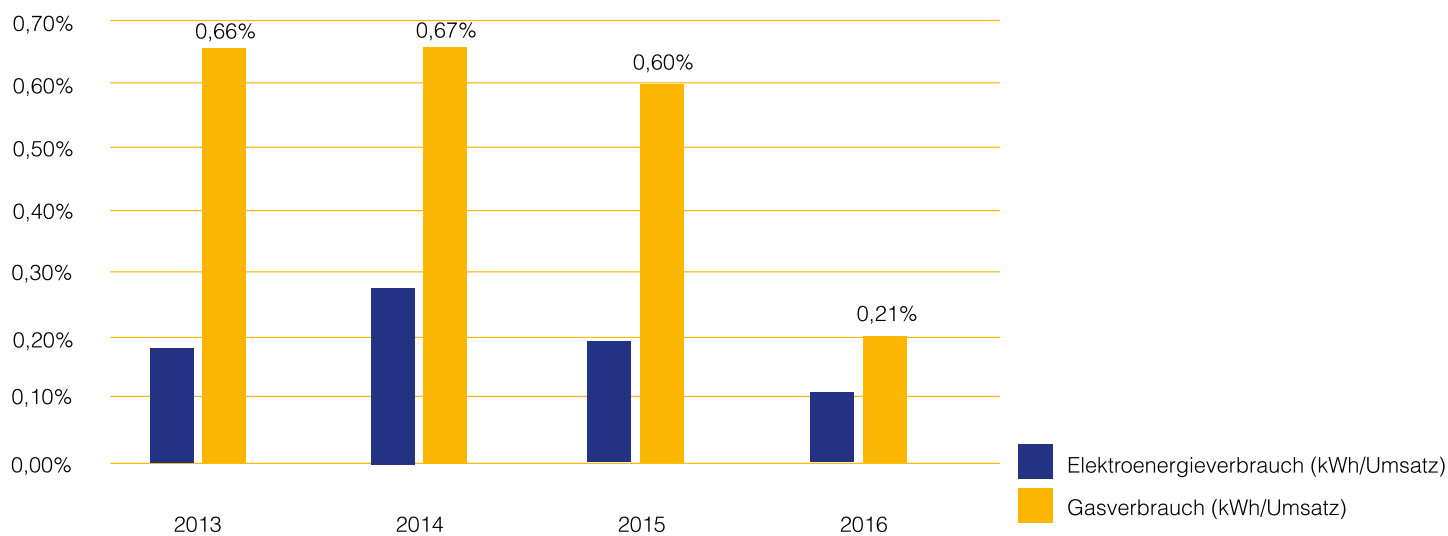


Tabelle 11: Kraftstoffverbräuche und CO<sub>2</sub>-Emissionen

	2014	2015	2016
Kraftstoffverbrauch [Liter]	431.437	512.027	386.825
Kraftstoffverbrauch [Liter/Umsatz]	1,07 %	1,17 %	0,90 %
CO <sub>2</sub> -Emission aus Kraftstoffverbrauch [kg]	1.131.648	1.563.641	1.178.603
CO <sub>2</sub> -Emission aus Kraftstoffverbrauch [kg/Umsatz]	3,29 %	3,57 %	2,73 %

# Ökologische Aspekte

## Verbrauch stofflicher Ressourcen

Bei dem Bezug unserer Materialien achten wir stets auf regionale, ökologische und soziale Aspekte. Chemieprodukte beziehen wir zum größten Teil von einem mit dem Nachhaltigkeitspreis ausgezeichneten Lieferanten.

Diese Produkte sind in ihrer Anwendung umwelt-, gesundheits- und materialverträglich und entsprechen daher unseren Vorstellungen einer ökologischen Reinigung. Auch bei unseren weiteren Lieferanten achten wir auf Zertifizierungen, welche auf eine Berücksichtigung der ökologischen Aspekte durch die Unternehmen hinweisen. Hierzu gehören Zertifizierungen wie EU Ecolabel, EMAS, ISO, Ökoprotit, der Grüne Punkt, blauer Engel oder Sustainable Cleaning. Neben der sparsamen Verwendung der Reinigungskemie streben wir auch im Bereich der Gefahrstoffe eine möglichst geringe Anwendung dieser an.

Uns gelingt es, den Wasserverbrauch seit einigen Jahren auf einem konstanten Level zu halten. Um den Wasserverbrauch so gering wie möglich zu gestalten, wird beispielsweise Regenwasser gesammelt, welches anschließend genutzt werden kann. Um sicherzustellen, dass wir mit unserem

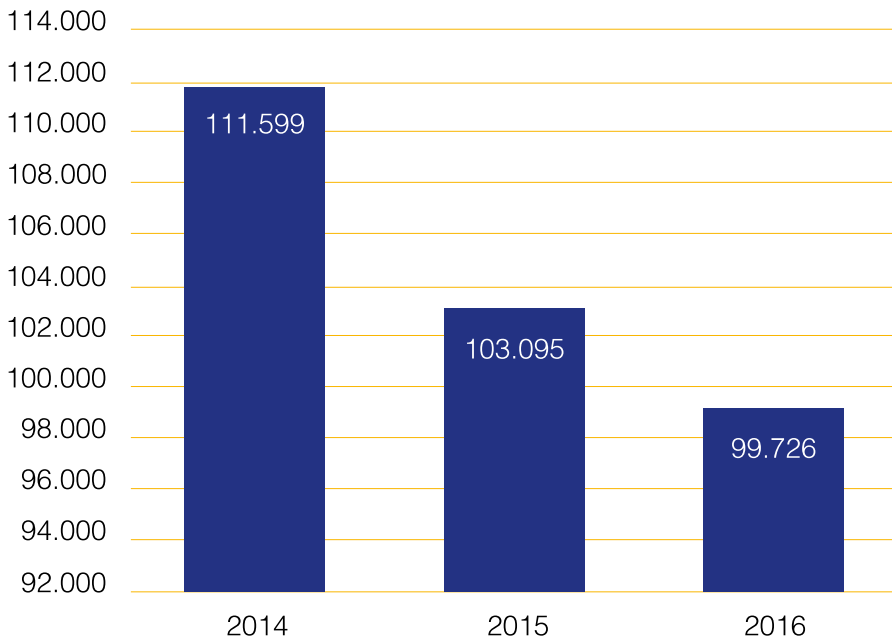
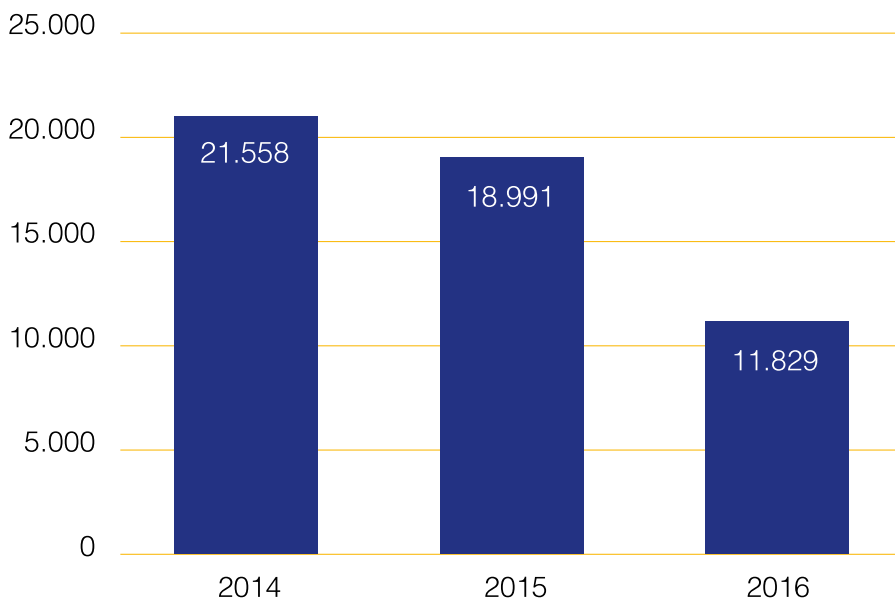
Abwasser keine schädlichen Stoffe ableiten, lassen wir dieses jährlich untersuchen. Die eingereichten Abwasseruntersuchungen zeigen dabei keine Auffälligkeiten.

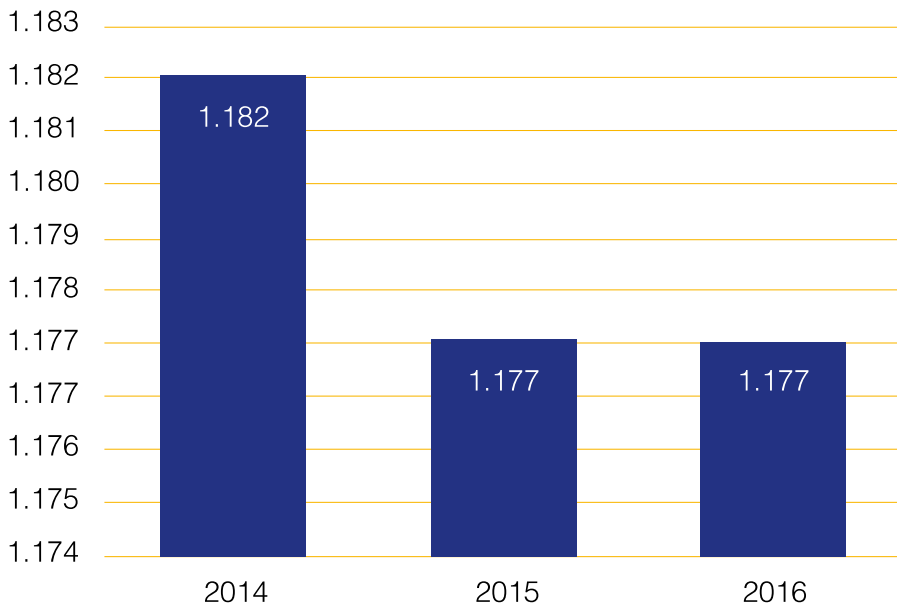
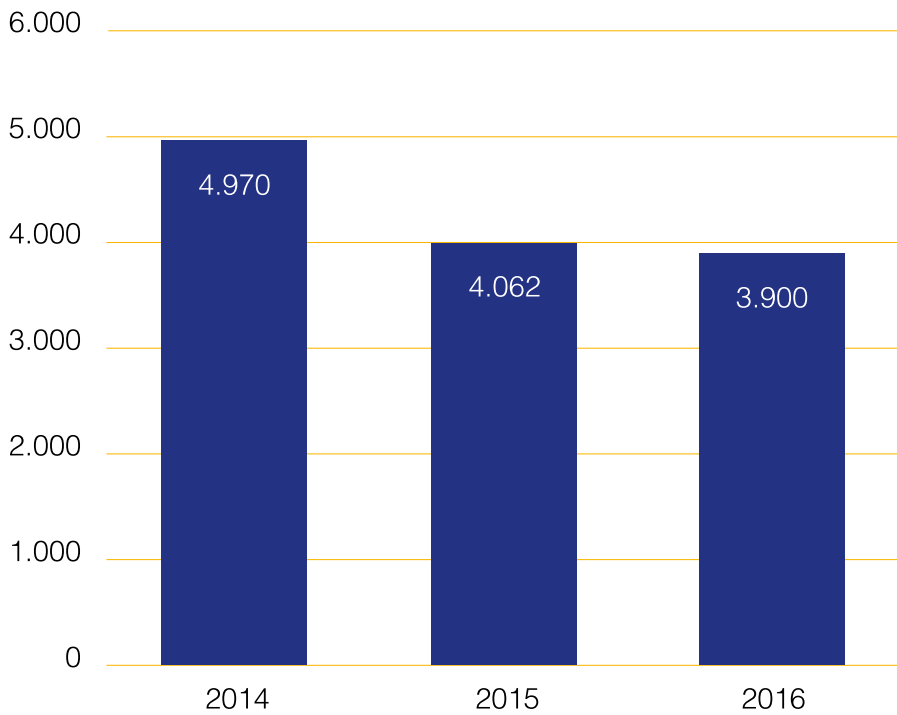
Ein weiteres dauerhaftes Ziel betrifft unseren Papierverbrauch, welcher auf einem konstant niedrigen Level gehalten werden soll. Hierzu nutzen wir, so weit möglich, multimediale Systeme und verzichten auf unnötige Ausdrücke. Bei dem eingesetzten Papier achten wir darauf, Recyclingpapier einzusetzen. Im Bereich der Sanitäranlagen ziehen wir mehrfach verwendbare Stoffhandtücher solchen aus Papier vor, welche direkt dem Müll zugeführt werden.

Die folgende Tabelle stellt einen Teil unserer stofflichen Verbräuche dar. Hier ist zu erkennen, dass wir in allen Bereichen den Verbrauch minimieren konnten. Diesen Entwicklungstrend möchten wir auch in Zukunft fortführen.

Tabelle 12: Verbrauch stofflicher Ressourcen

	2014	2015	2016
Reinigungskemie eingekauft [Liter]	111.599	103.095	99.726
Reinigungskemie eingekauft [Liter/Umsatz]	0,26%	0,24%	0,23%
Gefahrstoffverbrauch [Liter]	21.558	18.991	11.829
Gefahrstoffverbrauch [Liter/Umsatz]	0,050%	0,043%	0,027%
Wasserverbrauch [m3]	1.182	1.177	1.177
Papierverbrauch [kg]	4.970	4.062	3.900

**Eingekaufte Reinigungschemie (Liter)***Abb. 5: Eingekaufte Reinigungsmittel in Liter***Gefahrstoffverbrauch (Liter)***Abb. 6: Gefahrenstoffverbrauch in Liter*

**Wasserverbrauch (m<sup>3</sup>)***Abb. 7: Wasserverbrauch in Kubikmeter***Papierverbrauch (kg)***Abb. 8: Papierverbrauch in kg*

# Ökologische Aspekte

## Logistik und Verkehr

*Um den durch uns verursachten Verkehr so gering wie möglich zu halten, setzen wir verschiedene Maßnahmen um. Im Bereich der Zulieferung setzen wir an all unseren Standorten auf regionale Partnerschaften. Hierdurch erreichen wir möglichst kurze Transportwege und lassen die benötigten Waren nicht unnötig durch ganz Deutschland transportieren.*

Dienstreisen finden natürlich auch bei uns statt, werden allerdings möglichst vermieden. Alternativ nutzen wir die vorhandene elektronische Infrastruktur zwischen unseren Standorten und halten Konferenzen mittels Telefon oder Video ab. Auch hierdurch gelingt es uns, weite Wege, hohe Kraftstoffverbräuche und CO<sub>2</sub>-Emissionen einzusparen. Aber nicht nur während der Arbeitszeit gibt es Einsparungspotentiale.

Daher berücksichtigen wir auch, wie unsere Mitarbeiter die Standorte erreichen und versuchen, ökologisch optimale Lösungen zu finden. Um die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs attraktiv zu gestalten, unterstützen wir unsere Mitarbeiter mit finanziellen Zuschüssen für Tickets. Viele Mitarbeiter nutzen auch das Fahrrad für den Arbeitsweg, was wir unbedingt begrüßen.

# PRODUKTVERANTWORTUNG

## Soziale und ökologische Aspekte der Entwicklung

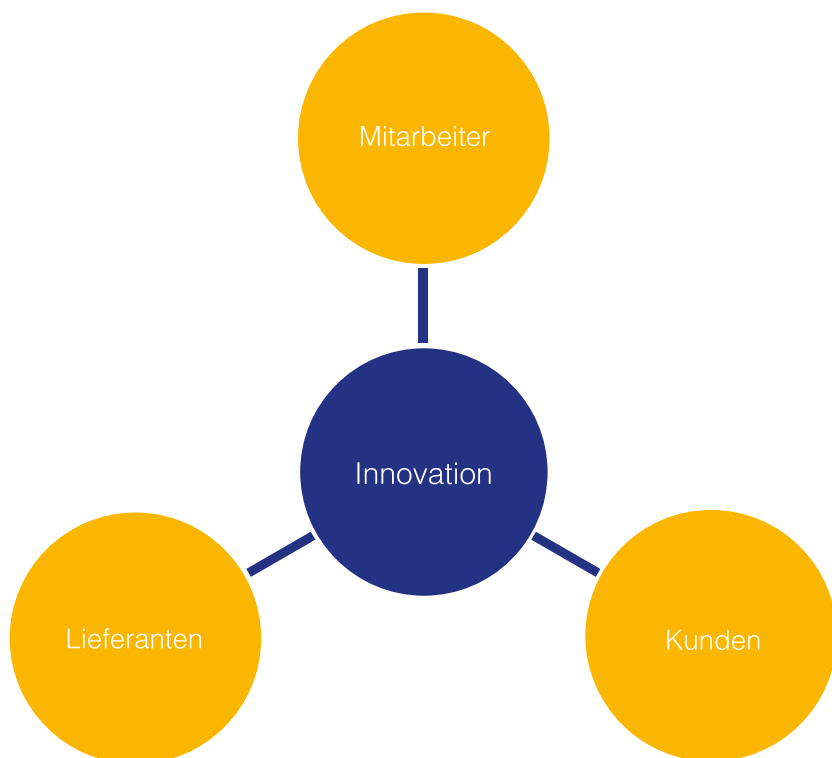
*Im folgenden Kapitel möchten wir erläutern, inwiefern wir die Aspekte der Nachhaltigkeit bei unserer täglichen Dienstleistungserstellung berücksichtigen. Wie der gesamte Bericht beruht auch dieses Kapitel auf den Anforderungen der IÖW/future-Kriterien, wobei diese hauptsächlich auf die Herstellung von Produkten ausgerichtet sind. Dementsprechend haben wir versucht, diese Anforderungen zur Produktverantwortung auf uns als Dienstleistungsunternehmen anzupassen.*

Auch hier kommt unsere Leitlinie zum Tragen, jeden Tag besser sein zu wollen als am Tag zuvor. Daher arbeiten wir stetig daran, unsere Dienstleistungen besser und damit auch nachhaltiger zu gestalten. Nur eine kontinuierliche Verbesserung kann stetig steigende Qualität zur Folge haben.

Hierfür ist innovatives Denken unabdingbar. So kann jeder Mitarbeiter, von der Führungskraft bis zum Auszubildenden, innovative Vorschläge einreichen, wobei wir natürlich Verbesserungen in Richtung Nachhaltigkeit besonders begrüßen. Im Rahmen des Innovationsmanagements werden alle Vorschläge gesammelt und auf Sinnhaftigkeit und Umsetzungspotential hin geprüft. Selbstverständlich wird hierbei jeder Vorschlag gleichwertig behandelt. Im Jahre 2016 wurden 40 Vorschläge von Mitarbeitern angenommen und umgesetzt.

Aber nicht nur unsere Mitarbeiter werden im Vorschlagswesen berücksichtigt, auch unsere Kunden können wertvolle Ansätze zu Verbesserungen liefern. Durch regelmäßige Befragungen haben unsere Kunden die Möglichkeit, Empfehlungen auszusprechen und so aktiv zu einer stetigen Verbesserung unserer Dienstleistungen beizutragen. Mit welchen Methoden wir unsere Kunden hierbei integrieren, ist im Kapitel „Stakeholderbeziehungen“ unter dem Abschnitt „Kunden“ nachzulesen.

Neben Mitarbeitern und Kunden bilden zuletzt auch unsere Lieferpartner wichtige Inputs zu Innovationsprozessen. Durch eine enge Zusammenarbeit entsteht ein stetiger Austausch über die mögliche Optimierung der eingesetzten Technologien. Hierdurch steigert sich sowohl unsere Qualität als auch unsere Effizienz.





# PRODUKTVERANTWORTUNG

## Ökologische Verträglichkeit der Produkte und Dienstleistungen

*Eine ökologisch vorteilhafte Gestaltung unserer Arbeit setzt sich aus zwei Aspekten zusammen. Einerseits achten wir bei unserer Arbeit und dem Einsatz von Produkten auf die Umweltverträglichkeit, andererseits nutzen wir bei der kundenspezifischen Dienstleistungskonzeption und Kundenberatung ökologisch vorteilhafte Verfahren.*

*Unsere Reinigungsmittel beziehen wir beispielsweise von der Dr. Schnell Chemie GmbH, welche bei dem Nachhaltigkeitspreis 2013 unter die Top 3 Deutschlands nachhaltigster Marken gewählt wurde. Außerdem ist das Unternehmen zertifiziert nach EMAS (Eco-Management and Audit Scheme). Bei der Herstellung achtet die Dr. Schnell Chemie GmbH stets auf umweltverträgliche Rohstoffe.*

Hochkonzentrierte Reinigungsmittel mit minimalen Anwendungsdosierungen führen außerdem zu Verpackungs- und Transportreduzierungen. Weitere Informationen zum Unternehmen können der Unternehmenshomepage entnommen werden.<sup>9</sup>

Zusätzlich achten wir bei von uns eingesetzten Maschinen, Elektrogeräten und Reinigungsautomaten darauf, dass diese modern und energiesparend sind. Um die Arbeit möglichst ressourcenschonend zu gestalten, achten wir außerdem darauf, möglichst recycelbare Produkte einzusetzen und Konzentrate und Mehrwegverpackungen zu verwenden. Dosierungssysteme sorgen für einen sparsamen Einsatz der Reinigungsmittel. Die Reinigungsmittel sind mit den jeweiligen Schadstoff- und Umweltrisiken gekennzeichnet. Außerdem befindet sich zusätzlich ein Aushang über die Gefahrstoffe und ihre Risiken sowie eine Anleitung zum Verhalten in Notfällen in der im Objekt liegenden Objektmappe.

Bei den von uns angebotenen Produktionsprozessen und Dienstleistungen achten wir auf ökologisch schonende Verfahren wie Trockenfilmsanierung, Trockeneisreinigung, Osmoseverfahren bei Glasreinigung und Reinigung mit entmineralisiertem Wasser. Die Glasreinigung mittels Osmoseanlage und der Einsatz von entmineralisiertem Wasser ermöglichen einen Verzicht auf Reinigungschemie, was gleichzeitig ressourcenschonend und umweltfreundlich ist. Die Reinigung mittels Trockeneis, welche den Einsatz und die anschließende Entsorgung von Schleifmitteln überflüssig macht, wird in unserem ray-Magazin Nr. 13 auf den Seiten 4 und 5 genauer beschrieben.<sup>10</sup>

Weitere Informationen zu angewandten Reinigungsverfahren finden sich auf unserer Unternehmenshomepage im Bereich unserer Kompetenzen.<sup>11</sup>

Gleichzeitig achten wir in der Dienstleistungskonzeption für Kunden auf eine möglichst umweltschonende Gestaltung. Beispielsweise bieten wir unseren Kunden Umstellungen auf wirtschaftlichere und damit auch nachhaltigere Verfahren und Reinigungskonzepte an. Hierzu zählt beispielsweise das sogenannte daytime cleaning, bei dem z.B. Bürogebäude während der regulären Arbeitszeit gereinigt werden. Hierdurch kann unter anderem Energie eingespart werden, da die Räume nicht ausschließlich zu Reinigungszwecken beleuchtet und beheizt werden müssen. Gleichzeitig passt sich die Arbeitszeit der Reinigungskräfte den Arbeitszeiten anderer Arbeitnehmer an und befindet sich nicht mehr ausschließlich in den Abend- oder frühen Morgenstunden.

Wir wissen, dass auch Kleinigkeiten zu Verbesserungen führen können, wenn diese von möglichst vielen Unternehmen umgesetzt werden. So bestärken wir beispielsweise Kunden darin, Stoffhandtücher anstelle von Papierhandtüchern einzusetzen. Außerdem beraten wir Kunden zur ökologischen Optimierung z.B. durch Abfallreduzierung im Hygieneartikelbereich und Verbrauchsmengenkontrollen.

Darüber hinaus beraten wir unsere Kunden auch hinsichtlich des Energiemanagements mit Hinblick auf Modernisierung und Erneuerung technischer Anlagen wie z.B. Lüftungs- und Klimatechnik sowie Sanitär- und Heiztechnik.

<sup>9</sup> Ökologische Beiträge, Dr. Schnell Chemie GmbH, elektronisch verfügbar unter der URL: <https://www.dr-schnell.com/nachhaltigkeit/oekologische-beitraege.html>, abgerufen am 18.03.2017

<sup>10</sup> Reinigung mit Trockeneis, ray-Magazin Nr. 13 11/2015, elektronisch veröffentlicht unter der URL: [http://www.ray.de/fileadmin/redakteur/Downloads/rayMAGAZIN/2015/rayMagazin\\_1015.pdf](http://www.ray.de/fileadmin/redakteur/Downloads/rayMAGAZIN/2015/rayMagazin_1015.pdf), abgerufen am 18.03.2017

<sup>11</sup> Kompetenzen, ray facility management group, elektronisch veröffentlicht unter der URL: <http://www.ray.de/kompetenzen/>, abgerufen am 19.03.2017

# PRODUKTVERANTWORTUNG

## Verbraucherorientierung und Kundeninformation

*Mit unseren Dienstleistungen schaffen wir Sauberkeit und Hygiene und tragen somit zum Erhalt von gewerblichen und privaten Immobilien bei. Einer hohen Verantwortung kommen wir beispielsweise bei der Reinigung von Kliniken nach. Hierbei sind wir überzeugt, dass eine gewissenhafte und gründliche Arbeit unserer Mitarbeiter dazu beitragen kann, Krankenhausinfektionen zu vermindern. Gleichzeitig ist uns wichtig, unseren Kunden stets zu vermitteln, dass wir hierzu möglichst nachhaltige Methoden zu verwenden. Hierzu veröffentlichen wir unseren Nachhaltigkeitsbericht und bestücken unsere Homepage mit entsprechenden Informationen unter dem Punkt „ray group – CSR“.<sup>12</sup>*

Für unsere Kunden ist unser professionelles und qualitativ hochwertiges Facility Management durchaus auch mit Kosteneinsparungen verbunden. Beispielsweise minimieren kontinuierliche Wartungen die Kosten bei einer maximalen Betriebsauslastung. Aufgrund der hohen Qualität und langjährigen Erfahrung reduzieren unsere gebäudebezogenen Dienstleistungen Immobilienlebenszykluskosten um bis zu 20%. Die Einsparungen könnte der Kunde bei Eigendurchführung nicht realisieren.

Um unseren Kunden ein individuell passendes Angebot machen zu können, setzen wir dies aus einem Baukastensystem zusammen. So kann für jeden das passende Stück ausgewählt und sinnvoll zusammengesetzt werden und wir gewährleisten, dass Kunden nur das bekommen und zahlen, was sie auch wirklich benötigen. Hierbei garantiert unser Total-Quality-Management eine stets hohe Qualität unserer Leistungen. Sollte es bei Kunden doch zu Beanstandungen kommen, werden diese durch unser Reklamationsmanagement aufgenommen. Beschwerden werden dabei EDVgestützt aufgenommen und

bearbeitet. Dies ermöglicht uns anschließend Auswertungen, aus denen wir Verbesserungen ableiten können. Bei Problemen erreichen unsere Kunden uns über eine 24-Stunden-Hotline. Sollten Kunden noch weitere Wünsche oder Anregungen haben, erfassen wir diese über regelmäßige Kundenbefragungen. Die Ergebnisse der letzten Kundenbefragungen finden sich in diesem Bericht im Kapitel „Leistungen“ in Tabelle 5 „qualitätsrelevante Kennzahlen“. Darüber hinaus legen wir viel Wert auf einen guten Kundenkontakt, sodass wir auch in regelmäßigen persönlichen Gesprächen Feedback erhalten.

Besonders für kleine Unternehmen kann die Inanspruchnahme von professionellem Facility Management sehr kostenintensiv sein. Hier besteht allerdings die Möglichkeit, sich mit mehreren Unternehmen zusammenzuschließen und sich die Kosten für spezielle Angebote wie z.B. Sicherheitsdienste zu teilen. Diese Lösungen unterstützen wir selbstverständlich. Für all unsere Kunden gestalten wir die Angebotserstellung transparent, wozu für uns auch eine offene und leicht durchsichtige Preiskalkulation gehört.

<sup>12</sup> CSR, ray facility management group, elektronisch veröffentlicht unter der URL: <http://www.ray.de/ray-group/csr/>, abgerufen am 19.03.2017

# LIEFERANTENMANAGEMENT

*Da wir insbesondere für Reinigungsarbeiten auf Lieferanten angewiesen sind, bezieht sich dieses Kapitel in erster Linie auf diesen Unternehmenszweig. Eine Auswahl unserer Lieferanten kann auf unserer Homepage gefunden werden.<sup>13</sup>*

*Nachhaltigkeit ist in unseren unternehmensinternen Handlungen bereits fest verankert. Es ist uns aber auch wichtig, dass unsere verschiedenen Partner uns dabei unterstützen und diese Einstellung mit uns teilen. Aus diesem Grund wählen wir Lieferanten mit Hilfe unseres Rahmenregelwerks gezielt aus. Hierbei beachten wir neben ökonomischen auch ökologische und soziale Aspekte, das heißt, wir achten darauf, inwieweit die Lieferanten Nachhaltigkeit in ihren Unternehmen umsetzen. So nehmen wir unsere Verantwortung auch in den vorgelagerten Schritten der Wertschöpfungskette unserer Dienstleistungen wahr, setzen uns aktiv mit Problemstellungen auseinander und minimieren ökologische und soziale Auswirkungen.*

Natürlich ist es von entscheidender Bedeutung, dass Lieferanten unsere eingesetzten Reinigungskonzentrate in ihrem Sortiment führen, darüber hinaus möchten wir aber auch immer kurze Transportwege nutzen. Aus diesem Grund bevorzugen wir regionale Partnerstrategien. Neben den ökologischen Vorzügen, die die kürzeren Wege mit sich bringen, fördern wir durch die Wahl regionaler Partner auch regionale Netzwerkstrukturen. Da wir in sämtlichen Regionen Deutschlands vertreten sind, unterstützen wir gleich mehrere Regionen des Landes. Die Bevorzugung regionaler Partnerschaften gilt nämlich an jedem unserer Standorte. Sofern die Möglichkeit besteht, achten wir zusätzlich darauf, bei sozialen Einrichtungen einzukaufen und diese damit zu fördern.

Bei der Auswahl der Produkte erfassen wir Risiken in Bezug auf soziale und ökologische Aspekte. Die Umwelt-Risikobereitschaft unserer Geschäftsführung ist sehr gering. Wenn also durch ein Produkt ein hohes Risiko für die Umwelt besteht, wird dieses oder gar der Lieferant von unserer Geschäftsleitung aktiv ausgeschlossen. Um diesen Prozess zu ergänzen, führen wir außerdem eine jährliche Evaluierung unserer Lieferanten durch.

Wir kontrollieren und prüfen die Zertifikate möglicher Lieferanten und bevorzugen bei der Auswahl zertifizierte Partner. Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf unsere Chemielieferanten. Liefervoraussetzung ist eine Zertifizierung nach beispielsweise EU Ecolabel, EMAS, ISO, Ökoprofit, der Grüne Punkt, blauer Engel oder Sustainable Cleaning, wobei es sich um international anerkannte Normen und Standards handelt. Nur dann haben Chemikalienanbieter die Chance, unser Lieferpartner zu werden. So ist unser Hauptlieferant für

jegliche Chemieprodukte für seine besonders klimafreundlichen Produkte, die umwelt-, gesundheits- und materialverträglich anwendbar sind, 2013 mit dem Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet worden. Durch interne und externe Audits der Lieferanten wird die Einhaltung von Normen und Standards sichergestellt.

Sind wir erst einmal eine Partnerschaft eingegangen, verpflichten sich auch unsere Lieferanten durch die Unterzeichnung unseres Verhaltenskodex, soziale und ökologische Kriterien auf unterschiedlichsten Ebenen einzuhalten. Die Umsetzung des Verhaltenskodex wird durch Schulungen, Workshops und Umfragen in Form von empirischer Sozialforschung gewährleistet.

Neben regionalen bevorzugen wir auch langfristige Partnerschaften zu unseren Lieferanten. Diese können nur entstehen, wenn Zufriedenheit auf beiden Seiten gegeben ist. Daher führen wir regelmäßig Lieferanten-Audits und Zufriedenheitsbefragungen durch. Durch die Kontrolle des Lieferanten durch unser Qualitätsmanagement können wir uns ein Bild über den Lieferanten machen. Die Ergebnisse der Lieferantenkontrollen werten wir aus, sammeln sie in einer Datenbank und nutzen sie als zukünftige Arbeitsunterlage. So gelingt uns die Garantie, dass die Ausführung unserer Dienstleistungen nur durch geprüfte Lieferpartner, die die gleichen Leitbilder und Ziele wie wir verfolgen, unterstützt wird. Indem die Lieferanten in den Zufriedenheitsbefragungen Bewertungen vornehmen, können wir uns andererseits selbst kontinuierlich verbessern. Außerdem können wir Anliegen unserer Lieferanten berücksichtigen und in den Bestellungsprozess mit einfließen lassen.

<sup>13</sup> Vgl. <http://www.ray.de/partner/lieferanten/>, abgerufen am 18.03.2017

Bei gemeinsamen Events mit unseren Lieferpartnern, welche die langfristigen Beziehungen ebenfalls unterstützen sollen, können diese unser Unternehmen genauer kennenlernen und bekommen einen direkten Einblick in die Unternehmensstruktur sowie unsere Ziele. Dabei fördern wir zugleich eine aktive Gesprächs-Austausch-Kultur mit unseren Lieferanten. Damit sie sich stets wie gleichgestellte Partner fühlen, bieten wir ihnen faire Vertragsbeziehun-

gen an, die jährliche Preisverhandlungen und ein regelmäßiges Monitoring beinhalten. Außerdem sind all unsere Partner bei unseren Schulungsprogrammen herzlich willkommen. Diese Maßnahmen führen wir durch, weil uns bewusst ist, dass langfristige Partnerschaften nicht einfach zu ersetzen sind.

Dennoch unterliegt der Einkaufsprozess insgesamt eher starren Strukturen, sodass eine beliebige Auswahl der

Lieferanten nicht einfach möglich ist. Bei nicht standardmäßigen Einkäufen sind wir dazu verpflichtet, eine öffentliche Ausschreibung vorzunehmen. Hierbei spielen Kriterien wie Energieeffizienz, Leistung, Handhabung, aber auch Kosten-Nutzen-Faktoren und Aufwand eine Rolle. Zudem sind Preisvergleiche durch die Einholung von drei Angeboten beim Einkauf vorgesehen und nehmen Einfluss auf die Wahl des Lieferanten.

## GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

*Es ist uns bewusst, dass gerade der soziale Aspekt der Nachhaltigkeit einen immer größeren Stellenwert einnimmt. Aus diesem Grund engagieren wir uns sozial in verschiedensten Bereichen sowohl innerhalb als auch außerhalb unserer Region. Als Arbeitgeber bewirken wir zuerst einmal, dass Menschen aus dem lokalen Umfeld bevorzugt Arbeitsplätze erhalten.*

Im Folgenden sind alle Projekte, Einrichtungen und Vereine aufgelistet, die wir aktiv unterstützen und unterstützt haben:

- Zoo Osnabrück
- Sponsor Handball A Jugend
- Hockey-Nachwuchs Bergstedt
- Sportförderung
- Förderung des Reitturniers in Holdorf
- Bundesjugend Wettbewerb der Jungreiter in Hamburg
- Stifterbrief Gold
- Holdorfer Bürgerstiftung
- Ausbildung in der Region
- Alive und Kicking - für Kinder in Kenia
- Protect our Children
- St.-Lambertus-Kindergarten
- Realschule Melle
- Zukunft für Jugend Holdorf
- Stiftung Wittekindshof
- Deutsche Multiple Sklerose Gesellschaft
- Seebühne Breme

Der Osnabrücker Zoo gehört zu den kulturellen Highlights in Niedersachsen. Aber um diesen Ruf zu bewahren, sind immer wieder Restaurierungen, Neubauten und Veränderungen notwendig. Genau dafür haben wir dem Osnabrücker Zoo eine langjährige finanzielle Unterstützung angeboten und sind seitdem ein Sponsor des tierischen Vergnügens.

Auch dem Sportbereich gilt unser soziales Engagement, da sportliche Aktivitäten zur physischen und psychischen

Gesunderhaltung beitragen und unseres Erachtens nach für jeden zugänglich sein sollten. Daher sponserten wir der A-Jugend der Handballabteilung des SV Holdorf neue Trainingsanzüge. Auch das Holdorfer und Hamburger Reitturnier unterstützten wir finanziell mit einer Geldspende.

Mit regionalen Partnern gründeten wir die „Holdorfer Bürgerstiftung“, welche sich zum Ziel gesetzt hat, gemeinnützige und mildtätige Projekte zu unterstützen. Dabei gilt unsere Unterstützung beispielsweise benachteiligten Kindern und Jugendlichen, älteren Mitmenschen, der Bildung und Erziehung, dem Jugendsport, der Heimatpflege, Sozialarbeit, Selbsthilfegruppen sowie Umwelt-, Natur- und Denkmalschutz. Vor allem ganzheitliche Projekte, die verschiedenen Parteien zu Gute kommen, werden besonders fokussiert. Da wir einen umfassenden und nachhaltigen Nutzen für die Region und die Gemeinde Holdorf schaffen möchten, bringen wir uns hier besonders intensiv ein. Mit den geleisteten Spenden können Flüchtlingen Sprachkurse ermöglicht, Kinder- und Jugendeinrichtungen besser ausgestattet oder Ausflüge für Senioren organisiert werden.

Die Restaurierung des Holdorfer Bahnhofs, der heute unsere Zentrale beherbergt, war ein persönliches Anliegen

unseres Geschäftsführers Nils Bogdol. Der Bahnhof stellte über 25 Jahre ein leerstehendes Gebäude dar, bis er in den neuen Hauptsitz verwandelt wurde. Seitdem erstrahlt dieser äußerlich wieder im alten Glanz, während im Inneren ein neues, modernes und energieeffizientes Gebäude errichtet wurde.

Darüber hinaus engagieren wir uns auch im Ausland. Gemeinsam mit dem Verein „Alive & Kicking“ unterstützen wir Schulen und Projekte in Kenia. Dabei geht es um die Anschaffung neuer Sportgeräte, um den Kindern mehr Spaß am Leben gewährleisten zu können.

Mit Hilfe des Vereins „Protect our Children“ fördern wir den Kinder- und Jugendschutz durch kostenlose Ratgeber und verschiedene Schulprojekte.

Auch der St.-Lambertus-Kindergarten in Castrop-Rauxel erhält von uns regelmäßig Sach- und Geldspenden, damit viele Kinder dort auch weiterhin eine engagierte, liebevolle und fördernde Betreuung mit guter Ausstattung vorfinden können. Dies ist uns ein besonders großes Anliegen, da auch Kinder unserer Mitarbeiter diese Einrichtung besuchen. Somit können wir gleichzeitig einem Teil unserer Mitarbeiter eine große Freude bereiten, denn diese erfreuen sich natürlich an dem Glück ihrer Kleinen.

Des Weiteren unterstützen wir auch den medizinischen Bereich, indem wir der Deutschen Multiple Sklerose Gesellschaft Münster und Umgebung e.V. finanzielle Mittel zukommen lassen. Diese Einrichtung hilft Erkrankten, in allen Lebensbereichen mit dieser Herausforderung umzugehen.

Für die genannten Projekte und Einrichtungen spendeten wir 2016 insgesamt 6.455 Euro. Über die Mittelvergabe entscheidet dabei unser Geschäftsführer. Neben der finanziellen Unterstützung gibt es noch freiwillige Leistungen, deren Kosten wir nicht direkt zuordnen können. Dazu zählen beispielsweise Reinigungen, verwendetes Material oder die Anwesenheit unseres Geschäftsführers oder anderer Mitarbeiter bei öffentlichen Veranstaltungen. Da wir in unterschiedlichste Bereiche spenden, bemühen wir uns, überall ein bisschen zu bewegen und die Menschen ein kleines bisschen glücklicher zu machen.<sup>14</sup>

Wir nehmen mit unserem sozialen Engagement eine Vorreiterrolle ein und sind bestrebt, auch andere Unternehmen dazu zu bewegen, in sozialen und gesellschaftlichen Bereichen aktiv zu werden.

<sup>14</sup> Vgl. <http://www.ray.de/ray-group/csr/soziales-und-kulturelles-engagement/>, abgerufen am 15.03.2017

# Anhang

## Kennzahlen Ray 2016

Technische Prozesse	Soll 2014	ist 2014	Soll 2015	ist 2015	Soll 2015	ist 2015
Krankenquote	1,34 %	1,70 %	1,45 %	1,52 %	1,40 %	1,83 %
Materialquote	2,08 %	1,94 %	2,42 %	3,81 %	3,38 %	3,06 %

Administrative Prozesse	Soll 2014	ist 2014	Soll 2015	ist 2015	Soll 2015	ist 2015
Feedbackkultur (im wesentl. Aus TK)	62,00 %	62,99 %	62,00 %	65,82 %	62,00 %	61,12 %

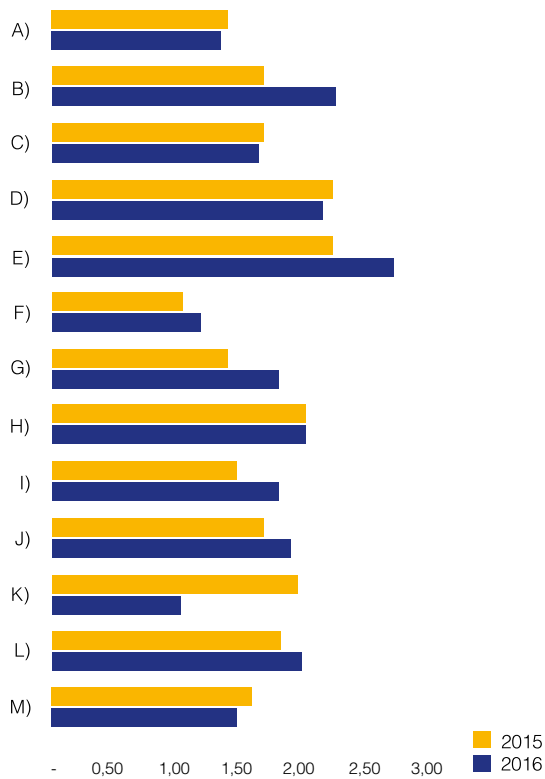
Qualitätsmanagement	Soll 2014	ist 2014	Soll 2015	ist 2015	Soll 2015	ist 2015
Interne Audits	120	118	100	70	100	80
Mitarbeiterzufriedenheit		2,2		2,3		2,51
- Gewerbliche MA	2,0	2,4	2,4	2,8	2,4	3,03
- Kaufmännische MA	2,3	2,1	2,1	2,1	2,1	2,27
- Technische MA	2,0	2,1	2,1	2,1	2,1	2,24
Kundenzufriedenheit		2,7		2,8		2,15
Lieferantenzufriedenheit		2,2		2,1		2,15
Eingereichte QMS-Kontrollen	>96,00 %	83,80 %	>96,00 %	83,80 %	>96,00 %	92,00 %
Qualitätskennzahl aus eingereichten Qualitätskontrollen	>90,00 %	88,76 %	>90,00 %	88,76 %	>90,00 %	94,92 %
Reklamationsquote UR	<3,00 %	6,31 %	<3,00 %	6,31 %	<3,00 %	8,27 %
Anzahl der eingebrachten Verbesserungsvorschläge	250	208	250	208	284	150

<b>Umweltmanagement</b>	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Eingekaufte Reinigungskemie [Anzahl]	1.441	1.339	1.295
Eingekaufte Reinigungskemie [Liter]	111.599 l	103.095 l	99.726 l
Eingekaufte Reinigungskemie [Liter/ Umsatz] in %	0,26 %	0,24 %	0,23 %
Verbrauch an Gefahrstoffe [Anzahl]	384	399	245
Verbrauch an Gefahrstoffe [Liter]	21.558 l	18.991 l	11.829 l
Verbrauch an Gefahrstoffe [Liter/ Umsatz] in %	0,050 %	0,043 %	0,027 %
Kraftstoffverbrauch [Liter]	431.437 l	512.027 l	386.825 l
Kraftstoffverbrauch [Liter/ Umsatz] in %	1,07 %	1,17 %	0,90 %
CO <sub>2</sub> -Emission aus Kraftstoffverbrauch [Kg]	1.1316.480	1.563.641	1.178.603
CO <sub>2</sub> -Emission aus Kraftstoffverbrauch [Kg/ Umsatz] in %	3,29 %	3,57 %	2,73 %
Wasserverbrauch [m <sup>3</sup> ]1.274	1.182	1.177	1.342
Wasserverbrauch [m <sup>3</sup> / Umsatz] in %	0,0027 %	0,0027 %	0,0031 %
Papierverbrauch [kg]	4.970	4.062	3.900
Papierverbrauch [kg/ Umsatz] in %	0,015 %	0,009 %	0,009 %
Arbeitsunfälle [Anzahl]	42	73	33
Arbeitsunfälle [Anzahl Arbeitsunfälle/ Anzahl Mitarbeiter] in %	1,24 %	2,21 %	0,99 %

<b>Überprüfung energiebezogener Leistungen</b>	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Elektroenergieverbrauch [kWh]	76.670	71.447	49.136
Elektroenergieverbrauch [kWh/ Umsatz] in %	0,24 %	0,16 %	0,11 %
Verbrauch Gas [KWh]	184.561	189.810	90.855
Verbrauch Gas [KWh/ Umsatz] in %	0,58 %	0,43 %	0,21 %
Kraftstoffverbrauch [KWh]	4.266.912	5.063.947	3.807.104
Kraftstoffverbrauch [KWh/ Umsatz] in %	10,58 %	11,57 %	8,82 %
Summe der Energieverbräuche [KWh]	4.528.143	5.325.204	3.947.095
Summe der Energieverbräuche [KWh/ Umsatz] in %	14,34 %	12,16 %	9,14 %

# Anhang

## Lieferantenbewertung



Lieferant	2015	2016	Branche
A)	1,54	1,50	Versicherung
B)	1,85	2,50	KFZ Leasing
C)	1,85	1,83	Bekleidung
D)	2,46	3,00	Reinigung
E)	2,46	3,00	Bekleidung, Hygiene
F)	1,15	1,31	Reinigungschemie
G)	1,54	2,00	Reinigungschemie
H)	2,23	2,23	Reinigungsmaschinen
I)	1,62	2,00	Hygienegroßhandel
J)	1,85	2,10	Waschmaschinenservice
K)	2,15	1,15	Reinigungsmaschinen
L)	2,00	2,20	Reifen Lieferant
M)	1,77	1,64	Wischbezüge



# Anhang

## Kennzahlen Abwasseruntersuchungen

Parameter [mg/l]	2015	2017	Grenzwert
Quecksilber	<0,0002	<0,0002	0,0002
Arsen	<0,01	<0,01	0,01
Blei	0,01	0,02	0,01
Cadium	<0,002	<0,002	0,002
Chrom	0,02	0,01	0,01
Kupfer	0,11	0,01	0,01
Nickel	0,01	0,01	0,01
Zink	0,26	0,25	0,02
AOX	<0,04	<0,10	0,01
KW- Index	<0,1	<0,8	0,1

# Anhang

## Übersicht IÖW-Kriterien

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
A.1	UNTERNEHMENS-PROFIL	aktueller Gesamtumsatz	x		
		Anzahl und Verteilung der Beschäftigten	x		
		Anzahl und Verteilung der Standorte	x		
		Geschäftsbereiche und deren wirtschaftliche Bedeutung	x		
		<i>Darstellung relevanter Veränderungen zum Vorjahr</i>	<i>nicht zutreffend</i>		
		Darstellung der Eigentumsverhältnisse (Aktionärs- und Inhaberstruktur)	x		
A.2 LEITLINIEN, STRATEGIE UND MANAGEMENT					
A.2.1	Leitlinien, Philosophie und Strategie	Nachhaltigkeit integrierende, langfristig ausgerichtete Unternehmensstrategie	x		
		Erläuterung der grundlegenden Werte, Nachhaltigkeitsvision (Leitbild) und langfristige Unternehmensziele	x		
		wesentliche soziale und ökologische Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit	x		
		Auswirkungen der sozialen und ökologischen Rahmenbedingungen auf Unternehmenserfolg (Chancen und Risiken interne ray SWOT-Analyse)	x		
		Ableitung und Priorisierung von Handlungsfeldern und Zielsetzungen (unter Einordnung zu nationalen Nachhaltigkeitszielen und Berücksichtigung von Stakeholderinteressen)	x		
		Erläuterung von Konsequenzen für strategische Unternehmensausrichtung (internes ray Papier)	x		
A.2.2	Unternehmensführung und Managementsysteme	strukturelle und personelle Integration von Nachhaltigkeitsthemen in Entscheidungsgremien und Prozesse (ray Innovations- und KVP-Ausschuss)	x		
		Verantwortung der Unternehmensleitung für Nachhaltigkeitsfragen (Management-Revue nach ISO in ray System)	x		
		themenbezogene Managementsysteme zu spezifischen Nachhaltigkeitsanforderungen und Koordination der Managementsysteme (Normen, Leitlinien und eingesetzte Instrumente)	x		

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
A.2.2	Unternehmensführung und Managementsysteme	Anteil der bezüglich des Umweltschutzes auditieren Standorte	x		
		Angaben zu relevanten externen Bewertungen und Ergebnissen von Audits und Bewertungen, sowie daraus gezogene Schlussfolgerungen (siehe ray Zertifizierungen wie ISO und Benchmarks der ray Auszeichnungen)	x		
		Einhaltung des Umweltrechts, der Arbeitnehmerrechte und des Wettbewerbsrechts (siehe auch ray Kodizes)	x		
		Stellungnahme zu Fällen von Korruption und Bestechung (ansonsten erfolgt Fehlanzeige) (interne Dokumentation Datenschutz) (interne Dokumentation – Datenschutz)	x		
		Identifizierung von und Überblick über Umgang mit relevanten internen und externen Anspruchsgruppen	x		
		Ziele, Form und Ergebnisse der Stakeholder-Aktivitäten (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Maßnahmen zur Einbindung der Stakeholder in Feststellung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen; Berücksichtigung der Anforderungen von Stakeholdern (interne Dokumentation – Datenschutz)	x		
A.2.3	Stakeholderbeziehungen	Identifizierung von und Überblick über Umgang mit relevanten internen und externen Anspruchsgruppen	x		
		Ziele, Form und Ergebnisse der Stakeholder-Aktivitäten (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Maßnahmen zur Einbindung der Stakeholder in Feststellung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen; Berücksichtigung der Anforderungen von Stakeholdern (interne Dokumentation – Datenschutz)	x		
<b>A.3 ZIELERREICHUNG, ZIELE UND LEISTUNG</b>					
A.3.1	Zielerreichung	systematische, übersichtliche und vollständige Berichterstattung über die Erreichung der gesetzten nachhaltigkeitsbezogenen Ziele	x		
		ehemals gesetzte Ziele werden explizit aufgeführt	x		
		Nichterreichung und Veränderung von Zielen wird offen und eindeutig dargestellt und begründet (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		ggf. Darstellung von Korrekturmaßnahmen zur Erreichung nicht erfüllter Ziele (interne Dokumentation Datenschutz)			

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
A.3.2	Ziele und Maßnahmen	wesentliche nachhaltigkeitsbezogene Ziele werden gebündelt dargestellt	kann nur seitens ray umgesetzt werden - entsprechende Handlungsempfehlungen wurden formuliert		
		Überprüfbare Formulierung, Termine, Quantifikation			
		relevante Maßnahmen zu zentralen Zielen			
		Bezug zu politischen oder Branchenzielen			
A.4 VERANTWORTUNG FÜR MITARBEITER					
A.4.1	Arbeitnehmerrechte, Beschäftigung und Entgeldpolitik	Entwicklung des Personalbestands (MA-Zahl, Anteil Leih-, freier und befristeter Arbeitsverhältnisse, Einstellungen und Entlassungen) (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Erläuterung der Entgeldpolitik	x		
		Form und Umfang der betrieblichen Altersvorsorge	x		
		Beteiligung der MA am Unternehmenserfolg	x		
		Entgeldpraxis für Zeitarbeiter	x		
		Möglichkeit der MA, sich an betrieblichen Gestaltungs- und Entscheidungsprozessen zu beteiligen	x		
A.4.2	Arbeitszeitmodelle	Politik zur flexiblen Arbeitszeitgestaltung; Nennung der damit verbundenen Ziele (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Erläuterung der angewandten Arbeitszeitmodelle; beispielhafte Belegung der Verbreitung und Inanspruchnahme (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
A.4.3	Aus- und Weiterbildung	Ansatz bei der Aus- und Weiterbildung	x		
		Erläuterung der Entwicklungsmöglichkeiten			
		Bekanntnis des Unternehmens zur Ausbildung	x		
		Schwerpunkte des Angebots	x		
		Anzahl der Azubis und Trainers	x		
		Ansatz zur kontinuierlichen Fort- und Weiterbildung	x		
		Ermittlung des Weiterbildungsbedarfs (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Überblick über Schwerpunkte der Fort- und Weiterbildung und über Formen innerbetrieblicher Wissens- und Kompetenzvermittlung; Erläuterung der Bedeutung von NH-Themen hierbei (interne Dokumentation Datenschutz)	x		

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
		Zahlenangaben zu Weiterbildungsstunden, Trendangaben (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
A.4.4	Vielfalt und Chancengleichheit	Grundsätze, um Vielfalt zu fördern und Nicht-Diskriminierung zu gewährleisten	x		
		Umsetzung der Grundsätze in Programme	x		
		Maßnahmen zur Gleichstellung von Männern und Frauen	x		
		Qualifizierungs- und Karriereförderung von Frauen	x		
		Vereinbarkeit von Familie und Beruf	x		
		Frauenanteil am gesamten Unternehmen und in der Führungsebene	x		
		Beschäftigungsquote Schwerbehinderter	x		
A.4.5	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Politik zur Gesunderhaltung			
		Programme und Maßnahmen zur Gewährleistung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz allgemein und bei besonderen Gefährdungslagen	x		
		Zahlen zur Unfallhäufigkeit	x		
		Gesundheitsquote bzw. Ausfalltage	x		
A.4.6	Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung	bildet ab, wie Zufriedenheit und Verbundenheit gefördert werden	x		
		grundlegende Werte, Normen und Verhaltensrichtlinien, die den Umgang im Arbeitsalltag bestimmen	x		
		Erhebung von Aussagen zur Zufriedenheit; Ergebnisse der Erhebungen	x		
		Maßnahmen, mit denen Motivation und Leistungsbereitschaft verbessert werden	x		
		Formen der Einbindung von Mitarbeitern (Vorschläge, Ideen etc.)	x		
		Maßnahmen für gutes Arbeitsklima und Motivation	x		

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
A.5 ÖKOLOGISCHE ASPEKTE					
A.5.1	Energiemanagement und Klimaschutz	Darstellung des Energieverbrauches	x		
		Entwicklung der eigenen Energieeffizienz in Produktion und Gebäudemanagement	x		
		regionale Differenzierung	x		
		Nennt Ziele, beschreibt Maßnahmen und berichtet über Zielerreichung	x		
		Bei Stromeigenerzeugung Darstellung der Energieeffizienz der Anlagen und quantitative Einordnung (z.B. Anteil KWK)	x		
		Falls betroffen, Bericht über Teilnahme am Europäischen Emissionshandel	nicht relevant		
		Bericht über Einsatz erneuerbarer Energien und quantitative Einordnung	x		
		Energieeinsatz absolut	x		
		Energieeinsatz differenziert nach relevanten Energieträgern: Elektrizität, Wärme, Mineral-öl, Gas, Kraftstoffe und andere	x		
		CO <sub>2</sub> -Emissionen aus eigenen Anlagen und aus zugekaufter Energie	nicht relevant		
		Emissionen anderer treibhausrelevanter Gase in CO <sub>2</sub> -Äquivalenten (sofern relevant)	nicht relevant		
A.5.2	Schadstoffeinträge in Luft und Wasser, Lärmemissionen	wesentliche (eigene) Emissionen an Luftschadstoffen, vor allem Säure bildende Substanzen und Partikelemissionen (mindestens SO <sub>2</sub> -, Nox- oder SO <sub>2</sub> -Äquivalente)			x
		NM-VOC-Emissionen			x
		regionale Differenzierung			x
		Feinstaub			x
		Bei besonderer Relevanz Darlegung von Konzepten und Maßnahmen zur Minderung des Schadstoffeintrags			x
		wesentliche Schadstofffrachten der Abwassereinleitungen			x
		Abwassermenge			x
Gewässerbelastung durch Schwermetalle (u.a. Quecksilber, Blei, Cadmium), CSB bzw. BSB, Stickstoff, Phosphor			x		

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
		Bei besonderer Relevanz Darlegung von Konzepten und Maßnahmen zur Minderung des Schadstoffeintrags			x
		Falls wesentlich, Bericht über Lärmemissionen und dies-bezügliche Schutzmaßnahmen			x
A.5.3	Verbrauch stofflicher Ressourcen	Darstellung der wesentlichen Stoffströme nach Art und Menge (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Verbrauch von Rohstoffen	x		
		Verbrauch von Hilfs- und Betriebsstoffen	x		
		Verbrauch von Vorprodukten und ggfs. Einsatzmitteln	nicht relevant		
		sofern relevant, Angaben zu Materialeinsatz für Transport- und Produktverpackungen	nicht relevant		
		Angabe des Papiereinsatzes	x		
		Anteil von Recyclingpapier unter Angabe des Standards (z.B. Blauer Engel, FSC Recycling)	x		
		Wasserverbrauch	x		
		Aufzeigen besonderer ökologischer Aspekte eingesetzter Rohstoffe und Materialien	x		
		Darstellung der Effizienz des Materialeinsatzes; gewünscht ist Einordnung der Materialkosten in die operativen Gesamtkosten	x		
		sofern relevant, Aussagen zum Einsatz von Recyclingmaterialien oder von nachwachsenden und ökologisch verträglich angebauten Rohstoffen; quantitative Einordnung		x	
		Angaben zum Wasserverbrauch	x		
		falls relevant, Bewertung der regionenspezifischen Bedeutung einer Wasserentnahme	nicht relevant		
		bei besonderer Relevanz Darlegung von Konzepten und Maßnahmen zur absoluten Verbrauchsminderung	keine besondere Relevanz		
falls relevant, quantitative Angaben zum Flächenverbrauch, zur Flächen(neu)versiegelung und zur Bodenbelastung; Ausgleichs- und Renaturierungsmaßnahmen	nicht relevant				

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
A.5.4	Abfallmanagement	Gesamtabfall zur Beseitigung und zur Verwertung, differenziert nach den wichtigsten Abfallarten (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Gesamtabfall zur Beseitigung, differenziert nach gefährlichen und nicht gefährlichen Abfällen (nur produzierende Unternehmen)	nicht relevant		
		falls relevant, Gesamtmenge exportierten gefährlichen Abfalls unter Angabe der Empfängerländer	nicht relevant		
		falls relevant, Bericht über Abfallexporte unter Bezugnahme auf das Baseler Übereinkommen	nicht relevant		
		bei besonderer Mengenrelevanz und/oder Gefährlichkeit einzelner Abfallarten Darlegung von Konzepten und Maßnahmen zur Vermeidung, Kreislaufführung und sicheren Behandlung	nicht relevant		
A.5.5	Logistik und Verkehr	Bericht über unmittelbar verursachten Verkehr		x	
		Verkehrsaufkommen (Zulieferung, Auslieferung, Dienstreisen, ggf. Mitarbeiterverkehr zum Arbeitsplatz)		x	
		Verkehrsträger (Luft, Schiene, Wasser, Straße)		x	
		Darstellung des verfolgten Logistikkonzeptes; konkrete Verminderungsansätze		x	
		quantitative Einordnung dargestellter Beispiele		x	
<b>A.6 PRODUKTVERANTWORTUNG</b>					
A.6.1	soziale und ökologische Aspekte der Produkte	stetige Verbesserung von Produkten bzw. Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitswirkungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette	x		
		Fragen an die Produktentwicklung, die sich an Nachhaltigkeitsanforderungen orientiert; Herausstellung wesentlicher Aspekte	x		
		Form und Umfang der Einbindung von Nachhaltigkeitsbelangen in die Produktentwicklung; Nutzung geeigneter Instrumente (ABC-Analyse, Ökobilanz, Checklisten etc.) (ISO14001)	x		
		Dargestellte Beispiele werden durch ihre Nachhaltigkeitsrelevanz oder ihren bedeutenden Anteil an der Produktpalette begründet	x		



	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
A.6.2	ökologische Verträglichkeit der Produkte	Energieverbrauch und klimarelevante Emissionen über den gesamten Lebenszyklus	x		
		Schadstoffeintrag und besondere Umweltrisiken über den gesamten Lebenszyklus	x	x	
		Material- und Ressourceneffizienz z.B. bezüglich Einsatz von Recyclingmaterialien oder nachwachsenden, ökologisch verträglichen Rohstoffen, Angebot ressourcenschonender Dienstleistungskonzepte	x		
A.6.3	Verbraucherorientierung, Kundeninformation	Umfang der Ausrichtung des DL-Portfolios an gesellschaftlichen Bedürfnissen	x		
		Berücksichtigung von Gesundheits-, Sicherheits- und Jugendschutzaspekten und Orientierung an spezifischen Bedürfnissen von Verbrauchergruppen (Allergiker, Senioren, Behinderte etc.) (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		faire Preisgestaltung und eine spezifische Produktausrichtung für einkommensschwache Zielgruppen zur Ermöglichung einer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Teilhabe	x		
		Ermittlung von Kundenwünschen und -ansprüchen (z.B. Kundenbefragungen)	x		
		Einbeziehung von Nachhaltigkeitsinformationen in die Produktwerbung (Energieverbrauch, Label etc.)	x		
		Produktinformationen im Hinblick auf das Nutzungsverhalten	nicht relevant		
		Maßnahmen zum Verbraucherschutz (faire Werbung, Beschwerdesysteme, Reklamationsmanagement)	x		
		Betroffenheit im Datenschutz, Umgang mit Kundendaten (Verschlüsselung, Löschung) und etablierte Systeme zur Datensicherheit (Ausschluss der Weitergabe, Schutz vor Diebstahl und Missbrauch) (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		bei dargestellten Beispielen wird quantitative Bedeutung deutlich	x		

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
A.7	LIEFERANTEN-MANAGEMENT	Bericht über wichtigste Beschaffungsbedarfe	x		
		Quantitative geographische Einordnung der Hauptlieferanten (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		wesentliche Risiken in der Lieferkette zu ökologischen Auswirkungen und/oder Verletzung von Sozialstandards (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Darstellung, wie die Verantwortung für die Gewährleistung von Umwelt-, Sozial- und Arbeitsstandards in der Lieferkette umgesetzt wird (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Darstellung der an Lieferanten gerichteten Standards; Erwünscht ist Bezugnahme zu international anerkannten Normen und Standards	x		
		Darlegung eines Systems, mit dem die Einhaltung formulierter Standards umgesetzt wird (Richtlinien, Einkaufskriterien, Lieferantenbewertung)	x		
		falls relevant, Aufzeigen von fairen Geschäftsbeziehungen zu Zulieferern (KMU) aus nicht-industrialisierten Ländern (Unterstützung in der Umsetzung, wirtschaftliche Tragfähigkeit der Anforderungen, Langfristigkeit der Geschäftsbeziehungen, Darstellung von Partnerschaften bei Projekten und Innovationen)	nicht relevant		
A.8	GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	Darstellung der Auswirkungen auf das lokale/regionale Umfeld (siehe ray GWÖ Bericht)	x		
		Maßnahmen zur Steuerung der Auswirkungen im regionalen Umfeld (z.B. Investitionen in lokale Infrastruktur, regionale Beschaffung) (interne Dokumentation Datenschutz)	x		
		Aktivitäten zur Förderung gemeinnütziger Zwecke	x		
		Bedeutung der Aktivitäten in Bezug auf das Gesamtunternehmen	x		
		Engagement in Nachhaltigkeitsinitiativen und für die Entwicklung und Umsetzung von NH-Standards (siehe Energie-Audit ray)	x		

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
B ALLGEMEINE BERICHTSQUALITÄT					
B.1	BERICHT- ERSTATTUNG ZU WESENTLICHEN THEMEN	Fokus auf wesentliche wirtschaftliche, ökologische und soziale Nachhaltigkeitsthemen Schwerpunktthemen sind begründet und nachvollziehbar	x		
		Bericht über alle wesentlichen Nachhaltigkeitsfragen, Möglichkeit der Einschätzung des Beitrags zur nachhaltigen Entwicklung	x		
		gezielte Verweise für Detailbetrachtungen auf andere Berichte und das Internet	x		
		Begründung und Abgrenzung von Auslassungen aufgrund gesetzlicher Verbote oder wettbewerbssensiblen Informationen	x		
B.2	OFFENHEIT	Aufzeigen von ausgehenden Umweltbelastungen und sozialen Herausforderungen	x		
		Aufgreifen von öffentlichen Diskussionen	x		
		offene Ansprache von Problemen, Fragen und bestehenden Zielkonflikten	x		
		Erwünscht sind bewertende Beiträge Externer zu wesentlichen Nachhaltigkeitsfragen/ offener Dialog mit Anspruchsgruppen (siehe ray GWÖ-Bericht)	x		
B.3	AUSSAGEKRAFT UND VERGLEICH- BARKEIT DER DATEN	räumliche und zeitliche Bilanzierungsgrenzen, welche größten Teil des Unternehmens bzw. der geschäftlichen Aktivitäten einschließen	x		
		Erläuterung von wichtigen Entwicklungen im Berichtszeitraum	<i>nicht zutreffend</i>		
		Aufzeigen von quantitativen Zeitreihenvergleichen/ falls relevant, wird angegeben wie Daten errechnet wurden (siehe Ergebnisse empirischer Sozialforschung ray)	x		
		Erwünscht ist Darstellung externer Prüfungen des Berichts oder der Datengrundlagen (interne Dokumentation Datenschutz)	x		

	Kriterium	geforderte Daten/Informationen	erfüllt	zum Teil erfüllt	nicht erfüllt
B.4	KOMMUNIKATIVE QUALITÄT	Gliederung klar, logisch, leicht verständlich; Inhaltsverzeichnis vorhanden	x		
		Berichtslayout unterstützt Erfassbarkeit der Inhalte/Grafiken und Tabellen bilden Daten schnell erfassbar ab ohne zu verfälschen	x		
		Text ist stringent, sachlich und verständlich, Verfahren werden verständlich beschrieben, Abkürzungen werden erläutert	x		
		Vorhandensein von Kontaktdaten zur direkten Kontaktaufnahme Verweis auf weitere interne und externe Informationen	x		
		Ausweisen von Papierart/ Papierstandard bei gedruckten Berichtenw	<i>nicht zutreffend</i>		