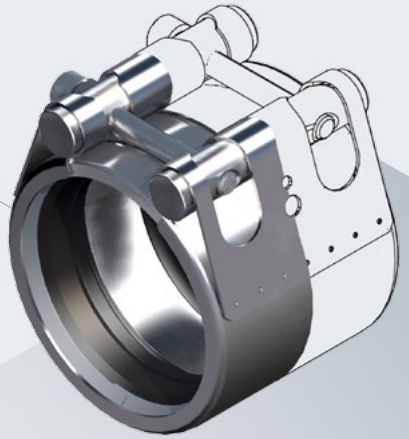


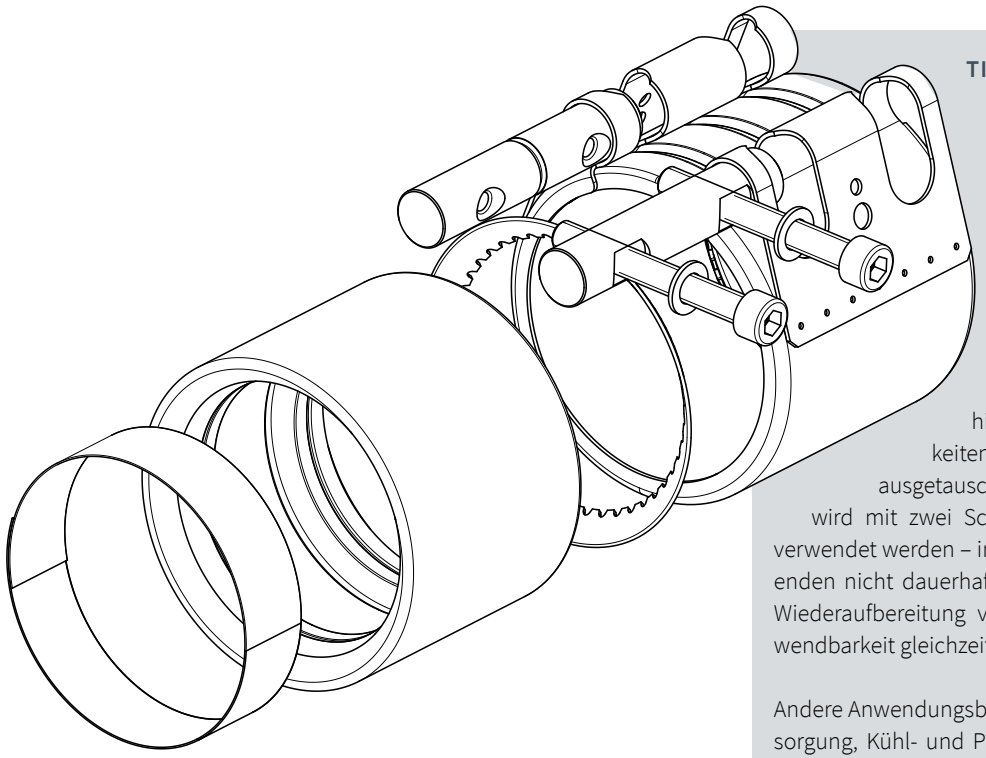
RESPONSIBILITY SUSTAINABILITY PERFORMANCE

CORPORATE-RESPONSIBILITY-BERICHT 2018

EINLEITUNG

NORMA GROUP

Die NORMA Group ist ein internationaler Markt- und Technologieführer für hochentwickelte und standardisierte Verbindungstechnologie (Verbindungs-, Befestigungs-, und Fluid-Handling-Technologie) und beliefert mehr als 10.000 Kunden in über 100 Ländern mit über 40.000 qualitativ hochwertigen Produkten und Lösungen. Anwendung finden die Verbindungsprodukte der NORMA Group in zahlreichen Industrien und Endprodukten, unter anderem in Fahrzeugen, Schiffen, Zügen, Flugzeugen und Haushaltsgeräten, in Motoren und Wasserleitungen sowie in der Pharmaindustrie und Biotechnologie. Von ihrem Hauptsitz in Maintal bei Frankfurt am Main steuert die NORMA Group ein weltweites Netzwerk, bestehend aus 30 Produktionsstätten und zahlreichen Vertriebsstandorten in Europa, Nord-, Mittel- und Südamerika sowie im asiatisch-pazifischen Raum.



TITELBILD

DIE FGR-ROHRKUPPLUNG – ZUVERLÄSSIGE VERBINDUNG FÜR NACHHALTIGE LEISTUNG

Die FGR-Rohrkupplung verbindet Rohre aus Metall – wie Stahl, Edelstahl oder Kupfer – und auch Kunststoff zuverlässig. Was das mit Nachhaltigkeit zu tun hat? Ein Beispiel ist die Anwendung in Anlagen zur Abwasseraufbereitung. Die Stahlrohre, die hier zum Einsatz kommen, sind säurehaltigen Flüssigkeiten ausgesetzt und müssen entsprechend regelmäßig ausgetauscht werden. Der Vorteil der FGR: Die Rohrkupplung wird mit zwei Schrauben festgezogen und kann so immer wieder verwendet werden – im Gegensatz zu anderen Lösungen werden die Rohrenden nicht dauerhaft verschweißt. Die FGR leistet so einen Beitrag zur Wiederaufbereitung von Abwässern und schont durch ihre Wiederverwendbarkeit gleichzeitig Ressourcen.

Andere Anwendungsbeispiele sind die kommunale und private Wasserversorgung, Kühl- und Prozesswasser in der chemischen Industrie sowie in Kraftwerken oder Meerwasserentsalzungsanlagen.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG

Inhaltsverzeichnis 3
Vorwort 4
NORMA Group auf einen Blick 5

CR-STRATEGIE

Steuerung von CR 9
Stakeholder und Wesentlichkeit 10
CR-Roadmap 2020 12
Auszeichnungen und Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsrankings 14

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

Strategischer Ansatz 16
Compliance 17
Datenschutz 19
Bekanntheit von CR im Unternehmen 19
Ausblick 20

PRODUKTLÖSUNGEN

Strategischer Ansatz 23
Qualität 23
Nachhaltigkeit im Einkauf 25
Innovation 27
Kundenzufriedenheit 29
Ausblick 31

MITARBEITER

Strategischer Ansatz 33
Arbeitssicherheit und Gesundheit 33
Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung 35
Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit 37
Vielfalt und Chancengleichheit 38
Ausblick 38

UMWELT

Strategischer Ansatz 41
Umweltmanagementsysteme 41
Klimaschutz in der Produktion 43
Wasser in der Produktion 44
Ressourceneffizienz 45
Umweltwirkung der Produkte 47
Ausblick 49

GESELLSCHAFT

Strategischer Ansatz 51
NORMA Clean Water 51
Corporate Volunteering 53
Engagement an den Standorten 54
Ausblick 55

DATEN

Über diesen Bericht 57
Kennzahlen 59
GRI Content Index 64
Prüfvermerk 70
Impressum 72

3 Inhaltsverzeichnis
4 Vorwort
5 NORMA Group auf einen Blick

VORWORT [GRI 102-12, 102-14]

SEHR GEEHRTE LESERINNEN UND LESER,

Verantwortung – Nachhaltigkeit – Performance – für uns bilden diese drei Schlagworte einen Dreiklang, der das unternehmerische Handeln bei der NORMA Group bestimmt. Nur als verantwortungsvoll handelndes Unternehmen ist ein Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung möglich. Gleichzeitig sind wir überzeugt, dass unsere Ausrichtung an Nachhaltigkeitsthemen wie Klimawandel und Wasser- und Ressourcenknappheit die NORMA Group wirtschaftlich erfolgreich macht.

Corporate Responsibility steht daher im Zentrum der Vision 2025 der NORMA Group. Unser Selbstverständnis unterstreichen wir mit dem Bekenntnis zu den 10 Prinzipien des UN Global Compact in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitnehmer, Umwelt und Anti-Korruption.

Die Konsequenzen aus diesem Ansatz sind für uns klar: Unser Kerngeschäft entwickeln wir in Richtung E-Mobilität und effizientes Wassermanagement weiter. Dies umfasst sowohl die Erschließung neuer Märkte und die gezielte Akquisition von Unternehmen als auch die interne Weiterentwicklung der gruppenweiten Organisation, etwa im Rahmen der Aus- und Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

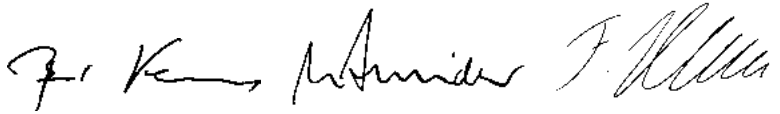
Im vergangenen Jahr haben wir zudem eine umfassende Umweltstrategie für die NORMA Group entwickelt. Für unsere eigenen Produktionsstandorte haben wir uns dabei quantitative Ziele in den Bereichen Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch und Abfallaufkommen gesetzt. Darüber hinaus berücksichtigen wir die Umweltwirkungen der NORMA Group entlang der gesamten Wertschöpfungskette. So haben wir etwa in unserer Einkaufsabteilung Maßnahmen vorangetrieben, um Treibhausgase und Wasserverbrauch in der Lieferkette zu quantifizieren. Diese Ansätze werden wir im kommenden Jahr fortführen und ausweiten.

Der verantwortungsvolle Umgang mit Wasser steht auch im Fokus unseres Projekts NORMA Clean Water in Brasilien. Gemeinsam mit dem Kinderhilfswerk Plan International konnten wir im Nordosten des Lands erste Schritte zu einer verbesserten Wasserversorgung leisten. Im Umfeld unserer Werke haben wir im vergangenen Jahr erneut den NORMA Help Day durchgeführt. Sowohl die quantitative Erhebung als auch das Feedback der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zeigen den Erfolg unseres Freiwilligentages.

Alles in allem blicken wir damit auf zahlreiche Fortschritte im Bereich Corporate Responsibility zurück. Der vorliegende Bericht soll diese Entwicklungen transparent und übersichtlich darstellen. Die Erfolge, die wir dabei als Unternehmen vorweisen können, basieren auf dem Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihnen gilt daher unser ausdrücklicher Dank!

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

Herzlichst,



Bernd Kleinhens
Chief Executive Officer (CEO)

Dr. Michael Schneider
Chief Financial Officer (CFO)

Dr. Friedrich Klein
Chief Operating Officer (COO)

3 Inhaltsverzeichnis
4 Vorwort
5 NORMA Group auf einen Blick

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

NORMA GROUP AUF EINEN BLICK

GESCHÄFTSMODELL

[GRI 102-7, 103-1]

Die NORMA Group ist ein internationaler Markt- und Technologieführer für hochentwickelte und standardisierte Verbindungstechnologie (Verbindungs-, Befestigungs- und Fluid-Handling-Technologie). Mit ihren 30 Produktionsstandorten und zahlreichen Vertriebsniederlassungen verfügt die Gruppe über ein globales Netzwerk, über das sie mehr als 10.000 Kunden in über 100 Ländern beliefert. Zum Produktportfolio der NORMA Group zählen mehr als 40.000 qualitativ hochwertige Verbindungsprodukte und -lösungen in den drei Produktkategorien Befestigungsschellen (CLAMP), Verbindungselemente (CONNECT) sowie Fluidsysteme und Steckverbindungen (FLUID). Die Produkte der NORMA Group kommen industrieübergreifend in zahlreichen Anwendungen zum Einsatz und unterscheiden sich je nach Kundenanforderungen hinsichtlich ihrer Spezifikationen.

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

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

PRODUKTPORTFOLIO UND ANWENDUNGEN

[GRI 102-2, 102-6]

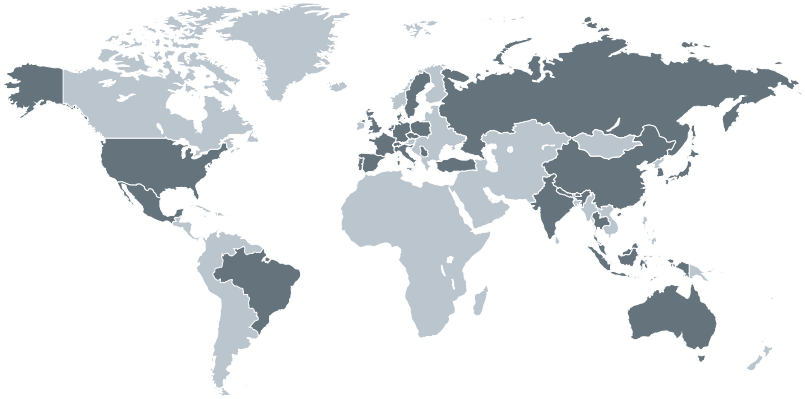
Die Produkte der NORMA Group lassen sich im Wesentlichen in die drei Produktkategorien Befestigungsschellen (CLAMP), Verbindungselemente (CONNECT) sowie Fluidsysteme und Steckverbindungen (FLUID) unterteilen.

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

Die Verbindungsprodukte (CONNECT) umfassen Verbindungen aus unlegierten Stählen oder Edelstahl, die zum Teil mit Elastomer- oder Metalldichtungen

STANDORTE DER NORMA GROUP

[GRI 102-4]



	P[1]	D[2]
EMEA		
Deutschland	■	■
Frankreich	■	■
Italien		■
Niederlande		■
Polen	■	■
Portugal	■	■
Russland	■	■
Schweden	■	■
Schweiz	■	■
Serbien	■	
Spanien		■
Tschechische Republik	■	
Türkei		■
Vereinigtes Königreich	■	■

	P[1]	D[2]
Amerika		
Brasilien	■	■
Mexiko	■	■
USA	■	■
Asien-Pazifik		
Australien		■
China	■	■
Indien	■	■
Indonesien		■
Japan		■
Malaysia	■	■
Singapur		■
Südkorea		■
Thailand		■

1_Produktionsstandorte.
2_Distributions- und Vertriebsstandorte.

3 Inhaltsverzeichnis
4 Vorwort
5 **NORMA Group auf einen Blick**

versehen sind und als Verbindungs- und Dichtungselemente für Metall- und Thermoplastrohre zum Einsatz kommen.

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

MARKT- UND WETTBEWERBSUMFELD

Die hochentwickelte Verbindungstechnologie der NORMA Group kommt überall dort zum Einsatz, wo Leitungen, Rohre, Schläuche oder andere Systeme miteinander verbunden werden müssen. Neben der Automobil-, der Nutzfahrzeug- und der Luftfahrtindustrie ist die NORMA Group auch im Baugewerbe und dem Maschinenbau, in der Pharmazeutik und Biotechnologie, in der Landwirtschaft sowie in der Trinkwasser- und Bewässerungsindustrie und weiteren Branchen aktiv. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 40

Die Kompetenz der NORMA Group erstreckt sich sowohl auf metallbasierte Verbindungslösungen und -produkte (CLAMP und CONNECT) als auch auf thermoplastische Materialien (FLUID). Durch die einzigartige Kombination von Know-how sowohl in der Metall- als auch in der Kunststoffverarbeitung und die breite Diversifizierung des Produktportfolios kann die NORMA Group ihren Kunden eine breite Palette an Lösungen für unterschiedliche Problemstellungen aus einer Hand bieten, wodurch sie sich von ihren überwiegend auf einzelne Produktgruppen spezialisierten Wettbewerbern abgrenzt.

ZWEI KOMPLEMENTÄRE VERTRIEBSWEGE

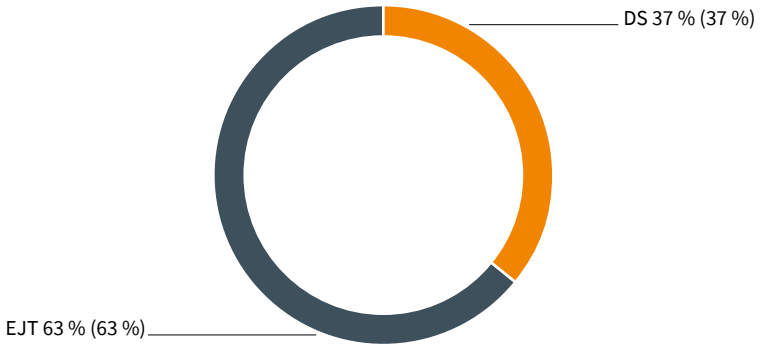
Die NORMA Group beliefert ihre Kunden über zwei Vertriebswege:

Engineered Joining Technology – EJT
und
Distribution Services – DS.

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

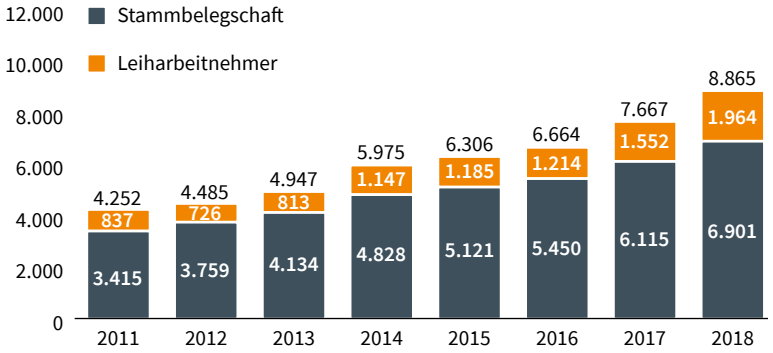
Der Bereich EJT umfasst hochentwickelte, auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden zugeschnittene Verbindungstechnologie und zeichnet sich insbesondere durch enge Entwicklungspartnerschaften mit Erstausrüstern (Original Equipment Manufacturer, OEM) aus. Über ihren Vertriebsservice (DS) vermarktet die NORMA Group ein breites Portfolio qualitativ hochwertiger, standardisierter Markenprodukte. Dabei nutzt sie neben dem eigenen globalen Vertriebsnetz auch Multiplikatoren wie Handelsvertreter, Händler und Importeure. Weitere Informationen zu unseren Vertriebswegen finden Sie im Geschäftsbericht. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 40

UMSATZ NACH VERTRIEBSWEGEN 2018[1]



1_Vorjahreswerte in Klammern.

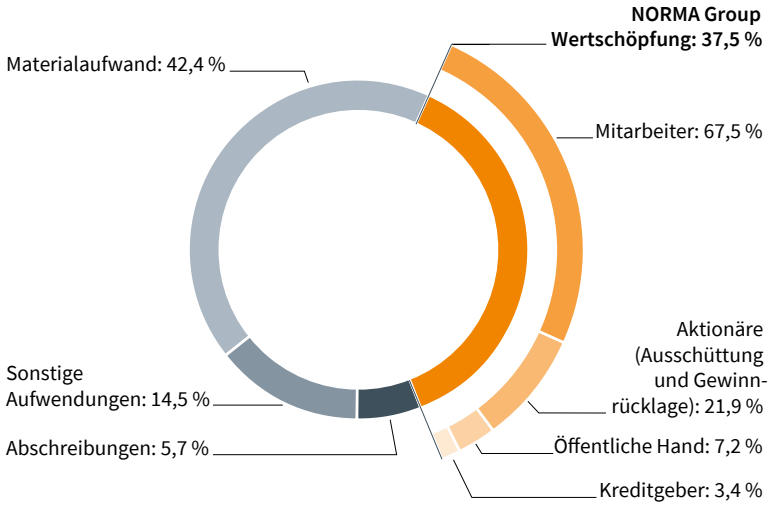
PERSONALENTWICKLUNG BEI DER NORMA GROUP



3 Inhaltsverzeichnis
4 Vorwort
5 NORMA Group auf einen Blick

NORMA GROUP WERTSCHÖPFUNG [GRI 201-1]

IN %



RECHTLICHE UNTERNEHMENSSTRUKTUR

[GRI 102-1, 102-3, 102-5, 102-7, 102-8, 102-45]

In der NORMA Group arbeiteten zum Jahresende 2018 8.865 Mitarbeiter, davon 1.964 Leiharbeitnehmer. Die NORMA Group SE ist die Muttergesellschaft des Konzerns NORMA Group. Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Maintal in der Nähe von Frankfurt am Main in Deutschland. Die NORMA Group SE fungiert als gesellschaftsrechtliche Holding der Gruppe. Sie ist für die strategische Führung der Geschäftsaktivitäten verantwortlich. Die NORMA Group SE ist zum 31. Dezember 2018 direkt oder indirekt an 51 Gesellschaften beteiligt, die zum Konzern NORMA Group gehören und voll konsolidiert werden. Weitergehende Informationen, etwa zur Strukturierung unserer Zentralfunktionen, finden Sie im Geschäftsbericht. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 37

KONZERNFÜHRUNG

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

Die NORMA Group SE verfügt über ein duales System aus Vorstand und Aufsichtsrat. Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung und wird durch den Aufsichtsrat beraten und überwacht. Detaillierte Informationen zur Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie deren Aufgabenverteilung untereinander können dem Corporate-Governance-Bericht entnommen werden. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 25 Informationen zu Vergütungsstrukturen finden Sie im Vergütungsbericht für Vorstand und Aufsichtsrat. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 91

OPERATIVE SEGMENTIERUNG NACH REGIONEN

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

WESENTLICHE VERÄNDERUNGEN

[GRI 102-10]

Im Juli 2018 erwarb die NORMA Group 100 % der Anteile an dem indischen Unternehmen Kimplas Piping Systems Ltd. (einschließlich ihrer englischen Tochtergesellschaft Kimplas Limited, „Kimplas“), einem Spezialisten für Wassermanagement-Systeme. Mit der Akquisition von Kimplas baut die NORMA Group ihre Aktivitäten im stark wachsenden Markt für Wassermanagementsysteme aus und erhöht gleichzeitig ihre Präsenz in einem der wichtigsten Schwellenländer der Welt. ▶ UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE

Im August 2018 schloss die NORMA Group zudem die Übernahme von 100 % der Anteile des Zulieferbetriebs Statek Stanzereitechnik GmbH („Statek“) mit Sitz in Maintal ab. Statek hat langjährige Erfahrung und hohes Fertigungs-Know-how in der Stanzbiege- und Umformtechnik für nahezu alle gängigen Metalle und beliefert die NORMA Group bereits seit Jahren. Mit der technologischen Kompetenz von Statek erweitert die NORMA Group gezielt ihre Wertschöpfungskette und erhöht dabei gleichzeitig ihre Flexibilität in wichtigen Produktbereichen.

Im November 2018 eröffnete die NORMA Group ein neues Werk in Tijuana, Mexiko, und gründete in diesem Zusammenhang die NORMA MANUFACTURING NA SW, LLC.

9 Steuerung von CR
10 Stakeholder und Wesentlichkeit
12 CR-Roadmap 2020
14 Auszeichnungen und Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsrankings

CR-STRATEGIE

Kernbestandteil von Corporate Responsibility (CR) bei der NORMA Group sind die CR-Handlungsfelder. Diese steuert die NORMA Group aktiv, indem sie die Handlungsfelder mit messbaren Zielen hinterlegt und kontinuierlich Verbesserungen sicherstellt. Alle Mitarbeiter können und sollen hierzu einen Beitrag leisten, indem sie die CR-Handlungsfelder in ihrem Arbeitsalltag umsetzen.

9 Steuerung von CR
10 Stakeholder und Wesentlichkeit
12 CR-Roadmap 2020
14 Auszeichnungen und Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsrankings

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

CR-STRATEGIE

STEUERUNG VON CR

Seit dem Jahr 2012 setzt die NORMA Group Corporate Responsibility (CR) systematisch um. Ziel ist, in allen Geschäftsbereichen verantwortungsvoll, nachhaltig und rechtmäßig zu handeln. Damit die NORMA Group sich als Ganzes auch künftig an diesem Ziel ausrichtet, wurde CR als Kernbestandteil in die Vision 2025 aufgenommen. Die CR-Policy und die darin enthaltenen CR-Handlungsfelder bilden dabei die Grundlage für die Steuerung von Nachhaltigkeitsthemen. Entsprechend strukturieren wir auch den vorliegenden Bericht anhand dieser Handlungsfelder.

Die CR-POLICY gilt für die gesamte NORMA Group. Sie umfasst fünf zentrale Handlungsfelder und definiert unser Grundverständnis von Verantwortung als Unternehmen. Die Policy beschreibt unseren strategischen Ansatz mit dem Ziel, die unternehmerische Verantwortung der NORMA Group strukturiert zu koordinieren und gezielt weiterzuentwickeln. Im vergangenen Jahr haben wir die CR-Policy leicht angepasst und an den für die NORMA Group wesentlichen CR-Themen orientiert. Außerdem wurde das Bekenntnis der NORMA Group zum UN Global Compact und den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen in der CR-Policy bekräftigt. ▶ CR-ROADMAP 2020

CORPORATE-RESPONSIBILITY-ANSATZ DER NORMA GROUP

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

Um unsere CR-Maßnahmen strategisch auszurichten und weiterzuentwickeln, haben wir die CR-Roadmap aufgesetzt, die für jedes Handlungsfeld konkrete Ziele enthält. ▶ CR-ROADMAP 2020 Die jeweiligen Fachbereiche sind verantwortlich, diese CR-Ziele mit Maßnahmen zu hinterlegen und umzusetzen. Für die wesentlichen CR-Themen werden Guidelines und Managementansätze entwickelt. So können diese verlässlich und international standardisiert umgesetzt werden. Dabei verwenden wir vorhandene Managementsysteme, erweitern sie, sofern erforderlich, oder bauen sie neu auf. Die gruppenweiten Ansätze werden durch national angepasste, dezentrale Maßnahmen ergänzt. Inwieweit CR-Themen gruppenweit oder dezentral gesteuert und umgesetzt werden, hängt davon ab, wie die jeweiligen CR-Ziele möglichst wirksam erreicht werden können.

DIE FÜNF CR-HANDLUNGSFELDER DER NORMA GROUP

STEUERUNGSKREIS ENTWICKELT STRATEGISCHE AUSRICHTUNG VON CR

[GRI 102-18, 102-20]

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

9 Steuerung von CR
10 Stakeholder und Wesentlichkeit
12 CR-Roadmap 2020
14 Auszeichnungen und Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsrankings

Der CR-Steuerungskreis tagt einmal im Quartal. Seine wichtigste Aufgabe ist es, die strategische CR-Ausrichtung der NORMA Group weiterzuentwickeln. Darüber hinaus werden Maßnahmen abteilungsübergreifend abgestimmt sowie der Stand der Zielerreichung bei zentralen CR-Aufgaben bewertet. Koordiniert wird die Abstimmung der Abteilungen durch unsere Stabsstelle Corporate Responsibilty, die direkt an den verantwortlichen Vorstand berichtet. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 26

STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT

ENGER AUSTAUSCH MIT STAKEHOLDERN

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

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

DIE STAKEHOLDER DER NORMA GROUP

Ein wichtiges Format für den aktiven Austausch mit Stakeholdern zu CR-Themen ist für die NORMA Group die Durchführung eines Stakeholder Roundtables, der seit dem Jahr 2015 einmal jährlich durchgeführt wird. Im Fokus der Veranstaltung standen immer Nachhaltigkeitsthemen, die für die NORMA Group von strategischer Relevanz sind, wie etwa die Bereiche Nachhaltigkeit in der Lieferkette oder Elektromobilität. Im vergangenen Jahr widmete sich der Stakeholder Roundtable der Weiterentwicklung der Umweltstrategie (siehe nachfolgend).

STAKEHOLDER ROUNDTABLE: WEITERENTWICKLUNG DER UMWELTSTRATEGIE

Im Juli 2018 lud die NORMA Group Vertreter von Zulieferern, Peer-Unternehmen, Verbänden, dem Finanzmarkt und der Wissenschaft zum Stakeholder Roundtable ein.

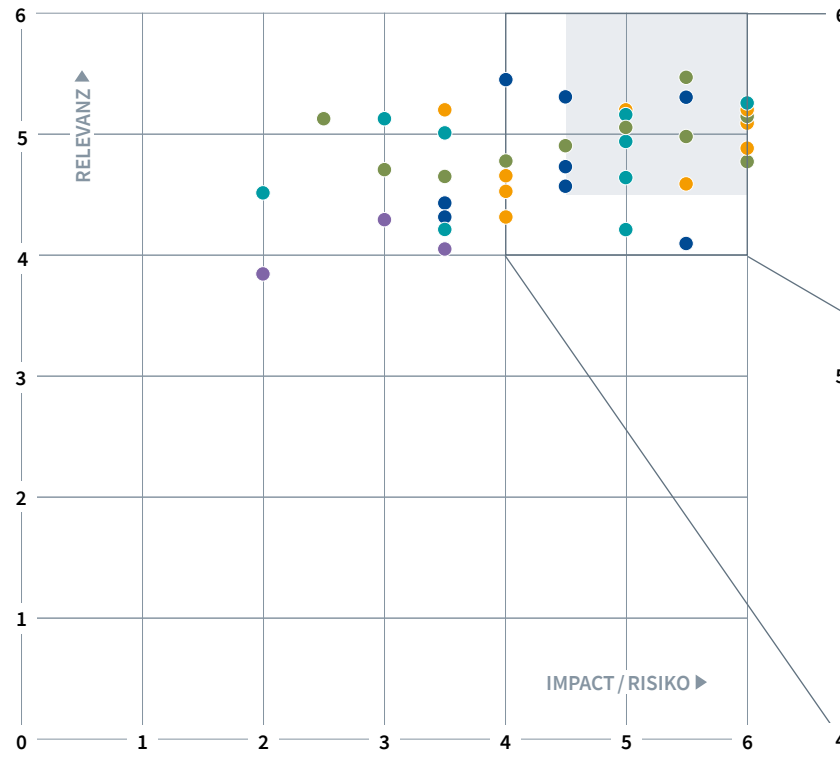
Die rund 30 Teilnehmer diskutierten im Plenum wie auch in Arbeitsgruppen zu den drei Oberthemen der Umweltstrategie: Klima, Wasser und Abfall. Im Mittelpunkt der Diskussion standen unter anderem wissenschaftsbasierte Klimaziele und adäquate Zielsetzungen im betrieblichen Wassermanagement.

Die NORMA Group fand viel Zustimmung zu ihrer grundsätzlichen Ausrichtung. Allerdings regten die Teilnehmer auch an, eine ganzheitliche Betrachtungsweise zu berücksichtigen, die vom Rohstoff bis zur letzten Verwertung den gesamten Lebenszyklus der Produkte berücksichtigt.

Wie die NORMA Group die Empfehlungen der Stakeholder aufgenommen und umgesetzt hat, finden Sie in der finalen Umweltstrategie unter ▶ UMWELT.

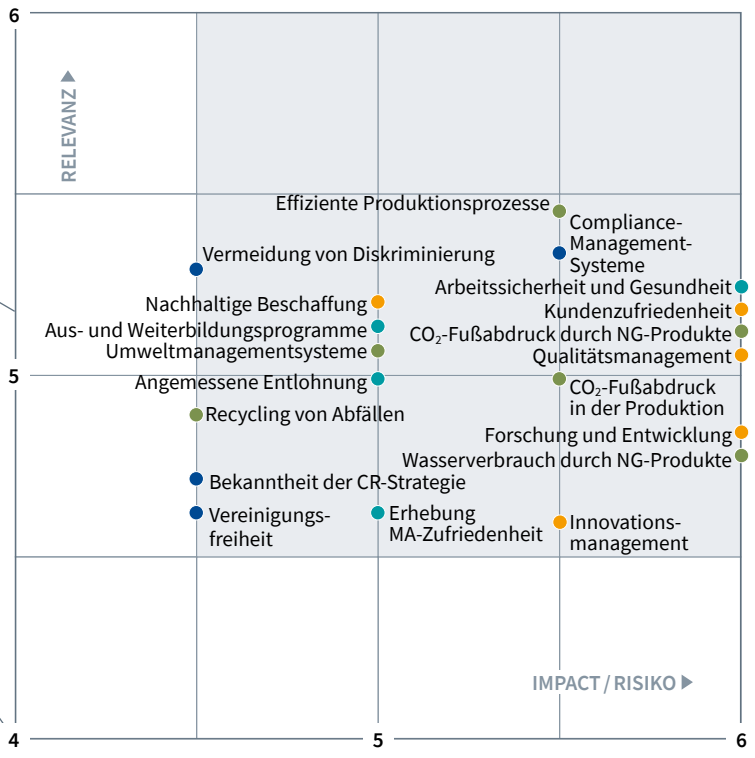
9 Steuerung von CR
10 Stakeholder und Wesentlichkeit
12 CR-Roadmap 2020
14 Auszeichnungen und Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsrankings

WESENTLICHKEITSMATRIX



WESENTLICHE CR-THEMEN

[GRI 102-47]



Auch in den kommenden Jahren soll der Stakeholder Roundtable weitergeführt werden, mit mindestens einer Dialogveranstaltung pro Jahr.

WESENTLICHKEITSANALYSE DEFINIERT RAHMEN DER CR-AKTIVITÄTEN

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

In ihrer Wesentlichkeitsanalyse hat die NORMA Group die wichtigsten sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeitsthemen definiert. Grundlage der Methodik bildeten die Empfehlungen der Global Reporting Initiative (GRI): Zunächst wurde eine umfangreiche Liste an CR-Themen erstellt, aufbauend auf Themen der vorangegangenen Wesentlichkeitsanalyse aus dem Jahr 2015 sowie auf relevanten Standards und Richtlinien wie der Global Reporting Initiative (GRI), den Sustainable Development Goals (SDGs) und dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG). Anschließend wurden die Themen aggregiert und insgesamt 40 Themenbereiche identifiziert, die in die fünf CR-Handlungsfelder der NORMA Group aufgeteilt wurden.

Für jedes der 40 definierten Nachhaltigkeitsthemen hat die NORMA Group die Relevanz und den Impact bewertet. Im Rahmen der Analyse gaben interne und externe Stakeholder Auskunft darüber, wie wichtig ihnen bestimmte Nachhaltigkeitsthemen bei der Bewertung der NORMA Group sind (Relevanz-Achse). Außerdem wurden in verschiedenen Workshops mit Fachexperten der NORMA Group bewertet, in welchem Maße die NORMA Group die verschiedenen Themenfelder beeinflusst und welche Risiken sich daraus für die NORMA Group ergeben könnten (Impact-Risiko-Achse). Bei Letzterem wurde auf sogenannte Bruttorisiken abgestellt, also solche Risiken, mit denen die NORMA Group konfrontiert ist, falls keine geeigneten Gegenmaßnahmen umgesetzt werden. Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse wurden aggregiert und anschließend priorisiert (siehe Grafik).

9 Steuerung von CR
10 Stakeholder und Wesentlichkeit
12 CR-Roadmap 2020
14 Auszeichnungen und Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsrankings

Die Wesentlichkeitsanalyse wurde im Jahr 2017 durchgeführt. Im Jahr 2018 wurden alle Mitglieder des CR-Steuerungskreises hinsichtlich neu aufgetretener wesentlicher Themen erneut angefragt. Die Überprüfung ergab, dass die 2017 definierten Themen unverändert gültig sind und auch weiterhin den Rahmen für die NORMA Group setzen. Zu Beginn eines jeden Kapitels dieses Berichts werden die wesentlichen Themen des Handlungsfelds grafisch im Detail dargestellt.

CR-ROADMAP 2020

CR-ROADMAP BIS 2020 FESTGELEGT

[GRI 102-44]

Für die als wesentlich identifizierten Themen werden in der CR-Roadmap quantitative Ziele formuliert. Durch die Verbindung der Wesentlichkeitsanalyse mit der CR-Roadmap stellen wir sicher, dass sich unsere Ziele auch an den Erwartungen unserer Stakeholder orientieren.

Die CR-Roadmap hat sich bei der NORMA Group als strategisches Steuerungsinstrument bereits in den vergangenen Jahren bewährt. Sie spiegelt zum einen die hohen Ambitionen wider, die die NORMA Group hinsichtlich ihrer unternehmerischen Verantwortung verfolgt und legt zugleich objektiv messbare Ziele fest. Damit ist die Roadmap auch ein Gradmesser für unsere Leistungen im Bereich Corporate Responsibility: Der Fortschritt in den Themenfeldern der Roadmap wird regelmäßig intern überprüft und extern berichtet. Wir haben die Ziele, die wir uns für 2018 gesetzt haben, weitgehend erreicht und einige teilweise sogar übertroffen. Am Ende jedes Kapitels wird der Stand der Umsetzung der CR-Roadmap detailliert dargestellt.

2018 hat der CR-Steuerungskreis die Roadmap in einzelnen Punkten leicht angepasst. So wurden unter anderem die Ziele der Umweltstrategie, die im vergangenen Jahr erarbeitet wurden, in die Roadmap übernommen. ▶ UMWELT Im Bereich ▶ NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF haben wir uns zudem das Ziel gesetzt, alle Mitarbeiter der Einkaufsorganisation zu Nachhaltigkeitsaspekten zu schulen.

CR-ROADMAP ZAHLT AUF ENTWICKLUNGSZIELE DER VEREINTEN NATIONEN EIN

Die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs) sollen einen globalen Rahmen für die ökonomische, ökologische und soziale Entwicklung bis 2030 setzen (siehe Darstellung auf folgender Seite). Die SDGs widmen sich unter anderem Megatrends, wie etwa der Bekämpfung des Klimawandels oder der Ressourcen- und Wasserknappheit, auf die sich auch die NORMA Group in ihrer Geschäftsentwicklung fokussiert.

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

9 Steuerung von CR
10 Stakeholder und Wesentlichkeit
12 CR-Roadmap 2020
14 Auszeichnungen und Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsrankings

In zahlreichen Bereichen decken sich die Nachhaltigkeitsziele der NORMA Group mit den Zielen der Vereinten Nationen. Dabei sind einige Themen für die NORMA Group besonders relevant:

- **Ziel 4 – Hochwertige Bildung:** Durch Maßnahmen im Bereich Aus- und Weiterbildung ermöglicht die NORMA Group ihren Mitarbeitern, sich kontinuierlich beruflich und persönlich weiterzuentwickeln ▶ AUS- UND WEITERBILDUNG
- **Ziel 6 – Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen:** Die Produkte der NORMA Group leisten weltweit einen Beitrag zum effizienten Umgang mit Wasser. Auch in der eigenen Produktion will die NORMA Group ihren Wasserverbrauch reduzieren. Zudem setzt die NORMA Group mit dem Sozialprojekt NORMA Clean Water gezielt ein Beispiel für einen bewussten Umgang mit Wasser in Schwellen- und Entwicklungsländern. ▶ UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE ▶ WASSER IN DER PRODUKTION ▶ NORMA CLEAN WATER
- **Ziel 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum:** Die NORMA Group verfolgt ambitionierte Wachstumsziele. Gleichzeitig sind eine angemessene Entlohnung sowie die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter wesentliche Bestandteile der CR-Roadmap. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 7 ▶ ANGEMESSENE BEZAHLUNG UND MITARBEITERZUFRIEDENHEIT ▶ ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT
- **Ziel 9 – Industrie, Innovation und Infrastruktur:** Innovationen bilden die Grundlage für künftiges Wachstum und das Entwickeln neuer umweltfreundlicher Produkte. Aus diesem Grund setzt die NORMA Group intern Anreize für neue Ideen ihrer Mitarbeiter und hat für diesen Bereich quantitative Ziele definiert. ▶ INNOVATION
- **Ziel 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion**: Die NORMA Group will den Ressourcenverbrauch in der Produktion verringern und setzt dazu in jedem Werk Maßnahmen um. Auch im Materialeinkauf beziehen wir verstärkt Nachhaltigkeitskriterien ein. ▶ RESSOURCENEFFIZIENZ ▶ NACHHHALTIGKEIT IM EINKAUF
- **Ziel 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz:** Ein Fokus der Umweltstrategie der NORMA Group liegt auf der konsequenten Reduktion von Treibhausgasen. Das gilt sowohl für die eigenen Produktionsstandorte als auch für die Wertschöpfungskette insgesamt. ▶ KLIMASCHUTZ BEI DER NORMA GROUP

Darüber hinaus trägt die NORMA Group auch zur Umsetzung weiterer Ziele bei (etwa „Ziel 3 – Gesundheit und Wohlergehen“ im Rahmen von Arbeitssicherheitsmaßnahmen oder auch „Ziel 11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden“ durch Produkte im Bereich Infrastruktur).

DIE ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER VEREINTEN NATIONEN

Die Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) wurden von der Generalversammlung der Vereinten Nationen im Jahr 2015 beschlossen. Die Ziele umfassen wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen und bestehen jeweils aus einzelnen Indikatoren, welche die Umsetzung messbar machen.

Zieldatum zur Umsetzung der Ziele ist das Jahr 2030. Adressaten sind in erster Linie die Unterzeichner, also alle Nationalstaaten. Allerdings ist für die Umsetzung der Ziele die Mitarbeit weiterer Akteure entscheidend, insbesondere seitens Unternehmen und der Zivilgesellschaft. In den Bereichen der CR-Roadmap kann auch die NORMA Group einen Beitrag zur Erreichung der Ziele leisten.

Weitere Informationen zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung finden Sie unter SUSTAINABLEDEVELOPMENT.UN.ORG

9 Steuerung von CR
10 Stakeholder und Wesentlichkeit
12 CR-Roadmap 2020
14 Auszeichnungen und Ergebnisse aus Nachhaltigkeitsrankings

AUSZEICHNUNGEN UND ERGEBNISSE AUS NACHHALTIGKEITSRANKINGS

Auch im Jahr 2018 erhielt die NORMA Group Rückmeldungen zu ihren Leistungen im Bereich Corporate Responsibility durch externe Rating-Agenturen. Die Fragen, die der NORMA Group in diesem Rahmen gestellt werden, orientieren sich an den wichtigsten Nachhaltigkeitsindikatoren aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmens-Governance. Dabei wird von den befragten Unternehmen in der Regel verlangt, dass sie ihre Antworten mit Dokumenten und Zertifikaten belegen können. Die Ergebnisse der Ratings werden vor allem von zwei Stakeholdergruppen genutzt: von Kunden und von Akteuren des Finanzmarkts.

Das Feedback fiel für die NORMA Group im vergangenen Jahr erneut überwiegend positiv aus: Die CR-Maßnahmen erhielten durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen durch die Rating-Agenturen. Dadurch konnten wir das entsprechende Kernziel der CR-Roadmap erneut vollständig erreichen. Im vergangenen Jahr stach insbesondere die positive Bewertung der Agentur ISS-Oekom heraus: Erstmals erreichte die NORMA Group in diesem Rating den Prime Standard. Die NORMA Group zählt damit zu den besten 10 % der bewerteten Unternehmen und ist damit aus Sicht der Agentur für ein ökologisch-soziales Investment qualifiziert. Im Rating von EcoVadis wurde die NORMA Group erneut mit dem Gold-Status ausgezeichnet (weitere Bewertungen siehe Tabelle).

Auch über die positive Bewertung der Rating-Agenturen hinaus wurde die CR-Arbeit der NORMA Group ausgezeichnet. So erhielt die NORMA Group den Building Public Trust Award der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) für die beste nichtfinanzielle Berichterstattung aller MDAX-gelisteten Unternehmen. Außerdem wurde das Sozialprojekt NORMA Clean Water unter die Finalisten des Deutschen CSR-Preises in der Kategorie „Zivilgesellschaftliches Engagement“ gewählt. Mit dem Preis werden Unternehmen ausgezeichnet, die sich in ihrem sozialen Umfeld engagieren und hier Verantwortung übernehmen.

ABSCHNEIDEN DER NORMA GROUP IN NACHHALTIGKEITSRATINGS

Nachhaltigkeitsrating	Bewertung 2018
EcoVadis	▸ Rating: 78 aus 100 ▸ Gold Standard
ISS-Oekom	▸ Rating: C+ ▸ Prime Status
MSCI	▸ Rating: A
Sustainalytics	▸ Rating: 68 aus 100 ▸ Average Performer

16 Strategischer Ansatz
17 Compliance
19 Datenschutz
19 Bekanntheit von CR im Unternehmen
20 Ausblick

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

Unternehmensverantwortung muss von jedem Mitarbeiter der NORMA Group gelebt werden. Basis ist dabei die Einhaltung von nationalen und internationalen Standards, Gesetzen und Vorschriften. Zudem motivieren wir unsere Mitarbeiter, sich für unsere Nachhaltigkeitsziele einzusetzen.

16 **Strategischer Ansatz**
17 Compliance
19 Datenschutz
19 Bekanntheit von CR im Unternehmen
20 Ausblick

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

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

STRATEGISCHER ANSATZ

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN IST UNSER GRUNDPRINZIP

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

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

NORMA GROUP BEKENNT SICH ZU INTERNATIONALEN MENSCHENRECHTEN UND VIELFALT

[GRI 103-1, 406-1, 407-1, 408-1; 409-1]

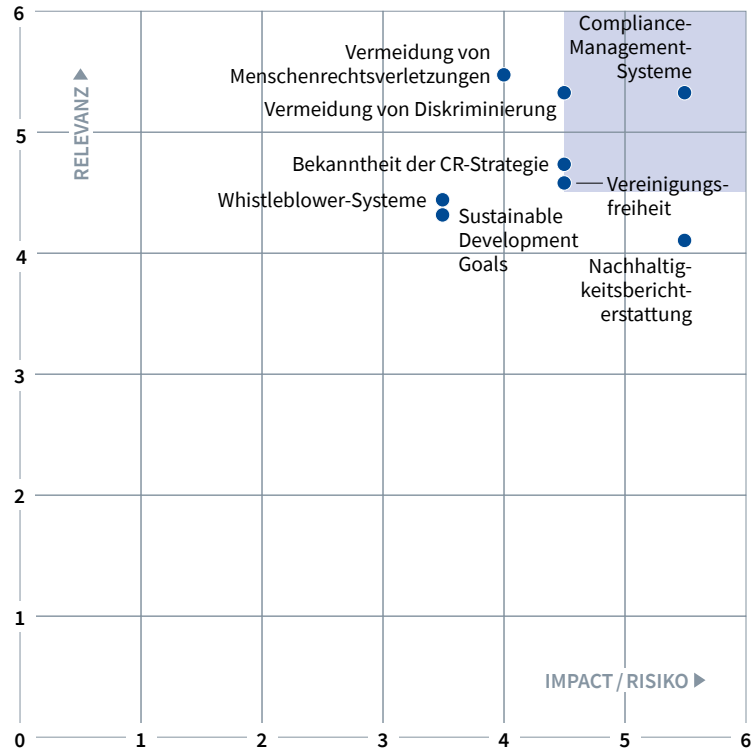
Im Rahmen unserer Aktivitäten dulden wir keine Compliance-Verstöße, wie zum Beispiel Menschenrechtsverletzungen, Verletzungen des Rechts auf Vereinigungsfreiheit oder Diskriminierung.

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

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

Die NORMA Group überprüft durch ein regelmäßiges internes Reporting von Rechtsstreitigkeiten, ob ihre Ansprüche in den Bereichen Anti-Diskriminierung und Vereinigungsfreiheit erfüllt werden. Im Jahr 2018 gab es keine gerichtlich festgestellten Fälle von Diskriminierungen oder Verletzungen der Vereinigungsfreiheit durch die NORMA Group.

WESENTLICHKEITSMATRIX



Wir nehmen unsere Verantwortung auch entlang der Wertschöpfungskette wahr. So verpflichten wir unsere Lieferanten, die Menschenrechte zu respektieren und einzuhalten. Aufgrund der Größe und Komplexität der Wertschöpfungskette sind Menschenrechtsverletzungen jedoch nicht grundsätzlich auszuschließen, denn über die direkten Geschäftspartner hinaus hat die NORMA Group nur beschränkt Einfluss auf die Einhaltung der Mindeststandards. Wenn wir erfahren, dass unsere Geschäftspartner Menschenrechtsverletzungen begehen oder dulden, beenden wir die Geschäftsbeziehung. Bei Verstößen von Mitarbeitern ergreifen wir Maßnahmen, die bis hin zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses

16 Strategischer Ansatz
17 Compliance
19 Datenschutz
19 Bekanntheit von CR im Unternehmen
20 Ausblick

führen können. Auch Compliance-Verstöße können potenziell in jeder Stufe der Wertschöpfungskette auftreten. Sie betreffen Mitarbeiter, Zulieferer und weitere Anspruchsgruppen, die mit der Geschäftstätigkeit der NORMA Group in Verbindung stehen. ▶ NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

COMPLIANCE

KLARES WERTEVERSTÄNDNIS IN WELTWEIT GÜLTIGEN RICHTLINIEN VERANKERT

[GRI 102-16; 103-2]

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

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

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

Ein Bestandteil der Compliance-Richtlinien sind auch bereits genannte Anforderungen im Bereich Menschenrechte (keine Zwangs- und Kinderarbeit, Vereinigungsfreiheit und Anti-Diskriminierung). Unser Compliance-Managementsystem zielt darauf ab, dass unsere Werte und Regeln in der gesamten Gruppe gelebt werden. Konkrete Schritte werden jährlich in einem „Compliance Action Plan“ festgeschrieben, umgesetzt und nachvollzogen.

KONZERNWEITES COMPLIANCE-MANAGEMENT

[GRI 103-3]

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

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

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

ENGE RISIKOÜBERWACHUNG UND -STEUERUNG

[GRI 102-11; 205-1]

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

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

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

SYSTEMATISCHE, BEDARFSGERECHTE SCHULUNG DER MITARBEITER

[GRI 205-2]

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

16 Strategischer Ansatz
17 Compliance
19 Datenschutz
19 Bekanntheit von CR im Unternehmen
20 Ausblick

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

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden insgesamt 487 Mitarbeiter (2017: 598) im Online-Trainingssystem für die Basistrainings sowie 242 Mitarbeiter (2017: 418) für die jeweils relevanten Fokustrainings registriert. Die Reduktion gegenüber dem Vorjahr ergibt sich aus der geringeren Anzahl neuer Mitarbeiter sowie aus technisch bedingt abweichenden Einschreibungszeitpunkten, die sich aus einer Umstellung des Compliance-Trainingssystems ergaben.

Im Jahr 2018 wurden darüber hinaus 2.189 Mitarbeiter in das verpflichtende Compliance-Training „Informationssicherheit & Cyber-Risiken" eingeschrieben, das als „Refresher"-Training über wesentliche Risiken im Bereich Informationssicherheit und den richtigen Umgang mit diesen Risiken informierte.

Insgesamt wurden 2.350 Mitarbeiter online zu Compliance-Themen geschult (2017: 1.318). Die deutliche Erhöhung folgt vor allem aus der verbindlichen und globalen Einschreibung aller registrierten Mitarbeiter in das Refresher-Training „Informationssicherheit & Cyber-Risiken". Die vorab genannten Trainings wurden von 96,5 % der registrierten Mitarbeiter zum Bilanzstichtag unter Berücksichtigung der anzuwendenden Bearbeitungszeit termingerecht absolviert. Durch den in 2018 erfolgten Wechsel des Trainingssystems und die erforderliche technische und prozessuale Umstellung konnten zum Stichtag nicht 100 % der Trainings abgeschlossen werden.

Unter Anwendung der vorab genannten Kriterien wurden im Geschäftsjahr 2018 Compliance-Online-Trainings im Umfang von insgesamt 4.205 Stunden (2017: 2.939) durchgeführt. Mitarbeiter, die aus sprachlichen oder technischen Gründen nicht an den Online-Trainings teilnehmen können, insbesondere gewerbliche Mitarbeiter, wurden durch die lokalen Compliance Officers im Rahmen von Präsenztrainings persönlich geschult.

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

VERSCHIEDENE WEGE FÜR DIE MELDUNG VON VERSTÖSSEN

Wir ermutigen unsere Mitarbeiter, Verstöße gegen Vorschriften und interne Richtlinien zu melden, auch über Hierarchieebenen hinweg. Neben der persönlichen Ansprache beispielsweise von Vorgesetzten, der Personalabteilung oder den Compliance Officers zählt dazu unser internetbasiertes Hinweisgebersystem (Whistleblower-System). Es ermöglicht die anonyme Meldung von Sachverhalten durch unternehmensinterne oder -externe Hinweisgeber. Hinweisen auf Compliance-Verstöße gehen die Mitarbeiter der Compliance-Organisation in jedem Fall nach.

2.350

MITARBEITER WURDEN 2018
IN ONLINE-COMPLIANCE-TRAININGS GESCHULT.

4.205

STUNDEN ONLINE-COMPLIANCE-TRAININGS
WURDEN 2018 INSGESAMT VON MITARBEITERN
DER NORMA GROUP ABSOLVIERT.

16 Strategischer Ansatz
17 Compliance
19 Datenschutz
19 Bekanntheit von CR im Unternehmen
20 Ausblick

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

DATENSCHUTZ

INTEGRATION VON DATENSCHUTZ IN PROZESSE UND SCHULUNG DER MITARBEITER

[GRI 103-1, 103-2, 103-3]

Die NORMA Group erhebt, verarbeitet und speichert im Rahmen ihrer geschäftlichen Aktivitäten personenbezogene Daten. Hierbei handelt es sich insbesondere um Daten unserer Mitarbeiter, die im Rahmen der Beschäftigung zu erheben sind, aber auch um Daten unserer Geschäftspartner. Die NORMA Group ist sich der hohen Bedeutung des Schutzes vertraulicher Informationen und insbesondere personenbezogener Daten bewusst.

Mit Inkrafttreten der sanktionsfähigen EU-Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) am 25. Mai 2018 haben sich die datenschutzrechtlichen Anforderungen nochmals erhöht. Die NORMA Group begrüßt das Ziel dieser EU-Verordnung, eine Harmonisierung länderspezifischer Datenschutzregularien herbeizuführen und die Rechte der Betroffenen mit Blick auf ihre personenbezogenen Daten zu stärken.

Die NORMA Group hat daher frühzeitig begonnen, Prozesse und Richtlinien hinsichtlich Ihrer Angemessenheit mit Blick auf die EU-DSGVO zu analysieren und, sofern erforderlich, anzupassen. In diesem Zusammenhang wurde besonderer Wert auf die Schulung und Information der Mitarbeiter gelegt. Durch ein spezifisches Datenschutz-Training wurden die Mitarbeiter weltweit hinsichtlich Datenschutz und Informationssicherheit sensibilisiert. Weitere Kommunikationsmaßnahmen wie eine kontinuierlich aktualisierte Intranet-Seite mit Informationen zu Datenschutzthemen sowie regelmäßige News-Mitteilungen im Intranet begleiteten diese Schulungsmaßnahmen.

Die NORMA Group hat einen Datenschutzbeauftragten bestellt, der auf die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Anforderungen hinwirkt und diese kontrolliert. Zudem wurde bereits im Jahr 2017 ein internes „Data Protection Office“ implementiert, das den Mitarbeitern bei Rückfragen zur Verfügung steht, die internen Datenschutzprozesse und -maßnahmen koordiniert und in kontinuierlicher Abstimmung mit dem Datenschutzbeauftragten steht.

BEKANNTHEIT VON CR IM UNTERNEHMEN

KONTINUIERLICHER AUSTAUSCH MIT EXTERNEN STAKEHOLDERN SORGT FÜR TRANSPARENZ

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

Transparenz gegenüber externen Anspruchsgruppen erreicht die NORMA Group, indem sie beispielsweise den Geschäftsbericht, den Corporate-Responsibility-Bericht sowie Pressemitteilungen veröffentlicht. Auch auf der Website und den Social-Media-Kanälen der NORMA Group stellen wir kontinuierlich Informationen zu den Aktivitäten des Unternehmens zur Verfügung. Die hohe Transparenz hinsichtlich der Aktivitäten in den Bereichen Unternehmensführung, Umwelt und Soziales soll das Verständnis für unser Handeln und das Vertrauen in die NORMA Group steigern.

INTERNE CR-KOMMUNIKATION ÜBER VERSCHIEDENE KANÄLE

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

Es ist daher das Ziel der NORMA Group, ihre Mitarbeiter für nachhaltiges Handeln in ihrem Arbeitsalltag zu gewinnen. Die Ziele der CR-Roadmap werden über die für die CR-Themen verantwortlichen Abteilungen an alle Standorte kommuniziert. CR wird bei der NORMA Group von Beginn an in den Arbeitsalltag integriert. Auch intern kommunizieren wir transparent über unsere Unternehmensziele und vielfältigen Maßnahmen im CR-Bereich. Dazu nutzen wir vor allem die internen Kanäle wie das Mitarbeitermagazin LET’S CONNECT und das Intranet. Im vergangenen Jahr wurde die CR-Präsenz im Intranet in Form einer Informationsplattform weiter ausgebaut. Auf diese Weise ist es für die Mitarbeiter einfacher, sich zu informieren und aktiv einen Beitrag in der Umsetzung zu leisten. Unsere Mitarbeiter in den Produktionsstätten, die keinen Zugriff auf das Intranet haben, informieren wir zusätzlich über Aushänge. Der 2018 gestartete CR-Award ist ein weiteres Instrument, um die Mitarbeiter zum Einsatz für Nachhaltigkeitsthemen zu motivieren (siehe nachfolgende Seite).

EINLEITUNG
CR-STRATEGIE
VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN
PRODUKTLÖSUNGEN
MITARBEITER
UMWELT
GESELLSCHAFT
DATEN

16 Strategischer Ansatz
17 Compliance
19 Datenschutz
19 Bekanntheit von CR im Unternehmen
20 Ausblick

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

ERFOLG VON MASSNAHMEN WIRD REGELMÄSSIG ÜBERPRÜFT

In der Mitarbeiterbefragung wurde 2017 erstmals die Bekanntheit von Corporate Responsibility im Unternehmen erfasst. Fast 80 % unserer Mitarbeiter stimmten zu, dass sie das Regelwerk zur Unternehmensverantwortung sowie die damit verbundenen Ziele der NORMA Group kennen. Es ist unser Anspruch, dass alle Mitarbeiter mit unserer CR-Policy und den übergreifenden Zielen vertraut sind. In einem nächsten Schritt wollen wir die Bekanntheit von CR in der kommenden Mitarbeiterbefragung, die im Jahr 2020 durchgeführt wird, auf mindestens 85 % erhöhen.

CR AWARD – NACHHALTIGES ENGAGEMENT WÜRDIGEN

Im vergangenen Jahr hat die NORMA Group einen internen CR-Award ins Leben gerufen. Ziel ist es, die Bekanntheit der Corporate-Responsibility-Themen in der Belegschaft weiter zu erhöhen und besondere Leistungen zu würdigen. Ausgezeichnet werden dabei zunächst Projekte, die einen besonderen Beitrag im Bereich Umwelt geleistet haben. Entscheidend ist dabei unter anderem, inwiefern die Projekte der Bewerber zur Erreichung der Umweltziele der NORMA Group beitragen und ob sich diese auch auf andere Standorte oder Prozesse anwenden lassen.

Ende 2018 begann die erste Bewerbungsphase für den CR-Award. Die Preisverleihung findet zeitgleich mit dem ▶ INNOVATION EXCELLENCE AWARD im Frühjahr 2019 statt, im Beisein aller Führungskräfte der NORMA Group.

AUSBLICK

Verantwortungsvolles Handeln ist seit Langem ein wesentliches Grundprinzip der NORMA Group. Für die konkrete Umsetzung muss dieses Prinzip immer wieder überprüft, weiterentwickelt und an die gesellschaftlichen sowie betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen angepasst werden.

Das Compliance-Management der NORMA Group ist integraler Bestandteil des ganzheitlichen gruppenweiten Managements. Im Sinne der langfristigen Wirksamkeit wird auch das Compliance-Managementsystem einer kontinuierlichen Überprüfung und – wo erforderlich – Verbesserung unterzogen. Zudem haben wir uns als Ziel gesetzt, Konzeption und Wirksamkeit des Compliance-Management-Systems der NORMA Group extern prüfen zu lassen.

So stellt die NORMA Group sicher, dass die Prozesse und Verfahren des Compliance-Managements den sich dynamisch entwickelnden Anforderungen gerecht werden, die Mitarbeiter stets unterstützend begleiten und unseren Anspruch an verantwortliches Handeln intern wie extern unterstreichen.

Zudem wird die NORMA Group auch im kommenden Jahr Maßnahmen durchführen, um die Bekanntheit von CR im Unternehmen zu steigern. Dies schließt einen Ausbau des internen Reportings und der internen Kommunikation ebenso ein wie die erstmalige Verleihung des gruppenweiten CR-Awards.

16 Strategischer Ansatz
17 Compliance
19 Datenschutz
19 Bekanntheit von CR im Unternehmen
20 Ausblick

AUF EINEN BLICK: CR-ROADMAP 2020

Kernziel „Verantwortungsvolles Handeln“

Die NORMA Group wird in ihrer gesamten Geschäftstätigkeit als verantwortungsvoll handelndes Unternehmen wahrgenommen.

Unser Zielwert für 2020

Durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen in Surveys und Ratings zu Aktionen und Maßnahmen, die sich auf verantwortungsvolles Handeln der Unternehmensgruppe beziehen.

Unser Anspruch	Meilenstein	Termin	Status
Alle Mitarbeiter kennen die CR-Policy und die übergreifenden Ziele.	Mindestens 85 % Bekanntheit der CR-Policy in der dreijährlichen Mitarbeiterbefragung (ESS).	2020	2017: 79,6 %
Durch Vertreter externer Anspruchsgruppen erhalten wir Hinweise zur Ausrichtung unserer CR-Strategie und zu Schwerpunkten in den einzelnen Handlungsfeldern.	Einmal jährlich ein Dialogformat mit verschiedenen Stakeholder-Vertretern zu einem CR-Thema.	Jährlich	2018: Stakeholder Roundtable zur Umweltstrategie
Wir gewährleisten effektive Compliance-Managementsysteme.	Extern durchgeführte Konzeptionsprüfung des Compliance-Management-Systems.	2019	Durchführung 2019
	Extern durchgeführte Wirksamkeitsprüfung.	2020	Durchführung 2020
Alle Mitarbeiter sind zeit- und bedarfsgerecht im Hinblick auf relevante Compliance-Themen geschult.	100 % der Mitarbeiter haben innerhalb der definierten Zeiträume die erforderlichen Compliance-Schulungen abgeschlossen.	Jährlich	2018: 96,5 %
Die innerhalb der NORMA Group definierten Ansprechpartner und Meldewege für Compliance-Themen sind sämtlichen Mitarbeitern bekannt.	100 % Zustimmung in der dreijährlichen Mitarbeiterbefragung (ESS).	2020	2017: 86,9 %
NORMA Group hält sich an alle internationalen und lokalen Gesetze zum Schutz der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer vor Diskriminierungen.	0 gerichtlich festgestellte Verstöße.	Jährlich	2018: 0
NORMA Group hält sich an alle internationalen und lokalen Gesetze zum Schutz der Vereinigungsfreiheit von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern.	0 gerichtlich festgestellte Verstöße.	Jährlich	2018: 0

23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

PRODUKTLÖSUNGEN

Unsere hochqualitativen und innovativen Produkte und Dienstleistungen tragen dazu bei, Emissionen und Energieverbräuche zu reduzieren. In unseren Geschäftsbeziehungen wahren wir die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards: Wir bestärken unsere Lieferanten, Managementsysteme in den Bereichen Umwelt, Gesundheit und Arbeitssicherheit einzusetzen.

EINLEITUNG
CR-STRATEGIE
VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN
PRODUKTLÖSUNGEN
MITARBEITER
UMWELT
GESELLSCHAFT
DATEN

23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

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

PRODUKTLÖSUNGEN

STRATEGISCHER ANSATZ

NACHHALTIGE LÖSUNGEN FÜR UNSERE KUNDEN

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

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

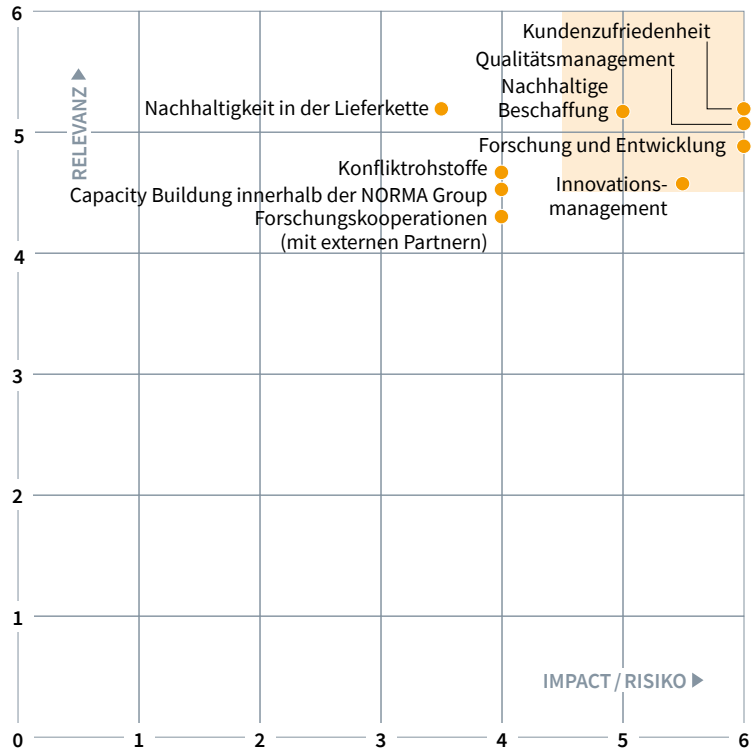
Mit qualitativ hochwertigen Produkten, innovativen Ideen für neue Lösungen sowie einem effizienten und nachhaltigen Einkauf bilden wir die Grundlage für die Zufriedenheit unserer Kunden. Die Ziele, die wir uns in diesen Bereichen setzen, überprüfen wir regelmäßig und stellen so sicher, dass wir den Ansprüchen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

QUALITÄT

PRODUKTQUALITÄT IST GESCHÄFTSKRITISCH

In allen Geschäftsbereichen ist die Qualität unserer Produkte von hoher Bedeutung. Als Verbindungselemente verschiedener Einzelteile sind die Produkte der NORMA Group für unsere direkten Kunden regelmäßig funktionskritisch. Weist nur ein einziges Element eine Leckage auf, kann dies die Funktion und Sicherheit eines gesamten Fahrzeugs beeinträchtigen. Ähnliches gilt im Wassermanagement und in anderen Sektoren. Daher wollen wir den Kunden mit unseren Marken höchste Zuverlässigkeit garantieren. Qualität, Kundenanforderungen und gesellschaftlicher Mehrwert sind so unmittelbar miteinander verbunden.

WESENTLICHKEITSMATRIX



Unsere Produktqualität baut dabei auch auf qualitativ hochwertigen Rohstoffen auf. Dies erfordert, dass bereits in den ersten Stationen unserer Lieferkette höchste Qualitätsstandards eingehalten werden. ▶ NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF Sub-Lieferanten können jedoch nur mittelbar auf die Qualität ihrer Produkte hin überprüft werden, denn diese Stufe der Wertschöpfung entzieht sich in der Regel der direkten Kontrolle der NORMA Group. Risiken liegen darin, dass eine mangelnde Qualität unmittelbar zu einer Verschlechterung der Kundenbeziehungen führen würde. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 86

23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

ZERTIFIZIERUNG BESCHEINIGT HÖCHSTE QUALITÄTSSTANDARDS

Ziel unseres Managementansatzes im Bereich Qualität ist es, die Qualitätsanforderungen unserer Kunden permanent zu erfüllen. Dafür werden alle Standorte nach anerkannten Qualitätsstandards intern und extern geprüft beziehungsweise zertifiziert. Zurzeit sind alle Standorte mit Ausnahme des US-Tochterunternehmens NDS gemäß den Standards ISO 9001 oder IATF 16949 zertifiziert. Eine Auditierung und Zertifizierung von NDS gemäß ISO 9001 ist für 2019 geplant. Alle Standorte, die vormals nach TS 16949 zertifiziert wurden, wurden inzwischen gemäß IATF 16949 zertifiziert. Auf diese Weise stellen wir für unsere Kunden im Automobilsektor die Einhaltung der derzeit höchsten Qualitätsstandards sicher. Gleiches gilt für die Luftfahrtindustrie, die zurzeit von zwei Standorten beliefert wird. Beide sind gemäß des Standards EN 9100 zertifiziert. Im vergangenen Jahr wurde außerdem die NORMA Group Holding gemäß ISO 9001 zertifiziert. Diese Zertifizierung hilft uns sicherzustellen, dass die NORMA Group als Ganzes – also inklusive aller relevanten Fachabteilungen auf Gruppenebene – höchste Qualitätsstandards einhält (siehe Kasten).

Das Qualitätsmanagement der NORMA Group ist verantwortlich für die Einführung, Zertifizierung und kontinuierliche Umsetzung des Qualitätsmanagement-Systems. An jedem Produktionsstandort der NORMA Group gibt es lokale Verantwortliche für das Qualitätsmanagement. Diese sind den regionalen Qualitätsmanagern und dem globalen Qualitätsmanagement unterstellt. Im vergangenen Jahr fokussierte sich die NORMA Group darauf, die Qualitätsmanagement-Organisation in zweierlei Hinsicht zu verbessern. Zum einen erfolgt nun auf Ebene der Regionen wöchentlich eine Überprüfung der Qualitätskennzahlen an allen Standorten der Region. Zum anderen wurden „Quality Circles“ eingeführt. Die Treffen finden einmal im Jahr in jeder Region statt. Zu den Teilnehmern gehören Vertreter des globalen und regionalen Qualitätsmanagements sowie die Qualitätsmanager der Standorte der jeweiligen Region. Beide Neuerungen führten zu einer signifikanten Verbesserung hinsichtlich Wissensaustausch und dem Teilen von Best Practices und hatten eine positive Auswirkung auf die Qualitätskennzahlen.

QUALITÄTSKENNZAHLEN ZEIGEN DEUTLICHE VERBESSERUNG

Die NORMA Group misst die Qualität ihrer Produkte und Prozesse unter anderem anhand von zwei Steuerungsgrößen: vom Kunden zurückgewiesene fehlerhafte Teile (in Parts per Million, PPM) und der Anzahl qualitätsbedingter Beanstandungen. Aufgrund der hohen Bedeutung der Qualitätssicherung sind beide Kennzahlen auch wesentliche nichtfinanzielle Steuerungsgrößen der NORMA Group. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 47

Im Jahr 2018 lag die Zahl der fehlerhaften Teile bei 7 fehlerhaften Teile pro Million gefertigter Teile (2017: 16 PPM), die Zahl der qualitätsbedingten Beanstandungen bei einem monatlichenen Durchschnitt von sieben (2017: neun), was einer Verbesserung um 56 % beziehungsweise 22 % entspricht.

Beide Kennzahlen werden monatlich vom Group Quality Manager an den Vorstand berichtet. Abgeleitet daraus werden auf Werksebene Ursachenanalysen durchgeführt und Gegenmaßnahmen festgelegt. Der Fortschritt der Maßnahmen wird ebenfalls an den Vorstand berichtet. Für die kommenden

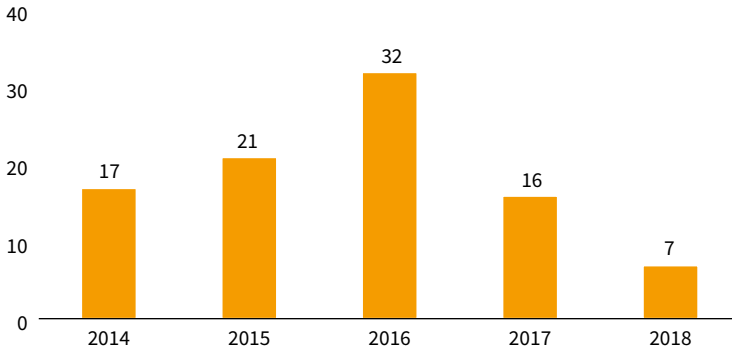
QUALITÄT IN MANAGEMENT UND ENGINEERING

Die NORMA Group hat sich das Ziel gesetzt, weltweit höchste Qualitätsstandards zu gewährleisten – nicht nur in Produktions- und Vertriebsstandorten, sondern auch in Management und Engineering. Im vergangenen Jahr wurde dieser Anspruch durch ein erfolgreiches Audit und die Zertifizierung der NORMA Group Holding nach ISO 9001 bestätigt.

Im Rahmen des Audits wurden die Geschäftsprozesse in den Abteilungen Marketing, Vertrieb, Forschung und Entwicklung, Einkauf und Engineering untersucht. Das Audit trug dazu bei, das Qualitätsmanagement von der Entwicklung von Produkten bis hin zu einem umfassenden Projektmanagement bei der Einführung neuer Produkte weiter zu stärken. Positiv vermerkten die Auditoren bei der NORMA Group insbesondere den systematischen Umgang mit Risiken, den zielgerichteten Produktentwicklungsprozess und die strukturierten Human Resources (HR)-Instrumente zur Talententwicklung und zur Bewertung von Kompetenzen.

ENTWICKLUNG FEHLERHAFTE TEILE

IN PARTS PER MILLION (PPM)



23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

Jahre haben wir uns auch hier Ziele gesteckt: Bis 2020 wollen wir die durchschnittliche Zahl fehlerhafter Teile in allen Regionen deutlich unter 20 PPM halten. Die Zahl der monatlichen qualitätsbedingten Beanstandungen soll im gleichen Zeitraum weiterhin unter acht liegen.

NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG IM EINKAUF WAHRNEHMEN

[GRI 102-9, 103-1, 103-2, 103-3]

Die NORMA Group hat im Jahr 2018 Waren und Dienstleistungen im Wert von EUR 497,5 Mio. eingekauft. Auch dabei stellen wir sicher, dass die Aspekte der unternehmerischen Verantwortung einbezogen werden: Wir arbeiten intensiv daran, vertragliche Beziehungen mit unseren Lieferanten sozial- und umweltverträglich auszugestalten und sicherzustellen, dass etwa Menschenrechte, Arbeits- und Umweltstandards eingehalten werden.

Der Einkaufsprozess zielt in erster Linie darauf ab, direkte Kosten der NORMA Group zu senken und den maximalen Wert für das Unternehmen zu erreichen. Er birgt jedoch auch Risiken hinsichtlich der Qualität der Lieferungen und Leistungen ebenso wie für die Vernachlässigung von Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette. Aus diesem Grund berücksichtigen wir in unseren Einkaufsprozessen nicht nur reine Preisfaktoren, sondern bewerten auch Qualität, Logistik und Nachhaltigkeit der Lieferanten als Teil des Einkaufsprozesses. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 86

Die Steuerung von Nachhaltigkeitsaspekten im Einkauf wird von unserer globalen Einkaufsabteilung verantwortet. Alle Mitarbeiter der Einkaufsorganisation tragen dabei zur Umsetzung bei, indem sie Entscheidungen über Beschaffung und die Auswahl der Lieferanten treffen.

Ein wichtiger Schritt bei der Entwicklung unseres Nachhaltigkeitskonzepts im Einkauf war der Stakeholder Roundtable zum Thema „Nachhaltigkeit in der Lieferkette“ im Jahr 2016. Dabei hat die NORMA Group ihren Ansatz externen Stakeholdern vorgestellt und ihr Konzept entsprechend dem erhaltenen Feedback angepasst. 2018 nahm die Einkaufsabteilung am Stakeholder Roundtable zur Weiterentwicklung der Umweltstrategie teil. ▶ STAKEHOLDER UND MATERIALITÄT

SUPPLIER CODE OF CONDUCT BILDET DEN RAHMEN

[GRI 102-16]

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

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

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

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

NACHHALTIGKEIT IM SUPPLIER-SCORING UND WARENGRUPPEN-MANAGEMENT

Das Bekenntnis zu unserem Supplier Code of Conduct spielt in unseren regulären Einkaufsprozessen eine wichtige Rolle. Nur wenn ein Lieferant den Code of Conduct unterschreibt, wird er in unserem Warengruppen-Management als „bevorzugt“ klassifiziert. 100 % der Lieferanten, die hier den Status „bevorzugt“ bekommen, haben daher den Code of Conduct unterschrieben oder können ein darüber hinausgehendes Commitment nachweisen. Dies sind 24 Zulieferer, die rund 27,0 % unseres Produktionsmaterialumsatzes ausmachen.

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

23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

Ein zusätzliches Instrument, um Nachhaltigkeit im Einkauf zu verankern, war 2018 die Einführung eines neuen Ansatzes für die Warengruppenstrategien. In diese Strategie-Dokumente integrieren wir sogenannte Nachhaltigkeits-Steckbriefe, die analytisch den Stand zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette bewerten. So informieren die Steckbriefe zum einen über Umwelt- und Arbeitssicherheit sowie über Gesundheit-Zertifikate (ISO 14001 und OHSAS 18001 oder vergleichbare). Die Steckbriefe sind zudem im Einklang mit der ▶ UMWELTSTRATEGIE der NORMA Group: Sie quantifizieren die Auswirkungen der jeweiligen Warengruppe auf Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch sowie den Recyclinganteil und zeigen den Warengruppenmanagern konkrete Verbesserungsmöglichkeiten auf. In den nächsten Jahren will die NORMA Group Nachhaltigkeitssteckbriefe für alle Warengruppenstrategien einführen.

NACHHALTIGKEITS-SELF-ASSESSMENT FÜR LIEFERANTEN

[GRI 308-1, 308-2, 414-1]

2018 war das freiwillige Nachhaltigkeits-Self-Assessment erneut Teil unseres Supplier-Scorings. Dabei haben wir unsere Lieferanten nach detaillierten Informationen über soziale Gesichtspunkte (Vereinigungsfreiheit, Beschwerdemechanismen und Arbeitsunfälle), Umweltaspekte (einschließlich CO_2-Emissionen, Wasserverbrauch und Abfallmanagement) sowie Compliance-Themen gefragt.

Die Evaluation des Self-Assessments hat ergeben, dass es von 24,1 % der im Scoring erfassten Lieferanten ausgefüllt wurde. Dies stellt eine Steigerung von rund 5,7 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr dar. In den kommenden Jahren soll die Teilnahme am Nachhaltigkeits-Self-Assessment weiter um jährlich mindestens 5 % gesteigert werden.

KONFLIKTMINERALIEN MÖGLICHST AUS LIEFERKETTE AUSSCHLIESSEN

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

Wir haben daher die „Conflict Minerals Roadmap“ ins Leben gerufen, die größtmögliche Transparenz innerhalb der Lieferantenbasis schaffen soll. Die NORMA Group bekennt sich zu den Prinzipien der Responsible Minerals Initiative, einschließlich der Nutzung der von der Initiative bereitgestellten Due-Diligence-Prozesse. Die Prozesse basieren auf dem „Conflict Minerals Reporting Template“ (CMRT) der Responsible Minerals Initiative, das alle relevanten Lieferanten ausfüllen mussten. Das Management des CMRT ist vollständig in unsere gruppenweite E-Sourcing-Plattform integriert. Dies ermöglicht uns eine bessere Auswertung und Weiterverfolgung der Rückmeldungen unserer Lieferanten.

SUPPLIER CODE OF CONDUCT:
BILDET DAS GRUNDVERSTÄNDNIS FÜR NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT IM EINKAUF, UNTERZEICHNUNG IST VORAUSSETZUNG FÜR EINSTUFUNG VON LIEFERANTEN ALS „BEVORZUGT“

★★★★☆

LIEFERANTENBEWERTUNG (SUPPLIER-SCORING):
ERFOLGT EINMAL IM JAHR; UMWELT- UND ARBEITSSICHERHEITSZERTIFIZIERUNGEN SOWIE NACHHALTIGKEITSFRAGEBOGEN ALS BEWERTUNGSKRITERIEN

WARENGRUPPENSTRATEGIEN:
ENTHALTEN NACHHALTIGKEITS-FACTSHEETS, DIE IMPACT AUF KLIMA UND WASSER QUANTIFIZIEREN UND VERBESSERUNGSPOTENZIALE IDENTIFIZIEREN

TRAININGS:
STANDARDMÄSSIGE SCHULUNG ALLER MITARBEITER DER EINKAUFSABTEILUNG ZU NACHHALTIGKEITSINSTRUMENTEN IM EINKAUF (AB 2019)

23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

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

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

INNOVATION

INNOVATIONEN SICHERN NACHHALTIGES WACHSTUM

Neben Aspekten der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit ist es für die NORMA Group essenziell, den wirtschaftlichen Erfolg langfristig zu sichern. Grundlage dafür ist ein profitables Wachstum, das wir vor allem über die Kennzahlen Konzernumsatz und bereinigte EBITA-Marge messen. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 45 Nur wenn wir es weiterhin schaffen, uns von unseren Wettbewerbern positiv zu differenzieren, können wir die Zufriedenheit unserer Kunden und somit unsere Marktposition aufrechterhalten.

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

INNOVATION ROADMAP BILDET DIE BASIS FÜR FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

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

Grundlage sind dabei unsere kontinuierlich hohen finanziellen und personellen Investitionen in Forschung und Entwicklung. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) im Bereich Engineered Joining Technology (EJT) beliefen sich 2018 auf EUR 30,5 Mio. (2017: EUR 29,4 Mio.). Dies entspricht einer F&E-Quote von 4,5 % in Bezug auf den Umsatz im Bereich EJT. 365 Personen arbeiteten im letzten Jahr im Bereich Produktentwicklung und F&E der NORMA Group (2017: 344).

32

ERFINDUNGEN WURDEN 2018 INNERHALB DER NORMA GROUP GEMELDET.

365

MITARBEITER ARBEITETEN ENDE 2018 IN DER FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG DER NORMA GROUP.

4,5 %

DES UMSATZES IM BEREICH ENGINEERED JOINING TECHNOLOGY (EJT) WURDEN IN FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG INVESTIERT.

23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

MESSUNG UNSERER LEISTUNGEN AN INTERNEN KENNZAHLEN

Die zentrale Kennzahl, nach der wir unsere Forschungsaktivitäten steuern und intern bewerten, ist die Zahl der Erfindungsmeldungen im Unternehmen. Eine Erfindungsmeldung erfolgt im Rahmen eines internen, formalisierten Prozesses, der dem externen Prozess einer Patentanmeldung vorgelagert ist. Wir haben uns das Ziel gesetzt, jährlich mindestens 20 neue Erfindungsmeldungen zu erreichen. Im Jahr 2018 lag die Zahl bei 32 Meldungen (2017: 33), womit wir den gesteckten Zielwert von 20 Meldungen erneut deutlich übertroffen haben. Informationen zu neuen Patenten und Patentfamilien sind im ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 50 zu finden.

Ideen, die uns von Mitarbeitern gemeldet werden, sammeln und bewerten wir in einem strukturierten Prozess. Anschließend werden die Ideen in einem Ranking priorisiert. Auch Umweltaspekte spielen beim Ideenmanagement eine Rolle: Bei der Bewertung unserer Ideen richten wir uns unter anderem nach ihrer Bedeutung für die Emissionsreduktion, Bekämpfung von Wasserknappheit und Erhöhung der Energieeffizienz.

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

ABTEILUNGSÜBERGREIFEND VERBINDUNGEN SCHAFFEN

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

Charles Eisenhauer
Innovation Scout in
Fresno, Kalifornien (USA)

BLICK IN DIE PRAXIS: DIE AUFGABEN EINES INNOVATION SCOUTS

Welche Aufgaben haben Sie als Innovation Scout bei der NORMA Group?
Im Grunde spiele ich eine Doppelrolle: Auf der einen Seite diene ich als unterstützendes Bindeglied zwischen den einzelnen Mitarbeitern und dem Innovationsteam, um Ideen oder Chancen auf den richtigen Weg zu bringen. Auf der anderen Seite entwickle ich selbstständig neue Produkt- und Prozessideen oder Geschäftsmöglichkeiten, die ich dann dem F&E-Team vorstelle.

Woher kommen Ihre Ideen?
Die Quelle können Mitarbeiter, Kollegen, Branchenpublikationen oder auch Workshops sein. Oft ist der Kontakt mit anderen Werken der NORMA Group, Unternehmen oder der Austausch auf Messen der entscheidende Auslöser. Große Ideen beginnen mit einem einfachen Gedanken, der sich dann zu einer Lösung weiterentwickelt.

Was war Ihre letzte Idee?
Die Verbesserung unserer Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, die ebenfalls im Bereich der Tröpfchenbewässerung tätig sind und Produkte anbieten, die unsere ergänzen. Eine solche Zusammenarbeit könnte dazu beitragen, unseren Marktanteil zu erhöhen, zum Beispiel bei Bewässerungssystemen für kleine Betriebe in den USA. Ich habe die Idee bereits unserer F&E-Abteilung vorgestellt und wir diskutieren derzeit die nächsten Schritte.

EINLEITUNG
CR-STRATEGIE
VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN
PRODUKTLÖSUNGEN
MITARBEITER
UMWELT
GESELLSCHAFT
DATEN

23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

INNOVATION SCOUTS AN ALLEN STANDORTEN EINGESETZT

Basis für Innovationen sind die Ideen unserer Mitarbeiter. Neben unserem betrieblichem Vorschlagswesen fördern wir daher unsere „Innovation Scouts". Häufig bietet der Arbeitsalltag nicht genügend Freiraum, um kreativen und neuen Ideen nachzugehen. Unsere Innovation Scouts bieten allen Mitarbeitern daher eine Plattform, um Ideen zu sammeln, diesen nachzugehen und die Kreativität unserer Mitarbeiter wertzuschätzen (siehe Kasten).

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

INNOVATION COUNCILS BRINGEN EXPERTISE ZUSAMMEN

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

INNOVATIONSPARTNERSCHAFTEN MIT KUNDEN UND FORSCHUNGSEINRICHTUNGEN

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

INNOVATION EXCELLENCE AWARD ZEICHNET HERAUSRAGENDE INNOVATIVE LEISTUNGEN AUS

Als Anerkennung für Leistungen von einzelnen Personen oder Gruppen innerhalb der NORMA Group loben wir einmal im Jahr den Innovation Excellence Award aus. Dieser würdigt beispielsweise Prozessoptimierungen, höhere Ergebnisbeiträge, bessere Produktqualität, Wettbewerbsvorteile oder eine höhere Umweltfreundlichkeit. Der Vorstand entscheidet dabei jährlich über die besten von Mitarbeitern eingereichten Ideen.

Im Jahr 2018 erhielt die Jury erneut über 40 Vorschläge aus allen Regionen. Aus den sieben Finalisten ging am Ende das Projekt „Cooling System for E-Truck" als Gewinner hervor. Das Team entwickelte innerhalb von nur vier Wochen einen Prototypen für das Kühlwassersystem eines LKW mit rein elektrischem Antrieb.

Zusätzlich zu dem Innovation Excellence Award hat die NORMA Group im vergangenen Jahr den Corporate Responsibility Award ins Leben gerufen, mit dem Ziel, Corporate Responsibility im Unternehmen bekannter zu machen und auch in diesem Bereich alle Mitarbeiter zu Innovationen zu motivieren. ▶ BEKANNTHEIT VON CR IM UNTERNEHMEN

KUNDENZUFRIEDENHEIT

FÜHREND BLEIBEN DURCH FOKUS AUF DIE BEDÜRFNISSE DER KUNDEN

Kunden zählen zu den wichtigsten Stakeholdern der NORMA Group. ▶ STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT Die Erfüllung ihrer Anforderungen ist die Basis für den kurz- und langfristigen Geschäftserfolg der NORMA Group. Daher hat die Orientierung an den Kundenbedürfnissen in jedem unserer Geschäftsprozesse oberste Priorität: Durch innovative und qualitativ hochwertige Produkte und die kontinuierliche Optimierung unserer Prozesse steigern wir den Mehrwert für unsere Kunden – und legen damit die Grundlage für eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit.

Die NORMA Group agiert in einem sich schnell verändernden Umfeld: Industriestandards, regulatorische Anforderungen und Verbraucherpräferenzen fordern immer neue Anstrengungen etwa im Automobilsektor in den Bereichen Emissionsreduktion, Platzeinsparung oder Modularisierung. Um ihre führende Position zu halten, kann sich die NORMA Group hier nicht nur auf interne Datenanalysen verlassen – Verbesserungen erfordern auch einen aktiven und engen Austausch mit unseren Kunden. Denn letzten Endes sind es ihre Bedürfnisse, die Maßnahmen im ▶ QUALITÄTSMANAGEMENT, im Lean Management oder in der ▶ FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG definieren.

Mit dem Ziel, einen direkten Einblick in die Wahrnehmung der Kunden zu erhalten, führt die Marketingabteilung der NORMA Group daher alle zwei Jahre eine Kundenbefragung (Customer Satisfaction Survey, CSS) durch. Ziel der Umfrage ist es, zu identifizieren, in welchen Bereichen die Kundenbedürfnisse bereits erfüllt werden und in welchen Bereichen zusätzliche Verbesserungspotenziale

23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

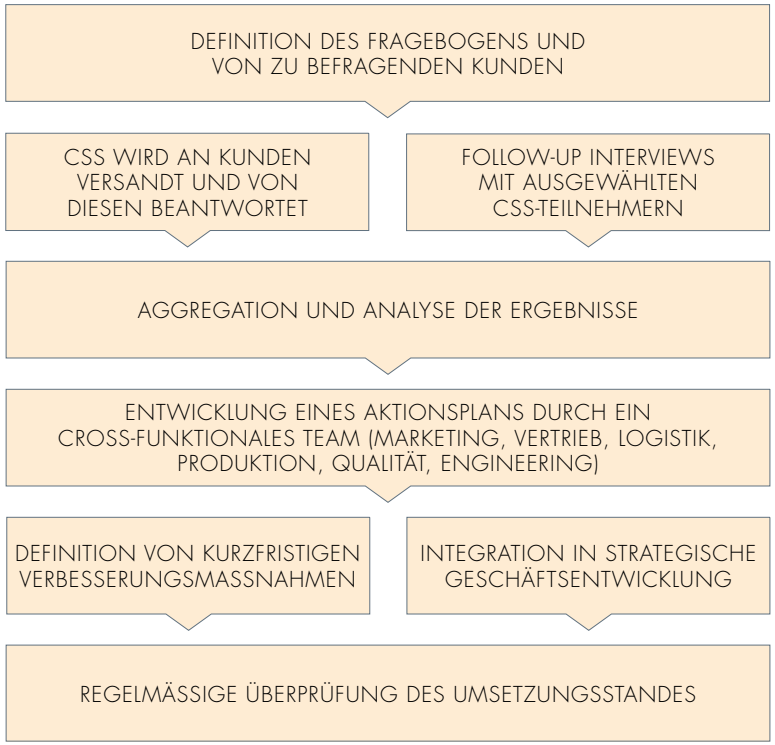
vorhanden sind. Die NORMA Group identifiziert auf diese Weise ihre Stärken und Schwächen und lässt die Analyse anschließend in strategische Entscheidungen einfließen, etwa bei internen Business-Development-Konferenzen. Ausgehend von der strategischen Ausrichtung entwickelt ein funktionsübergreifendes Team konkrete Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und überprüft deren Wirksamkeit durch regelmäßiges Monitoring und Folgebefragungen.

ERGEBNISSE DER KUNDENBEFRAGUNG 2018

Die Methodik der Customer Satisfaction Survey (CSS) 2018 wurde gegenüber den Vorjahren überarbeitet. Der Fokus lag nunmehr auf den im Hinblick auf den Umsatz größten Kunden der NORMA Group. Die im vierten Quartal 2018 durchgeführte Umfrage erreichte eine Rücklaufquote von mehr als 20 % aller angesprochenen Kunden und damit den höchsten Wert seit dem Start der CSS im Jahr 2011. Als wichtigste aggregierte Kennzahlen der Befragung werden der Customer Satisfaction Index (CSI) und der Net Promoter Score (NPS) gebildet. Der CSI wird auf einer Skala von 0 (unzufrieden) bis 100 (zufrieden) gemessen und beschreibt die allgemeine Zufriedenheit eines Kunden mit der Leistung der NORMA Group. Der NPS wiederum misst die Bereitschaft eines Kunden, die NORMA Group als Lieferanten zu empfehlen. Er wird errechnet, indem der Prozentsatz der Kunden, die die NORMA Group weniger wahrscheinlich als Lieferanten empfehlen, von dem Prozentsatz der Kunden abgezogen wird, die bereit sind, die NORMA Group zu empfehlen. In der letztjährigen CSS lag der CSI bei 65 und ist damit im Vergleich zur letzten Umfrage im Jahr 2016 (71) leicht zurückgegangen. Der NPS hingegen verbesserte sich zu 2016 um 5 Prozentpunkte von 22 % auf 27 %, wobei rund die Hälfte der Kunden die Produkte und Lösungen der NORMA Group empfehlen würde.

Um direktes Feedback zu sammeln und detailliertere Informationen für die weitere Analyse zu erhalten, wurden im Anschluss an die quantitative Umfrage qualitative Interviews mit Schlüsselkunden durchgeführt. Alle Ergebnisse wurden zusammengefasst und bilden die Grundlage für die Entwicklung von Aktionsplänen in den Bereichen, für die Verbesserungspotenziale festgestellt wurden.

PROZESS CUSTOMER SATISFACTION SURVEY 2018



23 Strategischer Ansatz
23 Qualität
25 Nachhaltigkeit im Einkauf
27 Innovation
29 Kundenzufriedenheit
31 Ausblick

AUSBLICK

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

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

Im Einkauf wollen wir unsere Nachhaltigkeitsleistung verbessern, indem wir die Beteiligung unserer Lieferanten an unserem Nachhaltigkeits-Self-Assessment erhöhen, Nachhaltigkeitssteckbriefe in alle Warengruppenstrategien integrieren und unsere Mitarbeiter entsprechend trainieren.

AUF EINEN BLICK: CR-ROADMAP 2020

Kernziel „Produktlösungen“

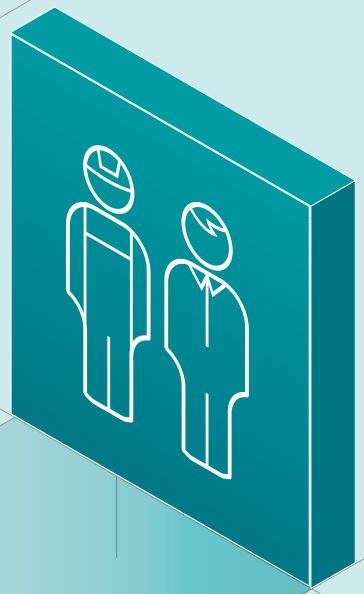
Die NORMA Group verbessert beziehungsweise festigt ihre Marktposition unter Berücksichtigung nachhaltiger Geschäftspraktiken und -beziehungen.

Unser Zielwert für 2020

Stabiles und kontinuierliches Wachstum in allen für die NORMA Group relevanten Geschäftsbereichen.

Unser Anspruch	Meilenstein	Termin	Status
Neue Steuerungssysteme und Strukturen für Innovationsmanagement erhöhen die Anzahl innovativer Produkte und Prozesse im Markt.	Die Anzahl von Erfindungsmeldungen pro Jahr übersteigt 20.	Jährlich	2018: 32
Unsere Authentizität sowie eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kunden tragen zu unserem organischen und nachhaltigen Wachstum bei.	Einführung eines neuen Verfahrens zur Messung der Kundenzufriedenheit.	2018	Implementiert
	Kontinuierliche Verbesserung der Ergebnisse in den darauffolgenden Jahren.	2020	
Wir verbessern die Qualität unserer Produkte zur Zufriedenheit unserer Kunden. Der Anteil fehlerhafter Teile in unserer Produktion (in PPM pro Monat) liegt langfristig im einstelligen Bereich. Mittelfristig soll der Wert auf unter 20 PPM gesenkt werden.	Wir verringern den Anteil der fehlerhaften Teile auf 20 PPM oder niedriger.	2020	2018: 7
	Die berichteten Kundenbeschwerden liegen im Jahresmittel unter acht pro Monat.	2020	2018: 7
Wir wollen Rohstoffe, Produkte und Dienstleistungen kostenoptimal beschaffen – und bei der Auswahl unserer Lieferanten auch Nachhaltigkeitsgesichtspunkte berücksichtigen.	Der Anteil der Lieferanten im Supplier Scoring, die an unserem „Nachhaltigkeits-Self-Assessment“ teilnehmen, steigt bis 2020 jedes Jahr um 5 %.	Jährlich	2018: 24,1 % 2017: 18,4 %
Bei der Entwicklung von Einkaufsstrategien für unsere verschiedenen Warengruppen integrieren wir systematisch Nachhaltigkeitsaspekte.	100 % der bestehenden Warengruppenstrategien enthalten einen Nachhaltigkeitssteckbrief.	2020	Nachhaltigkeitssteckbrief in neu entwickelten Warengruppenstrategien
	Alle Mitarbeiter der Einkaufsorganisation werden zu Nachhaltigkeitsaspekten geschult.	2019	

33 Strategischer Ansatz
33 Arbeitssicherheit und Gesundheit
35 Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung
37 Angemessene Bezahlung und Mitarbeiter-zufriedenheit
38 Vielfalt und Chancengleichheit
38 Ausblick



MITARBEITER

Unsere Mitarbeiter ermöglichen und treiben unseren geschäftlichen Erfolg. Wir investieren in ein sicheres und förderndes Arbeitsumfeld sowie in den Gesundheitsschutz. Unsere Mitarbeiter entwickeln wir kontinuierlich weiter und verbessern so unsere Position als attraktiver Arbeitgeber. Wir setzen auf Vielfalt im Unternehmen und fördern ein Arbeitsumfeld, das frei von Vorurteilen ist.

33 **Strategischer Ansatz**
33 **Arbeitssicherheit und Gesundheit**
35 Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung
37 Angemessene Bezahlung und Mitarbeiter-zufriedenheit
38 Vielfalt und Chancengleichheit
38 Ausblick

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

MITARBEITER

STRATEGISCHER ANSATZ

MITARBEITER LEISTEN JEDEN TAG WERTVOLLEN BEITRAG

[GRI 102-8, 103-1, 103-2, 103-3]

Die NORMA Group beschäftigte Ende Dezember 2018 konzernweit 8.865 Mitarbeiter (Stammbelegschaft inklusive Leiharbeitnehmer) und damit 15,6 % mehr als im Vorjahr (2017: 7.667). Die Anzahl der Leiharbeitnehmer betrug zum Stichtag 1.964 (2017: 1.552). Dies entspricht einem Anteil an der Gesamtbelegschaft von rund 22,2 %.

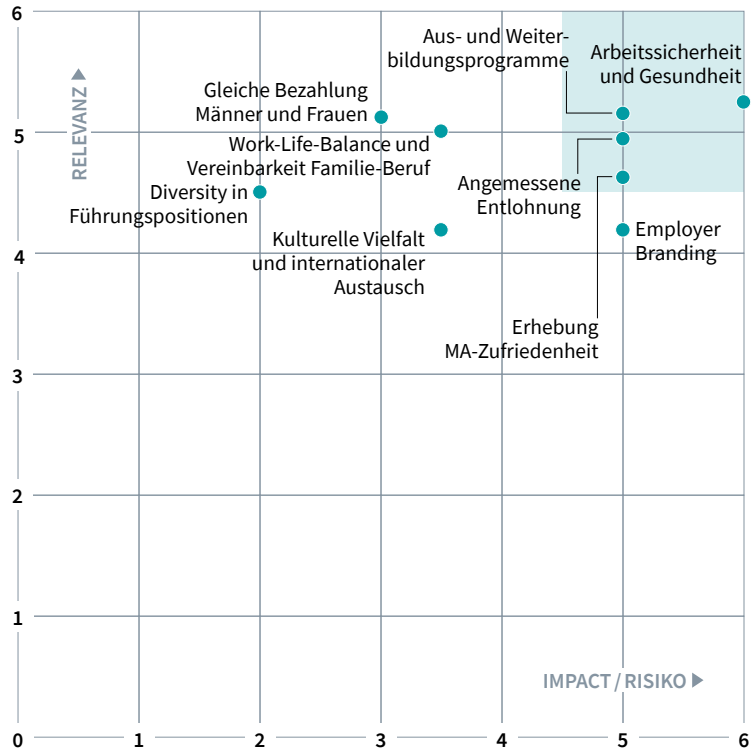
Das Personalmanagement der NORMA Group ist, vor dem Hintergrund der Internationalität, dezentral organisiert. Auf diese Weise können die Standorte die unterschiedlichen lokalen Gegebenheiten besser bei ihrer täglichen Personalarbeit berücksichtigen. Auf Basis einer fest verankerten Mitarbeiterkultur setzen wir unterschiedliche Maßnahmen in Arbeitssicherheit und Gesundheit, Aus- und Weiterbildung, der Entgeltgestaltung sowie Vielfalt und Chancengleichheit um. Die durchschnittlich hohe Zufriedenheit unserer Mitarbeiter bestätigt uns in unserem Ansatz. ▶ MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

UNTERNEHMENSKULTUR IST GRUNDLAGE FÜR MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

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

Um die Unternehmenswerte unseren neuen Kollegen näherzubringen, führen wir „Living our Values"-Trainings in Kleingruppen durch, die sich aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zusammensetzen. Darin machen wir unsere Unternehmenswerte anhand verschiedener interaktiver Methoden praktisch erlebbar und geben den Mitarbeitern die Möglichkeiten, sich zu den Unternehmenswerten auszutauschen. Ohne eine entsprechende Unternehmenskultur wären auch die Aktivitäten in den Bereichen ▶ ARBEITSSICHERHEIT, ▶ MITARBEITER-ENTWICKLUNG und ▶ INNOVATIONSMANAGEMENT weniger wirksam.

WESENTLICHKEITSMATRIX



ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT

SICHERHEIT UND GESUNDHEIT DER MITARBEITER STEHEN IM FOKUS

[GRI 103-1, 103-2, 103-3, 401-2, 403-4, 403-5, 403-7]

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

33 Strategischer Ansatz
33 Arbeitssicherheit und Gesundheit
35 Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung
37 Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit
38 Vielfalt und Chancengleichheit
38 Ausblick

insgesamt als geringfügig ein, bedingt durch unseren systematischen konzernweiten Ansatz des Sicherheits- und Gesundheitsmanagements.

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

ZERTIFIZIERUNG ALLER PRODUKTIONSSTÄTTEN

[GRI 403-1, 403-2, 403-3]

Alle Produktionsstandorte der NORMA Group verfügen über lokale Verantwortliche für Arbeitssicherheit und Gesundheit, die – gemeinsam mit der jeweiligen Werksleitung und Sicherheitsausschüssen – die Umsetzung von Arbeitssicherheitsstandards sicherstellen und als Ansprechpartner für Fachfragen zur Verfügung stehen. Es ist unser Ziel, dass alle Produktionsstandorte bis 2020 entsprechend dem internationalen Standard OHSAS 18001 (respektive des Nachfolgers ISO 45001) zertifiziert sind. Ende 2018 waren 20 der 27 Produktionsstätten, die seit mehr als zwölf Monaten zur NORMA Group gehören, extern geprüft und nach OHSAS 18001 zertifiziert. Im Vergleich zum Ende 2017 blieb die absolute Anzahl der zertifizierten Standorte gleich, der Anteil an der Gesamtzahl der Werke fiel jedoch von 80 % auf 74 % aufgrund der neu akquirierten Produktionsstandorte, die noch keine Zertifizierung vorweisen. Für alle Standorte, die noch nicht entsprechend zertifiziert sind, gibt es feste Zeitrahmen, die sicherstellen, dass eine Zertifizierung von 100 % der NORMA Group Produktionsstandorte bis 2020 gewährleistet werden kann.

OHSAS 18001 schreibt vor, regelmäßig auf Standortebene die Risiken für Arbeitssicherheit und Gesundheit zu bewerten. Auf dieser Basis finden kontinuierlich interne Audits statt, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen festzulegen. Die aus den Maßnahmen resultierenden Fortschritte werden regelmäßig überprüft.

UNFALLRATE ALS ZENTRALE STEUERUNGSKENNZAHL

[GRI 403-9]

Die Einführung von Managementsystemen zur Arbeitssicherheit ist kein Selbstzweck. Zur Steuerung ihrer Wirksamkeit erheben wir die Unfallrate; diese misst die Anzahl der Unfälle je 1.000 Mitarbeiter, welche einen Arbeitsausfall von mehr als drei Arbeitstagen nach sich ziehen. Wir konnten die Unfallrate in den vergangenen Jahren bereits deutlich senken. Im Jahr 2018 lag die Unfallrate bei 7,8 Unfällen pro 1.000 Mitarbeiter und stieg damit im Vergleich zum Vorjahr (2017: 6,3) an.

BLICK IN DIE PRAXIS: AKTIONSTAG FÜR ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT IN SERBIEN

Tägliche Disziplin und kontinuierliche Verbesserungen sind die Voraussetzung, um die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter in unseren Werken sicherzustellen. Darüber hinaus organisiert NORMA Group Serbia jährlich zum Welttag für Arbeitssicherheit und Gesundheit jeweils Veranstaltungen, die sich auf bestimmte Themen aus diesem Umfeld konzentrieren.

2017 nutzte das Management die Gelegenheit, permanente „Health Check Corners" zu installieren, an denen die Mitarbeiter Blutdruck, Temperatur sowie Körpergewicht und Body-Mass-Index messen können. Außerdem füllte mehr als ein Drittel der Belegschaft der (nach Mitarbeitern) größten Produktionsstätte der NORMA Group einen anonymen Fragebogen aus. Anhand dieser Daten wurden anschließend Verbesserungsmaßnahmen festgelegt und maßgeschneiderte Workshops konzipiert.

2018 lag der Schwerpunkt auf den Gesundheitsrisiken in der Verwaltung. Unter Anleitung externer Experten führten Mitarbeiter aus allen Büros einige kurze Übungen durch. Um die Mitarbeiter nachhaltig zu motivieren, wurden die entsprechenden Anleitungen anschließend im gesamten Werk verteilt.

33 Strategischer Ansatz
33 Arbeitssicherheit und Gesundheit
35 Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung
37 Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit
38 Vielfalt und Chancengleichheit
38 Ausblick

Wir erheben außerdem die Zahl der medizinischen Behandlungen beziehungsweise der Unfälle, die einen Arbeitsausfall von weniger als drei Tagen nach sich ziehen (Behandlungsrate). Im Jahr 2018 waren dies 40,9 Behandlungen pro 1.000 Mitarbeiter. Auch dieser Wert stieg im Vergleich zu 2017 (36,0) leicht an.

Bei unserem Arbeitssicherheitsansatz bevorzugen wir immer die Prävention von Unfällen gegenüber reaktiven Maßnahmen. Aus diesem Grund halten wir neben der Unfall- und Behandlungsrate auch die Ereignisse fest, in denen unsere Mitarbeiter einem Unfall knapp entgangen sind („near misses"). Unfälle, medizinische Behandlungen und „near misses" werden von den Mitarbeitern an ihre Vorgesetzten berichtet, die wiederum die Informationen an die Verantwortlichen für Arbeitssicherheit und Gesundheit weitergeben.

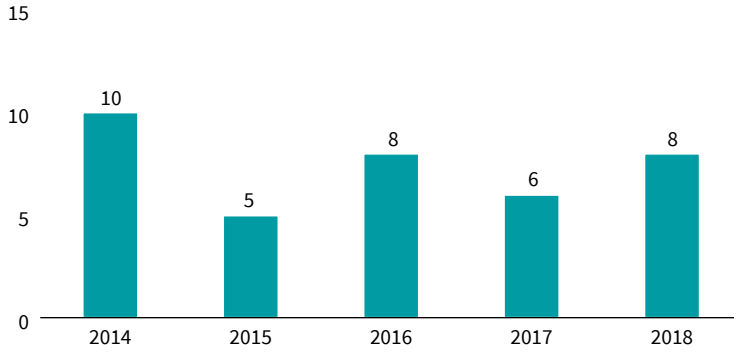
WIRKSAMKEIT WIRD REGELMÄSSIG GEMESSEN

Der Erfolg unseres Managementansatzes wird durch ein regelmäßiges Reporting der globalen Arbeitssicherheitsabteilung an den Vorstand überprüft. Auf Ebene der Produktionsstätten finden umfassende Ursachenanalysen statt und entsprechende Gegenmaßnahmen werden festgelegt. Auch der Fortschritt dieser Maßnahmen wird an den Vorstand berichtet. Im vergangenen Jahr führte die NORMA Group eine globale Evaluierung der verschiedenen Arten von Unfällen und Behandlungen durch. Zurzeit werden die Ergebnisse der Evaluierung und Best-Practice-Ansätze mit dem lokalen Management der Produktionsstandorte geteilt, um künftig den Risiken präventiv zu begegnen.

Unser erklärtes Ziel ist es, die Unfallrate in den kommenden Jahren weiter zu reduzieren. Bis 2020 wollen wir eine Verbesserung auf maximal vier meldepflichtige Unfälle je 1.000 Mitarbeiter pro Jahr erreichen. ▶ CR-ROADMAP 2020

ENTWICKLUNG UNFALLRATE

MELDEPFLICHTIGE UNFÄLLE PRO 1.000 MITARBEITER



Ein wesentliches Instrument zur Zielerreichung ist die Initiative „Values-Based-Safety". Sie soll unsere Mitarbeiter dazu anregen, Sicherheitsrisiken frühzeitig zu identifizieren und die Prozesse entsprechend zu verändern.

AUS-UND WEITERBILDUNG / MITARBEITERENTWICKLUNG

ZENTRALER ERFOLGSFAKTOR UNSERER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

[GRI 103-1, 103-2, 103-3]

Die NORMA Group betrachtet sich selbst als „lernende Organisation" und verfolgt daher den Anspruch, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Dies ist unter anderem deshalb so wichtig, weil wir uns in einem sehr dynamischen Umfeld mit permanent wechselnden Anforderungen bewegen. Besonders

Ashley Hanel
HR Generalist in Auburn Hills, USA

BLICK IN DIE PRAXIS: AUSGEZEICHNETE BILDUNGSPARTNERSCHAFT

Das Werk in Auburn Hills erhielt für sein Kooperationsprogramm den „2018 Partner Award" der Oakland University. Seit 2015 haben knapp 20 Studenten aus der School of Education and Human Services, der School of Business Administration und der School of Engineering and Computer Sciences der Universität im Werk gearbeitet.

Die Studenten arbeiten bei der NORMA Group direkt mit dem Operational Excellence Leader zusammen, der im Werk für Lean Management verantwortlich ist, und erarbeiten ein Lean Assessment mit Empfehlungen zu einem bestimmten Bereich oder Projekt.

Das Werk beschäftigt regelmäßig Praktikanten und Absolventen der Oakland University. „Durch die Zusammenarbeit mit der Universität ist die NORMA Group unter den Studenten inzwischen gut bekannt", sagt Ashley Hanel, die heute in der Personalabteilung der NORMA Group arbeitet und die Partnerschaft initiiert hat, als sie selbst Studentin der Oakland University war.

33 Strategischer Ansatz
33 Arbeitssicherheit und Gesundheit
35 Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung
37 Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit
38 Vielfalt und Chancengleichheit
38 Ausblick

relevant sind dabei Trends wie Digitalisierung, Vernetzung, Flexibilisierung und Nachhaltigkeit.

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

ALLE SEITEN PROFITIEREN VON AUS- UND WEITERBILDUNG

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

MITARBEITERENTWICKLUNG DURCH TRAININGS SICHERSTELLEN

[GRI 404-1]

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

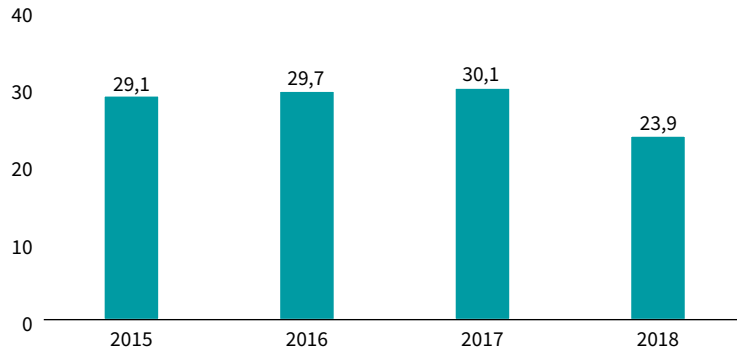
Als Ziel haben wir uns gesetzt, dass jeder Mitarbeiter der NORMA Group durchschnittlich mindestens 30 Trainingsstunden im Jahr erhalten soll. Trainings umfassen sowohl interne wie externe Schulungen und Workshops und schließen auch die sogenannten Bubble Assignments (siehe nachfolgend) mit ein. Im Jahr 2018 lag der Wert bei 23,9 Stunden pro Mitarbeiter. Dies ist ein Rückgang um 20,6 % im Vergleich zu 2017 (30,1 Stunden pro Mitarbeiter). Der Rückgang ist vor allem auf den gestiegenen Kostendruck im zweiten Halbjahr zurückzuführen, aufgrund dessen die Durchführung externer Trainings mit Ausnahme rechtlich vorgeschriebener Trainings stark reduziert wurde.

Um dem Anspruch an eine kontinuierliche und hochwertige Weiterbildung der Mitarbeiter und Führungskräfte künftig auch bei anspruchsvollen Budgetvorgaben gerecht zu werden, baut die NORMA Group zurzeit verstärkt interne Trainings-

KOMPETENZMODELL

ENTWICKLUNG TRAININGSSTUNDEN

IN STUNDEN PRO MITARBEITER



kapazitäten auf. Ein wichtiger Bestandteil ist dabei das „Learning Management System" der NORMA Group, das im vergangenen Jahr erweitert wurde. Ziel ist es, den Mitarbeitern online eine Plattform zu bieten, auf der einerseits Standard-Schulungen angeboten werden, auf der sich die Mitarbeiter aber auch entsprechend ihrer individuellen Bedürfnisse weiterbilden können.

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

▶ MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

33 Strategischer Ansatz
33 Arbeitssicherheit und Gesundheit
35 Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung
37 Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit
38 Vielfalt und Chancengleichheit
38 Ausblick

GEZIELT KOMPETENZEN ERWERBEN

[GRI 404-2, 404-3]

Mitarbeiter-Trainings sind am effektivsten, wenn sie sich an den Anforderungen des Arbeitsumfelds ausrichten. Um dies sicherzustellen, ist unser Ansatz grundsätzlich bedarfsorientiert, basierend auf Bottom-up-Meldungen aus den Abteilungen. Die NORMA Group hat zudem in den vergangenen Jahren ein Kompetenzmodell entwickelt. Dabei wurden die für uns wesentlichen Kompetenzen in zahlreichen Workshops und unter Beteiligung von Mitarbeitern in allen Regionen definiert.

Im vergangenen Jahr haben wir das Kompetenzmodell systematisch weiter in unsere HR-Strukturen integriert (siehe Grafik auf vorangegangener Seite). So wurden etwa Führungskräfte geschult, wie sie Ihre Mitarbeiter unter Einbeziehung des Kompetenzmodells weiterentwickeln können und Methoden eingeführt, mit denen auch die Auswahl neuer Mitarbeiter im Rahmen der für die NORMA Group entscheidenden Kompetenzen erfolgt.

Der Erwerb passgenauer Kompetenzen ist auch in unseren Performance-Management-Prozess (PMP) integriert. Die darauf basierenden verpflichtenden jährlichen Mitarbeitergespräche beinhalten somit nicht nur die Festlegung einer Zielvereinbarung mit den Führungskräften – vielmehr werden die Mitarbeiter auch darin unterstützt, die dafür notwendigen Kompetenzen zu erwerben.

INTERNATIONALER AUSTAUSCH

[GRI 401-2, 404-2]

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

ANGEMESSENE BEZAHLUNG UND MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

ANGEMESSENE BEZAHLUNG ALLER MITARBEITER

[GRI 102-41, 103-1, 103-2, 103-3, 401-2]

Unsere Personalpolitik fußt darauf, dass alle Mitarbeiter wettbewerbsfähige und faire Entgelte für ihre Arbeit erhalten. Dies geht in der Regel über die Zahlung lokaler gesetzlich oder kollektivrechtlich festgelegter Mindestentgelte hinaus – diese sind für uns allenfalls ein Minimalstandard. Zusätzlich beabsichtigen wir – soweit noch nicht geschehen –, an allen Standorten weltweit leistungs- beziehungsweise erfolgsabhängige Anreizsysteme einzuführen. Zum Ende des Jahres 2018 haben wir dieses Ziel an 98 % unserer Standorte umgesetzt. Lediglich der niederländische Standort Groen Bevestigingsmaterialen mit acht Mitarbeitern verfügte über kein derartiges System. Derzeit erhebt die NORMA Group nicht den Anteil der Mitarbeiter, die weltweit von Tarifverträgen abgedeckt werden.

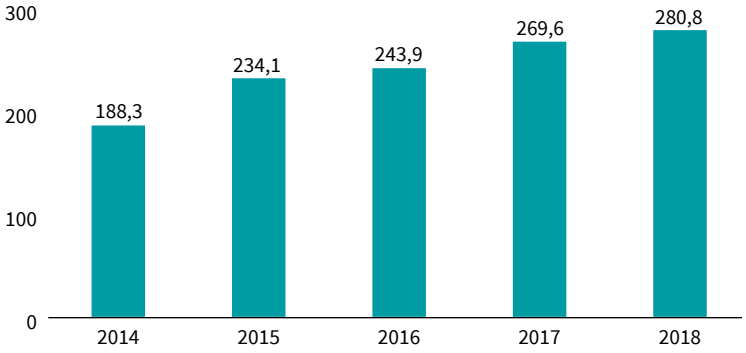
MITARBEITERZUFRIEDENHEIT ALS ZENTRALE KENNGRÖSSE

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

Alle drei Jahre führt die NORMA Group eine groß angelegte Mitarbeiterbefragung durch. An der letzten Umfrage im Jahr 2017 konnten alle festangestellten Mitarbeiter teilnehmen, die zum Ende des Jahres 2016 bei der NORMA Group arbeiteten.

ENTWICKLUNG PERSONALAUFWAND

IN EUR MIO.



33 Strategischer Ansatz
33 Arbeitssicherheit und Gesundheit
35 Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung
37 Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit
38 Vielfalt und Chancengleichheit
38 Ausblick

Die Befragung, welche auf freiwilliger Basis erfolgt, hatte eine Teilnahmequote von 82 %. Davon erklärten 76 % der Befragten, sie seien zufrieden bis sehr zufrieden mit ihrer Arbeitssituation bei der NORMA Group. Im Durchschnitt lag der Wert der Zufriedenheit auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 7 (sehr unzufrieden) bei 2,74.

Die Ergebnisse sind für uns ein Ansporn, die Arbeitswelt der NORMA Group kontinuierlich weiter zu verbessern. Im vergangenen Jahr wurden daher weltweit verschiedene Maßnahmen umgesetzt, die unmittelbar auf das Feedback der Mitarbeiterbefragung eingehen. Konkrete Beispiele umfassen etwa die Renovierung beziehungsweise Einrichtung von Sozialräumen an Standorten in der Region Amerika oder die Entwicklung von klar definierten Karrierepfaden für Mitarbeiter in der Region. In der Region Asien-Pazifik wurden unter anderem Maßnahmen zur Reduzierung der Arbeitsbelastung und zur Teambildung umgesetzt. Der Fokus der Region EMEA lag unter anderem auf der Durchführung von verschiedenen Workshops für Führungskräfte und Mitarbeiter zum Thema Stressmanagement.

VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

DIVERSITÄT ZAHLT SICH AUS

[GRI 102-12, 103-1, 103-2, 103-3]

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

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

DIVERSITY-BEAUFTRAGTE UND TAG DER VIELFALT

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

Unser Bekenntnis zu Vielfalt bei der NORMA Group feiern wir jährlich an unserem Diversity Day (Tag der Vielfalt). An allen Standorten weltweit, mit Ausnahme der neu akquirierten Werke von Kimplas Piping Systems und Statek Stanzereitechnik, wurden im vergangenen Jahr erneut Aktionen durchgeführt, um unsere Mitarbeiter für das Thema Vielfalt zu sensibilisieren und es weiter voranzutreiben. Der Tag der Vielfalt 2018 stand an allen Standorten der NORMA Group unter dem Motto „Teamspirit".

GLEICHBEHANDLUNG VON MÄNNERN UND FRAUEN

[GRI 405-1]

Männer und Frauen haben bei der NORMA Group die gleichen Chancen, auch bei der Vergabe von Führungspositionen. Wir treten aktiv gegen eine Diskriminierung ein und sehen es als selbstverständlich an, dass Frauen und Männer bei gleicher Tätigkeit und Qualifikation auch in derselben Höhe entlohnt werden. Der Frauenanteil richtet sich grundsätzlich nach dem Anteil weiblicher Interessenten, die über den Arbeitsmarkt zur Verfügung stehen und die jeweils erforderlichen Qualifikationen mitbringen. Dementsprechend variiert er weltweit zwischen den Standorten. Ende 2018 lag der Frauenanteil an der gesamten Stammbelegschaft bei 34,8 % (2017: 36,4 %). Im Aufsichtsrat der NORMA Group sind derzeit zwei Frauen vertreten, was einem Anteil von 30 % entspricht. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 30

AUSBLICK

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

Wir werden weiterhin in Arbeitssicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz investieren. Um die Effektivität der Arbeitssicherheitsmaßnahmen sicherzustellen, sollen alle Produktionsstandorte bis Ende 2020 und anschließend durchgehend entsprechend der Norm OHSAS 18001 (beziehungsweise deren Nachfolger ISO 45001) zertifiziert werden. Außerdem haben wir uns das Ziel gesetzt, die Unfallrate pro 1.000 Mitarbeiter auf unter vier pro Jahr zu senken.

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

33 Strategischer Ansatz
33 Arbeitssicherheit und Gesundheit
35 Aus- und Weiterbildung / Mitarbeiterentwicklung
37 Angemessene Bezahlung und Mitarbeiterzufriedenheit
38 Vielfalt und Chancengleichheit
38 Ausblick

AUF EINEN BLICK: CR-ROADMAP 2020

Kernziel „Mitarbeiter“

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

Unser Zielwert für 2020

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

Unser Anspruch	Meilenstein	Termin	Status
Als verantwortungsvolles Unternehmen investieren wir in eine sichere und effiziente Arbeitsumgebung und in Arbeitsbedingungen, die die Gesundheit unserer Mitarbeiter schützen und ihr Wohlbefinden erhalten. Keiner unserer Mitarbeiter erleidet einen Unfall im Arbeitskontext.	100 % der Produktionsstandorte[1] sind entsprechend der Norm OHSAS 18001 (beziehungsweise dem Nachfolgestandard ISO 45001) zertifiziert.	2020	2018: 74 %
	Unsere Unfallrate (pro 1.000 Mitarbeiter) liegt bei einem Wert von unter 4 pro Jahr.	2020	2018: 7,8
Als „lernende Organisation“ entwickeln wir uns stetig weiter.	Durchschnittlich mindestens 30 Trainingsstunden jährlich pro Mitarbeiter.	Jährlich	2018: 23,9 Stunden
Wir stellen sicher, dass an allen Standorten Systeme zur angemessenen Vergütung existieren.	An 100 % aller Standorte gibt es leistungsorientierte Anreizsysteme[1].	2020	2018: 98 %

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

41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagement-
systeme
43 Klimaschutz in der
Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung
der Produkte
49 Ausblick

UMWELT

Verantwortung heißt, dass wir die Abhängigkeit von und unsere Auswirkungen auf unsere Umwelt berücksichtigen. In der Produktion stellen wir die Einhaltung von Umweltstandards sicher und leisten darüber hinaus ambitionierte Beiträge in den Bereichen Klima-, Wasser- und Abfallmanagement. Mit unserer Verbindungstechnologie helfen wir Kunden dabei, künftige Umweltstandards zu erfüllen und ihre Umweltleistung zu verbessern.

41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagementsysteme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

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

UMWELT

STRATEGISCHER ANSATZ

DIE UMWELTSTRATEGIE DER NORMA GROUP

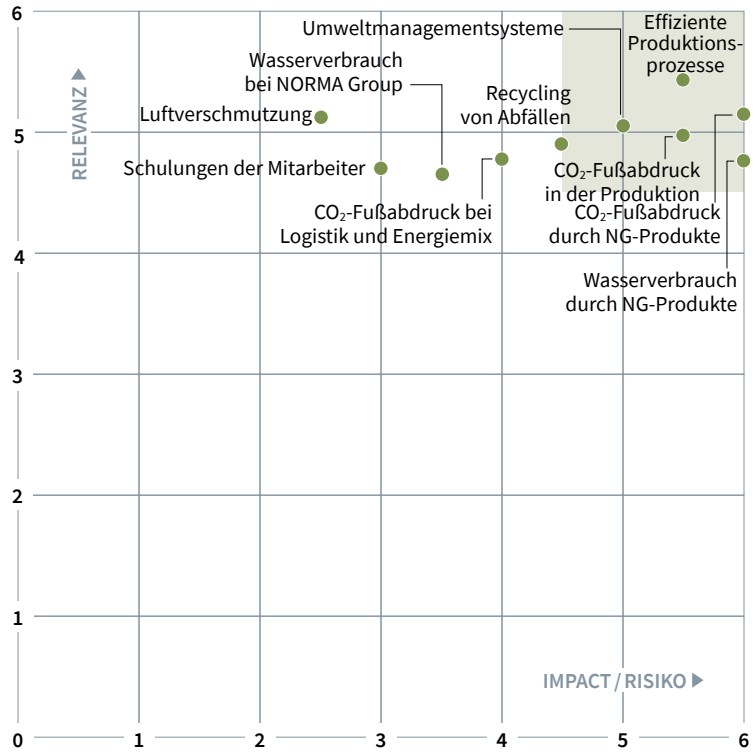
Megatrends wie Ressourcenverknappung und Klimawandel verändern die Welt grundlegend und langfristig. Die NORMA Group ist sich ihrer Verantwortung auch in dieser Hinsicht bewusst: Wir können mit unseren Produkten und Leistungen die Herausforderungen, die sich aus den Megatrends für Kunden, Gesellschaft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

Um unsere Anstrengungen in diesen Bereichen weiter strukturiert voranzutreiben, haben wir im vergangenen Jahr eine umfassende Umweltstrategie entwickelt. Dieser Prozess umfasste die Auswertung historischer Daten, Benchmark-Analysen sowie interne Workshops mit Teilnehmern aus allen Regionen. Der Stakeholder-Roundtable im letzten Jahr war in diesem Zusammenhang ein wichtiger Meilenstein, da er dazu beitrug, unseren Ansatz zu bestätigen und neue Impulse zu geben, die später in die Umweltstrategie integriert wurden. ▶ STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT

Grundlage der Umweltstrategie sind die wesentlichen Themen, die wir in unserer Wesentlichkeitsanalyse 2017 identifiziert haben: Klima, Wasser und Abfall. ▶ STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEIT Die Strategie unterteilt jedes dieser Themen in drei Ebenen (siehe Grafik auf der nächsten Seite): Im Mittelpunkt steht das Management der eigenen Prozesse, die zweite Ebene zielt auf die Wirkungsmessung entlang der Wertschöpfungskette und als drittes folgt die äußere Ebene der Pilotprojekte. Dieser dreistufige Ansatz erlaubt es der NORMA Group, sich auf die Prozesse zu konzentrieren, die direkt beeinflusst werden können, ohne die Auswirkungen zu vernachlässigen, die in der Lieferkette oder durch die Nutzung der Produkte entstehen. Die Umweltstrategie wird begleitet von Kommunikationsmaßnahmen und der Weiterentwicklung von Due-Diligence- und Risikomanagementkonzepten.

Die in der Umweltstrategie festgelegten Ziele sind in die CR-Roadmap eingeflossen. Detaillierte Ansätze zu den drei verschiedenen Themen werden in den folgenden Kapiteln erläutert. Andere Umweltthemen wie Biodiversität oder der Umgang mit Gefahrstoffen wurden für die NORMA Group als weniger relevant bewertet. Damit stehen sie nicht im Fokus unserer CR-Aktivitäten. Die geringere Wesentlichkeit von Biodiversität begründet sich dadurch, dass die NORMA Group ihre Produktionsstätten überwiegend in ausgewiesenen Industrie- und Gewerbegebieten betreibt. Der Umgang mit Gefahrstoffen betrifft nur wenige Produktionsbereiche und die gesetzlichen Vorgaben werden dabei eingehalten.

WESENTLICHKEITSMATRIX



UMWELTMANAGEMENTSYSTEME

UMWELTRELEVANTE CHANCEN UND RISIKEN

[GRI 103-1, 103-2, 103-3, 308-1, 308-2]

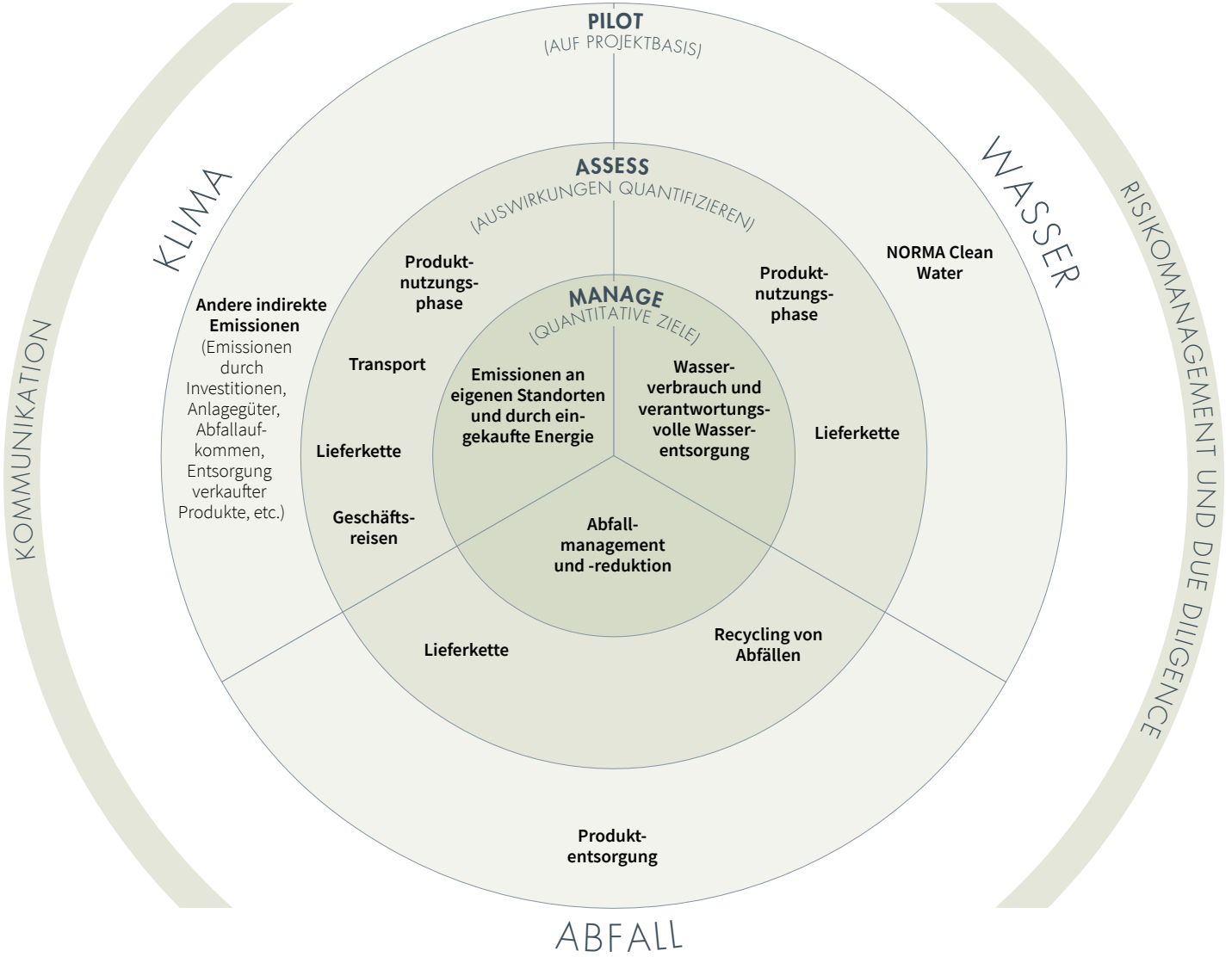
Wir können nur zu einem effizienteren und somit umweltfreundlicheren Wirtschaften beitragen, wenn der Umweltschutz in die Prozesse und Arbeitsabläufe aller Standorte der NORMA Group integriert ist. Gleichzeitig ist die ▶ UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE ein wichtiges Kaufargument für unsere Kunden.

41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagementsysteme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

Darüber hinaus helfen wir ihnen, durch energie- und ressourceneffiziente Prozesse Kosten einzusparen.

Unsere Geschäftstätigkeit birgt jedoch auch Risiken: So könnten Umweltauswirkungen ohne ein effektives Umweltmanagementsystem weder erhoben noch wirkungsvoll unternehmensweit gesteuert werden. Zugleich besteht das Risiko von steigenden Produktionskosten durch den ineffizienten Einsatz von Ressourcen, was zu Wettbewerbsnachteilen führen würde. Zudem muss die NORMA Group steigenden rechtlichen und gesellschaftlichen Anforderungen auch im Umweltbereich gerecht werden. So legen etwa Kunden und Investoren der

UMWELTSTRATEGIE



41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagementsysteme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

NORMA Group in ihren Ratings zunehmend Wert auf eine transparente Darstellung von CO_2-Kennzahlen sowie den effizienten Wasser- und Ressourceneinsatz durch die NORMA Group.

Entlang der Lieferkette bestehen ähnliche Umweltrisiken wie für die NORMA Group selbst, da ein Großteil unserer Zulieferer ebenfalls aus der verarbeitenden Industrie stammt. Die Überprüfung und Verifizierung dieser potenziellen Nachhaltigkeitsrisiken ebenso wie der finanziellen Risiken liegt in der Verantwortung unserer Einkaufsabteilung ▶ NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 86

KONZERNWEITES UMWELTMANAGEMENTSYSTEM

Die NORMA Group hat sich in ihrer CR-Roadmap zum Ziel gesetzt, dass 100 % der Produktionsstandorte nach der international gültigen Norm ISO 14001 zertifiziert sind. Vor dem Hintergrund des starken Wachstums durch Akquisitionen bezieht sich das Ziel nur auf solche Standorte, die für mehr als zwölf Monate in die NORMA Group integriert sind. Zum 31. Dezember 2018 waren 93 % (25 von 27) dieser Produktionsstandorte nach ISO 14001 zertifiziert. Dabei war die erstmalige Zertifizierung der US-Tochtergesellschaft NDS im vergangenen Jahr ein wichtiger Schritt zur Erreichung des Ziels. Ohne Zertifizierung zum Stichdatum waren die Tochtergesellschaften Lifial in Portugal (Zertifizierung in erster Jahreshälfte 2019) und Connectors in der Schweiz (keine Zertifizierung aufgrund Umzug an neuen Standort in 2019).

Die Verantwortung für die Einführung und Umsetzung der Umweltmanagementsysteme liegt bei unserer Umweltabteilung, die an allen Produktionsstandorten mit qualifiziertem Personal vertreten ist. Diese Struktur ermöglicht es uns, unter Berücksichtigung der lokalen Umweltherausforderungen einerseits und der standortspezifischen Produktionsprozesse andererseits spezifische Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. Um die Einhaltung der Norm ISO 14001 zu gewährleisten, werden unsere Standorte regelmäßig von externen Auditoren überprüft. Die Fortschritte bei der Erreichung der Ziele in den Bereichen Klima, Wasser und Abfall werden auf lokaler Ebene in regelmäßigen Bewertungen durch das Management und auf globaler Ebene durch die Meldung aggregierter Daten an den Vorstand überprüft.

KLIMASCHUTZ IN DER PRODUKTION

REDUZIERUNG DER CO_2-EMISSIONEN

[GRI 103-1, 103-2, 103-3]

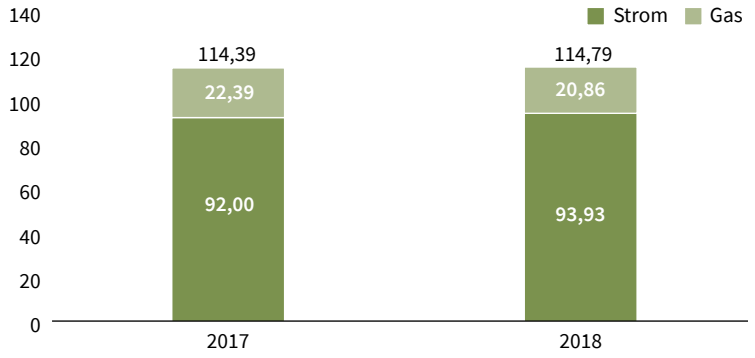
Weltweit trägt die verarbeitende Industrie durch ihre eigenen Produktionsprozesse und ihren Energieverbrauch signifikant zu Treibhausgasemissionen bei. Die Reduktion des CO_2-Ausstoßes stellt einen bedeutenden Hebel dar, um das Ziel der Weltgemeinschaft zu erreichen, die Erderwärmung auf deutlich unter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

Mit unserer Umweltstrategie wollen wir einen deutlichen Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels leisten. Die Strategie konzentriert sich auf die Emissionen, die durch Produktionsprozesse an unseren Standorten und den damit verbundenen Energiebedarf entstehen (Scope 1 und 2). Für diese Emissionen haben wir uns ein absolutes Reduktionsziel gesetzt: Trotz erheblicher Wachstumsziele will die NORMA Group ihre CO_2-Emissionen bis 2025 um 16 % reduzieren (Basisjahr 2017). Die Berechnung dieses Ziels basiert auf dem branchenbezogenen Dekarbonisierungsansatz (Sectoral Decarbonization Approach) der Science Based Targets Initiative und schließt die Emissionen aus, die durch anorganisches Wachstum verursacht wurden. Um die Zielerreichung auch auf lokaler Ebene zu gewährleisten, integrieren wir die Ziele derzeit in unsere ▶ UMWELTMANAGEMENTSYSTEME.

Eine Richtlinie für den Bezug von Ökostrom beziehungsweise erneuerbaren Energien gibt es bei der NORMA Group derzeit nicht. Stattdessen steuern wir die Emissionsreduzierung, indem wir unseren Energiebedarf vermindern. Für die konkreten Maßnahmen zur Senkung des Energiebedarfs und damit der CO_2-Emissionen ist bei der NORMA Group das Management der einzelnen Werke verantwortlich.

ENTWICKLUNG SPEZIFISCHER ENERGIEVERBRAUCH

IN KILOWATTSTUNDEN PRO TEUR UMSATZERLÖSE



41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagementsysteme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

LEICHTER ANSTIEG DES ENERGIEVERBRAUCHS

[GRI 302-1, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-4, 305-5]

Die NORMA Group konzentriert sich derzeit bei der Erhebung und Steuerung ihrer Treibhausgasemissionen auf die Emissionen, die aus dem Strom- und Gasverbrauch ihrer Produktionsstandorte entstehen. Im vergangenen Jahr führte der Strom- und Gasverbrauch zum Ausstoß von insgesamt 51.018 Tonnen CO_2-Emissionen. Das entspricht 47,06 kg pro TEUR Umsatz, eine Verringerung im Vergleich zum Vorjahr um rund 6,6 % (2017: 50,38 kg pro TEUR Umsatz). Der entsprechende Energieverbrauch aus Strom und Gas betrug 125,45 Gigawattstunden beziehungsweise 114,79 Kilowattstunden pro TEUR Umsatz (2017: 114,35 Kilowattstunden pro TEUR Umsatz).

Die Treibhausgasemissionen werden mit einer Kombination aus standortbezogenen („location-based“) und marktbasierten („market-based“) Methoden berechnet: Die NORMA Group verwendet Emissionsfaktoren von Energieversorgern, sofern diese spezifischen Faktoren verfügbar sind (marktbasiert). Ist dies nicht der Fall, verwenden wir die von der Internationalen Energieagentur zur Verfügung gestellten Länderemissionsfaktoren (standortbezogen). Eine Angabe zur Höhe der Emissionen gemäß einer rein standortbezogenen Methode findet sich im ▶ DATENKAPITEL

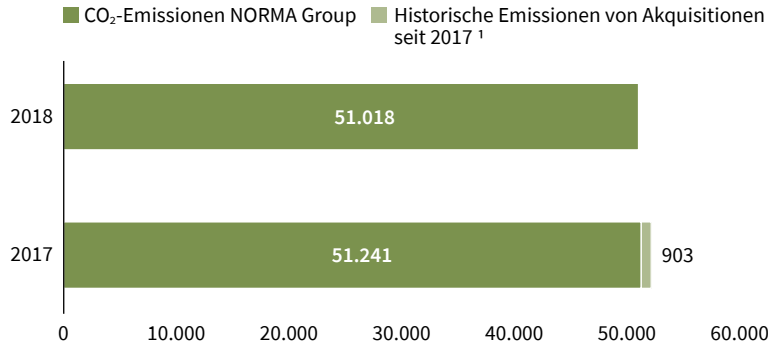
QUANTIFIZIERUNG VON EMISSIONEN ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Neben unseren Bemühungen um eine Reduzierung der Emissionen an unseren Produktionsstandorten setzen wir uns auch für das Management der Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette ein (Scope-3-Emissionen). Das bedeutet zum einen, dass wir die Lieferkette in unsere Ansätze einbeziehen, da für die Herstellung der Materialien und Komponenten, die wir einkaufen, in vielen Fällen große Energiemengen benötigt werden. Ein Beitrag zum Klimaschutz ist nur möglich, wenn auch unsere Zulieferer ihre Treibhausgase wirksam reduzieren. Zum anderen ist es auch unser Ziel, den CO_2-Fußabdruck unserer Produkte während der Nutzungsphase zu reduzieren. Dies ist insbesondere in der Automobilindustrie von Relevanz, wo wir unter anderem neue Anwendungen im Bereich der E-Mobilität entwickeln. ▶ UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE

Grundlage für ein effektives Management ist zunächst die Quantifizierung der Emissionen entlang der Wertschöpfungskette. Im vergangenen Jahr haben wir erste Initiativen gestartet, um die Auswirkungen der Herstellung wichtiger Rohstoffe (▶ NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF) sowie den Einsatz unserer Produkte zu bewerten. In den nächsten Jahren wollen wir die Analyse auf weitere relevante Rohstoffe und Produktportfolios erweitern.

ENTWICKLUNG CO_2 EMISSIONEN

AUS STROM- UND GASVERBRAUCH, IN TONNEN



1_Schätzung der Emissionen, die bei akquirierten Unternehmen der NORMA Group im Jahr 2017 angefallen sind. Zur Berechnung vgl. GHG Protocol, Kapitel 5 [GRI 102-48].

WASSER IN DER PRODUKTION

AKTIVE BEKÄMPFUNG DER WASSERKNAPPHEIT

[GRI 103-1, 103-2, 103-3, 303-1, 303-2, 308-2]

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

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

41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagementsysteme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

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

REDUZIERUNG DES EIGENEN WASSERVERBRAUCHS

[GRI 303-1, 303-2, 303-3, 307-1]

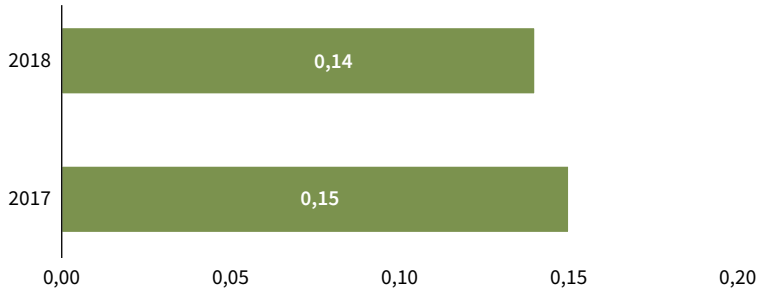
Seit Jahren arbeitet die NORMA Group an dem Ziel, den Einsatz von Wasser innerhalb ihrer eigenen Produktionsprozesse kontinuierlich zu senken. In unserer Umweltstrategie berücksichtigen wir sowohl den Wasserverbrauch an unseren Produktionsstandorten als auch entlang der Wertschöpfungskette. Für unsere eigenen Standorte haben wir uns zum Ziel gesetzt, den Wasserverbrauch im Verhältnis zu Umsatzerlösen bis 2025 um 15 % zu senken (Basisjahr 2017), was einer Effizienzsteigerung von 2 % pro Jahr entspricht. Um dieses Ziel zu erreichen, legen wir einen besonderen Fokus auf Standorte in Gebieten mit wasserbezogenen Risiken (quantitativ und qualitativ nach der AQUEDUCT-Methodik).

Im Rahmen der Datenerhebung und der Zielvorgaben konzentrieren wir uns auf unsere Produktionsstandorte, da der Wasserverbrauch an unseren Verwaltungs- und Distributionsstandorten aufgrund der deutlich geringeren Verbrauchswerte nur eine untergeordnete Rolle spielt.

Die Steuerung des Wasserverbrauchs folgt unseren Umweltmanagementsystemen. Sie wird global und lokal von der Umweltabteilung umgesetzt und auf Werksebene entsprechend den Standards von ISO 14001 implementiert.
▶ UMWELTMANAGEMENTSYSTEME

ENTWICKLUNG WASSERVERBRAUCH

IN KUBIKMETER PRO TEUR UMSATZERLÖSE



Das Wasser, das die NORMA Group verbraucht, stammt hauptsächlich aus kommunalen oder anderen öffentlichen oder privaten Wasserversorgungssystemen und – an einigen Standorten – aus Grund- und Oberflächenwasser. Der Wasserverbrauch der Produktionsstätten der NORMA Group betrug im vergangenen Jahr 152.943 Kubikmeter und blieb damit im Vergleich zum Vorjahr (2017: 152.413 Kubikmeter) fast konstant. Dementsprechend betrug der Wasserverbrauch pro TEUR Umsatzerlöse 0,14 Kubikmeter (2017: 0,15 Kubikmeter), was einer Verbesserung um 5,9 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Die Einführung von ISO 14001 bei der NORMA Group umfasst auch den Umgang mit Abwasser. Grundsätzlich wird die überwiegende Mehrheit der Abwässer an Standorten der NORMA Group in lokale Abwasser- und Wiederaufbereitungssysteme geleitet. 2018 wurde eines der chinesischen Tochterunternehmen der NORMA Group, Fengfan Fastener (Shaoxing) Co., Ltd., („Fengfan“), angewiesen, eine Strafe in Höhe von umgerechnet TEUR 103 (zuzüglich Gerichtskosten) zu zahlen. Die zuständige Umweltbehörde hatte festgestellt, dass Fengfan die chinesischen Vorschriften zur Kontrolle von Wasserverschmutzung nicht eingehalten und Abwässer aus der Produktion von Kabelbindern ohne notwendige Behandlung in die Kanalisation eingeleitet hatte. Die NORMA Group hat inzwischen Maßnahmen umgesetzt, um eine vollständige Einhaltung der Vorschriften sicherzustellen, wie etwa die Installation neuer Abwasserfilter und den Austausch der Reinigungsmittel.

RESSOURCENEFFIZIENZ

STEIGENDE ROHSTOFFPREISE

[GRI 103-1, 103-2, 103-3, 301-1]

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

Als produzierendes Unternehmen sind wir auf verschiedene Rohstoffe und Vorprodukte als wichtige Bestandteile unserer Produkte angewiesen. Der Produktionsmaterialumsatz der NORMA Group lag 2018 bei EUR 336,3 Mio. (2017: EUR 296,0 Mio.). Den größten Anteil machten dabei Stahl- und Metallkomponenten, Granulate sowie Kunststoff- und Gummiprodukte aus. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 69

Die NORMA Group hält das Risiko steigender Rohstoffpreise für wahrscheinlich. Aufgrund der initiierten Gegenmaßnahmen wird jedoch von nur geringen finan-

41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagementsysteme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

ziellen Auswirkungen ausgegangen, da ein Teil der Materialpreisschwankungen über Nachverhandlungen mit Kunden an diese weitergegeben werden soll. ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 86

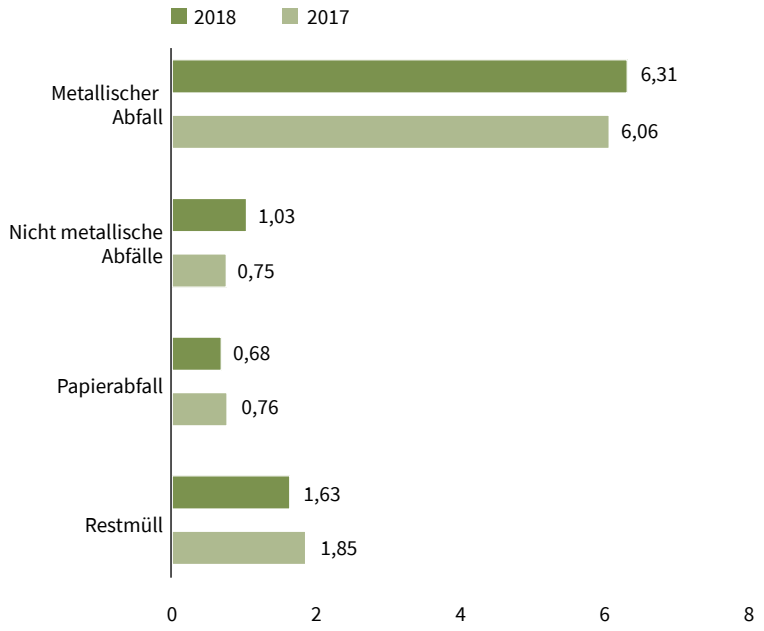
KONSEQUENTE REDUZIERUNG DER ABFALLMENGEN

Neben der Senkung der CO_2-Emissionen und dem effizienten Umgang mit Wasser spielen auch die Reduktion von Abfällen sowie das Recycling von Wertstoffen eine wichtige Rolle in der Umweltstrategie der NORMA Group. Wir haben uns daher das Ziel gesetzt, die Abfallmenge im Verhältnis zu Umsatzerlösen jedes Jahr kontinuierlich zu reduzieren.

Im vergangenen Jahr fielen bei der NORMA Group 6.841 Tonnen metallische Abfälle an (2017: 6.166 Tonnen). Dies entspricht 6,31 kg Metallabfälle pro TEUR Umsatz, was einem leichten Anstieg um 4,1 % gegenüber 2017 (6,06 kg) entspricht. Darüber hinaus messen wir das Abfallaufkommen entlang der Kategorien nicht metallische Abfälle, Restmüll und Papierabfall.

ABFALLAUFKOMMEN NACH ART [GRI 306-2]

IN KILOGRAMM PRO TEUR UMSATZERLÖSE



EFFIZIENTE PRODUKTIONSPROZESSE

Die Reduzierung des Abfallaufkommens wird ebenfalls entsprechend unserer Umweltmanagementsysteme gesteuert. Das heißt, sie wird global und lokal von der Umweltabteilung umgesetzt und auf Werksebene entsprechend den Standards von ISO 14001 implementiert ▶ UMWELTMANAGEMENTSYSTEME Gleichzeitig optimieren wir die Effizienz unserer Produktion durch die Umsetzung und permanente Aktualisierung des NORMA Production System (NPS). ▶ GESCHÄFTSBERICHT, S. 66

Im Zuge der Verbesserung der Prozesseffizienz und mit dem Ziel der Verringerung des Abfallaufkommens hat die NORMA Group im vergangenen Jahren zwei neue Kennzahlen eingeführt. Die erste Kennzahl beschreibt die Anzahl der fehlerhaft produzierten Teile, die intern angefallen sind, aber nicht an den Kunden ausgeliefert wurden (vergleiche dazu fehlerhafte Teile unter ▶ QUALITÄT). Die Kennzahl wird in Parts per Million (PPM) gemessen. Darüber hinaus wird die Ausschussrate berechnet, die den Wert des Ausschusses ins Verhältnis zum gesamten eingesetzten Produktionsmaterial setzt. Um die Steuerung so effektiv wie möglich zu gestalten, werden die Daten auf Maschinen-, Abteilungs- und Werksebene erhoben und regional und global aggregiert. Ende 2018 wurden die Kennzahlen an allen Standorten der NORMA Group erhoben, mit Ausnahme der akquirierten Werke von Lifial, Kimplas und Statek. 2019 werden, basierend auf den ersten Daten aus 2018, Ziele für beide Kennzahlen formuliert.

SCRAP MARKETPLACES – SENSIBILISIERUNG ZUR ABFALLVERMEIDUNG

Neben der Einführung der neuen Kennzahlen wurden im vergangenen Jahr in allen Standorten sogenannte Scrap Marketplaces eingerichtet. Ziel dieser „Marktplätze" ist die Sensibilisierung der Belegschaft für Ausschuss- und Abfallvermeidung. In roten Boxen wird die Ausschussware gesammelt und gut sichtbar in den Produktionshallen ausgestellt. Durch die deutliche Sichtbarkeit sollen Mitarbeiter dazu angeregt werden, nach Lösungen zu suchen, um weniger Ausschuss zu produzieren.

Der Ausschuss wird dabei so in die Boxen verteilt, dass sichtbar ist, an welcher Maschine wie viel Ausschuss entstanden ist. Überdies wird unterteilt in geplanten Ausschuss, der etwa durch Umrüstung oder das Design des Produkts entsteht, und ungeplanten Ausschuss, etwa durch die fehlerhafte Einstellung einer Maschine. Je nach Werk werden die Inhalte der Scrap Marketplaces wöchentlich oder sogar täglich geprüft, die Ursachen analysiert und entsprechende Gegenmaßnahmen festgelegt.

41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagementsysteme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

WERTSTOFFKREISLÄUFE SCHLIESSEN

[GRI 301-3]

Je nach Abfallart verwenden wir unterschiedliche Arten der Wiederverwertung. Metallabfälle aus den Produktionsprozessen beispielsweise werden gesammelt und recycelt. Ein großer Anteil der anfallenden metallischen Abfälle wird bei der NORMA Group der externen Wiederverwertung zugeführt. Kunststoffabfälle werden, soweit dies je nach Kunststoffart möglich und vom Aufwand her vertretbar ist, erneut dem Herstellprozess zugeführt. Ein bestimmter Teil der anfallenden Kunststoffabfälle wird dabei regranuliert. Wenn möglich, kaufen wir bevorzugt recycelten Kunststoff. Bei unserer US-Tochtergesellschaft NDS sind beispielsweise bereits mehr als 50 % des eingekauften Kunststoffs recycelt.

Das Recycling unserer eigenen Produkte können wir derzeit nicht übernehmen, da diese in Endprodukten wie Motoren oder Turbinen verbaut werden. Eine Wiederaufbereitung würde hier überproportional hohe Investitionen in Zeit und Ressourcen auf Seiten der NORMA Group erfordern. Alle vertraglich geregelten Vorgaben zu Materialart und Recyclingfähigkeit werden selbstverständlich erfüllt. Auch die Einhaltung der gesetzlichen Kennzeichnungspflicht wird gewährleistet. Damit erfüllt die NORMA Group gesetzliche Verordnungen – wie etwa die Altautoverordnung sowie Richtlinien wie RoHS (Restriction of Hazardous Substances), REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) oder California Proposition 65 zu den Anforderungen an die Trinkwasserinfrastruktur – und unterstützt die Recycling-Konzepte ihrer Kunden.

UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE

DIE NORMA GROUP BIETET NACHHALTIGE PRODUKTLÖSUNGEN AN

[GRI 103-1, 103-2, 103-3]

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

Die Produktlösungen der NORMA Group in den Kategorien Befestigungsschellen, Verbindungselemente und Fluidsysteme werden in Endprodukten verarbeitet. Dabei kommt unseren Produkten vor allem die Aufgabe zu, den effizienten Transport beziehungsweise Einsatz von flüssigen oder gasförmigen Stoffen zu gewährleisten. Einige wesentliche Vorteile unserer Produkte liegen in ihrer Optimierung im Hinblick auf Emissionen, Leckagen, Gewicht, aber auch bei Raumvolumen oder Montagezeit. Zudem erweitern wir unser Produktportfolio im Bereich der Elektromobilität und unterstützen damit zukunftsweisende Mobilitätskonzepte (siehe unten).

Bei der Entwicklung neuer Produkte orientieren wir uns an den Spezifikationen und Anforderungen unserer Kunden. Ihre Wünsche zu erfüllen und Lösungen für ihre Probleme anzubieten, hat für die NORMA Group höchste Priorität. Grundanforderung an alle unsere Produkte ist stets die effektive Verhinderung von Leckagen und Schadstoffaustritten. Wir erfüllen diese Anforderungen für unsere Kunden und stellen dabei höchste Zuverlässigkeit und Qualität sicher. ▶ QUALITÄT Gleichzeitig entwickeln wir für unsere Kunden in entsprechenden Projekten Ideen, die die Umweltverträglichkeit ihrer und unserer Produkte verbessern. Um unsere Verbesserungen zu bewerten, haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, die Auswirkungen unserer Produkte in der Nutzungsphase sowohl hinsichtlich der CO_2-Emissionen (Scope-3-Emissionen) als auch des Wasserverbrauchs zu bewerten und zu quantifizieren.

RISIKEN AUS DER UNTERNEHMENSTÄTIGKEIT

In Bezug auf verschiedene Umweltaspekte können sich aus Geschäftsbeziehungen, Produkten und Dienstleistungen bestimmte Risiken ergeben. Im Bereich der Wasserwirtschaft bieten unsere Produkte unter anderem den Vorteil eines geringeren Wasserverbrauchs. Wenn wir dieses Versprechen jedoch nicht einhalten können, besteht die Möglichkeit, dass Wasser verschwendet wird. Dies ist insbesondere im Hinblick auf Regionen kritisch, in denen Wasserknappheit ein großes Problem darstellt.

In der Automobilindustrie besteht das primäre Umweltrisiko in der Emission von Schadstoffen. Dies kann durch Leckagen, schlechte Abgasreinigung oder unnötiges Fahrzeuggewicht verursacht werden, was wiederum den Kraftstoffverbrauch erhöht. Daraus ergeben sich auch Risiken für unser Unternehmen: Qualitätsmängel können zu Rechtsstreitigkeiten, Schadensersatzpflicht oder zum Verlust von Kunden führen.

AKTIVES MANAGEMENT VON E-MOBILITÄT

Der Verkehrssektor verursacht rund 14 % der weltweiten Treibhausgasemissionen. IPCC Das globale Ziel, die Erderwärmung bis 2050 auf deutlich unter zwei Grad zu reduzieren, geht einher mit einem zunehmenden Druck auf die Automobilindustrie, die Anstrengungen zur Realisierung der E-Mobilität als primäres Verkehrskonzept zu verstärken. Dabei gibt es viele Herausforderungen zu meistern, wobei das Angebot an Elektroautos und Ladeinfrastrukturen die vordringlichste ist.

EINLEITUNG
CR-STRATEGIE
VERANTWORTUNGS-VOLLES HANDELN
PRODUKTLÖSUNGEN
MITARBEITER
UMWELT
GESELLSCHAFT
DATEN

41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagement-systeme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

Die NORMA Group leistet einen aktiven Beitrag, indem sie neue Produkte entwickelt, etwa Thermomanagement-Systeme zur Kühlung beziehungsweise Erwärmung von Batterien. Schon bei der Entwicklung werden diese Systeme auf die wichtigsten Herausforderungen der Kunden zugeschnitten: Einsparungen bei Gewicht und Bauraum sowie die Reduzierung von Druckverlusten der Kühlmittel. Letzteres ist entscheidend für die optimale Leistung des Batterie-Thermo-Managementsystems: Nur wenn der Kühlmittelfluss im ganzen System mit einer Gesamtlänge von bis zu 20 Metern richtig gesteuert wird, arbeitet das Thermo-Management effizient: die Batterie kann ihre optimale Leistung bringen und die Reichweite maximieren. Neben Lösungen für diese Anforderungen gewährleistet die NORMA Group höchste Sicherheitsstandards, indem sie das Know-how aus der Entwicklung von Kraftstofftransportsystemen in die sensible Umgebung von Batterien und Kühlwasser überträgt.

Die Aktivitäten der NORMA Group im Bereich E-Mobilität sind derzeit in einer projektbasierten Organisation mit speziellen Engineering- und Vertriebsmitarbeitern angesiedelt. Auf diese Weise können wir uns flexibel mit diesem aufstrebenden und sehr dynamischen Markt auseinandersetzen und die neuen Herausforderungen mit unserem bereits bestehenden Produktportfolio und unserer Kundenkompetenz verbinden. Alle relevanten internen Stakeholder wurden im vergangenen Jahr umfassend geschult. Um eine globale Ausrichtung und Steuerung zu gewährleisten, werden alle Projekte vom Global Product Management E-Mobility koordiniert und unterstützt.

Dieser Managementansatz zeigt bereits erste Ergebnisse. Im vergangenen Jahr erhielt die NORMA Group den Auftrag zur Lieferung von rund 40.000 Thermo-Managementsystemen für Elektroautos an einen führenden chinesischen Automobilhersteller. Der Erfolg war das Ergebnis einer intensiven funktionsübergreifenden Zusammenarbeit, insbesondere zwischen Vertrieb und Engineering. Da hauptsächlich thermoplastische Kunststoffe zum Einsatz kommen, sind die Systeme rund 65 % leichter als solche mit Gummischläuchen.

NACHHALTIGE WASSERWIRTSCHAFT ALS WICHTIGER WACHSTUMSMARKT

Angesichts der weltweit zunehmenden Wasserknappheit steigt der Bedarf an effizienten Wasserversorgungs- und Infrastrukturlösungen. Die NORMA Group trägt diesem Trend Rechnung, indem sie ihr Water Management Portfolio kontinuierlich ausbaut und verbessert. Im vergangenen Jahr machten Produkte aus dem Bereich der Wasserwirtschaft 17 % des Jahresumsatzes der NORMA Group aus. Zu den Produkten gehören unter anderem Tropfbewässerungssysteme, die im Vergleich zu Sprinklern bis zu 60 % Wasser sparen, oder Verbindungslösungen wie die FGR-Kupplung, die in Kläranlagen eingesetzt werden kann. ▶ EINLEITUNG Ein weiteres Anwendungsgebiet sind Entwässerungssysteme,

AKQUISITION: KIMPLAS PIPING SYSTEMS BEKÄMPFT WASSERKNAPPHEIT IN INDIEN

Große Teile Indiens leiden jeden Sommer unter einer schweren Wasserkrise, die zahlreiche Leben und Existenzen bedroht. Die Wasserknappheit in Indien ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen, darunter die ineffiziente Wasserversorgung der einzelnen Haushalte: Bis zu 40 % des Wassers im Verteilersystem gehen durch Leckagen an der Entnahmestelle verloren.

Um dieser Situation zu begegnen, entwickelte die Tochtergesellschaft der NORMA Group, Kimplas Piping Systems („Kimplas“), mittels Elektroschweißtechnik spezielle Verbindungslösungen. Mit dieser Technologie werden die Teile des Verbindungselements, die das Rohr berühren, mit den Materialien des Rohrs verschmolzen. Das Ergebnis ist eine dauerhafte und sichere Verbindung ohne Leckagen am Entnahmepunkt, die einen wertvollen Beitrag zur Wassereffizienz in indischen Haushalten leistet. Mit dieser Entwicklung wurde Kimplas zum Vorreiter bei Hausanschlüssen, die inzwischen zu einem obligatorischen Bestandteil der öffentlichen Wasserversorgung in Indien geworden sind.

Die NORMA Group hat Kimplas 2018 übernommen. Ausschlaggebend waren das Know-how und die Produktpalette von Kimplas im Bereich der Wasserwirtschaft, die auch Bewässerungssysteme umfasst.

41 Strategischer Ansatz
41 Umweltmanagementsysteme
43 Klimaschutz in der Produktion
44 Wasser in der Produktion
45 Ressourceneffizienz
47 Umweltwirkung der Produkte
49 Ausblick

die Wasser zur Entsorgung oder zur weiteren Reinigung und Wiederverwendung auffangen und sammeln.

Die Organisation der NORMA Group im Bereich Wassermanagement ist dezentral organisiert, mit der US-Tochtergesellschaft NDS in der Region Amerika und wachsenden Organisationen in EMEA und Asien-Pazifik. Alle Regionen pflegen einen ständigen und intensiven Austausch, um bestehende Produkte an die Marktbedürfnisse anzupassen und neue Lösungen zu entwickeln. Darüber hinaus erweitert die NORMA Group intern ihre Kompetenzen und erhöht ihre Marktdurchdringung durch gezielte Akquisitionen (siehe Kasten auf vorheriger Seite).

AUSBLICK

Unsere Anstrengungen und Maßnahmen im Bereich Umwelt- und Klimaschutz werden wir auch in den nächsten Jahren konsequent weiterverfolgen. Das Hauptaugenmerk der NORMA Group wird darauf liegen, die Umweltwirkungen ihrer Produktionsprozesse kontinuierlich und systematisch zu reduzieren. Wir werden daher sicherstellen, dass 100 % aller Produktionsstandorte, die seit mehr als zwölf Monaten Teil der NORMA Group sind, nach ISO 14001 zertifiziert sind.

In den Bereichen Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch und Abfallaufkommen werden wir die ambitionierten Ziele, die wir uns im vergangenen Jahr für unsere Produktionsstandorte gesetzt haben, weiter verfolgen. Dazu werden unter anderem neue Kennzahlen eingeführt und das interne Reporting weiter verbessert. Ziel ist es außerdem, den Einfluss der NORMA Group entlang der Wertschöpfungskette zu quantifizieren: Dies gilt zum einen für die Auswirkungen in der Lieferkette, zum anderen für die Umweltwirkung, die in der Nutzungsphase der NORMA Group Produkte anfallen.

AUF EINEN BLICK: CR-ROADMAP 2020

Kernziel „Umwelt“

Die NORMA Group reduziert die negativen Umweltauswirkungen ihrer Produktionsprozesse kontinuierlich und systematisch.

Unser Zielwert für 2020

Spätestens bis Ende 2018 und dann fortlaufend sind weltweit 100 % der Produktionsstandorte[1] der NORMA Group nach ISO 14001 zertifiziert.

Unser Anspruch	Meilenstein	Termin	Status
Wir reduzieren unseren CO_2-Fußabdruck und berücksichtigen dabei wissenschaftsbasierte Klimaziele.	Absolute Reduktion von CO_2-Emissionen um 16 % im Vergleich zu 2017.	2025	2018: Reduktion um 0,4 % (zu 2017)
Wir reduzieren den Verbrauch von Wasser als Ressource in unserer Produktion, wobei wir uns auf Gebiete fokussieren, in denen Wasserknappheit herrscht.	Reduktion des Wasserverbrauchs im Verhältnis zu Umsatzerlösen um 15 % im Vergleich zu 2017.	2025	2018: Reduktion um 5,9 % (zu 2017)
Wir verringern das Abfallaufkommen und erhöhen die Effizienz des Materialeinsatzes in unseren Produktionsprozessen.	Jährliche Reduktion des Abfallaufkommens im Verhältnis zu Umsatzerlösen.	2025	2018: Anstieg der metallischen Abfälle pro TEUR Umsatz um 4,1 % (zu 2017).
	Einführung von „Ausschussrate“ und „Fehlerhafte Teile innerhalb der Produktion“ als neue Kennzahlen.	2018	Implementiert

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

51 Strategischer Ansatz
51 NORMA Clean Water
53 Corporate Volunteering
54 Engagement an den Standorten
55 Ausblick

GESELLSCHAFT

Für die NORMA Group sind lebendige und lebenswerte Umgebungen an den Standorten von großer Bedeutung. Über unser gesellschaftliches Engagement wollen wir die Standorte, an denen wir tätig sind, stärken und positiv beeinflussen sowie ausgewählte Projekte für eine nachhaltige Entwicklung unterstützen.

51 Strategischer Ansatz
51 NORMA Clean Water
53 Corporate Volunteering
54 Engagement an den Standorten
55 Ausblick

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

GESELLSCHAFT

STRATEGISCHER ANSATZ

DIE NORMA GROUP ENGAGIERT SICH FÜR DIE GESELLSCHAFT

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

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

Unsere Maßnahmen im Bereich gesellschaftliches Engagement erfolgen auf Basis unserer Corporate Citizenship Guideline (CCG) und werden auf Gruppenebene durch die Corporate Responsibility Officers gesteuert. Zusätzlich gibt es in den Produktionsstätten dezentral verantwortliche Mitarbeiter, etwa für die Organisation des weltweiten Help Day. Mit dem Projekt NORMA Clean Water entwickeln wir zudem modellhafte Maßnahmen, um aufzuzeigen, wie globalen Herausforderungen – besonders der Verknappung der Ressource Wasser – begegnet werden kann.

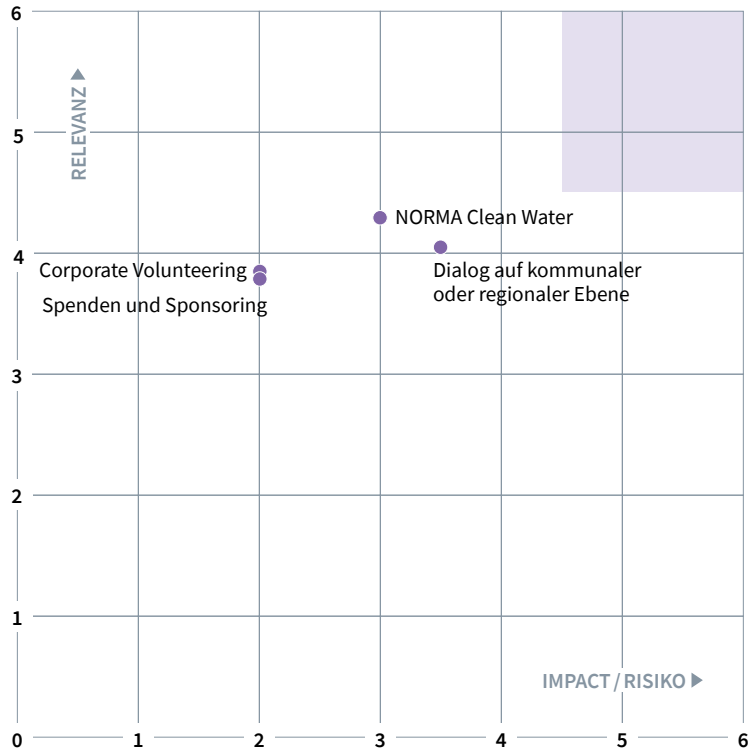
Alle Aktivitäten werden nach ihrer Durchführung bewertet und evaluiert. Dafür werden in Abhängigkeit von den jeweiligen Projekten Kennzahlen erhoben und kommuniziert, insbesondere in der CR-Roadmap. ▶ CR-ROADMAP 2020

NORMA CLEAN WATER

RESSOURCE WASSER IST LEBENSWICHTIG

Viele Regionen der Welt sind mit großen Herausforderungen in den Bereichen Wasserversorgung, Sanitäreinrichtungen und Hygiene konfrontiert. In einem Bericht der Weltgesundheitsorganisation geben jedoch mehr als 80 % der befragten Länder an, über keine ausreichende Finanzierung für die Erreichung ihrer nationalen Ziele im Bereich Wasser, Sanitäreinrichtungen und Hygiene zu verfügen. WHO Die mangelhafte Finanzierung geht auch mit gesellschaftlichen Folgen einher: Vor allem Kinder und im Speziellen Mädchen leiden unter der oftmals prekären Situation, da sie traditionell häufig für die Wasserversorgung im Haushalt zuständig sind.

WESENTLICHKEITSMATRIX



Für die NORMA Group steht Wasser strategisch im Fokus, da es einen direkten Bezug zu unserem Kerngeschäft hat: Wir stellen unter anderem verschiedene Produktlösungen für den Bereich Wassermanagement her. ▶ UMWELTWIRKUNG DER PRODUKTE Unser Leuchtturmprojekt NORMA Clean Water hat daher selbstverständlich den Schwerpunkt Wasser. Es will gleichzeitig eine Lösung aufzeigen, wie den Herausforderungen im Bereich Wasser, Sanitäreinrichtungen und Hygiene begegnet werden kann: durch eine Kooperation zwischen Wirtschaft und Zivilgesellschaft.

51 Strategischer Ansatz
51 NORMA Clean Water
53 Corporate Volunteering
54 Engagement an den Standorten
55 Ausblick

AUSGEZEICHNETES ENGAGEMENT DER NORMA GROUP

Inzwischen kann das NORMA Clean Water Projekt bereits auf eine mehrjährige Geschichte zurückblicken. Unser Partner ist dabei stets das Kinderhilfswerk Plan International, welches die Arbeit vor Ort betreut und umsetzt. Im vergangenen Jahr fand die Kooperation zwischen der NORMA Group und Plan International öffentliche Anerkennung: NORMA Clean Water zählte zu den Finalisten des Deutschen CSR-Preises in der Kategorie „Zivilgesellschaftliches Engagement". Ausgezeichnet werden dabei Projekte und Initiativen, die auf vorbildliche Weise gelebte unternehmerische Verantwortung demonstrieren.

In den Jahren 2014 bis 2017 lag der Fokus von NORMA Clean Water auf der Wasserversorgung und Hygienesituation in indischen Schulen im Großraum Pune. So wurden an insgesamt 25 Schulen bauliche Maßnahmen zur Instandsetzung beziehungsweise Renovierung von Toilettenanlagen umgesetzt und knapp 16.000 Schülerinnen und Schüler sowie rund 650 Lehrkräfte im Umgang mit sauberem Trinkwasser und Hygiene geschult. Die Schulungen bildeten den Kern der Arbeit, da sie sicherstellen, dass die Wassereinrichtungen auch nach Beendigung des Projekts für eine Verbesserung der Hygiene genutzt werden.

NORMA CLEAN WATER IN BRASILIEN

Aufbauend auf dem erfolgreichen Projekt in Indien wird NORMA Clean Water nun in den Regionen Codó und Peritoró im Bundesstaat Maranhão im Nordosten Brasiliens fortgesetzt. Auch hier fehlt ein sicherer Zugang zu sauberem Wasser. Ziel des Projekts ist es daher, die Lebens- und Gesundheitsbedingungen von Kindern und ihren Familien zu verbessern. Zu diesem Zweck hat die NORMA Group im Jahr 2017 das Projekt in Brasilien mit einer Laufzeit von drei Jahren gestartet. Konkret sollen bis 2020 insgesamt 400 Familien Zugang zu sauberem Wasser durch den Neubau und die Instandsetzung von Trinkwasseranlagen erhalten. Zudem sollen mindestens 170 Familien von Gemüsegärten profitieren, die ihr Nahrungsmittelangebot diversifizieren und erweitern. Auch hier stehen Schulungen im Kern des Projekts, um den Erfolg von NORMA Clean Water langfristig zu sichern.

Im vergangenen Jahr machte das Projekt weitere Fortschritte: So wurden in vier Projektgemeinden technische Studien zur Vorbereitung von Baumaßnahmen für die Wasserversorgungssysteme durchgeführt. Insgesamt nahmen knapp 450 Einwohner der sechs Projektgemeinden an Schulungen zur Instandhaltung der Infrastruktur, aber auch zu Hygiene, Gesundheit und Geschlechterrollen teil. Außerdem wurden in allen Projektgemeinden sogenannte Wasserkomitees gegründet. Die Komitees sind ein wichtiger Grundstein für die Projektumsetzung, weil sie in die Umsetzung und Instandhaltung der Baumaßnahmen aktiv eingebunden werden und so das Projekt flächendeckend in den Gemeinden verankern.

Angela Bergel
Leiterin des Bereichs
Unternehmenskooperationen
bei Plan International Deutschland

„AN ERSTER STELLE STEHT DER VERTRAUENSVOLLE DIALOG"

Warum sind Partnerschaften mit Unternehmen für Plan wichtig?
Wir sind der Meinung, dass Partnerschaften mit der Wirtschaft wichtig sind, weil beide Parteien einander ergänzen und voneinander profitieren können. So weisen Unternehmen technisches Know-How auf, das wir nicht haben oder sie können soziale Standards an ihre Lieferanten in der Lieferkette weitergeben. Damit haben wir gemeinsam eine viel größere Wirkung als jeder für sich alleine.

Was sind Erfolgsfaktoren für eine gute Kooperation?
An erster Stelle steht ein vertrauensvoller und konstruktiver Dialog zwischen den Partnern. Entscheidend ist für uns, dass die Haltung des Unternehmens auch zu unserer Arbeit als Kinderrechtsorganisation passt. Natürlich gibt es in großen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen unterschiedliche Erwartungen. Aber wenn beide Partner langfristig gemeinsame Ziele verfolgen, können Synergien und echter Mehrwert für alle Beteiligten entstehen.

Wodurch zeichnet sich die Partnerschaft mit der NORMA Group aus?
Mit NORMA Clean Water setzen wir in der Kooperation von Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit Maßstäbe. Selten gelingt es so gut, die lokalen Bedürfnisse in unseren Programmländern mit dem Kerngeschäft des Partners zusammenzubringen. Der direkte Draht zwischen den Ansprechpartnern sowie klare Verbindlichkeiten sind hier entscheidend für den Erfolg der Partnerschaft. Darauf sind wir stolz.

51 Strategischer Ansatz
51 NORMA Clean Water
53 Corporate Volunteering
54 Engagement an den Standorten
55 Ausblick

CORPORATE VOLUNTEERING

NORMA GROUP FÖRDERT SOZIALES ENGAGEMENT DER MITARBEITER

[GRI 103-1, 103-2, 103-3]

Die Zivilgesellschaft ist von entscheidender Bedeutung für ein funktionierendes Miteinander der Gesellschaft insgesamt. Insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen, die aus Megatrends wie Migrationsbewegungen und globalen Disparitäten entstehen, hat die NORMA Group den Anspruch, sich einzubringen und eine aktive Rolle zu spielen. Hierfür fördern wir gezielt soziale Projekte an den Standorten der NORMA Group. Zusätzlich ermutigen wir unsere Mitarbeiter, einen Beitrag zu leisten, indem wir bereits bestehende Projekte im Unternehmen bekannter machen. ▶ BEKANNTHEIT VON CR IM UNTERNEHMEN

NORMA HELP DAY AN ALLEN PRODUKTIONSSTANDORTEN

[GRI 413-1]

Die Grundlage für das bürgerschaftliche Engagement unserer Mitarbeiter haben wir mit dem NORMA Help Day geschaffen, der erstmals im Jahr 2014 am Standort Maintal mit 35 Mitarbeitern durchgeführt wurde. Seit 2015 gilt dieses Angebot international an allen Standorten der NORMA Group, wobei die Teilnahme grundsätzlich freiwillig ist. Im Jahr 2018 nahmen mehr als 700 Mitarbeiter an 34 Standorten am Help Day teil, darunter alle Produktionsstandorte mit Ausnahme der neu akquirierten Werke von Kimplas Piping Systems und Statek Stanzereitechnik. Im Vergleich zum Vorjahr (Schätzung: mehr als 900 Mitarbeiter) bedeutet dies zwar einen Rückgang. Dieser ist jedoch der Tatsache geschuldet, dass in 2018 an weniger Standorten Veranstaltungen organisiert wurden, an denen die gesamte Belegschaft teilnimmt (etwa im Zuge eines Tags der Offenen Tür). Über 30 Nichtregierungsorganisationen (NGO) profitierten von dem Engagement, das unsere Mitarbeiter weltweit einbrachten. Da die Beiträge beziehungsweise Projekte je nach Region sehr unterschiedlich sind, werden sie dezentral organisiert und umgesetzt – im Folgenden einige Beispiele des Engagements.

Im vergangenen Jahr halfen Mitarbeiter aus dem NORMA-Group-Werk in Tschechien dabei, die Geräte auf einem Kinderspielplatz neu zu streichen. In der Schweiz nahmen Mitarbeiter den Help Day zum Anlass für einen „Seitenwechsel“: Sie unterstützen die Arbeit einer Behindertenwerkstatt und begleiteten die dortigen Angestellten einen Tag lang bei der Gartenarbeit, der Wäscherei oder in der Küche.

In Qingdao in China konnten sich die Mitarbeiter mit ihren Englisch-Kenntnissen in einer Grundschule einbringen oder gemeinsam mit Senioren in einem Pflegezentrum kochen und essen. Auch in Wuxi besuchten die Kollegen ein Seniorenheim und organisierten Spiele und ein gemeinsames Essen für die Bewohner.

In der Region Amerika nähten Mitarbeiter beispielsweise bunte Kinderdecken für das lokale Krankenhaus (Auburn Hills, USA), halfen bei der Sortierung von Altkleidern für lokale Bedürftige (St. Clair, USA) oder unterstützten eine Grundschule für Kinder mit Behinderung bei der Instandhaltung von Spielgeräten (Ciudad Juarez, Mexico).

97 %

DER TEILNEHMER STIMMEN DER AUSSAGE ZU, DASS DER NORMA HELP DAY EINE ERFOLGREICHE VERANSTALTUNG WAR.

87 %

DER TEILNEHMER WÜRDEN IHREN KOLLEGEN EMPFEHLEN, AM NORMA HELP DAY TEILZUNEHMEN.

55 %

DER TEILNEHMER ERWÄGEN, SICH WEITER LOKAL ZU ENGAGIEREN.

51 Strategischer Ansatz
51 NORMA Clean Water
53 Corporate Volunteering
54 Engagement an den Standorten
55 Ausblick

POSITIVES FEEDBACK VON TEILNEHMERN

Auch im vergangenen Jahr führte die NORMA Group eine Evaluierung des Help Day durch. Insgesamt gingen Rückmeldungen von über 200 Mitarbeitern ein. Das Feedback der Teilnehmer war dabei weit überwiegend positiv. Dies spiegelt sich in der quantitativen Auswertung wieder, zum anderen aber auch in den vielen Schilderungen der Erfahrungen durch die Mitarbeiter.

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

ENGAGEMENT AN DEN STANDORTEN

IM DIALOG MIT DEN ANSPRUCHSGRUPPEN VOR ORT

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

Als Steuerungsinstrument fungiert die Corporate Citizenship Guideline (CCG). Die Leitlinie, die für alle Standorte der NORMA Group gilt, beschreibt die inhaltlichen Schwerpunkte, Zielgruppen und Formen unseres Engagements. Sie dient damit als wichtige Orientierungshilfe für die Verantwortlichen in unseren Werken hinsichtlich der Ausgestaltung ihrer standortbezogenen Spenden- und Sponsoring-Aktivitäten. Freigabeprozesse und Reporting sind zugleich mit dem international gültigen Compliance-Management der NORMA Group verknüpft. ▶ COMPLIANCE Seit 2013 werden die Ausgaben für Spenden und Sponsoring gemäß der CCG international ebenfalls einheitlich erfasst. Wie in allen anderen Bereichen legt die NORMA Group auch hinsichtlich ihres lokalen Engagements höchsten Wert auf Transparenz. Im vergangenen Jahr lagen die Ausgaben für Sponsoring bei TEUR 18, die Ausgaben für Spenden beliefen sich auf insgesamt TEUR 66.

NORMA HELP DAY: IMPRESSIONEN

FERAMUZ CABUK
Process Engineer, Deutschland
„In unserer Gruppe gab es auf Anhieb ein gutes Verständnis und eine tolle Zusammenarbeit, die mir wirklich gefallen hat. Auch unsere Partner vom lokalen Jugendclub konnten wir schnell überzeugen, dass wir einen Beitrag leisten konnten. Der beste Beweis dafür waren die ungeduldigen Kinder, die darauf warteten, dass ihre Spielzeuge wieder repariert wurden."

SUPHIS SUPHASORN,
Warehouse Supervisor, Thailand
„Ich mochte den Tag mit den Kindern sehr. Wir hatten viel Spaß dabei, mit den Schülern Spiele zu spielen und ich hatte den Eindruck, dass auch sie den Austausch mit uns genossen haben. Alles in allem war der Help Day eine tolle Erfahrung!"

IRIS HERNANDEZ,
Quality Systems Engineer, Mexiko
„Es war eine sehr erfüllende Erfahrung mit meinen Kollegen im Team zu arbeiten, um einen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. Wir hatten einen tollen Tag, mit viel Spaß bei der Arbeit. Mit dem Help Day zeigt unser Unternehmen sein Engagement gegenüber der Gesellschaft und verdeutlicht seine Werte. Zugleich sät es in uns immer wieder einen Samen: dem Nächsten in jeder Situation zu helfen."

51 Strategischer Ansatz
51 NORMA Clean Water
53 Corporate Volunteering
54 Engagement an den Standorten
55 Ausblick

AUSBLICK

ENGAGEMENT VERSTETIGEN UND AUSBAUEN

Auch in den kommenden Jahren möchte die NORMA Group ihr gesellschaftliches Engagement fortführen und ausbauen. Ziel ist es dabei, auch in Zukunft in Stakeholder-Befragungen hinsichtlich unseres gesellschaftlichen Engagements gute bis sehr gute Bewertungen zu erreichen.

Dabei setzen wir weiterhin auf die erfolgreiche Kooperation mit Plan International im Rahmen des Projekts NORMA Clean Water. Wir wollen auch in den Gemeinden in Brasilien die Projektziele erreichen und so ein Beispiel dafür geben, wie nachhaltiges Wassermanagement einen Beitrag zur Lösung von gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen leisten kann.

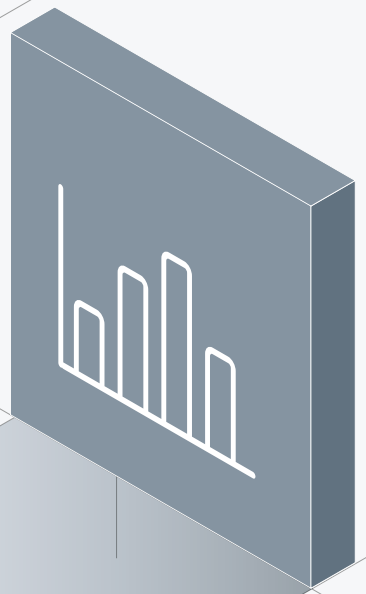
Darüber hinaus wollen wir auch unsere Mitarbeiter weiter zum aktiven sozialen und gesellschaftlichen Engagement motivieren. Das gilt vor allem in der Umsetzung und dem Ausbau des jährlichen NORMA Help Day, der sich in den letzten Jahren als Erfolgsmodell für Corporate Volunteering gezeigt hat. Nicht zuletzt wollen wir auch in den kommenden Jahren Nichtregierungsorganisationen in der Nachbarschaft unserer Standorte mit Spenden und Sponsoring unterstützen.

AUF EINEN BLICK: CR-ROADMAP 2020

Kernziel „Gesellschaft“	Unser Zielwert für 2020
Die NORMA Group positioniert sich als ein verantwortungsvoller Partner in der Gesellschaft.	Durchgängig gute bis sehr gute Bewertungen des gesellschaftlichen Engagements in Stakeholder-Befragungen.

Unser Anspruch	Meilenstein	Termin	Status
Wir zeigen, dass Wasser an vielen Orten unserer Welt eine knappe und wertvolle Ressource und wie wichtig eine effiziente Wasserversorgung ist. Gemeinsam mit Partnern setzen wir Modellprojekte um, die Missstände beheben.	400 Familien in sechs ländlichen Gemeinden in den Regionen Codó und Peritoró in Brasilien erhalten eine gesicherte Wasserversorgung und vertiefen ihr Wissen über häusliche und landwirtschaftliche Wassernutzung und Hygiene.	2020	Projektstart (0 von 400)
Die Mitarbeiter der NORMA Group engagieren sich freiwillig an ihren Standorten für gemeinnützige Zwecke.	Alle Produktionsstandorte nehmen am jährlichen Help Day teil.	Jährlich	2018: 100 % der Produktionsstandorte sowie weitere Distributionsstandorte
Durch Spenden und Sponsoring in den Bereichen Umwelt, Sport und Soziales stärken wir die zivilgesellschaftlichen Strukturen an allen unseren Standorten.	An den Standorten der NORMA Group wird gemäß der Corporate Citizenship Guideline in das Gemeinwesen investiert.	Laufend	2018: Spenden: TEUR 66 Sponsoring: TEUR 16

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum



DATEN

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

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

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

ÜBER DIESEN BERICHT

UMFANG UND ZIELSETZUNG

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

Der vorliegende CR-Bericht umfasst das Kalenderjahr 2018 und stellt Informationen zu den CR-relevanten Zielen, Ansätzen und Maßnahmen sowie zur strategischen Ausrichtung der NORMA Group im Bereich Corporate Responsibility dar. Die in diesem Bericht getroffenen Aussagen und Angaben gelten für alle Tochtergesellschaften der NORMA Group. Auf Ausnahmen wird ausdrücklich hingewiesen. Beteiligungen und Unternehmen außerhalb des Konsolidierungskreises der NORMA Group sind nicht Gegenstand dieser Berichterstattung.

Die Veröffentlichung dieses Berichts erfolgt parallel mit dem Geschäftsbericht am 20. März 2019. Durch die Veröffentlichung eines eigenständigen CR-Berichts und über die CR-Inhalte unserer Webseite wollen wir ausführliche Informationen zum strategischen CR-Ansatz der NORMA Group und zu beispielhaften Maßnahmen zur Verfügung stellen. Auf diesem Weg schafft die NORMA Group die Grundlage für einen offenen und vertrauensvollen Dialog mit ihren Stakeholdern.

AUFBAU

[GRI 102-46]

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

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

NICHTFINANZIELLER BERICHT, GRI UND UN GLOBAL COMPACT

[GRI 102-54]

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

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

Der nichtfinanzielle Bericht wurde einer betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 (Revised) mit einer begrenzten Prüfungssicherheit unterzogen. Der Vermerk der unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse-Coopers (PwC) ist auf Seite 70 abgebildet.

Nach Anwendung der Nettomethode bei der Ermittlung berichtspflichtiger Risiken gemäß CSR-RUG sind der NORMA Group keine berichtspflichtigen Nettorisiken bekannt, die sehr wahrscheinlich schwerwiegend negative Auswirkungen auf die berichtspflichtigen Aspekte haben oder haben werden. Zur Beschreibung des Risikomanagementsystems der NORMA Group verweisen wir auf die Seiten 79 – 81 des Geschäftsberichts. Die in der Wesentlichkeitsanalyse identifizierten Bruttorisiken werden in den Unterkapiteln des CR-Berichts kurz dargestellt.

Berichtspflichtige Zusammenhänge mit den Beträgen des Konzernabschlusses wurden nicht festgestellt.

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

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

INHALTE NICHTFINANZIELLE ERKLÄRUNG

Pflichtangaben gemäß HGB	Überleitung in Berichtsinhalte / wesentliche Themen	Seiten
Geschäftsmodell	NORMA Group auf einen Blick	5
Umweltbelange	Umweltmanagementsysteme	41
	CO_2-Fußabdruck in der Produktion	43
	Wasserverbrauch in der Produktion	44
	Effiziente Produktionsprozesse	45
	Recycling von Abfällen	45
	Nachhaltige Beschaffung	25
Arbeitnehmerbelange	Compliance-Management-Systeme	17
	Vermeidung von Diskriminierung	16
	Vereinigungsfreiheit	16
	Arbeitssicherheit und Gesundheit	33
	Aus- und Weiterbildungsprogramme	35
Sozialbelange	Dieser Aspekt wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als nicht wesentlich befunden.	vgl. 11, 51
Achtung der Menschenrechte	Compliance-Management-Systeme	17
	Vermeidung von Diskriminierung	16
	Vereinigungsfreiheit	16
	Nachhaltige Beschaffung	25
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Compliance-Management-Systeme	17
Darstellung von Risiken	Siehe jeweilige Unterkapitel	
Zusammenhänge zu Konzernabschluss	Über diesen Bericht	57

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option ‚Kern' erstellt. Dies schließt auch die Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse ein.

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

Der Bericht hat den Materiality-Disclosure-Service der GRI erfolgreich bestanden. Der GRI-Inhaltsindex ist auf den Seiten 64 – 69 zu finden.

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

Eine Reihe von CR-spezifischen Daten ist auf den folgenden Seiten zu finden. Darüber hinausgehende allgemeine Daten können dem ▶ GESCHÄFTSBERICHT 2018 entnommen werden.

57 Über diesen Bericht
59 **Kennzahlen**
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

KENNZAHLEN

ALLGEMEINE DATEN / BESCHREIBUNG DES GESCHÄFTSMODELLS

Kennzahl	Einheit	Wert 2018	Wert 2017	Veränderung in %	GRI Standard
Anzahl der Produktionsstandorte		30	27	11,1	102-7
Anzahl der Produktionsstandorte, die für wenigstens 12 Monate in die NORMA Group integriert sind		27	25	8,0	
Anzahl Länder, in denen NORMA Group vertreten ist (mit Standorten oder Büros)		26	26	0,0	102-4
Anzahl Produkte		> 40.000	> 40.000	n/a	102-7
Umsatz	EUR Mio.	1.084,1	1.017,1	6,6	102-7
Bereinigter Bruttogewinn	EUR Mio.	626,6	601,3	4.2	
Bereinigtes EBITA	EUR Mio.	173,2	174,5	– 0.7	
Anteil der im Ausland erwirtschafteten Umsatzerlöse	%	81,2	80,3	n/a	102-7
Gesamtanzahl Mitarbeiter inkl. Leiharbeitnehmern		8.865	7.667	15,6	102-8
Stammbelegschaft		6.901	6.115	12,9	102-8
Mitarbeiter Asien-Pazifik (Stammbelegschaft)		3.744	3.545	5,6	102-8
Mitarbeiter Amerika (Stammbelegschaft)		1.842	1.575	17,0	102-8
Mitarbeiter Asien-Pazifik (Stammbelegschaft)		1.315	995	32,2	102-8
Leiharbeitnehmer		1.964	1.552	26,6	102-8

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

Kennzahl	Einheit	Wert 2018	Wert 2017	Veränderung in %	GRI Standard
Compliance-Management-Systeme sowie Compliance-Schulungen					
Anzahl Mitarbeiter, die für Online-Trainings registriert wurden („Basics“)		487	598	– 18,6	205-2
Anzahl Mitarbeiter, die für Online-Trainings registriert wurden („Focus“)		242	418	– 42,1	205-2
Anzahl Mitarbeiter, die für Online-Trainings registriert wurden („Refresher“)		2.189	1.335	64,0	205-2
Anteil abgeschlossene Online-Trainings (alle)	%	96,5	100	n/a	205-2
Anzahl Mitarbeiter, die online zu Compliance-Themen geschult wurden		2.350	1.318	78,3	205-2
Anzahl Stunden von Compliance Online-Trainings (alle)	h	4.205	2.939	43,1	205-2
Anzahl Stunden von Compliance Online-Trainings pro Teilnehmer	h pro Mitarbeiter	1,79	2,23	– 19,8	205-2
Wesentliche Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	TEUR	103	0	n/a	307-1
Vermeidung von Diskriminierung					
Anzahl der gerichtlich festgestellten Diskriminierungen		0	0	0,0	406-1
Vereinigungsfreiheit					
Anzahl der gerichtlich festgestellten Verletzungen von Vereinigungsfreiheit		0	0	0,0	407-1
Bekanntheit CR-Policy und CR-Roadmap					
Anteil befragter Mitarbeiter, die die CR Policy kennen.	%	79,6 (2017)	79,6	n/a	

57 Über diesen Bericht
59 **Kennzahlen**
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

PRODUKTLÖSUNGEN

Kennzahl	Einheit	Wert 2018	Wert 2017	Veränderung in %	GRI Standard
Kundenzufriedenheit					
Customer satisfaction index (CSI) [1]	auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 100 (sehr zufrieden)	65	71 (CSS 2016)	–8,5	
Net promoter score (NPS) [1]	%	27	22 (CSS 2016)	22,7	
Qualität					
Anzahl Produktionsstätten zertifiziert nach ISO 9001 oder TS 16949		26	25	4,0	
Anzahl Produktionsstätten zertifiziert nach EN 9100		2	2	0,0	
Anzahl fehlerhafter Teile	PPM (Parts per Million)	7	16	–56,3	
Anzahl qualitätsbedingter Beanstandungen pro Monat	Monatsdurchschnitt	7	9	–22,2	
Nachhaltigkeit im Einkauf					
Einkaufsvolumen	EUR Mio.	497,5	433,1	14,9	
Produktionsmaterialumsatz	EUR Mio.	336,3	296,0	13,6	301-1
Anteil bevorzugter Lieferanten, die den Supplier Code of Conduct (SCoC) unterzeichnet haben	%	100,0	100,0	n/a	308-1, 414-1
Anzahl bevorzugter Lieferanten		24	25	–4,0	
Anteil bevorzugter Lieferanten am Produktionsmaterialumsatz	%	27,0	32,9	n/a	
Anteil von Zulieferern im Supplier Scoring, die am Sustainability Self-Assessment teil-genommen haben	%	24,1	18,4	n/a	308-1, 414-1
Innovation					
Anzahl F&E-Mitarbeiter		365	344	6,1	
Quote der F&E-Mitarbeiter im Verhältnis zur Konzern-Stammbelegschaft	%	5,3	5,6	n/a	
F&E-Ausgaben im EJT-Bereich	EUR Mio.	30,5	29,4	4,0	
F&E-Quote bezogen auf den EJT-Umsatz	%	4,5	4,6	n/a	
Anzahl Erfindungsmeldungen		32	33	–3,0	

1_Weitere Informationen zur Berechnung des CSI und des NPS finden sich auf Seite 30.

57 Über diesen Bericht
59 **Kennzahlen**
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

MITARBEITER

Kennzahl	Einheit	Wert 2018	Wert 2017	Veränderung in %	GRI Standard
Arbeitssicherheit und Gesundheit					
Anzahl Produktionsstandorte[1] zertifiziert nach OHSAS 18001		20	20	0,0	
Anteil Produktionsstandorte[1] zertifiziert nach OHSAS 18001	%	74	80	n/a	
Unfallrate	Unfälle/1.000 Mitarbeiter	7,8	6,3	24,6	403-9
Behandlungsrate	Behandlungen/ 1.000 Mitarbeiter	40,9	36,0	13,6	403-9
Anzahl meldepflichtiger Unfälle		61	42	45,2	403-9
Anzahl medizinischer Behandlungen		358	271	32,3	403-9
Aus- und Weiterbildung					
Durchschnittliche Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter[2]	h	23,9	30,1	–20,6	404-1
Angemessene Entlohnung					
Anteil der Standorte mit leistungs- bzw. erfolgsorientierten Anreizsystemen	%	98	n/a	n/a	
Bereinigter Personalaufwand	EUR Mio.	280,8	269,6	4,2	
Mitarbeiterzufriedenheit					
Teilnahmequote an der Mitarbeiterumfrage	%	82.3 (2017)	82,3	n/a	
Gesamtzufriedenheit der Mitarbeiter	auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 7 (sehr unzufrieden)	2.74 (2017)	2,74	n/a	
Vielfalt und Chancengleichheit					
Anteil weiblicher Mitarbeiter in der Stammbelegschaft	%	34,8	36,4	n/a	405-1
Anzahl von Frauen im sechsköpfigen Aufsichtsrat		2	1	100,0	102-22, 405-1

1_In die Berechnung gehen nur solche Standorte ein, die zum 31. Dezember 2018 bereits über 12 Monate in die NORMA Group integriert waren.
2_ Bei der Berechnung wird der neu akquirierte Standort Kimplas Piping Systems nicht berücksichtigt.

57 Über diesen Bericht
59 **Kennzahlen**
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

UMWELT [1]

Kennzahl	Einheit	Wert 2018	Wert 2017	Veränderung in %	GRI Standard
Umweltmanagementsysteme					
Anzahl Produktionsstandorte zertifiziert nach ISO 14001		25	22	13,6	
Anteil Produktionsstandorte zertifiziert nach ISO 14001	%	93	88	n/a	
CO_2-Fußabdruck in der Produktion					
CO_2-Emissionen aus Strom- und Gasverbrauch (market-based)	t	51.018	51.241	– 0,4	305-1, 305-2, 305-5
CO_2-Emissionen aus Strom- und Gasverbrauch (location-based)	t	53.567	n/a	n/a	305-1, 305-2, 305-5
Stromverbrauch	MWh / TEUR Umsatzerlöse	93,93	92,00	2,1	302-1, 302-3, 302-4
Gasverbrauch	MWh / TEUR Umsatzerlöse	20,86	22,39	– 6,8	302-1, 302-3, 302-4
Wasser in der Produktion					
Wasserverbrauch	m^3 / TEUR Umsatzerlöse	0,14	0,15	– 5,9	303-1
Ressourceneffizienz					
Metallische Abfälle	kg / TEUR Umsatzerlöse	6,31	6,06	4,1	306-2
Nicht metallische Abfälle	kg / TEUR Umsatzerlöse	1,03	0,75	37,4	306-2
Papierabfälle	kg / TEUR Umsatzerlöse	0,68	0,76	– 9,8	306-2
Rest-/Hausabfälle	kg / TEUR Umsatzerlöse	1,63	1,85	– 12,0	306-2

1_In die Berechnung gehen nur solche Standorte ein, die zum 31. Dezember 2018 bereits über zwölf Monate in die NORMA Group integriert waren.

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

GESELLSCHAFT

Kennzahl	Einheit	Wert 2018	Wert 2017	Veränderung in %	GRI Standard
NORMA Clean Water					
Anzahl Familien, die von Infrastrukturmaßnahmen profitieren		0	n/a	n/a	
Anzahl Teilnehmer an Schulungen zu Gesundheit, Hygiene und Gleichberechtigung		443	n/a	n/a	
NORMA Help Day					
Anzahl Produktions- und Distributionsstandorte, die am NORMA Help Day teilnahmen		34	32	6,3	413-1
Anzahl Teilnehmer NORMA Help Day		> 700	> 900	~ – 20	
Engagement an den Standorten					
Spenden	TEUR	66	246	– 73,3	
Sponsoring	TEUR	18	11	56,4	

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

GRI CONTENT INDEX [GRI 102-55]

Im Rahmen des Materiality Disclosures Service überprüft GRI Services, dass der GRI Content Index klar dargestellt wurde und die Angaben 102-40 bis 102-49 mit den Verweisen im Berichts in Einklang stehen.

UNIVERSELLE STANDARDS

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 101: Grundlagen 2016			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016			
Organisationsprofil			
102-1	Name der Organisation	7	
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	5	
102-3	Hauptsitz der Organisation	7	
102-4	Betriebsstätten	5	
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	7	
102-6	Belieferte Märkte	5	
102-7	Größe der Organisation	5, 7	
	Informationen über Bilanzssumme, Eigen- und Fremdkapitel sind dem Geschäftsbericht zu entnehmen.	GB S. 107	
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	7, 33	
102-9	Lieferkette	25	
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	7	
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	17	
102-12	Externe Initiativen	4, 38	
	United Nations Global Compact Charta der Vielfalt Charta zur Vereinbarkeit von Pflege und Beruf in Hessen		
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen		
	Die NORMA Group SE ist Mitglied in folgenden Verbänden (Mitgliedschaften lokaler oder regionaler Tochterunternehmen sind hierbei nicht eingeschlossen): Bundesverband deutscher Pressesprecher e. V. (BdP) Deutsches Aktieninstitut e. V. Deutsches Institut für Interne Revision e. V. DIRK – Deutscher Investor Relations Verband e. V. Gesellschaft für Finanzwirtschaft in der Unternehmensführung e. V. RKW Hessen Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Wirtschaft e. V.		

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
Strategie			
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	4	
102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	11	
	Neben der allgemeinen Darstellung der Risiko-Identifikation im Kapitel „Stakeholder und Materialität“ sind in den einzelnen Unterkapiteln Beschreibungen von Auswirkungen und Risiken in den einzelnen Themenfeldern beschrieben.		
Ethik und Integrität			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	17, 25	10
Führung			
102-18	Führungsstruktur	7, 9; GB S. 25ff.	
102-19	Delegation von Befugnissen	7	
102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	9	
102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	10	
102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	GB S. 27	
102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	7; GB S. 27	
102-24	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	GB S. 27ff.	
102-25	Interessenskonflikte	GB S. 23	
102-27	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	GB S. 20ff.	
	Entsprechend § 171 Abs. 1 Satz 4 AktG n.F. hat der Aufsichtsrat eine inhaltliche Prüfungspflicht des nichtfinanziellen Konzernberichts.		
102-30	Wirksamkeit der Verfahren zum Risikomanagement	GB S. 25ff.	

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
102-32	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	GB S. 20ff.	
	Entsprechend § 171 Abs. 1 Satz 4 AktG n.F. hat der Aufsichtsrat eine inhaltliche Prüfungspflicht des nichtfinanziellen Konzernberichts.		
102-35	Vergütungspolitik	GB S. 91	
102-36	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	GB S. 91	
102-37	Einbindung der Stakeholder bei Entscheidungen zur Vergütung	GB S. 91	
Stakeholdereinbeziehung			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	10	
102-41	Tarifverträge	37	
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	11	
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	10	
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	10, 12	
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	7, 57	
	Weitergehende Informationen zu den im Geschäftsbericht eingeschlossenen Unternehmenseinheiten sind im Geschäftsbericht zu finden.	GB S. 133ff.	
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	11, 57	
102-47	Liste der wesentlichen Themen	11	
102-48	Neudarstellung von Informationen	44	
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	11	
102-50	Berichtszeitraum	57	
102-51	Datum des letzten Berichts	57	
102-52	Berichtszyklus	57	
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	72	
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	58	
102-55	GRI-Inhaltsindex	64	
102-56	Externe Prüfung	70	

SPEZIFISCHE STANDARDS

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
KATEGORIE: WIRTSCHAFTLICHE STANDARDS			
Wirtschaftliche Leistung			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	5	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	GB S. 25ff.	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	GB S. 25ff.	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016			
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	7	
201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	GB S. 186	
Beschaffungspraktiken			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	25	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	25	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	25	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016			
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten		
	Die NORMA Group verfolgt die Einkaufsphilosophie, alle Güter und Dienstleistungen möglichst lokal einzukaufen. Ausnahmen hiervon gibt es nur bei Bezugsmöglichkeiten zu deutlich günstigeren Konditionen oder bei Nichtverfügbarkeit vor Ort. Während Gebrauchsmaterialien weitestgehend lokal eingekauft werden, können Produktionsmaterialien wegen der besonderen (Qualitäts-)Anforderungen nur zu zwei Dritteln von jeweils regionalen Anbietern bezogen werden, ein Drittel stammt von wenigen (weltweiten) Anbietern, die an alle NORMA Group-Standorte liefern.		
Korruptionsbekämpfung			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16	10
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17	

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016			
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	17	10
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	17	10
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		10
	Im Berichtszeitraum sind in der NORMA Group keine Fälle von Korruption bekannt geworden.		
Wettbewerbswidriges Verhalten			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016			
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung		
	Im Berichtszeitraum wurden gegen die NORMA Group im Bereich Kartellrecht weder Strafen noch Bußgelder wegen Vergehen, Verstößen oder Nichteinhaltung von Gesetzen, Vorschriften oder Verpflichtungen verhängt.		
KATEGORIE: UMWELTSTANDARDS			
Materialien			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	41, 45	7, 8
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	41, 45	7, 8
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	41, 45	7, 8
GRI 301: Materialien 2016			
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	45, GB S. 69	7, 8
	Den Umfang der eingesetzten Materialien zu senken, ist ein wichtiges Ziel der NORMA Group. Um die Steuerung weltweit zu vereinfachen, ist der Einkaufswert (in EUR) der Materialien für die NORMA Group die wichtigste Messgröße.		
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	47	

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
Energie			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	41, 43	7, 8
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	41, 43	7, 8
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	41, 43	7, 8
GRI 302: Energie 2016			
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	44	7, 8
302-3	Energieintensität	44	7, 8
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	44	7, 8
Wasser			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	41, 44	7, 8
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	41, 44	7, 8
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	41, 44	7, 8
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018			
303-1	Beeinflussung von Wasser als geteilter Ressource	44, 45	7, 8
303-2	Management von Auswirkungen im Zusammenhang mit Wasserentsorgung	44, 45	7, 8
303-3	Wasserentnahme	45	7, 8
Emissionen			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	41, 43	7, 8
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	41, 43	7, 8
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	41, 43	7, 8
GRI 305: Emissionen 2016			
305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	44, 62	7, 8
305-2	Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	44, 62	7, 8
305-3	Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)		
	Die Menge der von Dritten emittierten Treibhausgase (wie zum Beispiel durch Zulieferer oder Transporteure, Scope 3) wird zurzeit von der NORMA Group nicht systematisch erhoben.		
305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen	44	7, 8
305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen	44	9

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
Abwasser und Abfall			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	41, 45	7, 8
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	41, 45	7, 8
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	41, 45	7, 8
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016			
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	46	7, 8
Umwelt-Compliance			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	41	7, 8
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	41	7, 8
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	41	7, 8
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016			
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	45	7, 8
Umweltbewertung der Lieferanten			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	25	7, 8
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	25	7, 8
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	25	7, 8
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016			
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	26, 41	7, 8
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	26, 41, 44	7, 8
KATEGORIE: SOZIALE STANDARDS			
Beschäftigung			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	33	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	33	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	33	

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 401: Beschäftigung 2016			
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	33, 37	
	Die skizzierten Angebote der NORMA Group richten sich grundsätzlich an alle Mitglieder der Stammbelegschaft, unabhängig ob in Voll- oder Teilzeit (bei Teilzeitbeschäftigten in der Regel anteilig). Einzige Ausnahme sind Teilzeitmitarbeiter in den USA mit einer durchschnittlichen Wochenarbeitszeit unter 25 Stunden, welche gewisse Sozialleistungen nicht erhalten.		
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	33	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	33	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	33	
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018			
403-1	Management-System für Arbeitssicherheit und Gesundheit	34	
403-2	Identifizierung von Gefahren, Risiko-Assessments und Untersuchung von Unfällen	34	
403-3	Betriebliche Gesundheitsfürsorge	34	
403-4	Arbeitnehmerbeteiligung, -befragung und -kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheit	33	
	Der Anteil der Mitarbeiter, die durch Sicherheits-Ausschüsse repräsentiert werden, wird von der NORMA Group zurzeit nicht erhoben.		
403-5	Schulung von Arbeitnehmern zu Arbeitssicherheit und Gesundheit	33	
403-6	Förderung der Gesundheit der Arbeitnehmer		
	Größere NORMA Group Standorte verfügen über Betriebsärzte, die regelmäßig Informationen zu allgemeinen, nicht arbeitsbezogenen Gesundheitsthemen bereit stellen. Die Aufklärung zu gesundem Lebenswandel ist auch Teil von speziellen „Arbeitssicherheits- und Gesundheits-Tagen“, die von einzelnen Einheiten auf Eigeninitiative durchgeführt werden.		
403-7	Prävention und Verringerung der durch Geschäftsbeziehungen hervorgerufenen Auswirkungen im Bereich Arbeitssicherheit	33	
403-9	Arbeitsunfälle	34	

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
Aus- und Weiterbildung			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	35	6
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	35	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	35	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016			
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	36	6
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	36, 37	
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	36	6
	Der Anteil der Mitarbeiter, die regelmäßig an einer Leistungsbeurteilung teilnehmen, wird von der NORMA Group zurzeit nicht erhoben.		
Diversität und Chancengleichheit			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	38; GB S. 30	6
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	38; GB S. 30	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	38; GB S. 30	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016			
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	38; GB S. 30	6
Nichtdiskriminierung			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16, 38	6
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17, 38	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17, 38	
GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016			
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	16	6

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16	3
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17	
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016			
407-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	16	3
Kinderarbeit			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16	5
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17	
GRI 408: Kinderarbeit 2016			
408-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Kinderarbeit	16	5
	Im Berichtsjahr 2018 wurde für keinen Standort der NORMA Group ein erhebliches Risiko von Kinderarbeit festgestellt.		
Zwangs- oder Pflichtarbeit			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16	4
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17	
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016			
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	16	4
	Im Berichtsjahr 2018 wurde für keinen Standort der NORMA Group ein erhebliches Risiko von Zwangsarbeit festgestellt.		
Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17	

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016			
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde		
	In 2018 erfolgte keine auf Menschenrechte fokussierte Überprüfung von Geschäftsstandorten.		1
Lokale Gemeinschaften			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	53	1
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	53	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	53	
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016			
413-1	Geschäftsstandorte mit Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	53	1
Soziale Bewertung der Lieferanten			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	25	2
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	25	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	25	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016			
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	26	2
Politische Einflussnahme			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17	
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016			
415-1	Parteispenden		
	Direkte oder indirekte Spenden an politische Parteien, Politiker sowie ihre Familien oder Organisationen, an denen sie Beteiligungen halten, oder die politischen Parteien nahe stehen, sind seitens der NORMA Group nicht erlaubt. Im Berichtszeitraum wiesen die Spendenkonten der NORMA Group keine derartigen Zuwendungen auf.		

Angaben zu GRI-Standards		Seite	UNGC
Schutz der Kundendaten			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	19	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	19	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	19	
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016			
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten		
	Im Berichtszeitraum wurden der NORMA Group keine meldepflichtige Verletzung der Privatsphäre des Kunden und des Datenschutzes bekannt.		
Sozioökonomische Compliance			
GRI 103: Managementansatz 2016			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16	
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	17	
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	17	
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016			
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		
	Im Berichtszeitraum hat die NORMA Group keine wesentlichen Strafen und Bußgelder wegen Vergehen, Verstößen oder Nichteinhaltung von Gesetzen, Vorschriften oder Verpflichtungen im Bereich Compliance und Produkte bezahlt. Für Bußgelder im Umweltbereich siehe GRI 307-1.		

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

PRÜFVERMERK [GRI 102-56]

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

AN DIE NORMA GROUP SE, MAINTAL

Wir haben den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht nach § 315b Abs. 3 HGB der NORMA Group SE (im Folgenden die „Gesellschaft") für den Zeitraum vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018, der insgesamt die mit einer vertikalen Linie gekennzeichneten Abschnitte im Corporate-Responsibility-Bericht der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2018 umfasst (im Folgenden der „nichtfinanzielle Bericht"), einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

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

UNABHÄNGIGKEIT UND QUALITÄTSSICHERUNG DER WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

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

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

VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

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

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

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information", herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315b und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

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

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

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

PRÜFUNGSURTEIL

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315b und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

VERWENDUNGSZWECK DES VERMERKS

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

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

Frankfurt am Main, den 8. März 2019

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Nicolette Behncke
Wirtschaftsprüfer

ppa. Dieter W. Horst

57 Über diesen Bericht
59 Kennzahlen
64 GRI Content Index
70 Prüfvermerk
72 Impressum

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

NORMA Group SE
Edisonstraße 4
D-63477 Maintal

KONTAKT [GRI 102-53]

ANSPRECHPARTNER FÜR CORPORATE RESPONSIBILITY

Elias Schwenk
Manager Corporate Responsibility
E-Mail: Elias.Schwenk@normagroup.com
Telefon: +49 6181 6102 7602

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

GESTALTUNG

MPM Corporate Communication Solutions, Mainz, Düsseldorf

BILDNACHWEISE

NORMA Group

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

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

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

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

NORMA Group SE
Edisonstraße 4
63477 Maintal

Telefon: + 49 6181 6102-740
E-Mail: info@normagroup.com
Internet: www.normagroup.com