


















# Nachhaltigkeitsziele



Nachhaltigkeitsaspekt	Ziel	Strategie	Kennzahl	Ziel 2020	Status 2020	Zielerreichung	Ziel 2025	Ziel 2030	SDG Bezug
<b>Markt</b>									
nachhaltige Baukultur	Sensibilisierung und Verbreitung des Themas für alle relevanten Stakeholder	aktiver Dialog in Präsenzveranstaltungen und ergänzenden Onlinformaten	Teilnehmeranzahl Forumstage	2.500	0	x	3.000	5.000	17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE
			Herausgabe von CO2-Urkunden	k.A.	10	-	100	100	
			Mitgliedschaft in Verbänden der grünen Branche	positiver Dialog	k.A.		-		
	langlebige Produkte mit >50 Jahren Nutzungsdauer	exzellente Produktqualität, Reinigungsservice, Produktentwicklung	Anteil Reklamationen Garantiefall	k.A.	k.A.	-	k.A.	k.A.	11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN
	fachgerechter Einbau	Fachschulungen im Forum Anwendungstechnik und extern anbieten	Schulungstage und Teilnehmerzahlen	k.A.	0 (36, 515 TN)	-	500	700	
nachhaltige Baustoffe	alle Rinn Pprodukte sind mit den Themen der NH verworden	Darstellung der NH Themen in der Produkzebene und nicht als separates Thema	Interesse an Produkten mit NH Eigenschaften	35%	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN
	geschlossene Stoffkreisläufe entwickeln	Rücknahmesystem aufbauen und alle Produkte mit RC-Anteil entwickeln	Anteil Umsatz mit RC-Produkten am Gesamtumsatz Pflaster	20%	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	
	Versiegelung von Bodenflächen entgegenwirken	Nachfrage nach Hydropor-Produkten erhöhen, Sortimentserweiterung	Anteil Umsatz Hydropor-Produkte am Gesamtpflasterumsatz	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	
	Beitrag zur Reduktion des Wärmeinseleffektes leisten	Helle Bodenbeläge aktiv vermarkten	Anteil Umsatz heller Bodenbeläge am Gesamtpflasterumsatz	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	
	Erfüllung der Kundenanforderungen	Farbstabilität der Oberflächen gewährleisten	Anteil Umsatz Color Protect-Produkte am Gesamtpflasterumsatz	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	
	Bewusstsein für Einsatz von Produkten für Barrierefreiheit entwickeln	Erweiterung des Produktsortiments im öffentlichen Bereich	Anteil Umsatz Bi-Color-Stufen am Gesamtstufenumsatz	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	
umweltfreundliche Produkte	schadstofffreie Produkte anbieten	Anteil schadstofffreie Produkte	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.		
Kundenzufriedenheit und Kundenbeziehung	langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit	Stammkunden werben	Anzahl Profipartner (Galabauer)	k.A.	131	-	250	350	17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE
			Anteil teilgenommener Kunden am Forum	2.500	0	-	3.000	5.000	
	hohe Kundenzufriedenheit	exzellente Produktqualität, sehr gute Kundenberatung, regelmäßige Befragungen zur kontinuierlichen Verbesserung	Ø Sterne-Bewertung bei Google (Anzahl der Rezensionen)	HHM		3,7 (38)	-	4,5	4,9
				SRO		4,1 (14)	-	4,7	4,9
				IDG HHM		4,9 (48)	-	5	5
				IDG SRO		5 (8)	-	5	5
				IDG BER		4,7 (23)	-	5	5

Nachhaltigkeitsaspekt	Ziel	Strategie	Kennzahl	Ziel 2020	Status 2020	Zielerreichung	Ziel 2025	Ziel 2030	SDG Bezug
<b>Umwelt</b>									
<b>Rohstoffe</b>	Primärressourcenverbrauch reduzieren	Recyclingtechnologien mit externen Dienstleistern entwickeln und Recyclingrohstoffe einsetzen	Anteil recycelte Rohstoffmenge	k.A.	9%	-	16%	24%	
			Anteil Recyclingpapier	k.A.	93%	-	100	100	
			Anteil Verpackung mit Recyclingmaterial	80%	64%	x	90%	90%	
			Anteil Rezyklatmenge an Gesamtverpackungsmenge	k.A.	59%	-	90%	90%	
			Anteil gebrauchter Paletten	k.A.	42%	-	k.A.	k.A.	
<b>Abfälle</b>	produktionsbedingte Abfälle zu 100 % in geschlossene Stoffkreisläufe bringen	Reststoffe in Kooperation mit Entsorgungsbetrieben aufbereiten	Recyclinganteil der Produktionsausschüsse	k.A.	82%	-	90%	95%	
			Abfallintensität (t Abfall/t Produkt)	k.A.	0,02	-	0,01	0,01	
<b>Wasser</b>	schonender Umgang mit Wasser	Wasserbedarf durch Regenwasser decken, Reduzierung des Wasserverbrauchs	Regenwasseranteil am Gesamtwasserverbrauch	40%	13%	x	20	30	 
			Wasserintensität	k.A.	0,11	-	k.A.	k.A.	
<b>Energiewende</b>	Energiebedarf aus erneuerbaren Energien decken	Ausbau erneuerbarer Energien, Umstellung auf Elektromobilität	Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtenergieverbrauch	80%	63%	x	75%	100%	  
			Anteil Photovoltaikstrom am Gesamtenergieverbrauch	k.A.	5%	-	10%	15%	
			Anteil Elektro-/Hybridautos am PKW-Fuhrpark	k.A.	15%	-	100%	100%	
			Anteil Elektrostapler bzw. emissionsfrei	k.A.	22%	-	30%	100	
		Emissionsbedingte Optimierung der Mitarbeitermobilität	Anzahl teilnehmender Mitarbeiter am Fahrrad-Leasing	100	65	x	150	250	
<b>Energie</b>	Reduzierung des Energieverbrauchs, Steigerung der Energieeffizienz	Energetische Sanierungen von Gebäuden, Nutzung von Prozesswärme und Energiespar-Technologien	Gesamtenergieverbrauch in GWh	k.A.	20,3	-	k.A.	k.A.	
			Energieintensität kWh/t	k.A.	44,52	-	40	k.A.	
<b>wirksame Umweltkommunikation</b>	Vergleichbarkeit der Umweltleistungen	breites Engagement in Umweltinitiativen, Zertifizierungen	blauer Engel für RC Produkte	k.A.		√			

Nachhaltigkeitsaspekt	Ziel	Strategie	Kennzahl	Ziel 2020	Status 2020	Zielerreichung	Ziel 2025	Ziel 2030	SDG Bezug
Mitarbeiter-zufriedenheit	Image als Top-Arbeitgeber pflegen	kontinuierliche Personal- und Organisationsentwicklung in Zusammenarbeit mit manemo eG	Mitarbeiterzufriedenheit Gesamtnote	1,8	2,07	x	1,8	1,6	 
			Fluktuationsrate	-	2,44%	-	1,50%	1,00%	
			Anzahl Initiativbewerbungen	k.A.	145	-	300	500	
			Anzahl Neueinstellungen	k.A.	53	-	k.A.	k.A.	
			Umfrage: Quote durchgeführter regelmäßiger Abteilungsbesprechungen	k.A.	69%	-	100%	100%	
			Umsetzungsquote von genehmigten Verbesserungsvorschlägen	k.A.	58%	-	70%	80%	
	subjektive Zufriedenheit der Mitarbeiter mit ihrer Entlohnung	regelmäßiger Dialog zur Beurteilung, Einstufung, Feedback	Anteil durchgeführter Entwicklungsgespräche	k.A.	57%	-	100%	100%	 
			Umfrage: Zufriedenheit mit Entlohnung	<1,8	2,23	x	<1,8	<1,8	
	Work-Life-Balance fördern	Entwicklung der Unternehmenskultur und -struktur, Unterstützung in der jeweiligen Lebensphase	Umfrage: Mitarbeiterzufriedenheit mit Vereinbarkeit Privatleben und Arbeit	<1,9	2,22	x	<1,9	<1,9	 
			Anteil teilgenommener Mitarbeiter am Seminar Selbstwirksamkeit I	k.A.	41%	-	60%	80%	
	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit fördern	Steigerung des Frauenanteils	Frauenanteil in typischen Frauen-Arbeitsbereichen	k.A.	51%	-	50	50	 
			Frauenanteil in atypischen Frauen-Arbeitsbereichen	k.A.	2%	-	10%	25%	
			Frauenanteil an Führungskräften, inkl. Nachwuchs, Vertretung	30%	8%	x	25%	35%	

Nachhaltigkeitsaspekt	Ziel	Strategie	Kennzahl	Ziel 2020	Status 2020	Zielerreichung	Ziel 2025	Ziel 2030	SDG Bezug
-----------------------	------	-----------	----------	-----------	-------------	----------------	-----------	-----------	-----------



**Mitarbeiter**

Nachwuchs und Qualifikation	qualifizierte Besetzung aller Arbeitsplätze	qualifizierte und attraktive Ausbildung für erforderlichen Bedarf und kontinuierliche Weiterbildung	Anteil übernommener Auszubildenden	k.A.	100%	-	100%	100%	
			Quote passgenauer Besetzung	k.A.	89%	-	100%	100%	
	motivierte und engagierte junge Menschen bekommen eine Entwicklungsperspektive aufgezeigt	Fördern und Fordern von jungen Menschen	Weiterbildungsstunden (h/MA)	k.A.	3,95 Std./MA / 2019 = 9,1 Std/MA *	-	20	40	

Arbeits-sicherheit und Gesundheits-schutz	Reduktion Arbeitsunfälle	Maßnahmen über AuG-Managementsystem	Anzahl Arbeitsunfälle/Jahr	10	30	x	0	0	
			Anzahl Ausfalltage durch Arbeitsunfälle	k.A.	511	-	0	0	
	Verbesserung des Wohlbefindens und Gesundheitsverhaltens	Maßnahmen über betriebliches Gesundheitsmanagement	Krankenstand	4%	4,99%	x	3,5%	2,5%	
			Anteil teilnehmender Mitarbeiter am Gesundheitsangebot	k.A.	99	-	k.A.	k.A.	

Nachhaltigkeitsaspekt	Ziel	Strategie	Kennzahl	Ziel 2020	Status 2020	Zielerreichung	Ziel 2025	Ziel 2030	SDG Bezug
-----------------------	------	-----------	----------	-----------	-------------	----------------	-----------	-----------	-----------

**Lieferkette**

nachhaltige Beschaffung	Region stärken	regionale Lieferanten	Einzugsradius < 90 km	80%	80%	√	80	80			
			Einzugsradius < 120 km	95%	90%	x	90	90			
	Reduktion der Emissionen durch die Vorkette			Logisitkpartner mit moderner Flotte bevorzugen		0%	√	20%	100%		
				Forschung Einsatzmöglichkeiten von CEM II Zementen und alternativen Bindemitteln	Anteil klinkerreduzierter Zemente und Zementersatzstoffe an Bindemitteln	k.A.	72%	-			
				Forschung Einsatzmöglichkeiten von Zementersatzstoffen als alternative Bindemittel	Anteil Zementersatzstoffe an Bindemitteln	k.A.	15%	-			
				Berücksichtigung Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette	Anteil auditierten Hauptlieferanten	k.A.	k.A.	-	100%		100%

Lieferantenbeziehung	vertrauensvolle und langfristige Zusammenarbeit	gemeinsame Verbesserung der Vorkette							
----------------------	---	--------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--