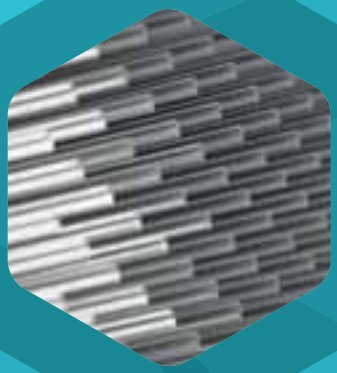
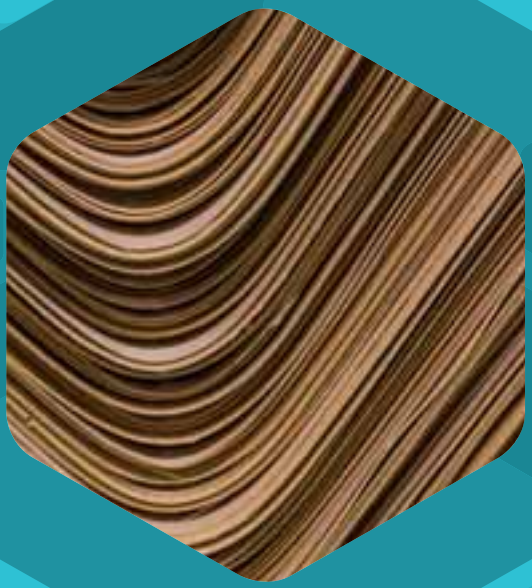
NOWY STYL GROUP®

Nachhaltigkeitsbericht

2012/2013





CSR-Code

Nachhaltigkeitsbericht
Nowy Styl-Group

2012/2013

Inhaltsverzeichnis

Nowy Styl-Group in Zahlen 4

1 Wer sind wir? 9
1.1 Unsere Strategie 14
1.2 Geschäftsführung des Unternehmens 16
1.3 Finanzergebnisse 18
1.4 Handlungsgrundsätze 20
1.5 Qualität 21

2 Unsere Verantwortung 27
2.1 Dialog mit Stakeholdern 30

3 Unsere Mitarbeiter 35
3.1 Beschäftigung 36
3.2 Vergütung 40
3.3 Bildung und Schulungen 41
3.4 Zusätzliche Leistungen 44
3.5 Diskriminierungsbekämpfung 44
3.6 Sicherheit und Arbeitsschutz 44
3.7 Vollständige tabellarische Daten zur Ermittlung der Kennzahlen 46

4 Unser Einfluss auf die Umwelt 53
4.1 Energie 54
4.2 Wasserwirtschaft 56
4.3 Abwasservolumen 57
4.4 Luftemissionen 58
4.5 Abfallwirtschaft 59
4.6 Gesamtausgaben und Investition in den Umweltschutz 62
4.7 Transport 63

5 Unsere Lieferanten 67

6 Unsere Kunden 73
6.1 Ergonomie 74
6.2 Kennzeichnung von Produkten 75
6.3 Gesundheit und Sicherheit der Kunden 76
6.4 Marketing und Kommunikation 78
6.5 Untersuchung der Kundenzufriedenheit 80

7 Unsere Nachbarn 85

8 Über den Bericht 91
8.1 Verifizierung des Berichts 92
8.2 GRI-Inhaltsindex 94

Durchschnittlicher Jahreswechselkurs, der in diesem Bericht verwendet wird:
2012 – EUR 4,1736, 2013 – EUR 4,2110

Das verwendete Papier besteht aus FSC-zertifiziertem Holz. Arctic Volume white paper von Arctic Paper S.A. und wird gemäß den EMAS-Richtlinien gefertigt.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Liebe Mitarbeiter und Freunde, Sehr geehrte Kunden und Geschäftspartner

Wir freuen uns sehr, Ihnen den ersten Nachhaltigkeitsbericht der Nowy Styl Group für die Jahre 2012 und 2013 überreichen zu dürfen, der in Übereinstimmung mit internationalen Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) G4 erstellt wurde. Dies ist ein äußerst wichtiges Dokument für uns, da es der krönende Abschluss einer mehrmonatigen Arbeit von vielen Menschen ist, die ein interdisziplinäres Projektteam bildeten, um dieser Aufgabe gerecht zu werden.

Wir sind stolz darauf, dass wir Ihnen hiermit nicht nur die Zusammenfassung unserer Tätigkeiten in Sachen Nachhaltigkeit, sondern auch unsere Pflichten hierfür präsentieren können. Dahinter stehen die Verpflichtung zur kontinuierlichen Verbesserung und das Bestreben unser Bestmögliches für unseren Einfluss auf die Umwelt zu tun und die Verpflichtung einen Mehrwert für unsere Stakeholder und Kunden zu erzielen.

Die nachhaltige Entwicklung, der wir diesen Bericht widmen, ist ein sehr umfassendes und wichtiges Thema, welches unsere Denkweise bestimmt. Wir behalten die sich immer mehr globalisierende Welt im Auge, wobei wir dabei die guten und schlechten Seiten der stattfindenden Prozesse wahrnehmen. Wir sind uns bewusst, dass die Zukunft von uns allen davon abhängt, wie wir weiterhin arbeiten werden und welche Haltung wir einnehmen werden. Auf dieser Basis haben wir unseren Erfolg gestützt und wir wissen, wovon wir reden.

Unsere Vision und unsere Geschäftsziele basieren auf drei Säulen – Menschen, Produkt und Umwelt – und diese decken sich mit unserer Nachhaltigkeitspolitik. Wir bauen unseren Wettbewerbsvorteil durch die Stärkung der Harmonie zwischen diesen Säulen aus.

Die Menschen sind in der Nowy Styl Group das größte Kapital. Es war ihr Mut, Ihre Kreativität, ihre Motivation, ihre Erfahrung und Kompetenz, die uns in diese Marktposition gebracht hat. Das Ergebnis ihrer Arbeit sind hochwertige Produkte, die den unterschiedlichen Kundenanforderungen weltweit gerecht werden. Bei ihrer Entwicklung verwenden wir sowohl erneuerbare, als auch nicht erneuerbare Ressourcen, wobei hier eine Schuld gegenüber der natürlichen Umwelt und der Region eingehen. Selbstverständlich fühlen wir uns verantwortlich, diese Schuld auch zurückzuzahlen. Alle diese Komponenten sind miteinander verbunden und bilden eine gemeinsame Wertschöpfungskette. Mit dem Ansatz der nachhaltigen Entwicklung sind wir in der Lage, diese gekonnt zu verwalten.

Die Arbeit für diesen Bericht, die uns die letzten Monate beschäftigte, inspirierte uns zu Änderungen. Wir haben uns sorgfältig darauf vorbereitet, indem wir unsere Hausaufgaben gemacht haben. Wir haben unsere Stärken und Schwächen sowie die vor uns stehenden Herausforderungen und Gefahren identifiziert. Wir sind uns bewusst, wie viel Arbeit noch vor uns liegt. Gleichzeitig sind wir sehr motiviert, unsere Versprechen zu erfüllen und Ihnen die Ergebnisse unserer Arbeit im Folgebericht zu präsentieren, den wir für die Jahre 2014 und 2015 herausgeben werden.

Unterdessen möchten wir Sie einladen, diesen Bericht zu lesen und uns an unsere Versprechen zu erinnern. Wir haben die Hoffnung, dass unsere Erfahrungen für Sie inspirierend sein werden.

Hochachtungsvoll,
Vorstand der Nowy Styl Group
Adam Krzanowski
Jerzy Krzanowski
Rafał Chwast
Dariusz Frydrych
Roman Przybylski

Nowy Styl Group in Zahlen

2013

In mehr als

100

Ländern
weltweit präsent

Viertgrößter Hersteller

von Stühlen
und
Büromöbeln in
Europa

14

Produktionsstätten
in Polen, Deutschland,
Russland und in der
Ukraine

Energieverbrauch

38 206 486

kWh

19 Niederlassungen in 13 Ländern

3435 Mitarbeiter

Umsatzerlöse in Höhe von ca. 180 MIO. EURO

15 Ausstellungsräume in 13 Ländern

Wasserverbrauch 134 185 m³

1

Wer sind wir?

Die Geschichte der Nowy Styl Group beginnt 1992 mit der Entschlossenheit und den mutigen Entscheidungen ihrer Gründer, den Brüdern Adam und Jerzy Krzanowski. Dies ist die Erfolgsgeschichte einer Firma, die sich innerhalb von 20 Jahren von einem kleinen Familienunternehmen in ein global agierendes Großunternehmen verwandelte, welches derzeit der viertgrößte Hersteller von Büromöbeln in Europa ist.

Dieser Erfolg basiert auf der kontinuierlichen Suche nach neuen Möglichkeiten, aufmerksamer Beobachtung unserer Umwelt und schnellen und richtigen Reaktionen auf Veränderungen und schließlich auf dem Dialog mit unseren Kunden.

Die Nowy Styl Group, ihre Geschichte, ihr Erfolg und ihre Philosophie werden durch bestimmte Werte beschrieben, die in der richtigen Zusammensetzung den einzigartigen DNA-Code der Firma bilden. Dies sind Eigenschaften, die die Eckpfeiler unseres Erfolgs sind und die uns das Vertrauen vieler Kunden bringen. Unser Erfolg basiert auf dem Vertrauen, das uns unsere Partner entgegengebracht haben.

Hinter diesem Erfolg steht das **Talent** Chancen zu erkennen und zu nutzen, das Talent Marktanforderungen zu verstehen und diese Märkte dynamisch und erfolgreich zu bearbeiten – die Fähigkeit mutige Entscheidungen zu treffen und damit verbundene Veränderungen einzuleiten.

Dieser Erfolg ist auch geprägt durch den **Mut** neue Herausforderungen anzunehmen, neue Möglichkeiten zu finden, schwierige Entscheidungen zu treffen und diese auch zu verantworten.

Dieser Erfolg ist **Ansporn** uns weiter zu entwickeln, neue Inspirationen und optimale Lösungen zu suchen, Herausforderungen anzunehmen, die für andere eine unüberwindbare Barriere darstellen, und so wachsen wir mit den Anforderungen unserer Kunden

Dieser Erfolg macht uns **unabhängig** von Konjunkturschwankungen und externen destabilisierenden Faktoren. Eine Unabhängigkeit die wir durch territoriale Diversifikation erreicht haben. Dahinter verbirgt sich nicht nur unsere finanzielle Unabhängigkeit, sondern auch unsere Unabhängigkeit von externen Lieferanten, die wir dank eigener Produktionsstätten bewahren konnten.

Schließlich ist dieser Erfolg auch eine **Alternative,** die sich dem Kunden in unserem großen Angebot an Produkten und unkonventionellen Lösungen zeigt – z.B. in der Flexibilität- Produkte an unterschiedliche Bedürfnisse und sich verändernden Bedingungen anzupassen.

Hinter diesem Erfolg steckt auch Zielstrebigkeit, Engagement und Hingabe an unsere Aufgaben. Dies zeigt sich in einzelnen Erfolgsgeschichten unserer Kunden und Geschäftspartner, Unternehmen und Lieferanten, mit denen wir tagtäglich zusammenarbeiten. Für diese **wollen wir unseren einzigartigen DNA-Code weiterentwickeln.** Zudem wollen wir diese Partner unterstützen und ihnen widmen wir unseren Erfolg.

Womit beschäftigen wir uns?

Wir bieten unseren Kunden **komplexe Möbellösungen für Büros, öffentliche Bereiche und Homeoffices.** Wir beschränken uns jedoch nicht nur auf die Möbelherstellung. Wir bieten komplexe Dienstleistungen und unterstützen unsere Kunden im Bereich Inneneinrichtung. Wir denken stets lösungsorientiert und passen uns flexibel den jeweiligen Marktanforderungen an. Deshalb umfasst unser Leistungsspektrum u.a. auch Nutzwertanalyse, Unterstützung in der Planung, Umzugsservice und Altmöbelentsorgung.

Eine unserer Stärken liegt auch in **der Vielfalt,** die den individuellen Kundenpräferenzen weltweit gerecht wird. Unser Portfolio besteht aus **6 Produktmarken: Nowy Styl, BN Office Solution, Grammer Office, Rohde & Grahl, Forum Seating und Baltic Wood.** Diese Marken stehen für Büromöbel und -stühle, Sessel und Sofas, Stadion-, Theater und Hörsaalbestuhlung sowie hochwertige Holzböden.

Wir liefern **komplexe Lösungen für öffentliche Orte,** wie z.B. Büros, Konferenz- und Schulungssäle oder auch Sportstätten. **Wir haben zur Fussballeuropameisterschaft 2012 alle polnischen Stadien ausgestattet,** sowie **Stadien in Südafrika oder Rumänien.** Auf unseren Stühlen haben die Staatsoberhäupter während des NATO-Gipfels in Lissabon getagt und unsere Sitze

Möbel sind unsere Leidenschaft. Wir tun jeden Tag alles Erdenkliche, um Lösungen zu entwickeln, die sich an die wandelnden Erwartungen unserer Kunden anpassen. Durch unsere zielgerichtete Entwicklungsstrategie avancierten wir zum viertgrößten Büromöbelhersteller in Europa.

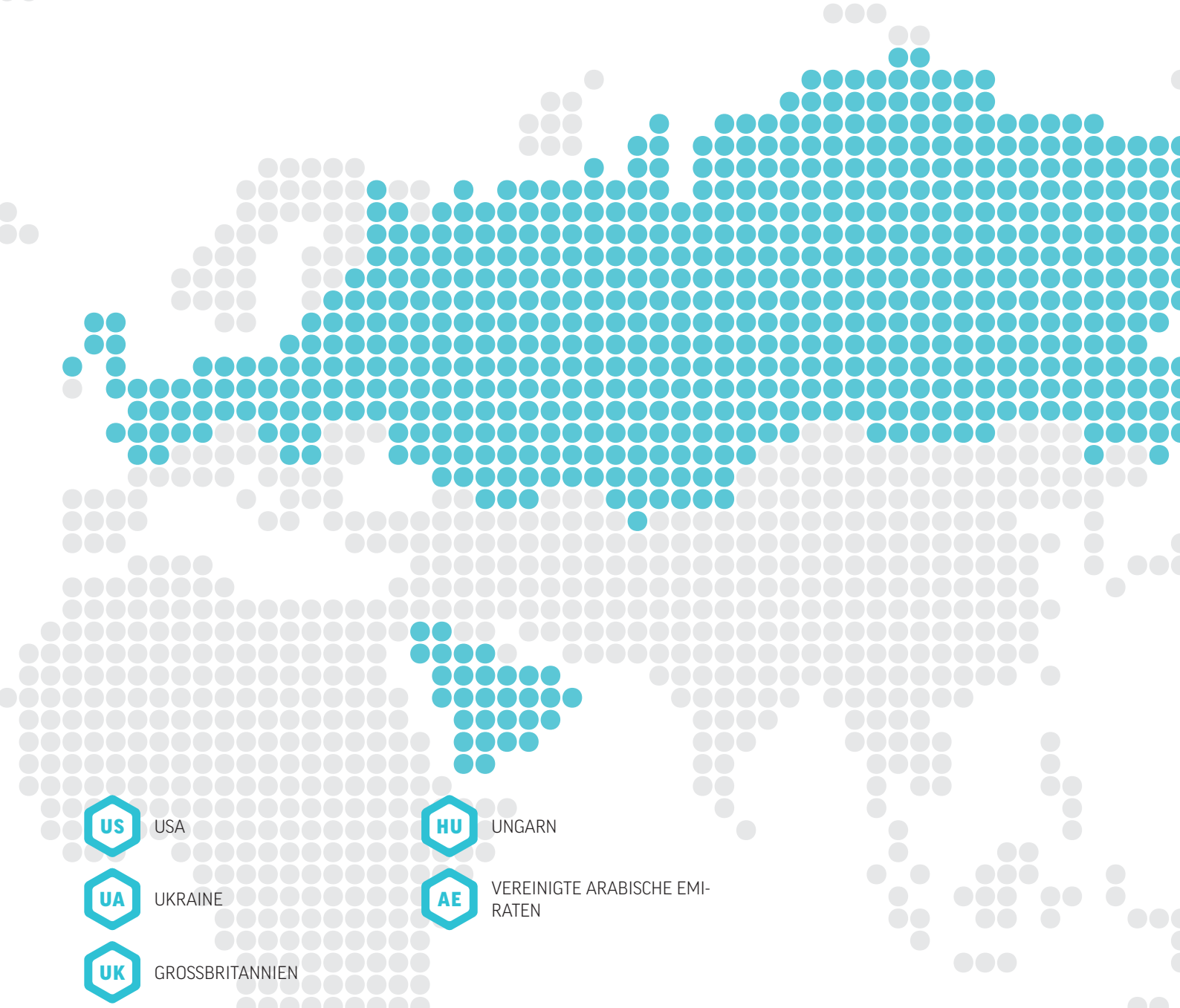
ADAM KRZANOWSKI
Vorstandsvorsitzender
der Nowy Styl Group

VERKAUFSNIEDERLASSUNGEN DER NOWY STYL GROUP:

- BE BELGIEN
- CZ TSCHECHIEN
- FR FRANKREICH
- NL NIEDERLANDE
- KZ KASACHSTAN
- DE DEUTSCHLAND
- PL POLEN
- RU RUSSLAND
- SK SLOWAKEI

befinden sich auch in den bekanntesten Konzertsälen in Polen und in Europa. Die weltweit geschätzten Produkte der Nowy Styl Group bieten sowohl Ergonomie, hervorragende Akustik und Arbeitsplatzkomfort. Unser Angebot umfasst auch Möbeln für Gastronomiebetriebe wie Restaurants, Cafés oder Food Courts sowie heimische Räume wie Esszimmer und Küchen. Die hoch angesehenen Kollektionen edler Holzböden ergänzen unsere Produktpalette bestens.

Wir liefern unsere Möbellösungen in mehr als 100 Länder weltweit. Wir sind mit unseren Produkten u.a. in Taiwan, Südafrika, Kenia, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Chile und natürlich auch in Europa präsent. Mit dem hervorragend ausgebauten Logistiknetz sind wir in der Lage, unsere Möbel selbst in die entferntesten Ecken der Welt auszuliefern. Das eigene internationale Vertriebsnetz mit **19 sog. Verkaufsniederlassungen weltweit** (in allen wichtigen europäischen Märkten sowie in den USA und in den Vereinigten Arabischen Emiraten), d.h. eigene lokale Verkaufsstrukturen, in denen einheimische Manager und Mitarbeiter beschäftigt werden, die sich mit dem Vertrieb der Produkte der Gruppe auf lokalen Märkten befassen, ermöglicht es, die Trends in jedem dieser Länder genau zu beobachten. Das Angebot unserer Möbellösungen wird in 15 Showrooms u.a. in Warschau, London, Paris, Düsseldorf, München, Prag, Bratislava und Moskau präsentiert. Zudem verfügen wir über **viele Fertigungsstätten mit modernster Technologie** in Polen, Deutschland, Russland und in der Ukraine.



Unsere Marken und Lösungen

Nowy Styl
Die erste Marke in der Gruppe mit dem europaweit größten Portfolio an Stühlen.

BN Office Solution
Ein umfangreiches Angebot an Büromöbeln und Chefzimmern – kreiert von bekannten Designern.

Grammer Office
Kollektion von Bürostühlen mit der weltweit patentierten und von deutschen Experten entwickelten Mechanik GLIDE-TEC.

Rohde & Grahl
Ein umfassendes Angebot an Hightec – Bürostühlen und – möbeln.

Forum Seating
Angebot an Kino-, Theater-, Hörsaal- und Stadionbestuhlung, sowie Teleskoptribünen.

Baltic Wood
Moderne Kollektion an hochwertigen Holzböden.

1.1 Unsere Strategie

Mission

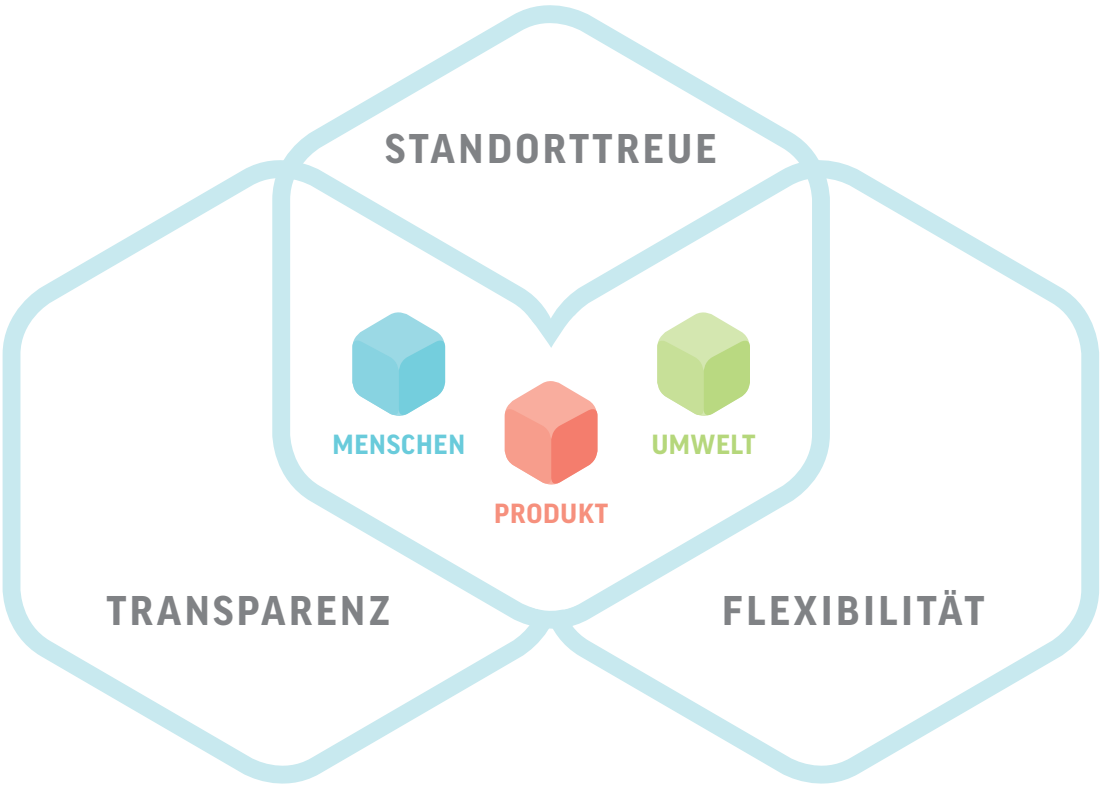
Unsere Mission ist die Entwicklung und Produktion von komfortablen und ergonomischen Büromöbeln. Wir gehen auf die individuellen Anforderung unserer Kunden ein und unterstützen sie in ihrer Arbeitswelt.

Vision

Unsere Vision stützt sich auf drei Grundpfeiler.
Menschen: Wir bauen auf gute und dauerhafte Beziehungen in unserem geschäftlichen und sozialen Umfeld. Wir stehen in ständigen Dialog mit den Gemeinden und Städten vor Ort, unseren Kunden und Partnern.

Produkt: Unsere Arbeit steht unter dem Motto „delivering variety". Unser Angebot umfasst eine große Auswahl an Produkten und Dienstleistungen. Dank innovativer Technologien können wir viele Anforderungen unserer Kunden erfüllen.
Umwelt: Wie nehmen unsere Verantwortung der Umwelt gegenüber sehr ernst. Aus diesem Grund wählen wir Fertigungsprozesse, die uns helfen, die Energieeffizienz zu verbessern.

Bei unseren Maßnahmen richten wir uns nach 3 grundlegenden Werten und zwar Regionalität, Transparenz und Flexibilität. In Kundenbeziehungen und auch intern arbeiten wir stets nach diesen Vorgaben. Wir sind offen, achten auf unser Umfeld und arbeiten intensiv daran die Anforderungen unserer Partner zu erfüllen.



Handlungsstrategie

Die Entwicklung von Büromöbellösungen und entsprechenden Dienstleistungen ist eine unserer obersten Prioritäten. Als das Unternehmen vor 22 Jahren gegründet wurde, haben wir nicht mit Wirtschaftskrisen, Währungsschwankungen oder billiger Konkurrenz aus China gerechnet. Niemand dachte damals daran, dass aus der Firma Nowy Styl einmal die Nowy Styl Group wird, die weltweit Niederlassungen hat und sich an Ausschreibungen von internationalen Großkonzernen beteiligt. Es hat auch niemand gewusst, dass sich der persönliche Kontakt zum Kunden in eine umfangreiche, elektronische Kommunikation verwandeln wird, bei der viele IT-Tools zum Einsatz kommen.

Innerhalb der letzten 22 Jahre haben wir immer wieder neue Herausforderungen angenommen, Änderungen und Trends genau beobachtet und schnellstmöglich darauf reagiert. Unsere Gewinne haben wir von Anfang an in die Weiterentwicklung der Firma, in neueste Produktionsprozesse und in unsere Produkte investiert.

In der Zeit des Zusammenbruchs der Ostmärkte im Jahre 1997 haben wir uns sehr schnell auf die westlichen Märkte konzentriert. 2001 – im Jahr der Branchenkrise im Westen haben wir uns auf die Weiterentwicklung des Vertriebsnetzes fokussiert und in 2009 – im nächsten Krisenjahr haben wir schnell die Entscheidung getroffen, die Firma umzustrukturieren.

Heute sind wir in vielen Ländern vertreten und verkaufen unsere Produkte, die aber an die jeweiligen Marktanforderungen angepaßt sind.

Die Muttergesellschaft der Nowy Styl Group sitzt in Polen, aber wir haben viele ausländische Tochtergesellschaften. Dadurch minimieren wir das Risiko in Wirtschafts- oder politischen Krisen in ausländischen Märkten. Bestimmte Tochtergesellschaften fungieren als eigenständige Unternehmen vor Ort, in denen lokales Personal beschäftigt ist und dadurch bestens auf die Gepflogenheiten des Marktes eingegangen werden kann. Verwaltungsbereiche wie Personalabteilung, Buchhaltung, Marketing und IT sind zentralisiert. So können neben der finanziellen Ersparnis auch Vertriebs- und Verkaufsstrukturen vereinheitlicht werden.

Die Suche nach weiteren Businessideen ist eine natürliche Folge der anvisierten Wachstumsstrategie. Wir erforschen kontinuierlich das Marktpotential und suchen nach Expansionsmöglichkeiten auf aussichtsreichen Märkten.

Die Strategie der Nowy Styl Group beinhaltet auch die kontinuierliche Stärkung und den Ausbau der Marktposition durch ständige Erweiterung des Produktportfolios, die den Kundenanforderungen weltweit gerecht werden.

Durch den Aufkauf und Eingliederung anerkannter Marken und deren Produkte können wir unseren Kunden ein noch größeres Leistungsspektrum für Komplettausstattung von Büros und Firmen bieten. Parallel dazu entwickeln wir auch unser eigenes Portfolio weiter und bauen unsere internen Kompetenzen im Bereich ergonomischer Arbeitsplätze und Akustik aus.

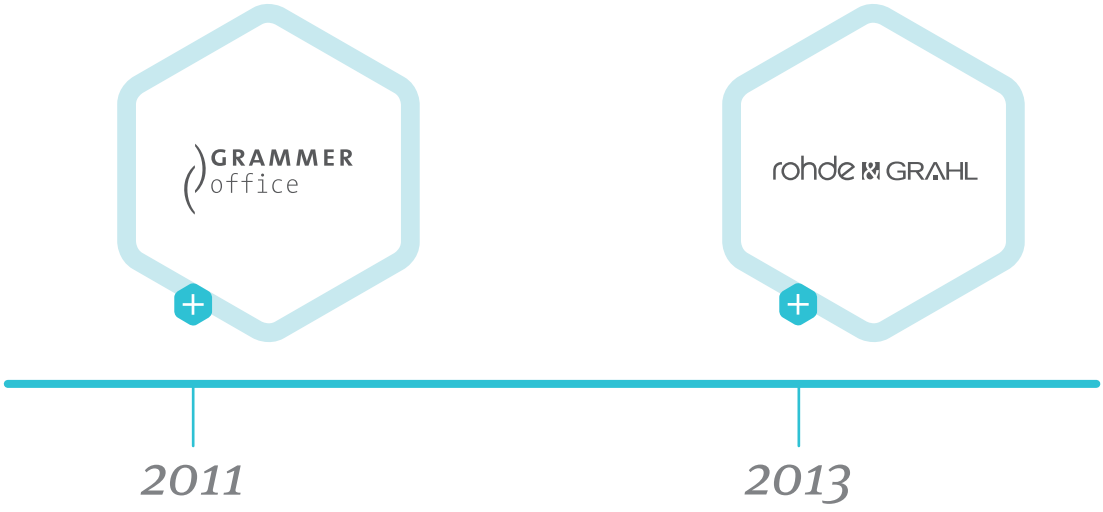
Um den Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden, arbeiten wir auch an der Bereitstellung weiterer Dienstleistungen und Services. In enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Forschungszentren, führen wir Studien über die Effizienz der Mitarbeiter in der Arbeitsumgebung unserer Kunden durch. Desweiteren können wir als „Umzugsmanager" fungieren oder die Entsorgung der Altmöbel übernehmen. Auch stimmen wir uns mit Lieferanten von Komplementärprodukten wie Teppichböden, Beleuchtung oder Trennwänden ab.

Jeder Kunde und jede Firma ist anders. Jeder hat seinen eigenen sog. DNA-Code innerhalb des Unternehmens. Unsere Strategie ist darauf ausgerichtet die Gene dieses Codes zu entschlüsseln und so individuelle Lösungen und Dienstleistungen für diesen Kunden anzubieten.

Die Definierung der Kundenbedürfnisse ähnelt der Funktionsweise des DNA-Codes, da die Komponenten zwar identisch sind, aber die Anordnung innerhalb des DNA-Strangs **einzigartig** ist.

Eine unserer Kernkompetenzen ist die Fähigkeit den speziellen DNA-Code zu entschlüsseln und die Anforderungen des Kunden zu filtern und daran zu arbeiten, diese zu erfüllen.

ANKÄUFE DER NOWY STYL GROUP IM AUSLAND.



1.2 Der Vorstand der Nowy Styl Group

Seit 1992 wird die Nowy Styl Group unverändert von ihren Gründern, den Brüdern Adam und Jerzy Krzanowski geführt. Sie waren es, die aus dem kleinen Familienunternehmen Nowy Styl die global agierende Nowy Styl Group gemacht haben. Im Jahre 2008 – in Vorbereitung auf Umstrukturierungsmaßnahmen – wurde die Entscheidung getroffen, dass die Nowy Styl Group und Ihr Tochtergesellschaften von einem fünfköpfigen Vorstand geleitet werden, der für verschiedene Geschäftsbereiche zuständig ist.

Adam Krzanowski

Mitbegründer der Nowy Styl Group und seit 2009 Vorstandsvorsitzender. Er leitet die Firma ununterbrochen seit Beginn. Er ist ein erfahrener Unternehmer und Stratege. Er wurde mehrfach für seine geschäftlichen Erfolge und für sein soziales Engagement geehrt.

Jerzy Krzanowski

Mitbegründer und seit 1993 Direktor bei Nowy Styl. Seit 2009 stellvertretender Vorstandsvorsitzender. Er ist zuständig für die Bereiche Investition und Einkauf, und hier u.a. für die Kontrolle der Vorlieferanten und die Stärkung des Innovationspotentials innerhalb der Gruppe verantwortlich. Er ist sozial sehr engangiert und gründete u.a. die Janusz Korczak-Stiftung, die junge Talente unterstützt.

Rafał Chwast

Seit 2008 stellvertretender Vorsitzender des Vorstands der Nowy Styl Group. Vorher war er u.a. bei Comarch tätig. Er ist ein ausgebildeter Ökonom und Finanzmann - und dies aus Leidenschaft. In der Vergangenheit war er Präsident der SEG - der Vereinigung von Börsenemittenten. Er ist in der Gruppe für Finanzen, IT, Corporate Governance, neue Akquisitionen und Managementstrategien auf internationaler Ebene zuständig.

Dariusz Frydrych

Seit 2010 ist er Vorstandsmitglied und Betriebsleiter der Gruppe. Er ist für die Geschäftsbereiche Technik, Logistik, Qualität und HR, sowie den Mitarbeitern in sieben Produktionswerken verantwortlich. Davor war er bei Delphi Automotive Systems Poland nacheinander als Direktor für Qualität, Direktor für Logistik und als Betriebsleiter tätig. Die Erfahrungen aus der Automobilbranche integrierte er erfolgreich in das Büromöbelgeschäft.

Roman Przybylski

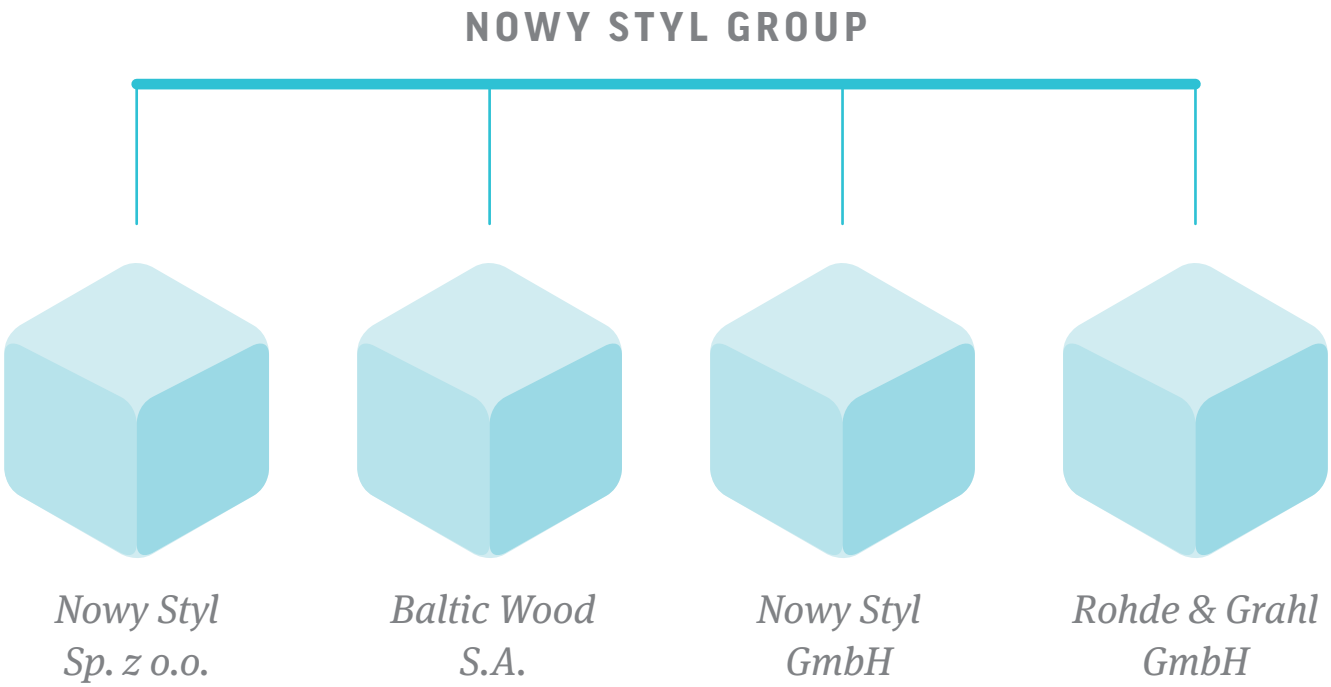
Vertriebsvorstand seit 2009, allerdings ist er schon seit 2003 ununterbrochen mit der Nowy Styl Group verbunden. Anfänglich befasste er sich mit dem Aufbau und Kontrolle der ausländischen Vertriebsstrukturen im Westen. Derzeit ist er u.a. Geschäftsführer in den verschiedenen Niederlassungen im Ausland und ist für den Ausbau des Vertriebsnetzes und der Akquisition neuer Märkte verantwortlich.

Struktur der Nowy Styl Group

Die Nowy Styl Group ist eine Unternehmensgruppe bestehend aus der Nowy Styl Sp. z o.o. und ihren Tochtergesellschaften, die u.a. in den jeweiligen Ländern verantwortlich sind. Dieser Bericht präsentiert detaillierte Informationen in Bezug auf nachstehende Gesellschaften, die nach dem Wesentlichkeitsprinzip für den Bericht ausgewählt wurden:

› **Nowy Styl Sp. z o.o.** – die Muttergesellschaft
› **Baltic Wood S.A.** – ein Tochterunternehmen, das für Produktion und Vertrieb der Holzböden der Marke Baltic Wood verantwortlich ist.
› **Nowy Styl GmbH** – ein Tochterunternehmen, das für Produktion und Vertrieb der Produkte der Nowy Styl Group auf dem deutschem Markt verantwortlich ist
› **Rohde & Grahl GmbH*** – seit Juni 2013 ein Tochterunternehmen. Dieses Unternehmen ist für Produktion und Vertrieb der Produkte der Marke Rohde & Grahl auf deutschem Markt verantwortlich.

* Da die Rohde & Grahl GmbH erst seit Juni im Portfolio der Nowy Styl Group zu finden ist, sind in diesem Bericht nur Daten für diesen Zeitraum benannt.



Unter dem Namen Nowy Styl Sp. z o.o. werden kollektiv die Daten für das Werk für Holzverarbeitung in Rzepedź, die Produktion für Büromöbel in Krosno, für das mittlerweile inaktive Produktionswerk in Besk und Korczyn (die Produktion an diesem Standort wurde im Januar 2013 beendet, als diese nach Jasło verlagert wurde), für das Werk für Metallproduktion, die Bürostuhlproduktion und das kunststoffverarbeitetende Werk präsentiert.

Neben den Produktionsstätten in Polen werden unsere Produkte in Deutschland in Ebermannsdorf sowie in Werken hergestellt, die zur im Juni 2013 gekauften Marke Rohde & Grahl in der Voigtei und Steyerberg gehören. Insgesamt belief sich die Gesamtproduktionsfläche im Jahre 2013 auf 225 500 m^3.

Im Falle der Gesellschaft Nowy Styl GmbH ist anzumerken, dass die Produktion der Komponenten, mit der früher externe Unternehmen betraut wurden, nach der Übernahme in 2011 in die Werke von Nowy Styl Sp. z o.o. verlagert wurde und nur die Montage der Produkte weiterhin in Deutschland stattfindet. Dies ermöglichte die Kostenoptimierung und Verkürzung der Transportstrecken.

1.3 *Finanzergebnisse*

DMA: EC1-4 G4-EC1

Die dynamische Entwicklung der Nowy Styl Group birgt zugleich auch Verpflichtungen. Wir sind uns der Verantwortung bewusst, die wir gegenüber unseren Stakeholdern haben.

Wir bauen unsere Firma auf einem soliden Fundament auf - und zwar auf finanzieller Sicherheit, einer effizienten Organisations- und Entscheidungsstruktur, sowie auf vertrauensvollen und professionellen Mitarbeitern. Unsere Stabilität vermittelt unseren Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern sowie den jeweiligen Standorten ein Gefühl der Sicherheit. Wir sind uns unserer Rolle als einer der größten Arbeitgeber in der Region Podkarpackie und als starker Partner für Organisationen in der Region bestens bewusst. Aus diesem Grunde ist Transparenz eines der grundlegenden Werte für unser Unternehmen. Wir melden unsere Finanzergebnisse termingerecht und in transparenter Art und Weise an die entsprechenden Einrichtungen. Wir sind offen in der Zusammenarbeit mit externen Wirtschaftsprüfern.

Wir präsentieren unsere Finanzergebnisse gemäß konsolidierten Daten für die gesamte Nowy Styl Group. Unsere Leistung, im Hinblick auf die Organisation des Unternehmens, ist, dass, obwohl die Gruppe in verschiedenen Märkten agiert, wir als ein virtuellen Körper funktionieren. Dadurch können wir Erfahrungen der Mitarbeiter aus den verschiedenen Ländern austauschen. Wir sind auch in der Lage, innerhalb der Gruppe den Mehrwert zu messen, den wir für den Kunden generieren. Deshalb präsentieren wir die im Bericht vorgelegten Kennzahlen auf Grundlage von konsolidierten Daten, d.h. auf eine stimmige Weise, wie wir sie auch an die Finanzämter berichten und wie wir intern unsere finanzielle Lage analysieren – so Rafał Chwast, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Finanzchef der Nowy Styl Group.

In den konsolidierten Finanzergebnissen sind auch die Änderungen in der Eigentumsstruktur im Berichtszeitraum berücksichtigt, als wir die deutschen Firmen Rohde & Grahl und Sato Office erwarben und in unsere Strukturen integrierten. Wir werden in den kommenden Jahren den Umfang der berichteten Daten – unter Berücksichtigung der entsprechenden Informationen aus den jeweiligen Gesellschaften – erhöhen.

GRI EC1

FINANZERGEBNISSE DER NOWY STYL GROUP (IN TSD. EUR*/ PLN)

NOWY STYL GROUP	2012		2013	
	EUR*	PLN	EUR*	PLN
Direkt erwirtschafteter wirtschaftlicher Wert	**153 074,25**	**638 870,68**	**172 419,06**	**726 056,68**
a) Einnahmen	153 074,25	638 870,68	172 419,06	726 056,68
Verteilter wirtschaftlicher Wert	**146 137,21**	**609 918,25**	**164 429,15**	**692 411,15**
b) Betriebskosten	104 769,50	437 265,98	119 904,70	504 918,69
c) Löhne und sonstige betriebliche Leistungen	36 137,76	150 824,57	40 609,02	171 004,59
d) Zahlungen an Kapitalgeber	5 059,19	21 115,04	2 616,69	11 018,88
e) Zahlungen an die Regierung	42,13	175,84	1 171,62	4 933,70
f) Investitionen in die Gemeinschaft	125,86	525,31	115,32	485,60
ZURÜCKBEHALTENER WIRTSCHAFTLICHER WERT	**6 939,80**	**28 963,95**	**8 001,72**	**33 695,23**

* Durchschnittlicher Jahreswechselkurs, der in diesem Bericht verwendet wird: 2012 – EUR 4,1736, 2013 – EUR 4,2110

Investitionen

G4-EC4

In Zeiten der Krise setzen die meisten Unternehmen auf Investitionen in Produktion oder neue Technologien. Wir hingegen handelten entgegen dem allgemeinen Trend und zwar nach einer Strategie, die man auch als die „Flucht nach vorn" bezeichnen könnte. *Dadurch waren wir nach der Krise in einer deutlich besseren Lage als die meisten unserer Marktbegleiter,* so Roman Przybylski, Vertriebsvorstand. *Die Entscheidung zum Bau einer neuen Büromöbelfabrik in Jasło basierte auf unseren zukünftigen Geschäftsplänen. Wir haben unser Produktionsprofil erfolgreich geändert. Vor einigen Jahren noch waren wir fokusiert auf die Produktion von Stühlen. Heutzutage sind wir Anbieter breit gefächerter Dienstleistungen im Bereich von Büroeinrichtungen und Inneneinrichtungen. Derzeit arbeiten wir an einigen wichtigen Großprojekten. Unsere Unternehmen stattet Großunternehmen mit kompletten Arbeitsplätzen aus. Wir sehen, dass unsere Produktionskapazitäten gegenüber den Bestellmengen zu gering sind. Weitere Investitionen in dieser Hinsicht sind deshalb für uns unerlässlich.* Die neue Fabrik bietet mehr als 24 000 m² an Nutzfläche mit modernen und innovativen Produktionslinien. Diese Fabrik wird aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung in Höhe von ca. 9,5 Mio Euro mitfinanziert.

Im Jahre 2012 erhielten wir auch Fördermittel für die Herstellung von Stühlen aus Verbundstoffplatten, auf die auf Seite 60 ausführlicher eingegangen wird.

Die nachstehende Tabelle präsentiert die Größe der staatlichen Fördermittel in den Jahren 2012 und 2013 für die neue Büromöbelfabrik.

GRI EC4

FINANZIELLE UNTERSTÜTZUNG VON SEITEN DER REGIERUNG (EUR*/PLN)

	2012		2013	
	EUR*	PLN	EUR*	PLN
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE)	1 620 421,55	6 762 991,40	4 556 172,79	19 186 043,62
Staatskasse	285 956,74	1 193 469,06	804 030,49	3 385 772,40
INSGESAMT	**1 906 378,30**	**7 956 460,46**	**5 360 203,28**	**22 571 816,02**

* Durchschnittlicher Jahreswechselkurs, der in diesem Bericht verwendet wird: 2012 – EUR 4,1736, 2013 – EUR 4,2110

UNSERE ZUSAGEN:

- Im Jahre 2014 werden wir den Bau des neuen Büromöbelwerks abschließen. Dies wird ein vollständig automatisiertes Werk sein, welches unsere Produktionskapazitäten deutlich erhöhen wird.
- Mit der Einführung von innovativen Lösungen wird die Durchlaufzeit pro Bestellung deutlich verkürzt. Eine größere Produktionsflexibilität ermöglicht die Steigerung der Produktivität unabhängig von der Anzahl und Größe der Bestellungen.
- Wir werden in einem noch größeren Umfang die Qualität und Lebensdauer der Möbel erhöhen. Dies wollen wir durch den Einsatz neuester Lasertechnologien erreichen, so dass wir auch gebogene Kanten entsprechend bearbeiten können.

1.4 Handlungsgrundsätze

Ehrlichkeit – nicht mit zweierlei Maß

DMA: SO4 G4-SO4 Jeder schätzt die Zusammenarbeit mit ehrlichen Menschen und Organisationen. Wir auch und deshalb haben wir ganz deutliche Grenzen definiert, die kein Mitarbeiter, Geschäftspartner, Lieferant und Kunde der Nowy Styl Group überschreiten darf. Wir möchten besser als unsere Wettbewerber sein, behandeln sie aber mit Respekt und bauen unsere Vorteile ausschließlich auf unserer Produktqualität und der erbrachten Dienstleistung auf. Strikt untersagt sind sämtliche unehrlichen Versuche persönliche Vorteile oder Vorteile für das Unternehmen zu erlangen.

Wie machen wir das?

› Wir alle sind für die gute Reputation unseres Unternehmens verantwortlich und deshalb muss jeder neue Mitarbeiter die Verpflichtungen aus den Dokumenten namens „Verhaltenskodex" und „Mitarbeiterregeln der Nowy Styl Group" kennen und akzeptieren, die auf präzise Weise unsere ethischen und rechtlichen Verpflichtungen definieren. Bisher haben wir noch keine Schulungen im Bereich der Antikorruptionsverfahren durchgeführt.

› „gute Beispiele kommen immer von oben" und deshalb nehmen die Führungsriege und verantwortliche Teams für Verkauf an professionellen Schulungen teil, die sämtliche Zweifel und Gefahren aus dem Weg räumen.

DMA: SO8 G4-SO8 › Unser Handeln ist transparent und wir beachten die geltenden Gesetze. Keiner der Gesellschaften in der Gruppe wurden wesentliche finanzielle Strafen oder andere Sanktionen wegen Rechtsübertretungen auferlegt.

Verletzung der Regeln des lauteren Wettbewerbs

DMA: SO7 G4-SO7 Seit Bestehen unserer Firma achten wir darauf, die Regeln des lauteren Wettbewerbs im Hinblick auf unsere Wettbewerber auf dem polnischen und ausländischen Markt zu berücksichtigen. Wir schulen unsere polnischen Vertriebspartner regelmäßig, damit sie dies auch tun. Bereits 2011 haben wir innerhalb der Produktschulungen für unsere polnischen Vertriebspartner einen Block den rechtlichen Themen gewidmet. Dafür haben wir Juristen aus der Andrzej Gotfryd Anwaltskanzlei eingeladen, die das Verbot von vertikalen und horizontalen Vereinbarungen erläuterten, um das Recht des lauteren Wettbewerbs nicht zu verletzen, und die nahe legten, welche Regeln auf dem polnischen Markt herrschen sowie welche Fehler Unternehmer häufig begehen. Während dieser Schulungen hatten die Vertriebspartner auch die Gelegenheit, kostenfreie Rechtsberatungen in Anspruch zu nehmen. Die Schulungsreihe erstreckte sich nicht nur auf die Vertriebsspezialisten und Mitarbeiter unserer Vertriebspartner, sondern auch auf ihre Vorgesetzten, die wir beim Treffen der „Goldenen und Silbernen Geschäftspartner" im Mai 2011 geschult haben.

Eine weitere Möglichkeit nahmen auch unsere Vertriebsmitarbeiter in Anspruch. Seit 2011 ist das Thema „Bekämpfung der Korruption" fester Bestandteil von Schulungen für die Vertriebspartner.

G4-SO5 Aufgrund der konsequenten Umsetzung der Firmenpolitik auf diesem Gebiet verzeichneten wir keine Verletzungen der Regeln des lauteren Wettbewerbs, der Regeln der freien Wettbewerbs oder des Verhalten mit Anzeichen von Korruption.

UNSERE ZUSAGEN:

› Wir werden einen Verhaltenskodex erarbeiten, der die Standards unseres Handelns und unserer Kommunikation stärken wird, indem diese systematisiert und Überwachungswerkzeuge dafür geschaffen werden.

› Wir werden Schulungen mit den Themen Ethik und Bekämpfung der Korruption vorbereiten, die den Mitarbeitern auf einer E-Learning-Plattform zur Verfügung stehen werden.

1.4 Qualität

Die Haltbarkeit unserer Produkte wird bereits in der Prototypenphase überprüft und der gesamte Produktionsprozess erfolgt gemäß den Vorgaben des Qualitätsmanagementsystems ISO 9001:2008.

Zur Gewährleistung der höchsten europäischen Qualität werden unsere Produkte im firmeneigenen Forschungslabor in modernen Prüfständen, sowie von unabhängigen Prüfinstituten im In- und Ausland geprüft, wo sie Zertifikate für Qualität erhalten.

Aufgrund der hohen Qualität unserer Produkte und genauen Kontrolle in jeder Phase der Lieferkette wurden lediglich 0,73% der 2012 hergestellten Produkte reklamiert.
Im Vorjahr fiel die Reklamationsquote mit 0,72 % noch geringer aus. Dies bedeutet, dass 99 von 100 Kunden mit den unseren Stühlen oder Möbeln zufrieden waren. Diejenigen, die trotz dessen unsere Produkte reklamieren, versuchen wir, spätestens innerhalb von 10 Tagen zu bedienen (97,23 % abgeschlossene Reklamationen in 2012 und 97,11 % in 2013). Aufgrund der unterschiedlichen Methoden der Datenerfassung beziehen sich diese Daten nur auf Produkte, die aus den Produktionsstätten in Polen stammen. Wir arbeiten an einer Vereinheitlichung und so werden wir diese Daten in den kommenden Jahren auch für Produkte aus unseren deutschen Werken beobachten können.

Unser Ziel ist es, sich von der traditionellen Art und Weise der Qualitätssicherung zu lösen, die nur auf ihrer Endkontrolle beruhte, und sich stärker auf die Optimierung des Herstellungs- und Lieferprozesses zu fokussieren. Als Grundlage für eine derartige Vorgehensweise gilt die Sicherstellung einer entsprechenden Arbeitsqualität in jeder Prozessphase, damit am Ende stets ein hochwertiges Produkt entsteht.

WIOLETTA KRAJEWSKA
Leiterin Qualität
der Nowy Styl Group

Preise und Auszeichnungen

Jeder möchte für seine Arbeit gelobt werden. Wir auch. Jeder erhaltene Preis oder Auszeichnung ist wertvoll für uns, weil sie belegen, dass unsere Entscheidungen richtig sind und dass unsere Anstrengung und harte Arbeit Früchte bringt. Wir entwickeln uns weiter und es freut uns sehr, wenn dies von Kunden und anerkannten Fachgrößen wahrgenommen wird.
Wenn man mutige Geschäftsentscheidungen trifft, geht man stets ein gewisses Risiko ein. Der beste Preis dafür ist der Markterfolg. Jede Auszeichnung in prestigeträchtigen Ranglisten bestätigt uns, dass unsere Entscheidungen richtig waren. Solche Preise wie „National Public Champion Poland" im Wettbewerb „European Business Awards" oder „Säule der polnischen Wirtschaft" sind Auszeichnungen, die unseren Glauben bekräftigen, dass wir die richtige Richtung eingeschlagen haben. Wir sehen uns nach wie vor als ein lernendes Unternehmen und sehen, dass unsere Anstrengungen die erhofften Ergebnisse bringen. Von Jahr zu Jahr erhalten wir nämlich immer mehr Preise und Auszeichnungen, und unser Unternehmen wird zunehmend häufiger in den diversen Wirtschaftsranglisten aufgeführt. Und das ist wichtig für uns.
Einen besonderen Wert haben Auszeichnungen im Zusammenhang mit unseren Mitarbeitern. Auszeichnungen wie „sicherer Arbeitgeber" sind hervorragende Motivation für uns weiter daran zu arbeiten, bestmögliche Arbeitsbedingungen zu schaffen. Obwohl wir das Wohlergehen unserer Mitarbeiter als etwas Selbstverständliches erachten, hören wir gerne, dass die Experten dies auch zu schätzen wissen.
Eine separate Preiskategorie sind Auszeichnungen für unsere Produkte und zwar für Qualität und Design. Die Erfolge in solchen Wettbewerben sind wichtig für uns, jedoch hat die Kundenzufriedenheit einen größeren Wert für uns. Wir entwickeln unsere Produkte für die Kunden. Bei der Entwicklung des jeweiligen Möbels oder Stuhls denken wir an die Bedürfnisse und Erwartungen der Anwender. Ihre Kaufentscheidungen sind für uns die wertvollste Auszeichnung.

Eckpfeiler der polnischen Wirtschaft

National Public Champion Poland

Verantwortungsbewusste Unternehmensführung. Gute Praktiken

Führendes Unternehmen in nachhaltiger Entwicklung

„sicherer Arbeitgeber"

"Produkt des Jahres 2011"
für eRange in der Kategorie Büromöbel

Wenn wir mit der Arbeit an einem weiteren komplizierten Projekt beginnen, glauben wir, dass wir erfolgreich sein werden. So ist es auch mit Projekten im Bereich der verantwortungsbewussten Unternehmensführung. Bei der Einführung von Maßnahmen an der Verbesserung derartiger Aktivitäten in unserem Unternehmen waren wir uns sicher, dass wir auch gute Effekte sehen werden. Und dies geschieht auch so – wir entwickeln uns nach wie vor auf diesem Gebiet und lernen dabei, und unsere Anstrengungen werden von einem breiten Publikum wahrgenommen. Wir erhielten unter anderem eine Auszeichnung beim Wettbewerb namens „Führende Kraft der nachhaltigen Entwicklung", welcher von Forbes und PwC veranstaltet wurde. Im Jahre 2013 wurden wir als Debütant in der Rangliste verantwortungsbewusster Unternehmen auf Platz 43 geführt und ein Jahr später erreichten wir bereits Rang 9. Das ist eine Verbesserung um 34 Plätze! Seit 2013 sind wir auch Mitglied der Koalition zu Gunsten der verantwortungsbewussten Unternehmensführung. Ein enorm wichtiger Schritt für uns war der Beitritt zur Initiative Global Compact im Jahre 2012. *Ich denke, dass diese Mitgliedschaft zu einem Meilenstein für Maßnahmen zu Gunsten nachhaltiger Entwicklung avanciert* – so Adam Krzanowski, Vorstandsvorsitzender der Nowy Styl Group – *der Beitritt zum Global Compact bestätigte offiziell das, was wir schon lange wussten: Der Aufbau eines erfolgreichen Geschäfts geht nur im Einklang mit geltenden diesbezüglichen Grundsätzen einher. Wir möchten diesen Weg gehen und werden ganz bestimmt Erfolge erzielen – mit weiterem Nutzen für unsere Kunden und Geschäftspartner.*

Unsere Bemühungen bei der Implementierung von umweltfreundlichen Technologien wurden ebenfalls von den Autoren des Forums für verantwortungsbewusste Unternehmensführung „Verantwortungsbewusste Unternehmensführung. Gute Praktiken" wahrgenommen. In dieser Veröffentlichung wurden mehr als 400 verantwortungsbewusste Firmen, unter anderem auch die von uns entwickelte Technologie zur Herstellung von Verbundstoffplatten aus postproduktiven Abfällen, beschrieben.

iF Product Design Award
für den Stuhl Sail der Marke Grammer Office

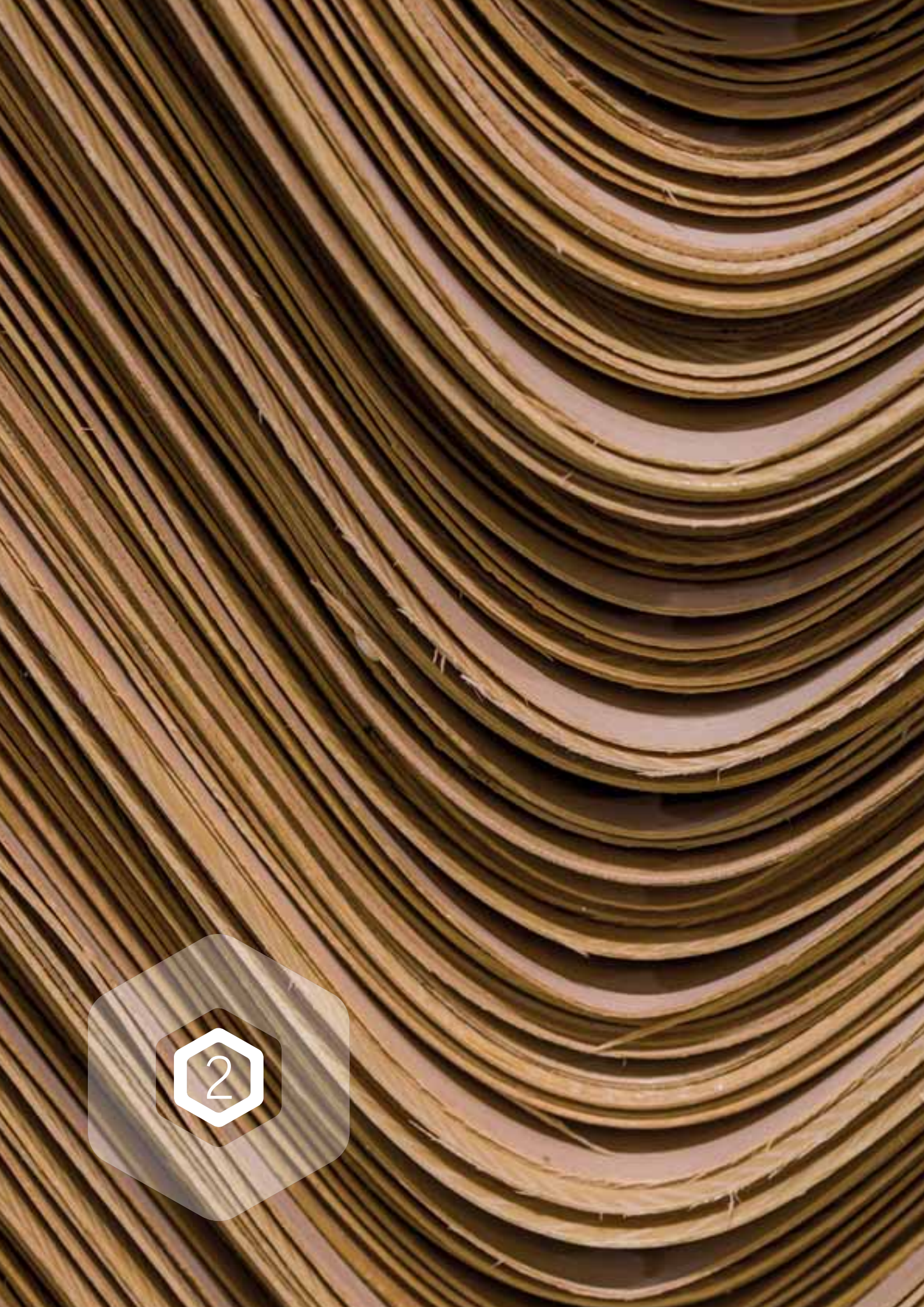
Zertifikat „Quality Office"
2012

Rangliste der verantwortungsbewussten Unternehmen
2013: 43. Platz

Mitglied der Initiative Global Compact
seit 2013

Mitglied der Koalition zu Gunsten der verantwortungsbewussten Unternehmensführung
seit 2013

„Diamant" der Möbelbranche
2011


2

Unsere Verantwortung

KUPER

Wir sind uns dessen bewusst, dass die dynamische Entwicklung der Nowy Styl Group ohne die Hingabe und das Potential unserer Mitarbeiter und Geschäftspartner nicht möglich wäre. Zudem arbeiten wir daran, natürliche Ressourcen, die wir mit kommenden Generationen teilen müssen, vernünftig einzusetzen.

Unser Geschäftserfolg bot uns die Möglichkeit einige Elemente in der Welt in der Welt, in der wir leben zu ändern. Zu Beginn konnten wir lediglich lokale soziale Initiativen unterstützen und unsere Stühle als Geschenke überreichen. Inzwischen implementierten wir ISO-Standards und moderne Technologien, mit denen unsere Produktion umweltfreundlicher wurde. Dabei haben wir unsere Mitarbeiter nicht aus den Augen verloren und bieten eine Reihe von Aktivitäten und Entwicklungsprogrammen an. Derzeit bauen wir unsere Strategie der sozialen Verantwortung (CSR), sowie die Vision der Funktionsweise der gesamten Gruppe auf 3 Säulen auf: **Menschen, Produkte, Umwelt** – wodurch integrierte Programme entstehen, die für alle Beteiligten von Vorteil sind.

Ausgewählte CSR-Maßnahmen

Menschen

› Wir erfüllen Kinderträume: Wir organisieren große Charity-Neujahrsfeiern für Kinder, um ihre Entwicklung und Bildung zu fördern.

› Wir arbeiten mit der Janusz-Korczak-Stiftung zusammen, die sich um die Bedürfnisse von Organisationen kümmert, die nicht von der Regierung unterstützt werden.

› Wir veranstalten in unseren Werken „Tage der offenen Tür" für unsere Mitarbeiter und ihre Familien.

› Wir bieten zahlreiche Schulungen für Mitarbeiter und Geschäftspartner.

Produkte

› Wir unterstützen die Vorlieferanten und achten ihre CSR-Ansätze.

› Wir klären die Verbraucher und unsere Geschäftspartner über Ergonomie und gesunde Arbeitsplätze auf.

› Wir verwenden zertifizierte Ressourcen und Materialien (z.B. FSC-Holz, Stoffe mit EU-Blume).

› In den Produktionsprozessen verwenden wir recycelte Materialien (z.B. Kunststoff, Schaum).

Umwelt

› Wir haben eine eigene Kläranlage gebaut.

› Wir schulen unsere Mitarbeiter in dem Programm „be ecofriendly".

› Wir erzeugen eigene „grüne Energie" aus sog. Biomasse.

› Wir entwickelten und implementierten ein Projekt zur Herstellung von Verbundstoffplatten aus Holzabfällen.

Zertifikate

Der hohe Produktionsstandard, die Qualität unserer Stühle und Möbel und die Umweltmaßnahmen, die wir eingeleitet haben, werden durch unabhängige Prüfinstitute zertifiziert.
Dazu zählen u.a.:

- ISO 14001
- ISO 9001
- PN-N18001
- GS-Zeichen
- Quality Office
- FSC-Zertifikat
- Hygienebescheinigungen

FSC

Eines der Hauptrohstoffe in unserer Branche ist Holz, welches den Möbeln und Stühlen einen einzigartigen Charakter gibt. Ähnlich wie wir uns um jede Komponenten in unseren Produkten kümmern, so achten wir auch auf die entsprechenden Holzlieferungen. Wir geben unseren Kunden die Möglichkeit, Produkte zu kaufen, die aus Holz mit dem internationalen FSC-Zertifikat (Forest Stewardship Council) gebaut werden, welches garantiert, dass der Holzlebenszyklus angefangen beim Anbau bis hin zum Fällen gemäß geltenden Normen verlief.

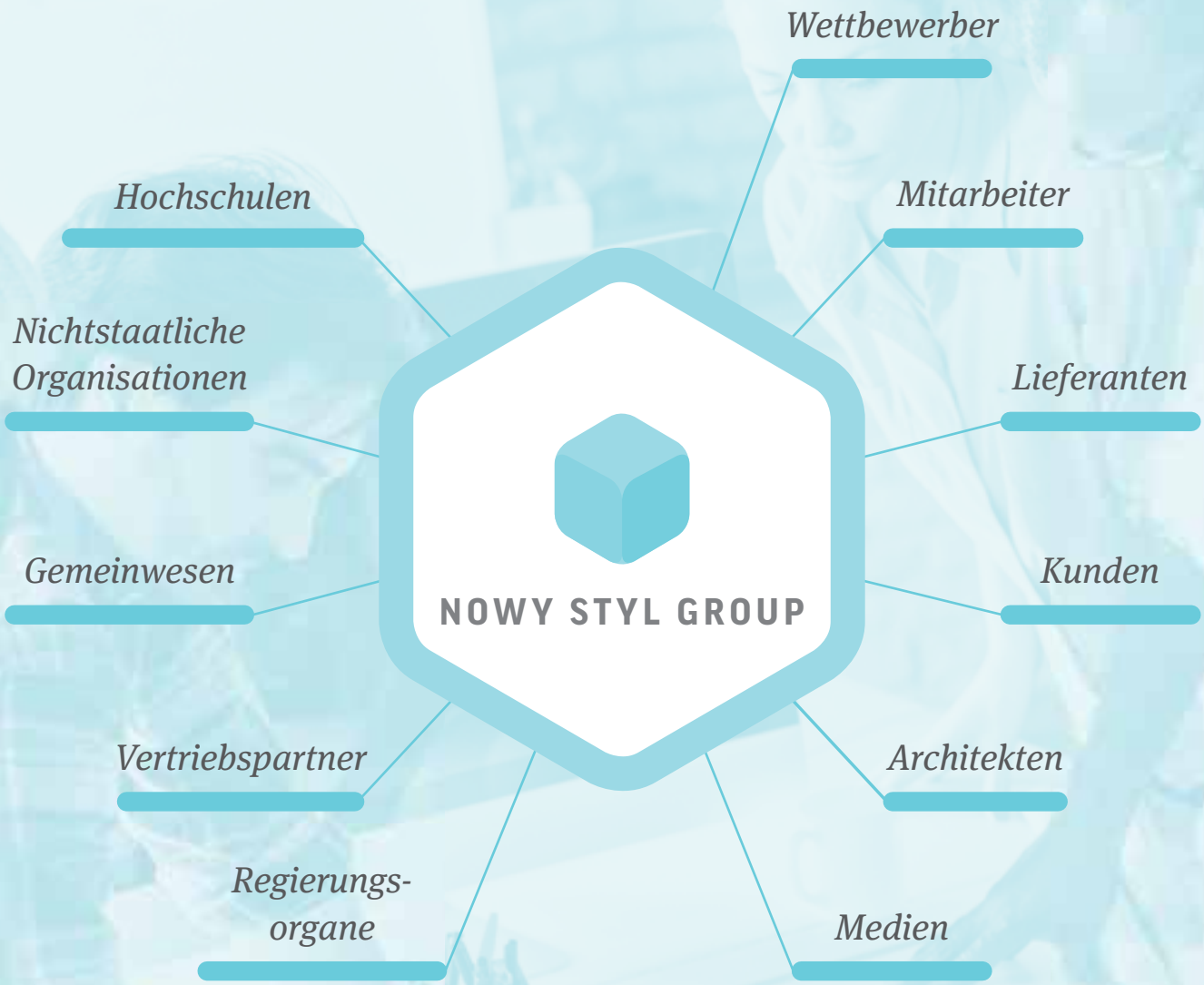
Während der Veröffentlichung des Berichts betrug das Verhältnis des nicht zertifizierten zum zertifizierten Holz in der Produktion 40 % zu 60 %. Im Falle von nicht zertifiziertem Holz gibt es spezielle interne Prozeduren, die sicherstellen, dass das Holz aus passenden Quellen stammt.

Global Compact

DMA: EN3 DMA: EN6

Im Jahre 2012 sind wir der Initiative Global Compact beigetreten. Dies ist eine internationale Gemeinschaft von Firmen und Instituten, die die allgemeinen UNO-Grundsätze für Menschenrechte, Arbeitsstandards, Umweltschutzes und Korruptionsbekämpfung beachten. Wir sehen dies als eine Verpflichtung zum sozialen Engagement und der Transparenz unserer Maßnahmen. Mit dem Beitritt zur Initiative haben wir uns verpflichtet, 10 UNO-Grundsätze hinsichtlich der internationalen Business-Ethik zu beachten, was vom alljährlich ausgestellten Dokument namens „*Communication on Progress*“ belegt wird.

Dialog mit Stakeholdern



Kommunikationskanäle

INTERN

- Tage der offenen Tür
- Firmenzeitschrift „Spinacz"
- Meetings
- Mitarbeiter-schulungen

EXTERN

- Website
- Soziale Netzwerke
- Meetings
- Schulungen für Vertriebspartner
- Wettbewerbe
- Mailings

2.1 Dialog mit Stakeholdern

G4-24 G4-25 G4-26 G4-27

In der Nowy Styl Group sind uns gute Beziehungen mit unseren Interessenvertretern sehr wichtig. Vor Beginn der Arbeiten an diesem Bericht haben wir eine Liste mit Personen und Gruppen definiert, die entweder einen erheblichen Einfluss auf unser Arbeiten haben oder die durch unsere Arbeit wirtschaftlich, ökologisch oder sozial beeinflusst werden.

Mit einem einfachen Tool haben wir die wichtigsten Stakeholder ausgewählt und einen Fragebogen an sie gesendet. Diese Fragebögen wurden von Architekten, Vertriebspartnern, Mitarbeitern und Vertretern des Gemeinwesens ausgefüllt. Unsere Fragen wurden auch von ausgewählten Hauptlieferanten beantwortet.

Die Ergebnisse der Fragebögen, wurden analysiert und dienten der endgültigen Themenauswahl, die in diesem Bericht aufgenommen wurden. Unsere Stakeholder verwiesen in erster Linie auf die Umwelt sowie auf die Beziehungen mit Kunden und Lieferanten als Hauptthemenbereiche, die im Bericht enthalten sein sollten.

Als wichtigste Themen, kristallisierten sich diese heraus, die Kunden und die Umwelt betreffen. Weniger wichtig waren Maßnahmen, die das Gemeinwesen und den Umgang mit den Mitarbeitern betreffen. Dies zeigt uns, in welche Richtung wir uns in den kommenden Jahren fokussieren werden.

Die Form und Häufigkeit des Dialogs wird weiter von den aktuellen Maßnahmen der Nowy Styl Group abhängen. Bisher verwendeten wir Standardtools wie Meetings, Schulungen, Umfragen oder Workshops. Die Jahre 2014 und 2015 bringen einen verstärkten Dialog mit unseren Stakeholdern. Wir eröffnen unsere neue Büromöbelproduktion, veranstalten weitere „Tage der offenen Türen" in allen Standorten, bieten Schulungsreihen in Bezug auf Ergonomie an, nehmen an Möbelfachmessen (100% Design in London, Designblok in Prag, Orgatec in Köln) teil und führen Auszeichnungen wie „Lieferant des Jahres" oder „Goldene und silberne Vertriebspartner" weiter.

Wir werden die Kommunikation mit unseren Stakeholdern vollständig und zuverlässig weiterführen.

UNSERE ZUSAGEN:

- Wir werden die interne Kommunikation durch die 3x jährlich erscheinende Firmenzeitschrift „Spinacz" optimieren.
- Wir werden den Dialog mit unseren Kunden mittels einer neuen Website, unseres vierteljährliches erscheinendes Magazins Up^Stream und zyklischer Newsletter über die Neuheiten und Produktänderungen stärken.
- Wir beabsichtigen, unsere Aktivitäten bei Veranstaltungen für Architekten, Office Facility Manager, Wohnungsbaugesellschaften und weiteren Gruppen um mindestens 50 % zu erhöhen (in Bezug auf 2013). Der unmittelbare Kontakt ermöglicht uns einen effizienteren und besseren Informationsaustausch, sowie der direkten Fragestellung nach neuen Kundenanforderungen.

Die Stakeholderübersicht haben wir in Übereinstimmung mit den GRI-Standards erarbeitet. Wir haben auch die Art und Methode unserer Kommunikation mit den Stakeholdern analysiert. Bei der Auswahl richteten wir uns nach ihrem Einfluss auf unsere Firma und nach unserem Einfluss auf ihre Situation.

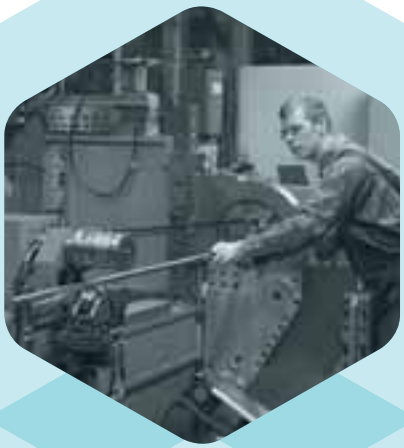
JERZY KRZANOWSKI
Stellvertrender Vorstandsvorsitzender und Vorstand für Investitionen und Einkauf bei der Nowy Styl Group

3

Unsere Mitarbeiter

DMA: LA

Den Erfolg unserer Firma verdanken wir dem Mut, der Entschlossenheit und den Kompetenzen unserer Mitarbeiter. Wir wissen, dass wir ohne sie nicht zum viertgrößten Büromöbelhersteller in Europa geworden wären. Da sich unsere Ziele immer weiterentwickeln, setzen wir auf die Förderung unserer wertvollsten Ressource, und zwar der des Menschen. Entsprechend bieten wir unseren Mitarbeitern Schulungen an und ermutigen zum Wissens- und Ideenaustausch.



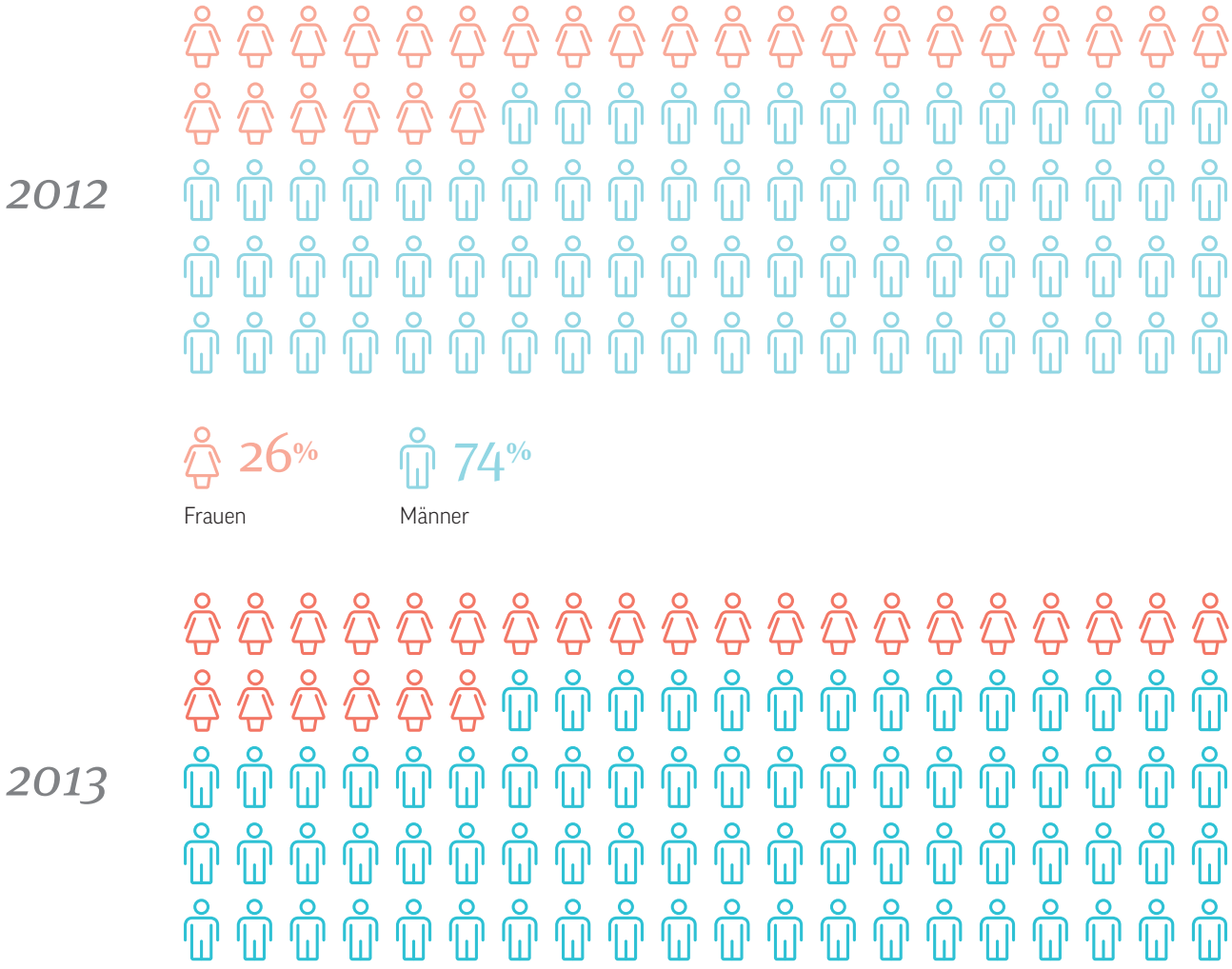
3.1 Beschäftigung

G4-EC6 Der Aspekt der Standortreue kommt auch bei der Beschäftigungspolitik der Nowy Styl Group zum Tragen. Am polnischen Firmensitz der Gruppe, der als Hauptstandort des Unternehmens gilt, stammen alle Führungskräfte aus der Umgebung, d. h. aus dem Karpatenvorland. Für die Mitarbeiter gesamt betrug dieser Anteil 2012 98,99 % und 2013 98,97 %. Diese Zahlen sind dank der gestärkten Marktposition der Nowy Styl Group und ebenso durch eine hohe Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal in der Region des Karpatenvorlands möglich. Durch die lokalen Aktivitäten unseres Unternehmens konnten fähige Mitarbeiter angeworben werden, die ihre Kompetenzen im Rahmen ihrer Tätigkeit bei uns weiterentwickeln möchten.

Beschäftigungsstruktur in der Nowy Styl Group

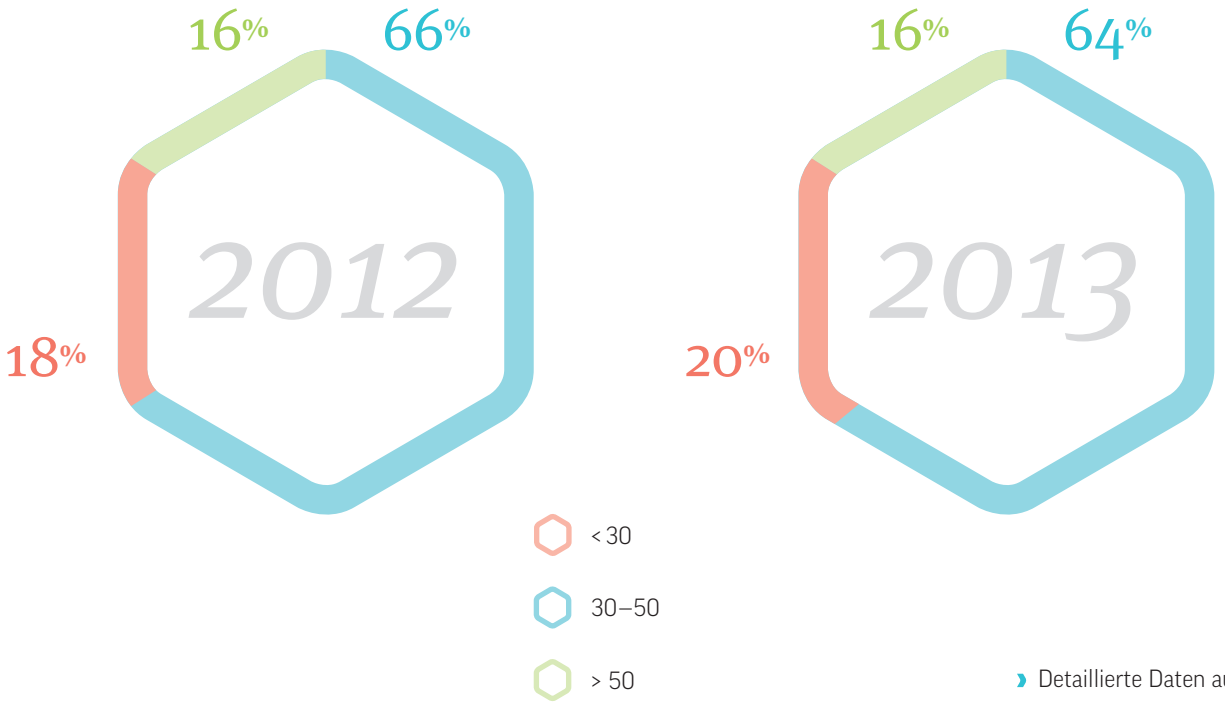
DMA: LA12 G4-LA12 Die Personalstruktur in der Nowy Styl Group weist gewisse Diskrepanzen hinsichtlich des Anteils von weiblichen und männlichen Beschäftigten auf. Dies ergibt sich aus der Eigenart der Produktion: Die meisten unserer Mitarbeiter sind unmittelbar in der Produktion von Stühlen und Möbeln beschäftigt.

Beschäftigungsstruktur nach Geschlecht



› Detaillierte Daten auf Seite 46

Beschäftigungsstruktur nach Alter



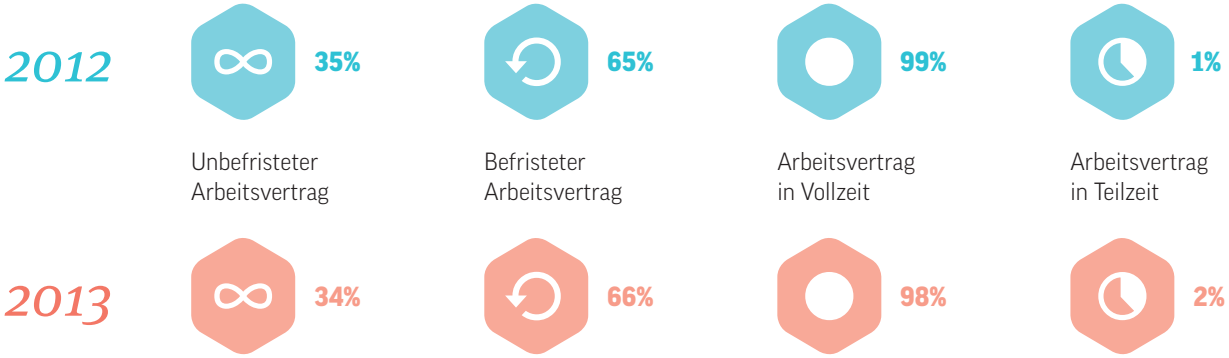
› Detaillierte Daten auf Seite 46

Beschäftigungsstruktur nach Art des Arbeitsvertrags

G4-10

26,49 % der Angestellten der Nowy Styl Group sind Frauen, 74,73 % sind Männer. 65,71% der Beschäftigten haben unbefristete Arbeitsverträge. Mehr als 98% aller Angestellten arbeiten in Vollzeit.

Beschäftigungsstruktur je nach Art des Arbeitsvertrages



› Detaillierte Daten auf Seite 46 und 47

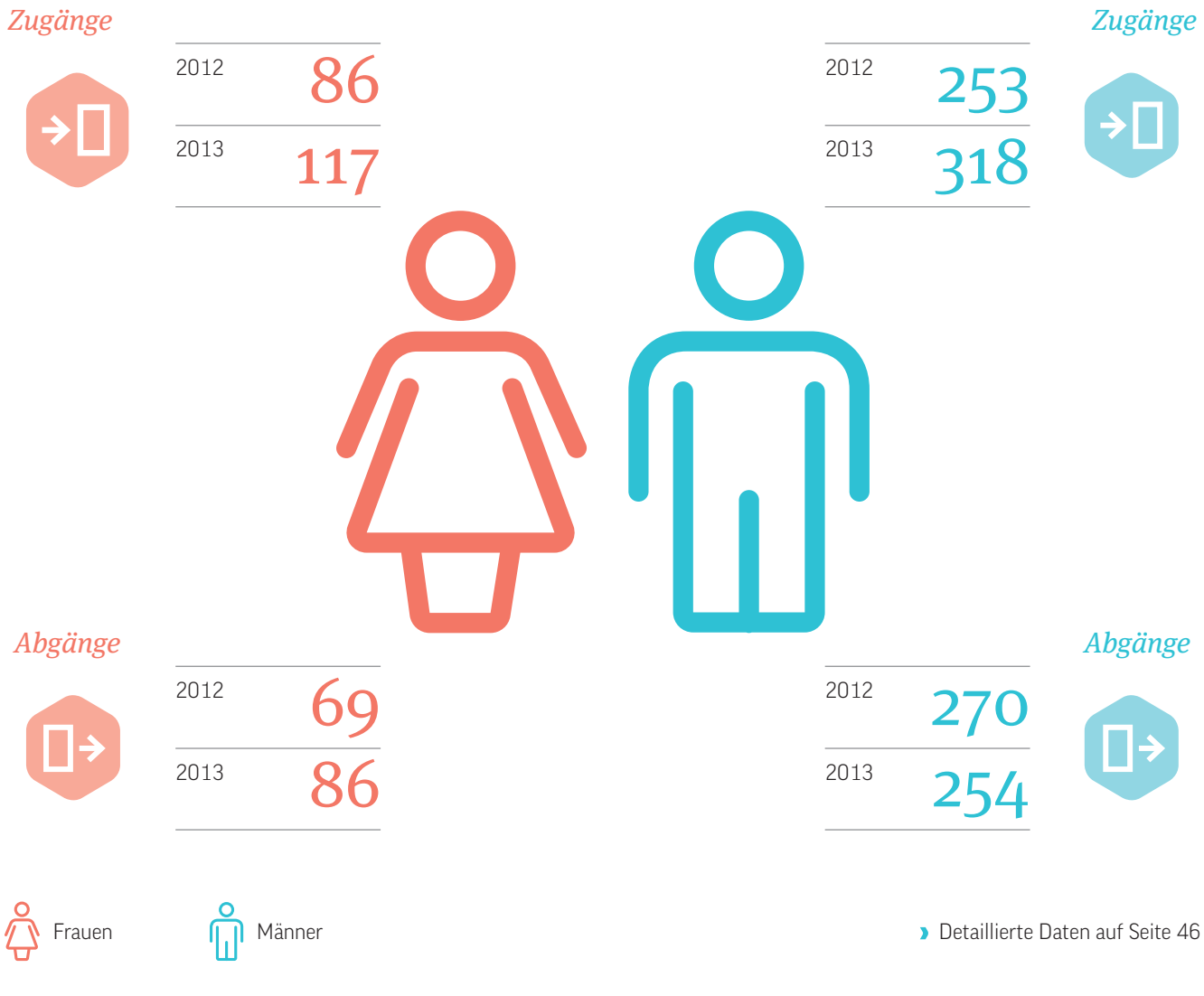
Beschäftigungsstruktur der Geschäftsführung

G4-LA12 Die Geschäftsführung der Nowy Styl Group besteht aus fünf männlichen Geschäftsführern im Alter zwischen 30 und 50 Jahren. Die Geschäftsführung der Baltic Wood S.A. umfasst eine Frau und zwei Männer (zwei von ihnen im Alter zwischen 30 und 50 Jahren, eine Person über 50 Jahre). Die Geschäftsführung der Nowy Styl GmbH ist aus fünf Männern zusammengesetzt (vier im Alter zwischen 30 und 50 Jahren, einer mit einem Alter von über 50 Jahren). Die Geschäftsführung der Rohde & Grahl GmbH besteht aus drei männlichen Mitgliedern (zwei von ihnen im Alter zwischen 30 und 50 Jahren, einer im Alter von über 50 Jahren).

Beschäftigungsfluktuation nach Geschlecht und Alter

G4-LA1 Die Nowy Styl Group bietet jungen Menschen eine Chance auf Erstbeschäftigung, sowie einen sicheren Arbeitsplatz. Dies spiegelt sich auch in den Beschäftigungsstatistiken im Bereich der Altersstruktur wider. Die Daten hinsichtlich der Abgänge hingegen weisen auf den Prozess des natürlichen Generationswechsels hin. Die größte Gruppe von Mitarbeitern, die unser Unternehmen verlassen, umfasst hauptsächlich die ältesten Angestellten, während die größte Gruppe neu angestellter Mitarbeiter aus Menschen unter 30 Jahren besteht.

Beschäftigungsfluktuation nach Geschlecht und Alter



› Detaillierte Daten auf Seite 46

Rückkehr in den Betrieb und Verbleibquote nach Elternzeit

G4-LA3 Die Arbeitsplatzgarantie und die Balance zwischen Privat- und Berufsleben ist für unsere Mitarbeiter äußerst wichtig. Daher unternehmen wir höchste Anstrengungen, um sie auch in diesem Bereich zu unterstützen.

G4-LA3

MITARBEITER, DIE ELTERNZEIT IN ANSPRUCH GENOMMEN HABEN

		Frauen	Männer
2012	57 Mitarbeiter	100,00%	0,00%
2013	68 Mitarbeiter	95,60%	4,60%

G4-LA3

ANZAHL DER MITARBEITER, DIE NACH DER ELTERNZEIT WIEDER IN DEN BETRIEB ZURÜCK-GEKEHRT SIND

		Frauen	Männer
2012	49 Mitarbeiter	100,00%	0,00%
2013	66 Mitarbeiter	95,50%	4,50%

G4-LA3

ANZAHL VON MITARBEITERN, DIE NACH DER BEENDIGUNG DER ELTERNZEIT MEHR ALS ZWÖLF MONATE WEITERHIN IM UNTERNEHMEN WAREN

		Frauen	Männer
2012	44 Mitarbeiter	97,70%	2,30%
2013	63 Mitarbeiter	96,80%	3,20%

G4-LA3

VERBLEIB-QUOTE

2012	0,90
2013	0,95

3.2 Löhne und Gehälter

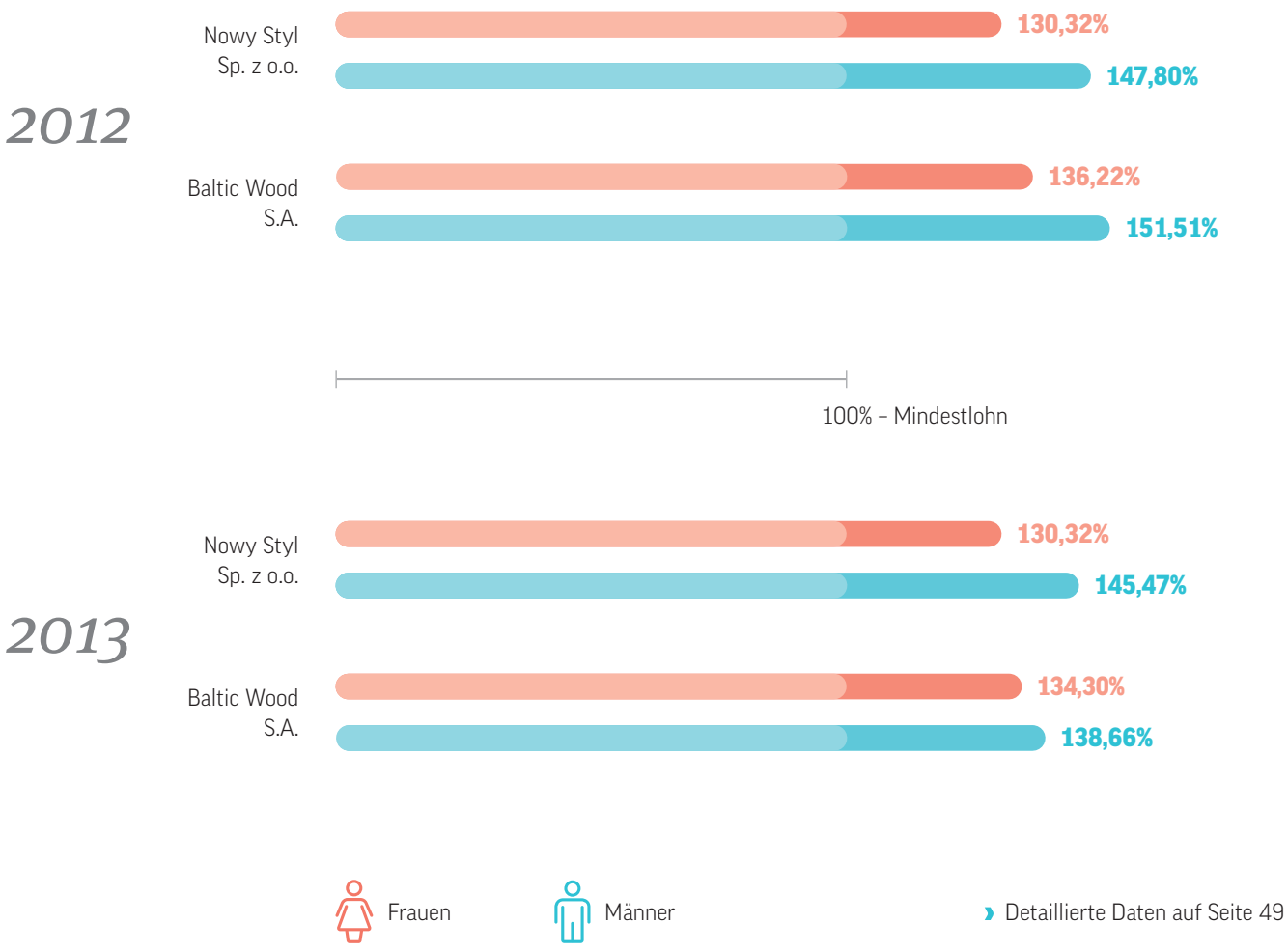
DMA: EC5 G4-EC5 DMA: LA13 G4-LA13

Die Vergütung der Mitarbeiter wird auf Grundlage ihrer Qualifikation, der Art und des Umfangs der zu verrichtenden Arbeit sowie ihrer Leistung festgelegt.

Zwischen den Löhnen der männlichen Angestellten, die in der direkten Produktion arbeiten, und weiblichen Mitarbeitern ist hinsichtlich des Mindestlohns ein Ungleichgewicht festzustellen, das zu Gunsten der männlichen Beschäftigten ausfällt (zum Teil begründbar durch die Art der Arbeit und wie diese erfasst wird). Es ist zu erwähnen, dass durch das bisherige Fehlen eines Mindestlohns in Deutschland dieser Index bei den Tochtergesellschaften Nowy Styl GmbH und Rohde & Grahl nicht ermittelt werden kann. Bei beiden Unternehmen ist das Grundgehalt für Frauen und Männer, die die gleiche Position bekleiden, identisch. Die Höhe der Vergütung richtet sich nach beruflichen Faktoren wie Qualifikation, Bildungsgrad und Berufserfahrung.

Bei Baltic Wood S.A. und anderen zu Nowy Styl Sp. z o.o. gehörigen Tochtergesellschaften sind Unterschiede in Bezug auf den Grundlohn von Frauen gegenüber dem von Männern beobachtbar. Dies unterliegt jedoch mittlerweile einem Wandel und lässt sich insbesondere an den Arbeitsplätzen in der Produktion erkennen (detaillierte Informationen auf Seite 49).

G4-EC5 *Höhe der Vergütung der Mitarbeiter auf unterer Ebene nach Geschlecht und im Vergleich mit dem Mindestlohn*



› Detaillierte Daten auf Seite 49

3.3 Training und Schulungen

DMA: LA9 G4-LA9

In der Nowy Styl Group legen wir großen Wert auf die Förderung unserer Mitarbeiter. Wir bieten unseren Mitarbeitern die Möglichkeit zur individuellen Entwicklung und zur Erweiterung ihrer beruflichen Qualifikationen. Durch Schulungen möchten wir nicht nur erreichen, hochqualifizierte Mitarbeiter in unserem Betrieb zu haben, sondern auch deren eigene Entwicklung fördern.

Entsprechend folgen wir dem Grundsatz einer gleichen und allgemeinen Möglichkeit zur Teilnahme an Schulungen, um all unseren Mitarbeitern die Gelegenheit zu bieten, ihre persönlichen Fähigkeiten und Führungsqualitäten zu verbessern, aber auch ihr Fachwissen zu erweitern, um innerhalb des Unternehmens bestimmte Positionen zu bekleiden. Zu den wichtigsten Schulungskategorien in den Jahren 2012 und 2013 gehörten unter anderem die folgenden:

- Schulungen zur allgemeinen Entwicklung (u. a. Personal- und Projektmanagement sowie Präsentation);
- Fachschulungen (u. a. in den Bereichen Produktion, Logistik, Qualität, Handel, Finanzen)
- Verkaufsschulungen (u. a. Verhandlungsführung, Verkaufstechniken);
- Produktschulungen;
- Workshops zu nationalem und internationalem Know-how (auf den Vertrieb bezogener Erfahrungsaustausch zwischen den Mitarbeitern verschiedener Abteilungen in unterschiedlichen Ländern);
- Sprachkurse.

In erster Linie werden die Schulungen von unserer internen Schulungsabteilung durchgeführt. Im Hinblick auf Fachschulungen nehmen unsere Mitarbeiter aktiv an internationalen Konferenzen sowie Produkt- und Technologiefachmessen teil.

Wir sehen die Entwicklungsaktivitäten als einen kontinuierlichen Prozess, der die erwarteten Vorteile nur dann erfüllt, wenn alle Ebenen in der richtigen Reihenfolge miteinander verknüpft sind. Deshalb geht der Durchführung von Schulungen eine alljährliche Analyse des Schulungsbedarfs und die Erarbeitung eines Jahresschulungsplans voran. Außerdem legen wir großen Wert auf die Auswahl von entsprechenden Methoden zur Effektivitätsmessung der durchgeführten Maßnahmen; im Jahre 2013 haben wir z. B. ein spezielles Formular zur Bewertung der Schulungsergebnisse eingeführt. Zugleich können Mitarbeiter, die aus eigener Initiative ihre Kompetenzen verbessern möchten, auf unsere Unterstützung zählen, sei es in Form von Zuschüssen oder durch einen Schulungsurlaub.

G4-LA9

DURCHSCHNITTLICHE STUNDENZAHL FÜR AUS- UND WEITERBILDUNG PRO MITARBEITER

		Frauen	Männer	Direktoren	Leiter	Spezialisten	Indirekte Produktionsmitarbeiter	Direkte Produktionsmitarbeiter
NOWY STYL SP. Z O.O.								
Anzahl Stunden für Schulungen pro Mitarbeiter	**2012**	6,57	4,80	22,93	23,62	13,49	1,01	0,82
	2013	7,26	5,98	44,72	28,26	14,09	1,59	1,30
BALTIC WOOD S.A.								
Anzahl Stunden für Schulungen pro Mitarbeiter	**2012**	1,84	1,59	14,00	4,18	0,86	0,41	1,52
	2013	4,29	1,82	37,33	17,13	3,36	1,40	0,24
NOWY STYL GMBH								
Anzahl Stunden für Schulungen pro Mitarbeiter	**2012**	n/a	n/a	8,00	16,00	0,00	11,2	0,00
	2013	n/a	n/a	5,00	57,50	40,00	6,00	0,00
ROHDE & GRAHL GMBH								
Anzahl Stunden für Schulungen pro Mitarbeiter	**2013**	41,60	44,80	48,00	32,00	48,00	48,00	27,43

Talentprogramm

Allgemeinbildung und fundiertes Wissen sind gut, aber häufig nicht ausreichend. Wichtig sind ebenfalls besonderes Talent und außergewöhnliche Fähigkeiten. Angesichts der Tatsache, wie wichtig die Entwicklung sogenannter „soft skills" ist, die am jeweiligen Arbeitsplatz erforderlich sind, haben wir ein spezielles Talentprogramm ins Leben gerufen. Dabei bieten wir besonders begabten Mitarbeitern attraktive Möglichkeiten zur persönlichen Entwicklung an, die sich sehr positiv auf deren Zufriedenheit und ihr Engagement auswirken.

Mit diesem Programm haben wir im Jahre 2012 begonnen und es 2013 fortgeführt. Die Regeln waren sehr einfach. Nach einem mehrstufigen Auswahlverfahren wurde eine Personengruppe auserkoren, für die entsprechende Entwicklungsmaßnahmen konzipiert wurden. Die Teilnehmer des Talentprogramms weisen Fähigkeiten auf, die in höchstem Maße den Bedürfnissen und Entwicklungsplänen des Unternehmens entsprechen. Darüber hinaus sind diese Personen in die wichtigsten Projekte, auch häufig solche mit strategischer Bedeutung für die Firma, eingebunden.

Programm zur Kompetenzentwicklung

G4-LA10

Manager und Direktoren gelten in jedem Unternehmen als Schlüsselpersonen. Entsprechend haben wir für sie ein Kompetenzentwicklungsprogramm erarbeitet. In den Jahren 2012 und 2013 haben wir z. B. im Rahmen eines Schulungs- und Entwicklungsprojekts eine Kursreihe für unsere Führungskräfte durchgeführt. Hierbei konnten diese ihre Fähigkeiten hinsichtlich Kommunikation, Mitarbeiterführung und Veränderungsmanagement erweitern.

An den Schulungen nahmen Führungskräfte aus den verschiedenen Ebenen des Unternehmens teil, darunter Direktoren, Abteilungsleiter, Produktionsleiter und Meister. Die Manager wurden in zwei Teilnehmergruppen unterteilt: die erste Gruppe umfasste die Führungskräfte, die sich für die Mitarbeiter im Bereich der Produktion verantwortlich zeichnen, die zweite Gruppe waren Personen, die verantwortlich für die Mitarbeiter außerhalb der Produktion sind. Diese Aufteilung ermöglichte eine Anpassung der Workshop-Programme an die spezifischen Probleme und Anforderungen der jeweiligen Gruppe. Derartig konzipierte Schulungen ermöglichen den Erfahrungs- und Wissensaustausch unter den verschiedenen Organisationseinheiten.

UNSERE ZUSAGEN:

› Wir werden im Rahmen des Programms zur Entwicklung besonderer Fähigkeiten die Maßnahmen in den Bereichen Kommunikation, Team- und Veränderungsmanagement fortführen und weiterentwickeln.

Vorschlagswesen

G4-LA10

Der Erfolg unserer Firma ist ein Synergieeffekt der Erfolge unserer Mitarbeiter. Sie haben bewiesen, dass ihre Ideen die Arbeit in unserem Unternehmens verbessern können. Da wir glauben, dass jeder von uns auf hervorragende Ideen kommen kann und nicht nur Vorsitzende oder Manager, legen wir großen Wert auf ein funktionierendes Ideenmanagement. Unsere Mitarbeiter auf allen Unternehmensebenen können ihre Ideen oder Anregungen vortragen. Das zielgerichtete Einbinden der Mitarbeiter in diesen Prozess sichert der Firma Zugang zu innovativen Ideen, die aus unterschiedlichen Bereichen unseres Unternehmens kommen.

Momentan gibt es zwei umfangreiche Programme in unserer Firma. Das erste ist das Kostenoptimierungsprogramm, das sich an die Büroangestellten richtet und ihnen die Möglichkeit bietet, eigene Ideen zur Optimierung und zur Einführung von innovativen Maßnahmen vorzubringen. Mit diesem Programm möchten wir unseren Mitarbeitern bewusst machen, dass ihr Beitrag für das optimale Funktionieren der Firma sehr wichtig ist und ihr Engagement zum Erreichen der gemeinsamen Ziele beiträgt. Das Programm ermöglicht den Mitarbeitern, Änderungen vorzuschlagen, die ihrer Ansicht nach notwendig sind und in den Bereichen Logistik, Produktion, Technik und Konstruktion zu Vorteilen führen. Zudem ermöglicht das Programm die Entwicklung von innovativen Lösungen und erhöht gleichzeitig die Kreativität der Mitarbeiter.

In einer Testphase befindet sich momentan das Vorschlagswesen für Produktionsmitarbeiter. Dieses Programm ermöglicht den dort beschäftigten Personen, Ideen und Anregungen vorzutragen, die zur Verbesserung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes, der Produktqualität, der Produktivität und zu Kostenreduzierungen führen. Das wesentliche Ziel ist auch hier, unsere Produktionsmitarbeiter bei der Entwicklung innovativer Lösungen zu unterstützen.

Individueller Entwicklungsplan für einzelne Mitarbeiter

G4-LA11 Die Nowy Styl Group agiert wie jede andere Firma auf dem Markt auf Grundlage besonderer Strategie- und Geschäftspläne, die sich auf die Arbeitspläne der jeweiligen Beschäftigten auswirken. **Mit der Realisierung des Projekts für den „Aufbau eines individuellen Entwicklungsplans" gehen wir noch einen Schritt weiter.** Im Rahmen der regelmäßigen Bewertung der Mitarbeiter bespricht der Vorgesetzte mit dem Mitarbeiter nicht nur dessen Arbeitsergebnisse, sondern legt zusätzlich einen Entwicklungs- und Optimierungsplan in Bezug auf dessen Fertigkeiten für die nächsten sechs Monate vor. Auf diese Weise kann der Mitarbeiter die wesentlichen Fähigkeiten ausmachen, die es ihm ermöglichen, aktuelle und künftige Aufgaben optimal zu bewältigen. Weiterhin setzt der Vorgesetzte die wichtigsten Ziele und Aufgaben fest, die er zusammen mit den anderen Beschäftigten erfüllen soll. Die wichtigsten Entwicklungsbereiche und vorgegebenen Aufgaben bilden zusammen den sogenannten „Individuellen Entwicklungsplan des Mitarbeiters". Bis Ende 2013 wurde das Projekt in den Abteilungen für Logistik und Qualität umgesetzt und bei allen Mitarbeitern dieser Abteilungen zur Anwendung gebracht, d. h. sowohl bei den Büroangestellten wie auch bei den Produktionsmitarbeitern.

Im Rahmen dieses Projekts wurden bisher folgende Maßnahmen durchgeführt:

- individuelles Verkaufs-Coaching;
- Schulungen im Bereich Verhandlungsführung für die Vertriebsabteilungen Inland und Export;
- Schulung im Bereich Verkaufstechniken für die Vertriebsabteilung Export;
- Schulung hinsichtlich der Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen für Kunden und Geschäftspartner;
- Know-how-Workshop zum Erfahrungsaustausch zwischen den Mitarbeitern der Verkaufsabteilungen Inland und Export;
- Meetings zur Besprechung der Ergebnisse der Fragebögen der Beschäftigten, die zur Einführung von neuen Motivationssystemen in den jeweiligen Abteilungen führten;
- Schulung „Motivierung von Mitarbeitern" für Führungskräfte.

Dieses Projekt wird auf Grundlage der oben genannten Kriterien mit erneuten, regelmäßig stattfinden Leistungsbewertungen zur Überprüfung der Effizienz der durchgeführten Maßnahmen weitergeführt.

UNSERE ZUSAGEN:

- Im Jahre 2014 möchten wir die regelmäßig stattfindende Bewertung auf weitere Abteilungen wie Kundenservice oder Projektmanagement ausweiten.

Traineeprogramme

G4-EC8 Neben der Förderung unserer aktuellen Beschäftigten denken wir auch an mögliche zukünftige Mitarbeiter unserer Firma. Wir arbeiten daher mit örtlichen Einrichtungen zusammen, um Praktika und Lehrgänge zu ermöglichen. Dadurch können Schüler, Studenten, Absolventen und Arbeitslose erste Berufserfahrungen sammeln sowie Fähigkeiten und Qualifikationen erwerben, die sich positiv auf ihre Stellung auf dem Arbeitsmarkt auswirken.

Wir bieten Berufs-, Studenten-, Absolventen- und Doktoranden-Praktika innerhalb der folgenden Bereiche: Produktion, Logistik, Qualität, Finanzen, Marketing, Verkauf und Handel sowie HR. Darüber hinaus haben wir im Jahre 2013 Kooperationsvereinbarungen mit der Technischen Universität Rzeszów, der Naturwissenschaftlichen Universität Warschau (SGGW) und der Staatlichen Berufshochschule in Krosno abgeschlossen. Zudem arbeiten wir auch kontinuierlich mit anderen Hochschulen und Schulen in den Regionen Krosno und Jasło zusammen, wo viele Schüler und Studenten ihre berufliche Laufbahn beginnen. Gleichzeitig kooperieren wir auch mit staatlichen Arbeitsagenturen, um Praktika für Arbeitssuchende zu organisieren.

Während der Praktika und Lehrgänge haben alle unsere Praktikanten Zugriff auf unsere Wissensbasis und unsere modernen Lösungsansätze. Besonders engagierten Praktikanten bieten wir einen Arbeitsplatz in der Abteilung an, in der sie ihr Praktikum absolviert haben.

Im Rahmen des Dialogs mit unseren Stakeholdern nehmen wir an auch örtlichen Jobbörsen teil. Dadurch sind wir in der Lage, die Bedürfnisse und Erwartungen von zukünftigen Praktikanten zu erkennen. Bei Gesprächen mit Studenten und Dozenten informieren wir sie, nach welchen Qualifikationen und Fähigkeiten wir Ausschau halten. Der Erfolg dieser Gespräche ist beträchtlich.

3.4 Sozialleistungen

G4-LA2 **Wir wissen ganz genau, wie wichtig das Gleichgewicht zwischen Berufs- und Privatleben ist. Deshalb bemühen wir uns, unsere Mitarbeiter auch in diesem Lebensbereich zu unterstützen.**

Im Rahmen unserer Sozialleistungen erhalten die Kinder unserer Mitarbeiter jedes Jahr ein Nikolauspäckchen. Außerdem bekommen unsere Mitarbeiter zu Ostern und an Weihnachten zusätzliche Geldleistungen ausbezahlt.

Wir wissen, dass es im Leben manchmal schwierige Situationen gibt. Deshalb können Mitarbeiter, die sich in solch einer Lebenssituation befinden, auf unsere Unterstützung in Form einer finanziellen Beihilfe zählen. Unsere Firma hat eine unternehmenseigene Lebensversicherung mit sehr guten Konditionen abgeschlossen, die sowohl Mitarbeiter als auch deren Familien in Anspruch nehmen können.

In der Gesundheitsvorsorge für unsere Mitarbeiter gibt es jedes Jahr in unserem Betrieb eine Impfschutzaktion gegen Grippe. Und mit Blick auf das Wohl unserer Beschäftigten haben wir das Projekt der „Mitarbeiter-Einkaufs-Gruppe" ins Leben gerufen. In Kooperation mit dem Business-Club des Karpatenvorlands entstand eine Rabattkarte für Käufe bei bestimmten Partnern zu besonders günstigen Bedingungen (für Sachartikel wie auch für Dienstleistungen).

3.5 Diskriminierungsbekämpfung

Wir sind alle gleich

DMA: HR3 G4-HR3 Vielfalt ist in unserem Unternehmen eine wichtige Wertvorstellung, die allen Mitarbeitern ermöglicht, ihre Fähigkeiten optimal zu entwickeln. Obwohl wir in unterschiedlichen Teilen Europas agieren, sind wir dennoch eine großes Team, in dem jeder wichtig und für den Erfolg ausschlaggebend ist. **Davon zeugt außerdem die Tatsache, dass wir innerhalb der letzten Jahre keinen einzigen Diskriminierungsfall in unserer Firma zu verzeichnen hatten.**

Wie erreichen wir das?

› Wir beachten die Bestimmungen der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und der Europäischen Menschenrechtskonvention.
› Wir bieten allen Mitarbeitern berufliche Entwicklungsmöglichkeiten ohne Rücksicht auf Geschlecht, Herkunft, Religion, Rasse, sexuelle Orientierung, politische Ansichten, soziale Herkunft, Alter und Beschäftigungsart.

UNSERE ZUSAGEN:

› Wir werden einen Ethik-Beauftragten benennen, damit die Mitarbeiter eventuelle Missbrauchs- und Diskriminierungsfälle melden können.
› Der Ethik-Beauftragte wird als Vertrauensperson die Beachtung der ethischen Grundsätze überwachen und eine entsprechend ethische Haltung in unserer Firma fördern.

3.6 Arbeitsschutz

DMA: LA5-8 G4-LA5 G4-LA8 Tagtäglich betreten Tausende von Menschen unsere Produktionsstätten und Büros und arbeiten mit Leidenschaft an unserem gemeinsamen Erfolg. Wir versuchen, Beziehungen aufzubauen, deren Grundlage gegenseitiger Respekt und Vertrauen ist. **Die Sicherheit der Mitarbeiter hat oberste Priorität für uns, wir akzeptieren diesbezüglich keine Kompromisse.**

In den Gesellschaften der Gruppe gibt es eine Reihe von Arbeitsschutzkommissionen mit unterschiedlichen Strukturen und Mitgliedern:

› Bei den Tochtergesellschaften in Polen bestehen die Kommissionen aus jeweils sechs Mitarbeitern (je drei demokratisch gewählte Arbeitnehmervertreter und drei Arbeitgebervertreter);
› in Gesellschaften in Deutschland sind es fünf Mitarbeiter aus unterschiedlichen Betriebsebenen.

Die Arbeitsschutzkommissionen vertreten alle Beschäftigten der Gruppe, sie kümmern sich um ihre Sicherheit und unterstützen sie bei möglichen Unfällen.
Folgende Aspekte werden mit den Arbeitnehmervertretern abgesprochen:
› Änderungen hinsichtlich der Organisation und Ausstattung der Arbeitsplätze;
› Bewertung der berufsbedingten Risiken bei der Ausführung bestimmter Arbeiten und entsprechende Information der Mitarbeiter;
› Schaffung einer Arbeitsschutz-Betreuung und Benennung von Mitarbeitern zur Leistung von Erster Hilfe;
› Zuteilung von persönlicher Schutzausrüstung sowie von Kleidung und Arbeitsschuhen an die Mitarbeiter.

Zahl der Verletzungen und berufsbedingten Krankheiten

G4-LA6

Dank der besonderen Verfahren und der implementierten Sicherheitssysteme gab es während der letzten 2 Jahre an unseren Produktionsstätten keine schwerwiegenden Unfälle. **Jedes Jahr erstellt ein Team von Experten Unfallanalysen, durch deren Schlussfolgerungen wir die Sicherheit unserer Mitarbeiter kontinuierlich verbessern können.**

Bei Baltic Wood S.A. wurden 2012 acht Unfälle verzeichnet (zwei Frauen, sechs Männer), infolgedessen es zu 478 Fehltagen kam. Im Unternehmen Nowy Styl gab es 2012 insgesamt 16 Unfälle, bei denen 18 Personen verletzt wurden (vier Frauen und 14 Männer). Die Anzahl der Fehltage infolge dieser Unfälle betrug 795 Tage. Bei der Nowy Styl GmbH gab es 2012 zwei Unfälle, bei denen drei Personen Verletzungen erlitten (zwei Männer, eine Frau).
Im Jahre 2013 wurden bei Baltic Wood fünf Unfälle gemeldet (eine Frau, vier Männer), aufgrund dessen es zu 264 Fehltagen kam. Das Unternehmen Nowy Styl Sp. z o.o. verzeichnete 2013 23 Unfälle (zwei Frauen, 21 Männer), hier kam es zu Fehlzeiten von 1062 Tagen. Die Tochtergesellschaft Nowy Styl GmbH hat vier Unfälle dokumentiert, bei denen insgesamt vier Männer und vier Frauen verletzt wurden.

Gefährdungen

G4-LA7

Aufgrund der speziellen Erfordernisse in der Möbelbranche sind Beschäftigte, die in bestimmten Bereichen unserer Firma arbeiten, besonderen Gefahren ausgesetzt, die durch die Überschreitung bestimmter Grenzwerte bedingt sind. Darunter befinden sich Gefährdungen durch z. B. Lärm, Vibrationen, Staub oder magnetische Felder. Entsprechende Messungen werden von externen Einrichtungen durchgeführt.

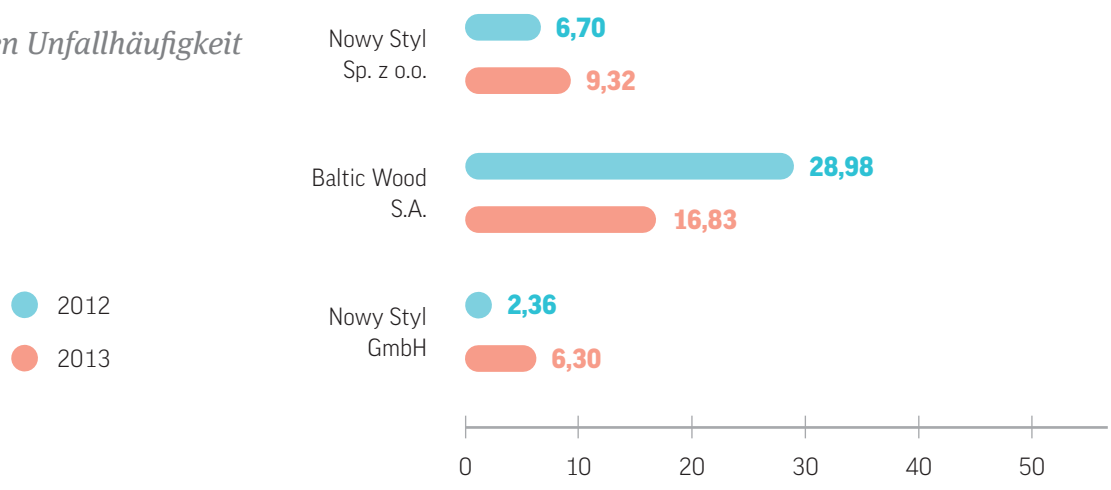
Die Mitarbeiter, die diese entsprechenden Arbeiten in unserem Unternehmen verrichten, werden entsprechend geschult und vorbereitet. Wir stellen ihnen sichere Arbeitsplätze zur Verfügung und bieten regelmäßig Schulungen an. Sicherheit hat schließlich oberste Priorität für uns.

Das Unternehmen Baltic Wood verfügt über Arbeitsplätze, bei denen es zu Grenzwertüberschreitungen bei Arbeitsumgebungsfaktoren wie Lärm und Hartholzstaub kommt. 2012 gab es 97 Mitarbeiter, bei deren Arbeit es zu Überschreitungen der entsprechenden Grenzwerte kam (darunter Mitarbeiter, die sowohl Lärm als auch Hartholzstaub ausgesetzt waren). Im Jahre 2013 gelang es uns, die Staubmenge auf ein Niveau unterhalb des Grenzwerts zu reduzieren. Dadurch konnte die Anzahl der Arbeitsplätze, bei denen eine Gefährdung durch Hartholzstaub vorhanden war, von zwölf auf null verringert werden.

Bei Nowy Styl Spo.o.z. waren 2012 insgesamt 205 Mitarbeiter überhöhten Werten ausgesetzt (darunter ebenfalls Mitarbeiter, die zwei oder mehr Umgebungsfaktoren ausgesetzt waren), 2013 waren es 239 Mitarbeiter.

Bei den übrigen Gesellschaften sind derartige Arbeitsplätze nicht verzeichnet.

G4-LA6 *Kennzahlen Unfallhäufigkeit*



3.7 *Vollständige tabellarische Auflistung der Kennzahlen*

G4-LA12

BESCHÄFTIGUNGSSTRUKTUR BEI DEN LEITENDEN ANGESTELLTEN

2012	Nach Geschlecht		Nach Alter			Gesamt
	Frauen	Männer	<30	30–50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	660	2019	523	1749	407	**2679**
Baltic Wood S.A.	98	205	29	237	37	**303**
Nowy Styl GmbH	49	99	20	72	56	**148**
GESAMT	**807**	**2323**	**572**	**2058**	**500**	**3130**

2013	Nach Geschlecht		Nach Alter			Gesamt
	Frauen	Männer	<30	30–50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	700	2028	570	1778	380	**2728**
Baltic Wood S.A.	103	227	45	250	35	**330**
Nowy Styl GmbH	41	86	15	66	46	**127**
Rohde & Grahl GmbH	66	184	44	119	87	**250**
GESAMT	**910**	**2525**	**674**	**2213**	**548**	**3435**

G4-LA12

GESAMTANZAHL MITARBEITER NACH BESCHÄFTIGUNGSTYP, ART DES ARBEITSVERTRAGS IN BEZUG AUF DAS GESCHLECHT

2012		Unbefristete Arbeitsverträge	Befristete Arbeitsverträge	Teilzeit	Vollzeit
Nowy Styl Sp. z o.o.	Frauen	440	220	7	653
	Männer	1257	762	7	2012
Baltic Wood S.A.	Frauen	71	27	1	97
	Männer	136	69	6	199
Nowy Styl GmbH	Frauen	43	6	16	33
	Männer	94	5	0	99
GESAMT		**2041**	**1089**	**37**	**3093**

G4-LA12

GESAMTANZAHL MITARBEITER NACH BESCHÄFTIGUNGSTYP, ART DES ARBEITSVERTRAGS IN BEZUG AUF DAS GESCHLECHT

2013		Unbefristete Arbeitsverträge	Befristete Arbeitsverträge	Teilzeit	Vollzeit
Nowy Styl Sp. z o.o.	Frauen	443	257	6	694
	Männer	1277	751	6	2022
Baltic Wood S.A.	Frauen	71	32	1	102
	Männer	137	90	4	223
Nowy Styl GmbH	Frauen	40	1	13	28
	Männer	85	1	0	86
Rohde & Grahl GmbH	Frauen	47	19	17	49
	Männer	157	27	5	179
TOTAL		**2257**	**1178**	**52**	**3383**

G4-LA1

NEUE MITARBEITER

2012	Nach Geschlecht		Nach Alter			Gesamt
	Frauen	Männer	<30	30–50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	80	237	154	134	29	**317**
Baltic Wood S.A.	6	12	2	15	1	**18**
Nowy Styl GmbH	0	4	0	4	0	**4**
GESAMT	**86**	**253**	**156**	**153**	**30**	**339**

2013	Nach Geschlecht		Nach Alter			Gesamt
	Frauen	Männer	<30	30–50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	98	252	166	171	13	**350**
Baltic Wood S.A.	14	45	21	37	1	**59**
Nowy Styl GmbH	1	0	0	1	0	**1**
Rohde & Grahl GmbH	4	21	9	8	8	**25**
GESAMT	**117**	**318**	**196**	**217**	**22**	**435**

G4-LA1

BEENDETE ARBEITSVERHÄLTNISSE

2012	Nach Geschlecht		Nach Alter			Gesamt
	Frauen	Männer	<30	30–50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	58	243	119	142	40	**301**
Baltic Wood S.A.	9	23	5	24	3	**32**
Nowy Styl GmbH	2	4	1	5	0	**6**
GESAMT	**69**	**270**	**125**	**171**	**43**	**339**

2013	Nach Geschlecht		Nach Alter			Gesamt
	Frauen	Männer	<30	30–50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	72	203	95	149	31	**275**
Baltic Wood S.A.	4	31	7	22	6	**35**
Nowy Styl GmbH	2	4	1	5	0	**6**
Rohde & Grahl GmbH	6	18	6	8	10	**24**
GESAMT	**86**	**254**	**109**	**184**	**47**	**340**

G4-EC5

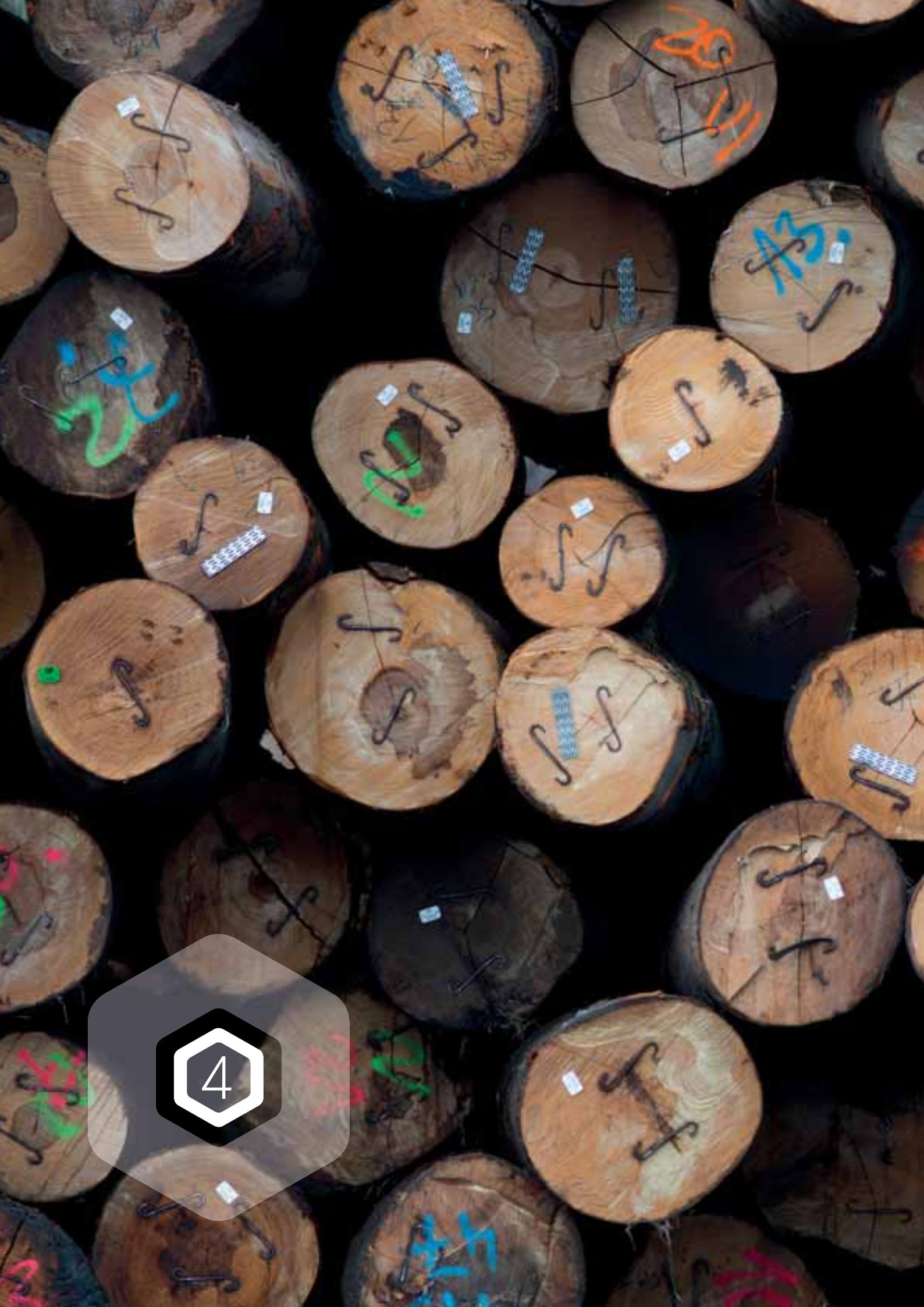
HÖHE DER VERGÜTUNG DER PRODUKTIONSMITARBEITER IN BEZUG AUF DAS GESCHLECHT UND IM VERGLEICH MIT DEM MINDESTLOHN

	2012		2013	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Nowy Styl Sp. z o.o.	130,32%	147,80%	130,32%	145,47%
Baltic Wood S.A.	136,22%	151,51%	134,30%	138,66%

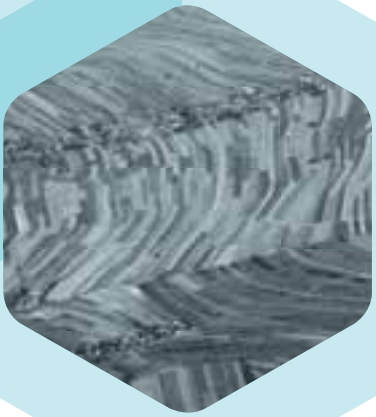
G4-LA13

VERHÄLTNIS DER GRUNDVERGÜTUNG VON FRAUEN GEGENÜBER DER GRUNDVERGÜTUNG VON MÄNNERN NACH ARBEITSPLATZ

	Nowy Styl Sp. z o.o.		Baltic Wood S.A.	
	2012	2013	2012	2013
Direktoren	89,30	91,33	74,17	66,42
Abteilungsleiter	86,35	84,74	130,33	120,74
Fachkräfte	90,79	89,35	69,43	71,13
Indirekte Produktions-mitarbeiter	84,40	88,71	75,07	75,17
Direkte Produktions-mitarbeiter	88,17	89,58	89,91	96,85



Unser Einfluss auf die Umwelt



Wir wissen, dass wir lediglich ein erst „kürzlich hinzugezogener Nachbar“ in der uns umgebenden, jahrtausende alten Natur sind. Deshalb sorgen wir dafür, dass unsere Anwesenheit möglichst geringe Auswirkungen auf die Natur hat. Entsprechend versuchen wir, diesen Einfluss auf die Umwelt und das Leben von Menschen und Tieren so gering wie möglich zu halten. Durch die Implementierung von Lösungen, die das ökologische Gleichgewicht und unsere Produktionsprozesse in Verbindung setzen, tun wir viel mehr, als die geltenden Normen und Rechtsvorschriften von uns fordern. Wir denken einfach (öko-) logisch.

Unsere Fertigung erfolgt in Werken, deren Betrieb behördlich geregelt ist und der durch externe Kontrollen überwacht wird.

Aufgrund der Tatsache, dass unsere Produktionsprozesse bereits in Einklang mit einer Vielzahl von Umweltschutzprinzipien waren, haben wir ein spezielles System eingeführt, das auf dem „Umweltmanagementsystem“ nach ISO 14001:2004 basiert. Die Vorbereitungen zur Erreichung des ISO-14001:2004-Zertifikats begannen bereits vor einigen Jahren. Wir haben viel Energie und Zeit in die vorbereitenden Maßnahmen investiert. Dabei wurden Umweltrichtlinien für unser Unternehmen formuliert, wir haben festgelegt, welche Maßnahmen an bestimmten Produktionsstätten, die einen Einfluss auf die Umwelt haben, ergriffen werden müssen, und die Bereiche definiert, in denen weitere Verbesserungen möglich sind. Zudem haben wir ein Managementprogramm geschaffen, das gewährleistet, dass die gesetzten Ziele erreicht werden. Weiterhin wurde ein Zeitplan für regelmäßige Kontrollen (interne Audits) erstellt, der eine kontinuierliche Überwachung und die Verbesserung der ergriffenen Maßnahmen sicherstellen soll. Ebenso wurden Schulungen hinsichtlich der Bestimmung und Auswertung umwelttechnischer Aspekte sowie in Bezug auf die Durchführung interner Audits veranstaltet. Zertifiziert wurden die folgenden Bereiche: Management, Planung und Koordinierung der Produktion, Design, Produktion, Einkauf, Verkauf und Lieferung der Möbel und Stühle.

Das Umweltmanagementsystem der Nowy Styl Group setzt bereits in der ersten Phase der Produktion – der Entwurfsphase – an, in der die jeweiligen Elemente ausgewählt werden, aus denen das Produkt entstehen soll. Unsere, für all unsere Erzeugnisse, geltenden Grundsätze stellen sicher, dass unsere Produkte von Beginn bis Ende ihres Lebenszyklus nur in geringem Maße Einfluss auf die Umwelt haben. Als Nächstes folgt der Kauf der Rohstoffe und die Fertigung der Produkte in den jeweiligen Produktionsstätten. Dabei werden die Fertigungsverfahren so ausgewählt, dass die Umwelt nur im geringsten Maße belastet wird.

DMA: EN29 G4-EN29 Im Berichtszeitraum wurden der Nowy Styl Group keine Strafen oder Sanktionen wegen möglicher Verstöße gegen den Umweltschutz auferlegt. Lediglich im Werk für Holzverarbeitung wurde 2012 ein Verfahrensverstoß festgestellt. Das Woiwodschaft-Umweltschutzamt (Bezirksumweltschutzamt) erkannte zwei Proben nicht an, da es Abweichungen in der Messmethodik gab. Dem Werk wurde eine Verwaltungsstrafe in Höhe von ca. 1500 Euro auferlegt.

Gemäß den Bestimmungen des ISO-14001-Umweltmanagementsystems erteilt die Baltic Wood S.A. Dritten keine Auskünfte über überwachte Umweltaspekte.

4.1 *Energie*

DMA: EN3 DMA: EN6 All unsere Geschäftsaktivitäten richten sich stets nach dem „gesunden Maß". Dieser Ansatz lässt sich insbesondere bei unserer Beziehung zur Umwelt erkennen. Wir haben beschlossen, eine Vielzahl von Energiequellen zu verwenden und zudem unser Kreativpotenzial einzusetzen, um Schwachpunkte in grüne Lösungen zu verwandeln.

Die Nowy Styl Group verfügt über zwei Kesselhäuser, die Holzabfälle zur Energiegewinnung verwenden (direkter Energieverbrauch). Die gewonnene Energie wird dann an unsere Tochtergesellschaften verkauft.

G4-EN6 Die Herstellung von Möbeln und Stühlen bedingt einen hohen Energieverbrauch, was sich wiederum auf Umwelt und Kosten auswirkt. Deshalb ergreifen wir eine Reihe von Maßnahmen, um den Energieverbrauch zu senken. Die Maßnahmen der letzten Jahre umfassen u. a. einfache Lösungen wie die Abschaltung von Produktionsanlagen und unnötiger Beleuchtung bei Betriebsunterbrechungen. Weiterhin wurde zur Vermeidung von undichten Stellen ein Wartungsdienst für die Druckluftanlagen eingerichtet. Zur Optimierung der Auslastung von Produktionslinien wurden Produktionschargen zusammengefasst und Umrüstzeiten reduziert. Zudem haben wir das Steuerungssystem der Abzugsventilatoren modernisiert. Die Verwendung von Wechselrichtern tragen ebenfalls zur Verringerung des Energieverbrauchs bei. Es ist uns ebenfalls gelungen, die Presstemperatur für Holzböden zu senken, indem wir besondere Holzklebstoffe verwenden, die auch bei niedrigeren Temperaturen eingesetzt werden können.

Wie erreichen wir das? Beispiele:

› Wir kaufen und verwenden sogenannte „Regenbogenenergie" (Energie unterschiedlicher Herkunft, darunter auch erneuerbare Ressourcen).

› Wir erzeugen eigene Wärmeenergie aus Biomasse. Dazu verwenden wir Abfälle und Holzstaub, die eine zusätzliche Energiequelle für die Werke innerhalb der Gruppe sind. Mit EU-Fördermitteln haben wir ein System zur Lagerung, zum Transport und zur Zerkleinerung von Abfällen entwickelt, durch das wir Energie aus Holzabfällen gewinnen und CO_2-Emission reduzieren können.

› Wir modernisieren kontinuierlich unseren Maschinenpark und unsere Produktionsstätten, was zu einer Reduzierung des Energieverbrauchs und zur Optimierung unserer Fertigungsprozesse führt. Beispielsweise werden durch den Einsatz einer sequenziellen Beleuchtung nur die Arbeitsbereiche beleuchtet, in denen tatsächlich gerade Produktionsprozesse stattfinden.

› Wir gewinnen Wärme aus Produktionsprozessen zurück. Die gereinigte Wärme wird in der Winterzeit zur Beheizung unserer Räumlichkeiten verwendet.

› Wir implementieren spezielle energiesparende Verfahren. Alle neuen Mitarbeiter absolvieren eine Schulung hinsichtlich eines sparsamen Einsatzes von Energie.

G4-EN3 Die meisten Werke der Nowy Styl Group erzeugen keine eigene Energie. Die Versorgung der Produktionsstätten geschieht durch externe Anbieter. Ausnahmen sind das Werk für Holzverarbeitung in Rzepedź und das Werk, in dem die Holzböden für die Baltic Wood S.A. hergestellt werden. Zur Wärmeenergieerzeugung wird fester Brennstoff in Form von Holzbiomasse verwendet. Dazu zählen kleine Abfälle in Form von Spänen sowie größere Holzstücke. Die Biomasse stammt von den Produktionsstätten selbst, wird aber auch von externen Firmen bezogen. Die Gesellschaft Baltic Wood verkauft seine Biomasse an Nowy Styl, den Eigentümer der Kesselhäuser, und kauft anschließend die dort erzeugte Wärme wieder zurück.

Die Wärme für Technik, Zentralheizung und Wasser stammt von den eigenen Kesselhäusern und wird an die Tochtergesellschaften verkauft.

Wir wissen, dass wir lediglich ein erst „kürzlich hinzugezogener Nachbar" in der uns umgebenden, jahrtausende alten Natur sind. Dieses Bewusstsein steuert unser verantwortungsbewusstes Handeln.

DARIUSZ FRYDRYCH
Vorstand Produktion
der Nowy Styl Group

G4-EN6

ENERGIE-VERBRAUCH [kWh]

	2012	2013
Nowy Styl Sp. z o.o.	21 561 950	21 605 904
Baltic Wood S.A.	12 430 067	13 719 692
Nowy Styl GmbH	324 938	305 302
Rohde & Grahl GmbH	n/a	2 575 588
GESAMT	**34 316 955**	**38 206 486**

G4-EN3

WÄRME-ERZEUGUNG* [GJ] [m³]

GESAMTVERBRAUCH [GJ]	2012	2013
Einkauf	5 929	6 615
Biomasse	212 101	208 096
Kohle	1 205	1 723
Heizöl	307	211
GESAMT	**228 644**	**223 409**
GESAMTVERBRAUCH [m³]	**2012**	**2013**
Erdgas	502 850	432 491

* Diese Daten beziehen sich auf die Wärmeerzeugung in den Werken in Polen und gelten für die Gesellschaften Nowy Styl Sp. z o.o. und Baltic Wood S.A.

4.2 *Wasserwirtschaft*

DMA: EN8 G4-EN8

Wasser ist die wertvollste Ressource unserer Erde. Deshalb fühlen wir uns für jeden einzelnen Wassertropfen, den wir in unseren Fabriken verwenden, verantwortlich. Seit dem Tag, an dem der erste Stuhl unsere Fabrik verließ, haben wir viel erreicht. Seitdem haben wir auch viele Anstrengungen unternommen, um den Rohstoff Wasser in vernünftiger Weise einzusetzen.

Die Nowy Styl Gruppe verfügt über einen eigenen Wasserzulauf in Rzepedź, wo auch der Holzverarbeitungsbetrieb ansässig ist. Dieser Betrieb verfügt über ein eigenes Pumpwerk samt Wasseraufbereitungsanlage. Das Wasser für Produktion und allgemeinen Bedarf wird dem Fluss Osława an km 34+800 (linker Flussarm des Flusses San) entnommen. Das Wasser für die anderen Werke entstammt dem Leitungsnetz der kommunalen Anbieter in Jasło und Krosno.

Das Unternehmen Baltic Wood S.A. verwendet einen Regenkollektor sowie eine Auffangvorrichtung für Niederschlags- und Schneeschmelzwasser, die sich beide im Besitz der Gruppe befinden. Das von den Unternehmen Nowy Styl GmbH und Rohde & Grahl GmbH benötigte Wasser stammt aus dem städtischen Leitungsnetz.

Im Werk für die Produktion von Metallteilen setzen wir die sogenannte Kaskadenspülung ein. Das saubere Wasser wird nur dazu verwendet, die Säuberungswanne mit der geringsten Verschmutzung aufzufüllen. Zwischen den unterschiedlichen aufeinanderfolgenden Phasen der Fertigung von verzinkten Elementen werden die entsprechenden Stuhlbauteile zunächst in den Wannen mit dem schmutzigsten Wasser gereinigt, um am Ende des Prozesses in der Wanne mit dem saubersten Wasser noch einmal final gereinigt zu werden. Auf diese Weise können wir den Verbrauch des von den städtischen Wasserwerken bezogenen Wassers reduzieren.

G4-EN8

GESAMT-WASSER-ENTNAHME NACH QUELLE [m³]

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Oberflächenwasser	58 605,00	64 296,00
Kommunale Wasserversorgung	57 049,00	57 418,40
GESAMT	**115 654,00**	**121 714,40**
BALTIC WOOD S.A.	**2012**	**2013**
Oberflächenwasser	–	–
Kommunale Wasserversorgung	9 654,00	9 913,60
GESAMT	**9 654,00**	**9 913,60**
NOWY STYL GMBH	**2012**	**2013**
Oberflächenwasser	–	–
Kommunale Wasserversorgung	484,00	482,00
GESAMT	**484,00**	**482,00**
ROHDE & GRAHL GMBH	**2012**	**2013**
Oberflächenwasser	–	–
Kommunale Wasserversorgung	–	1 195,00
GESAMT	–	**1 195,00**
NOWY STYL GROUP	**2012**	**2013**
GESAMT	**125 792,00**	**133 305,00**

4.3 Abwassermenge

DMA: EN22 G4-EN22 Da es nicht möglich ist, während der Herstellungsprozesse keine Abwässer entstehen zu lassen, unternehmen wir entsprechende Anstrengungen, um das entstehende Abwasser zu behandeln und zu entsorgen. Das häusliche Abwasser aus den Produktionsstätten in Jasło wird in das städtische Kanalisationssystem abgeführt und gelangt so in die kommunale Kläranlage in Jasło.

Die Industrieabwässer des Werks für die Produktion von Metallteilen, die beim Auftrag dekorativer Beschichtungen entstehen, werden in die werkseigene Kläranlage für Industrieabwässer und anschließend in den Fluss Jasiółka abgeleitet. Das Werk für Holzverarbeitung in Rzepedź verfügt über eine eigene Kläranlage für häusliches Abwasser, das dann gereinigt dem Fluss Osławica zugeführt wird.

G4-EN22

ABWASSER-VOLUMEN [m³]

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Ableitung der Sanitärabwässer in das kommunale Kanalisationssystem	34 390	27 772
Ableitung der Sanitärabwässer nach Reinigung in der Kläranlage in den Fluss Jasiółka	21 656	29 745
Ableitung der Sanitärabwässer nach Reinigung in der Kläranlage in den Fluss Osławica	7 955	5 631
BALTIC WOOD S.A.	**2012**	**2013**
Ableitung der Sanitärabwässer in das kommunale Kanalisationssystem	3 868	3 477
NOWY STYL GMBH	**2012**	**2013**
Ableitung der Sanitärabwässer in das kommunale Kanalisationssystem	484	482
ROHDE & GRAHL GMBH	**2012**	**2013**
Ableitung der Sanitärabwässer in das kommunale Kanalisationssystem	n/a	1 195
GESAMT	**68 353**	**68 117**

G4-EN21

EMISSION VON SCHWEFELOXIDEN, STICKSTOFFOXIDEN UND ANDEREN WESENTLICHEN VERBINDUNGEN, DIE IN DIE LUFT EMITTIERT WERDEN [kg]

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Stickstoffoxide (NO_x)	26 119,10	27 945,90
Schwefeldioxid (SO_2)	1 172,77	1 797,68
Flüchtige organische Verbindungen (FOV)	35 188,91	38 767,49
Staub	35 602,32	36 135,29
Kohlenmonoxid (CO)	21 225,89	36 135,29
Kohlendioxid (CO_2) [Mg]	11 721,87	10 621,22
BALTIC WOOD S.A.	**2012**	**2013**
Stickstoffoxide (NO_x)	14 513,70	9 811,14
Schwefeldioxid (SO_2)	1 092,12	738,26
Flüchtige organische Verbindungen (FOV)	110,11	137,76
Staub	7 673,58	5 187,28
Kohlenmonoxid (CO)	12 099,54	8 179,19
Kohlendioxid (CO_2) [Mg]	8,18	12,10
NOWY STYL GMBH	**2012**	**2013**
Stickstoffoxide (NO_x)	n/a	n/a
Schwefeldioxid (SO_2)	n/a	n/a
Flüchtige organische Verbindungen (FOV)	n/a	n/a
Staub	n/a	n/a
Kohlenmonoxid (CO)	n/a	n/a
ROHDE & GRAHL GMBH	**2012**	**2013**
Stickstoffoxide (NO_x)	–	525,00
Schwefeldioxid (SO_2)	–	320,00
Flüchtige organische Verbindungen (FOV)	–	2 434,00
Staub	–	n/a
Kohlenmonoxid (CO)	–	n/a

4.4 *Emission in die Luft*

DMA: EN21 G4-EN21

Unsere Tätigkeit als Produktionsfirma ist mit Luftschadstoffemissionen verbunden. Alle Werke verfügen über staatliche Sondergenehmigungen hinsichtlich der Emission von Gasen und Staub in die Luft. Die maximal zulässige Menge der Luftschadstoffemissionen und die Bedingungen für die Abführung in die Umwelt sind in der Genehmigung genauestens festgelegt. Einmal im Jahr führt ein zugelassenes Labor Emissionsmessungen durch. Die Regelungen zum Umweltschutz und das diesbezüglich geltende Recht motivieren uns zur Selbstkontrolle und zur Suche nach noch besseren Lösungen, um unseren Einfluss auf die Umwelt noch geringer werden zu lassen, als es von uns gefordert wird.

Wir legen großen Wert auf die ökologische Sicherheit der bei unseren Produkten verwendeten Komponenten. Deshalb führen wir regelmäßig Überprüfungen des Schichtholzes durch, das in unseren Werken in Rzepedź hergestellt wird, um die Emission von Formaldehyd in die Luft zu überwachen.

In all unseren Produktionsstätten ist es unser Ziel, die Menge an flüchtigen organischen Verbindungen, die an die Luft abgegeben werden, zu verringern, indem wir Klebstoffe auf Lösungsmittelbasis durch wasserhaltige Klebstoffe ersetzen und die Verwendung von Wasserlacken erhöhen.

INNOVATIVE LACKIERKABINE

Im Jahre 2012 wurden im Werk für Holzverarbeitung in Rzepedź Spezialwände zum Auffangen und Sammeln von überschüssigem Coolac®-Wasserlack installiert. Dadurch konnten wir den Lackverbrauch um mehr als 30 % reduzieren. Während des Lackierprozesses setzt sich ein Teil des Lacks auf den Bauteilen ab, der andere Teil ist der sogenannte Lackiernebel, der auch Sprühverlust genannt wird. Bei Standardlösungen setzt sich dieser auf Filtern (trockene Lackierwände) ab oder wird mittels Wasser und Verdichtungsmittel (Wände mit Wassermantel) zu Lackabfall. Um diesem Verlust vorzubeugen, wurden spezielle Trennwände zwischen Kabinenfilter und den zu lackierenden Elementen installiert, die einen Teil des Lackiernebels sammeln. Der Lack auf der Spezialwand fließt in einen Behälter und kann, nachdem er gefiltert wurde, für weitere Lackierprozesse verwendet werden. Aufgrund dieses Umbaus konnten wir die Menge an Lack und die Störanfälligkeit der Lackierkabinen verringern sowie gleichzeitig deren Produktivität erhöhen.

4.5 *Abfallwirtschaft*

DMA: EN23 G4-EN23

Sägespäne, Sägestaub, Holzstücke, Bauholz, Spanholz und Furnier zählen zu den größten Abfallerzeugern in unseren Produktionswerken. Weiterhin gibt es Leder- und Stoffabfälle, die bei der Polsterung von Stühlen und Sesseln anfallen. Indem wir diese Abfälle zusammenführen, entstehen weitere Stühle in Standardqualität. Alle weiteren Abfälle werden anderen Unternehmen übergeben, die – gemäß polnischem Recht – über entsprechende Sondergenehmigungen verfügen. Darüber hinaus werden diversen Haushalten Späne und Holzstücke überlassen, die diese Abfälle als Brennstoff für ihre Zentralheizung verwenden.

2012 und 2013 wurden 100 % der Abfälle der zur Nowy Styl Sp. z o.o. gehörigen Gesellschaften an externe Unternehmen weitergegeben.

G4-EN23

ABFÄLLE NACH RECYCLING-METHODE [Mg]

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Übergabe Abfall an externe Firmen	n/a	n/a
Wiederverwertung in den eigenen Produktionsstätten	n/a	n/a
GESAMT	**5 372,81**	**3 808,28**
BALTIC WOOD S.A.	**2012**	**2013**
Übergabe an externe Firmen, darunter:	3 395,37	6 575,68
› Wiederverwertung/Recycling	3 191,30	6 363,86
› Verwertung	204,07	211,82
GESAMT	**3 395,37**	**6 575,68**
NOWY STYL GMBH	**2012**	**2013**
GESAMT	**n/a**	**n/a**
ROHDE & GRAHL GMBH	**2012**	**2013**
GESAMT	**–**	**n/a**

PRODUKTION MIT UMWELTVORTEIL – ÖKOLOGISCHE STÜHLE AUS VERBUNDSTOFFEN

Aus Sorge um unsere Umwelt haben wir eine neue Herstellungstechnologie für die Herstellung von Verbundstoffplatten aus Produktionsabfällen implementiert. Die Grundlage dieser neuen Technologie ist die Ablösung der herkömmlichen materialintensiven Produktion von holzbasierten Platten durch ein moderneres Verfahren, bei dem Produktionsabfälle verwendet werden (Holz- und Stoffabfälle aus den Werken der Nowy Styl Group). Zur Fertigung der Sitze unserer beliebten Polsterstühle VENUS, VEGA und FOSCA werden besondere Formen verwendet, mit deren Hilfe ein fertiges und entsprechend geformtes Element entsteht, das keiner zusätzlichen Bearbeitung bedarf, d. h. kein weiteres Zuschneiden oder Fräsen. Mittels eines solchen Prozesses vermeiden wir die Entstehung zusätzlicher Abfallstoffe. Darüber hinaus bestehen die, für die Produktion von Verbundstoffen, verwendeten Materialien aus zerkleinerten und durchgetrockneten Holzabfällen und Stoffresten. Die entsprechenden Komponenten werden im adäquaten Verhältnis miteinander vermischt und anschließend mithilfe eines Bindemittels verklebt. Das vorbereitete Gemisch wird dann in entsprechender Menge in die zuvor erwähnten Formen gegeben und unter hohen Temperaturen zusammengepresst. Nach Abschluss des Pressvorgangs ist das Element einsatzbereit. Derzeit werden 21 Stuhlmodelle mit dieser Methode hergestellt.

Für die Produktion der Stühle wurden 2013 ca. 16 Tonnen Abfälle verwendet (5 % Stoffreste und 95 % Holzabfälle). Aktuell verwenden wir pro Monat etwa 600 kg an Stoffabfällen in unserem Produktionsstätten. Dies ist die Menge an Abfall, die nicht entsorgt werden muss.

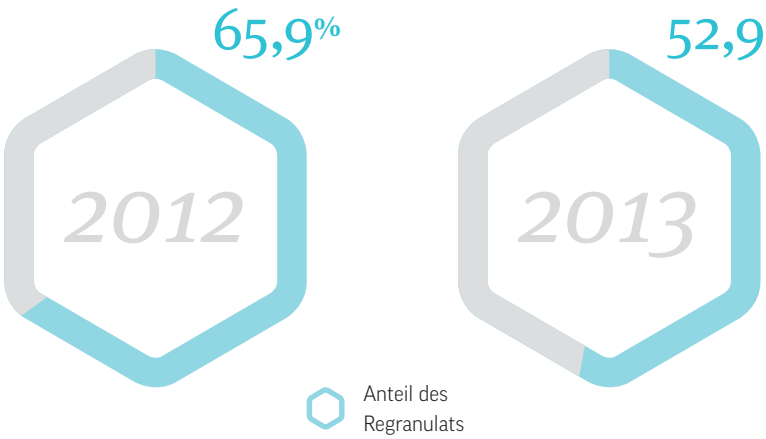
VERWENDUNG VON RECYCELTEN KUNSTSTOFFEN

Das Werk für die Verarbeitung von Kunststoffen in Jasło verwendet Regranulat zur Herstellung von Kunststoffteilen. Regranulat ist ein Stoff, der aus gemahlenen Stoßstangen von Autos, Joghurt- oder Margarinebechern, Eimern, Kästen und vielen anderen Gegenständen besteht. Dadurch gelangen Millionen von Kunststoffverpackungen nicht auf Mülldeponien, auf denen sie Hunderte von Jahren liegen würden, bevor sie abgebaut wären.
Die von uns zuvor eingesetzte Technologie erforderte den Einsatz einer langen Fertigungslinie. Der Rohstoff wurde gefiltert und gesiebt. Mittels dieses Verfahrens entstanden 25 Fäden mit einer Stärke von jeweils 3 mm, die danach in einer Wasserwanne gekühlt wurden. Anschließend wurden sie durch Bürsten geleitet, um Feuchtigkeitsreste zu entfernen. Am Ende dieses Prozesses wurden die Fäden in kleine Stücke mit einer Länge von jeweils 3–5 mm geschnitten, die dann zu den Spritzgießmaschinen weitergeleitet wurden. Da die Verwendung dieser Technologie mit einer hohen Abfallproduktion verbunden war, haben wir unseren Extruder im Jahre 2012 mit einem neuen Kopf ausgestattet. Dadurch war es uns möglich, technologische Abfälle zu vermeiden und die Kapazität der Regranulationslinie um ca. 10 % zu erhöhen, da es nun nicht mehr nötig ist, die Maschine anzuhalten, um die Siebe auszutauschen. Der Austausch des Kopfes hat im Übrigen keine Auswirkung auf die Granulatqualität. Wir können damit auch weiterhin sofort verwendbare Komponenten in einwandfreier Qualität herstellen.

Einen Teil des von uns hergestellten Regranulats wird auch extern verkauft, die übrige Menge wird zur Produktion von schwarzen Polypropylenteilen verwendet.
Der Gesamtanteil recycelter Kunststoffe, die bei der Produktion zum Einsatz kamen, betrug im Jahre 2012 65,9 % und 2013 52,9 %.

KUNSTSTOFF-VERBRAUCH [kg]

	2012	2013
Kunststoffverbrauch gesamt	2 146 292	2 534 037
Regranulatproduktion	1 545 600	1 387 765
Davon externer Verkauf	131 055	46 700



Regranulat-anteil am Kunststoffverbrauch (%)

G4-EN23

ABFÄLLE NACH TYP [Mg]

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Sonderabfall	1 557,74	490,45
Ungefährliche Abfälle	3 815,07	3 317,83
GESAMT	**5 372,81**	**3 808,28**
BALTIC WOOD S.A.	**2012**	**2013**
Sonderabfall	35,06	46,20
Ungefährliche Abfälle	3 360,32	6 529,48
TOTAL	**3 395,37**	**6 575,68**
NOWY STYL GMBH	**2012**	**2013**
Sonderabfall	n/a	n/a
Ungefährliche Abfälle	n/a	n/a
GESAMT	**n/a**	**n/a**
ROHDE & GRAHL GMBH	**2012**	**2013**
Sonderabfall	–	18,57
Ungefährliche Abfälle	–	153,56
GESAMT	**–**	**172,13**

4.6 Gesamtausgaben und Investitionen in den Umweltschutz

DMA: EN31 G4-EN31

Als Produktionsunternehmen ist es unser Ziel, den Einfluss auf die Umwelt zu reduzieren, zu kontrollieren und zu dokumentieren. Ebenso möchten wir mögliche Risiken im Zusammenhang mit unserer Geschäftstätigkeit minimieren. Dies zieht natürlich Kosten nach sich. In den Jahren 2012 und 2013 haben wir ca. 250 000 Euro für den Umweltschutz ausgegeben.

Wie wir bereits schon mehrmals in diesem Bericht erwähnt haben, stellt der aktive Umweltschutz eine unserer Prioritäten dar. Innerhalb unserer Unternehmensgruppe haben wir daher spezielle Teams ernannt, die verantwortlich für die Kontrolle und die Koordinierung entsprechender Maßnahmen sind.

Was genau tun wir?

Um unser Engagement im Bereich des Umweltschutzes zu verbessern, investieren wir kontinuierlich in eine durchgängige Überwachung der Maßnahmen (intern wie extern), führen Schulungen durch und entwickeln umweltfreundliche Technologien. Die dargestellten Daten beziehen sich lediglich auf die polnischen Gesellschaften, bei denen diese im Zusammenhang mit dem ISO-14001-Zertifikat erhoben werden.

Die nachhaltige Entwicklung der Nowy Styl Group ist unser Ziel. Wir geben unser Bestes, um sicherzustellen, dass unsere gesamten Geschäftsaktivitäten so wenig Einfluss wie möglich auf die Umwelt und unser Umfeld ausüben.

JERZY KRZANOWSKI
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Direktor für Investitionen und Einkauf in der Nowy Styl Group

G4-EN31

GESAMTAUSGABEN UND INVESTITIONEN FÜR DEN UMWELTSCHUTZ NACH TYP [EUR/PLN]**

NOWY STYL GROUP*	2012		2013	
	EUR**	PLN	EUR**	PLN
Zertifikat-Audits	16 189,43	67 568,20	15 805,44	66 556,70
Umweltabgaben	34 909,11	145 696,65	36 838,88	155 128,53
Abfallentsorgung	178 177,35	743 641,00	164 379,29	692 201,20
Emissionsmessungen + Berichte hinsichtlich Emissionsstandards	4 264,90	17 800,00	3 476,61	14 640,00
Messung von Lärmemissionen	1 150,09	4 800,00	–	–
Messung von Wasser und Abwasser	1 835,11	7 659,00	2 160,77	9 099,00
Wartungskosten	3 739,79	15 608,38	1 730,59	7 287,53
Schulungen	1 030,29	4 300,00	379,96	1 600,00
Veröffentlichung von Entscheidungen	1 353,75	5 650,00	4 297,91	18 098,50
GESAMT	**242 649,81**	**1 012 723,23**	**229 069,45**	**964 611,46**

* Daten für die Gesellschaften Nowy Styl und Baltic Wood S.A.
** Durchschnittlicher Jahreswechselkurs, der in diesem Bericht verwendet wird: 2012 – EUR 4,1736, 2013 – EUR 4,2110

4.7 Transport

DMA: EN30 G4-EN30

Als einer der führenden Hersteller von Möbeln und Stühlen in Europa organisieren wir Hunderttausende von Lieferungen an unsere Kunden auf der ganzen Welt. Wir wissen, dass wir mit einer entsprechend organisierten Logistik und optimalen Vertriebssystemen unsere CO_2-Emissionen reduzieren können.

Unser Fuhrpark besteht aus 101 PKWs und 6 LKWs. Unsere LKW-Flotte für den zwischenbetrieblichen Transport erfüllt die europäischen Abgasnormen (EURO 1 bis EURO 4). Der Transport unserer Produkte zu den Kunden erfolgt mit Hilfe einer externen Fahrzeugflotte.

Die Transportpolitik der Nowy Styl Group zielt darauf ab, den Raum, den die transportierten Produkte einnehmen, zu verringern und Leerfahrten zu vermeiden. Dadurch dass wir die meisten Bauteile in unseren eigenen Fabriken herstellen, können wir deren Transport optimieren und somit negative Auswirkungen auf die Umwelt reduzieren. Die Möbel der Nowy Styl Group werden in flachen Kartons verpackt, wodurch der notwendige Transportplatz gering gehalten wird. Die Produktions- und Vertriebsrichtlinien von Rohde & Grahl zielen auf den wirtschaftlichen Transport von Stühlen ab, indem spezielle Container mit Doppelböden verwendet und die Produkte, lediglich in Foliensäcken verpackt, transportiert werden.

Beim Vertrieb unserer Produkte arbeiten wir mit erfahrenen Logistikunternehmen wie Schenker, Raben, DHL, FedEx, GLS, TNT, Dachser, Heppner und LKW WALTER zusammen.

Wir verfügen insgesamt über mehr als 55.000 m^2 an Lagerfläche an 13 Standorten in ganz Europa. Deshalb planen wir unsere Transporte so, dass die von unterschiedlichen Kunden aufgegebenen Bestellungen per Sammelversand über große Strecken hinweg zu einem der Lager transportiert werden und von dort aus dann ihren endgültigen Bestimmungsort erreichen.

G4-EN30

KRAFTSTOFFVERBRAUCH DER FAHRZEUGFLOTTE VON NOWY STYL SP. Z O.O. [Mg]

	2012	2013
Diesel	249,33	251,29
Benzin	16,73	22,08
Flüssiggas (LPG)	68,31	66,12

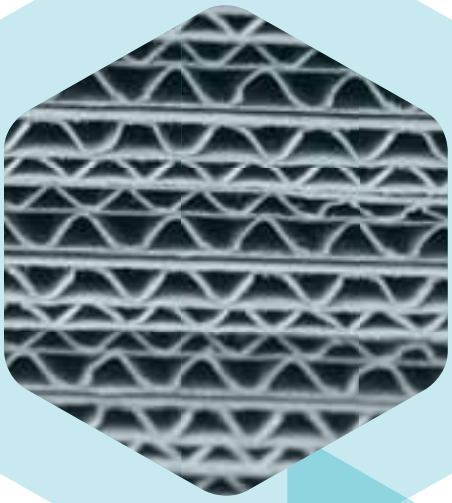
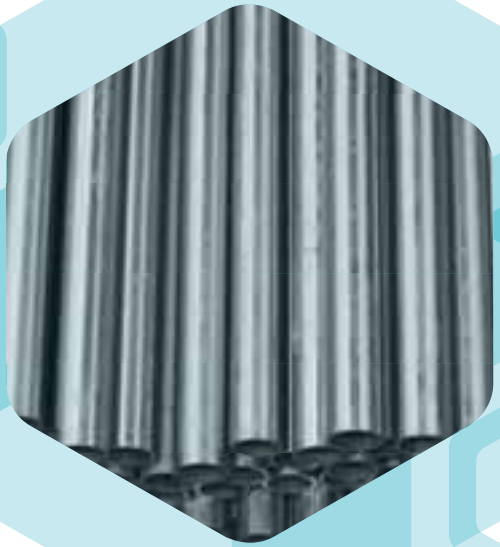
UNSERE ZUSAGEN:

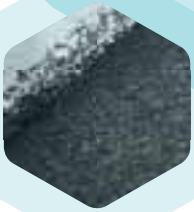
Wir werden unseren Einfluss auf die Umwelt durch folgende Maßnahmen weiter verringern:

- Implementierung des „BDF-PL"-Projekts über die gesamte Nowy Styl Group hinweg; d. h. Vertrieb der Produkte nur in Foliensäcke verpackt;
- Transport von Stühlen in speziellen mit einem Doppelboden ausgestatteten Containern, wodurch wir den vorhandenen Platz bestmöglich nutzen können;
- Verwendung der L-Form-Verpackung, bei der die Produkte in teilweise montierter Form transportiert werden, wodurch sich gegenüber vollständig montierten Stühlen doppelt so viele Produkte transportieren lassen.

5

Unsere Lieferanten

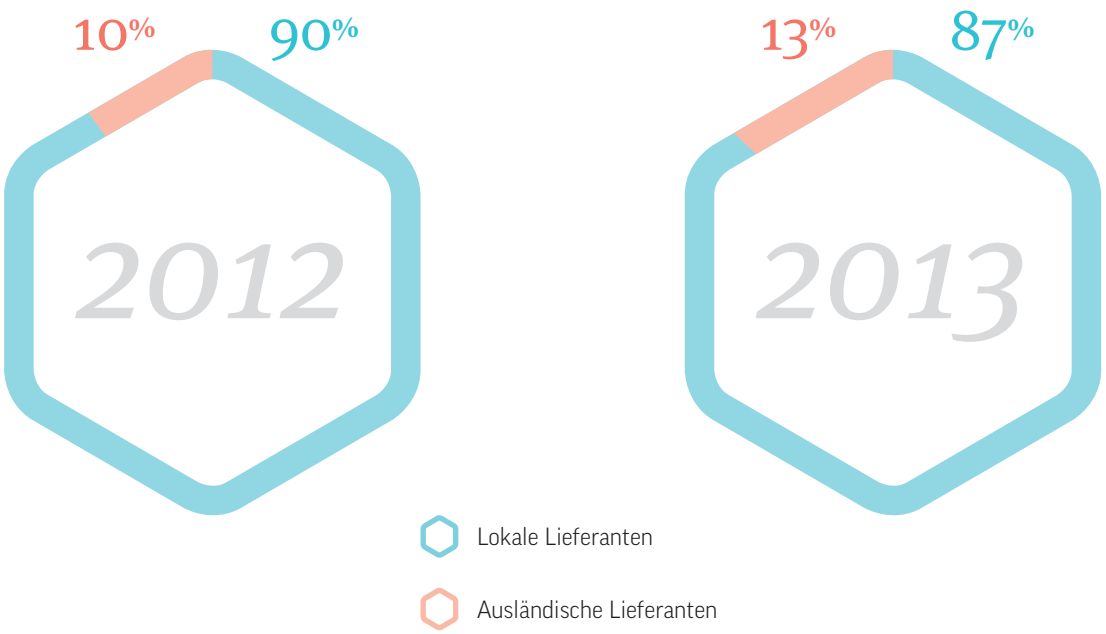


Die Verwaltung der Lieferkette ist eines der schwierigsten Geschäftsfelder jeder Firma. Je länger die Kette ist, desto mehr mögliche Ursachen kann es für eine Unterbrechung geben. Die Lieferkette ist mehr als nur eine Form der Materiallieferung durch Lieferanten für die Produktion, sie umfasst auch organisatorische Aspekte, Produktionsplanung, technologische Prozesse, innerbetrieblichen Transport und Logistik.

G4-12 G4-14 Im Sinne des Vorsorgeprinzips unternehmen wir große Anstrengungen, einer Unterbrechung der Lieferkette vorzubeugen. Dies erreichen wir durch die Vereinheitlichung der Produkte und den Aufbau alternativer Technologie-Standorte. Die Produktionstechnologien der Nowy Styl Group ähneln denen der Werke, die in anderen Ländern angesiedelt sind (Deutschland, Ukraine oder Russland). In kritischen Situationen können wir daher die Produktion problemlos von einem zum anderen Standort verlagern und so in erheblichem Maße das Risiko einer Produktionsunterbrechung minimieren. Eine weitere Maßnahme zur Risikoreduzierung ist die Vereinheitlichung der Produkte durch eine enge Kooperation zwischen den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen der Gruppe.

Eine andere Alternative gegenüber der eigenen Produktion ist eine enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten. Was das bedeutet? Obwohl wir in unseren Fabriken über unsere eigenen Technologien verfügen, entschließen wir uns häufig, einige Produktionsschritte auf unsere Lieferanten zu übertragen. Auf diese Weise schützen wir unser Unternehmen im Falle einer kritischen Situation oder bei einer Störung des Fertigungsprozesses gegen Risiken. Das letzte Glied in der Lieferkette ist der Transport des fertigen Produkts zum Kunden. Hierbei ist die Diversifizierung von Transportarten und -unternehmen eine der Lösungen, die wir im Bereich Logistik anwenden. Die Beschränkung auf nur eine Transportfirma birgt das Risiko von Produktionsunterbrechungen. Der Aufbau einer Basis mit verschiedenen Transportfirmen und die enge Zusammenarbeit mit ihnen gibt uns ein Gefühl der Sicherheit und Flexibilität. Wir wissen aus eigener Erfahrung: Je geschlossener die Lieferkette, desto größer die Möglichkeit der Kontrolle und einer Reaktion im Krisenfall. Zudem handeln wir nach dem Motto „think global, act local" und versuchen, unsere Rohstoffe und Materialien von lokalen Märkten zu beziehen. Natürlich ist dies nicht immer möglich, insbesondere bei z. B. einer exotischen Holzsorte, die für die Herstellung von Holzböden verwendet wird. Sollten wir unsere Rohstoffe nicht von lokalen Märkten beziehen können oder wenn keine ausreichende Menge vorhanden ist, versuchen wir, diese Materialien auf anderen Märkten zu beschaffen. Darüber hinaus zwingt uns der insgesamt wachsende Bedarf an Materialien und Rohstoffen zur Suche nach Lieferanten außerhalb der Landesgrenzen.

G4-EC9 *Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten*



G4-EC9 Als einen lokalen Markt erachten wir den Markt des Landes, in dem wir Unternehmen besitzen. Mehr als 66 % der direkten Lieferanten der Nowy Styl Group, d. h. solche, die uns Rohstoffe und Zwischenprodukte liefern, sind lokale Lieferanten. In der Gruppe der indirekten Lieferanten, d. h. jene, die sonstige Waren und Dienstleistungen bereitstellen, liegt der Anteil der lokalen Lieferanten bei 93 %.

DMA: LA14 G4-LA14 DMA: EN32 G4-EN32 Gute Beziehungen und eine enge Zusammenarbeit sind die wichtigsten Faktoren bei der Kooperation mit Lieferanten. In Verträgen sind die Anhänge, die die logistischen Rahmenbedingungen bestimmen, ein wesentliches Element. Hierbei werden die Lieferparameter, der Sicherheitsbestand, die Reaktionszeit im Falle von Störungen des Lieferprozesses (Lieferunterbrechungen, Qualitätsprobleme usw.) festgelegt. Die gemeinsame Erstellung derartiger Dokumente ermöglicht ein umfassendes Verständnis für die Bedürfnisse beider Partner und sorgt für Flexibilität im gesamten Kooperationszeitraum. Wir unterziehen alle wichtigen Lieferanten einer sorgfältigen Umwelt- und Arbeitsschutzprüfung.

Wir arbeiten mit mehr als tausend verlässlichen Lieferanten zusammen, deren Produkt- und Servicequalität sich bewährt hat. Ein derart großes Netzwerk an Lieferanten wäre ohne die Implementierung eines Einkaufssystems nicht möglich. Der Beschaffungsprozess der Nowy Styl Group erfolgt auf Grundlage eines Einkaufsverfahrens, das Teil des integrierten Qualitätssicherungssystems gemäß ISO-Norm 9001:2008 ist. Dieses Verfahren beschreibt die Vorgehensweise, wie mögliche Lieferanten ausgewählt, zugelassen und regelmäßig bewertet werden sollten. Die Lieferantenbewertung erfolgt jährlich und bezieht sich auf die vorangegangenen zwölf Monate. Wir bewerten nur unsere wichtigsten Lieferanten (unterschieden nach Branche und Geschäftsbereich).

Ein weiteres Schlüsselelement ist die Ersetzbarkeit von Lieferanten und die Vereinheitlichung von Komponenten. Der Einkauf von Materialien von nur einem Lieferanten, ohne gleichzeitig über eine andere Alternative zu verfügen, birgt ein hohes Risiko. Deshalb suchen wir bereits seit vielen Jahren nach Alternativen für unsere Lieferanten wie auch für funktionale Ersatzkomponenten. Um dies zu erreichen, haben wir eine neue Einkaufsstrategie entwickelt und die Rolle unserer Einkaufsabteilung neu definiert. Diese besteht aus Mitarbeitern, die für die Zusammenarbeit mit den Lieferanten verantwortlich sind und die gleichzeitig die Besonderheiten und Erfordernisse der Lieferkette genauestens kennen. Außerdem haben wir die Abteilung für Lieferantenentwicklung gegründet, deren Mitarbeiter sich auf die Zusammenarbeit mit Lieferanten aus den folgenden Bereichen konzentrieren: Produktionsqualität, Flexibilität und erforderliche Fertigungskapazitäten.

Wie sich anhand der Ausführungen erkennen lässt, sind die Lieferanten ein wichtiger Bestandteil der Lieferkette. Die Verschiedenartigkeit der eingekauften Komponenten und Materialien, die geographische Lage der Lieferanten, die Art der Lieferung, der Lagerbestand und die Liquidität auf der einen Seite und eine enge Zusammenarbeit und der Auf- und Ausbau von guten Beziehungen auf der anderen Seite sind die

wichtigsten Marktherausforderungen, denen wir uns in den kommenden Jahren stellen müssen.

Lieferant des Jahres

Wir freuen uns und sind stolz darauf, dass wir mit den Besten der Besten zusammenarbeiten. Um diese guten Beziehungen zu erhalten und sie auf besondere Weise wertzuschätzen, ehren wir unsere besten Geschäftspartner mit dem Titel „Lieferant des Jahres". Bei der Auswahl der Gewinner dieses Wettbewerbs werden insgesamt 15 verschiedene Kriterien berücksichtigt. Dazu zählen Effektivität, Reaktionszeit und Reaktionsweise, wirtschaftliche Rahmenbedingungen, partnerschaftliche Beziehungen, termingerechte Lieferungen, Zuverlässigkeit, flexible Ansätze, die Einbringung neuer Lösungen, eine stabile Marktposition sowie das Vorhandensein zertifizierter Qualitätssysteme.

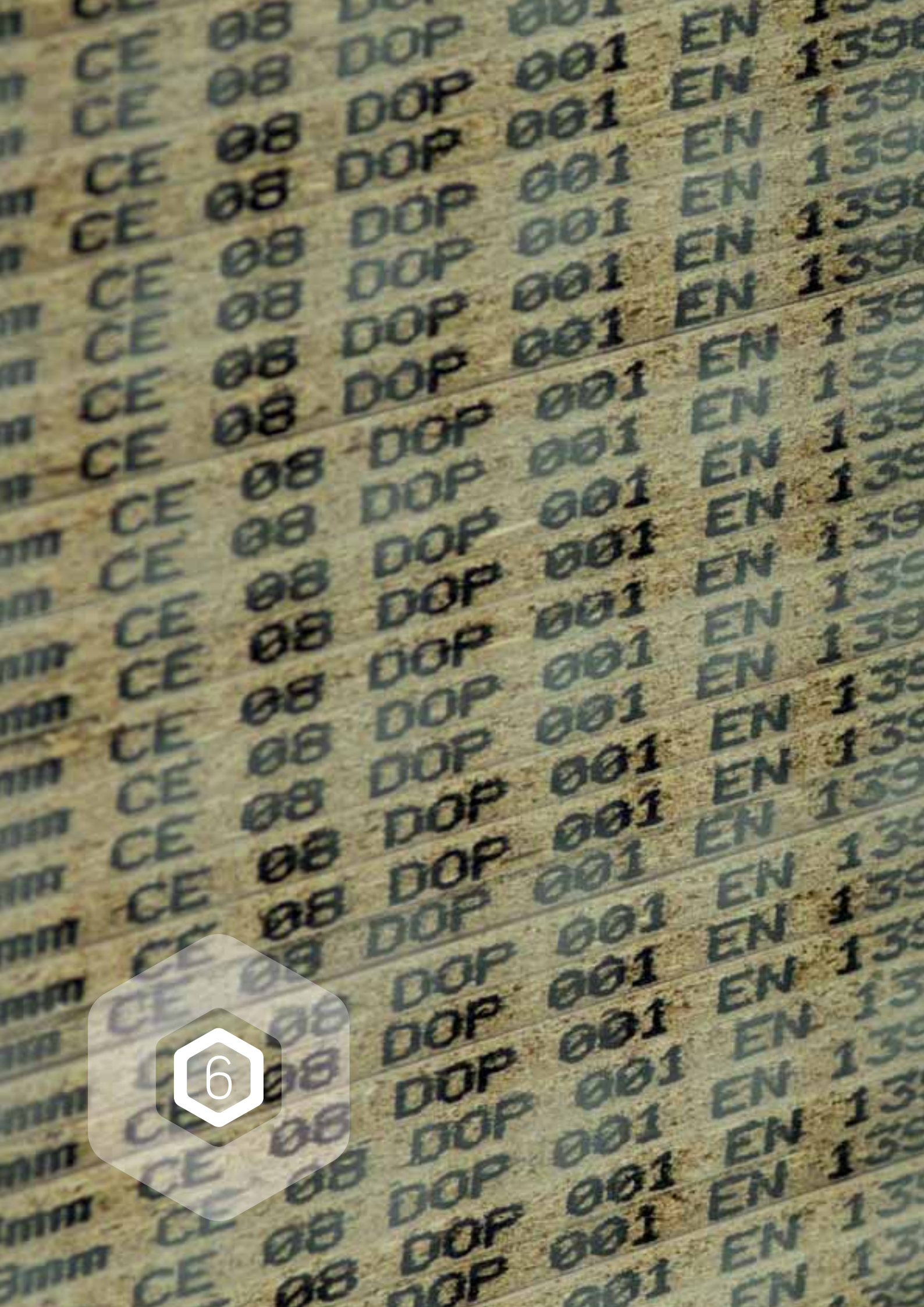
Den Titel „Lieferant des Jahres" erhielten im Jahre 2013:
› **Donati SPA** – Hersteller von Mechaniken, Fußkreuzen und Komponenten für Stühle;
› **Mentor S.A** – Versicherungsmakler;
› **Pfleiderer** – Hersteller von holzbasierten Produkten, Lieferant u.a. von Möbelplatten, und HPL-Laminaten

Die Wahl zum „Lieferanten des Jahres" hängt von vielen Faktoren ab. Auf der einen Seite berücksichtigen wir die internationale Ausrichtung und ein global orientiertes Know-how und zum anderen Offenheit, Verständnis für unsere Anforderungen und Ideen für neue, flexible Lösungen. Die Zufriedenheit unserer Endkunden bestätigt uns, dass die Lieferanten, mit denen wir zusammenarbeiten, ein hohes Engagement hinsichtlich ihrer Professionalität und Servicequalität aufweisen.

MARIA LASEK
Einkaufsleiterin der Nowy Styl Group

UNSER ZUSAGEN:

› Wir erarbeiten und führen einen Verhaltenskodex für die Lieferanten der Nowy Styl Group ein. In diesem werden die grundlegenden Anforderungen an unsere Lieferanten in den Bereichen Umweltschutz, Arbeitsbedingungen, Beschäftigungspraxis, Einhaltung der Menschenrechte und sozialer Einfluss festgelegt.


6

Unsere Kunden

Für uns ist ein Kunde nicht nur jemand, der für Umsatz sorgt. Ein Kunde ist eine Person, die uns Vertrauen schenkt und unsere Zusagen ernst nimmt. Wir wissen, dass eine gute Kundenbeziehung auf Reife und Verantwortung basiert.

In diesem Bericht haben wir viele Beispiele für unser verantwortungsvolles Handeln vorgestellt. All unsere Geschäftsaktivitäten haben einen Einfluss auf die Beziehung zu unseren Kunden:

- beim Entwerfen neuer Stuhl- oder Möbelmodelle denken wir an unsere Kunden und seine Bedürfnisse und versuchen diesen gerecht zu werden;
- bei der Rohstoffauswahl denken wir nicht nur an die Wirtschaftlichkeit, sondern auch die Langlebigkeit der Materialien, deren umweltfreundliche Eigenschaften und den bestmöglichen Komfort für den Nutzer der Produkte;
- in der Produktionsphase legen wir besonderen Wert auf die Qualitätskontrolle;
- wir optimieren unsere Produktverpackungen und unsere Logistik;
- wir überprüfen die Verständlichkeit unserer Anleitungen und Garantiedokumente.

Bei all unseren Geschäftsaktivitäten und in jeder Phase des Produktionszyklus steht der Kunde im Mittelpunkt. Entsprechend lässt sich dieser Bericht auch als Auflistung von Kundenvorteilen lesen.

Auf den folgenden Seiten stellen wir die Geschäftsaktivitäten vor, die insbesondere auf unsere Kunden ausgerichtet sind.

6.1 *Ergonomie*

DMA: PR **Wir bieten unseren Kunden nicht nur ergonomische Produkte** mit patentierten Mechaniken, die ein angenehmes und gesundes Arbeiten ermöglichen, **sondern auch eine Reihe von weiterführenden Maßnahmen, mit deren Hilfe wir unsere Kunden noch genauer in Sachen Ergonomie informieren.**

Seit 2012 betreiben wir ein Ergonomie-Portal namens „Strefa Ergonomii" (**www.strefaergonomii.pl**), auf dem wir unsere Kunden in das Konzept der Ergonomie einführen. Wir stellen Ihnen die in wissenschaftlichen Artikeln erklärten praktischen Aspekte hinsichtlich des richtigen Einsatzes von Gegenständen, die uns im Berufs- und Privatleben umgeben, vor. Neben grundsätzlichen Informationen finden unsere Kunden auf dem Portal auch Informationen darüber, wie die von uns hergestellten Stühle und Schreibtische je nach Bedarf angepasst werden können. Darüber hinaus bietet „Strefa Ergonomii" interessante Interviews mit Ergonomie-Experten sowie eine Reihe von Anleitungsvideos.

Für das Schaffen von Möbellösungen und das Entwerfen von Stühlen, bei denen eine gesunde Haltung der Wirbelsäule unterstützt wird, sind umfassende Fachkenntnisse auf dem Gebiet der Ergonomie notwendig. Wir sind der Meinung, dass wir dieses Wissen nicht nur für die Konzipierung optimaler Produktlösungen einsetzen, sondern auch andere daran teilhaben lassen sollten. Wir möchten, dass unsere Kunden ihr diesbezügliches Wissen erweitern können. Unser Ziel ist es, mit dem Ergonomie-Portal und den dort zu findenden, verständlichen Informationen unsere Kunden dabei zu unterstützen, eigenständig auf ihre Gesundheit und körperliche Verfassung zu achten.

Wir geben unser Fachwissen nicht nur direkt an Kunden weiter, sondern auch indirekt über Menschen, die in engem, persönlichen Kontakt mit ihnen stehen. Ein Teil unserer Produkte wird von Vertriebspartnern lanciert, die Spezialisten für deren Beratung beschäftigen. Diese spielen ebenfalls eine große Rolle bei der Förderung gesundheitsorientierter Lösungen.

Seit vielen Jahren schon schulen wir unsere Geschäftspartner im Hinblick auf ergonomische Lösungen. Während der Schulungen stellen wir nicht nur die Funktionsweise der jeweiligen Systeme vor, sondern richten den Augenmerk auch auf den notwendigen Informationsaustausch mit den Kunden hinsichtlich einer ergonomischen Organisation des Arbeitsplatzes.

Unsere Schulungen fußen auf dem Modell des „erfahrungsbasierten Lernens" von Kolb, das sicherstellt, dass nicht nur Wissen akquiriert, sondern auch praktische Fähigkeiten erlernt werden. Wir möchten, dass unsere Botschafter, die sich direkt mit den Kunden treffen, diesen nicht nur die wichtigsten Informationen vermitteln, sie sollen die Kunden auch ermutigen, sowohl im Berufs- als auch im Privatleben auf ihre Gesundheit zu achten. Wir sind der Hoffnung, dass unsere Bemühungen erfolgreich sind und unsere Kunden bewusst die von uns angebotenen Produkte auswählen und sie auf adäquate Weise nutzen.

Wir möchten unsere Kunden mit unseren Angeboten nicht täuschen. Die Beziehung, die wir mit unseren Kunden aufbauen, basiert auf Wissen: Wir möchten, dass sie ihre Entscheidung bewusst treffen. Wir geben unser Bestes, damit unsere Kunden wissen, dass sie beim Kauf unserer Produkte eine gute Wahl getroffen haben.

6.2 Kennzeichnung von Produkten

DMA: PR3 G4-PR3 **Offenheit und Transparenz sind die wichtigsten Werte, an denen wir in allen Phasen der Beziehung zu unseren Kunden festhalten.** Wir bemühen uns nach Kräften, dass sie sich bei der Wahl unserer Produkte vollständig bewusst sind, was sie kaufen. Deshalb verwenden wir viel Zeit für die richtige Kennzeichnung und Beschreibung unserer Produkte.

Die Kennzeichnung der Produkte ist ein komplexes Thema. Die Etiketten oder begleitenden Produktinformationen, die auch auf unserer Website abrufbar sind, umfassen viele wichtige Angaben, darunter z. B.:

- Kundendaten
- Informationen über die jeweilige Bestellung;
- Informationen über uns, d. h. den Hersteller;
- Informationen über das Produkt (Oberflächenbehandlung, Mechaniken, Bauteile);
- Informationen über Umweltschutznormen.

Wir bieten den einzelnen Kunden eine Vielzahl von Lieferoptionen an. Beispielsweise übernehmen wir nicht nur die Lieferung unserer Möbel und Stühle, sondern führen in vielen Fällen auch die Montage aus. Auch Großprojekte werden von uns beliefert.

Die Kennzeichnung der Produkte ist für folgende Punkte ausgesprochen wichtig:

- zur rechtzeitigen Lieferung am finalen Bestimmungsort;
- zur korrekten Montage;
- zum bestimmungsgemäßen Gebrauch (Berücksichtigung aller Möglichkeiten, die die Mechaniken und Bauteile des Produktes bieten);
- zur Bestätigung, dass das Produkt bei Montage und Nutzung für die Gesundheit des Kunden unbedenklich ist;
- zur Bestätigung, dass das Produkt in Hinblick auf seine umweltfreundlichen Eigenschaften entwickelt wurde (eingesetzte Rohstoffe, Recyclingfähigkeit);
- zur Bestätigung, dass das Produkt entsprechend den Garantiebedingungen repariert bzw. ganz oder in Teilen ausgetauscht werden kann.

Es gibt folgende Formen der Produktkennzeichnung:

- Aufkleber auf der Transportverpackung;
- Aufkleber auf Produktelementen (z. B. unter dem Stuhlsitz);
- Bedienungsanleitung (dem Produkt beigelegt oder auf der Website abrufbar);
- Frachtbriefe;
- Produktdatenblätter.

Da die Art des Verkaufs unserer Produkte von der Marke und dem Markt abhängt, unterscheiden sich die einzelnen Verfahrensweisen voneinander. Aus diesem Grund gibt es besondere Verfahrensregeln, die zu befolgen sind. Im Falle von Produkten, die von den Gesellschaften der Nowy Styl Group in Polen hergestellt werden, gelten kodifizierte Verfahren, deren Anwendung durch regelmäßige Audits überprüft wird. Im Hinblick auf unsere deutschen Gesellschaften gelten Richtlinien, deren Vermittlung Bestandteil von Mitarbeiterschulungen ist und die ohne Ausnahme von allen Mitarbeitern beachtet werden.

G4-PR4 All unsere Produkte werden außerdem durch den Verband für Handelstandards überprüft. Im Jahre 2013 stellte der Verband in vier Fällen eine Nichteinhaltung der Regelungen des freiwilligen Kodex hinsichtlich Etikettierung und Produktinformation fest. Diese betrafen die Sicherheit und korrekte Kennzeichnung von für Kinder und Jugendliche konzipierten Möbeln der Marke Nowy Styl. Hinsichtlich dieser Angelegenheiten war jedoch kein gerichtliches Eingreifen erforderlich; es wurde lediglich für die Mitarbeiter der Marke Nowy Styl ein internes Rechtsgutachten von einer Rechtsanwaltskanzlei erstellt. Alle Mängel wurden sofort beseitigt und die fehlende Kennzeichnung entsprechend ergänzt. Bei den übrigen Marken wurden derartige Verletzungen nicht festgestellt.

UNSERE ZUSAGEN:

Wir werden die Informationen auf unseren Produkten wie folgt systematisieren:

- Erfassung von Lieferantenerklärungen hinsichtlich der zur Produktion von Bauteilen und Konstruktionselementen verwendete Materialien;
- Vereinheitlichung der Kennzeichnung von Produkten in Bezug auf Form und Inhalt;
- Ermöglichung eines schnellen Zugriffs auf die Garantiebedingungen für unsere Kunden;
- Vorbereitung einer Umwelt-Produktdeklaration für neue Produkte (ab 2014) und ausgewählte Produktlinien im Bereich der Designprodukte.

6.3 *Gesundheit und Sicherheit der Kunden*

DMA: PR1-2 G4-PR1 G4-PR2 **In jeder Phase der Produktfertigung beachten wir die Rechtsvorschriften hinsichtlich der Gesundheit und Sicherheit unserer Kunden.** Dies beginnt bereits in der Entwurfsphase, in der wir nicht nur die den sicheren Gebrauch des Produktes, sondern auch die Verbesserung des Gesundheitszustandes seines Anwenders berücksichtigen. Dies geschieht durch die Anwendung ergonomischer Lösungen, aber auch über die Auswahl von umweltgerechten Rohstoffen und Komponenten. Auch bei der Produktion und der Kennzeichnung der Produkte sowie der Vorbereitung von Anleitungen oder Garantiebedingungen berücksichtigen wir diese Aspekte.

Wir möchten, dass unsere Anstrengungen den anspruchsvollsten Normen gerecht werden und entsprechend zertifiziert werden. Deshalb werden unsere Produkte ausgiebig von uns und anderen vertrauenswürdigen Organisationen getestet. Alle Produkte aus dem Angebot der Marken Nowy Styl und BN Office Solution werden in unserem eigenen Labor in Hinblick auf die Sicherheit für den Anwender und auf die Übereinstimmung mit den europäischen Dauerhaltbarkeitsanforderungen geprüft.

Die meisten unserer internen Tests werden durch Gütesiegel (Testberichte) externer Forschungsinstitute bestätigt, darunter das deutsche Gütezeichen „Geprüfte Sicherheit" (GS), das französisches Zertifikat „Office Excellence" sowie das polnische Konformitätszertifikat des amtlich zugelassenen Forschungszentrums Cobrabid. Zusätzlich werden ausgewählte Produkte durch externe Testinstitute untersucht. Die folgenden Möbelsysteme verfügen z. B. über Hygiene-Zulassungen: E10, SQart, P80 und Flib. Dies bedeutet, dass sie den Anforderungen in Bezug auf die Nutzung in Büro- und öffentlichen Räumen gerecht werden. Außerdem erstellte das Nofer-Institut für Arbeitsmedizin für die Möbelsysteme E10 und SQart „Protokolle über die ergonomische Bewertung".

Alle Produkte der Marke Grammer Office verfügen über das durch den TÜV Rheinland ausgestellte Gütesiegel GS, das „Quality Office Zertifikat" (ausgestellt durch Q. FORUM), und weitere Zertifikate des TÜVs in Bezug auf Schadstoffemissionen. Ein Grossteil der Produkte erhielt auch das LGA-Ergonomiezertifikat.

Alle Produkte aus dem Angebot der Rohde & Grahl GmbH erhielten das vom TÜV vergebene Qualitätsmerkmal GS. Darüber hinaus verfügen die meisten der Produkte über Ergonomiezertifikate gemäß den Normen NPR 1813, PPP 51051A oder PPP 51038B (ausgestellt durch den TÜV).

Die Produkte der Marke Forum Seating wurden so konzipiert, dass sie den strengen Standards in Hinblick auf Haltbarkeit und sichere Produktnutzung entsprechen. Die Tribünen erfüllen die Anforderungen der Heimatmärkte: Sie verfügen über die Hygiene-Zulassung, das „Protokoll über die ergonomische Bewertung" und das GS-Siegel. Sie genügen außerdem den hohen Marktanforderungen in Bezug auf Akustik und Brandverhalten.

Die Holzböden der Marke Baltic Wood besitzen zahlreiche Zertifikate des Instituts für Holztechnologie in Posen, des Instituts für Holztechnologie in Dresden und der Building Information Foundation RTS in Helsinki.

Darüber hinaus legen wir, wie bereits zuvor erwähnt, besonderes Augenmerk auf die Sicherheit der bei unseren Produkten verwendeten Komponenten. Aus diesem Grund …

- überprüfen wir regelmäßig das Schichtholz, das in unseren Werken in Rzepedź hergestellt wird, um so die Emission von Formaldehyd zu kontrollieren;
- lassen wir uns entsprechende Zertifikate für die Möbelplatten von externen Lieferanten vorlegen;
- arbeiten wir an der Beseitigung von Emissionen bei Klebstoffen;
- erhöhen wir den Einsatz von wasserhaltigen Lacken;
- beinhalten die Schaumstoffe, die in den Sitzen und Rückenlehnen unserer Stühle und Sofas verarbeitet sind, keine Freo-Gase (CFC und HCFC), Schwermetalle und bromhaltige Substanzen;
- sind in unseren Werken hergestellte Kunststoffteile für das spätere Recycling entsprechend gekennzeichnet (gemäß ISO 11469); zudem enthält der hergestellte Kunststoff kein Bisphenol A (BPA) und keine Phthalate;
- erhalten wir von unseren Lieferanten spezielle Erklärungen, in denen sie uns versichern, dass die von ihnen verwendeten Materialien weder halogenhaltige Flammschutzmittel noch Farbstoffe mit Schwermetallen (Pb, SN, Cd, Hg) enthalten;
- ebenso erhalten wir Informationen über die Recyclingfähigkeit der Materialien.

Die Sicherheit unserer Kunden hat bei uns oberste Priorität.

Uns liegt viel an unseren Kunden, an ihren Bedürfnissen, ihrem Komfort und ihrer Sicherheit, wenn sie unsere Produkte verwenden – dies spiegelt sich auch bei unserem Ansatz hinsichtlich der Garantie wieder.

Alle unsere Produkte haben eine Garantie von mindestens zwei Jahren. Bei Drehstühlen beträgt diese Garantie drei Jahre, vier bei den Gasfedern. Wir bieten jedoch auch Produkte mit einer fünfjährigen Garantie an. Die entsprechenden Garantiebedingungen sind unseren Produkten beigelegt und ebenfalls auf unseren Webseiten abrufbar.

UNSERE ZUSAGEN:

Wir werden in den folgenden Bereichen innovative Lösungen fördern:

- Akustik (Bereich Schallwiderstand und Absorption): Weiterentwicklung des Know-hows unseres Produktteams, Beginn einer speziellen Zusammenarbeit mit Universitäten.
- Emissionsarme Technologien: Auswahl und Überprüfung verschiedener Produkte hinsichtlich ihres Emissionsverhaltens gemäß „Indoor Air Quality"-Zertifikat.
- Ergonomie (patentierte „Glide-tec"-Mechanik, Stühle mit „duo-back"-System, „S-MOVE"-System für biodynamisches Sitzen, Möbel mit umfassenden Einstellmöglichkeiten, Stühle für Personen mit atypischen Erkrankungen).

Ebenso werden wir die Anzahl der durch autorisierte Stellen zertifizierten Produkte erhöhen (TÜV – das deutsche Gütesiegel GS, FCBA – das französische „Office Excellence"-Zertifikat sowie das Konformitätszertifikat des amtlich anerkannten polnischen Instituts COBRABiD-BBC Biuro Badań i Certyfikacji Sp. z o.o.).

6.4 Marketing und Kommunikation

DMA: PR7 G4-PR7

Wenn wir mit unseren Kunden kommunizieren, trennen wir ganz klar Werbebotschaften von Mitteilungen mit geschäftlichem Hintergrund. Wir bemühen uns, mit unseren Kunden eine echte Beziehung aufzubauen, indem wir sie mit der Geschichte unseres Unternehmens, unseren Werten und unseren Aktivitäten vertraut machen – auf vollkommen transparente Art und Weise. Die Präsentation unseres Unternehmens im Internet ist ein gutes Beispiel für diesen Ansatz:

- die Website der Gruppe dient der Bereitstellung von Informationen über unsere Geschäftsaktivitäten, neue Projekte, Initiativen und besonderen Leistungen und Errungenschaften unserer Mitarbeiter, zudem enthält sie Informationen über unsere Produkte, jedoch ohne kommerzielle Ausrichtung;
- die Website der Marke Nowy Styl richtet sich an die Endkunden und enthält daher vornehmlich produktbezogene Informationen wie auch weitere Informationen zur Unterstützung der Kunden, die auf der Suche nach einem auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Produkt sind;
- wir betreiben auch ein Partnerportal für Vertriebspartner, die Produkte der Marke Nowy Styl vertreiben; diese Seite dient ihnen als Plattform, um Käufe und Bestellungen zu tätigen, Details zu Angeboten abzurufen und die entsprechenden Produktspezifikationen besser kennenzulernen;
- außerdem betreiben wir weitere Webseiten, die der Präsentation unserer Produktmarken dienen und den Verkauf fördern sollen.

Weiterhin gestalten wir eine Vielzahl von verkaufsfördernden Materialien, die unseren Kunden ermöglichen, die richtige Wahl zu treffen, darunter Gesamtkataloge mit all unseren Produkten, Kataloge, die auf ein bestimmtes Produkt zugeschnitten sind, sowie aktuelle Preislisten.

Datenschutz

DMA: PR8 G4-PR8

Ehrlichkeit ist ein Wert, dem wir stets treu bleiben, sowohl im Umgang mit unseren Kunden wie auch bei all unseren Geschäftstätigkeiten. Der Kontakt mit den Empfängern unserer Produkte ist von großer Wichtigkeit für uns. Deshalb verfolgen wir mit der Kontaktpflege einen ganz individuellen Ansatz, der die hohe Qualität unserer Produkte und die von uns angebotenen Dienstleistungen noch ergänzt. Wir erkaufen uns keine Kontakte, wir bauen Beziehungen auf. Unsere Geschäftspartner und Kunden bleiben bewusst und freiwillig in Kontakt mit uns.

Unsere Kundendatenbanken basieren auf Handelsverträgen. Diese entstehen in Meetings mit unseren Kunden und Geschäftspartnern oder auf Veranstaltungen, die wir für sie organisieren. Alle von uns täglich genutzten Datenbanken werden gemäß GIODO-Anforderungen (Anforderungen des Generalinspektors für den Schutz von personenbezogenen Daten) auf abgesicherten Servern aufbewahrt. Dritten werden diese Daten nicht zur Verfügung gestellt. Außerdem verwenden wir keine rechtswidrigen Lösungen, um die Aktivitäten unserer Kunden nach zu verfolgen oder Informationen über sie zu erlangen.

In den Jahren 2012 und 2013 gab es keine Beanstandungen hinsichtlich der Verletzung der Privatsphäre von Kunden, ein Verlust von Kundendaten war ebenfalls nicht zu verzeichnen.

Wir geben unser Bestes, für ein positives Bild als Firma und ein verständliches Angebot zu sorgen, aber auch einen einfachen Zugriff auf die von unseren Kunden benötigten Informationen zu ermöglichen. Dank der Richtlinien der Nowy Styl Group wurden in den Jahren 2012 und 2013 keine Verstöße gegen die Regelungen oder freiwilligen Kodizes im Bereich Marketing und Kommunikation (einschließlich Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring) verzeichnet, die zu Warnungen, Geldbußen oder Strafen führten.

MAGDALENA TOKARCZYK-CYRAN
Marketing-Direktorin
der Nowy Styl Group

6.5 Untersuchung zur Kundenzufriedenheit

DMA: PR5 G4-PR5 Die Nowy Styl Group verfügt über eine umfassende Vertriebsstruktur, die sich auf verschiedene Länder und Produktmarken aufteilt. Dies spiegelt sich auch in der Verkaufsstrategie wider.

Der Geschäftserfolg in den jeweiligen Märkten wird durch **unsere Kunden** bestimmt. Deshalb ist wichtig zu erfahren, wie sie über unsere Firma, Dienstleistungen und Produkte denken. Weitere Abnehmer unserer Produkte sind **unsere Vertriebspartner.** Auch hier untersuchen wir in regelmäßigen Abständen die Zufriedenheit unserer Handelspartner im In- und Ausland. Aufgrund unseres weitreichenden Vertriebspartnernetzes und ausgesprochen großer Märkte wählen wir jedes Jahr für unsere Zufriedenheitsstudie lediglich Handelspartner aus unseren Schlüsselmärkten aus.

Da nur der direkte Kontakt mit Kunden glaubwürdige Informationen über deren Bedürfnisse und Vorlieben liefert, nutzen wir auch hier den direkten Weg. Entsprechend führen die Mitarbeiter unserer Marketing-Abteilung persönliche oder telefonische Umfrage-Interviews durch. Alle zwei bis vier Jahre versuchen wir, die Umfrage mit der gleichen Gruppe von Befragten zu wiederholen. Innerhalb dieses Zeitraums realisieren wir Änderungen, die von den in Bezug auf Kundenservice und neue Produkte befragten Personen vorgeschlagen wurden.

Zusammenfassung der Kundenzufriedenheitsumfrage von 2012/2013:

Im Zeitraum Januar bis April 2013 wurde eine Kundenzufriedenheitsumfrage unter 93 ausgewählten polnischen Vertriebspartnern der Firma Nowy Styl durchgeführt. Befragt wurden die im Jahre 2012 umsatzstärksten Geschäftspartner.

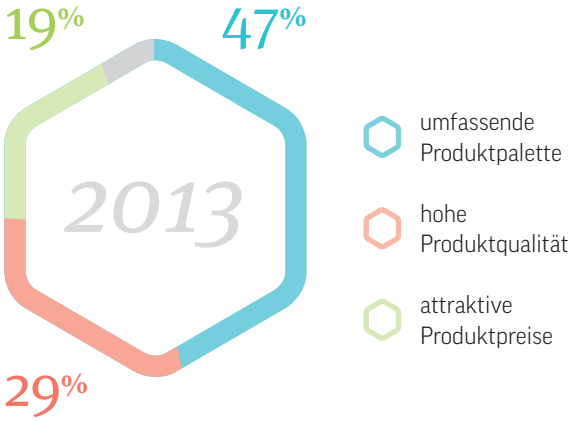
Das Hauptziel der Untersuchung war es herauszufinden, welche Aktivitäten der Gruppe von den Vertriebspartnern positiv wahrgenommen werden und welche eingestellt werden sollten. Die Umfrage sollte uns auch die Richtung weiterer Entwicklungen in diesem Bereich vorgeben.

Die Fragen der Umfrage bezogen sich auf die folgenden Aspekte:

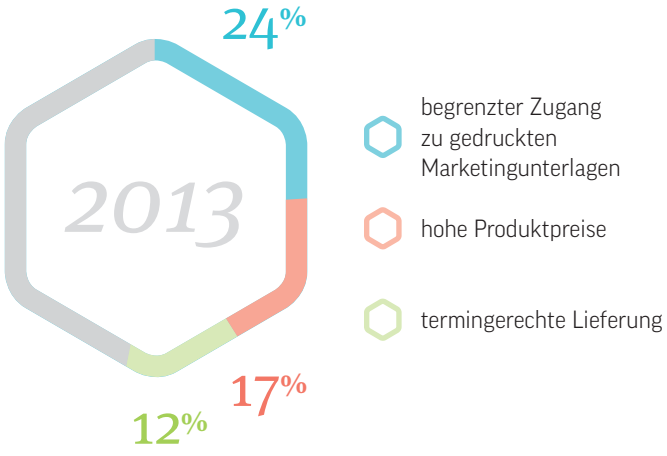
› Bewertung des Angebots der Nowy Styl Group im Vergleich zum Wettbewerb und hinsichtlich der Marktbedürfnisse;
› Bewertung der Zusammenarbeit mit der Gruppe (u. a. Art und Weise der Reklamationsprüfung, termingerechte Lieferung, Produktqualität);
› Bewertung der Zusammenarbeit mit den Vertretern der Gruppe, die für die Betreuung der Handelspartner zuständig sind (regionale Handelsvertreter und Fachkräfte für den Verkauf);
› Bewertung der Geschäftsaktivitäten und Marketingunterstützung;
› Untersuchung des Schulungsbedarfs der Handelspartner.

Die Ergebnisse der Untersuchung spiegelten nicht nur die Zufriedenheit unserer Vertriebspartner wider, sondern halfen uns auch bei der Entscheidung, die unten stehenden bewährten Praktiken weiterhin beizubehalten. Die Ergebnisse zeigten auch die Bereiche auf, in denen die Gruppe die Qualität der erbrachten Leistungen und somit auch die Zufriedenheit der Vertriebspartner noch verbessern kann. Auf Grundlage der durchgeführten Untersuchung haben wir entsprechende Schlussfolgerungen gezogen und einen Aktionsplan erstellt.

Stärken der Marke Nowy Styl nach Aussage der Befragten



Schwächen der Marke Nowy Styl nach Aussage der Befragten



Im Zeitraum April bis Juni 2013 wurde eine Kundenzufriedenheitsumfrage unter 19 ausgewählten französischen Vertriebspartnern der Nowy Styl Group durchgeführt. Befragt wurden die im Jahre 2012 umsatzstärksten Geschäftspartner, die zu gleichen Teilen aus dem Einzel- und Großhandel stammten.

Das Hauptziel dieser Untersuchung war es herauszufinden, wo die Stärken und Schwächen des Angebots der Nowy Styl Group im Vergleich zum Hauptwettbewerb auf dem französischen Markt liegen. Die Umfrage sollte außerdem die Produktbedürfnisse der Endkunden unserer Vertriebspartner ermitteln.

Die Fragen der Umfrage bezogen sich auf die folgenden Aspekte:

› Bewertung des Angebots der Nowy Styl Group im Vergleich zum Wettbwerb und hinsichtlich der Marktbedürfnisse;
› Wahrnehmung des Angebots der Gruppe auf dem französischen Markt (polnischer Lieferant auf dem französischen Markt);
› Präferenzen der Kunden hinsichtlich Design, Preis und der Qualität der Büromöbel und Stühle.

Die Befragten verwiesen auf die geringe Erkennbarkeit der Marke der Nowy Styl Group auf dem französischen Markt. Sie halten es für notwendig, Werbemaßnahmen durchzuführen und die OCE- und ISO-Zertifikate zu implementieren. Zugleich betonten sie die hohe Produktqualität und das sehr gute Preise-Leistungs-Verhältnis.

Im Zeitraum September bis Oktober 2012 wurde eine Kundenzufriedenheitsumfrage unter 24 Firmen von ausgewählten polnischen Vertriebspartnern der Marke Baltic Wood durchgeführt. Befragt wurden die im Jahre 2011 umsatzstärksten Geschäftspartner.

Die Fragen der Umfrage bezogen sich auf die folgenden Aspekte:

› Bewertung des neuen Produktangebots der Marke Baltic Wood;
› Bewertung von neuen Materialien und Marketingwerkzeugen;
› Bewertung der Leistung in Bezug auf Lieferung, Service, Produktqualität und Schnelligkeit bei der Montage von Fußböden;
› Bedarf nach weiterer Ausweitung des Angebots.

Die meisten Anmerkungen betrafen die Marketingmaterialien. Die befragten Personen schlugen diesbezüglich Änderungen vor. Als weiteres Ergebnis der Umfrage wurde das Angebot um ein Massivholzbrett ausgeweitet.

UNSERE ZUSAGEN:

› Für 2015 planen wir, eine Kundenzufriedenheitsumfrage für den Exportmarkt durchzuführen, um auf diese Weise mehr über die Meinungen hinsichtlich der diesbezüglichen Aktivitäten der Gruppe zu erfahren und Richtungen für eine mögliche Weiterentwicklung auszumachen.

Unsere Nachbarn

Alle globalen Erfolge und Leistungen haben ihren Ursprung in einer bestimmten Zeit, an einem bestimmten Ort und in einem bestimmten Umfeld. Wir sind uns unserer Wurzeln bewusst und handeln seit vielen Jahren nach dem Leitspruch „think global, act local".

DMA: SO1 DMA: EC7-8 G4-SO1 G4-EC7 G4-EC8

Dies ist der Leitsatz, den wir aus Polen auf unsere ausländischen Märkte und alle anderen Orte übertragen haben, an denen wir Vertriebsstätten, Showrooms und Produktionsstätten haben. Wir positionieren unsere Tochtergesellschaften als lokale Unternehmen, die vor Ort ansässige Mitarbeiter beschäftigen und die die örtlichen Bräuche und ungeschriebenen Regeln beachten.

Polen und die Region des Karpatenvorlandes, wo der Hauptsitz unseres Unternehmens ist und eine Vielzahl unserer Geschäftsaktivitäten stattfindet, haben dabei natürlich eine besondere Stellung. Bereits seit ihren Anfängen legt die Nowy Styl Group und ihr Management besonderen Augenmerk auf die Entwicklung des Karpatenvorlandes, der Region, aus der wir stammen. Dort hat unser Geschäft seine Wurzeln – eine kleine Firma mit Sitz in Krosno. Auch wenn heute unsere Vertretungen über die ganze Welt verteilt sind, ist die Umgebung, die die ersten Mitarbeiter von ihren Bürofenstern aus gesehen haben, immer noch in unseren Herzen. Deshalb **investieren wir in die Entwicklung dieser Region und seiner Einwohner.** Wir unterstützen sie in schwierigen Situationen und freuen uns über gemeinsame Erfolge. Das Unternehmen Nowy Styl – eine von vier Gesellschaften, die in diesem Bericht behandelt werden – führt lediglich im Karpatenvorland Maßnahmen für die örtliche Gemeinschaft durch. Wir glauben, dass jeder in dieser Region ausgegebene Euro eine Investition in unsere gemeinsame Zukunft ist. Wie die auf nachhaltige Entwicklung ausgerichtete Politik der Nowy Styl Group, so basieren auch die Maßnahmen für die lokale Gemeinschaft auf drei Ansätzen. Wir unterstützen die Bildung von Kindern durch Stipendien und organisieren Praktika für Studenten. Wir fördern den Sport, um den Kindern und Jugendlichen aus der Region eine Möglichkeit zu geben, sich zu integrieren. Darüber hinaus führen wir gemeinsam mit dem Magurski-Nationalpark Bildungsmaßnahmen im Bereich des Umweltschutzes durch.

G4-EC7

KOSTEN FÜR DIE ORGANISATION EINES WOHLTÄTIGKEITSBALLS [EUR*/PLN]

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012		2013	
	EUR*	PLN	EUR*	PLN
Wert der Sachgeschenke	3 964,21	16 545,01	2 367,99	9 971,60
Finanzielle Unterstützung für die Einrichtungen	14 711,52	61 400,00	17 549,28	73 900,00
Kosten für die Organisation des Wohltätigkeitsballs	27 859,64	116 275,00	23 400,09	98 537,79
GESAMT	**46 533,37**	**194 220,01**	**43 317,36**	**182 409,39**

Unsere Aktivitäten vor Ort sind nicht nur auf die Entwicklung des lokalen Arbeitsmarkts beschränkt, auf den wir als einer der größten Arbeitgeber in der Region großen Einfluss haben. Wir **arbeiten ebenfalls mit der lokalen Gemeinschaft zusammen und unterstützen Bürgerinitiativen** in den Bereichen Bildung, Kultur und Sport.

Jedes Jahr im Januar veranstalten wir **Neujahrsbälle für Kinder aus pädagogischen Einrichtungen aus der Region des Karpatenvorlands.** Zum ersten Ball wurden 150 Kinder von uns eingeladen, 2013 wuchs die Zahl an und wir hatten über **1000 Kinder** als Gäste auf dieser einzigartigen Veranstaltung, darunter mehr als 250 Personen mit Behinderungen. Solche Aktionen sind nicht nur eine Gelegenheit für die Kinder, viel Spaß zu haben, sondern auch eine Möglichkeit, sich zu integrieren und etwas zu lernen. Jedes Jahr bereiten wir eine Vielzahl von Attraktionen und **Geschenken vor, über die sich die eingeladenen Kinder freuen können.** Alle Einrichtungen, die am Neujahrsball teilnehmen, informieren uns vorher über fehlende Ausstattungsgegenstände, finanzielle Mittel für Rehabilitationsausflüge oder Renovierungsmaßnahmen, die notwendig sind. Wir sprechen direkt mit den Leitern dieser Einrichtungen, um so zu erfahren, was für sie am wichtigsten ist. Dadurch können wir zielgerichtet und auf die tatsächlichen Bedürfnisse der Einrichtung abgestimmt helfen. Seit 2012 arbeitet die Nowy Styl Group auch mit dem **Magurski-Nationalpark,** einem der schönsten Naturschutzgebiete im Karpatenvorland, zusammen. Wir kennen dieses Areal genau und wissen es sehr zu schätzen. Deshalb haben wir uns vor dem Hintergrund unserer prominenten Marktposition entschlossen, dieses Gebiet auch anderen Menschen näher zu bringen. Unser Ziel ist die Förderung eines verantwortungsvollen Tourismus. Wir haben den Nationalpark finanziell durch die Schaffung einer Sonderedition der Stuhllinie Sedia Natura unterstützt: **5 % des Verkaufspreises von jedem Stuhl gingen an den Park,** der im zentralen Teil der Niederen Beskiden an der Grenze zwischen den Ost- und Westkarpaten liegt. Zudem unterstützen wir jedes Jahr

UNSERE ZUSAGEN:

› In den kommenden Jahren möchten wir unser Engagement für die lokale Gemeinschaft durch die Unterstützung von Bildungsprogrammen noch erweitern.

* Durchschnittlicher Jahreswechselkurs, der in diesem Bericht verwendet wird: 2012 – EUR 4,1736, 2013 – EUR 4,2110

die vom Magurski-Nationalpark veranstalteten Events mit Preisen, die die Teilnehmer bei verschiedenen Wettbewerben wie z. B. dem Querfeldein-Rennen „Vorbildlicher Naturforscher" gewinnen können. Die Preise sind mit unserer Firma verbunden: Stühle aus der Reihe Sedia Natura mit Bildern von geschützten Tieren.

Daneben unterstützen wir aber auch Sportaktivitäten. Seit 2007 bezuschussen wir den Verein zur Sportentwicklung in Krosno. Die Höhe der finanziellen Unterstützung der Organisation betrug in den Jahren 2012 und 2013 insgesamt ca.25.000 Euro. Sport ist für uns besonders wichtig, da wir darin eine wunderbare Möglichkeit sehen, Kinder und Jugendliche aus der Umgebung, in der unser Unternehmen tätig ist, zu mobilisieren und zu integrieren. In junge Menschen, in deren persönliche Entwicklung und in die Bildung von Fähigkeiten zu investieren, ist für die Firma, aber auch für deren Inhaber, die Brüder Adam und Jerzy Krzanowski, von hoher Priorität. Im Jahre 2002 gründeten sie die Janusz-Korczak-Stiftung als Ausdruck dafür, dass sie den Erfolg des Unternehmens mit der örtlichen Gemeinschaft teilen möchten. Die Nowy Styl Group subventioniert die Aktivitäten der Stiftung, die mit Stipendien jungen Menschen dabei hilft, Wissen und Fähigkeiten zu entwickeln. Die Summe für die finanzielle Unterstützung der Stiftung betrug 2012 und 2013 jeweils ca. 45.000 Euro.

Wir geben unser Bestes, um denen zu helfen, die Hilfe benötigen. Dazu motivieren wir unsere Mitarbeiter, sich für wichtige Projekte zu engagieren, so z. B. für die Aktion „Noble Box". **Im Rahmen dieses Projektes stellen wir den Einrichtungen in der Region Möbel und Stühle zur Verfügung, die diese am dringendsten benötigen.** Im Jahr 2012 haben wir unterschiedlichen Einrichtungen, die uns um Hilfe gebeten haben, mehr als ein Dutzend Stühle und Möbelstücke überlassen. 2013 haben wir bereits knapp 50 Produkte bereitgestellt – und die Zahl wird ständig erhöht, um so die lokalen Einrichtungen optimal zu unterstützen.

Insgesamt haben wir für diese Investitionen in die örtliche Gemeinschaft im Jahr 2012 ca. 130.000 Euro und 2013 über 100.000 Euro ausgegeben. Unser Ziel ist es, die Bedürfnisse der lokalen Gemeinschaft noch genauer spezifizieren zu können, indem wir den direkten Kontakt mit den Empfängern noch mehr fördern.

Über den Bericht

Dieser Bericht ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der Nowy Styl Group. Er beinhaltet die Gesamtdaten des Geschäftsjahrs, das jedoch Teile der Kalenderjahre 2012 und 2013 umfasst. Der Nachhaltigkeitsbericht wird von nun an alle 2 Jahre veröffentlicht.

G4-18 G4-19 G4-20 G4-21 G4-28 G4-30 G4-31 G4-33

Der Bericht wurde gemäß Basisoption (Core) der Vorgaben der neuesten Version der Global Reporting Initiative G4 (GRI G4) erstellt. Diese Option beinhaltet die wichtigsten Bestandteile des Nachhaltigkeitsberichts. Sie stellt sicher, dass die Aktivitäten des Unternehmens in den Bereichen Wirtschaft, Umweltschutz, Gesellschaft und effektives Management adäquat dargestellt werden. Dieser Bericht wurde von einem unabhängigen Auditor (Deloitte Advisory Sp. z o.o.) überprüft. Die Finanzdaten des Berichts stammen aus den Jahresabschlüssen, die von unabhängigen Wirtschaftsprüfern (PwC Sp. z o.o.) auditiert wurden.

Der Nachhaltigkeitsbericht der Nowy Styl Group ist das Ergebnis mehrmonatiger intensiver Arbeit und entstand in Zusammenarbeit mit vielen Menschen sowie im Dialog mit unseren Stakeholdern. Die in diesem Bericht enthaltenen Indikatoren wurden auf Grundlage der Erwartungen von Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten ausgewählt; gleichermaßen wurde die Wettbewerberanalyse und die Unternehmenspolitik der Nowy Styl Group berücksichtigt. Als Produktionsfirma haben wir den Schwerpunkt in erster Linie auf die verständliche Darstellung der Umweltindikatoren gelegt. Dabei wurden von uns die folgenden Indikatoren als wesentlich klassifiziert : indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Bestellvorgänge, Energie, Wasser, Emissionen, Abwasser und Abfälle, Produkte und Dienstleistungen, Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, Transport, Allgemeines (Umweltschutzausgaben und -investitionen), Bewertung von Lieferanten, Beschäftigung, Arbeitsschutz, Bildung und Schulungen, Vielfalt und Chancengleichheit , gleicher Lohn für Männer und Frauen, Lieferantenbewertung im Hinblick auf Beschäftigungspraktiken, lokale Gemeinschaft, Verstöße gegen die Grundsätze des freien Wettbewerbs, Einhaltung von Vorschriften, Beschwerden hinsichtlich des sozialen Einflusses, Gesundheit und Sicherheit der Kunden, Marketing und Kommunikation sowie Einhaltung von Vorschriften. Zweitrangige Indikatoren: Korruptionsbekämpfung, Verstöße gegen die Grundsätze des freien Wettbewerbs, Einhaltung von Vorschriften, Lieferantenbewertung in Bezug auf den sozialen Einfluss, Beschwerden hinsichtlich des sozialen Einflusses, Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen sowie Schutz der Kundendaten.

Da sich unser Unternehmen kontinuierlich weiterentwickelt und neue Tochtergesellschaften akquiriert, war es uns nicht immer möglich, alle Daten der gesamten Gruppe zu präsentieren. Entsprechend haben wir an einigen Stellen des Berichts lediglich die Daten ausgewählter Unternehmen vorgestellt. Unser Ziel für die nächsten Jahre ist es jedoch, die Gesamtdaten all unserer Unternehmen aufführen zu können. Wir haben die Absicht, die Daten der einzelnen Tochtergesellschaften zu vereinheitlichen, um so unseren nächsten Nachhaltigkeitsbericht für unsere Stakeholder noch nutzbringender zu gestalten.

Ansprechpartner:

Barbara Kokoszka-Bugla
Marketing- und CSR-Manager
+48 510 005 502
barbara.kokoszka@nowystylgroup.com

Przemysław Różowicz
Marketing- und CSR-Spezialist
+48 510 005 424
przemyslaw.rozowicz@nowystylgroup.com

8.1 Verifizierung des Berichtes

Deloitte.

Deloitte Advisory Sp. z o.o.
z siedzibą w Warszawie
Al. Jana Pawła II 19
00-854 Warszawa
Polska

Tel.: +48 22 511 08 11
Fax: +48 22 511 08 13
www.deloitte.com/pl

Independent assurance report pertaining to the 2012-2013 Nowy Styl Group Sustainability Report

To the Management Board of Nowy Styl Group

We have reviewed the 2012-2013 Nowy Styl Group Sustainability Report ("CR Report" or "Report") developed by Nowy Styl Group Sp. z o.o. with the registered address in Krosno, at 49 Puzaka St. ("Company"), with respect to material aspects identified by the Company and indicators reported on the basis of G4 Sustainable Development Reporting Guidelines for "Core" level, as well as Construction & Real Estate Sector Supplement, issued by Global Reporting Initiative (GRI). The assurance works covered the period from 1 January 2012 to 31 December 2013 with relation to quantity and quality of available evidence.

The Management Board of the Company is responsible for reliable, correct and fair information and for correct preparation of the documentation. Our task was to issue an independent assurance report based on the CR Report.

Our procedures did not include assessment of the fairness, correctness and completeness of documents provided by the Company, nor did they constitute an audit of the internal control system implemented therein. Therefore, we do not express an opinion regarding correctness of the system. Our procedures did not constitute an audit of financial statements as defined in the Accounting Act. Therefore, we do not express an opinion concerning the auditor's Report nor do we make statements regarding the financial statements of the Company as determined in regulations applicable to certified auditors.

Planning and performing our works had the nature of a limited assurance engagement performed in line with ISAE 3000 (Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information), which requires us to plan and perform the engagement in a manner which allows for limited assurance that the CR Report does not include significant misstatements. The scope and methodology of a review of the CR Report significantly differ from those applied during an audit, which is aimed at expressing reasonable assurance. The purpose of the review is not to issue an opinion on correct, true and fair nature of the CR Report, and therefore no such opinion has been issued. The procedures followed during the review of the CR Report comprised:

- Identifying issues and results significant for the content of the Report from the viewpoint of the corporate social responsibility strategy followed by the Company and stakeholders' expectations.
- Comparing data included in the CR Report to those presented in the Financial Statements of Nowy Styl Group for 2012 and 2013.
- Interviewing individuals in charge of the implementation of the corporate social responsibility strategy in the Company and of the preparation of the Report.
- Verifying the information included in the Report for compliance with the internal documentation of the Company.
- Assessing the level of compliance with Sustainable Development Reporting Guidelines and GRI Reporting Framework.

Based on the review we obtained limited assurance that the information concerning identified material aspects and indicators reported by the Company included in the Report developed by the Nowy Styl Sp. z o.o. is free from material misstatements and it is compliant with G.4 Sustainable Development Reporting Guidelines for 'Core' level and Construction & Real Estate Sector Supplement issued by Global Reporting Initiative.

Deloitte Advisory Sp. z o.o.

Warsaw, 23rd January 2015

Sąd Rejonowy m. st. Warszawy, KRS 0000004728, NIP: 527-020-73-28, REGON: 006233202,
Kapitał zakładowy: 16 000 500 zł
Member of Deloitte Touche Tohmatsu Limited

8.2 GRI-Inhaltsindex

Indikator-nummer	Indikatorbezeichnung	Seiten
	STRATEGIE UND ANALYSE	
G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers des Unternehmens (z. B. CEO, Vorsitzender des Vorstandes oder eine andere Person in gleichwertiger Position) über die Bedeutung von Nachhaltigkeit für das Unternehmen und wie das Unternehmen dem Thema strategisch begegnet	3
G4-2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Chancen und Risiken	3
	PROFIL DES UNTERNEHMENS	
G4-3	Name des Unternehmens	9
G4-4	Die wichtigsten Marken, Produkte und Dienstleistungen	12–13
G4-5	Hauptsitz des Unternehmens	100
G4-6	Anzahl der Länder, in denen das Unternehmen tätig ist, sowie die Namen der Länder, in denen das Unternehmen in hohem Maße tätig ist oder die für die im Bericht behandelten Nachhaltigkeitsaspekte besonders relevant sind	10–11
G4-7	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	17
G4-8	Belieferte Märkte einschließlich geografischer Aufschlüsselung, belieferter Branchen sowie der Art der Abnehmer und Empfänger	10–11
G4-9	Größe des Unternehmens	10–11
G4-10	Gesamtzahl der Beschäftigten nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag, Region und Geschlecht	37,46,47
G4-11	Anteil der Arbeitnehmer, für die Tarifverträge gelten	no collective agreements
G4-12	Beschreibung der Lieferkette des Unternehmens	67
G4-13	Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraums hinsichtlich der Größe, Struktur und den Eigentumsverhältnissen des Unternehmens oder seiner Lieferkette	14–15
G4-14	Erklärung, ob und wie der Vorsorgeansatz oder das Vorsorgeprinzip vom Unternehmen umgesetzt wird	67
G4-15	Extern entwickelte wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Chartas, Prinzipien oder andere Initiativen, die von der Organisation befürwortet oder unterstützt werden	29
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden (z. B. Industrieverbänden) und nationalen oder internationalen Interessenverbänden	29

Indikator-nummer	Indikatorbezeichnung	Seiten
	IDENTIFIZIERTE MATERIELLE ASPEKTE UND EINSCHRÄNKUNGEN	
G4-17	Auflistung aller Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten aufgeführt sind	17
G4-18	Verfahren zur Festlegung des Berichtsinhalts	91
G4-19	Ermittelte Aspekte hinsichtlich des sozialen und umweltbezogenen Einflusses	91
G4-20	Bedeutung der ermittelten Aspekte hinsichtlich des sozialen und umweltbezogenen Einflusses für bestimmte Unternehmenseinheiten	91
G4-21	Einschränkungen bei den wesentlichen Aspekten hinsichtlich des sozialen und umweltbezogenen Einflusses in Bezug auf Unternehmen außerhalb der Organisation	91
G4-22	Erläuterungen hinsichtlich der Auswirkung von Neuformulierungen von Informationen aus vorherigen Berichten samt Angabe der Gründe für die Neuformulierung und ihren Einfluss (z. B. Fusionen, Übernahmen, Änderung des Geschäftsjahres/Bezugszeitraums, Charakter des Unternehmens, Messverfahren)	Nicht zutreffend
G4-23	Erhebliche Änderungen gegenüber dem vorherigen Berichtszeitraum hinsichtlich Umfang- und der Aspekteinschränkungen	Nicht zutreffend
	EINBEZIEHUNG DER STAKEHOLDER	
G4-24	Liste der vom Unternehmen einbezogenen Stakeholder-Gruppen	30, 31
G4-25	Grundlagen der Identifizierung und Auswahl der vom Unternehmen einbezogenen Stakeholder	31
G4-26	Ansatz zur Einbeziehung der Stakeholder durch das Unternehmen einschließlich der Häufigkeit der Einbeziehung nach Typ und Stakeholder-Gruppe	31
G4-27	Von den Stakeholdern angesprochene Schlüsselfragen und Befürchtungen sowie Antwort seitens des Unternehmens, auch durch deren Berichtswesen	31
	BERICHTSPARAMETER	
G4-28	Berichtszeitraum (z. B. Geschäftsjahr/Kalenderjahr)	91
G4-29	Datum der Veröffentlichung des letzten Bericht (falls veröffentlicht)	Nicht zutreffend
G4-30	Berichtszyklus (jährlich, zweijährig usw.)	91
G4-31	Ansprechpartner	91
G4-32	CSR-Inhaltsindex	94
G4-33	Unternehmenspolitik und derzeitige Praxis hinsichtlich der externen Berichts-überprüfung. Falls dies nicht in der dem Nachhaltigkeitsbericht angefügten Prüfungsbescheinigung enthalten ist: Erklärung hinsichtlich des Umfangs und der Grundlagen jeglicher externer Überprüfung sowie der Beziehung zwischen dem Unternehmen und den externen Prüfinstanzen.	91

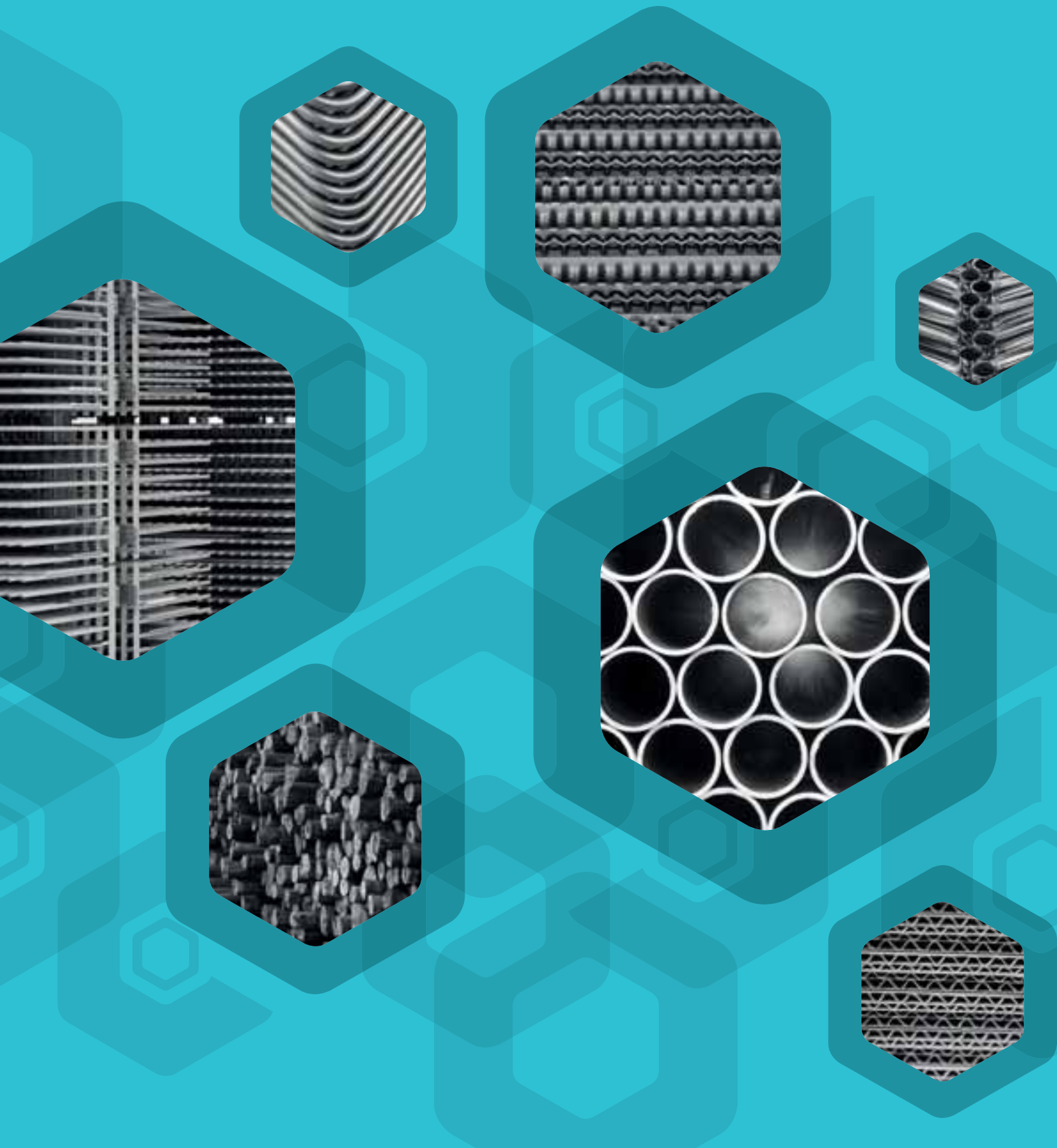
Indikator-nummer	Indikatorbezeichnung	Seiten
	HIERARCHIE	
G4-34	Hierarchie-Strukturen des Unternehmens, einschließlich des höchsten Leitungsgremiums, das für bestimmte Aufgaben wie z. B. die Entwicklung der Unternehmensstrategie oder die Aufsicht über das Unternehmen verantwortlich ist	16
	ETHIK	
G4-56	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen des Unternehmens, z. B. Verhaltens- und Ethikkodizes	20
	Kategorie: Ökonomie	
	ASPEKT: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG	
	DMA: Wirtschaftliche Leistung	18
G4-EC1	Direkt erzeugter und verteilter wirtschaftlicher Wert, einschließlich Umsätze, Betriebskosten, Löhne und zusätzliche Leistungen für Mitarbeiter, Zuschüsse und andere Investitionen zu Gunsten der Gemeinschaft, Gewinnrücklagen und Zahlung an Kapitalgeber und staatliche Einrichtungen	18, 87
G4-EC4	Finanzielle Unterstützung in größerem Umfang durch den Staat	19
	ASPEKT: MARKTPRÄSENZ	
	DMA: Marktpräsenz	40
G4-EC5	Verhältnis der Standard-Eintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn nach Geschlecht an den wichtigsten Standorten des Unternehmens	40, 49
G4-EC6	Anteil von lokal akquirierten Mitgliedern der Geschäftsführung an den Hauptstandorten	38
	ASPEKT: INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN	
	DMA: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	85
G4-EC7	Umfang der Entwicklung von wesentlichen Investitionen in die Infrastruktur und in unterstützte Dienstleistungen (gewerbliche bzw. Sachleistungen oder Pro-bono-Engagement). Einfluss dieser Maßnahmen auf die Gesellschaft.	85
G4-EC8	Identifizierung und Beschreibung der indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen, einschließlich deren Ausmaß	43, 85
G4-EC9	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	68
	Kategorie: Umwelt	
	ASPEKT: ENERGIE	
	DMA: Energie	54
G4-EN3	Direkter und indirekter Energieverbrauch durch das Unternehmen	54
G4-EN6	Reduzierung des Energieverbrauchs	54

Indikator-nummer	Indikatorbezeichnung	Seiten
	ASPEKT: WASSER	
	DMA: Wasser	56
G4-EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quelle	56
	DMA: Emissionen	58
G4-EN21	NO_x-, SO_x- und andere wesentliche Luftemissionen nach Art und Gewicht	58
	ASPEKT: ABWASSER UND ABFÄLLE	
	DMA: Abwasser und Abfälle	57
G4-EN22	Gesamtvolumen des Abwassers nach Qualität und endgültigem Bestimmungsort	57
G4-EN23	Gesamtgewicht und –volumen der Abfälle nach Art und Vorgehensweise	59
	ASPEKT: COMPLIANCE	
	DMA: Compliance	54
G4-EN29	Geldwert wesentlicher Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich	54
	ASPEKT: TRANSPORT	
	DMA: Transport	63
G4-EN30	Wesentliche Umweltauswirkungen, verursacht durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch den Transport von Mitarbeitern	63
	ASPEKT: ALLGEMEIN	
	DMA: Allgemein (Umweltschutzausgaben und -investitionen)	62
G4-EN31	Umweltschutzausgaben und -investitionen nach Art	62
	ASPEKT: UMWELTBEWERTUNG VON LIEFERANTEN	
	DMA: Umweltbewertung von Lieferanten	68
G4-EN32	Anteil von Lieferanten, die anhand ökologischer Kriterien überprüft wurden	68

Indikator-nummer	Indikatorbezeichnung	Seiten
	Kategorie: Soziales	
	ARBEITSBEDINGUNGEN	
	ASPEKT: BESCHÄFTIGUNG	
	DMA: Beschäftigung	35
G4-LA1	Gesamtzahl und Anteil neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	38, 47, 48
G4-LA2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden, nach wesentlichen Geschäftsstandorten	44
G4-LA3	Rückkehrrate nach der Elternzeit in den Betrieb und Verbleibquote, nach Geschlecht	39
	ASPEKT: GESUNDHEIT UND SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ	
	DMA: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	44
G4-LA5	Prozentualer Anteil der Beschäftigten, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist, die die Überwachung von Programmen zu Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz unterstützen und entsprechende Beratung anbieten	44
G4-LA6	Art von Anzahl von Verletzungen, berufsbedingten Krankheiten, Ausfalltagen und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Fälle nach Region und Geschlecht	45
G4-LA7	Beschäftigte mit hoher arbeitsbedingter Erkrankungsrate oder -gefährdung	45
G4-LA8	Gesundheits- und Sicherheitsaspekte, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	44
	ASPEKT: BILDUNG UND SCHULUNGEN	
	DMA: Bildung und Schulungen	41
G4-LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie und Geschlecht	41
G4-LA10	Programme für die Mitarbeiterentwicklung und lebenslanges Lernen zur Förderung einer kontinuierlichen Beschäftigungsfähigkeit von Mitarbeitern und zur Unterstützung bei der Beendigung der Berufslaufbahn	42
G4-LA11	Prozentualer Anteil der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten, nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	43
	ASPEKT: VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT	
	DMA: Vielfalt und Chancengleichheit	36
G4-LA12	Zusammensetzung der Leitungsgremien und Aufgliederung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorien in Hinblick auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu Minderheiten und andere Diversitätsindikatoren	36, 37, 46, 47

Indikator-nummer	Indikatorbezeichnung	Seiten
	ASPEKT: GLEICHER LOHN FÜR FRAUEN UND MÄNNER	
	DMA: Gleicher Lohn für Frauen und Männer	40
G4-LA13	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zu der von Männern, nach Mitarbeiterkategorie	40, 49
	ASPEKT: LIEFERANTENBEWERTUNG IN BEZUG AUF BESCHÄFTIGUNGSPRAKTIKEN	
	DMA: Lieferantbewertung in Bezug auf Beschäftigungspraktiken	68
G4-LA14	Anteil von Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Beschäftigungspraktiken überprüft wurden	68
	MENSCHENRECHTE	
	ASPEKT: DISKRIMINIERUNGSBEKÄMPFUNG	
	DMA: Diskriminierungsbekämpfung	44
G4-HR3	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	44
	GESELLSCHAFT	
	ASPEKT: LOKALE GEMEINSCHAFT	
	DMA: Lokale Gemeinschaft	85
G4-SO1	Prozentualer Anteil an Geschäftstätigkeiten mit Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Entwicklungsprogramm	85
	ASPEKT: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG	
	DMA: Korruptionsbekämpfung	20
G4-SO4	Informationen und Schulungen über Strategien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	20
G4-SO5	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	20
	ASPEKT: WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN	
	DMA: Wettbewerbswidriges Verhalten	20
G4-SO7	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- oder Monopolbildung sowie deren Ergebnisse	20
	ASPEKT: COMPLIANCE	
	DMA: Compliance	20
G4-SO8	Monetärer Wert wesentlicher Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	20

Indikator-nummer	Indikatorbezeichnung	Seiten
	PRODUKTVERANTWORTUNG	
	ASPEKT: GESUNDHEIT UND SICHERHEIT DER KUNDEN	
	DMA: Gesundheit und Sicherheit der Kunden	76
G4-PR1	Prozentualer Anteil wesentlicher Produkt- und Dienstleistungskategorien, für deren Verbesserung Gesundheits- und Sicherheitsaspekte bewertet werden	76
G4-PR2	Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit nicht eingehalten wurden	76
	ASPEKT: KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN	
	DMA: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	75
G4-PR3	Art der Informationen im Hinblick auf Produkte und Dienstleistungen, die für die Verfahren des Unternehmens zur Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen erforderlich sind; prozentualer Anteil wesentlicher Produkt- und Dienstleistungskategorien, die solchen Informationspflichten unterliegen	75
G4-PR4	Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf die Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen nicht eingehalten wurden	75
G4-PR5	Ergebnisse von Kundenzufriedenheitsumfragen	80
	ASPEKT: MARKETING UND KOMMUNIKATION	
	DMA: Marketing und Kommunikation	78
G4-PR7	Gesamtzahl der Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Marketing und Kommunikation, einschließlich Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring, dargestellt nach Art der jeweiligen Folgen	78
	ASPEKT: SCHUTZ VON KUNDENDATEN	
	DMA: Schutz von Kundendaten	78
G4-PR8	Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und die Verletzung des Datenschutzes	78

Nowy Styl Sp. z o.o.
ul. Pużaka 49
38-400 Krosno, Poland
Tel. +48 13 43 76 100
Fax +48 13 43 62 732
info@nowystylgroup.com

www.NowyStylGroup.com