



her Wir stellen Vertrauen

DR. ZWISSLER
— HOLDING AG

Nachhaltigkeitsbericht 2019

Sehr geehrte Damen und Herren,
Sehr geehrte Geschäftspartner,
Sehr geehrte Mitarbeiter,

vor dem entstehenden Zeitalter der intelligenten Maschine wollen wir für eine grundlegende, menschliche Überzeugung stehen: *VERTRAUEN*.

Für die Dr. Zwissler Holding AG bildet Vertrauen die Grundlage für gute Zusammenarbeit und einzigartige Produkte - von innovativen Hightech-Textilien bis zu hochwertigen Beschattungs- und Sonnenschutzlösungen.

Obwohl wir als Unternehmensgruppe keiner Pflicht unterliegen, ist es uns ein Bedürfnis geworden, regelmäßig über den Gehalt dieses Vertrauens zu berichten. Wir wollen darlegen, welche Maßnahmen wir umgesetzt haben, welchen Zielen wir folgen und wo es noch sehr viel zu tun gibt.

Der diesjährige Nachhaltigkeitsbericht ist besonders, weil darin viele Tochterunternehmen der Dr. Zwissler Gruppe erstmalig über sich in dieser Form informieren.

Wir freuen uns, mit Ihnen zusammen unser Unternehmensumfeld immer nachhaltiger zu gestalten - Unternehmen für Unternehmen, Maßnahme für Maßnahme.



Marc W. Lorch
CHIEF EXECUTIVE OFFICER
Dr. Zwissler Holding AG



Christoph Rehse
CORPORATE SUSTAINABILITY
Dr. Zwissler Holding AG

GESCHÄFTSFÜHRUNG
zwissTEX Germany GmbH

INHALT

Einführung: Dr. Zwissler Holding AG

zwissTEX GmbH und zwissTEX Germany GmbH
Hightech Textilien, Automotive und Non-Automotive
Gerstetten, Deutschland

Free Time Zoeppritex s.r.l.
Modestoffe für Taschen, Schuhe und Bekleidung
Prato, Italien

Heinrich Büscher GmbH Sonnenschutzsysteme
Sicht- und Sonnenschutz, Innen und Außen
Göttingen, Deutschland

Leiner GmbH
Sonnen- und Regenschutzsysteme, Außen
Horgau, Deutschland

Nova Hüppe GmbH
Sonnenschutzsysteme, Außen
Oldenburg, Deutschland

Kennzahlen 2018 / 2019

STANDORTE

zwissTEX: zwissTEX GmbH und zwissTEX GERMANY GmbH:
Gerstetten-Heldenfingen & Wörnitz, Deutschland
zwissTEX FRANCE: Famars, Frankreich
Free Time Zoeppritex s.r.l.: Prato, Italien
Trenditex s.r.l.: Prato, Italien

zwissSUN: zwissSUN GmbH: Gerstetten-Heldenfingen, Deutschland
Baumann Hüppe s.a.r.l.: Vielleneuve-Loubet, Frankreich
Heinrich Büscher GmbH: Göttingen, Deutschland
Leiner GmbH: Horgau, Deutschland
Nova Hüppe GmbH: Oldenburg, Deutschland



650 Mitarbeiter
15 Standorte
6 Länder
3 Kontinente

zwissTEX MEXICO, zwissTEX Vertriebsgesellschaften außerhalb Deutschlands sowie einige Tochterunternehmen / Minderheitsbeteiligungen sind in diesem Nachhaltigkeitsbericht nicht enthalten.

- Die Dr. Zwißler Holding AG ist eine Gruppe sehr unterschiedlicher Unternehmen, die Stärke und Gemeinschaft vor einem einheitlichen Leitbild gefunden haben.

- In 2017 haben wir uns vor diesem Leitbild Zeit genommen, um eine gruppenweite Nachhaltigkeitsvision von innen heraus zu schaffen. Hierfür haben wir allen Geschäftsführern und auch ausgewählten Mitarbeitern der verschiedenen Tochterunternehmen die Möglichkeit gegeben, ihre Erfahrungen und Einsichten zu einer Nachhaltigkeitsstrategie mit uns zu teilen.

- Aus diesem bewussten Gemeinschaftsprojekt ist eine authentische und mutige Nachhaltigkeitsvision entstanden, welche im Gruppenleitbild verankert und im Frühjahr 2018 als gruppenweit bindend angenommen wurde.

- Die Dr. Zwißler Holding AG ist eine Gruppe produzierender Unternehmen.

Daher definiert sie Nachhaltigkeit im Wesentlichen über ein erstklassiges Produkt, sowie über die Einbindung der vielen Mitarbeiter, die Tag für Tag an der Herstellung dieses Produktes arbeiten.

- Wir erachten uns als nachhaltig, wenn unsere Produkte aus einem vertrauensvollen Umfeld stammen, das mit Vertrauen unserer Kunden beantwortet wird.

- In 2019 haben einige Tochterfirmen damit begonnen, mit ihren Kunden in einen detaillierteren Nachhaltigkeitsdialog einzutreten.



EINE GRUPPE – eine Nachhaltigkeitsvision

Tradition, Leistungsstärke,
Partnerschaft und der Mut
zur Entwicklung bilden unsere
Summe der Nachhaltigkeit.

Wir schaffen Nachhaltigkeit
durch Mitarbeiter,
die unsere Produkte
hervorbringen.

DR. ZWISSLER
HOLDING AG

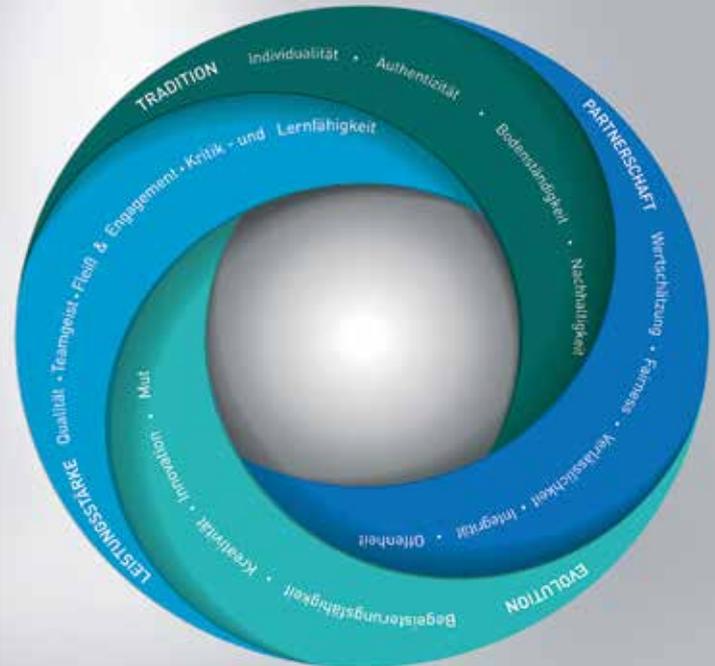
Wir schaffen Nachhaltigkeit
durch Geschäftspartner, die
unseren Produkten vertrauen.

Wir erzielen Fortschritt durch Vertrauen.

Wir stellen Vertrauen her.

EIN VERTRAUEN – ein Leitbild

Für die Übergabe der Führung von Inhaber Dr. Ulrich Zwissler auf CEO Marc W. Lorch wurden im Jahr 2015 Leitlinien, Werte und Regeln definiert, die das menschliche Vermächtnis und die Wirtschaftskraft der Gründerfamilie in einem Leitbild fassen. Es ist ein Canvas der Orientierung für alle strategischen Ausrichtungen innerhalb der Gruppe und für jeden Mitarbeiter – von der erfahrenen Führungskraft bis hin zum jüngsten Mitarbeiter.



MIT PASSION ENTSCHLUSSKRAFT KOMPETENZ
MENSCHLICHKEIT
FÜHRE ICH MICH UND MEINE KOLLEGEN
IN EINE GEMEINSAME ZUKUNFT.



EIN VERTRAUEN – eine Führung

Wir luden Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen und Hintergründen ein, uns darzulegen, wie sie in Zukunft geführt werden wollen. In hoher Einstimmigkeit erarbeiteten diese Mitarbeiter ein Führungsverständnis (siehe links), das auf dem Leitbild der Gruppe aufbaut, von dem Vorstand gelobt und als gruppenweit bindend ausgerufen wurde. Dieses Verständnis wurde im vergangenen Jahr in einer Führungskräftequalifizierung weiterentwickelt, die auf Modellen modernster Führungssysteme beruht und offen für etablierte oder werdende Führungskräfte aus den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen ist – ein deutschlandweit einzigartiges Programm im Mittelstand!

Selbstreflektion, Spiral Dynamics,
Exponential Thinking & Mindfulness,
Theory U, Positive Leadership,
Radikales Führen,
Fallbearbeitung, Konfliktfreie Kommunikation,
Walt Disney,
strategische und kulturelle Mobilisierung,
Business Canvas

YOUR TEXTILE VISIONS BROUGHT TO LIFE.

GERMANY ZWISS
TEX

FREE TIME



Die zwissTEX-Gruppe ist Ihr international vertretener Partner für die Entwicklung, Produktion, Veredelung und Kaschierung von Textilien. Vom Hightech-Gewirke für renommierte Automobilhersteller bis zu exklusiven Modestoffen für den Laufsteg – zwissTEX vereint alle Textil-experten der Dr. Zwissler Holding AG in einer starken Gruppe. Auf diese Weise erhalten Sie nicht nur Zugang zu dem hoch-spezialisierten Know-how der Einzelunternehmen, sondern

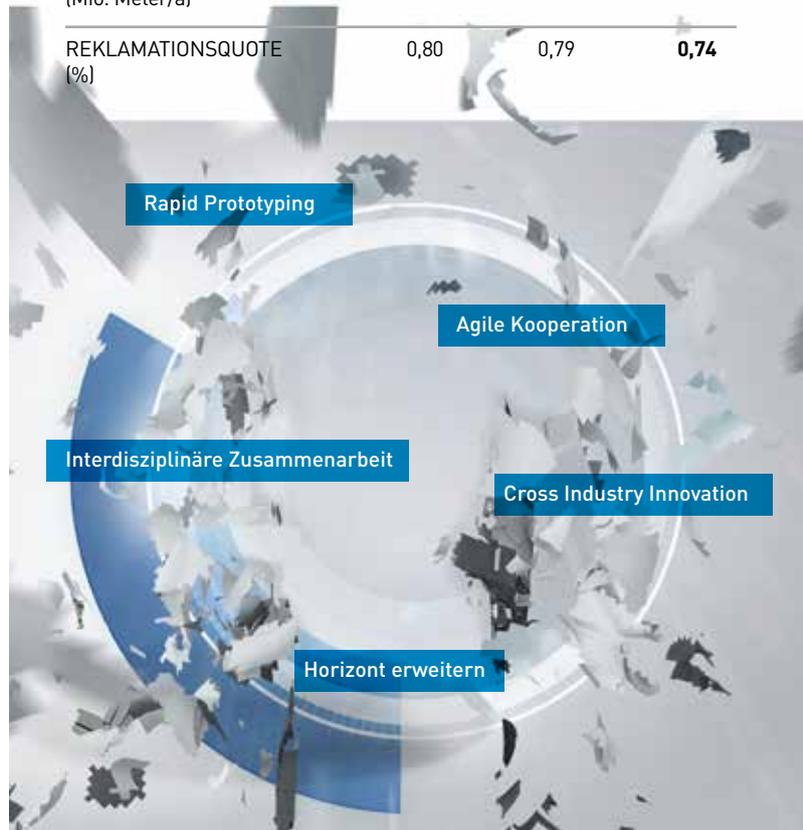
zu der kombinierten Innovationskraft eines ganzen Verbunds. Egal wo Sie Geschäfte machen – die Dr. Zwissler Holding AG ist schon dort, um Sie mit innovativen Entwicklungen und herausragenden Produkten zu unterstützen. Unser inter-nationales Netzwerk umfasst sowohl zahlreiche Standorte in Europa als auch Betriebsstätten in Nord- und Mittel-amerika sowie in Asien.

2019 war ein herausforderndes Jahr für die zwissTEX. Trotz gesteigerter Gesamtleistung (Umsatz + 3,8% ggü. Vorjahr) liegt das Jahresergebnis aufgrund des Kostendrucks und verschiedener Sondereffekte deutlich unter Plan. Entgegen vieler auf das Unternehmen einwirkender Veränderungen konnte die zwissTEX die Qualität ihrer Prozesse und Produkte gemäß IATF 16949 aber verbessern und ihre über 140-jährige Tradition auch neu ausrichten: Die Verschmelzung der Kernunternehmen Gertex und Zoeppritex Verbundstoffe zur zwissTEX Germany und die Einführung eines firmeneigenen Innovationsmanagements haben auf vielen internationalen Messen (darunter Techtextil, Frankfurt a.M.) gebührende Aufmerksamkeit erzeugt. Nach guten Erfahrungen auf der Kooperationssuche in der Region, in Tel Aviv und dem darauffolgenden Hackathon in Mannheim befasst sich die zwissTEX nun strukturell und langfristig mit Start-up-Kooperationen. Neben dem Bau eines moderneren Hauptsitzes in Gerstetten-Heldenfingen wurden einige strukturelle Veränderungen vorgenommen, um die Effektivität der Prozesse und Abläufe zu verbessern.

Ziele 2020:

- Vollständiger Bezug des neuen zwissTEX Hauptsitzes mit Innovation Lab
- Ausbau der Betriebsdatenerfassung und eQMS
- Überführung des Energie- und Umweltmanagements in ein Integriertes Management System
- Überarbeitung der (Angebots-) Kalkulation

	2017	2018	2019
UMSATZERLÖSE (Mio. €)	103,2	110,7	114,9
WIRKWARE (t/a)	2.259	2.710	1.946
VERBUNDSTOFFE (Mio. Meter/a)	7,83	7,11	7,21
REKLAMATIONSQUOTE (%)	0,80	0,79	0,74

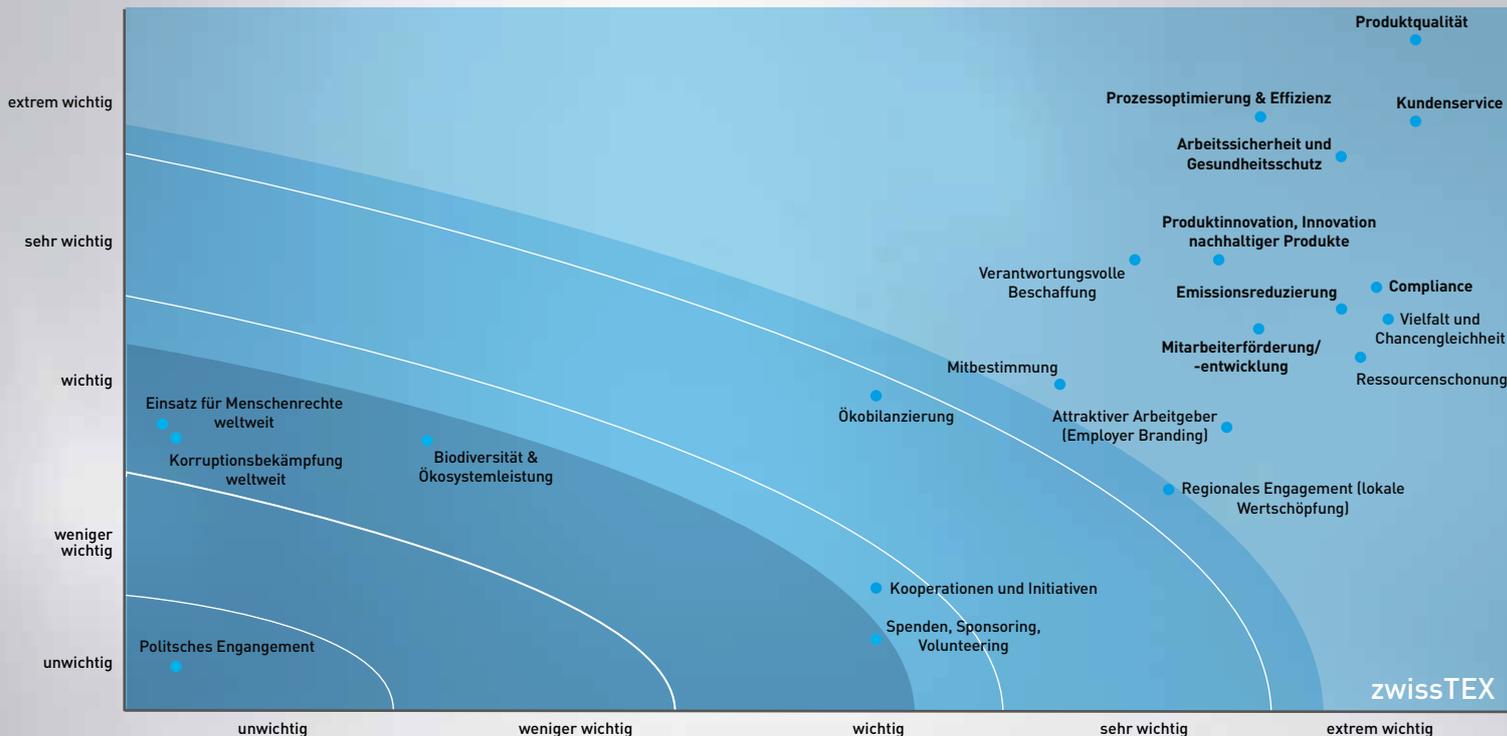


WESENTLICHKEIT

Die zwissTEX verfolgt eine Nachhaltigkeit, die den Anspruch für ihre Kunden, als auch für ihre eigenen Unternehmensstarkes Vermächtnis, welches die Zukunft des technischen

erfüllt, von Grund auf wesentlich zu sein – sowohl prozesse. Das Unternehmen erzeugt ein produktions-Textils insgesamt mitgestalten und sichern wird.

KUNDEN



MITARBEITER & SOZIALES

Die wirtschaftlichen Drücke des Jahres 2019 haben auch Wirkung auf die Mitarbeiter und Mitarbeiterkennzahlen gezeigt (z. B. -36 % Fortbildungstage ggü. Vorjahr). Das Unternehmen steht vor einer Phase, in der es geschaffene Kompetenzen zur Anwendung bringen und interne Verbesserungen erzielen muss. Die zwissTEX bietet der diversen, wachsenden und sich verjüngenden Mitarbeiter-schaft Gesundheitsangebote (z. B. Jobrad), und größtmög-liche Entfaltungsräume an. Neben der Weiterführung der halbjährlichen Informationsveranstaltungen für alle Mitarbeiter wurde das im Vorjahr eingerichtete Intranet mit Erfolg in ein Kommunikationswerkzeug ausgebaut (+ 99 % mehr Beiträge generierten +136 % mehr Aufrufe, regelmäßige Berichte auf der Tripple-Bottom-Line). Weiterhin spendet zwissTEX nahe am Kerngeschäft und unterstützt die heranwachsende Textilgeneration.

Ziele 2020:

- Einführung von fragmich@zwissstex.com als Adresse für jegliche, internen Fragen direkt an die Geschäftsleitung
- Start der zweiten Runde der mittelstandswweit einzigartigen Zwissler-Führungskräfteentwicklung
- Ausbau des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses zwissNEXT, Steigerung der Durchdringung und der umgesetzten Maßnahmen
- Wechsel des Payroll- und Zeiterfassungsproviders, Ausrollen und Optimieren von Self-Services (z.B. Urlaubsbeantragung)

Jahr	2016	2017	2018	2019
Mitarbeiter (n)	234	253	268	279
Anteil weibl. MA (%)	39,32	40,71	40,67	42,65
MA im Alter 16-39 (%)	35,98	39,24	39,53	41,79
Festanstellung (%)	91,45	93,68	96,65	89,89
Fluktuationsrate (%)	9,39	8,97	6,64	7,97
Fortbildungstage	427	461	424	270

zwissTEX SPENDENLANDSCHAFT 2019



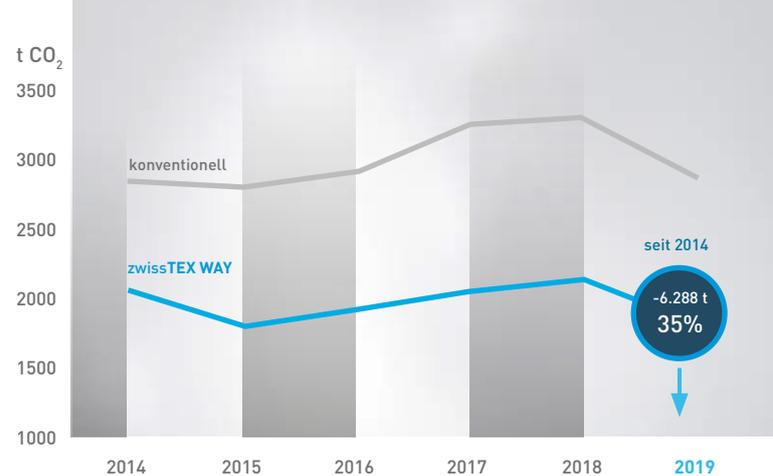
UMWELT & ÖKOLOGIE

Durch Investitionen in vier Blockheizkraftwerke, LED Beleuchtung, Photovoltaik-Technik sowie durch die Wahl eines umsichtigeren Strommixes, konnte die zwissTEX ihre Eigenstromversorgung erhöhen und seit 2014 rund 6.300 Tonnen (-35 %) Kohlenstoffdioxid-Emissionen einsparen. In 2019 startete zwissTEX außerdem den Bau einer Energiezentrale, welche Strom, Wärme und Kälte zwischen den zwei Werken in Gerstetten-Heldenfingen konzertieren und den Ausstoß vieler weiterer Tonnen CO₂ verhindern wird. Nach wie vor unterhält die zwissTEX aufwendige Management- und Zertifizierungssysteme zur kontinuierlichen Verbesserung der Umwelt- und Energiesparleistung und des Umgangs mit Chemikalien in der gesamten Lieferkette (siehe rechts). Dies ist auch notwendig, weil mit wachsenden Produktionszahlen auch der Druck auf die Ressourcen nachweislich stieg und steigt.

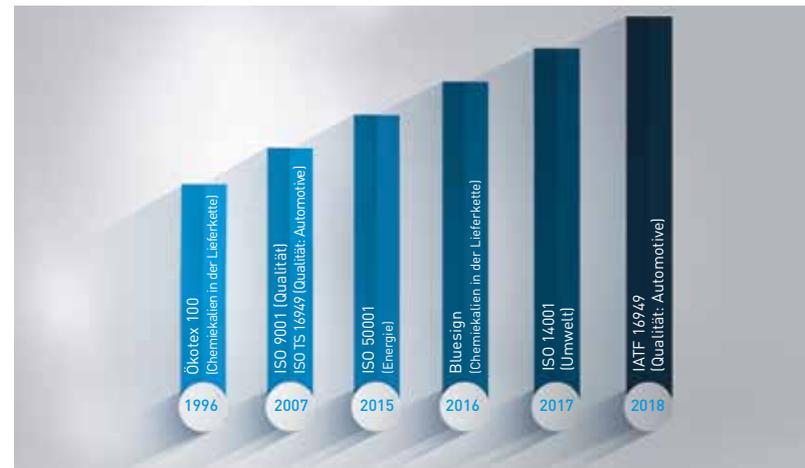
Ziele 2020:

- Ausbau des Anteils von Produkten aus recycelten Materialien
- 100%ig aus recycelten PET Flaschen hergestellte Garne (stück- oder spinndüsegefärbt)
- Rückseitenkaschiermaterial aus eigenen recycelten Produktionsabfällen
- mehr cradle-to-cradle-fähige Produkte zur Marktreife bringen
- Fertigstellung der zwissTEX Energiezentrale zur Konzertierung von Strom, Heiz- und Kühlenergie zwischen Werken II und III
- Umsetzung eines einheitlichen Abfallkonzeptes für Werke II und III nach engmaschiger Analyse der Abfallverbräuche in 2018 und 2019

zwissTEX ENERGIEBEZOGENER CO₂ FOOTPRINT



- zwissTEX Emissionen gem. des mittleren deutschen Strommixes (Umweltbundesamt, April 2019)
 - zwissTEX Emissionen abzgl. Ersparnisse durch alternative Energieerzeugung (BHKW, Photovoltaik) und Strommixwahl



WIRTSCHAFT

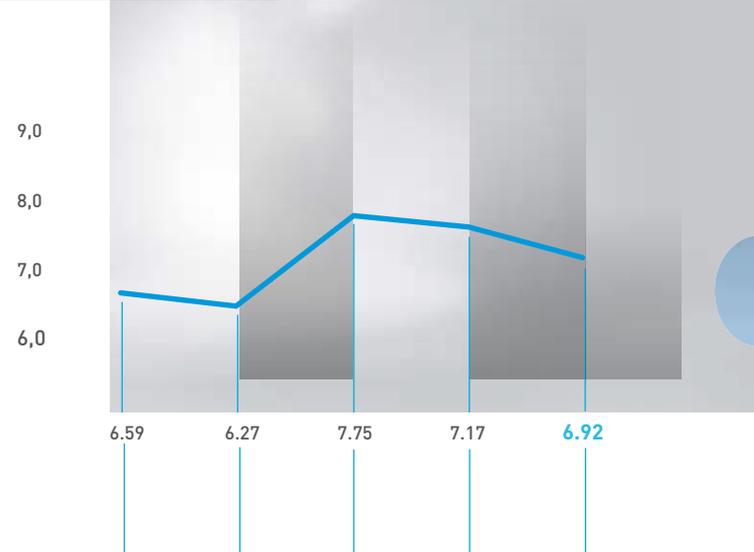
Seit 1828 gestaltet das italienische Unternehmen Free Time Zoeppritex s.r.l. Markenstoffe für alle weltrenommierten Designer der Bekleidungs-, Freizeit-, Taschen- und Schuhbranchen. Das hoch-dynamische Unternehmen mit Sitz in Prato (bei Florenz) beforscht fortwährend die neusten Materialien und Modetrends.

Einem schwachen Konsumverhalten zum Trotz setzt Free Time innerhalb der Modeindustrie weiterhin Maßstäbe – mit einem schlagfertigen Musterservice und exquisiten Stoffdesigns, die in Zusammenarbeit mit diversen Verarbeitungsbetrieben entstehen.

Obwohl Free Time eine Bezugsgröße für alle Materialtypen ist, revolutionierte die Firma auch in 2019 ihre Kollektionen großflächig – mit besonderem Erfolg in den Bereichen High-Tech Bekleidung, Sportswear und Accessoires.

Auf persönliche Einladung darf man auf dem Firmenstand während der Branchenmesse *Lineapelle* (Mailand) eine konkurrenzlose, mehrfach ausgezeichnete und hochatmosphärische Performance erwarten. Zudem werden hier in 3 Messetagen etwa 2.500 Kunden empfangen und rund 400 Bemusterungen erstellt. Neben erfolgreichen Aufritten auf weiteren regionalen und internationalen Messen (z. B. Milano Unica, Munich Fabric Start) lädt Free Time auch gerne in den hauseigenen Showroom in Prato ein. Außerhalb der Messen pflegt das Unternehmen über Newsletter, Info-Broschüren, Eventeinladungen und persönliche Korrespondenz eine große Nähe zu den Kunden.

Umsatzerlöse (Mio. €)



Bemusterungen & Designs

Jahr	2015	2016	2017	2018	2019
Bemusterungen & Designs	6.000	6.000	6.500	7.000	8.000

Ziele 2020:

- Neukonzeption der Präsenz in den sozialen Netzwerken für mehr Kundennähe
- Entwurf und Installation eines Kollektionskatalogs online

MITARBEITER & SOZIALES

Free Time setzt sich aus einem kleinen, agilen Team zusammen, in dem ein gegenseitiger Respekt zwischen Einzelpersonen und Abteilungen gepflegt wird.

Durch hohe persönliche Erreichbarkeit des Geschäftsführers Herr Giuseppe Casini, durch eine reibungslose, tägliche Austauschkultur und durch außerplanmäßige, soziale Treffen, konnte ein wahrnehmbarer, familiärer Teamgeist geschaffen werden.

Diese energetische und enge Arbeitshaltung ist in der hoch-dynamischen Modebranche notwendig. Und auch für Free Time zu arbeiten ist, wie ein Formel-1-Rennen zu bestreiten: Vom Piloten bis zum Techniker geht es insgesamt um Schnelligkeit, Expertise, Abstimmung, kreative Lösungsfindung und Vertrauen. Und auch bei Free Time gewinnt nie ein Einzelner, sondern das ganze Team, *Wir*.

Free Time bietet ein Team aus erfahrenen Männern und Frauen, unter denen man sich zugehörig fühlt und mit denen man lange arbeiten möchte.

Mitarbeiterkennzahlen

Jahr	2018	2019
Anzahl Mitarbeiter Gesamt	17	18
Anteil weiblicher Mitarbeiter (%)	47	50
Durchschnittsalter in Jahren	47	46
Betriebszugehörigkeit in Jahren	12	12
Festanstellung (%)	100	100



UMWELT & ÖKOLOGIE

In Antizipation des Modemarktes und weit vor der Konkurrenz hat sich Free Time bereits vor 6 Jahren auf den Weg begeben, Designs aus möglichst umweltfreundlichen Materialien zu entwickeln. Unter großem Kundenbeifall führt das Unternehmen noch heute das Feld an und bietet mittlerweile eine komplette Kollektion aus umweltverträglicheren Materialien und Prozessen an.

In dem Designportfolio findet der Kunde Bio-Baumwolle, -Leinen und -Hanf, sowie Garne, die zu 100% aus gebrauchten PET-Flaschen in Italien selbst recycelt werden. Unter dem Titel *Waterborne* entwickelt Free Time Designs aus schadstoff- und lösemittelfrei hergestellten Polyurethan (einem recycelbaren Kunstharz) und greift auch auf sogenannte gekrempelte Wolle zurück.

Beim Krempeln können sowohl neue als auch wiederverwertete Fasern unterschiedlicher Länge zu einem erkennbar einzigartigen Ergebnis aufbereitet werden. Bei der gekrempelten Hausmarke *Eco Free Time Textiles* wird der Anteil von recycelter und wiedergewonnener Wolle auf mindestens 50% garantiert. Dem Trend zur Neufaser entgegen, geht die Free Time hier bewusst vor und nutzt seit 2018 auch Fasern aus einem geschlossenen Recyclingkreislauf (zertifiziert gem. Eco Circle™ Fibers). Seit 2018 hält das Unternehmen außerdem das Ecopath-Zertifikat, zur regelmäßigen Analyse und Senkung der Schadstoffe in verwendeten Rohmaterialien, innerhalb der Fertigung und im Abwasser.

Seit 2013 ist bei Free Time Nachhaltigkeit in Design und Produkt selbst zu finden.

In 2019 erhöht das Unternehmen den Anteil umweltfreundlicher Produkte auf **20%**.



Seit **2018**:

Eco Circle™ Fibers (ausgewiesene Produkte)
Eco Path (Schadstoffreduktion in Lieferkette und Fertigung)

LEUCHTENDE IDEEN FÜR ZUVERLÄSSIGE BESCHATTUNG.

Die **zwissSUN-Gruppe produziert und vertreibt ein breites Spektrum an hochwertigen Beschattungs- und Sonnenschutzlösungen.**

zwissSUN besteht aus fünf Tochtergesellschaften der Dr. Zwissler Holding AG, die ein besonderes Ziel verbindet: Ihnen stets die innovativsten, verlässlichsten und hochwertigsten Beschattungslösungen zu liefern. So einzigartig dieser Anspruch ist, so vielfältig sind die Produkte der Gruppe. Neben Markisen, Jalousien und Rollos umfasst das außergewöhnlich große Portfolio auch Plissees, Raffstoren, Lamellenvorhänge und viele weitere herausragende Sonnenschutzideen.

In 2019 haben die Tochterunternehmen der zwissSUN erstmalig ihre Performance im Bereich Nachhaltigkeit gemessen, Unternehmensprozesse mit der Nachhaltigkeitsvision der Gruppe gewichtet und konkretere Ziele definiert. Mit dieser neuen Haltung und diesem Bericht setzen sie sich gemäß einer Studie der Bertelsmann Stiftung aus dem Jahr 2014 von vielen Unternehmen und Mitbewerbern ab.

ZWISS
SUN

BÜSCHER

LEINER

NOVA
HÜPPE

WIRTSCHAFT

Für die Heinrich Büscher GmbH ist langfristiger Erfolg wichtiger als kurzfristige Gewinnmaximierung. Und obwohl sie nicht jeden Preis für Wachstum zahlen will, steht der Kunde fest im Mittelpunkt eines jeden Handelns.

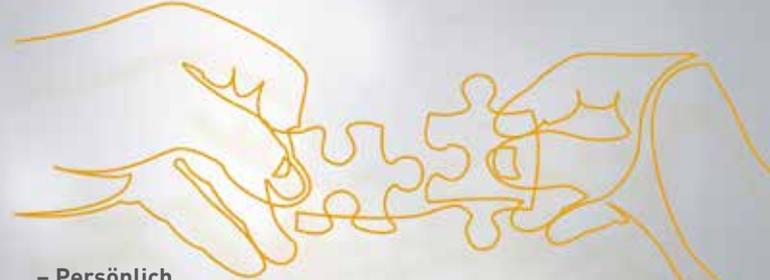
Für den Kunden soll jedes Sonnenschutzprodukt ein Unikat sein – von Menschen für Menschen gemacht, perfekt auf individuelle Bedürfnisse an das Lichterlebnis angepasst, aus den hochwertigsten Materialien und den optimalsten Prozessen heraus hergestellt. Dass in der Produktion Verschwendung vermieden, Fehler ausgeschlossen, und stets Abstimmung in höchstem Maß angestrebt wird, versteht sich für das Göttinger Unternehmen von selbst.

Von 2018 auf 2019 konnte die Gesamtkostenquote um 2,5%, der Pro-Kopf-Umsatz um 9,6% und die Reklamationsquote weiter auf 0,8% gesenkt werden. Im B2B-Fachhandel wurde dies mit einer guten Umsatzentwicklung belohnt.

Ziele 2020:

- Umsatzzuwachs im B2B Fachhandel: 8%
- Auf- und Ausbau der Absatzmärkte innerhalb der EU sowie Öffnung weiterer neuer Distributoren. Zielmärkte: Österreich, Niederlande, Schweiz.
- Sortimentserweiterung um Produkte aus recycelten Materialien
- Ausbau digitaler und persönlicher Servicemodule: App für Insektenschutz
- Kontinuierliche Verbesserung der Dokumentation von Workflows und Arbeitsschritten in der Produktion

Individuell Anders.



- **Persönlich**
- **Zuverlässig**
- **Passend**
- **Seit 1929**

Umsatzentwicklung im B2B Fachhandel

	+1,04%	+3,75%	+18,09%	+6,62%
Jahr	2016	2017	2018	2019

seit
2015

+33,5%

MITARBEITER & SOZIALES

Auch für die Heinrich Büscher GmbH ist die wichtigste Ressource und der Garant für wirtschaftlichen Erfolg der Mitarbeiter. Das Unternehmen verfolgt das Ziel, den Mitarbeitern in einer Kultur des Förderns und Forderns qualitativ hochwertige Begleitung zu geben und die nötigen Qualifikationswege zu eröffnen. Aufgrund der vielfältigen Anforderungen innerhalb der heutigen Arbeitswelt, ist Heinrich Büscher bestrebt, wirtschaftliche Interessen mit den privaten Bedürfnissen der Arbeitnehmerfamilien in Einklang zu bringen. So werden der sich leicht verjüngenden Mitarbeiterschaft momentan sechs unterschiedliche Teilzeitmodelle im gewerblichen und kaufmännischen Bereich offeriert. Ein betriebliches Eingliederungsmanagement nach längerer Krankheit und Hilfestellungen nach Unfällen ist hier nicht nur eine rechtliche Verpflichtung, sondern ein selbstverständlicher Erhalt der Arbeits- und Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter. Regelmäßig finden persönliche Mitarbeitergespräche statt, um gegenseitige Rückmeldung, Einvernehmlichkeit zu Maßnahmen und eine ausgewogene Zusammenarbeit zu gewährleisten.

Ziele 2020:

- Förderung der Mitarbeitergesundheit und -sicherheit (Schulungen zu den Themen Rücken, Augen, Bewegung - Erste Hilfe und Arbeitssicherheit - Brandschutz)
- Ausbau der Kompetenz innerhalb der Prozesse (z. B. organisierte Wissensweitergabe, Schulungen zu Flurfördermitteln und EDV)
- Bastelwettbewerb für lokale Kindergärten

Mitarbeiterkennzahlen

Jahr	2018	2019
Nachwuchskräfte 16-29 Jahre (%)	17,02	21,74
Betriebszugehörigkeit in Jahren	7,04	8,06
Festanstellung (%)	93,81	93,70



56,5%

43,5%

UMWELT & ÖKOLOGIE

In 2019 konnte die Heinrich Büscher GmbH 19,7% ihrer Abfälle reduzieren und setzt im Versand weiterhin auf die Verwendung von Materialien, die sowohl umweltfreundlich als auch wirkungsvoll sind: Verpackungen aus Vollpappe werden heute zu fast 100% aus dem Sekundärrohstoff Altpapier hergestellt. Wetterbeständige Nassklebebänder, die aus biologisch abbaubaren Stoffen hergestellt werden, bilden eine effektive Verschlussmethode. Ferner sind eingesetzte Polyethylen-Folien nicht nur äußerst reißfest, sondern auch – bestehend aus Kohlen- und Wasserstoff – schadstofffrei und unendlich oft recycelbar. Aufgrund einer verbesserten Tourenplanung und Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln konnte das Göttinger Unternehmen gegenüber dem Vorjahr auf über 5.000 Liter Dieselkraftstoff verzichten. Dies entspricht einer Menge von rund 15 Tonnen CO₂. Obwohl das Unternehmen in 2019 mehr Strom verbrauchte und auf einen Strommix mit niedrigerem Ökostromanteil auswich, konnte es den Gesamtenergieverbrauch um rund 12% reduzieren und ihre CO₂-Bilanz insgesamt um 14 Tonnen CO₂ gegenüber dem Vorjahr verbessern.

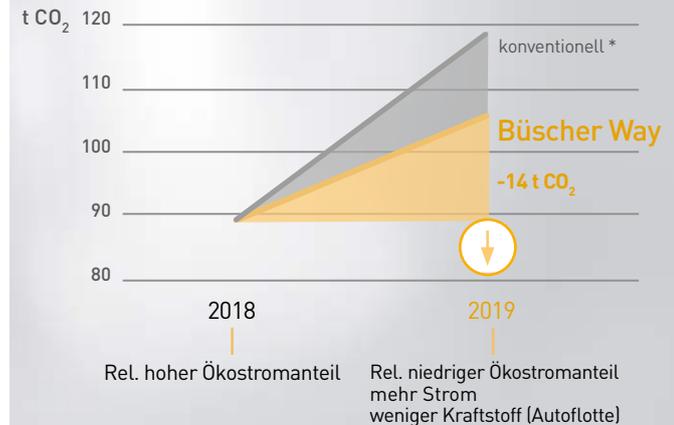
Ziele 2020:

- Sortimentserweiterung um Produkte aus recycelten oder anderweitig umweltschonenden Materialien
- Gezieltere Ausweisung der Zusatznutzen von Produkten (z. B. Dämmung, Energiesparpotential, etc.)
- Erfolgreiche Durchführung des Energieaudits nach DIN EN 16247-1 nach EDL-G §§8 ff.
- Umstellung der Beleuchtung auf LED (Reduktion des Stromverbrauchs um 8%)
- Papierloser Versand von Rechnungen etc.

Umwelt/Energiekennzahlen

Jahr	2018	2019	
Abfälle	54,0 %	43,4 %	-19,7%
Verbrauch aller Energieträger (kWh)	393.643	347.246	-11,8%

Energiebezogener CO₂ FOOTPRINT - Heinrich Büscher GmbH



* Büscher Emissionen gem. des mittleren deutschen Strommixes / Bundesumweltamt, April 2019

WIRTSCHAFT

Mit über 180 Jahren Erfahrung im Metallbau kann die Leiner GmbH heute eine hohe Produktvielfalt von Sonnen- und Regenschutzlösungen für die Terrasse bieten. Seit 2005 werden patentierte Sonnen- und Regenschutzmarkisen unter der Marke SUNRAIN verkauft. Hierdurch hat man sich die Marktführerschaft im Bereich Gastronomie und Hotellerie erarbeitet. Seit 2016 wurde das Produktprogramm auf Terrassendächer ausgeweitet und 2018 zusätzlich in eine eigene Pulverbeschichtung investiert, um die Farbwünsche der Kunden flexibler realisieren zu können. Von der klassischen Gelenkarmmarkise bis zum Terrassenglassystem wird auf langlebige und extrem belastbare Eigenentwicklung gesetzt. Sonderlösungen gehören zur täglichen Herausforderung und mit jedem Auftrag entsteht ein individuell maßgefertigtes Unikat.

Eine extrem hohe Lieferzuverlässigkeit trotz Saisonalität macht Leiner zu einem attraktiven Partner der regionalen unabhängigen Fachbetriebe. Leiner Produkte werden ausschließlich an qualifizierte Fachbetriebe geliefert und sind nicht in Baumärkten zu finden.

Ziele 2020:

– 96 % aller Aufträge ohne Verzögerungen liefern

Mehr Sonnen- und Regenschutz. MEHR QUALITÄT.



Ausgewählte Wirtschaftskennzahlen

	2015	2016	2017	2018	2019
Umsatzerlöse (Mio. €)	12,99	15,68	18,65	20,94	21,76
Anzahl Anlagen	10.916	11.625	12.875	13.242	13.834
Reklamationen (%)				2,7	2,1

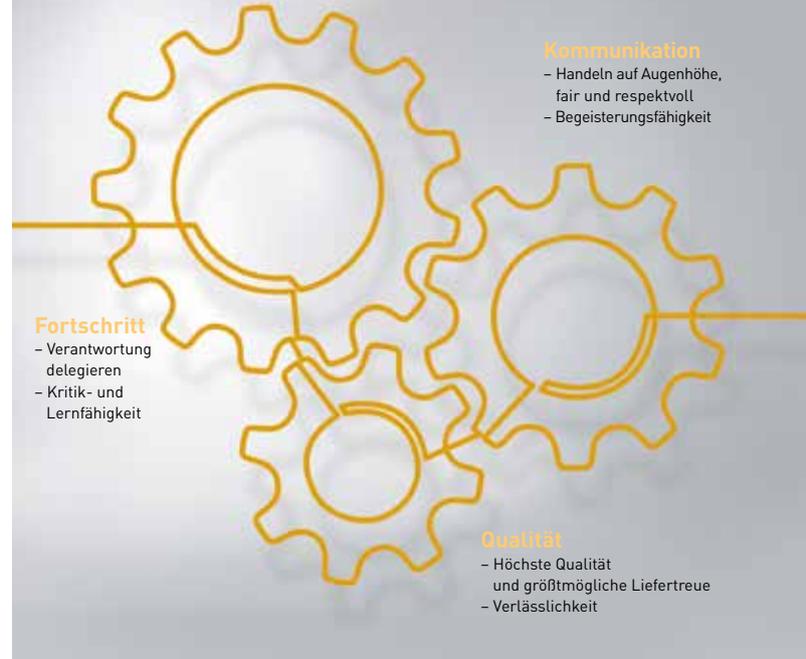
MITARBEITER & SOZIALES

Markisenbau ist im Wesentlichen noch klassische Handarbeit. Deshalb stehen die Mitarbeiter bei Leiner auch im Mittelpunkt. Durch die Saisonalität und die oft hohen Gewichte der Produkte ist dem Unternehmen die Gesundheit der Mitarbeiter ein hohes Anliegen. Ergonomische Arbeitsplätze und laufende Überwachung der Arbeitssicherheit sorgen für eine sehr niedrige Unfall- und Krankenquote. Beim jährlichen Gesundheitstag können sich die Mitarbeiter zu relevanten Themen informieren. Die Arbeitszeitmodelle werden trotz starker Saisonalität laufend flexibilisiert und erweitert. Seit Jahren werden junge Menschen bei Leiner ausgebildet und eine hohe Festanstellungsquote von über 93% war immer selbstverständlich. Das Leitbild der Dr. Zwissler Holding AG wird aktiv gelebt. Als wesentliche Grundlage wurden daraus die Elemente Fortschritt, Qualität und Kommunikation auf die spezifische Unternehmenssituation herausgebildet (siehe rechts).

Ziele 2020:

- Förderung der Mitarbeitergesundheit und -sicherheit (Sensibilisierung während Gesundheitstagen, Inzentivierung geringer Krankheitstage, regelm. Überprüfung der Arbeitssicherheit durch fachkundige Dritte)
- Arbeitszeitmodelle flexibilisieren (Einführung Gleitzeit in der Verwaltung, schrittweise Ausweitung der Urlaubsmöglichkeiten in der Saison, Angebot von Teilzeitmodellen)

Leitbild der Leiner GmbH



Mitarbeiterkennzahlen

Jahr	2016	2017	2018	2019
Festanstellungsquote (%)	94,85	93,52	93,81	93,70
Krankheitsquote (%)	3,04	3,68	3,79	4,96

UMWELT & ÖKOLOGIE

Die Leiner GmbH produziert Markisensysteme ausschließlich in Deutschland und versucht auf regionale Lieferanten zurückzugreifen. Hierdurch können lange Transportwege und klimaschädliche Emissionen vermieden werden.

Markisen bestehen im Wesentlichen aus Aluminium. Dieses ist zwar bei der Herstellung energieintensiv, lässt sich aber mit geringem Energieaufwand recyceln. Durch kontinuierliche Überwachung der Zuschnitte versucht das Unternehmen die anfallenden Aluminiumabfälle möglichst niedrig zu halten (siehe rechts) und fachgerecht zu entsorgen.

Für die Leiner GmbH ist nichts besser für die Umwelt als ein langlebiges Produkt. Deshalb setzt sie schon bei der Entwicklung auf langlebige Materialien höchster Qualität und sichert eine Ersatzteilversorgung, die die Reparaturen auch nach Jahren der Nutzung möglich macht. Von der energetischen Sanierung der Produktions- und Verwaltungsräume bis hin zur Ausstattung der gesamten Fertigungsbereiche mit energiesparenden LED-Beleuchtungen wurden schon viele Projekte zur Senkung des eigenen Energieverbrauchs umgesetzt.

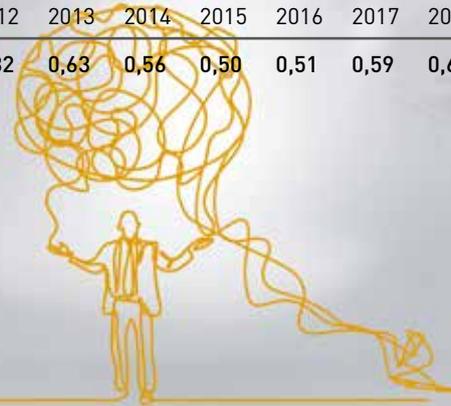
Ziele 2020:

- Erfolgreiche Durchführung des Energieaudits nach DIN EN 16247-1 nach EDL-G §§8 ff
- Senkung der Schrottquote [Mitarbeitersensibilisierung, Überprüfung der Breiten-/Ausfallverteilung und ggfs. Aufnahme neuer Längen]

Massive Senkung der Schrottquote

– Kennzahl: (kg Schrott/€ Umsatz)* 100
Ab 2015 Anstieg aufgrund der Herstellung von Produkten mit mehr Materialeinsatz

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
0,86	0,82	0,63	0,56	0,50	0,51	0,59	0,64	0,68



-29,38%
(ggü. 2011)

Die Leiner GmbH unterstützt die ES-SO
(European Solar Shading Organisation, Brüssel).

Laut dieser gemeinnützigen Institution könnten dynamische Sonnenschutzsysteme über Energieeinsparungen jedes Jahr 137 Millionen Tonnen CO₂ jährlich abwenden.

WIRTSCHAFT

Der Ursprung der Firma Nova Hüppe mit Firmensitz im niedersächsischen Oldenburg geht auf die 1889 von Justin Hüppe ebenfalls in Oldenburg gegründete Großhandlung für Sattlerwaren zurück. Trotz einer starken Diversifizierung des Produktportfolios im 20. Jahrhundert wurde der Hüppe-Konzern in Einzelunternehmen aufgespalten und der Markisen-Bereich im Jahr 2005 herausgelöst. Die spätere Nova Hüppe GmbH entwickelte sich rasch und produziert heute rund 40 Modelle aus den Bereichen Terrassen-, Unterglas, Fenster-, Fassaden-, Wintergarten- und Pergola-Markisen und bietet auch ARS Außenraffstores an, welche durch einen Produktionspartner in Tschechien gefertigt werden. In 2019 konnte Nova Hüppe ihre Innovationen auf der Branchenmesse R+T erfolgreich platzieren und weiterwachsen: Gegenüber 2018 steigerte sich der Auftragseingang um 15% und der Umsatz um 18%. Die Nachfrage konnte das Unternehmen mit frühzeitigen Kapazitätsanpassungen in Produktions- und Lagerflächen, verschiedenen Prozessoptimierungen und intensivem HR-Management auffangen.

Ziele 2020:

- Kapazitätserweiterung zur Abdeckung des Umsatzwachstums
- 1. Phase der Implementierung des ERP-Systems SAP S/4 HANA
- Fortschreitende Digitalisierung aller Geschäftsprozesse (papierlose Büros und Fertigungsplätze, Service-App für Fachhändler inkl. Simulations-Tool)

Jährlich mehr Sonnenschutzsysteme zu besserer Qualität

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Umsatzentwicklung in Mio. €	8,6	9,9	11,4	14,5	17,6	22,3	26,4
Anzahl Anlagen (inkl. Handelsware)	6.140	6.920	9.920	11.390	18.000	25.750	28.390
Reklamationsquote (%)	6,1	5,5	5,4	4,7	2,6	2,0	1,9



MITARBEITER & SOZIALES

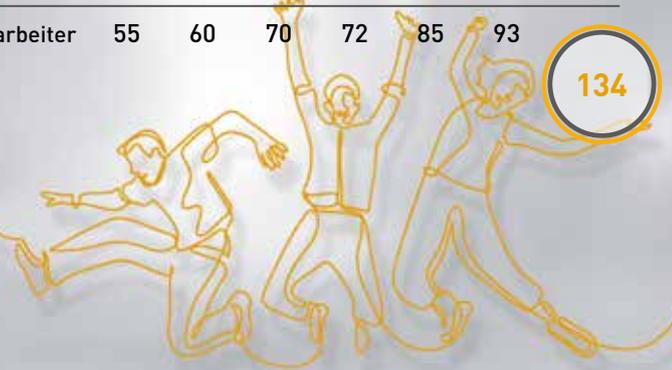
Bei Nova Hüppe wird das Prinzip der offenen Türen gelebt und eine intensive Kommunikation verfolgt, in der alle Mitarbeiter zu jeder Zeit ermutigt sind, ihre Ideen und Impulse einzubringen. Der neuen Mitarbeitergeneration werden sukzessiv wachsende Entscheidungsspielräume ermöglicht, sowie Fortbildungswege (z. B. Führungsseminare, Englisch- und EDV-Kurse etc.) und Ausbildungsprogramme (Industrie-Fachwirt, Bilanzbuchhalter IHK, Meister für Schwergewebekonfektion) eröffnet. Die Mitarbeiter der Nova Hüppe nutzen derzeit 12 unterschiedliche Arbeitszeitmodelle und können die vom Unternehmen mitbegründete KiTaP „Der Mühlengarten“ zur Betreuung ihrer Kinder nutzen. Das herzliche Unternehmensumfeld ist durch jährliche, soziale Veranstaltungen für die ganze Familie und durch echte Aufmerksamkeiten zu besonderen Anlässen gekennzeichnet. Darüber hinaus unterstützt Nova Hüppe die tägliche Nutzung einer Betriebskantine, bietet Kooperationen mit dem Fitness-Studio (inkl. physiotherapeutische Behandlung) und weitere gesundheitsrelevante Maßnahmen an.

Ziele 2020:

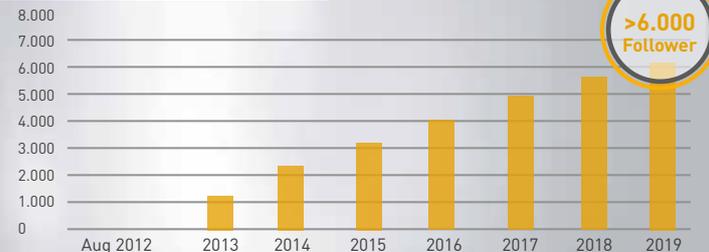
- Reduzierung des durchschnittlichen Krankenstands um 30% durch diverse Maßnahmen (z. B. Qualitrain, Hebeanlage Versand, Schnelllauftore)
- Einführung eines Junioren-Stammtisches (Nachwuchsförderung und Networking)
- Verbesserung der Kommunikation durch interne „Nova News“
- Aufbau eines „Hüppe-Museums“
- Ausbau der Präsenz auf Facebook zur Streuung sozialer Themen nach innen und außen sowie zur Stärkung der Arbeitgebermarke: Über 7000 Follower bis Jahresende
- Einsatz eines Teils des Marketing-Weihnachtsbudgets für soziale Projekte

Jahr für Jahr wollen mehr Menschen bei Nova Hüppe arbeiten und mehr über Nova Hüppe wissen.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Mitarbeiter	55	60	70	72	85	93	134



Facebook Fans: Nova Hüppe



RÜM HART KLAAR KIMING

„Mit weitem Herzen und klarem Horizont.“
Diese alte, friesische Weisheit schafft Nähe zwischen Menschen und lässt sie mit Mut und Abenteuerlust nach vorne blicken. Dies ist bei Nova Hüppe Umgangstradition seit Gründung.

UMWELT & ÖKOLOGIE

Das Oldenburger Unternehmen hat zahlreiche, praktische Maßnahmen zur Reduktion des eigenen, ökologischen Fußabdruckes umgesetzt:

Durch die komplette Erneuerung aller Heizungsanlagen sowie durch neue Fenster, Wärmedämmmaßnahmen und eine vollständige Umstellung auf LED-Beleuchtung konnte Nova Hüppe den jährlichen Energieverbrauch (Strom/Gas) gegenüber 2013 um 36 % reduzieren. Unter zusätzlicher Berücksichtigung des Kraftstoffverbrauchs im Fuhrpark und einer Vermeidung von Leerfahrten durch ein Ringverkehrssystem innerhalb der Distribution konnte der energiebezogene Ausstoß von Kohlenstoffdioxid von 2017 auf 2019 um rund 15% reduziert werden. Und dies bei stetig zunehmenden Produktionsmengen! Alle Messestände werden bei Nova Hüppe selbst entworfen und finden im Rahmen eigener Ausstellungsräume und Showrooms von Fachhändlern smarte Wiederverwendung. Bei der Dacherneuerung eines Werkes wurden Elastomer-Bitumen-Bahnen aufgebracht, welche über eine Fläche von ca. 2000 m² Stickoxide neutralisieren, die dem Jahresausstoß von ca. 56 PKW entsprechen.

Ziele 2020:

- Erfolgreiche Durchführung des Energieaudits nach DIN EN 16247-1 nach EDL-G §§8 ff.
- Umstellung auf Ökostrom
- Verpackung 100% kunststofffrei und stabiler gestalten
- Klimaneutrales Drucken aller Werbemittel und Dokumente

ENERGIEBEZOGENER CO₂ FOOTPRINT VON NOVA HÜPPE

Mehr Sonnenschutzprodukte - weniger CO₂ - weniger Kosten

Jahr	2017	2018	2019	Vgl. 17/19
Produkte*	10.670	14.670	17.240	61,6 %
Energiebezogene CO ₂ ** Emissionen (t/a)	228	218	195	14,6 %
kg CO ₂ / Produkt	23,9	16,5	13,1	38,8 %
Energiekosten €/ Produkt	21,9	14,9	11,3	47,1 %

* = hergestellte Stückzahl ohne Handelsware

** = genutzter Stromtarif: 353g CO₂/kWh



NACHHALTIGKEITSKENNZAHLEN - Dr. Zwissler Holding AG (2018/2019)

	zwissTEX		Free Time		Nova Hüppe		Leiner		Heinrich Büscher		Dr. Zwissler Holding AG		Vergleich	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018/2019	
WIRTSCHAFT														
Umsatzerlöse (Mio €)	110,7	114,9	7,2	6,9	22,3	26,4	20,9	21,8	6,8	6,6	167,9	176,6	5%	
Investitionen (Mio €)	12,9	1,7	0,09	0,03	0,5	0,5	0,9	0,5	0,3	0,1	14,7	2,9	-81%	
Tonnen prod. Wirkware pro Jahr (zwissTEX)	2.720	1.946									2.720	1.946	-28%	
Mio Meter Verbundstoffe pro Jahr (zwissTEX)	7,11	7,21									7,11	7,21	1%	
Meter prod. gewebte Stoffe pro Jahr (Freetime)			300.000	289.000							300.000	289.000	-4%	
Bemusterungen & Designs pro Jahr (Freetime)			7.000	8.000							7.000	8.000	14%	
Anzahl hergestellte Anlagen (Sonnen/Regenschutz)					25.347	27.612	13.242	13.834	78.506	79.672	117.095	121.118	3%	
Reklamationen (pro 1.000 Lieferungen, %)	0,79	0,74	0,4	0,4	2,0	1,9	2,7	2,1	1,6	0,58	1,50*	1,14*	-24%	
ÖKOLOGIE														
Gesamt-Energieverbrauch (kWh/a)	11.701.570	9.791.358	44.970	47.674	823.896	691.526	783.778	884.510	393.643	347.246	13.747.857	11.762.314	-14%	
Energiebezogener CO2 Ausstoß (t/a)	2.169	1.779	21	22	218	195	214	235	89	106	2.711	2.102	-22%	
Wasserverbrauch (m³)	6.884	6.554	95	130	260	250	489	480	430	121	8.158	7.535	-8%	
Abwasser (m³)	4.063	2.697	0	0	301	300	489	480	3	2	4.555	3.479	-24%	
Abfall zur Wiederverwertung (t/a)	906,71	824,876	2,25	2,35	270,57	263,41	257,34	256,59	53,98	43,36	1.491	1.391	-7%	
Abfall zur Beseitigung (t/a)	41,12	36	0	0	0	0	0	0	0	0	41	36	-12%	
MITARBEITER UND SOZIALES														
Mitarbeiter insgesamt (n) inklusive Zeitarbeiter	268	279	17	18	93	134	117	113	47	46	542	590	9%	
Festanstellungen (n)	96,65	89,89	100,00	100,00	100,00	100,00	93,81	93,70	72,34	80,43	92,56*	92,80*	0%	
Auszubildende und Trainees (n)	4	1	0	0	3	1	6	5	0	0	13	7	-46%	
Anteil weiblicher Mitarbeiter (%)	40,67	42,65	47,00	50,00	30,11	27,60	26,50	29,00	48,94	43,48	38,64*	38,55*	0%	
Mitarbeiter in Teilzeit (n)	5	11	1	1	17	25	7	7	6	6	36	50	39%	
Mitarbeiter in Elternzeit (n)	5	11	0	0	3	0	1	1	0	2	9	14	56%	
Fluktuationsrate (%; ohne Rente)	6,64	7,97	0	0	16,13	12,70	13,27	19,40	5,88	12,76	8,38*	10,57*	26%	
Anzahl Fortbildungstage (n)	424	270	0	5	0	142	39	45	3	8	466	470	1%	
Durchschnittl. Fortbildungen der Mitarbeiter (Tage)	1,64	1,01	0	0,02	0	1,06	0,33	0,40	0,06	0,05	2,03	2,54	25%	
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (a)	9,01	8,37	12,00	12,00	8,40	8,90	7,42	6,42	7,40	8,06	8,85*	8,75*	-1%	
Durchschnittsalter (a)	41,38	38,50	46,88	45,50	43,20	42,2	42,66	41,17	41,52	42,16	43,13*	41,91*	-3%	
MA mit Alter 16-29 (%)	15,50	16,04	0	5,55	16,13	21,64	15,75	20,13	17,02	21,74	12,88*	17,02*	32%	
MA mit Alter 30-39 (%)	24,03	25,75	17,64	5,55	18,28	21,64	25,98	24,83	19,15	13,04	21,02*	18,16*	-14%	
MA mit Alter 40-49 (%)	23,64	22,39	41,18	55,56	26,88	22,39	25,98	26,85	38,30	32,61	32,20*	32,00*	3%	
MA mit Alter 50-67 (%)	36,83	35,82	41,18	33,34	38,71	34,33	32,28	28,19	25,53	32,61	34,91*	32,86*	-6%	
Arbeitsunfälle (n)	8	6	0	0	5	8	2	4	3	3	18	21	17%	
Krankentunden/Gesamtstunden (%)	4,77	5,17	0,98	0,66	4,42	5,96	3,79	4,96	5,50	3,40	3,89*	4,03*	6%	
Aufwand Betriebliche Altersvorsorge (€)	178.180	185.887	191.154	201.312	0	0	0	32.368	838	0	370.172	419.567	13%	
Spendenaufwand (€)	14.816	10.676	0	0	500	400	650	0	50	555	16.016	11.631	-27%	

zwissTEX Mexico, zwissTEX Vertriebsgesellschaften außerhalb Deutschlands sowie einige Tochterunternehmen/ Minderheitsbeteiligungen sind in diesem Nachhaltigkeitsbericht nicht enthalten.

*=Gruppendurchschnitt

ANTIMICROBIAL ACTIVITY

zwissCLEAN Robust 100 % Polyester, Medical Green, Anwendung:
MEDIZIN

zwissCLEAN Plain 100 % Polyester, Anwendung:
SCHUTZAUSRÜSTUNG

zwissCLEAN Safe 70 % Polyamid, 30 % Polyester, Anwendung:
SCHUTZAUSRÜSTUNG

zwissCLEAN Fresh 100 % Baumwolle, Anwendung:
BEKLEIDUNG

zwissCLEAN Clear 95 % Baumwolle, 5 % Elastan, Anwendung:
BEKLEIDUNG

THE zwissCLEAN MASK - MADE IN GERMANY

3 SPEZIELLE SCHICHTEN

1 Innenstoff 100 % BAUMWOLLE

2 Mittelstoff 100 % TPU-VLIIES

3 Außenstoff 70 % POLYAMID
30 % POLYESTER

1

100 % BAUMWOLLE

2

FILTERVLIES

3

ANTIMIKROBIELLES TEXTIL

zwissECO-FRIENDLY

Umweltschonende
Rezeptur ohne
Einsatz von
Silber und Zink

**zwissREUSABLE
& WASHABLE**

Antimikrobielle Wirkung
bleibt bei 30 Wäschen
bis zu 85° erhalten

**zwissANTIBACTERIAL
& ANTIVIRAL Protect**

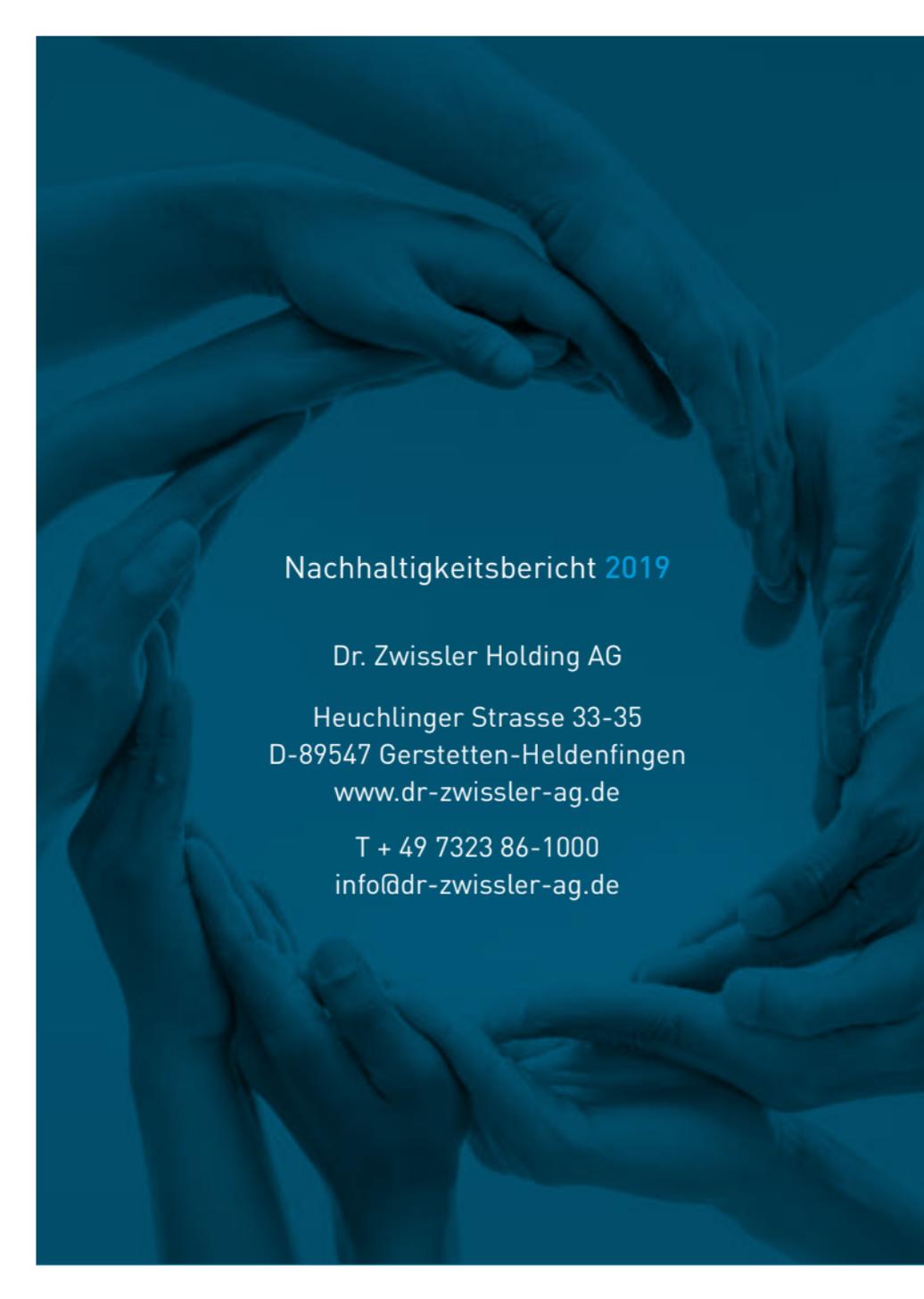


zwissSUSTAINABLE

Nachhaltige Produktions-
und Mitarbeiterbedingungen

zwissMADE

In Deutschland
produziert



Nachhaltigkeitsbericht 2019

Dr. Zwissler Holding AG

Heuchlinger Strasse 33-35
D-89547 Gerstetten-Heldenfingen
www.dr-zwissler-ag.de

T + 49 7323 86-1000
info@dr-zwissler-ag.de