

WIR ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG THIMM SOCIAL RESPONSIBILITY

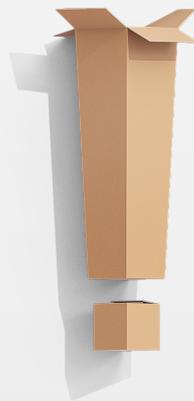
Menschen



Ideen



Lösungen



Menschen, Ideen, Lösungen.

“

Das strategische Konzept unserer unternehmerischen Verantwortung hat in den vergangenen zwei Jahren konkrete und handfeste Konturen angenommen. Im ersten Nachhaltigkeitsbericht der THIMM Gruppe werden diese Fortschritte nun messbar.

”

*Anke Peinemann
Leitung Corporate Affairs
THIMM Gruppe*

Sehr geehrte Damen und Herren,

die THIMM Gruppe wird getragen von dem Leitbild, langfristig und vorausschauend zu denken sowie nachhaltig und verantwortungsvoll zu handeln. Dabei geht es um die Zukunftssicherung unseres Unternehmens im sich konsolidierenden Verpackungs-Markt, der uns den richtigen Mix aus Beständigkeit und Verlässlichkeit auf der einen sowie Veränderungsbereitschaft und Flexibilität auf der anderen Seite abverlangt.

Wer in diesem Markt bestehen will, benötigt ein intelligentes Geschäftsmodell. Größe allein sagt dabei wenig über die Leistungsfähigkeit und Innovationskraft des jeweiligen Unternehmens aus. Ganzheitliche unternehmerische Verantwortung bedeutet für uns, innovative, ressourceneffiziente sowie umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen anzubieten, unsere Geschäftsprozesse entsprechend umweltbewusst zu gestalten und nachhaltig auszurichten – aber auch, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein und uns an unseren Unternehmensstandorten als Mitglied der Gemeinschaft einzubringen.

Seit 2011 fassen wir diesen Themenkomplex unter THIMM Social Responsibility (TSR) zusammen. Ein Meilenstein in der Umsetzung unserer TSR-Strategie war die Entwicklung und Einführung unseres Mitarbeiter Code of Conduct an allen unseren Unternehmensstandorten. Heute ist dieser Kodex fester Bestandteil unserer Einarbeitungsprogramme für neue Mitarbeiter.

Im nächsten Schritt wird es unsere Aufgabe sein, die ausländischen Standorte stärker einzubinden sowie neu hinzukommende Werke gezielt in die Umsetzung unserer TSR-Strategie zu integrieren.

Dabei streben wir eine hohe Transparenz unseres Handelns an und wollen im Dialog mit unseren Stakeholdern das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen fördern. Neben vielen anderen Aktivitäten im Rahmen unserer Unternehmenskommunikation ist dieser erste Nachhaltigkeitsbericht ein wichtiger Schritt. Wir haben dazu gruppenweite Kennzahlen ermittelt, die wir zukünftig regelmäßig nachhalten wollen. Auf dieser Grundlage wollen wir messbare Nachhaltigkeitsziele bestimmen, die uns helfen werden, unsere TSR-Strategie in den nächsten Jahren weiter konsequent umzusetzen.

Unser Blick muss geschärft bleiben für die Anforderungen des Marktes sowie die Bedürfnisse unserer Kunden, Mitarbeiter und anderer Stakeholder – aber auch für die damit verbundenen Prozesse und die Umwelt. Nur so werden Flexibilität und Veränderung die Motoren für das, was THIMM seit Jahrzehnten ist: Ein Partner und Arbeitgeber, der für Beständigkeit und Zuverlässigkeit steht. Zwei Pole werden so zum Schlüssel für den langfristigen Erfolg in einem Markt mit sich ständig wandelnden und komplexer werdenden Anforderungen, in dem wir uns sehr wohlfühlen.



Jens Fokuhl
Geschäftsführer THIMM Gruppe

Vorwort	01
Berichtsprofil	03
Unternehmensportrait	04
Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe	06
Ökonomie: Handlungsfeld Markt	10
Ökologie: Handlungsfeld Umwelt & Prozesse	18
Soziales: Handlungsfeld Mitarbeiter	32
Soziales: Handlungsfeld Gemeinwesen	42
GRI Index	48
Daten und Fakten	53
Impressum	64

Berichtsprofil

Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der THIMM Gruppe. Im Rahmen unserer ganzheitlichen unternehmerischen Verantwortung verfolgen wir das Ziel, die Stakeholder des Unternehmens, etwa Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner und Nachhaltigkeitsexperten, zweijährlich über die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens zu informieren, diese konkret zu messen sowie Reporting-Strukturen zu etablieren. Das Zentrum der Nachhaltigkeitsberichterstattung stellt unsere Website dar, auf der alle Informationen zusammengestellt sind.

Berichtszeitraum, Inhalte und Geltungsbereich

Der Nachhaltigkeitsbericht 2013 bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2013, das identisch mit dem Kalenderjahr ist. Um Entwicklungen und Trends darstellen zu können, umfassen die berichteten Kennzahlen soweit möglich auch die Geschäftsjahre 2011 und 2012. Der Bericht orientiert sich am Leitfaden G3.1 der Global Reporting Initiative (GRI) und entspricht nach unserer Einschätzung der Anwendungsebene C. Zur Bestimmung der für unseren Bericht wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen haben wir unter Einbindung relevanter Stakeholder im 1. Halbjahr 2013 eine Materialitätsanalyse durchgeführt. Im Rahmen der Analyse wurden die für unsere Nachhaltigkeitsleistung wesentlichen Handlungsfelder Markt, Umwelt & Prozesse sowie Mitarbeiter betrachtet. Inhalte und Struktur des Nachhaltigkeitsberichtes 2013 folgen diesen drei Bereichen und werden um das Handlungsfeld Gemeinwesen ergänzt. Weitere Informationen zu den definierten Handlungsfeldern finden sich im Bereich Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe.

Sofern nicht anders vermerkt, beziehen sich die Angaben dieses Nachhaltigkeitsberichtes auf die gesamte THIMM Gruppe mit ihren in- und ausländischen Standorten. Davon ausgenommen sind die im Jahresverlauf 2013 neu hinzugekommenen Standorte in Bremen,

Duisburg und Essen. Ebenfalls von der Berichterstattung ausgeschlossen ist der Standort Graz (Österreich), da die THIMM Gruppe an der dortigen THIMM ACE Packaging eine Minderheitsbeteiligung von 49 Prozent hält. Abweichungen von dieser generellen Berichtsgrenze wurden an den entsprechenden Stellen verdeutlicht. Um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten, verzichten wir in diesem Bericht auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen. Dies stellt jedoch keine Wertung dar. Alle Nennungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

Wir weisen darauf hin, dass alle zukunftsgerichteten Aussagen in diesem Bericht auf derzeitigen Annahmen beruhen. Die THIMM Gruppe hat im Zuge der Erstellung dieses Berichtes gruppenweit Kennzahlen ermittelt, die dazu beitragen sollen, im nächsten Schritt messbare Nachhaltigkeitsziele zu formulieren. Diese bilden die Grundlage für die inhaltliche und strukturelle Ausrichtung der Nachhaltigkeitsstrategie der THIMM Gruppe in den nächsten Jahren.

Bei Fragen zu unserem Nachhaltigkeitsbericht wenden Sie sich bitte an:

**Anke Peinemann – Leitung Corporate Affairs /
Unternehmenskommunikation**

Telefon: +49 5551 703 414

E-Mail: anke.peinemann@thimm.de



Unternehmensportrait

Der Name THIMM steht für Kompetenz rund um Verpackungen. Seit der Gründung im Jahr 1949 kreieren Mitarbeiter des international tätigen Familienunternehmens in sechs Innovationszentren maßgeschneiderte Verpackungen sowie verkaufsfördernde Aufsteller und Dekorationen für namhafte Kunden aus allen Branchen. Rund 100 individuelle Verpackungslösungen werden so täglich entwickelt und systematisch zur Serienreife geführt.

In den vergangenen zehn Jahren ist das Unternehmen kontinuierlich gewachsen: Der Umsatz der THIMM Gruppe hat sich in diesem Zeitraum verdoppelt auf heute 456 Mio. Euro (Stand: 31. Dezember 2013). Diese wurden an 16 Standorten in fünf Ländern - Deutschland, Österreich, Tschechien, Rumänien und Polen - erwirtschaftet. Ende des Jahres 2013 waren insgesamt 2.466 Mitarbeiter bei uns beschäftigt, davon alleine 117 Auszubildende in sieben verschiedenen Berufen in Deutschland.

Grund für das überdurchschnittliche Wachstum ist die strategische Ausrichtung des Unternehmens: Unter der Dachmarke THIMM - THE HIGHPACK GROUP bietet die Unternehmensgruppe der abpackenden Industrie einen innovativen Full-Service rund um die Verpackung aus einer Hand: von der Beratung für den Verpackungsmanagementprozess, der kundenindividuellen Entwicklung und Herstellung von Verpackungen aus Wellpappe, Verpackungssystemen aus Multimaterialien und Displays über die digitale Druckvorstufe, die Auswahl des geeigneten Druckverfahrens, Konfektionierungs- und Lohnverpackungsleistungen bis zur vertriebsspezifischen Anlieferung.

Strukturiert sind diese Produkte und Leistungen in den folgenden Geschäftsbereichen:

» **THIMM Verpackung**

Standorte: Alzey, Castrop-Rauxel, Eberswalde, Northeim (Deutschland), Všetaty (Tschechien), Sibiu (Rumänien) und Tychy (Polen)

» **THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme**

Standorte: Nordhausen, Neuburg a. d. Donau, Duisburg, Bremen (Deutschland), Chotěšov (Tschechien) und Graz (Österreich)

» **THIMM Display**

Standorte: Wörrstadt, Ludwigsburg und Essen (Deutschland)

» **THIMM Consulting**

Standort: Northeim (Deutschland)

Die THIMM Gruppe ist damit einer der bedeutendsten Anbieter von Transport- und Verkaufsverpackungen aus Wellpappe, hochwertigen Verkaufsaufstellern, Verpackungssystemen aus unterschiedlichen Materialkombinationen sowie verpackungsrelevanten Dienstleistungen in Deutschland und Europa. Neben dem deutschen Kernmarkt bedient THIMM gegenwärtig die europäischen Märkte in Tschechien, Polen, Rumänien, Ungarn, Slowenien, Österreich, Dänemark, Niederlande, Frankreich, Belgien, Luxemburg, Schweiz, Italien, Spanien, Portugal, Großbritannien und Irland. Darüber hinaus beliefert THIMM den stark wachsenden Markt in Indien. Hauptsitz des Unternehmens ist Northeim (Niedersachsen) mit aktuell rund 440 Mitarbeitern.

Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe



Die THIMM Social Responsibility-Strategie

Die THIMM Gruppe setzt auf das Prinzip der ganzheitlichen Verantwortung in allen Unternehmensbereichen und bei allen Aspekten der Wertschöpfung. Langfristig zu denken, nachhaltig zu handeln und damit ein verlässlicher Partner zu sein: Das ist unser Leitgedanke.

Denn THIMM ist ein verantwortungsvolles Familienunternehmen, das in ausgewählten Segmenten der europäischen Verpackungsindustrie führend sein möchte. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, stehen wir für Innovation, Flexibilität, Sicherheit und Wachstum und schaffen durch den Leistungswillen unserer Mitarbeiter und in Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern Verpackungslösungen und Dienstleistungen mit höchstem Kundennutzen. Unternehmerische Verantwortung in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales bildet dabei die Grundlage. Die THIMM Gruppe richtet sich nach den Konventionen der International Labour Organization sowie nach gängigen internationalen Leitlinien, wie etwa den zehn Prinzipien des UN Global Compact.

Wir übernehmen Verantwortung, indem wir...

- » innovative, ressourceneffiziente sowie umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen anbieten und langfristig wirtschaftlich erfolgreich sind (**Handlungsfeld Markt**).
- » unsere Geschäftsprozesse umweltbewusst gestalten und die Lieferkette nachhaltig ausrichten (**Handlungsfeld Umwelt & Prozesse**).
- » ein attraktiver Arbeitgeber sind (**Handlungsfeld Mitarbeiter**).
- » ein angesehenes Mitglied der Gemeinschaft sind (**Handlungsfeld Gemeinwesen**).

Basis unseres unternehmerischen Handelns bildet die THIMM Social Responsibility-Strategie – kurz TSR. Diese wurde 2011 entwickelt und implementiert, um die Zukunftssicherung des Unternehmens und einen systematischen Umgang mit Herausforderungen, wie zum Beispiel begrenzte Ressourcen, den Klimawandel oder auch den demografischen Wandel betreffen, sicherzustellen. Unsere TSR-Strategie umfasst die vier Handlungsfelder Markt (Ökonomie), Umwelt & Prozesse (Ökologie), Mitarbeiter sowie Gemeinwesen (Soziales).

Ganz neu ist der TSR-Gedanke in der Unternehmensgruppe nicht. Denn wir verfolgen bereits seit vielen Jahren Ziele und Projekte, die heute unter dem Dach „TSR“ genannt werden. Dazu gehören die Erschließung neuer Märkte, kontinuierliche Investitionen, Ressourcenschonung, neue Produktlösungen und ein fairer Umgang miteinander. Verantwortungsvolles und nachhaltiges Wachstum ist unser Weg, ein unabhängiges Familienunternehmen zu bleiben. Eine

entsprechende Organisationsentwicklung und klar definierte Führungsprinzipien gehen damit einher. All das entspricht unserer seit Jahrzehnten gelebten Unternehmensphilosophie.

Unsere strategischen Nachhaltigkeitsziele

In den einzelnen Handlungsfeldern haben wir folgende Nachhaltigkeitsziele definiert. Wir wollen...

Handlungsfeld Markt

- » mit Kunden und Lieferanten partnerschaftlich zusammenarbeiten
- » regelkonform wirtschaften
- » höchste Qualitätsanforderungen und Produktsicherheit gewährleisten
- » Innovationen und nachhaltige Produktlösungen fördern
- » dynamisch wachsen und Rendite für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens erwirtschaften
- » relevante Chancen und Risiken kennen und managen

Handlungsfeld Umwelt & Prozesse

- » umweltfreundliche Materialien einsetzen
- » effizient mit Ressourcen wirtschaften (Energie, Wasser, Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe)
- » Logistikprozesse umweltfreundlich gestalten
- » Emissionen und Abfälle vermeiden beziehungsweise verringern und verwerten
- » Umwelt- und Sozialstandards in der Beschaffungspolitik integrieren
- » die Einführung sinnvoller Managementsysteme vorantreiben

Handlungsfeld Mitarbeiter

- » die Leadership-Werte Wertschätzung, Entwicklungsbereitschaft und Leistungsorientierung leben
- » ein gesundheitsförderliches Umfeld gestalten und Sicherheitsrisiken minimieren

- » maßgeschneiderte Aus- und Weiterbildungskonzepte umsetzen und weiterentwickeln
- » Vielfalt und Chancengleichheit fördern
- » Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben ermöglichen
- » herausfordernde Aufgaben bieten und Mitarbeiteridentifikation unterstützen

Handlungsfeld Gemeinwesen

- » Spenden- und Sponsoring-Aktivitäten transparent und nach einheitlichen Grundsätzen leisten
- » mit regionalen Interessengruppen sowie mit überregional tätigen Verbänden und Organisationen verlässlich zusammenarbeiten
- » ehrenamtliches Engagement unserer Mitarbeiter im Rahmen unserer Möglichkeiten unterstützen

Nachhaltigkeitsorganisation und -steuerung

Die Umsetzung unserer TSR-Strategie ist ein langfristig angelegter Prozess. 2011 haben wir zur Implementierung einen Maßnahmenplan für die gesamte THIMM Gruppe formuliert, der die Strategie konkretisiert und auf die einzelnen Geschäftsbereiche und Standorte herunterbricht. Dieser Maßnahmenplan wird seither systematisch verfolgt und weist je nach Geschäftsbereich oder Standort unterschiedliche Erfüllungsgrade auf. Die Pläne werden alle zwei bis drei Jahre bewertet, aktualisiert und um neue Ziele angereichert. Der Fokus in den Jahren 2011 bis 2013 lag zunächst auf den Standorten in Deutschland. In den nächsten Jahren sollen die ausländischen Standorte sukzessive eingebunden werden.

Effizientes Nachhaltigkeitsmanagement setzt klare Strukturen und das konsequente Einbinden der Nachhaltigkeitsstrategie in die Organisation des Unternehmens voraus. Wir haben daher das TSR-Management auf Geschäftsführungsebene an der Spitze der THIMM Gruppe verankert. Von dort aus obliegt die

zentrale Federführung auf Gruppenebene dem Bereich Corporate Affairs: Hier wird die Umsetzung der Strategie beobachtet und gesteuert sowie gruppenweite Projekte initiiert, koordiniert und verantwortet – so zum Beispiel die Einführung eines Code of Conduct für Mitarbeiter und die Entwicklung eines Nachhaltigkeitsberichtes. Das gruppenweite Berichtswesen mit definierten Berichtswegen befindet sich aktuell noch im Aufbau. Die TSR-Berichterstattung wird künftig Bestandteil unserer integrierten Unternehmenskommunikation sein.

Stakeholderdialog und Materialitätsmatrix

Wer glaubwürdig sein will, muss den Dialog suchen. Gemäß diesem Motto tauschen wir uns mit unseren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern, Kapitalgebern und relevanten Partnern im Unternehmensumfeld aus. Es handelt sich hierbei neben den genannten Gruppen um Vertreter aus den Bereichen NRO, Wissenschaft / Forschung, Medien und Politik / öffentliche Verwaltung sowie um Nachbarn und Standortbevölkerung. Ziel ist es, diesen Dialog so transparent und offen wie möglich zu gestalten, um ein Höchstmaß an Vertrauen und Glaubwürdigkeit für alle Beteiligten herzustellen. Die Auswahl der Stakeholder, mit denen wir in Kontakt treten, erfolgt nach ihrer Relevanz für die Geschäftsprozesse. Wir kennen unser unternehmerisches Umfeld sehr genau und sprechen unsere Dialogpartner gezielt an. Im Gegenzug reagieren wir auf Ansprachen von außen und sind immer offen für den Dialog.

Der Austausch geschieht über verschiedene Kommunikationskanäle. So führen wir beispielsweise regelmäßig Kundenbefragungen durch. Im Rahmen der THIMM Akademie werden in Seminaren und Workshops rund um verpackungsrelevante Themen aktuelle Entwicklungen, Trends und Zukunftsaspekte diskutiert. Zudem nehmen ausgewählte Vertreter unserer Unternehmensgruppe an wichtigen Kongressen und anderen Veranstaltungen sowohl zum Thema Nachhaltigkeit als auch zu weiteren Trend- und Zukunftsthemen teil. Der Aus-

tausch mit den Kunden findet unter anderem auch in fachspezifischen Arbeitskreisen statt, bei denen die verschiedenen Nachhaltigkeitsaspekte zum Tragen kommen. Auch direkte Kundenanfragen führen zu einem intensiven Austausch. Außerdem stehen wir in einem engen Kontakt mit unseren Schlüssellieferanten, mit denen wir auch gemeinsame Innovationsprojekte realisieren.

Darüber hinaus haben wir 2011 und 2013 eine Befragung unter rund 140 ausgewählten externen Stakeholdern durchgeführt, um relevante Nachhaltigkeitsthemen identifizieren und bewerten zu können, und um eine Einschätzung zur Leistung der THIMM Gruppe im Bereich Nachhaltigkeit zu erhalten. Die befragten Personen gehörten den Gruppen Kunden, Lieferanten, Politik / öffentliche Verwaltung, Wissenschaft / Forschung, NRO, Wirtschafts- / Industrieverband und Kapitalmarkt an. Die Befragungsergebnisse des Jahres 2011 wurden zudem zur Entwicklung unserer TSR-Strategie genutzt. In diesem Rahmen wurde eine erste Materialitätsanalyse erstellt, welche entlang der Handlungsfelder Markt, Umwelt & Prozesse sowie Mitarbeiter verschiedene Themen, zum Beispiel Anti-Korruption, ressourcenschonende Produktionsprozesse, Arbeitssicherheit etc. nach interner und externer Relevanz einordnet. Sie wurde nach der Befragung 2013 überarbeitet. Die nachfolgende Materialitätsmatrix zeigt die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsthemen nach interner und externer Relevanz. Sie bildete eine wichtige Basis für die Konzeption des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichtes.

Nachhaltigkeitskommunikation

Die externe Kommunikation der Nachhaltigkeitsleistungen erfolgt zum einen über die TSR-Website und den Nachhaltigkeitsbericht. Darüber hinaus informieren wir die Öffentlichkeit über aktive Medienarbeit. Auch das Kundenmagazin stellt einen bedeutenden Kanal dar, um über aktuelle Entwicklungen zu berichten. Persönliche Gespräche, Kundentermine und Messe-

beteiligungen werden ebenfalls dazu genutzt, das Thema der ganzheitlichen unternehmerischen Verantwortung zu kommunizieren.

Intern informieren wir unsere Mitarbeiter über die Mitarbeiterzeitung und das Intranet. Im Jahr 2013 haben wir damit begonnen, ein Konzept für die Intensivierung des Dialoges mit unseren Mitarbeitern zu erarbeiten: Unter dem Titel „TSR-Tage“ wird künftig eine zielgerichtete Themenschau an allen unseren Standorten im In- und Ausland gastieren. Bausteine dieser Wanderausstellung werden Möglichkeiten zur Information, Diskussion und Interaktion bieten, um das Thema Nachhaltigkeit konkret erlebbar zu machen.

Wir führen bereits standardisierte Workshops im Rahmen der Ausbildung durch und haben Module zur Einarbeitung neuer Mitarbeiter sowie umfassende Schulungsmaßnahmen rund um die Einführung des Code of Conduct für Mitarbeiter etabliert. Diesem kommt eine

besondere Bedeutung zu, denn er definiert die für alle Mitarbeiter gültigen Verhaltensgrundsätze. Was für unsere Mitarbeiter gilt, fordern wir auch von unseren Lieferanten. Dementsprechend erhält auch jeder unserer Partner den Code of Conduct für Lieferanten der THIMM Gruppe.

Ausblick

Grundsätzlich hilft uns die Erstellung unseres ersten Nachhaltigkeitsberichts dabei, Kennzahlen und Steuerungsgrößen zur Messbarkeit der TSR-Aktivitäten der gesamten THIMM Gruppe zu definieren und zu implementieren. Im nächsten Schritt können wir – mit Hilfe der ermittelten Kennzahlen – unsere strategischen Ziele um messbare Zielgrößen ergänzen, sie damit besser steuern und mit Ergebnissen belegen. Ein Review der Maßnahmenpläne ist für das vierte Quartal 2014 geplant, gleichzeitig sollen unsere Ziele für die nächsten Jahre formuliert werden.



● Handlungsfeld Markt

1. Anti-Korruption
2. Produktsicherheit
3. Recyclingfähigkeit der Produkte
4. Innovative, ressourceneffiziente Produkte

● Handlungsfeld Umwelt & Prozesse

5. Einsatz umweltfreundlicher Materialien
6. Optimierung von Energieverbrauch und klimarelevanten Emissionen
7. Ressourcenschonende Produktionsprozesse
8. Umweltfreundliche Logistikprozesse
9. Partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Lieferanten
10. Sozial- u. Umweltstandards in die Beschaffungspolitik integrieren

● Handlungsfeld Mitarbeiter

11. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
12. Life-Balance
13. Mitarbeitergewinnung und -bindung
14. Mitbestimmung
15. Weiterbildung

Lesehinweis:

Die Matrix stellt die Wichtigkeit der Themen mittels einer Skala von 0 (niedrigster Wert) bis 3 (höchster Wert) dar. Die wichtigsten Themen sind im Feld A abgebildet. Die Reihenfolge der Themen in der Liste hat keine Bedeutung.



Ökonomie:

Handlungsfeld Markt

Strategie und Managementansatz

Die THIMM Gruppe ist ein unabhängiges Familienunternehmen. Dies betrifft nicht nur die Eigentümerstruktur, das Unternehmen befindet sich im Übergang von der zweiten auf die dritte Generation, sondern insbesondere auch die Unternehmensphilosophie und -strategie: Die THIMM Gruppe ist langfristig orientiert.

Durch stetige Überprüfung und Anpassung der Strategie konnte das Unternehmen in den 65 Jahren seit seiner Gründung dynamisch wachsen und eine ausreichende Rendite erwirtschaften, um notwendige Investitionen aus eigener Kraft durchzuführen. Dies gelingt uns durch konsequente Orientierung an den Anforderungen der Kunden und eine möglichst dezentrale Führungsstruktur. Aus diesem Grund ist die THIMM Gruppe in vier Geschäftsbereiche – THIMM Verpackung, THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme, THIMM Display und THIMM Consulting – gegliedert, die rechtlich selbständig und je mit einer eigenen Geschäftsführung ausgestattet sind.

In den Geschäftsbereichen werden periodisch Strategieworkshops durchgeführt. Grundlage ist der von uns gewünschte langfristige Ausbau des Geschäftes im Sinne eines fokussierten, profitablen Wachstums im In- und Ausland. Unsere strategischen Ziele lauten analog hierzu Wachstum und Internationalisierung. Für die operative Steuerung werden aus der Strategie notwendige Investitionen abgeleitet, in Mehrjahrespläne überführt und jährlich überprüft. In jedem Geschäftsbereich präzisiert die Geschäftsführung auf Basis des Mehrjahresplans Ziele für das jeweils bevorstehende Geschäftsjahr. Die Ziele der Führungskräfte und Mitarbeiter orientieren sich an dieser Jahresplanung. Die Zielerreichung wird regelmäßig ermittelt und ist

Bestandteil der variablen Gehaltskomponenten. Für übergreifende Themen treffen sich die Geschäftsleitungsteams aller Geschäftsbereiche in Strategiemee-tings, Workshops und Arbeitskreisen. Einige zentrale Themen (Führungsgrundsätze, Unternehmenskom-unikation, Ausbildung, THIMM Social Responsibility, Rohstoffbeschaffung) werden gruppenweit gesteuert.

Wir beobachten die sich wandelnden Märkte sehr genau. Eine wichtige Basis hierfür liefern uns regelmäßige Kundenbefragungen und Marktanalysen. Oberste Prä-misse ist es, Chancen und Risiken schnell zu erkennen und aktiv zu managen. Nur wenn wir rechtzeitig inves-tieren und gleichzeitig unsere Produktionskosten optimieren, können wir profitabel wachsen und unsere Wettbewerbsfähigkeit erhalten. Dies gilt sowohl für die Erschließung neuer Geschäftsfelder und Märkte, als auch für die Erneuerung und Erweiterung der Kapazi-täten sowie die Weiterentwicklung unserer Unterneh-mensprozesse.

Die Wünsche unserer Kunden sind klar: Sie wollen innovative, ressourceneffiziente und umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen. Um diese Anforde-rungen bestmöglich zu erfüllen und stets die optimale Verpackungslösung zu finden, besitzt jeder Geschäfts-bereich eine eigene Abteilung für Produktentwicklung. Wir arbeiten mit unseren Kunden und Lieferanten partnerschaftlich zusammen und kreieren hochwertige, maßgeschneiderte und sichere Produkte. Außerdem streben wir den rücksichtsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen und den effizienten Einsatz von Energie an.

Herausforderungen, Risiken, Chancen

Der europäische Verpackungsmarkt befindet sich mitten in einer Konsolidierung. Verpackungen aus Well-pappe sind ein bekanntes Produkt. Der Herstellungs-prozess ist hinsichtlich seiner technischen Entwicklung nahezu ausgereizt und optimiert. Immer mehr

Strategische Ziele im Handlungsfeld Markt:

- mit Kunden und Lieferanten partnerschaftlich zusammenarbeiten
- regelkonform wirtschaften
- höchste Qualitätsanforderungen und Produktsicherheit gewährleisten
- Innovationen und nachhaltige Produktlösungen fördern
- dynamisch wachsen und Rendite für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens erwirtschaften
- Chancen und Risiken erkennen und managen

internationale Anbieter drängen auf die lokalen Märkte und verschärfen den Wettbewerb. Außerdem fördert die Konsolidierung der wichtigen Kunden den Prozess. Trotzdem gibt es immer wieder Ansätze für Produktinnovationen zur Verbesserung des Kundennutzens.

Internationalisierung und Globalisierung bringen weitere Herausforderungen und Chancen mit sich. Insbesondere der Bedarf an überregionaler Betreuung und Belieferung sowie länderübergreifenden Logistikkonzepten bietet für THIMM viele Chancen. Wir verkaufen unsere Produkte in wesentlich mehr Ländern als noch vor zehn Jahren und richten unsere Fertigung immer internationaler aus. Dabei konzentrieren wir uns auch auf die Wachstumsmärkte in Zentral- und Osteuropa. Wir begleiten unsere deutschen Kunden in diesen Märkten, versorgen sie mit Verpackungen und wachsen gemeinsam mit ihnen. So schafft und sichert unser Engagement im Ausland auch Arbeitsplätze in Deutschland.

Steigende Herausforderungen ergeben sich aus den wachsenden individuellen Ansprüchen unserer Kunden. Mit dem Ziel, ihre Lagerbestände zu reduzieren, erwarten sie beispielsweise die Lieferungen unserer Verpackungslösungen direkt in die laufende Produktion. Dies erhöht die Anforderungen an Liefersicherheit und Flexibilität. Kürzere Produktlebenszyklen erfordern eine intensive Zusammenarbeit mit den Kunden. Damit verbundene sinkende Losgrößen müssen in den Unternehmensprozessen berücksichtigt werden. Im Ergebnis bedeutet dieser Wandel, dass unser Kundenservice, unsere Produktion und unsere Logistik immer flexibler und individueller agieren müssen. Die geografische Nähe zu unseren Kunden ist dabei eine wichtige Basis für unser Geschäft. Durch kundennahe Standorte können wir schneller reagieren, lange Transportwege vermeiden, den Einsatz von Rohstoffen und Energie optimieren und Kosten reduzieren. Risiken, die wir nicht beeinflussen können, sind extrem schwan-

kende Weltmarktpreise für Papier und Altpapier. Diese Volatilität erfordert eine ständige Überprüfung unserer Finanzplanung. Da wir viel Papier einsetzen, nehmen diese Ausgaben einen beachtlichen Anteil in unserer Gesamtkostenrechnung ein, insbesondere im Geschäftsbereich Verpackung.

Vor diesem Hintergrund kreieren unsere Entwickler, oft in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden, ständig neue und materialschonende Verpackungslösungen. Gleichzeitig wollen wir höchste Qualität und Produktsicherheit gewährleisten.

Das Erschließen neuer Märkte, der Aufbau neuer Standorte und das Entwickeln innovativer Produkte binden viel Kapazität im Unternehmen. Die damit verbundenen Kosten müssen in den Planungen berücksichtigt und aus der Finanzkraft des Bestandsgeschäfts getragen werden.

Langfristige Zusammenarbeit

Die enge Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten wird immer wichtiger. Nicht selten liefern langfristige Kooperationen ausschlaggebende Wettbewerbsvorteile. Beispielsweise hat THIMM Verpackung im Rahmen einer strategischen Zusammenarbeit mit einem Papierhersteller zwei Papiersorten entwickelt, die bei verbesserten technischen Werten Frischfaserpapiere durch Recyclingpapiere ersetzen. In der Folge hat das Unternehmen seinen Anteil altpapierbasierter Papiere weiter erhöhen können.

Ein weiteres Beispiel für langfristige, gemeinsame Projekte ist die Kooperation zwischen THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme, unserem Kunden Audi und einem Logistiker. Im Duisburger Hafen betreibt der Automobilhersteller sein weltweit größtes CKD-Zentrum (CKD = Completely Knocked Down), von wo er die zerlegten Einzelteile exportiert, die am Zielort wieder zu Fahr-

zeugen zusammengesetzt werden. Wir produzieren unsere maßgeschneiderten Transportverpackungen für Audi im Rahmen eines integrierten Konzeptes zur Verschlankung von Prozessen unmittelbar vor Ort in Duisburg. Die fertig konfektionierten Behälter werden „durch die Wand“ (wall to wall) an den Logistiker übergeben, der die Fahrzeugteile direkt hinein verpackt. Das spart viel Zeit, Ressourcen und Geld.

THIMM Akademie

Unsere Kundenorientierung leben wir auch in der von uns 1999 gegründeten THIMM Akademie. Über diese branchenübergreifende Aus- und Weiterbildungsplattform vermitteln wir in Zusammenarbeit mit Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft verpackungsrelevantes Wissen. Wir möchten Menschen befähigen, durch die Beschäftigung mit Grundlagen und Trendthemen sowie branchen- und kundenspezifischen Inhalten erfolgreich zu arbeiten und sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Dabei tauschen wir Erfahrungen mit Kunden und industriellen Großverbrauchern von Verpackungen aus und lassen diese Erkenntnisse in die Entwicklung neuer Produkte einfließen.

Unsere Basisseminare werden inzwischen regelmäßig von einigen Kunden für die Schulung neuer Mitarbeiter, insbesondere in den Bereichen Verpackungseinkauf und Produktmanagement, genutzt.

In den Jahren 2000 bis 2013 haben rund 700 Teilnehmer unsere Veranstaltungen besucht. Das Seminarangebot wurde im Jahr 2013 erweitert und umfasst nun eine noch größere Themenpalette.

Governance und Compliance

Corporate Governance und Compliance sind feste Größen in der Steuerung der THIMM Gruppe: Um unser Unternehmen unabhängig und regelkonform führen und kontrollieren zu können, existiert ein Beirat und eine Gruppen-Geschäftsführung. Um das Vier-Augen-Prinzip zu wahren, werden pro Geschäftsbereich immer mindestens zwei Geschäftsführer berufen. Für die gesamte Gruppe gelten einheitliche Planungs- und Kontrollstrukturen. Jede Führungskraft verantwortet einen klar definierten Bereich.

Um Spielregeln für das Miteinander im Unternehmen zu verankern, haben wir darüber hinaus geschäftsbereichs- und länderübergreifend einen Mitarbeiter Code of Conduct entwickelt und eingeführt. Er gilt für alle Beschäftigten. In ihm sind die Grundlagen für korrektes Handeln festgeschrieben. Als Selbstverpflichtung aller Mitarbeiter umfasst er neben Aspekten wie Anti-Korruption, Kartell- und Wettbewerbsrecht auch Menschenrechte. Wir achten die Versammlungsfreiheit unserer Mitarbeiter sowie das Recht auf Kollektivverhandlungen und treten gegen Kinderarbeit und Zwangsarbeit ein. Keine unserer Geschäftstätigkeiten verletzt die Menschenrechte. Wertschätzung ist dabei einer unserer zentralen Werte im Umgang miteinander. Als Ansprechpartner für unsere Beschäftigten haben wir für alle in- und ausländischen Standorte unternehmensunabhängige Experten als Ombudsleute berufen. Verstöße gegen den Mitarbeiter Code of Conduct waren im Berichtsjahr nicht zu verzeichnen.

Die Einhaltung dieser Vorgaben fordern wir auch von unseren Lieferanten. Hierfür ist ein entsprechender Lieferanten Code of Conduct erarbeitet und kommuniziert worden.

Im Zuge der Einführung unseres Mitarbeiter Code of Conducts im Jahr 2012 wurden alle Beschäftigten der THIMM Gruppe ausnahmslos zu den darin behandelten Themen geschult. Für alle neuen Mitarbeiter sind Schulungen zu den Vorgaben dieser Richtlinie integrierter Bestandteil ihrer Einarbeitung. Die Schulungsquote liegt damit bei 100 Prozent. Darüber hinaus sehen wir für unseren Führungskreis, die Einkäufer und Außendienstbeschäftigten zusätzliche Fortbildungen zu kartellrechtlichen Themen vor.

Im Berichtszeitraum haben wir weder Korruptionsfälle noch Verstöße gegen andere Rechtsvorschriften festgestellt. Es gab hierzu dementsprechend keinerlei Verfahren oder Bußgeldbescheide.

Im Zuge der Mitgliedschaft von THIMM Verpackung und THIMM Display bei der Organisation SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) lassen wir unsere sozialen und ökologischen Standards auch von externen Auditoren überprüfen. Mit unserem Beitritt im Jahr 2008 sind wir dem Wunsch von Kunden nachgekommen, die sich dort ebenfalls verpflichtet haben. Die Erkenntnisberichte der Auditoren liefern uns Grundlagen zur Optimierung von Prozessen. Unser erstes SMETA-Audit (Sedex Members Ethical Trade Audit) erfolgte 2012. Die Reauditierung ist für 2015 geplant. Auf der Umwelt- und Ethikplattform EcoVadis ist THIMM in gleicher Weise aktiv.

Klare Regeln gibt es in unserem Unternehmen auch für den Umgang mit Spenden. Diese sind in unseren gruppenweit geltenden Richtlinien zu Spenden und Sponsoring festgehalten. Wir spenden grundsätzlich nicht an Privatpersonen oder politisch motivierte Einrichtungen und nur für Aktivitäten, die einen Bezug zu einem unserer Unternehmensstandorte aufweisen. Darüber hinaus muss die Verwendung der Mittel einem konkreten Nutzen zuzuordnen sein. An den deutschen Standorten haben mittlerweile Weihnachtsspenden die zuvor üblichen Kundengeschenke ersetzt.

Produktverantwortung

Die gruppenweite Verantwortung für unsere Verpackungen belegen wir mit unserem Qualitätsmanagementsystem ISO 9001, das an allen in- und ausländischen Standorten gilt. Zudem stellen wir bei THIMM Verpackung in Castrop-Rauxel und dem Wellpappenwerk in Všetaty (Tschechien) mit unserem Hygienemanagement nach den Regeln des BRC/IoP-Standards, sicher, dass weder von unseren Produkten noch vom Produktionsumfeld vermeidbare Verunreinigungen ausgehen. Auch die übrigen Wellpappenfabriken arbeiten nach Hygienestandards, sind allerdings bislang nicht zertifiziert.

Produktentwicklung und Auszeichnungen

Bei der Entwicklung kundenindividueller Verpackungen und Dienstleistungen spielen unsere nachhaltigen Unternehmensgrundsätze eine große Rolle. Dies gilt für alle Stufen des Produktentwicklungszyklus: Vom Erstgespräch mit den Kunden, der Definition des Produktentwicklungsauftrages, dem intensiven Austausch der Entwickler über den Entwurf und die Produktion bis zum Einsatz der fertigen Verpackungslösung.

In allen Entwicklungsbereichen der THIMM Gruppe setzen wir für Entwurf und Konstruktion von Verpackungen computergestützte Programme ein, die gleichzeitig mit Optimierungstools für Stauraumberechnung ausgestattet sind. Bei der Auswahl der verwendeten Materialien werden Datenbanken mit technischen Werten für bedarfsgerechte Einsätze genutzt. Alle gewünschten Anforderungen an das Produkt auch hinsichtlich Schutzfunktion, Materialeffizienz und Gesundheitsaspekten prüfen wir in unseren hauseigenen Laboren und durch externe Prüfinstitute. Ebenso wird die geplante Herstellungsweise einer Effizienzprüfung unterzogen.

Durch unsere Suche nach stetigen Produktverbesserungen und individuellen Lösungen entstehen viele Neuerungen. THIMM beschäftigt rund 70 Entwickler, die sich täglich mit Ideen und Optimierungen auseinandersetzen. Im Rahmen unseres internen Innovationsmanagements hat beispielsweise THIMM Verpackung ein System zur Typisierung von Innovationsgradkennungen etabliert.

Außerdem beteiligen wir uns gruppenweit an nationalen und internationalen Entwickler- und Verpackungswettbewerben und erhalten für unsere Neuheiten regelmäßig renommierte Auszeichnungen. So erhielt THIMM Verpackung für „Flip Pack“ den Deutschen Verpackungspreis 2013 und den Promotional Gift Award 2013. Beim Wenden dieser innovativen Verpackung ergibt sich ein Zweitnutzen, da sie als Geschenk- oder Retourenverpackung eingesetzt werden kann. THIMM „Carrycool“, eine kühlende Shopperbox mit Automatikdeckel, wurde mit dem iF packaging design award 2014 ausgezeichnet. Eine Nominierung für die gleiche Auszeichnung erhielt auch das THIMM „UP-Display“. Dieser Verkaufsaufsteller besteht aus einem integrierten Stegsystem und einer leichten Arretierung der Gefache.

In Tschechien wurde unsere Verpackung „THIMM Multipack | can“, die wir für zwei Bierdosen der Brauerei Budweiser Budvar entwickelt haben, mit dem Preis Obal roku (Verpackung des Jahres) 2013 sowie dem World Star Award ausgezeichnet für eine der besten Verpackungslösungen weltweit. „THIMM Multipack | can“ gewann jüngst zudem die Goldene Welle des Verbandes der deutschen Wellpappenindustrie.

Auch THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme gewann 2013 den tschechischen Preis „Verpackung des Jahres“ für seine innovativen Schiebedächer-Transportverpackungen.

Produktsicherheit

Bei der Entwicklung unserer Verpackungen und Dienstleistungen spielt das Thema Sicherheit eine sehr große Rolle. Produktsicherheit bedeutet für uns aber nicht nur das Streben nach Unbedenklichkeit der Verpackungslösungen, sondern auch eine lückenlose Darstellung des Lieferprozesses, ein Rückrufmanagement und die kontinuierliche Einhaltung aller Rechte und Normen. Außerdem achten wir auf die Zertifizierung unserer Lieferanten und die Einhaltung unseres Lieferanten Code of Conduct.

Um unseren Kunden sichere Produkte anbieten zu können, haben wir unterschiedliche Kontrollmechanismen eingeführt. Unsere Qualitäts- und Produktmanager sichten regelmäßig alle gesetzlichen und marktbezogenen Anforderungen und Trends. Außerdem stehen wir im engen Austausch mit Verbänden, wie dem Verband der Wellpappen-Industrie (VDW), und bilden uns regelmäßig bei Fachinstituten, wie der Papiertechnischen Stiftung (PTS), weiter.

Recyclingfähigkeit der Produkte

Die THIMM Gruppe legt großen Wert auf die Recyclingfähigkeit der Produkte. Das Kreislaufprodukt Wellpappe wird aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt und besteht zu einem überwiegenden Teil aus Recyclingpapieren. Wir beziehen unser gesamtes Papier aus nachwachsenden Rohstoffen und setzen bevorzugt Sekundärfasern ein. Nahezu 100 Prozent unserer in Deutschland hergestellten Verpackungen sind recyclebar.

In Zusammenarbeit mit Papierherstellern haben wir in der Vergangenheit zudem neue Papiersorten entwickelt, die die Ressourceneffizienz verbessern und die von uns bisher verwendeten Frischfaserpapiere teilweise ablösen. Außerdem achten wir auch bei der Produktion unserer Verpackungen auf die Umweltverträglichkeit der Rohstoffe und verwenden beispielsweise größtenteils wasserlösliche Farben.

Das Jahr 2013

Die THIMM Gruppe hat sich 2013 deutlich besser entwickelt als der Markt und baute ihren Umsatz von 431 Mio. Euro im Vorjahr auf 456 Mio. Euro aus. Das entspricht einem Wachstum von knapp 6 Prozent. Der Umsatzanstieg wurde im Wesentlichen durch die Geschäftsbereiche THIMM Verpackung und THIMM Display erwirtschaftet. THIMM Verpackung steigerte den Umsatz um 6,6 Prozent, THIMM Display um 15 Prozent. Darin enthalten ist der Erwerb eines Displaywerks in Essen zum 1. September 2013. THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme hat im letzten Quartal des Geschäftsjahres zwei neue Produktionsstandorte in Deutschland (Bremen, Duisburg) in Betrieb genommen.

Die Personalkosten erhöhten sich proportional zum Umsatz auf 79,2 (Vj: 74,5) Mio. Euro. Die Betriebskosten erhöhten sich überproportional auf Grund erhöhter Logistikkosten auf 76,7 (Vj: 65,7) Mio. Euro. Das operative Ergebnis sank auch auf Grund steigender Rohstoffpreise auf 41,5 (Vj: 51,1) Mio. Euro. Das Ziel, trotz schwieriger Rahmenbedingungen ein positives Ergebnis zu erzielen, hat das Unternehmen damit erreicht.

Die Investitionen der THIMM Gruppe in Sachanlagen beliefen sich 2013 auf 45,4 (Vj: 15,7) Mio. Euro. Schwerpunkte bildeten der Ausbau der Wellpappenfabriken in Polen, Rumänien, Tschechien und Deutschland, die Erweiterung des Geschäftsbereiches Display um das Werk in Essen sowie der Aufbau der neuen Produktions-

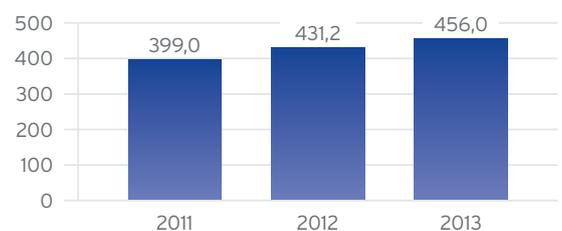
standorte für Verpackungssysteme in Duisburg und Bremen. Insgesamt investierte die THIMM Gruppe in den letzten drei Jahren 90,3 Mio. Euro in das Unternehmenswachstum und die weitere Internationalisierung des Geschäftes. Für den Ausbau des Werkes Eberswalde haben wir seit Beginn der Arbeiten im Jahr 2011 bis Ende 2013 länderspezifische Fördermittel in Höhe von rund 1,7 Mio. Euro erhalten. Da das Projekt noch nicht abgeschlossen ist, liegen die finalen Zahlen noch nicht vor. Insgesamt gehen wir von einer staatlichen Förderung in Höhe von etwa 4 Mio. Euro bis zum Ende des Jahres 2014 aus.



6%

Umsatzsteigerung im Vergleich zu 2012

Gesamtumsatz der THIMM Gruppe
(in Mio. Euro)



Ausblick

Wir erwarten für 2014 eine positive Entwicklung und ein Umsatzwachstum auf über 500 Mio. Euro. Das Geschäftsjahr 2014 ist für den Geschäftsbereich THIMM Verpackung durch einen guten Auftragseingang gekennzeichnet. THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme konnte durch die Inbetriebnahme der beiden neuen Standorte seinen Umsatz im Geschäftsjahr 2014 bereits deutlich steigern. Vor dem Hintergrund einer weiterhin positiven Auftragslage wird für 2014 mit einer guten Auslastung und Beschäftigung gerechnet. THIMM Display zeigt ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr, ein Resultat sowohl des zugekauften Displaywerkes als auch der positiven Entwicklung der übrigen Marktaktivitäten. Im laufenden Jahr ist die Nutzung von Synergien sowie die Stabilisierung und Ausweitung des internationalen Geschäfts geplant.

Mit rund 50 Mio. Euro plant die THIMM Gruppe im Jahr 2014 Investitionen in vergleichbarer Größenordnung wie im Vorjahr. Teil dieser Investitionspolitik ist der Erwerb einer Wellpappenfabrik in Unterschleißheim (Bayern) durch THIMM Verpackung im Februar 2014. Wir wollen unsere Marktpräsenz in Süddeutschland künftig weiter ausbauen und den bayrischen Markt besser und vor allem logistisch günstiger bedienen. Deshalb planen wir im nächsten Schritt den Bau einer Wellpappenfabrik der neuesten Generation in Pfaffenhofen, die das Werk in Unterschleißheim mittelfristig ersetzen wird. Mit dem Bau soll im Laufe der nächsten zwei Jahre begonnen werden. Der Produktionsstart ist für 2016 geplant.

THIMM Verpackung stärkt mit der Erweiterung der Kapazitäten in Deutschland und dem Ausbau der Aktivitäten und Produktionskapazitäten in den Wachstumsmärkten Polen und Rumänien seine Marktposition als internationaler Verpackungshersteller. Die übrigen Geschäftsbereiche werden in diesem Jahr ihren Fokus verstärkt auf die Integration der neuen Standorte legen.

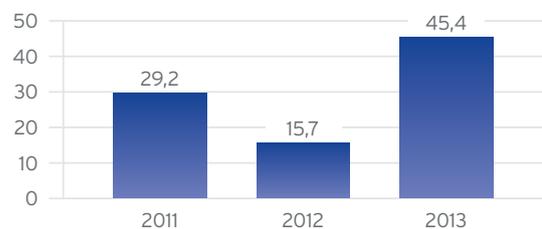
Darüber hinaus arbeiten alle Geschäftsbereiche an der marktgerechten Weiterentwicklung der Produkte und Dienstleistungen. Im Rahmen unserer Innovationsstrategie planen wir Lösungen, die noch ressourcenschonender und umweltfreundlicher als bisher sind.

Mit unveränderter Intensität setzt sich das Unternehmen auch künftig für die Einhaltung aller Gesetze und internen Regeln ein. Da wir weiter wachsen, stellen wir im In- und Ausland neue Mitarbeiter ein oder übernehmen sie bei unseren Zukäufen von anderen Unternehmen. Wir machen alle Mitarbeiter mit unseren Handlungsgrundlagen vertraut und schulen sie je nach Einsatzgebiet für besondere Fragestellungen. Unsere Führungskräfte schulen wir regelmäßig in Fortbildungsprogrammen und informieren sie über neue Gesetze und Novellierungen bestehender Vorschriften. Im Jahr 2014 sind vor allem erneut Schulungen zum Kartellrecht geplant.



45,4 Mio. Euro
Investitionen in Sachanlagen

Investitionen der THIMM Gruppe in Sachanlagen (in Mio. Euro)





Ökologie:

Handlungsfeld Umwelt & Prozesse

Strategie und Managementansatz

Unser Anspruch ist es, Verantwortung für die Umwelt zu übernehmen, indem wir unsere Geschäftsprozesse umweltschonend und energieeffizient gestalten. Dazu gehört auch eine nachhaltige Ausrichtung unserer Lieferkette. Um diese Ziele zu erreichen, arbeiten wir an der Einführung eines konsequenten Umweltmanagements für das gesamte Unternehmen.

Der effiziente Umgang mit Ressourcen wie Energie, Wasser, Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie der Einsatz umweltfreundlicher Materialien hat in der THIMM Gruppe hohe Priorität. Gleichzeitig arbeiten wir stetig daran, Emissionen und Abfälle zu verringern.

Analyse und Verbesserungen beschränken sich dabei nicht nur auf eigene Prozesse. Wir stehen auch mit unseren Kunden und Lieferanten im engen Austausch und möchten sie in unser Streben nach Optimierung von Logistikprozessen sowie Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferkette einbinden. Durch kundennahe Standorte beispielsweise vermeiden



91%

der eingesetzten Rohpapiere der THIMM Verpackung waren FSC®-zertifiziert

85%

der eingesetzten Rohpapiere der THIMM Verpackung waren altpapierbasiert



wir lange Transportwege, durch verbesserte Volumennutzung der Lademittel und intelligente Tourenplanung versuchen wir, Lkw optimal auszulasten. In unserem Code of Conduct für Lieferanten haben wir unsere Anforderungen für korrektes Handeln definiert. Von unseren Geschäftspartnern erwarten wir, dass diese ebenfalls eingehalten werden.

Den effizienten Einsatz von Ressourcen gewährleisten wir vor allem bei der Verpackungskonstruktion und in der Rohstoffverarbeitung. Aufgrund der hohen Volatilität auf dem globalen Papiermarkt und des vergleichsweise hohen Anteils des Papiers in der Gesamtkostenbetrachtung kommt diesem Bereich besondere Bedeutung bei THIMM zu. Wir gehen mit diesem wertvollen Rohstoff bewusst um und beraten unsere Kunden im Rahmen der Verpackungsentwicklung hinsichtlich möglicher Einsparpotenziale. Gleichzeitig streben wir danach, bei der Herstellung aller unserer Verpackungen und Point-of-Sale-Lösungen möglichst wenig Verschnitt und Ausschuss von Materialien aller Art zu produzieren. Abfälle, die im Rahmen des Produktionsprozesses entstehen, werden größtenteils dem Wertstoffkreislauf zugeführt.

Managementsysteme unterstützen uns dabei, komplexe Themenfelder ganzheitlich zu bearbeiten und so kontinuierlich Verbesserungen zu erreichen. Eine wichtige Basisanforderung an unsere Produkte ist eine verlässliche Qualität. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, arbeiten wir gruppenweit an allen in- und ausländischen Standorten mit dem Qualitätsmanagementsystem ISO 9001.

Vorreiter bei der Implementierung und Zertifizierung verschiedener Managementsysteme ist THIMM Verpackung. In diesem größten Geschäftsbereich unserer Unternehmensgruppe erzielen wir in der Regel die größten Effekte bezüglich der Verbesserung von Leistungen. Insofern übernimmt THIMM Verpackung oft eine Vorreiterrolle im Gruppenverbund. So haben wir hier bereits alle Methoden und Instrumente aus verschiedenen Themengebieten sowie systemübergreifende Gemeinsamkeiten in einem Integrierten Managementsystem (IMS) zusammengefasst. Dadurch wollen wir Synergien nutzen und Inselfösungen vermeiden.

Strategische Ziele im Handlungsfeld Umwelt & Prozesse:

- umweltfreundliche Materialien einsetzen
- effizient mit Ressourcen wirtschaften (Energie, Wasser, Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe)
- Logistikprozesse umweltfreundlich gestalten
- Emissionen und Abfälle vermeiden bzw. verringern und verwerten
- Umwelt- und Sozialstandards in die Beschaffungspolitik integrieren
- die Einführung sinnvoller Managementsysteme vorantreiben

So wurden alle deutschen Standorte von THIMM Verpackung für ihr Energiemanagement nach ISO 50001, für ihr Umweltmanagement nach ISO 14001 und für ihr Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagement nach OHSAS 18001 zertifiziert. Die beiden Standorte Castrop-Rauxel und Všetaty (Tschechien) sind zudem für ihr Hygienemanagement nach dem BRC/IoP-Standard zertifiziert. Die Auslandsniederlassungen in Sibiu (Rumänien) und Všetaty (Tschechien) tragen ebenfalls das Umweltzertifikat ISO 14001. Entsprechend der Vorgaben dieses Umweltmanagementsystems wurde für jeden Standort von THIMM Verpackung ein Beauftragter für Umweltfragen definiert. Dieser überwacht die Einhaltung der Prozesse und Vorgaben. Zudem sammelt und erfasst er regelmäßig Daten, um Entwicklungen verfolgen und optimieren zu können.

THIMM Display und THIMM Verpackung inklusive der Druckerei in Northeim sowie der Wellpappwerke in Tschechien und Polen sind darüber hinaus nach FSC®-Standard zertifiziert. Für Kunden bedeutet dies Transparenz in der Papierlieferkette über alle Verarbeitungsstufen hinweg sowie die Sicherheit, dass verarbeitete Papiere nachweislich aus verantwortungsvoller Forstwirtschaft stammen oder im Rahmen der Kreislaufwirtschaft die geforderten Kriterien für Sekundärfaserpapiere erfüllen.

Parallel zu den verschiedenen zertifizierten Managementsystemen arbeitet THIMM Verpackung mit dem sogenannten TPM-Managementkonzept (Total Productive Maintenance). Ziel dieser Produktionsphilosophie ist es, Produktionsprozesse durch frühzeitige Fehlererkennung und -vermeidung nachhaltig zu verbessern und dadurch sowohl Stillstandzeiten als auch Materialausschuss zu reduzieren. Zur Kontrolle werden alle Produktionsmaschinen regelmäßig einem so genannten TPM-Audit unterzogen. Insgesamt führt die Umsetzung dieses Konzeptes zu einem gesteigerten Verantwortungsbewusstsein der Mitarbeiter für ihre Maschinen, zu mehr Material- und Anlageneffizienz.

Um die Leistungen im Umweltbereich kontrollieren zu können, erfassen einige Standorte der THIMM Gruppe bereits regelmäßig Kennzahlen. Ein umfassendes Kennzahlensystem wurde im Zuge der Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichtes entwickelt. Zukünftig soll kontinuierlich auf Basis dieses Systems berichtet werden. Auf diese Weise wollen wir auch unsere Aktivitäten im Handlungsfeld Umwelt & Prozesse systematisch steuern.

Herausforderungen, Risiken und Chancen

Erfolgskritischster Faktor für unsere Unternehmensgruppe ist das Papier als Hauptrohstoff für unsere Produktionsprozesse. Papier, aber auch die zur Herstellung von Papier eingesetzten Rohstoffe selbst sind auf dem Weltmarkt gehandelte Produkte. Insbesondere der Rohstoff Altpapier wird durch die steigende Nachfrage auf dem Weltmarkt knapper und damit langfristig eher teurer. Eine der Hauptursachen hierfür ist der massive Ausbau der Papierindustrie in Asien. Da der Rohstoff Altpapier weltweit gehandelt wird, beeinflusst ein steigender Bedarf in Asien auch direkt die Preisentwicklung in Europa. Die Papierindustrie und hier insbesondere die mittelständischen Produzenten haben das erkannt und in die Entwicklung leichterer Grammaturen investiert - ein Trend, der sich aus dem Markt heraus und als Antwort auf globale Herausforderungen entwickelt hat. Aufgrund der kontinuierlichen Investitionen in die modernste Technologie in den vergangenen Jahren können alle Standorte von THIMM Verpackung diese leichten Papiere in entsprechende Wellpappsorten umsetzen.

Uns steht also nicht nur ein Beschaffungsmarkt mit State-of-the-Art-Papiermaschinen zur Verfügung. In Kombination mit unseren hochmodernen Wellpappanlagen und Verarbeitungsmaschinen können wir durch einen stabilen Produktionsprozess auch den Papiereinsatz optimieren.

Auch das Bedrucken solch leichter Grammaturen ist eine Herausforderung und schwieriger als bei durchschnittlich dicken Papieren. THIMM verfügt über entsprechende Drucktechnologie und Know-how. Damit sind wir in der Lage, auch den anhaltenden Trend nach mehrfarbigen Verpackungen in Kombination mit leichtgewichtigen Papieren zu bedienen.

Ressourcenschonung wird im Kontext von Nachhaltigkeit zum Schlüsselbegriff. Footprints, Recycling und Papierzertifikate wie FSC® sind inzwischen wichtige Qualifikationsmerkmale in der Nachhaltigkeitsstrategie vieler Kunden wie auch unseres Unternehmens. Wir arbeiten weiter konsequent daran, Prozesse und Produkte weiterzuentwickeln, um die Zukunftsfähigkeit der THIMM Gruppe sicherzustellen.

Einsatz umweltfreundlicher Materialien und ressourcenschonende Produktion

Die THIMM Gruppe setzt seit vielen Jahren Ressourcen so effizient wie möglich ein und entwickelt neue, umweltgerechte Verpackungslösungen. Wir verpflichten uns, anhand klarer Zielvorgaben die Auswirkung auf die Umwelt durch unsere Produktion so gering wie möglich zu halten und Wasserverbrauch und Emissionen kontinuierlich zu reduzieren.

Ein Ansatz hierfür ist beispielsweise das TPM-Managementkonzept, das THIMM Verpackung seit 1999 praktiziert.

Verwendete Rohstoffe und Materialien

Wir setzen bei der Herstellung unserer Verpackungen unterschiedliche Rohstoffe und Materialien ein. Alle Geschäftsbereiche und Standorte verarbeiten Wellpappe, Farben und Leim. THIMM Verpackung und THIMM Display veredeln zudem Papiere. Bei THIMM Verpackung werden Papierrollen zu Wellpappe verarbeitet und teilweise in einer vorgelagerten Produktionsstufe bedruckt; bei THIMM Display werden Papierbögen bedruckt, die anschließend mit Wellpappe oder Karton verklebt und zu Displaykomponenten verarbeitet werden. THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme und THIMM Display verarbeiten zudem weitere Materialien. Bei THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme ergänzen vorwiegend Hölzer und Polsterschäume die Rohstoffpalette; bei THIMM Display ergänzen in geringem Maße Kunststoffe und Metalle die Displayproduktion beispielsweise in Form von Halterungen für Parfum-Flacons oder Sonnenbrillen.

Grundsätzlich beraten wir unsere Kunden bei der Auswahl geeigneter Rohstoffe und der Kombination von Materialien. Die Entscheidung, welche Stoffe letztlich verwendet werden, richtet sich in erster Linie nach den Anforderungen, die die Verpackung oder die Dekoration erfüllen muss. Bei schweren Gütern beispielsweise, die oft auf dem Seeweg verschifft werden, bieten Polsterschäume neben Wellpappe einen idealen Transportschutz und werden insbesondere im Exportgeschäft für die Automobilindustrie als Polstermaterial gefordert. Auch diese sind recyclebar. Teilweise können sie durch alternative Packstoffe aus umweltfreundlicheren Materialien ersetzt werden. Gleiches gilt für die Ablösung gängiger Holzverpackungen durch Behälterlösungen aus Schwerstwellpappe. Letztere reduziert nicht nur die Transportkosten, sondern bietet gleichzeitig einen besseren Schutz der Produkte durch eine höhere Polsterwirkung.

Papier

Papier ist der zentrale Rohstoff für THIMM Verpackung. Der Geschäftsbereich stellt daraus Wellpappetafeln und in einem weiteren Verarbeitungsschritt Wellpappeverpackungen her. Für unsere anderen Geschäftsbereiche spielt Papier eine untergeordnete Rolle. Hier werden größtenteils Wellpappetafeln eingekauft und verarbeitet.

Im vergangenen Jahr setzte THIMM Verpackung knapp 300.000 Tonnen Rohpapier ein. Der Anstieg zum Vorjahr liegt in der Ausweitung unseres Geschäftes begründet. 91 Prozent der im Jahr 2013 eingesetzten Papiere waren FSC®-zertifiziert; 85 Prozent der verarbeiteten Papiere waren altpapierbasierte Wellpappenroh-papiere.

THIMM Verpackung hat sich bereits 2012 nach dem internationalen FSC®-Standard zertifizieren lassen. Für Kunden bedeutet dies Transparenz in der Papierlieferkette über alle Verarbeitungsstufen hinweg sowie die Sicherheit, dass verarbeitete Papiere nachweislich aus verantwortungsvoller Forstwirtschaft stammen oder im Rahmen der Kreislaufwirtschaft die geforderten Kriterien für Sekundärfaserpapiere erfüllen.

Das Ökosignet des Verbandes der Wellpappen-Industrie (VDW) belegt darüber hinaus die grundsätzliche Umweltverträglichkeit von Wellpappeverpackungen. Nachweislich ist Wellpappe aus Sicht der Konsumenten ein Packstoff, der aus umweltfreundlichen Materialien und in ökologisch unbedenklichen Prozessen hergestellt wird. Denn das Kreislaufprodukt Wellpappe wird aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt und besteht heute zu einem überwiegenden Teil aus Recyclingpapieren. Das Gütesiegel beurteilt aber nicht nur die umweltgerechte Produktkette der vor- und nachgelagerten Herstellungsstufen, sondern auch den minimalen Papier- bzw. Verpackungseinsatz bei der Konstruktion der Verpackung.

Papiereinsatz bei THIMM Verpackung¹⁾

		2011	2012	2013
THIMM Verpackung Rohpapiereinsatz gesamt	(in t)	278.241	277.448	294.963
FSC®-zertifiziertes Papier ²⁾	(in %)	77%	92%	91%
	(in t)	213.357	254.031	267.673
Altpapierbasiertes Wellpappenroh-papier	(in %)	86%	85%	85%
	(in t)	239.201	236.534	251.428

¹⁾ 2011 und 2012: Ohne Sibiu (Rumänien), Rohpapier wird dort erst seit Dezember 2013 verarbeitet.

²⁾ Einkauf inkl. Controlled Wood bei THIMM Verpackung in Deutschland.

Farben, Lacke und Leim

Die THIMM Gruppe setzte 2013 rund 1.500 Tonnen Farben und Lacke ein. Dies entspricht einer Erhöhung um 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Gründe sind eine kontinuierliche Ausweitung unseres Geschäftes und eine steigende Nachfrage nach mehrfarbig bedruckten Verpackungen. Bezogen auf den Umsatz ging der Verbrauch zurück.

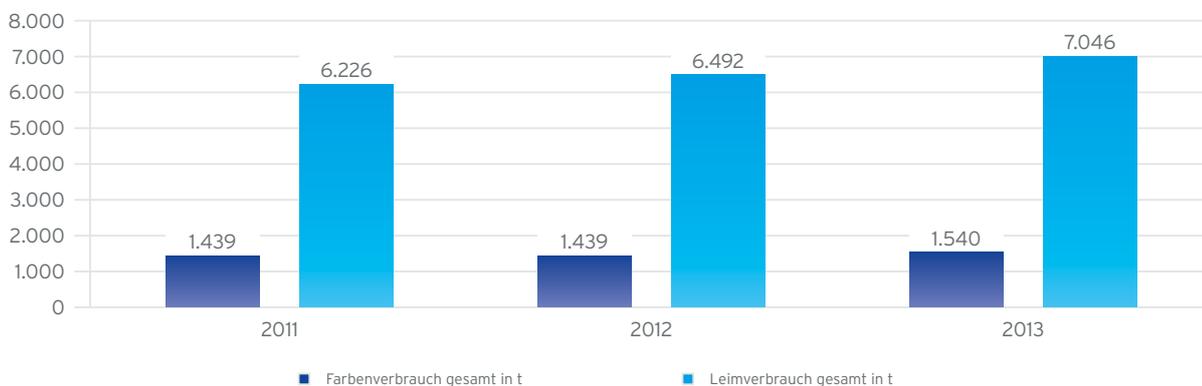
Unser Wachstum führte auch zu einem erhöhten Leimverbrauch. Er betrug im letzten Geschäftsjahr etwas mehr als 7.000 Tonnen.

99 Prozent der im Jahr 2013 gruppenweit eingesetzten Farben und Lacke wurden im Geschäftsbereich THIMM Verpackung verarbeitet. Dieses Verhältnis spiegelt sich auch beim Leimverbrauch wider. THIMM Verpackung stand mit einem Anteil von 94 Prozent dort ebenfalls an erster Stelle.

Bis auf wenige Ausnahmen nutzt THIMM Verpackung in allen Wellpappwerken und der Zentraldruckerei in Northeim wasserlösliche Farben und Lacke. Die Zentraldruckerei verfügt außerdem über ein intelligentes Restfarbmanagement, das über 50 Prozent aller nicht benutzten Farben in den Produktionskreislauf zurückführt. Wir planen, diesen Anteil in den kommenden Jahren weiter zu steigern.

Unsere neuen Verarbeitungsmaschinen in allen Werken besitzen zudem durchweg Farbwerke mit verringertem Farbvolumen. Hierdurch wird die Farbmenge, die nach dem Produktionsprozess auf der Druckwalze haften bleibt, reduziert.

Farben- und Leimverbrauch der THIMM Gruppe (in t)¹⁾



¹⁾ Im Farbenverbrauch sind auch Lacke enthalten.

Wasserverbrauch

THIMM benötigt in jedem Geschäftsbereich Wasser. Im Jahr 2013 waren es insgesamt rund 135.000 m³ nach 127.000 m³ im Vorjahr. Den Großteil verbrauchen Druck- und Wellpappeherzeugungsmaschinen sowie Sanitäranlagen. Insgesamt haben wir im Geschäftsbereich Verpackung deutlich mehr Wellpappe produziert als im Vorjahr. Ende des Jahres haben wir im Wellpappenwerk in Sibiu (Rumänien) zudem mit der Produktion von Wellpappe begonnen. Gleichzeitig haben diverse Baumaßnahmen an unterschiedlichen Standorten ebenfalls Wasser erfordert.

Unser Ziel ist es, den Wasserverbrauch an allen Standorten zu minimieren. Das gilt für Produktion und Verwaltung gleichermaßen.

THIMM Verpackung hat die Druckwerke in der Zentraldruckerei mit automatischen Klischeewaschanlagen ausgerüstet und spart auf diese Weise Wasser. Auch

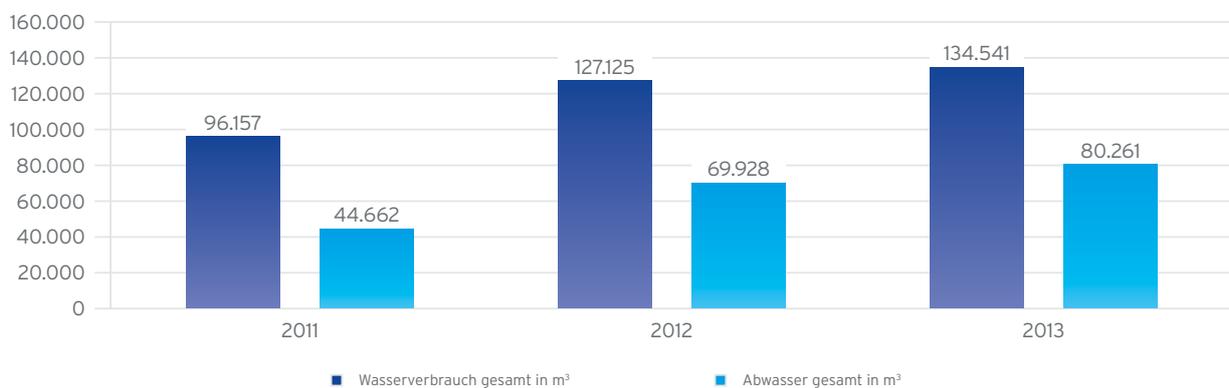
die neuen Wellpappenanlagen in Eberswalde und Tychy (Polen) werden durch modernste Technologien zu einem verhältnismäßig niedrigeren Wasserverbrauch für die Dampferzeugung im Produktionsprozess führen.

Gruppenweit wirken sich im Sanitärbereich Spar-Tasten und Bewegungsmelder an Handwaschbecken und Toiletten sehr positiv aus. Weitere Einsparungen im Sanitärbereich stehen in allen Geschäftsbereichen auf der Agenda.

Abwasser

Durch den Einsatz von Wasser produziert unser Unternehmen an allen Produktionsstandorten auch Abwasser. Im vergangenen Jahr waren es rund 80.000 m³. Auch hier begründet unser Wachstum den Anstieg gegenüber 2012.

Wasserverbrauch und Abwasser der THIMM Gruppe (in m³)¹⁾



¹⁾ Wasserverbrauchs- und Abwasserwerte des Standortes Nordhausen werden erst seit 2013 erhoben.

Das in Druckprozessen verunreinigte Wasser reinigen wir sorgfältig und leiten es anschließend in den öffentlichen Abwasserkreislauf. Gleiches gilt für den Produktionsprozess in den Wellpappefabriken. THIMM Verpackung plant, künftig Betriebswasser dem Produktionsprozess wieder zuzuführen und für die Leimherstellung zu nutzen. Entsprechende Tests hierzu laufen.

In Všetaty (Tschechien) haben wir im Herbst 2010 eine werkseigene Industriekläranlage installiert. Dort wird das Wasser gereinigt und in den öffentlichen Wasserkreislauf eingespeist. Diese Anlage macht die bisher durch die Randlage des Werkes notwendigen Abwassertransporte überflüssig. Das reduziert gleichzeitig unseren CO₂-Ausstoß.

Am Standort Castrop-Rauxel nahm THIMM Verpackung im Jahr 2000 eine Versickerungsanlage für Regenwasser in Betrieb. Sie leitet das Regenwasser vom Dach der Werkshalle zu einer Versickerungsfläche auf dem Werksgelände. Die Kanalisation wird entlastet und die Grundwasserbildung gefördert. Die Emscher Genossenschaft Lippe Verband zeichnete diesen aktiven Gewässerschutz mit dem Preis „Wasserzeichen“ aus. Dieses gelungene Konzept übertrug THIMM Verpackung 2013 auf sein Werk Alzey.

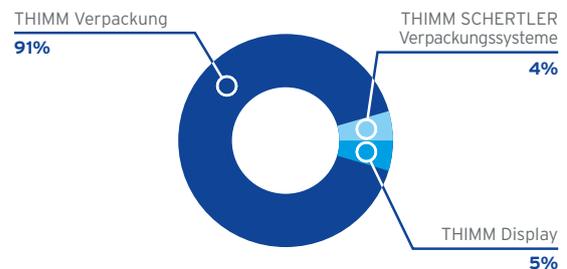
Bei THIMM Display am Standort Wörrstadt wird das Oberflächenwasser ebenfalls noch auf dem Werksgelände in Sickerteiche geleitet.

Abfall / Umgang mit Gefahrstoffen

In unserem Unternehmen fielen im vergangenen Jahr knapp 62.000 Tonnen Abfall an. Der Anstieg zum Vorjahr um 16 Prozent erklärt sich mit der Ausweitung der Produktion und diversen Baumaßnahmen an unterschiedlichen Standorten.

Mit rund 55.200 Tonnen entstand der Großteil bei THIMM Verpackung. Rund 55.000 Tonnen, also 99 Prozent, sind als ungefährliche Abfälle zu klassifizieren. Überwiegend handelt es sich dabei um Restwertstoffe, beispielsweise Papier und Holz. Lediglich 141 Tonnen zählen zu Gefahrstoffen, wie Säuren, Laugen oder Altöl. Diese werden bei uns umweltgerecht behandelt und entsorgt.

Abfallaufkommen der THIMM Gruppe 2013 nach Geschäftsbereichen (in %)



Abfallarten bei THIMM Verpackung (in t)

	2011	2012	2013
Ungefährliche Abfälle	43.755	47.551	55.042
<i>davon potenzielle Restwertstoffe</i>	43.080	46.930	54.348
Gefährliche Abfälle	224	119	141

Gefahrstoffe fallen in der Produktion aufgrund von Wartung und Instandhaltung der Anlagen an. Das Management von THIMM Verpackung hat Prozesse eingeführt, um den sachgerechten Umgang mit diesen Materialien, den Schutz der Beschäftigten und die Entsorgung gemäß der „Verfahrensanweisung Gefahrstoffe“ zu überwachen. Diese beruht auf aktuellen deutschen und europäischen Rechtsvorschriften. THIMM Display entsorgt gefährliche Stoffe, wie Altöle, Altlacke, Filmentwickler, Leuchtstoffröhren und ÖlfILTER über ein externes Ingenieurbüro für betrieblichen Umweltschutz. Bei THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme entstehen keinerlei Gefahrstoffe, sämtliche Produktionsabfälle werden zudem durch zertifizierte Unternehmen entsorgt.

Unser Ziel ist es, das Abfallvolumen der gesamten Gruppe zu reduzieren. Ein Beispiel liefert THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme an den Standorten Neuburg a.d. Donau und Bremen. Dort komprimieren vollautomatisierte Schaumabfallpressen - jeweils eine für weiße und eine für farbige Reste - den großvolumigen Produktionsabfall. Das führt zu einer Verbesserung unserer betriebsinternen Prozesse. Zum anderen reduzieren wir durch diese Investition insbesondere Transportvolumen. Das spart Kosten und senkt den CO₂-Ausstoß.

Produktionsprozesse und eingesetzte Technologien

In den vergangenen Jahren haben wir unsere Fertigungstechnologien kontinuierlich modernisiert. Neue Wellpappenanlagen im Geschäftsbereich Verpackung in Castrop-Rauxel, Alzey, Northeim, Eberswalde und Tychy (Polen) sowie Investitionen in den Weiterverarbeitungsbereich, die innerbetriebliche Logistik und Automation sowie die Expansion in neue Gebäude und die Optimierung von Abläufen führten neben einer Kapazitätssteigerung auch zu einer deutlich höheren Effizienz im Produktionsprozess.

Diese moderne Ausstattung birgt auch verbesserte Verbrauchswerte. Gleichzeitig wurde mit dem Ausbau der Standorte in Castrop-Rauxel, Alzey und Eberswalde die Bestückung der Wellpappenanlagen mit Rohpapier neu konzipiert. Diese werden direkt aus dem Papierlager, also quasi „durch die Wand“, an die Wellpappenanlagen geliefert, so dass der werksinterne Staplerverkehr deutlich reduziert werden konnte. Am tschechischen Standort Všetaty wurde ein neues Dampf- und Kondensatsystem integrierter.

THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme verbesserte am Standort Nordhausen das Warenflusskonzept. Durch eine Neuordnung der Materialströme und eine veränderte Anordnung der Maschinen wurde der innerbetriebliche Transport optimiert. Weiterhin wurde mit dem Aufbau eines neuen Standortes am Duisburger Hafen die Strategie umgesetzt, große Kunden bei ihren Wachstumsplänen auch geografisch effektiv zu begleiten.

Vor Ort versorgen wir den Automobilhersteller Audi mit Verpackungen für den Export von Fahrzeugen. Die Nähe zum Kunden vereinfacht unsere Kapazitätsplanung und reduziert Lieferzeiten und -wege. Auch mit dem neuen Werk in Bremen setzen wir die Schwerpunkte auf kürzere Transportwege und mehr Flexibilität in den Prozessen. Während in Duisburg vorwiegend Behälter konfektioniert werden, verarbeiten wir in Bremen vorwiegend Polsterschäume für Verpackungslösungen aus verschiedenen Materialkombinationen. Künftig können wir den norddeutschen Markt mit diesen Produkten vor Ort versorgen, die bislang ausschließlich aus dem bayrischen Werk in Neuburg geliefert wurden. Durch die annähernd gleiche Ausstattung der Standorte in Bremen und Neuburg können die Auftragsbearbeitung künftig noch besser gesteuert und Kapazitäten optimaler geplant werden. All das führt dazu, dass durch den geringeren Lkw-Transportaufwand auch Ressourcen eingespart werden.

THIMM Display nutzt ein neues Leim-Aufschäumungsverfahren, das den Leimverbrauch in der Kaschieranlage um bis zu 40 Prozent reduziert. Außerdem wirkt sich die PSO-Zertifizierung nach ISO 12647 im Druckbereich positiv aus. Das PSO-Zertifikat bescheinigt eine erhöhte Sicherheit und Transparenz von der Datenannahme bis zum fertigen Druckprodukt. Eine neue Kaschieranlage und eine Stanzmaschine mit Nutzentrennung reduzieren Prozesslaufzeiten. Ein neues Druckluft-Steuerungssystem reduzierte zudem den Energieverbrauch von 2007 bis 2011 um 17,5 Prozent.

Energieeffizienz

Energie ist einer der wichtigsten Faktoren für unsere Produktion. Wir wollen mit diesem knappen und teuren Gut äußerst sparsam umgehen und gleichzeitig den Schadstoffausstoß minimieren – ohne die Versorgungssicherheit für unsere Kunden zu gefährden.

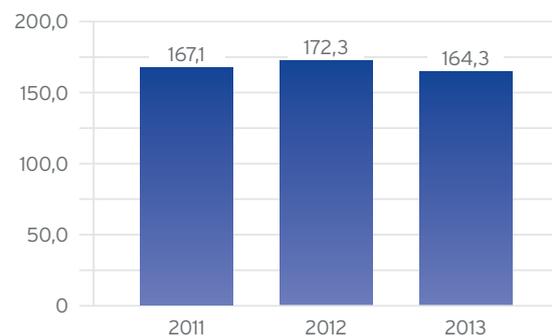
Innerhalb der THIMM Gruppe hat das Energiemanagement von THIMM Verpackung Deutschland den höchsten Reifegrad. Es wurde 2012 eingeführt. Die Zertifizierung des Energiemanagements nach ISO 50001 zeigt unser Streben nach kontinuierlicher Verbesserung.

Energiebedarf

Gruppenweit nutzten Produktion und Verwaltung im Jahr 2013 circa 125.000 MWh Energie. Obwohl wir gewachsen sind und unsere Produktion ausgeweitet haben, ist der Bedarf auf Jahressicht nur marginal gestiegen.

THIMM Verpackung modernisierte im vergangenen Jahr Heizsysteme in Büro- und Sozialgebäuden, modernisierte den Maschinenpark weiter und tauschte z. T. gasbetriebene Dampfkessel und Beleuchtung aus. Diese Maßnahmen zeigen Wirkung: Der Energie-

Gesamtenergieverbrauch bei THIMM Verpackung
(in MWh pro produzierte 1 Mio. m²)



verbrauch pro eine Mio. produzierte Quadratmeter Wellpappe sank von rund 167,1 MWh im Jahr 2011 auf 164,3 MWh im Jahr 2013.

Bis 2018 will THIMM Verpackung den Energieverbrauch um mindestens 10 Prozent gegenüber 2013 senken. Folgende Maßnahmen sollen dazu beitragen:

Optimierung und Ausbau des Energiemanagementsystems

- » Konsequente Umsetzung der Ergebnisse von Audits und Managementreviews
- » Einbindung aller Mitarbeiter, um das System zu einem gelebten Managementsystem zu entwickeln
- » Ausschöpfung aller Energieeinsparpotenziale

Erneuerung der Maschinen- und Anlagentechnik

- » Einsatz bei elektrischen Antrieben mit Frequenzumformern oder Ersatz durch energiesparende Motoren
- » Druckluftsysteme flexibel betreiben (Druckstufen senken, Leckageverluste vermeiden, Leistung anpassen)

Einsatz eines Energiemonitoringsystem

- » transparente Visualisierung des Energieverbrauchs
- » Zuordnung des Energieverbrauchs zu Verursachern und Kostenstellen
- » Ermittlung von verborgenen Energieverbrauchern
- » Erstellung von Bedarfsprognosen
- » kurzfristige Eingriffsmöglichkeit (bei unzulässig steigendem Energieverbrauch)
- » Zugriffskontrolle und Protokollierung der Auslesung von Lastgangprofilen

Einsatz Erneuerbarer Energien sowie Abwärmenutzung aus der Produktion

- » Es ist geplant, die Möglichkeiten des Einsatzes von erneuerbaren Energien wie z.B. Wärmepumpen, Blockheizkraftwerke (BHKW) und Solaranlagen zu prüfen und umzusetzen.
- » Weiterhin wollen wir die bei der Produktion entstehende Abwärme als nutzbare Energie zurückgewinnen.

THIMM Display will im laufenden Jahr das Energiemanagementsystem einführen und strebt anschließend die Zertifizierung nach ISO 50001 an.

Energieeffiziente Gebäude

Wir wollen unseren Energieverbrauch auch durch energieeffiziente Gebäude senken. Dabei orientieren wir uns an den modernsten Baustandards. Unser Verwaltungsgebäude in Northeim beispielsweise wird mit der Abwärme aus der Wellpappenanlage geheizt.

Das neue Bürogebäude in Eberswalde verfügt über eine Wärmepumpe zur Abwärmenutzung. Im rumänischen Sibiu nutzen wir die Abwärme des Dampfkessels zur Heizung der Produktionshalle und zur Warmwasserbereitung.

Die Heizung der gemieteten Gebäude von THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme in Nordhausen wird über eine Pumpe mit Erdwärme gespeist. Bis zu einer Temperatur von null Grad Celsius wird dort ohne Gas, Strom oder Kohle geheizt. Die Heizungsanlage am Fertigungsstandort im Duisburger Hafen ist so konzipiert, dass nur die Arbeitsplätze und nicht die gesamte Halle geheizt werden.

Auf den Dächern der gemieteten Produktionsgebäude des Geschäftsbereiches THIMM Display am Standort Wörrstadt sind Solarmodule installiert. Sie liefern 8 bis 10 Prozent der benötigten Energie. Die 2013 in Betrieb genommene neue Kaschierhalle wurde zudem nach energieeffizienten Gesichtspunkten errichtet. In der Zukunft werden alle Neubauten verstärkt auch unter Berücksichtigung energieeffizienter Kriterien geplant und realisiert.

THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme will in Nordhausen die Heizstrahler aus der Produktionshalle entfernen und die Wärme aus der Abfallanlage nutzen. Außerdem ist eine Beleuchtung mit einem höheren Wirkungsgrad geplant.

THIMM Display in Wörrstadt stattet eine Stanz- und Klebehalle mit einer neuen Wärmetausch-Belüftungsanlage aus.

Logistik

Wir verfolgen das Ziel, unsere Lieferkette nachhaltig auszurichten. Das bedeutet, dass wir auch Logistikprozesse umweltfreundlich gestalten und sukzessive Umwelt- und Sozialstandards in unsere Beschaffungs- und Beschaffungsprozesse integrieren. Logistikdienstleister, die ihre Managementsysteme internationalen Standards anpassen, nehmen wir bevorzugt unter Vertrag.

Transportströme und Transportmittel

Die THIMM Gruppe wickelt 96 Prozent aller anfallenden Transporte per Lkw ab. Bei THIMM Verpackung betrifft dies mehr als 98 Prozent aller Lieferungen. Der Rest verteilt sich auf Bahn und Schiff. THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme setzt ausschließlich auf den Straßentransport. Bei THIMM Display werden jeweils 2 Prozent aller Transporte per Schiff oder Flugzeug abgewickelt. Altpapierbasierte Papiere, Stärkeleime und Lademittel beschaffen die Geschäftsbereiche Verpackung und Display zum größten Teil aus Deutschland bzw. regionalen Märkten. Darüber hinaus werden Primärfaserpapiere und Frischfaserkarton vor allem aus Skandinavien geliefert. THIMM SCHERTLER Ver-

packungssysteme bezieht Paletten aus Tschechien, Leim aus der Schweiz und Polsterschäume aus Italien, Polen und Belgien.

Den Großteil unserer Produkte, insbesondere im Geschäftsbereich Verpackung, liefern wir in einem Umkreis von rund 300 km direkt an unsere Kunden oder Konsignationslager - Warenlager von Lieferanten oder Dienstleistern - aus. Unsere Fertigprodukte von THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme und THIMM Display verkaufen wir hauptsächlich in Deutschland und Europa, nur in einigen Fällen auch weltweit. THIMM Verpackung nutzt für die Tourenplanungen eine Kapazitätsmanagementsoftware. Bei der Wahl der Transportdienstleister entscheidet neben dem Preis insbesondere die Einhaltung von Umweltstandards.

Energieverbrauch der THIMM Gruppe (in MWh)

	2011	2012	2013
Gesamtenergieverbrauch ^{1) 2)}	114.876	119.131	125.021
Direkter Energieverbrauch	62.791	68.367	70.223
<i>Erdgasverbrauch</i>	62.058	67.666	69.144
<i>Heizölverbrauch</i>	8	17	17
<i>Kohleverbrauch</i>	725	684	1.062
Indirekter Energieverbrauch ³⁾	51.890	50.547	54.223
<i>Stromverbrauch</i>	35.604	36.835	39.057

¹⁾ Direkter und indirekter Energieverbrauch addieren sich nicht zum Gesamtenergieverbrauch auf, da der Standort Sibiu (Rumänien) lediglich den Gesamtenergieverbrauch und keine Differenzierung in direkten und indirekten Energieverbrauch angeben konnte.

²⁾ Standort Ludwigsburg; 2013 nur Schätzwerte.

³⁾ Die Differenz zwischen Stromverbrauch und indirektem Energieverbrauch entsteht durch die Angaben des Standorts Tychy (Polen), der Wasserdampf nicht am Standort produziert, sondern von einem Anbieter bezieht.

Die Logistikdienstleister unseres größten Geschäftsreiches setzen nur Lkw der Euro 5-Norm ein. Angestrebt wird der ausschließliche Einsatz von Fahrzeugen entsprechend der Euro 6-Norm.

Optimierung der Transportwege und der Auslastung

Grundsätzlich wollen wir Transportwege durch kundennahe Standorte so kurz wie möglich gestalten. Im Oktober 2011 beteiligte sich THIMM Verpackung daher mehrheitlich an einer Wellpappenfabrik in Tychy (Polen). Der Standort fügt sich sowohl geographisch als auch technisch optimal in das bestehende Produktionsnetzwerk ein. Ab 2014 wird der Geschäftsbereich zudem um ein Wellpappenwerk in Unterschleißheim ergänzt. Weitere Beispiele für die Erweiterung unserer geographischen Abdeckung im Berichtsjahr sind die

neuen Standorte von THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme in Bremen und Duisburg sowie THIMM Display in Essen.

Die Ergänzung unseres geografischen Netzwerkes ist Teil unserer Wachstumsstrategie und gibt unseren Kunden und uns mehr Flexibilität bei gleichzeitig höherer Versorgungssicherheit.

In der THIMM Gruppe achten wir bei der Beschaffung darauf, dass wir keine halbvollen Lkw ordern, sondern möglichst das gesamte Transportvolumen ausschöpfen. Dafür verbessern wir auch unsere Planungsabläufe weiter, so dass unsere Produkte termingerecht zur Verladung bereitstehen und kein Laderaum verschenkt wird.

Erfüllungsgrad des Code of Conduct für Lieferanten nach Geschäftsbereichen

	Beschaffungsvolumen in Mio. Euro	Anteil der Lieferanten am Beschaffungsvolumen, die den Code of Conduct...		
		... akzeptiert haben. ¹⁾	... bis jetzt nicht unterzeichnet haben.	... noch nicht kennen.
THIMM Verpackung	194,5	92%	1%	7%
THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme	74,8	82%	16%	2%
THIMM Display	19,7	85%	9%	6%
THIMM Gruppe	289,0	89%	5%	6%

¹⁾ Der Großteil der Lieferanten hat den THIMM Code of Conduct für Lieferanten ohne Einschränkungen akzeptiert. Einige Lieferanten haben Einschränkungen getroffen oder unterzeichneten den Code of Conduct nicht, da ein eigener Code of Conduct vorliegt. Diese Lieferanten sind hier ebenfalls enthalten.

Nachhaltigkeit in der Lieferkette

Wir fordern auch unsere Lieferanten und Dienstleister dazu auf, Nachhaltigkeit in ihren Unternehmen umzusetzen und soziale und ökologische Standards zu erfüllen. Alle Lieferanten durchlaufen eine THIMM-interne Bewertung. Je nach Einstufung führen wir daraufhin regelmäßige Audits durch und stehen mit den jeweiligen Lieferanten in einem kontinuierlichen Kontakt. Art und Umfang der Prüfung sind abhängig vom Einfluss des zugelieferten Produkts auf die Sicherheit der Mitarbeiter, die Umwelt und den Produktionsprozess. Die Auswertungen werden in Datenbanken festgehalten.

Code of Conduct für Lieferanten

Um unserer Verantwortung als Auftraggeber gerecht zu werden, hat die THIMM Gruppe im Jahr 2012 einen Code of Conduct für Lieferanten formuliert und verabschiedet. 2013 haben wir die Einführung des Lieferanten Code of Conduct systematisch vorangetrieben. Die Mehrheit unserer wichtigsten Lieferanten hat diesen bereits unterzeichnet. Zum Stichtag des Berichtsjahres lag der Erfüllungsgrad bei rund 89 Prozent des Einkaufsvolumens, d. h. die jeweiligen Lieferanten haben den Kodex voll oder mit Einschränkungen akzeptiert oder verfügen über ein entsprechendes eigenes Dokument. Bemessen am Einkaufsvolumen kennen lediglich rund 6 Prozent unserer Lieferanten den Code of Conduct bisher nicht. Sie werden sukzessive angeschrieben. Sanktionen, die in dem Kodex genannt sind, haben wir bislang nicht verhängt.

Lieferantenauswahl und -bewertung

In der THIMM Gruppe stimmen sich die Geschäftsbereiche bei der Auswahl und der Bewertung der Lieferanten eng mit dem Qualitätsmanagement ab. An unseren deutschen Standorten entwickeln wir einmal im Jahr gemeinsam Pläne für die Auditierung unserer Lieferanten. Wir planen, diese Vorgehensweise künftig auch in den ausländischen Niederlassungen einzuführen.

Ausblick

Für das laufende Jahr haben wir uns Ziele mit Augenmaß gesetzt und arbeiten kontinuierlich daran, die Ressourceneffizienz zu erhöhen. Das Management plant Investitionen für unterschiedliche Projekte.

Unsere Mitarbeiter unterstützen dieses Engagement. Sie schlagen ebenfalls Prozessverbesserungen vor. Um dieses Potenzial voll auszuschöpfen, haben THIMM Verpackung und THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme zunächst für ihre jeweils deutschen Standorte ein Sammelsystem für Ideen zur kontinuierlichen Verbesserung im Unternehmen eingeführt.

THIMM Display plant für das Jahr 2014, an dem Standort Wörrstadt das Umwelt- und Energiemanagement nach ISO 14001 und ISO 50001 einzuführen und zertifizieren zu lassen.



Soziales:

Handlungsfeld Mitarbeiter

Strategie und Managementansatz

Unsere Mitarbeiter sind der Garant für zufriedene Kunden und den langfristigen Erfolg des Unternehmens. Entsprechend unserer Führungsphilosophie leben wir die Werte Entwicklungsbereitschaft, Leistungsorientierung und Wertschätzung.

Die Zahlen der letzten Jahre belegen, dass wir unsere strategischen Ziele - Wachstum und Internationalisierung - bisher erfolgreich umsetzen konnten. THIMM ist nicht nur mit Blick auf den Umsatz kontinuierlich gewachsen. Das Wachstum der THIMM Gruppe schlug sich auch in deutlich gestiegenen Mitarbeiterzahlen nieder. Das Unternehmen beschäftigte per 31. Dezember 2013 insgesamt 2.466 Mitarbeiter (2012: 2.195) an seinen Standorten im In- und Ausland. In Deutschland sind 157 Stellen hinzugekommen. 50 Prozent davon resultieren aus dem Zukauf des Displaywerkes in Essen (78 Mitarbeiter). Die andere Hälfte sowie weitere 114 Arbeitsplätze an den ausländischen Produktionsstandorten sind auf organisches Wachstum

zurückzuführen. Das Personalmanagement erfolgt dezentral in den einzelnen Geschäftsbereichen. Dort steuern und organisieren voneinander unabhängige Personalabteilungen die Gewinnung und Betreuung unserer Mitarbeiter und Führungskräfte. Die Verantwortung für die jeweilige Personalstrategie obliegt ebenfalls den Personalleitern der Einzelgesellschaften. Sie berichten an die Geschäftsführung des jeweiligen Geschäftsbereiches. In regelmäßigem Turnus trifft sich dieser Kreis, um sich über mögliche gruppenübergreifende Personalthemen auszutauschen und sich mit Trend- und Zukunftsthemen auseinanderzusetzen.

Zwei Themenfelder werden zentral gesteuert: Die Führungskräfteentwicklung („Leadership“) und die Ausbildungsstrategie. Die Führungskräfteentwicklung liegt in den Händen der Gruppengeschäftsleitung, die dabei vom Personalbereich THIMM Verpackung unterstützt wird. Die Verantwortung für eine gruppenübergreifende Ausbildungsstrategie wird vom Bereich Corporate Affairs wahrgenommen, der an die Gruppengeschäftsführung berichtet. Im Austausch mit den Personal- und Ausbildungsverantwortlichen der Geschäftsbereiche werden hier qualitative und quantitative Ziele der Ausbildung definiert, Grundlagen und anforderungsgerechte Bausteine des Ausbildungskonzeptes entwickelt, der Wissensaustausch gefördert sowie Weiterbildungsmaßnahmen der Ausbilder angestoßen.

Unternehmenskultur und Arbeitgebermarke

Entsprechend unserer Führungsphilosophie leben wir die Werte Entwicklungsbereitschaft, Leistungsorientierung und Wertschätzung. Ziel des Managements ist es, jeden Mitarbeiter individuell bedarfsorientiert zu fördern und effiziente Teams zu organisieren. Um ein verantwortungsvolles Miteinander leben zu können, haben wir Ende 2011 einen Verhaltenskodex (Code of Conduct) formuliert, der unsere seit 65 Jahren gelebte Unternehmenskultur widerspiegelt. Der Kodex unterstützt unser Streben, im beruflichen Alltag fair und respektvoll miteinander umzugehen und korrekt zu handeln. Im ersten Schritt wurden die Führungskräfte mit den darin formulierten Grundsätzen vertraut gemacht, die Inhalte diskutiert, Fragen beantwortet und die Basis geschaffen für die sukzessive Einführung. Diese erfolgte anschließend in den einzelnen Abteilungen und Geschäftsbereichen in Präsentations- und Diskussionsrunden durch die Führungskräfte mit ihren Mitarbeitern. Seit Frühjahr 2013 ist der Code of Conduct allen Mitarbeitern bekannt und seither fester

Strategische Ziele im Handlungsfeld Mitarbeiter:

- die Leadership-Werte Entwicklungsbereitschaft, Leistungsorientierung und Wertschätzung leben
- ein gesundheitsförderliches Umfeld gestalten und Sicherheitsrisiken minimieren
- maßgeschneiderte Aus- und Weiterbildungskonzepte umsetzen und weiterentwickeln
- Vielfalt und Chancengleichheit fördern
- Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben ermöglichen
- herausfordernde Aufgaben bieten und Mitarbeiteridentifikation unterstützen

Bestandteil der Einarbeitungsprogramme für neue Mitarbeiter. Weitere Informationen hierzu sind im Bereich Markt verfügbar.

Zur klaren Positionierung des Unternehmens als Arbeitgeber haben wir im Jahr 2013 eine Arbeitgebermarke entwickelt. Diese fußt auf unserer Unternehmensmarke, den Leadership-Werten, unserer Nachhaltigkeitsstrategie und dem Code of Conduct. Ziel der Arbeitgebermarke ist es, eine noch stärkere Identifikation unserer Mitarbeiter mit dem Unternehmen zu schaffen und gleichzeitig neue Mitarbeiter zu gewinnen, die sich durch unser Werte- und Leistungsprofil angesprochen fühlen.

Die verschiedenen Bausteine unserer Personalarbeit füllen die Arbeitgebermarke mit Leben: Herausfordernde Aufgaben und maßgeschneiderte Personalentwicklungsprogramme, bei denen Aus- und Weiterbildung einen hohen Stellenwert haben, zählen ebenso dazu wie Arbeitsschutz, die Gestaltung eines gesundheitsförderlichen Arbeitsumfeldes, Chancengleichheit, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie die Vorsorge für das Alter und entsprechende Entlohnungssysteme.

Unser Anspruch ist es, mit Nutzen stiftenden Leistungen und intelligenten, qualitativ hochwertigen Produkten zu den Vorreitern der Branche zu gehören. Jeder Mitarbeiter trägt seinen Teil dazu bei, denn die innovativen Verpackungslösungen der THIMM Gruppe sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer internen Prozesse entstehen aus den Ideen unserer Beschäftigten und ihrer Bereitschaft, immer wieder neue Herausforderungen anzunehmen.

Herausforderungen, Risiken, Chancen

Um auch künftig wachsen zu können, widmen wir dem demografischen Wandel und dem Fachkräftemangel in unserer Gesellschaft große Aufmerksamkeit. Diese Entwicklung ist überall spürbar und lässt auch unsere Mitarbeiter in ihrer Gesamtheit älter werden. In vielen Industrienationen, vor allem in Deutschland, sind Fachkräfte rar. Deshalb gilt es einerseits, eine langfristige Personalpolitik zu etablieren, die den Ansprüchen eines altersgerechten Arbeitens genügt. Darüber hinaus müssen wir junge Talente ausbilden und neue Mitarbeiter mit Verpackungs-Know-how gewinnen. Einige Fachpositionen können wir nur aus unseren eigenen Reihen besetzen, weshalb interner Qualifizierung sowie Aus- und Weiterbildung zentrale Rollen zukommen.

Auch an unseren Auslandsstandorten in Tschechien, Rumänien und Polen haben Mitarbeitergewinnung, -bindung und -qualifizierung elementare Bedeutung, um die Deckung des Personalbedarfs sicherzustellen sowie kontinuierlich das Verpackungs-Know-how der Fachkräfte zu steigern.

Bei den genannten 2.466 Mitarbeitern handelt es sich um Vollzeitäquivalente. Alle übrigen Mitarbeiterkennzahlen, die im nachfolgenden Textverlauf dargestellt werden, sind Kopfzahlen bzw. basieren auf Kopfzahlen (sofern nicht anders vermerkt). Alle Standorte, die 2013 entstanden sind (Bremen, Duisburg, Essen), sind noch nicht in den Kennzahlen enthalten. Dies gilt auch für den Standort in Chotětov (Tschechien) sowie die geringfügig beschäftigten Mitarbeiter am Standort Wörrstadt. Neue Standorte werden jeweils im Jahr nach der Inbetriebnahme bzw. nach dem Zukauf in die Kennzahlenerfassung aufgenommen und in der Berichterstattung abgebildet.

Mitarbeitergewinnung und -bindung

Um weiter zu wachsen, benötigen wir engagierte und qualifizierte Mitarbeiter. Diese zu finden und zu halten, ist eines unserer großen Ziele. Die Entwicklung der Arbeitgebermarke ist ein wichtiger Schritt bei der Identifikation geeigneter Personalmarketingmaßnahmen sowie bei der Weiterentwicklung unseres Personalkonzeptes zur Steigerung unserer Attraktivität als Arbeitgeber. Ein motivierender Führungsstil, ein gutes Arbeitsklima, moderne Arbeitsplätze und gute Arbeitsbedingungen haben dabei einen ebenso hohen Stellenwert wie anforderungs-, leistungs- und marktgerechte Vergütung und ein sicherer Arbeitsplatz.

Mitarbeiterzufriedenheit

Unser Ziel, die Mitarbeiterbindung zu stärken, zeigt sich auch in der Gestaltung unserer Arbeitsverhältnisse. Mit 92 Prozent war der überwiegende Teil unserer Mitarbeiter im Jahr 2013 unbefristet für uns tätig. Im Vorjahr waren es 91 Prozent.

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit unserer Mitarbeiter lag in den letzten drei Jahren konstant bei etwa 10 Jahren.

Die 2012 durchgeführte Mitarbeiterbefragung bei THIMM Verpackung, THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme, THIMM Display und THIMM Consulting lieferte erfreuliche Ergebnisse und ist gleichzeitig ein Ansporn: Ihre Erwartungen an uns als Arbeitgeber „voll und ganz“ beziehungsweise „weitgehend“ erfüllt sahen zwischen 77 und 81 Prozent der Mitarbeiter. THIMM als Arbeitgeber steht bei ihnen vor allem für Arbeitsplatzsicherheit, Kollegialität/Teamarbeit, Wachstum, Kundenorientierung, Wohnortnähe, Wachstum und Veränderung. Im Abgleich der persönlichen Erwartungshaltung an ihren Arbeitgeber generell und an THIMM im Speziellen sehen die Mitarbeiter insbesondere die Aspekte

Eigenverantwortung und flexible Arbeitszeiten in ihrer beruflichen Praxis sowie attraktive Produkte, Markterfolg und Image des Unternehmens als besonders gut erfüllt und zeigen sich damit sehr zufrieden. Optimierungspotenzial sahen unsere Mitarbeiter vorwiegend im Bereich Vergütung und Kommunikation. Alle genannten Punkte liefern uns wichtige und gute Ansatzpunkte, um kontinuierlich an unserer Attraktivität als Arbeitgeber zu arbeiten. Die Ergebnisse dieser Arbeit dokumentieren wir unter anderem in diesem Bericht.

Unser Personalkonzept am tschechischen Standort in Všetaty wurde sowohl 2012 als auch 2013 mit der Auszeichnung „Bester Arbeitgeber der Region Mittelböhmen“ gewürdigt. Das Wellpappenwerk hatte an dem Wettbewerb „Sodexo - Arbeitgeber des Jahres“ teilgenommen.

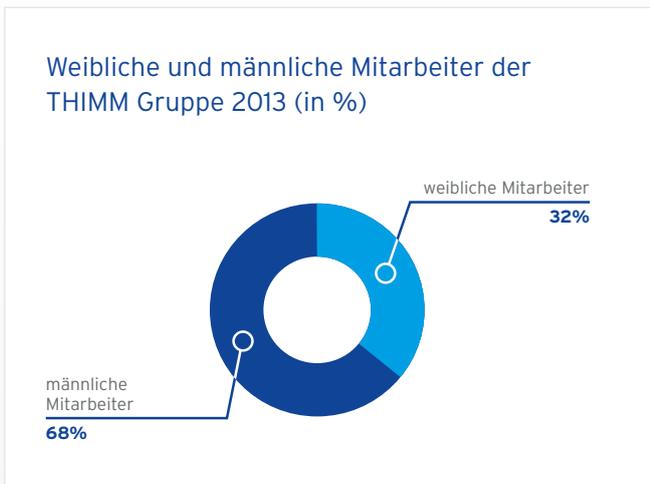
Vielfalt und Fairness

Menschen bei THIMM agieren in der verlässlichen Kultur unseres Familienunternehmens. Unsere Werte machen uns zu einem Arbeitgeber, der Individualität, Persönlichkeit und Ideenreichtum seiner Mitarbeiter wahrnimmt, fördert und wertschätzt. Wir ermöglichen jedem einzelnen Mitarbeiter, im Rahmen seiner Tätigkeit Verantwortung zu übernehmen.

Außerdem unterstützen wir unsere Mitarbeiter bei der Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben und bieten für jeden Altersabschnitt – von der Berufsausbildung bis zur Berentung – spezielle Lösungen. Zum anderen wirken wir Diskriminierung aufgrund von Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion oder sexueller Orientierung an allen Standorten entgegen. Entsprechend ist dies auch in unserem Mitarbeiter Code of Conduct festgeschrieben. Wir erleben Vielfalt und Fairness als Chance und Erfolgselement.

Unsere Mitarbeiter stammen aus 26 unterschiedlichen Ländern. 3 Prozent unserer Beschäftigten sind Menschen mit Beeinträchtigungen.

Die Geschlechterverteilung stellt sich 2013 wie folgt dar:



THIMM fördert an allen Standorten altersgemischte Teams, weil sie bessere Arbeitsergebnisse erzielen als Teams, die nur aus jungen oder ausschließlich aus älteren Mitarbeitern bestehen. Der demografische Wandel verlangt hier von uns besondere Anstrengungen, um vor allem junge Mitarbeiter für unsere Branche zu begeistern. Gegenwärtig sind 49 Prozent unserer Beschäftigten 40 Jahre und älter.

THIMM strebt auch im Management eine ausgeglichene und leistungsgerechte Alters- und Geschlechterstruktur an. Wir wollen ältere Mitarbeiter binden und den Frauenanteil erhöhen. Gegenwärtig schwankt der Anteil weiblicher Führungskräfte je nach Standort. Gruppenweit lag er 2013 bei rund 16 Prozent nach rund 14 Prozent im Jahr 2011. Mitarbeiter, die sich aufgrund von Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion oder sexueller Orientierung diskriminiert fühlen, können sich an Vorgesetzte, Mitarbeiter der Personalabteilungen, Betriebsräte oder externe Ombudsleute wenden.

Ausbildung

Eine unserer wichtigsten gesellschaftlichen Aufgaben ist die Ausbildung junger Menschen. Das Unternehmen bildet bereits seit den 60er Jahren aus und hat in dieser Zeit auch die Entwicklung des Berufsbildes Verpackungsmittelmechaniker mit initiiert und begleitet.

Im Berichtsjahr wurden in Deutschland 108 Auszubildende (Vorjahr: 107) in den sieben Ausbildungsberufen Packmitteltechnologe, Medientechnologie Druck, Elektroniker für Betriebstechnik, Mediengestalter, Industriemechaniker, Fachinformatiker Systemintegration und Industriekaufmann sowie Studenten im dualen Studiengang zum Bachelor of Arts in Business Administration ausgebildet. Gemessen an solchen Arbeitsplätzen, für die eine abgeschlossene Ausbildung notwendig ist, lag die Ausbildungsquote auch im Jahr 2013 konstant bei 9,8 Prozent.

Wir sind bestrebt, alle Auszubildenden nach bestandener Prüfung in ein Arbeitsverhältnis zu übernehmen. In den letzten Jahren lag die Übernahmequote zwischen 80 und 90 Prozent.

An unseren ausländischen Standorten findet bislang keine Ausbildung im Sinne des dualen Berufsausbildungssystems wie in Deutschland statt. Das liegt vor allem daran, dass in Tschechien und Polen überwiegend schulische Berufsausbildungssysteme gängig sind. Rumänien arbeitet seit 2012 an einer Berufsausbildung nach deutschem Vorbild.

Wir beobachten diese Entwicklung weiterhin mit großem Interesse. Sobald es das Berufsbildungssystem der Länder zulässt und unsere Standorte vor Ort entsprechenden Bedarf definieren, werden wir mögliche Kooperationen mit Schulen und das Angebot von Betriebspraktika prüfen und bedarfsorientiert einführen.

Weiterbildung

Abgesehen von der Erstausbildung investiert die THIMM Gruppe auch in die kontinuierliche Fortbildung ihrer Mitarbeiter. Im vergangenen Jahr stieg die durchschnittlich aufgewendete Stundenzahl pro Mitarbeiter auf 15,1 Stunden nach 14,8 Stunden im Jahr 2012. Der Gesamtaufwand wurde mit knapp 840.000 Euro um 12 Prozent gesteigert.¹⁾

Darüber hinaus hat THIMM Verpackung an seinem tschechischen Standort 2011 mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm initiiert. Zwei Jahre lang bildeten wir dort unsere Beschäftigten in den Bereichen Informationstechnologie, Fremdsprachen und Hygienemanagement aus.

Für Mitarbeiter mit Führungspotenzial hat die THIMM Gruppe ein entsprechendes Führungsnachwuchsprogramm entwickelt. Ziel ist es, diese Mitarbeiter innerhalb von drei Jahren intensiv auf ihre Aufgaben vorzubereiten. Themenschwerpunkte sind Mitarbeiterführung, Projektleitung und Erfahrungsaustausch mit Vorgesetzten.

Zentrale Elemente der Führungsverantwortung sind die Leadership-Werte Wertschätzung, Leistungsorientierung und Entwicklungsbereitschaft. Diese sollen von allen Führungskräften verinnerlicht und gelebt werden. Hierzu finden regelmäßig gruppenübergreifende Führungskräfte trainings statt.

Unsere Führungskräfte sind angehalten, jeden Mitarbeiter individuell nach seinen Fähigkeiten einzusetzen und bedarfsorientiert zu fördern. Entwicklungspotenziale werden in regelmäßigen Feedback- und Entwicklungsgesprächen ermittelt.

Vergütung und betriebliche Altersvorsorge

Für unsere Entgeltpolitik gelten einheitliche Grundsätze: Die Vergütung erfolgt stellenanforderungsgerecht, leistungsgerecht und marktgerecht unter Berücksichtigung lokaler rechtlicher und – soweit vorhanden – tariflicher Regelungen. An Standorten ohne tarifliche Bindungen erhalten Mitarbeiter Löhne und Gehälter, die in Haustarif- oder anderen Verträgen festgelegt sind. Je nach Geschäftsbereich können Mitarbeiter Zusatzleistungen erhalten, deren jeweilige Ausgestaltung unterschiedlich definiert werden, die aber den Prinzipien unserer übergreifenden Entgeltpolitik folgen. In Handarbeitsbereichen, die keine qualifizierte Ausbildung erfordern, halten wir grundsätzlich die Mindestlohngrenze ein, die wir teilweise durch darüber hinausgehenden Leistungen erweitern. Bei der Gewährung von betrieblichen Leistungen behandeln wir Mitarbeiter in Voll- oder Teilzeit sowie Beschäftigte mit befristetem oder unbefristetem Arbeitsvertrag gleich.

Im Rahmen der betriebliche Altersvorsorge (BAV) zahlt THIMM seinen Mitarbeitern Zuschüsse. Die Form und Höhe einer Bezuschussung richtet sich nach den in den einzelnen Ländern geltenden Gepflogenheiten. Einzig in Rumänien ist dies aufgrund landesspezifischer Regelungen zur Vorsorge derzeit noch nicht der Fall.

Mitbestimmung

Die THIMM Gruppe legt großen Wert auf die Meinung der Mitarbeiter und beteiligt sie an unternehmerischen Entscheidungen. An allen in- und ausländischen Standorten arbeiten wir eng mit unseren Mitarbeitervertretungen zusammen. In den einzelnen Geschäftsbereichen gibt es zusätzlich zu den lokalen Betriebsräten einen Gesamtbetriebsrat. Übergeordnete Gruppenbelange nimmt der Konzernbetriebsrat wahr.

¹⁾ In den Zahlen zur aufgewendeten Stundenzahl ist THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme nicht enthalten.

Außerdem laden wir unsere Arbeitnehmervertreter zu formellen und informellen Treffen ein, wie zum Beispiel zu Abteilungssitzungen, Monats- und Wochenmeetings oder auch zu täglichen Zusammenkünften in der Produktion.

Wichtige Erkenntnisse für die Weiterentwicklung des Unternehmens zieht das Management auch aus Mitarbeiterbefragungen.

Life-Balance

Wir möchten unsere Mitarbeiter möglichst lange an uns binden und begleiten sie deswegen auch bei ihrer Lebensplanung. Wir fördern flexibles Arbeiten und ermöglichen Gleit- und Teilzeitregelungen. Wenn es das Geschäftsmodell zulässt, stellen wir Eltern von Kleinkindern unter unseren gewerblichen Mitarbeitern von der Schichtrotation frei und setzen sie ausschließlich in Frühschichten ein. So können sie am Nachmittag für ihre Kinder da sein. In einigen Geschäftsbereichen besteht zudem die Möglichkeit, zu Hause zu arbeiten. 2013 arbeiteten 95 Prozent aller Mitarbeiter in der THIMM Gruppe in Vollzeit. 5 Prozent nahmen unsere Teilzeitangebote wahr.

THIMM Verpackung bietet seit Mitte des Jahres 2014 zwei weitere Möglichkeiten an, die sich positiv auf die Life-Balance auswirken sollen: ein Sabbatical-Modell mit ein- bis dreimonatiger Freistellung bei angepasster Bezahlung und ein Wahlarbeitszeit-Modell. Letzteres bietet die Anpassung der lebenslangen Arbeitszeit durch eine zeitweise Reduzierung um bis zu 20 Prozent und ein Rückkehrrecht zur bisherigen Arbeitszeit.

Ideenmanagement

Dem Grundgedanken unserer Arbeitgebermarke folgend legen wir großen Wert auf die Ideen unserer Mitarbeiter. Viele ihrer Gedanken führen zu Verbesserungen interner Prozesse.

THIMM Verpackung hat zu diesem Zweck das Projekt „Ideen zur kontinuierlichen Verbesserung im Unternehmen“ (IKU) ins Leben gerufen. Die Mitarbeit und das Mitdenken aller sollen die betriebsinternen Prozesse verbessern, Umwelt- und Arbeitsschutz weiter steigern und die Zusammenarbeit in und zwischen allen Bereichen intensivieren. Auch bei THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme ist seit Jahren ein so genannter kontinuierlicher Verbesserungsprozess etabliert. THIMM Display plant, mittelfristig ebenfalls ein Ideenmanagement einzuführen.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung

Wichtige Elemente unserer Personalarbeit sind die Bereiche Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement. Unser Ziel ist es, die Sicherheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu fördern.

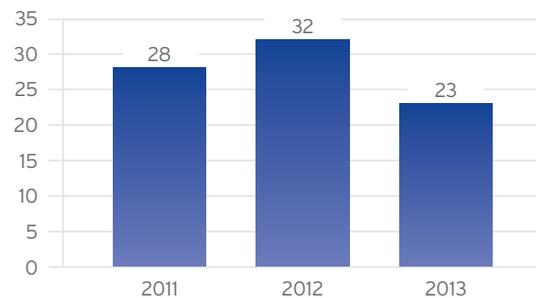
Arbeitssicherheit

Bei THIMM Verpackung ist das Thema Arbeitssicherheit zusammen mit dem Gesundheitsmanagement und der Produktionsphilosophie TPM (Total Productive Maintenance) der Werke etabliert. Seit 2012 ist der Geschäftsbereich nach OHSAS 18001: 2007 zertifiziert, das alle deutschen Werke einschließt. Die OHSAS 18001-Norm für Arbeitssicherheit verlangt, dass sich alle Wellpappenwerke einmal pro Jahr einer externen Überprüfung (Audit) unterziehen. Die nicht zertifizierten Standorte im Ausland führen alle zwölf Monate interne Sicherheitsaudits durch. THIMM Verpackung schult alle Mitarbeiter regelmäßig durch eigene Fach- und Führungskräfte, damit sie die Sicherheitsregeln kennen und einhalten können. Um den Schutz zu erhöhen, werden zudem Stolperstellen und ähnliche Unfallquellen systematisch identifiziert und beseitigt.

THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme und THIMM Display schulen ihre Mitarbeiter ebenfalls, steuern diesen Prozess aber durch externe Arbeitssicherheitsingenieure. Bei THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme schult der externe Experte die Mitarbeiter zu den Themen Arbeitssicherheit und Brandschutz und unterstützt die Werksleitung mit Vor-Ort-Prüfungen und Beratungsleistungen zu speziellen Fragestellungen. Bei THIMM Display sorgen neben dem externen Arbeitssicherheitsingenieur fünf ausgebildete Sicherheitsbeauftragte sowie ein Gefahrstoffbeauftragter für Umsetzung und Kontrolle der verschiedenen Maßnahmen.

Alle drei Monate tagen jeweils Arbeitssicherheitsausschüsse (ASA), an denen auch die externen Arbeitssicherheitsingenieure teilnehmen. Wichtigste Themen sind die Verhütung von Unfällen und die Minimierung von Sicherheitsrisiken. Im Jahr 2011 ereigneten sich pro 1.000 Mitarbeiter 28 Unfälle. 2013 sank die Zahl auf 23.

Anzahl der anzeigepflichtigen Arbeits- und Wegeunfälle je 1.000 Mitarbeiter¹⁾



¹⁾ Bezugsgröße für die Berechnung: Mitarbeiter in Vollzeitäquivalenten (FTE).

Gesundheitsförderung

Unsere Verantwortung sehen wir in der Gestaltung eines gesundheitsfördernden Arbeitsumfeldes. So achten wir darauf, dass die Arbeitsplätze zum Beispiel gut ausgeleuchtet sind und die ergonomischen Anforderungen erfüllt werden. Darüber hinaus haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, sich an zahlreichen Desinfektionsstellen in unseren Betriebsgebäuden die Hände zu reinigen.

Betriebsärzte an unseren deutschen Unternehmensstandorten bieten in definierten Sprechzeiten unterschiedliche Vorsorgeuntersuchungen wie zum Beispiel Sehtests an. An einzelnen Standorten werden auch Gripeschutzimpfungen durchgeführt. THIMM Display führt regelmäßige Gesundheitstage durch, im Rahmen derer sich Mitarbeiter rund um gesundheitsrelevante Themen informieren können. Darüber hinaus profitieren sie von Sonderkonditionen in lokalen Fitnessstudios, die THIMM Display im Rahmen von Kooperationen vereinbart hat.

THIMM Verpackung hat bereits ein systematisches Gesundheitsmanagement etabliert. Ziel ist es, die Mitarbeiter für den bewussten Umgang mit ihrer Gesundheit zu sensibilisieren. Zentraler Baustein sind regelmäßige Gesundheitstage. Seminare und Kursangebote ergänzen das Portfolio. Jeder Mitarbeiter erhält Anregungen und kann bei Bedarf gesundheitsfördernde Maßnahmen auswählen. THIMM Verpackung bietet seinen Beschäftigten darüber hinaus auf Kooperations-Basis ebenfalls Sonderkonditionen in lokalen Fitnessstudios. Führungskräfte und Teamleiter werden zum Thema „Führung und Gesundheit“ besonders geschult.

Ausblick

Abgeleitet aus unserer Wachstums- und Internationalisierungsstrategie entwickeln wir auch die Personalstrategie unserer Geschäftsbereiche weiter. Dabei gilt es, die speziellen Gegebenheiten der einzelnen Geschäftsmodelle mit ihren Standorten zu berücksichtigen und gemeinsame Managementansätze für die Herausforderungen im Tagesgeschäft zu definieren.

In Deutschland besteht eine der wichtigsten Aufgaben darin, unsere neuen Standorte Bremen, Duisburg, Essen und Unterschleißheim sowie deren Beschäftigte in die Unternehmensgruppe zu integrieren. Dies erfolgt Schritt für Schritt durch standortübergreifende, fachspezifische Arbeitsgruppen sowie Schulungen der neuen Kolleginnen und Kollegen im Führungskreis hinsichtlich der Führungsphilosophie.

Wir werden unser gruppenweites Weiterbildungsangebot ausbauen und noch stärker an den Bedürfnissen unserer Mitarbeiter ausrichten. Im laufenden Jahr wollen wir das bestehende Führungsnachwuchskräfte-Programm überarbeiten und ein Zwei-Jahres-Programm für Senior-Manager einführen.

Zudem ist eine weiterführendes Leadership-Modul geplant, das so genannte Peer-Coachings etablieren soll. Dabei sollen sich kleine Gruppen von Führungskräften auf gleicher Hierarchieebene über Geschäftsbereichsgrenzen hinweg in einem regelmäßigen Turnus in Führungsfragen austauschen, gegenseitig beraten und unterstützen.

Das Gesundheitsmanagement wollen wir in den nächsten Jahren ebenfalls weiterentwickeln und auf alle Geschäftsbereiche ausdehnen.



Soziales:

Handlungsfeld Gemeinwesen

Strategie und Managementansatz

Gesellschaftliches Engagement ist für die THIMM Gruppe fester Bestandteil ihres Selbstverständnisses und ein wichtiges Element ihrer unternehmerischen Verantwortung.

Wir arbeiten mit Verbänden, Organisationen und Initiativen zusammen. Durch Spenden und Sponsoring setzen wir gezielt auch finanzielle Mittel ein. Weiterhin kooperieren wir mit Institutionen im Bildungsbereich und fördern das ehrenamtliche Engagement unserer Beschäftigten.

Als angesehenes Mitglied der Gemeinschaft verbinden wir mit unseren Aktivitäten in diesen Bereichen konkrete Ziele: Wir wollen kontinuierlich mit Vertretern lokaler Gemeinden und überregional tätigen Fachverbänden zusammenarbeiten. Darüber hinaus möchten wir im Rahmen unserer Möglichkeiten das vielfältige ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter unterstützen. Unsere Spenden- und Sponsoringmaßnahmen wollen wir transparent und nach einheitlichen Grundsätzen leisten. Diese sind in unseren gruppenweit geltenden Richtlinien zu Spenden und Sponsoring

festgehalten. Die THIMM Gruppe hat die Richtlinien im Laufe des Jahres 2010 in Abstimmung mit allen Geschäftsbereichen erarbeitet und im Oktober 2010 kommuniziert.

Wir steuern unser gesellschaftliches Engagement nicht zentral. Über den Umfang und die Ausgestaltung einzelner Maßnahmen entscheidet grundsätzlich jeder Geschäftsbereich eigenständig. Mit Blick auf Spenden- und Sponsoringaktivitäten werden die Entscheidungen in der Regel durch die jeweilige Geschäftsleitung getroffen, teilweise auch durch die Werksleiter. Die Mitgliedschaft in Fachverbänden und die Übernahme von Ehrenämtern beschließen die Geschäftsführungen der jeweiligen Geschäftsbereiche ebenfalls selbst, zum Teil geschieht dies in enger Abstimmung mit ihren Fachabteilungen. Bei Entscheidungen hinsichtlich des ehrenamtlichen Engagements von Mitarbeitern werden auch die Personalverantwortlichen involviert.

Die Abteilung Corporate Affairs koordiniert die Entwicklung von Richtlinien für Spenden und Sponsoring gruppenübergreifend sowie die in diesen Bereich fallenden Anfragen an allen deutschen Standorten. Sie berichtet auch auf unserer Spendenseite über unsere jeweiligen Beiträge im Detail. Die Abteilung verantwortet zudem die Umsetzung der Zuwendungen für unsere Unternehmenszentrale in Northeim und unterstützt die Wellpappenwerke bei der Abwicklung finanzieller Spenden. Außerdem gibt sie die Impulse für unsere alljährlichen gruppenweiten Weihnachtsspenden.

Die führende Rolle unseres gesellschaftlichen Engagements nimmt THIMM Verpackung ein. Als größter Geschäftsbereich unserer Unternehmensgruppe verfügt diese Sparte über die meisten Ressourcen und das größte Budget.

Mitarbeit in Verbänden, Organisationen und Initiativen

Die THIMM Gruppe engagiert sich, jeweils vertreten durch ihre Geschäftsbereiche, in regionalen und überregionalen fachspezifischen Verbänden, Organisationen und Initiativen. Für diese Tätigkeiten stellen die Geschäftsbereiche die involvierten Beschäftigten von der Arbeit frei.

Ein Beispiel für überregionales Engagement ist unsere aktive Mitarbeit im Verband der deutschen Wellpappenindustrie (VDW). Unser größter Geschäftsbereich THIMM Verpackung unterstützt dabei nicht nur die Branche auf Verbandsebene, sondern trägt auch zur Entwicklung der gesamten Wellpappenindustrie bei. Unsere Beschäftigten arbeiten in den betriebswirtschaftlichen und technischen Kommissionen des Verbandes mit. In der technischen Kommission, die sich mit Fragen,

Trends und Zukunftsthemen rund um die technische Weiterentwicklung dieser Industrie auseinandersetzt, stellen wir seit Mitte 2010 den Vorsitzenden.

THIMM Verpackung engagiert sich auch in ausländischen Verbänden und hat beispielsweise im tschechischen Wellpappenverband Svaz výrobců vlnitých lepenek (SVVL) seit 2010 den Verbandsvorsitz inne. Abgesehen davon arbeiten die verschiedenen Geschäftsbereiche von THIMM in vielen anderen Fachverbänden und -organisationen mit. Die nachfolgende Tabelle gibt einen vollständigen Überblick hierzu:

Spenden und Sponsoring

Mit unseren Spenden- und Sponsoringaktivitäten unterstützt die THIMM Gruppe karitative Zwecke, Wissenschaft, Kunst und Kultur vornehmlich an unseren Standorten im In- und Ausland. Dort unterstützen wir zahlreiche Projekte mit regionalem Bezug. Wir stellen aber nicht nur Geld zur Verfügung. Oft und auf Wunsch spenden wir auch Material, wie Papier und Wellpappe, und unterstützen so die pädagogische Arbeit von Kindergärten, Schulen und ähnlichen Einrichtungen.

Wir spenden bevorzugt für karitative Einrichtungen und lokale Projekte, die sich ausschließlich aus Spendengeldern finanzieren. Hospize, Frauenhäuser, Tafeln und Obdachloseinrichtungen unterstützen mit unseren Beiträgen hilfsbedürftige Menschen. Zusammen mit Bildungs- und Kulturförderungen erhöhen wir damit die Lebensqualität in der jeweiligen Region. Pro Jahr profitieren rund 2.000 Menschen von unseren Zuwendungen. Im vergangenen Geschäftsjahr lag das Spendenvolumen der THIMM Gruppe bei rund 110.700 Euro.

	THIMM THE HIGHPACK GROUP	THIMM Verpackung	THIMMSCHERTLER Verpackungssysteme	THIMM Consulting
Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME)				●
Europäisches Handelsinstitut (EHI)		●		●
Fachverband Schaumkunststoffe und Polyurethane (FSK)			●	
Flexodruck Fachverband (DFTA)		●		
Kompetenznetzwerk der Solarbranche in Thüringen, SolarInput			●	
Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft (RKW)	●			●
Standardisierungsorganisation GS1				●
Tschechischer Wellpappenverband Svaz výrobců vlnitých lepenek (SVVL)		●		
Verband der Automobilindustrie (VdA)			●	
Verband der deutschen Wellpappenindustrie (vdw)		●		
Verband Deutscher Ingenieure (VDI)				●
Verein zur Förderung innovativer Verfahren in der Logistik (VVL)				●
Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU)		●		

Für die Bewilligung von Spenden gelten gruppenweit strenge und transparente Regelungen, die in unseren Richtlinien zu Spenden und Sponsoring festgeschrieben sind und die wir regelmäßig überprüfen und bei Bedarf anpassen.

Spenden an Politiker, Parteien und politische Organisationen gewährt THIMM nicht. Auch Sportvereine, Einzelpersonen, gewinnorientierte Organisationen und Gesellschaften, deren Ziele nicht unserer Unternehmensphilosophie entsprechen, werden nicht bedacht.

Unterjährige Spenden gewährt die Geschäftsführung der THIMM Gruppe in Abstimmung mit der Abteilung Corporate Affairs. Über Weihnachtsspenden entscheiden Geschäftsführung, Corporate Affairs und Geschäftsbereichsleitungen gemeinsam, THIMM Verpackung bezieht an den Standorten auch die Werksleiter mit ein. Bei den Mitarbeiterprojekten treffen Gruppengeschäftsführung und Corporate Affairs eine Vorauswahl und präsentieren diese dem Betriebsrat.

Wir dokumentieren kontinuierlich alle Spenden- und Sponsoringaktivitäten im Rahmen der Unternehmenskommunikation auf unserer Spendenwebsite. Ab sofort geschieht dies auch im TSR-Bericht.

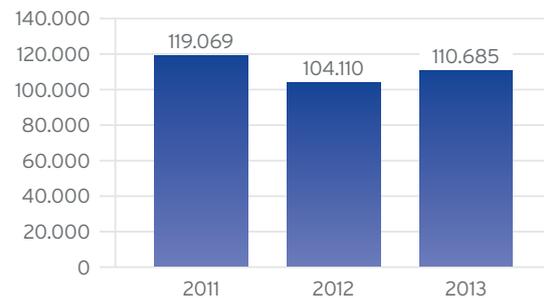
Spendenvolumen und Beispielprojekte

Je nach wirtschaftlicher Lage definiert die THIMM Gruppe ein Spendenvolumen. Ein Teil davon fließt in einen Mitarbeiter-Sonderfonds. Der Fokus unseres Spenden- und Sponsoringengagements liegt in der Unternehmenszentrale in Northeim.

Fester Bestandteil der Spendenplanung in der Gruppe sind unsere Weihnachtsspenden. Sie ersetzen an den deutschen Standorten die traditionellen Kundengeschenke. Es wird darauf geachtet, dass jedes Jahr andere Projekte und Einrichtungen bedacht werden. Aus vielen Weihnachtsspendenaktionen entwickeln sich langjährige Beziehungen, die wir bei Bedarf auch unterjährig mit unseren Zuwendungen unterstützen.

So fördert beispielsweise THIMM Verpackung das Hospiz am Drachenkopf in Eberswalde. Dort werden Menschen aufgenommen und mit liebevoller Zuwendung betreut, die an unheilbaren Krankheiten leiden. Unterstützung in Form eines Sponsorings erhält der internationale Schulbauernhof im niedersächsischen Hardegsen. Das Engagement von THIMM Verpackung trägt dazu bei, dass Kinder und Jugendliche in dieser UNESCO-Einrichtung den Rohstoffkreislauf des Holzes an praktischen Beispielen erleben und ihr Verständnis für die Umwelt stärken. Auch diese langjährige Zusammenarbeit hat ihren Ursprung in einer Weihnachtsspende. An unserem tschechischen Standort Všetaty finanzierte THIMM Verpackung den Bau einer Umgehungsstraße. Durch die Entlastung des Ortes vom Lkw-Verkehr hat sich die Lebensqualität der Anwohner

Spendenausgaben der THIMM Gruppe
(in Euro)¹⁾



¹⁾ Die Darstellung der Spendenausgaben bezieht sich auf die monetären Spenden. Materialspenden sind nicht inkludiert.

erhöht. Zudem können wir unsere Logistikprozesse effizienter gestalten. Weiterhin unterstützt unser größter Geschäftsbereich in Tschechien lokale Einrichtungen mit Spenden.

THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme spendet unter anderem für die Nordhäuser Tafel, die qualitativ einwandfreie Lebensmittel sammelt und sie an sozial und wirtschaftlich Benachteiligte verteilt. THIMM Display unterstützt die Bärenherz Stiftung in Wiesbaden. Das Kinderhospiz sorgt durch seine vielfältigen Pflege- und Fürsorgeangebote für die Entlastung von Familien mit schwerstkranken Kindern.

Für ehrenamtliches Engagement im privaten Umfeld können unsere Mitarbeiter alle drei Jahre Förderungen aus unserem Sonderfonds beantragen. Die finanziellen Mittel des Fonds können durch Erlöse aus Tombolas und anderen internen Aktivitäten erhöht werden. Alle Projekte werden geprüft und müssen dieselben Kriterien wie unsere Spenden- und Sponsoringempfänger erfüllen.

Kooperationen im Bildungsbereich

THIMM Verpackung kooperiert mit Schulen und Universitäten. Der größte Geschäftsbereich der THIMM Gruppe arbeitet beispielsweise mit Lehrern und Schülern des Northeimer Gymnasiums Corvinianum eng zusammen.

Einige Beschäftigte von THIMM Verpackung dozieren an der Leipziger Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, der Hochschule Hannover und der Stuttgarter Hochschule der Medien. Außerdem kooperiert THIMM Verpackung mit der Stiftung Niedersachsenmetall. Sie initiiert Gemeinschaftsprojekte von Schulen, Universitäten und Unternehmen, deren Schwerpunktthemen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) sind.

Um Theorie und Praxis zu verknüpfen, unterstützt THIMM Verpackung Projektarbeiten einzelner Schülerjahrgänge diverser Schulen. Zudem helfen wir jungen Menschen beim Bewerbungstraining.

THIMM Verpackung engagiert sich ebenfalls für Jugendliche ohne aktuelle berufliche Perspektive. Gemeinsam mit der Bildungsinitiative Wirtschaft und Schule NOM e. V. (BI-NOM) bemühen wir uns, junge Menschen für eine betriebliche Ausbildung zu qualifizieren. Wir arbeiten im Vorstand des Vereins mit.

Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter

Die THIMM Gruppe fördert das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter auch außerhalb des Unternehmens. Wenn es der Geschäftsablauf zulässt, gestalten wir die Arbeitszeiten flexibel und ermöglichen den engagierten Beschäftigten Einsätze bei der Feuerwehr, dem Technischen Hilfswerk oder bei Schöffentätigkeiten.

Einige Beschäftigte arbeiten auf fachlichen Gebieten ehrenamtlich als Prüfer oder Vorsitzende in Prüfungsausschüssen mit und tragen so aktiv zur Berufsausbildung in Deutschland bei.

Ausblick

Wir werden unser gesellschaftliches Engagement als wichtigen Teil unserer Unternehmensphilosophie in der gesamten THIMM Gruppe fortsetzen und in einigen Bereichen weiter ausbauen. Wir prüfen kontinuierlich die Möglichkeiten weiterer Kooperationen und Ehrenämter sowie die Erweiterung unseres Netzwerkes durch neue Aktivitäten.

Unsere polnischen, rumänischen und tschechischen Standorte werden in den nächsten Jahren ihre bisher üblichen Weihnachtsgeschenke an Kunden einstellen und das entsprechende Budget sozialen Einrichtungen spenden. Aufgrund der unterschiedlichen kulturellen Gepflogenheiten behalten wir uns hier ein gewisses Maß an Flexibilität vor und haben für die Umstellung keinen Stichtag fixiert.

In Deutschland verlängert THIMM Verpackung die Sponsoringverträge mit den Gandersheimer Domfestspielen und dem Schulbauernhof in Hardeggen. Auf dem Bauernhof sind diverse Schülerworkshops zu Umweltthemen in Vorbereitung. Außerdem wollen wir künftig zusätzlich verstärkt auch mit Schulen zusammenarbeiten, mit denen wir bisher keine Kooperationsverträge unterhalten, um unser Spektrum zu erweitern. Auch das Engagement bei BI-NOM wird fortgesetzt.

Entlang der Handlungsfelder Markt, Umwelt & Prozesse, Mitarbeiter und Gemeinwesen sind in diesem Bereich relevante Kennzahlen und Hintergrunddaten abgebildet. Auffällige Veränderungen und zusätzliche Erläuterungen finden sich in den Kommentaren neben den Grafiken. Die Datenbasis für das Handlungsfeld Markt entspricht dem Konsolidierungskreis des Konzernjahresabschlusses. Die aufbereiteten Daten für die übrigen Handlungsfelder enthalten hingegen noch keine Daten der Standorte, die im Laufe des Jahres 2013 neu hinzugekommen sind (Bremen, Duisburg, Essen). Neue Standorte der THIMM Gruppe werden jeweils im Jahr nach der Inbetriebnahme bzw. nach dem Zukauf in die Kennzahlenerfassung aufgenommen und in der Berichterstattung abgebildet. Weitere Informationen zum Geltungsbereich dieses Nachhaltigkeitsberichtes sind im Berichtsprofil verfügbar.

GRI Index

Der Nachhaltigkeitsbericht 2013 der THIMM Gruppe orientiert sich am Leitfaden G3.1 der Global Reporting Initiative (GRI) und entspricht nach unserer Einschätzung der Anwendungsebene C. Der Erfüllungsgrad der einzelnen GRI-Indikatoren sowie die Stelle, an der über den jeweiligen Indikator berichtet wird, kann unserem kommentierten GRI-Index entnommen werden.

Legende:

- Dieser Indikator wird vollständig berichtet
- Dieser Indikator wird teilweise berichtet
- / Dieser Indikator wird nicht berichtet
- K Zu diesem Indikator existiert ein Kommentareintrag (siehe rechte Spalte)

	Kurzbeschreibung des Indikators	Berichtet	Verweis	Kommentare
GRI G3.1 Indikatoren				
1. Strategie und Analyse				
1.1	Erklärung des Vorstandsvorsitzenden zur Relevanz von nachhaltigem Handeln	●●	Vorwort	
1.2	Wichtigste Auswirkungen der Geschäftstätigkeit sowie Risiken und Chancen	●	Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe Markt: Strategie und Managementansatz Umwelt und Prozesse: Strategie und Managementansatz Mitarbeiter: Strategie und Managementansatz	
2. Organisationsprofil				
2.1	Name der Organisation	●●	Unternehmensportrait	
2.2	Wichtigste Produkte und Dienstleistungen	●●	Unternehmensportrait	
2.3	Organisationsstruktur	●●	Unternehmensportrait	
2.4	Hauptsitz	●●	Unternehmensportrait	
2.5	Länder der Geschäftstätigkeit	●●	Unternehmensportrait	
2.6	Eigenumsstruktur und Rechtsform	●●	www.thimm.de/impressum K	Das Unternehmen THIMM befindet sich zu 100% in Familienbesitz: Karola Schliep geb. Thimm (12%), Klaudia Benary-Redlefsen geb. Thimm (12%), Cornelius Thimm (35%), Kristof Thimm (36%), Klaus Thimm (5%). Die Majorität der Stimmrechte liegt bei Klaus Thimm.
2.7	Bediente Märkte	●●	Unternehmensportrait	
2.8	Größe der Organisation	●●	Unternehmensportrait Daten und Fakten: Markt K	Da die THIMM Gruppe größtenteils kundenindividuelle Verpackungslösungen und Dienstleistungen verkauft, wird die konkrete Anzahl der angebotenen Produkte und Dienstleistungen nicht erfasst und kann daher nicht angegeben werden. Hintergrundinformationen zu unseren Produkten sind online unter www.thimm.de/produkte abrufbar. Die Eigenkapitalquote der THIMM Gruppe lag 2013 bei 46 Prozent.
2.9	Wesentliche Änderungen hinsichtlich Größe, Struktur und Eigentumsverhältnissen im Berichtszeitraum	●●	Markt: Das Jahr 2013 K	Da es sich bei dem Nachhaltigkeitsbericht 2013 um die erste Publikation dieser Art der THIMM Gruppe handelt, kann über keine Änderungen im Vergleich zum letzten Berichtszeitraum informiert werden. Wesentliche Entwicklungen des Jahres 2013 sind dem Bereich Markt/Das Jahr 2013 zu entnehmen.
2.10	Auszeichnungen	●●	Markt: Produktverantwortung Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
3. Berichtsparameter				
3.1	Berichtszeitraum	●●	Berichtsprofil	
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts	●●	K	Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der THIMM Gruppe.
3.3	Berichtszyklus	●●	Berichtsprofil	
3.4	Ansprechpartner für den Bericht	●●	Berichtsprofil	
3.5	Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte	●●	Berichtsprofil Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe: Stakeholderdialog und Materialitätsmatrix	
3.6	Geltungsbereich	●●	Berichtsprofil	

3.7	Spezifische Beschränkungen des Geltungsbereichs	●●	Berichtsprofil	
3.8	Grundlage für die Berichterstattung	●●	Berichtsprofil	
3.9	Methoden der Datenerhebung und Berechnungsgrundlagen	/		
3.10	Revidierte Aussagen	●●	K	Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der THIMM Gruppe. Revidierte Aussagen liegen daher nicht vor.
3.11	Veränderte Berichtsparameter im Vergleich zu Vorjahren	●●	K	Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der THIMM Gruppe. Veränderte Berichtsparameter liegen daher nicht vor.
3.12	GRI-Index	●●		
3.13	Externe Verifizierung des Berichts	●●	K	Eine externe Verifizierung des Nachhaltigkeitsberichtes hat nicht stattgefunden.
4. Corporate Governance, Verpflichtungen und Engagement				
4.1	Führungsstruktur	●●	Markt: Strategie und Managementansatz; Governance und Compliance Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe: Nachhaltigkeitsorganisation und -steuerung	
4.2	Unabhängigkeit des Vorsitzenden des höchsten Leitungsorgans	●●	K	Der THIMM Gruppe steht eine Gruppengeschäftsführung vor, die aus Mathias Schliep (Vorsitzender) und Jens Fokuhl besteht. Kontrolliert wird die Gruppengeschäftsführung durch den Unternehmensbeirat, der sich derzeit aus vier externen, familienunabhängigen Vertretern aus der Wirtschaft sowie drei Vertretern der Familie THIMM zusammensetzt. Zur Zeit sind dies neben Klaus Thimm seine Söhne Kornelius und Kristof Thimm.
4.3	Anzahl der unabhängigen Mitglieder im höchsten Leitungsorgan	●●	K	Der Unternehmensbeirat der THIMM Gruppe setzt sich aus sieben Personen zusammen. Vier davon sind externe Vertreter aus der Wirtschaft, die nicht der Familie THIMM angehören (vgl. Kommentar zu Indikator 4.2).
4.4	Mitspracherecht der Mitarbeiter und Anteilseigner	●●	Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und Bindung K	Das Unternehmen THIMM befindet sich zu 100 Prozent in Familienbesitz (vgl. Kommentar zu Indikator 2.6). Es finden regelmäßige Gesellschafterversammlungen statt, in welchen die Anteilseigner ihr Mitspracherecht ausüben. Zudem werden die Familieninteressen über den Unternehmensbeirat, dem drei Mitglieder der Familie THIMM angehören, vertreten.
4.5	Zusammenhang zwischen Vergütung der Mitglieder des Vorstands und Leistung der Organisation im Bereich Nachhaltigkeit	/		
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenskonflikten	●●	Markt: Governance und Compliance	
4.7	Expertise der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans im Bereich Wirtschaft, Umwelt, Soziales	/		
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien im Bereich Nachhaltigkeit	●	Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe Markt: Governance und Compliance Umwelt: Nachhaltigkeit in der Lieferkette	
4.9	Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistung durch das höchste Leitungsorgan	/		
4.10	Bewertung der Leistung des höchsten Leitungsorgans im Bereich Nachhaltigkeit	/		
4.11	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	●	Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe	
4.12	Unterstützung externer ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Aktivitäten	●	Gemeinwesen	
4.13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensvertretungen	●●	Gemeinwesen: Mitarbeit in Verbänden, Organisationen und Initiativen; Kooperationen im Bildungsbereich	
4. Corporate Governance, Verpflichtungen und Engagement				
4.14	Stakeholder des Unternehmens	●●	Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe: Stakeholderdialog und Materialitätsmatrix	
4.15	Identifikation der für das Unternehmen relevanten Stakeholder	●●	Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe: Stakeholderdialog und Materialitätsmatrix	
4.16	Ansätze für den Stakeholderdialog	●	Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe: Stakeholderdialog und Materialitätsmatrix; Nachhaltigkeitskommunikation Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
4.17	Themen der Stakeholder	/		

Ökonomische Leistungsindikatoren				
	Managementansatz	●	Markt: Strategie und Managementansatz	
EC 1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	●	Daten und Fakten: Markt; Gemeinwesen	
EC 2	Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	/		
EC 3	Betriebliche Zusatzleistungen für Mitarbeiter	●	Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
EC 4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	●●	Markt: Das Jahr 2013	
EC 5	Verhältnis Einstiegsgehalt zu lokalem Mindestlohn	●	Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
EC 6	Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	/		
EC 7	Einstellung lokaler Arbeitnehmer	/		
EC 8	Entwicklung und Auswirkungen von Investitionen für das Gemeinwohl	●	Gemeinwesen: Spenden und Sponsoring www.thimm.de/spenden	
EC 9	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	/		
Ökologische Leistungsindikatoren				
	Managementansatz	●	Umwelt & Prozesse: Strategie und Managementansatz	
EN 1	Eingesetzte Materialien	●●	Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse	
EN 2	Anteil Recyclingmaterial	●	Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse	
EN 3	Direkter Energieverbrauch	●●	Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse	
EN 4	Indirekter Energieverbrauch	●●	Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse	
EN 5	Energieeinsparungen	●	Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse Umwelt & Prozesse: Energieeffizienz	
EN 6	Energieeffiziente Produkte und Dienstleistungen	/		
EN 7	Initiativen zur Reduktion des indirekten Energieverbrauchs	/		
EN 8	Wasserverbrauch	●	Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse	
EN 9	Von der Wasserentnahme betroffene Wasserquellen	/		
EN 10	Zurückgewonnenes und wieder verwendetes Brauchwasser	/		
EN 11	Flächennutzung in Schutzgebieten	/		
EN 12	Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Schutzgebiete oder Gegenden mit hoher Biodiversität	/		
EN 13	Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume	/		
EN 14	Strategien und Management der Auswirkungen auf Biodiversität	/		
EN 15	Gefährdete Arten an Orten der Geschäftstätigkeit	/		
EN 16	Direkte und indirekte Treibhausgas-Emissionen	/		
EN 17	Andere relevante Treibhausgas-Emissionen	/		
EN 18	Initiativen zur Reduktion von Treibhausgasen und erzielte Ergebnisse	/		
EN 19	Emissionen ozonabbauender Stoffe	/		
EN 20	NOx, SO ₂ und andere wesentliche Emissionen	/		
EN 21	Abwassermenge	●	Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse Umwelt & Prozesse: Einsatz umweltfreundlicher Materialien und ressourcenschonende Produktion	
EN 22	Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	●	Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse	
EN 23	Wesentliche Freisetzung von Schadstoffen	/		
EN 24	Transportierter, importierter, exportierter und behandelter gefährlicher Abfall	/		
EN 25	Durch Abwassereinleitungen oder Oberflächenabfluss belastete Gewässer	●●	K	Eine Belastung von Gewässern durch Abwassereinleitungen oder Oberflächenabfluss im Zuge der Geschäftstätigkeit der THIMM Gruppe liegt nicht vor.
EN 26	Maßnahmen zur Verminderung von Umweltauswirkungen der Produkte	●	Markt: Produktverantwortung Daten und Fakten: Umwelt & Prozesse	
EN 27	Rücknahme von Verpackungsmaterialien zwecks Wiederverwertung und Recycling	/		
EN 28	Geldbußen und nicht-monetäre Strafen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	●●	Markt: Governance und Compliance	
EN 29	Umweltauswirkungen durch Transportaktivitäten	●	Umwelt & Prozesse: Logistik	
EN 30	Gesamtausgaben für Umweltschutz	/		

Leistungsindikatoren Arbeitspraktiken & menschenwürdige Beschäftigung				
	Managementansatz	●	Mitarbeiter: Strategie und Managementansatz	
LA 1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag und Region, aufgeschlüsselt nach Geschlecht	●	Daten und Fakten: Mitarbeiter Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
LA 2	Mitarbeiterfluktuation	/	Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
LA 3	Betriebliche Leistungen nur für Vollzeitbeschäftigte wesentlicher Standorte	●●	Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
LA 4	Anteil der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	/		
LA 5	Mitteilungsfristen bei wesentlichen betrieblichen Veränderungen	/		
LA 6	Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft	●	Mitarbeiter: Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung	
LA 7	Verletzungen, Berufskrankheiten, Fehlzeiten sowie arbeitsbedingte Todesfälle	●	Daten und Fakten: Mitarbeiter	
Leistungsindikatoren Arbeitspraktiken & menschenwürdige Beschäftigung				
LA 8	Gesundheitsvorsorge und -beratung	●	Mitarbeiter: Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung	
LA 9	Arbeitsschutzvereinbarungen mit Gewerkschaften	/		
LA 10	Aus- und Weiterbildung	●	Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
LA 11	Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	●	Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
LA 12	Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung	/		
LA 13	Vielfalt der Mitarbeiter und leitender Organe	●	Daten und Fakten: Mitarbeiter Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
LA 14	Verhältnis des Gehalts von Männern und Frauen	●●	K	Ein System zur Überprüfung der geschlechtergleichen Vergütung ist nicht vorhanden. Unsere Entgeltpolitik basiert auf den drei Säulen stellenanforderungsgerechte, leistungsgerechte und marktgerechte Vergütung. Grundsätzlich wird das Gehalt der Mitarbeiter nicht durch Geschlechtszugehörigkeit bestimmt. Informationen zur Vergütung unserer Mitarbeiter sind dem Bereich Mitarbeiter/Vergütung und betriebliche Altersvorsorge zu entnehmen.
LA 15	Elternzeit	/		
Leistungsindikatoren Menschenrechte				
	Managementansatz	●	Nachhaltigkeit in der THIMM Gruppe: Die THIMM Social Responsibility-Strategie Markt: Governance und Compliance Umwelt & Prozesse: Nachhaltigkeit in der Lieferkette Mitarbeiter: Mitarbeitergewinnung und -bindung	
HR 1	Menschenrechtsaspekte bei Investitionsvereinbarungen	/		
HR 2	Überprüfung der Lieferanten auf Einhaltung von Menschenrechten	●	Markt: Governance und Compliance Umwelt & Prozesse: Nachhaltigkeit in der Lieferkette	
HR 3	Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten	●	Markt: Governance und Compliance	
HR 4	Anzahl der Diskriminierungsvorfälle in der Organisation und ergriffene Maßnahmen	●●	Markt: Governance und Compliance	
HR 5	Gefährdung der Versammlungs- und Kollektivverhandlungsfreiheit	●	Markt: Governance und Compliance	
HR 6	Risiko von Kinderarbeit	●	Markt: Governance und Compliance	
HR 7	Gefahr von Zwangs- und Pflichtarbeit	●	Markt: Governance und Compliance	
HR 8	Schulung des Sicherheitspersonals zu Menschenrechtsaspekten	/		
HR 9	Vorfälle von Verletzungen der Rechte indigener Bevölkerung	/		
HR 10	Risikoanalyse zum Thema Menschenrechte	/		
HR 11	Beschwerdeverfahren im Bezug auf Menschenrechtsverletzungen	/		

Leistungsindikatoren Gesellschaft				
	Managementansatz	●	Markt: Governance und Compliance Gemeinwesen: Strategie und Managementansatz	
SO 1	Art, Umfang und Wirkung der Geschäftstätigkeit auf Gemeinden oder Regionen	●	Gemeinwesen: Spenden und Sponsoring; Mitarbeit in Verbänden, Organisationen und Initiativen; Kooperationen im Bildungsbereich; Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter	
SO 2	Analyse von Korruptionsrisiken	●	Markt: Governance und Compliance	
SO 3	Schulungen bezüglich Anti-Korruption	●●	Markt: Governance und Compliance	
SO 4	Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	●●	Markt: Governance und Compliance	
SO 5	Politische Meinungsbildung und Lobbying	/		
SO 6	Zuwendungen an Politiker und Parteien	●●	Gemeinwesen: Spenden und Sponsoring	
SO 7	Fälle wettbewerbswidrigen Verhaltens	●●	Markt: Governance und Compliance	
SO 8	Geldbußen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	●●	Markt: Governance und Compliance	
SO 9	Operative Tätigkeiten mit negativem Einfluss auf lokales Gemeinwesen	/		
SO 10	Vermeidung und Mechanismen zur Abschwächung von negativen Auswirkungen auf lokales Gemeinwesen	/		
Leistungsindikatoren Produktverantwortung				
	Managementansatz	●	Markt: Strategie und Managementansatz; Governance und Compliance; Produktverantwortung	
PR 1	Untersuchte Lebenszyklusstadien in Bezug auf Gesundheit und Produktsicherheit	●	Markt: Produktverantwortung	
PR 2	Nichteinhaltung von Vorschriften bzgl. Gesundheit und Produktsicherheit	●	Markt: Governance und Compliance	
PR 3	Gesetzliche Informationspflichten für Produkte und Leistungen	/		
PR 4	Verstöße gegen Vorschriften bzgl. Produkt- und Servicekennzeichnungen	●	Markt: Governance und Compliance	
PR 5	Erfassung der Kundenzufriedenheit	●	Markt: Strategie und Managementansatz	
PR 6	Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln bzgl. Werbung	/		
PR 7	Nichteinhaltung von gesetzlichen Vorschriften bezüglich Werbung	●	Markt: Governance und Compliance	
PR 8	Berechtigte Datenschutzbeschwerden	/		
PR 9	Wesentliche Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften bzgl. Erwerb und Nutzung der Produkte	●●	Markt: Governance und Compliance	

Stand August 2014

Daten und Fakten

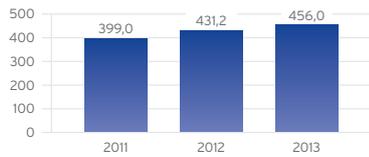
Entlang der Handlungsfelder Markt, Umwelt & Prozesse, Mitarbeiter und Gemeinwesen sind in diesem Bereich relevante Kennzahlen und Hintergrunddaten abgebildet. Auffällige Veränderungen und zusätzliche Erläuterungen finden sich in den Kommentaren neben den Grafiken.

Die Datenbasis für das Handlungsfeld Markt entspricht dem Konsolidierungskreis des Konzernjahresabschlusses. Die aufbereiteten Daten für die übrigen Handlungsfelder enthalten hingegen noch keine Daten der Standorte, die im Laufe des Jahres 2013 neu hinzugekommen sind (Bremen, Duisburg, Essen). Neue Standorte der THIMM Gruppe werden jeweils im Jahr nach der Inbetriebnahme bzw. nach dem Zukauf in die Kennzahlenerfassung aufgenommen und in der Berichterstattung abgebildet.

Markt

GRI Indikator **2.8** **EC1**

Gesamtumsatz der THIMM Gruppe (in Mio. Euro)

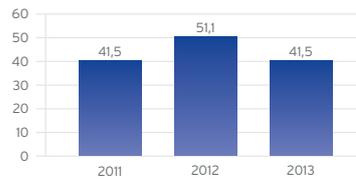


Umsatz

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Umsatz der THIMM Gruppe 2013 um 24,8 Mio. Euro oder knapp 6 Prozent erhöht. Der Umsatzanstieg ist vor allem auf die gestiegenen Umsätze der Geschäftsbereiche THIMM Verpackung und THIMM Display zurückzuführen.

GRI Indikator **EC1**

Operatives Ergebnis der THIMM Gruppe (in Mio. Euro)

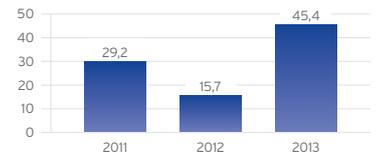


Operatives Ergebnis

Das operative Ergebnis ist im Geschäftsjahr 2013 um 9,6 Mio. Euro, also rund 19 Prozent, gesunken und lag auf gleichem Niveau wie im Jahr 2011. Grund hierfür sind erhöhte Rohstoff- und Logistikkosten.

GRI Indikator **EC1**

Investitionen der THIMM Gruppe in Sachanlagen (in Mio. Euro)

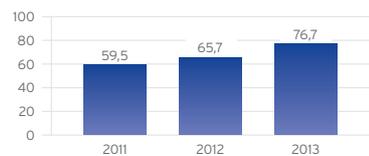


Investitionen in Sachanlagen

Die Investitionen in Sachanlagen umfassten im Geschäftsjahr 2013 45,4 Mio. Euro, ein Rekordwert in der Geschichte der THIMM Gruppe. Die Investitionen dienen u.a. dem Ausbau der Standorte in Polen und Rumänien.

GRI Indikator **EC1**

Betriebskosten¹⁾ der THIMM Gruppe (in Mio. Euro)



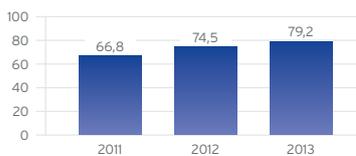
¹⁾ Betriebskosten sind alle sonstigen betrieblichen Aufwendungen exklusive der Kosten für Papier, Miete, Leasing und Pacht laut Gewinn- und Verluststruktur des Controllings.

Betriebskosten

Die Betriebskosten der THIMM Gruppe sind im Geschäftsjahr 2013 um 11 Mio. Euro gestiegen, das entspricht knapp 17 Prozent. Grund für den Anstieg sind neben einer erhöhten Absatzmenge gestiegene Logistikkosten.

GRI Indikator **EC1**

Personalaufwand der THIMM Gruppe (in Mio. Euro)



Personalaufwand

2013 hat die THIMM Gruppe 4,7 Mio. Euro mehr für ihre Mitarbeiter aufgewendet als im Vorjahr. Der Anstieg entspricht nahezu dem Umsatzwachstum. Hintergrund für diese Erhöhung ist das Wachstum unseres Unternehmens auch in personeller Hinsicht.

Umwelt & Prozesse

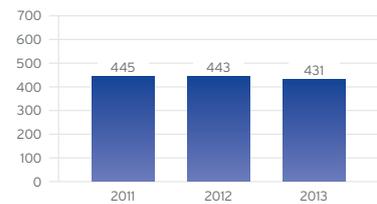
Papier

THIMM Verpackung setzt seit Mitte 2010 FSC®-zertifiziertes Papier ein und erhielt 2011 die FSC® Chain-of-Custody Zertifizierung. Seitdem hat der Anteil FSC®-zertifizierter Papiere deutlich zugenommen und liegt bei über 90 Prozent. Der Anteil altpapierbasierter Papiere ist stabil auf hohem Niveau bei rund 85 Prozent.

Die eingesetzte Rohpapiermenge je produziertem Quadratmeter Wellpappe ist in den vergangenen drei Jahren um 3 Prozent gesunken. Grund hierfür ist, dass wir zur Ressourcenschonung Papiere mit leichteren Grammaturen einsetzen.

GRI Indikator **EN1**

Rohpapiereinsatz bei THIMM Verpackung (in t pro 1 Mio. produzierte m²)



GRI Indikator **EN1** **EN2**

Papiereinsatz bei THIMM Verpackung¹⁾

		2011	2012	2013
THIMM Verpackung Rohpapiereinsatz gesamt	(in t)	278.241	277.448	294.963
FSC®-zertifiziertes Papier ²⁾	(in %)	77%	92%	91%
Altpapierbasiertes Wellpappenrohmaterial	(in t)	213.357	254.031	267.673
	(in %)	86%	85%	85%
	(in t)	239.201	236.534	251.428

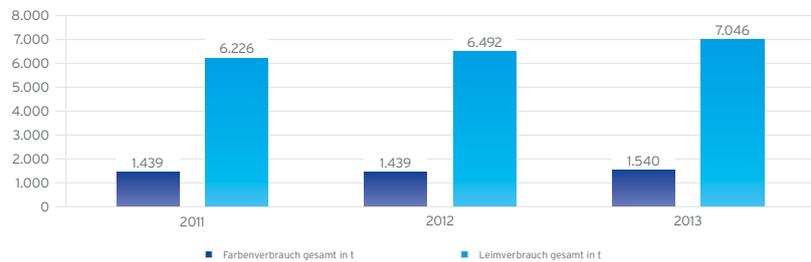
¹⁾ 2011 und 2012: Ohne Sibiu (Rumänien), Rohpapier wird dort erst seit Dezember 2013 verarbeitet.
²⁾ Einkauf inkl. Controlled Wood bei THIMM Verpackung in Deutschland.

Farben- und Leimverbrauch

In den vergangenen drei Geschäftsjahren haben sich sowohl der Farben- als auch der Leimverbrauch um 7 bzw. 13 Prozent erhöht. Grund hierfür ist die Ausweitung unseres Geschäftes und das damit verbundene höhere Produktionsvolumen.

GRI Indikator **EN1**

Farben- und Leimverbrauch der THIMM Gruppe (in t)¹⁾



¹⁾ Im Farbenverbrauch sind auch Lacke enthalten.

Umwelt & Prozesse

Farben- und Leimverbrauch

Als größter Geschäftsbereich hat THIMM Verpackung den höchsten Farb- und Leimverbrauch innerhalb der Gruppe. Im vergangenen Geschäftsjahr betrug der Anteil 99 bzw. 94 Prozent.

Bei THIMM Verpackung ist der Farbenverbrauch je 1 Mio. produzierte m² Wellpappe im Jahr 2013 im Vergleich zu den Vorjahren leicht gesunken. Diese Reduktion ist auf Modernisierungen an unseren Verarbeitungsmaschinen sowie die zunehmende Verwendung leichterer Grammaturen, die weniger Farbe benötigen, zurückzuführen. Der Leimverbrauch je 1 Mio. produzierte m² Wellpappe ist 2012 und 2013 konstant geblieben.

GRI Indikator **EN1**



GRI Indikator **EN1**



GRI Indikator **EN1**



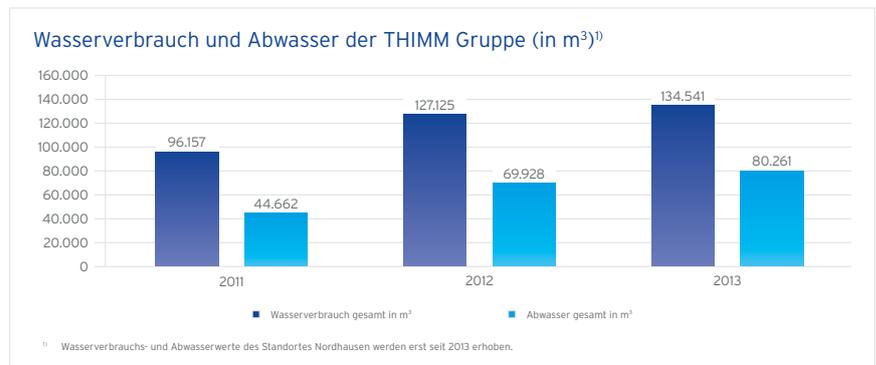
GRI Indikator **EN1**



Wasser und Abwasser

Auch der Wasserverbrauch und die Menge an Abwasser haben sich durch die Ausweitung unseres Geschäftes in den vergangenen Jahren erhöht. Der starke Anstieg des Wasserverbrauches von 96.157 m³ im Jahr 2011 auf 127.125 m³ 2012 entspricht einer Steigerung um 32 Prozent und ist insbesondere auf Veränderungen im Geschäftsbereich THIMM Verpackung zurückzuführen: 2011 wurde das Wellpappwerk in Tychy (Polen) in den Geschäftsbereich integriert. Aus technischen Gründen konnte der Wasserverbrauch in Tychy nicht für das komplette Jahr 2011, sondern nur für die letzten fünf Monate des Jahres erfasst und in die Abbildung der Daten aufgenommen werden. Zudem traten im Werk in Všetaty (Tschechien) im entsprechenden Zeitraum technische Probleme bei der Wasserversorgung auf. Darüber hinaus erhöhte sich hier 2012 das Produktionsvolumen. Im Geschäftsjahr 2013 ist der Wasserverbrauch der THIMM Gruppe nur noch leicht angestiegen.

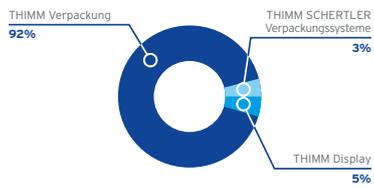
GRI Indikator **EN8 EN21**



Wasser und Abwasser

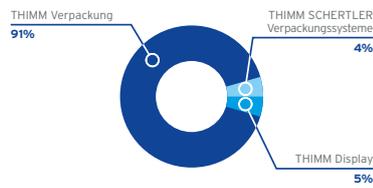
GRI Indikator **EN8**

Wasserverbrauch der THIMM Gruppe 2013 nach Geschäftsbereichen (in %)



GRI Indikator **EN21**

Abwasser der THIMM Gruppe 2013 nach Geschäftsbereichen (in %)



Aufgrund der unterschiedlichen Geschäftsprozesse liegen sowohl Wasserverbrauch als auch Abwasseraufkommen unseres kleinsten produzierenden Geschäftsbereiches THIMM Display leicht über dem Niveau von THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme.

GRI Indikator **EN8** **EN21**

Wasserverbrauch und Abwasser bei THIMM Verpackung (in m³ pro 1 Mio. produzierte m²)



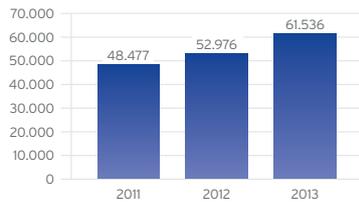
Bezogen auf die produzierte Quadratmeterzahl hat sich 2013 im Geschäftsbereich THIMM Verpackung im Vergleich zum Vorjahr der Wasserverbrauch um 5 Prozent reduziert. Hintergrund hierfür sind die kontinuierlichen Investitionen in modernste Technologie und damit verbundene verbesserte Verbrauchswerte bei der Dampfherstellung. Das Abwasseraufkommen hingegen ist von 2012 auf 2013 um 3 Prozent gestiegen. Das liegt daran, dass unsere Kunden im vergangenen Geschäftsjahr je Auftrag eine kleinere Stückzahl geordert haben als im Jahr 2012. In Bezug auf die produzierte Menge mussten unsere Anlagen deswegen öfter gereinigt werden. Da für die Reinigungsvorgänge Wasser benötigt wird, hat sich das Abwasseraufkommen pro m² entsprechend erhöht.

Umwelt & Prozesse

Abfall

GRI Indikator **EN22**

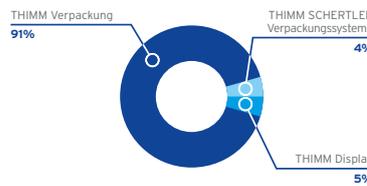
Gesamtabfall der THIMM Gruppe (in t)¹⁾



¹⁾ Abfalldaten des Standortes Cholětov (Tschechien) werden seit 2012 erfasst.

GRI Indikator **EN22**

Abfallaufkommen der THIMM Gruppe 2013 nach Geschäftsbereichen (in %)

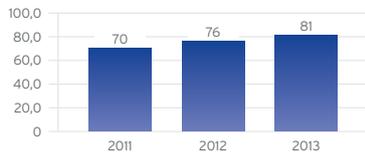


Die Abfallmenge hat sich aufgrund der Ausdehnung unseres Geschäftes im Jahr 2013 um 8.560 Tonnen erhöht. Das entspricht einem Anstieg von 16 Prozent.

Prozentual betrachtet entfällt mit 91 Prozent der größte Anteil am gesamten Abfallaufkommen der Gruppe auf den Geschäftsbereich THIMM Verpackung. THIMM Display liegt aufgrund seiner spezifischen Produkte und Produktionsprozesse leicht über dem Abfallvolumen von THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme.

GRI Indikator **EN22**

Gesamtabfall bei THIMM Verpackung (in t pro 1 Mio. produzierte m²)



Bezogen auf die produzierte Wellpappenmenge ist das gesamte Abfallaufkommen bei THIMM Verpackung im vergangenen Geschäftsjahr leicht angestiegen. Generell ist anzumerken, dass der Großteil der Abfälle als „Ungefährliche Abfälle“ zu kategorisieren ist. Hierbei handelt es sich wiederum zum überwiegenden Teil um Restwertstoffe wie beispielsweise Papier oder Holz. Diese Materialien führen wir dem Wertstoffkreislauf zu. Nur ein sehr kleiner Anteil unserer Abfälle gehört der Kategorie „gefährliche Abfälle“ an. Diese entsorgen wir vorschriftsgemäß.

GRI Indikator **EN22**

Abfallarten bei THIMM Verpackung (in t)

	2011	2012	2013
Ungefährliche Abfälle	43.755	47.551	55.042
<i>davon potenzielle Restwertstoffe</i>	43.080	46.930	54.348
Gefährliche Abfälle	224	119	141

Energie

GRI Indikator EN3 EN4

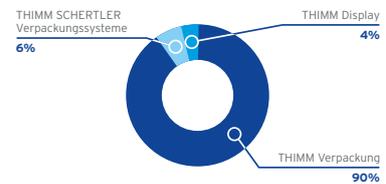
Energieverbrauch der THIMM Gruppe (in MWh)

	2011	2012	2013
Gesamtenergieverbrauch ¹⁾ 2)	114.876	119.131	125.021
Direkter Energieverbrauch	62.791	68.367	70.223
Erdgasverbrauch	62.058	67.666	69.144
Heizölverbrauch	8	17	17
Kohleverbrauch	725	684	1.062
Indirekter Energieverbrauch ³⁾	51.890	50.547	54.223
Stromverbrauch	35.604	36.835	39.057

¹⁾ Direkter und indirekter Energieverbrauch addieren sich nicht zum Gesamtenergieverbrauch auf, da der Standort Sibiu (Rumänien) lediglich den Gesamtenergieverbrauch und keine Differenzierung in direkten und indirekten Energieverbrauch angeben konnte.
²⁾ Standort Ludwigsburg; 2013 nur Schätzwerte.
³⁾ Die Differenz zwischen Stromverbrauch und indirektem Energieverbrauch entsteht durch die Angaben des Standorts Tychy (Polen), der Wasserdampf nicht am Standort produziert, sondern von einem Anbieter bezieht.

GRI Indikator EN3 EN4

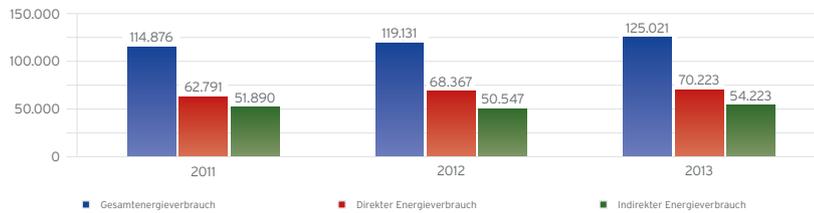
Gesamtenergieverbrauch der THIMM Gruppe 2013 nach Geschäftsbereichen (in %)



Verbunden mit der Ausweitung unseres Geschäftes ist auch der Gesamtenergieverbrauch der THIMM Gruppe in den letzten drei Jahren um 9 Prozent gestiegen. Entsprechend der Größe unserer drei produzierenden Geschäftsbereiche ist der höchste Energiebedarf bei THIMM Verpackung zu verzeichnen. Im vergangenen Geschäftsjahr lag der Anteil bei 90 Prozent. THIMM Display benötigt als kleinster Geschäftsbereich auch am wenigsten Energie. Hier lag der Anteil 2013 bei 4 Prozent.

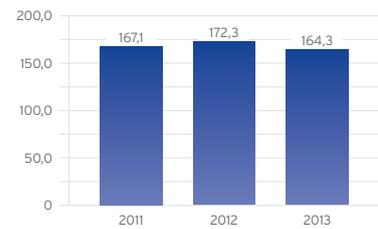
GRI Indikator EN3 EN4

Energieverbrauch der THIMM Gruppe (in MWh)



GRI Indikator EN5

Gesamtenergieverbrauch bei THIMM Verpackung (in MWh pro produzierte 1 Mio. m²)



Bei THIMM Verpackung ist der Gesamtenergieverbrauch je produzierte 1 Mio. m² Wellpappe im letzten Geschäftsjahr um 5 Prozent gesunken. Diese Reduktion ist auf Modernisierungen an Heizsystemen in Büro- und Sozialgebäuden, im Maschinenpark sowie den Austausch von gasbetriebenen Dampfkesseln und Beleuchtungen zurückzuführen.

Umwelt & Prozesse

Code of Conduct für Lieferanten

Erfüllungsgrad des Code of Conduct für Lieferanten nach Geschäftsbereichen

	Beschaffungsvolumen in Mio. Euro	Anteil der Lieferanten am Beschaffungsvolumen, die den Code of Conduct...		
		... akzeptiert haben.*	... bis jetzt nicht unterzeichnet haben.	... noch nicht kennen.
THIMM Verpackung	194,5	92%	1%	7%
THIMM SCHERTLER Verpackungssysteme	74,8	82%	16%	2%
THIMM Display	19,7	85%	9%	6%
THIMM Gruppe	289,0	89%	5%	6%

* Der Großteil der Lieferanten hat den THIMM Code of Conduct für Lieferanten ohne Einschränkungen akzeptiert. Einige Lieferanten haben Einschränkungen getroffen oder unterzeichneten den Code of Conduct nicht, da ein eigener Code of Conduct vorliegt. Diese Lieferanten sind hier ebenfalls enthalten.

Um unserer Verantwortung in der Lieferkette nachzukommen, haben wir im Jahr 2012 einen Code of Conduct für Lieferanten formuliert. Gemessen am Beschaffungsvolumen wurde dieser von knapp 90 Prozent der Lieferanten der THIMM Gruppe bereits akzeptiert. Alle übrigen Lieferanten schreiben wir sukzessive an und treiben die Einführung unseres Kodexes so systematisch weiter voran.

Mitarbeiter

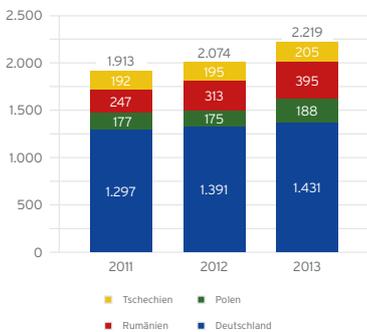
Bei den nachfolgend dargestellten Mitarbeiterkennzahlen handelt es sich, soweit nicht anders angegeben, um Kopffzahlen bzw. um Anteile von Kopffzahlen. Neben den Standorten, die 2013 entstanden sind (Bremen, Duisburg, Essen), sind auch der Standort in Chotěšov (Tschechien) und die geringfügig beschäftigten Mitarbeiter am Standort Wörrstadt nicht in den folgenden Mitarbeiterkennzahlen enthalten.

Allgemeine Mitarbeiterkennzahlen

GRI Indikator 2.8 LA1

GRI Indikator LA1

Mitarbeiter nach Produktionsländern (Anzahl)



Entsprechend unserer Wachstums- und Internationalisierungsstrategie ist die Mitarbeiterzahl sowohl an unseren Auslandsstandorten als auch in Deutschland angestiegen. Fast zwei Drittel unserer Arbeitnehmer waren 2013 in Deutschland tätig. Zur Bewältigung von Auftragspitzen unterstützten 162 Leiharbeiter die THIMM Gruppe im Jahr 2013.

Mitarbeiter nach Arbeitsbereichen

		2011		2012		2013	
		weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich
Kaufmännischer Bereich	Anzahl	269	376	292	394	308	403
	Anzahl gesamt	645		686		711	
	<i>in % der Gesamtbelegschaft</i>	34%		33%		32%	
Gewerblicher Bereich	Anzahl	316	952	367	1.021	400	1.108
	Anzahl gesamt	1.268		1.388		1.508	
	<i>in % der Gesamtbelegschaft</i>	66%		67%		68%	

GRI Indikator LA1

GRI Indikator LA1

Befristete und unbefristete Verträge 2013 (in %)¹⁾



92 Prozent unserer Mitarbeiter waren im Jahr 2013 unbefristet für uns tätig. Auch in 2011 und 2012 lag der Anteil der unbefristeten Verträge bei über 90 Prozent. Dies spiegelt unser Bestreben wider, unsere Mitarbeiter möglichst lange an uns zu binden.

Mitarbeiter kaufmännischer und gewerblicher Bereich (Anzahl)



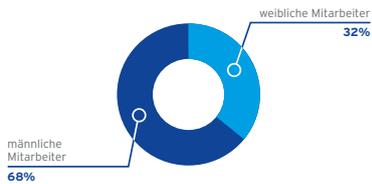
Die Mitarbeiterzahlen sind 2013 sowohl im kaufmännischen als auch im gewerblichen Bereich angestiegen. Im kaufmännischen Bereich arbeiteten im Jahr 2013 43 Prozent Frauen, im gewerblichen Bereich lag ihr Anteil bei 27 Prozent.

Mitarbeiter

Vielfalt und Fairness

GRI Indikator **LA13**

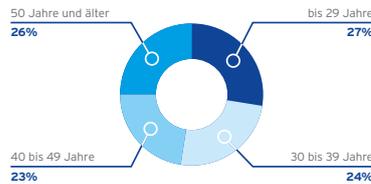
Weibliche und männliche Mitarbeiter der THIMM Gruppe 2013 (in %)



Der Frauenanteil an der Gesamtleistung ist seit 2011 leicht angestiegen. 2013 betrug der Anteil knapp 32 Prozent (2011: 31 Prozent). Der Anteil der männlichen Mitarbeiter ist dementsprechend leicht gesunken (2011: 69 Prozent).

GRI Indikator **LA13**

Mitarbeiter nach Altersgruppen 2013 (in %)¹⁾

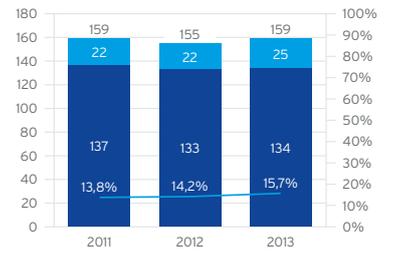


¹⁾ Standort Sibiu (Rumänien) ist zusätzlich nicht enthalten.

Die Altersstruktur unserer Mitarbeiter ist relativ gleichmäßig verteilt. In allen Altersgruppen konnten wir im Vergleich zu den Vorjahren einen Anstieg verzeichnen. Dies ist auch ein Resultat unserer Förderung von altersgemischten Teams an allen Standorten und unserem Engagement für die Ausbildung junger Menschen. Der Anteil an Menschen mit Beeinträchtigung lag 2013, ähnlich wie in den vergangenen Jahren, bei 3 Prozent.

GRI Indikator **LA13**

Frauen und Männer in Führungspositionen¹⁾



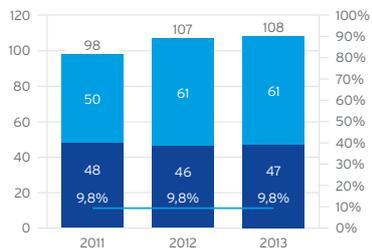
¹⁾ Standort Sibiu (Rumänien) ist zusätzlich nicht enthalten.

2013 ist der Anteil der Frauen in Führungspositionen leicht angestiegen: Von 159 Führungskräften waren 25 Personen weiblich, was einem Anteil von 15,7 Prozent entspricht.

Aus- und Weiterbildung

GRI Indikator **LA10**

Anzahl Auszubildende nach Bereichen sowie Ausbildungsquote¹⁾



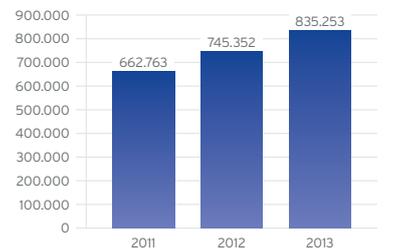
¹⁾ Ausbildungsquote = Anzahl Auszubildende in Deutschland / die Anzahl der Arbeitsplätze in Deutschland, für die eine abgeschlossene Berufsausbildung notwendig ist.

2013 bildeten wir 108 junge Menschen aus. Unsere Ausbildungsquote lag in den vergangenen Jahren konstant bei 9,8 Prozent.

Die kontinuierliche Fortbildung der Mitarbeiter hat einen hohen Stellenwert in der THIMM Gruppe. Dementsprechend steigt auch der Gesamtaufwand für Weiterbildung an. Von 2012 auf 2013 haben wir unser Budget für Fortbildungen um fast 90.000 Euro erhöht.

GRI Indikator **LA10**

Gesamtaufwand für Weiterbildung (in Euro)¹⁾

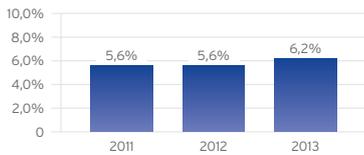


¹⁾ Standort Sibiu (Rumänien) sowie THIMM Consulting sind zusätzlich nicht enthalten.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

GRI Indikator **LA7**

Krankenquote¹⁾²⁾³⁾

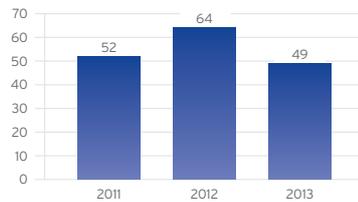


¹⁾ Krankenquote = (Summe der Abwesenheitstage aller Arbeitnehmer / Sollarbeitsstage aller Arbeitnehmer) x 100
²⁾ Standorte Sibiu (Rumänien) und Vsetaty (Tschechien) sind zusätzlich nicht enthalten.
³⁾ 2011 liegen für den Standort Würzburg keine Zahlen vor.

Die Krankenquote der THIMM Gruppe ist im Vergleich zu den beiden Vorjahren leicht gestiegen und lag 2013 bei 6,2 Prozent.

GRI Indikator **LA7**

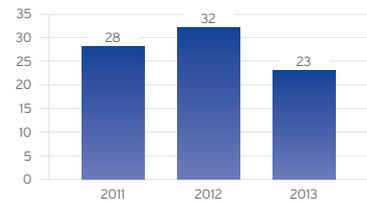
Anzahl der anzeigepflichtigen Arbeits- und Wegeunfälle mit Ausfalltag(en)



Die Anzahl der anzeigepflichtigen Arbeits- und Wegeunfälle mit einem oder mehreren Ausfalltagen konnte von 64 Fällen im Jahr 2012 auf 49 im Jahr 2013 reduziert werden.

GRI Indikator **LA7**

Anzahl der anzeigepflichtigen Arbeits- und Wegeunfälle je 1.000 Mitarbeiter¹⁾



¹⁾ Bezugsgröße für die Berechnung: Mitarbeiter in Vollzeitäquivalenten (FTE).

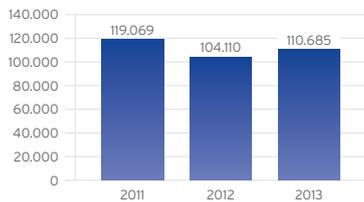
Je 1.000 Mitarbeiter waren im Jahr 2013 23 Arbeits- und Wegeunfälle zu verzeichnen. Dies entspricht einer Reduktion um 28 Prozent gegenüber 2012 (Anzahl 2012: 32) und ist ein Ergebnis unserer kontinuierlichen Optimierungsmaßnahmen im Bereich Arbeitssicherheit.

Gemeinwesen

Spenden

GRI Indikator **EC1**

Spendenausgaben der THIMM Gruppe (in Euro)¹⁾



¹⁾ Die Darstellung der Spendenausgaben bezieht sich auf die monetären Spenden. Materialspenden sind nicht inkludiert.

Die THIMM Gruppe definiert jährlich ein entsprechendes Spendenvolumen. Im Jahr 2013 beliefen sich die gesamten Spendenausgaben auf rund 110.700 Euro und stiegen damit im Vergleich zum Vorjahr um etwa 6.500 Euro an.

Impressum

Herausgeber

THIMM Group GmbH + Co. KG
Breslauer Str. 12
37154 Northeim
Deutschland

Tel.: +49 (0)5551 703-0
E-mail: infoline@thimm.de

AG Göttingen HRA 130117
Ust-Ident.-Nr.: DE 116 210 411

Komplementärin:
THIMM GmbH, Northeim
AG Göttingen HRB 130294

Geschäftsführer:
Mathias Schliep, Jens Fokuhl

Inhaltlich verantwortlich:
Anke Peinemann
Leitung Corporate Affairs/Unternehmenskommunikation
THIMM Group GmbH + Co. KG

Konzeption, Redaktion und Gestaltung

Schlange & Co. GmbH, Hamburg
THIMM Group GmbH + Co. KG, Northeim
Hoschke & Consorten Public Relations GmbH, Hamburg
gimmickmedia GmbH, Hamburg

Druck

Langebartels & Jürgens GmbH
Wördemanns Weg 58
22527 Hamburg

Papiersorte

Gedruckt auf Igepa Profisilk



Bildernachweis

Signet Deutscher Verpackungspreis: Deutsches Verpackungsinstitut e.V. (dvi), Berlin
Signet Worldstar of Packaging: World Packaging Organisation, www.worldpackaging.org
Alle übrigen Bilder: THIMM Group GmbH + Co. KG, Northeim

© THIMM Group GmbH + Co. KG, August 2014



THIMM - THE HIGHPACK GROUP

Breslauer Straße 12
37154 Northeim
Deutschland
Tel.: +49 (0) 5551 703-0
E-mail: infoline@thimm.de

Web: www.thimm.de
