

Gemeinwohlbericht
der Topp Textil GmbH
für den Berichtszeitraum 2020



Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	3
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	4
Produkte / Dienstleistungen	4
Das Unternehmen und Gemeinwohl	6
Testat.....	7
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	8
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	10
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	12
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	13
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	14
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	16
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	17
B4 Eigentum und Mitentscheidung	18
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	19
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	25
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	29
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	31
D1 Ethische Kundenbeziehungen	33
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	35
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	37
D4 Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz	39
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	40
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	41
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	43
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	46
Die Gemeinwohlbilanzierung und die SDGs	47
Ausblick.....	48
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	49

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Topp Textil GmbH

Rechtsform: Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Eigentums- und Rechtsform: GmbH

Website: www.topp-textil.de

Branche: Textilindustrie

Firmensitz: Heubachstr. 4 87471 Durach

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 93

Vollzeitäquivalente: 83

Saison- oder Zeitarbeitende: 8

Umsatz: 12.944.190,45 €

Jahresüberschuss: 694.548,08 € nach Steuern

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:

Insgesamt sind drei Tochtergesellschaften vorhanden

Topp Italia 67% Eigentumsanteile

Topp Romania 99,38% Eigentumsanteile

Topp Braşov 65% Eigentumsanteile

Die Berichterstellung erfolgt nur für die Topp Textil GmbH in Durach.

Berichtszeitraum: 2020



Kurzpräsentation des Unternehmens

„Innovative und individuelle Lösungen für unsere Kunden zu entwerfen und umzusetzen und dabei neue Wege zu beschreiten, um ein friedlicheres und nachhaltigeres Miteinander zu ermöglichen.“

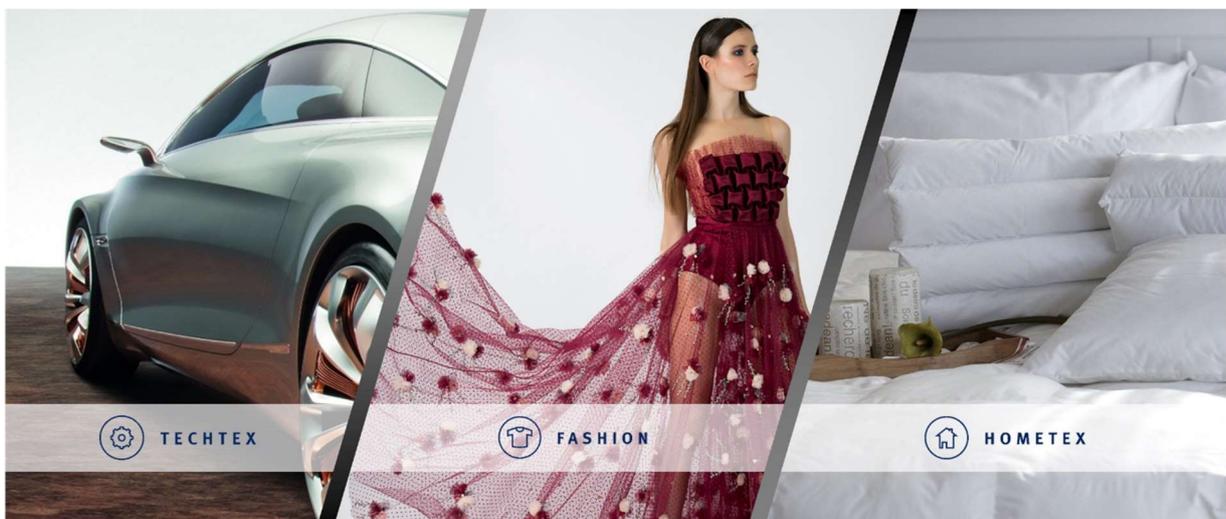


Geleitet von dieser Vision entwickelte sich die Topp Textil Gruppe in den letzten Jahren zu einem der führenden Hersteller von technischen Textilien, textilen Bändern und textilen Bauteilen. Seit 1945 produziert und kreiert das Unternehmen Textilien für die Bereiche Bekleidung, Automobil, Heimtext und Medizin. Neben der hauseigenen Breitwarenweberei bietet die Topp Textil GmbH vielfältige Beschichtungs-, Kaschier-, Druck- und Konfektionsverarbeitungen sowie zahlreiche Weiterverarbeitungsmöglichkeiten wie Schneiden, Stanzen, Nähen und Kleben an. Weltweit beschäftigt die Topp-Gruppe rund 200 Mitarbeitende, davon 93 am Stammsitz im Allgäu. Seit 2019 ist das Unternehmen klimaneutral.

Produkte / Dienstleistungen

Topp Textil fertigt und konfektioniert in Durach im Allgäu Textilien und textile Bänder für verschiedene Anwendungsbereiche.

Insgesamt lassen sich drei übergeordnete Produktbereiche nennen:



- **Techtex:** Im Bereich technische Textilien werden Gewebe speziell für die Anforderungen der Branche erarbeitet. Anwendung finden sie in der Automobilindustrie, der

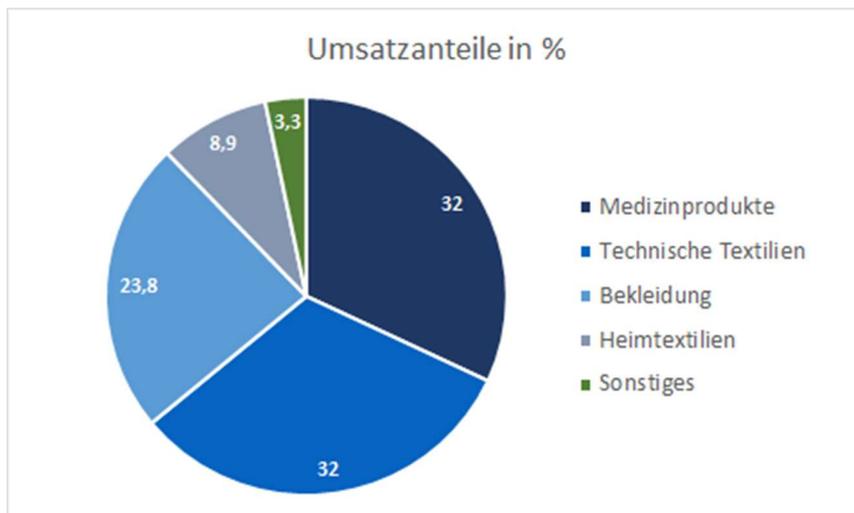
Luftfahrt, im Maschinenbau (unter anderem in Zahn- und Keilriemen und Transportbändern), sowie in der Medizin- und Umwelttechnik.

- Fashion: Aus verschiedenen Materialien und Farben werden modische und technische Produkte für HAKA, DOB, KOB¹, Lingerie, Berufsbekleidung, Taschen, Schuhe und Accessoires gefertigt.
- Hometex: Textilien und Bänder aus dem Hause Topp Textil kommen in den Bereichen Heimtextil, Freizeit und Reinigung zum Einsatz. Für unterschiedliche Produkte – vom Teppich über Matratzen und Bettdecken bis zum Lampenschirm.

Im Jahr 2020 wurde, angestoßen durch die Coronapandemie, in kürzester Zeit eine OP-Masken-Produktion aufgebaut. Angefangen mit selbstgenähten Stoffmasken werden inzwischen mehrere Millionen OP-Masken des Typs II R klimaneutral am Standort in Durach produziert.



Dabei unterteilt sich der Umsatz der Produkte im Jahr 2020 wie folgt:



¹ HAKA = Herren- und Knaben- Anzüge, DOB = Damenoberbekleidung und KOB = Kinderoberbekleidung

Das Unternehmen und Gemeinwohl

„Wenn wir so weiter wirtschaften wie die letzten Jahrzehnte, immer mehr Raubbau an der Natur vornehmen und Personal vorrangig als Optimierungs- und Kostenfaktor sehen, dann gefährden wir nicht nur unser Ökosystem, sondern entziehen uns unsere eigene Existenzgrundlage. Daher versuchen wir neue Wege zu gehen, um ein friedlicheres und ökologisch verantwortliches Wirtschaften zu ermöglichen.“

- Dr. Stefan Topp

Verantwortung für die Menschen und die Umwelt in unseren Einflussbereich zu übernehmen, ist schon seit vielen Jahren elementarer Bestandteil unserer Unternehmenspolitik. In unserem Leitbild haben wir die für unser Handeln zentralen Aspekte verankert:

- Zufriedene Kunden, für die wir ein zuverlässiger Ansprechpartner sind
- Partnerschaftliche Lieferanten, mit denen wir konstruktiv zu beiderseitigem Vorteil zusammenarbeiten
- Zufriedene und engagierte Mitarbeitende, die die Möglichkeit zu verantwortungsbewusstem und eigenständigem Handeln wahrnehmen
- Soziale und ökologische Verantwortung, um unsere Umwelt zu schonen und nachhaltig zu wirtschaften

Unser Leitbild



Ziel unseres gemeinsam erarbeiteten Unternehmensleitbildes ist es, unser Selbstverständnis vom unternehmerischen und individuellen Handeln unserer Firma und Mitarbeiter zu beschreiben. Damit dient es uns als Orientierungshilfe und Richtschnur in unserem täglichen Handeln. Im Mittelpunkt unserer Aufmerksamkeit streben wir nach begeistertsten Zielkunden, in dem wir als führender Hersteller von modischen und technischen textilen Lösungen im Bereich Konfektion, Beschichtung und Schlauch zum Geschäftserfolg unserer Kunden beitragen. Der unternehmerische Erfolg ist dabei die Basis, die es uns ermöglicht, sozial und ökologisch neue Wege zu bestreiten und um daraus ein nachhaltiges und friedliches Wirtschaften auf diesem Planeten zu ermöglichen.



Zufriedene Kunden

- Schneller und zuverlässiger Service
- Verlässlicher Ansprechpartner
- Individuelle Problemlösungskompetenz und Serviceleistungen
- Aktive und offene Kommunikation
- Interesse für die Geschäftsideen und Bedürfnisse der Kunden
- Dauerhafte und Partnerschaftliche Beziehungen
- Entwicklung innovativer Produkte
- Kontrollierte Qualität unserer Produkte



Partnerschaftliche Lieferanten

- Gemeinsame Produktentwicklung
- Faire Preisgestaltung
- Offene und unmissverständliche Kommunikation mit klaren Qualitäts- und Zielvorgaben
- Anspruch an Qualität
- Einhalten sozialer und ökologischer Standards in Anlehnungen an die Vorgaben des Bündnisses nachhaltiger Textilien



Zufriedene und engagierte Mitarbeiter

- Gelebte Wertschätzung
- Kombination von Erfolgs- und Leistungsbeteiligung
- Offenheit und Ehrlichkeit „Nicht übereinander, sondern miteinander Reden!“
- Gegenseitige Anerkennung Vertrauen und Akzeptanz
- Flache Hierarchie
- Ermutigung und Belohnung von Initiative, Kreativität und Übernahme von Verantwortung – „Engagement und Einsatz zählt sich aus!“
- Kooperativer Führungsstil
- Ergonomie am Arbeitsplatz
- Jährliches Mitarbeitergespräch mit Zielvereinbarungen und Erfolgskontrollen



Soziale / ökologische Verantwortung

- Verantwortung für die Menschen und die Umwelt / Natur in unserem Einflussbereich in Anlehnung an die Vorgaben des Bündnis *nachh*, Textilien
- Schonung unserer Umwelt und Sicherung von Arbeitsplätzen vor kurzfristigem und maximalem Gewinnstreben
- Schonung und Achtung von Lebewesen in unserem Einflussbereich und Förderung der Wiederansiedlung von Tier- und Pflanzenhabitaten
- Einhaltung der umweltrechtlichen Anforderungen
- Wiederverwertbarkeit der Produkte
- Kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltleistungen
- Schonung der natürlichen Ressourcen durch Förderung des Einsatzes erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger
- Verwendung von Umweltverträglichen Substanzen

Revision: 2
Änderungsdatum: 08/21

Mit der Gemeinwohlabilanzierung haben wir nun ein Werkzeug gefunden, um unserem bereits bestehenden Engagement eine Struktur zu verleihen. Wir sind davon überzeugt, dass nur ein gemeinwohlorientiertes Wirtschaften langfristig zukunftsfähig ist. Daher wollen wir uns durch die Gemeinwohlabilanzierung weiterentwickeln und neue Potentiale erkennen.

Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ ist:
Frau Anna Ritter erreichbar per Mail an anna.ritter@topp-textil.de oder telefonisch unter der Telefonnummer 0831/5611314.

Testat



**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** 
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

**Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit**

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Topp Textil GmbH
	M5.0 Vollbilanz	2020	Auditor*In: Roland Wiedemeyer

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 40 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 10 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 30 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 10 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 40 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %
			Testat gültig bis: 30.06.2024	BILANZSUMME: 342

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: **mocp1**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

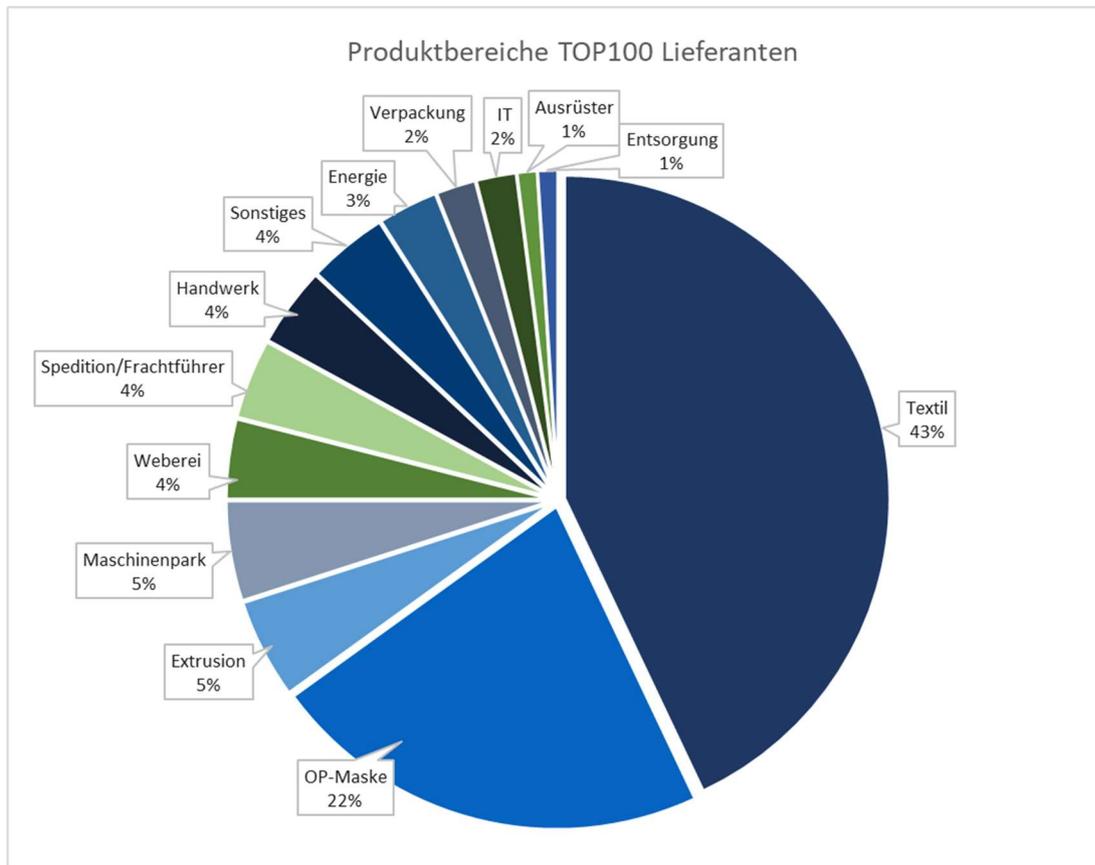
Menschenwürdige Bedingungen in unserer Zulieferkette sind uns ein sehr wichtiges Anliegen. Daher engagieren wir uns in dem von Gerd Müller ins Leben gerufenen Textilbündnis, welches sich zum Ziel gesetzt hat, menschenunwürdige Bedingungen zu verhindern und Strategien zur Entwicklung von neuen Standards zu definieren. Des Weiteren wurde 2005 das Allgäuer Textiltreffen von Topp Textil ins Leben gerufen, um den Austausch und die regionale Lieferkette zu fördern und Branchenstandards zu erhöhen. Unter anderem konnte durch das Allgäuer Textiltreffen ein Schaum bei einem regionalen Lieferanten zugekauft, Abstimmungen und Erfahrungen über ERP Systeme ausgetauscht und gemeinsame Entwicklungen z.B. im Bereich leitfähiger Garne vorangetrieben werden.

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

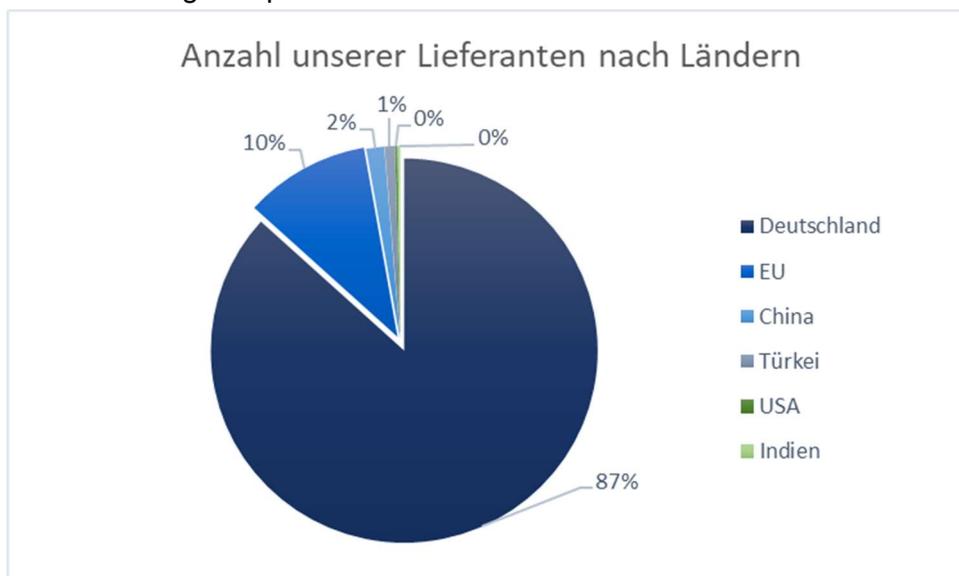
Durch unseren konfektionierenden Schwerpunkt beziehen wir von unseren Lieferanten hauptsächlich Textilien in Form von Geweben, Gewirken, Vliese und Gestricke als Breitware. Des Weiteren beziehen wir für unsere hauseigene Weberei Garne und Granulate für unsere Beschichtungsanlage. 2020 kamen spezielle Materialien zur Herstellung von OP-Gesichtsmasken hinzu. Bei der Auswahl von Lieferanten spielen unterschiedliche Aspekte eine Rolle, welche in unserem Lieferantenfragebogen definiert sind. Zusätzlich müssen alle Lieferanten die Einhaltung der Menschenrechte durch Unterschrift unserer Einkaufsbedingungen bestätigen. Durch kontinuierliche Austauschtermine auf Augenhöhe, persönliche Beziehungen und Audits vor Ort werden soziale Risiken gemeinsam mit unseren Lieferanten evaluiert und bei Nonkonformität Verbesserungsmaßnahmen definiert. Die meisten unserer Lieferanten sind bereits seit Jahrzehnten beständige Partner. Derzeit bestehen die Lieferantenbeziehungen durchschnittlich rund neun Jahre. Eine Sondersituation stellen hierbei die Lieferanten für die OP-Masken-Materialien dar. Im letzten Jahr sind dadurch viele neue Lieferanten Teil unserer Zulieferkette geworden. Aufgrund der Knappheit von Rohmaterialien, hervorgerufen durch die weltweite Pandemie, lag der Fokus bei der Auswahl der Lieferanten auf den Qualitätsanforderungen, zuverlässigen Lieferterminen sowie einem angemessenen Preis-Leistungs-Verhältnis.

Zugeordnet nach Produktgruppe ergeben sich bei uns folgende Anteile am Einkaufsvolumen:

Produktgruppe	%-Anteil Einkaufsvolumen
OP-Maske	45,40
Textil	34,99
Handwerk	3,90
Extrusion	2,99
Weberei	2,16
Spedition	1,39
Energie	1,01
Maschinenpark	0,89
IT	0,49
Entsorgung	0,34
Verpackung	0,28
Bürobedarf	0,10
Sonstiges	6,07



Mit rund 87% hat ein Großteil unserer Lieferanten ihren Firmensitz in Deutschland. 10 % entfallen auf EU-Länder. 2% der Lieferanten sitzen in China sowie 1% in der Türkei. Bei den USA und Indien liegt der prozentuale Anteil unter 1%.



Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Herbst 2021 ist ein Lieferantenworkshop geplant. Unter anderem soll dabei der Prozess der Lieferantenbewertung geprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Nicht-EU-Länder wie beispielsweise Indien, China oder die Türkei weisen laut Global Rights Index des IGB 2020 eine "sehr hohe" Gefährdung im Hinblick auf mögliche Verletzungen der Menschenwürde auf. Daher legen wir Wert darauf, uns bei Lieferantengesprächen und Besuchen vor Ort über die Einhaltung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen zu vergewissern. Zudem bestätigen alle Lieferanten mit Unterzeichnung unserer Einkaufsrichtlinien, dass Menschenrechtsverletzungen ausgeschlossen sind.

Das Einkaufsvolumen aus Ländern mit einer erhöhten Gefährdung beträgt derzeit 13,6 %. Begründet liegt dies im Anlauf der OP-Masken Produktion. Unser Hauptlieferant für die verwendeten Rohmaterialien sitzt und produziert in der Türkei. Ohne die Produktparte OP-Maske liegt der Wert bei 1,29 %.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Langfristig möchten wir die Anzahl unserer Lieferanten, welche als Händler tätig sind (derzeit rund 10%), wie auch die Anzahl von Lieferanten, die in als kritisch eingestuftem Ländern sitzen, reduzieren, um einen größeren direkten Einfluss zu haben sowie ein höheres Maß an Transparenz zu erlangen.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferanten

Topp Textil verfügt über keinerlei marktbeherrschende Stellung, um Preise oder Lieferbedingungen gegen den Willen von Lieferanten durchsetzen zu können. Unser jeweiliges Einkaufsvolumen ist bei unseren einzelnen Lieferanten zu gering, so dass keine Marktmacht besteht oder in Lieferantengesprächen ein großer Einfluss ausgeübt werden kann. Das Wertesystem von Topp Textil ist unseren langjährigen Lieferanten bekannt. Wie bereits im Abschnitt A1.1 erwähnt, beträgt unsere durchschnittliche Dauer von Lieferantenbeziehungen derzeit rund neun Jahre – und dies obwohl in den letzten Jahren viele neue Geschäftsfelder mit neuen Lieferantenbeziehungen aufgebaut wurden. Teilweise bestehen Rahmenverträge für eine langfristige Beziehung mit planbaren Abnahmemengen zu definierten Preisen. Dies ist für beide Seiten von Vorteil. Da wir Lieferanten als Partner verstehen, weisen Produktgruppen, die bei Topp Textil eine höhere Marge und Rentabilität aufweisen, auch bei den Lieferanten eine höhere Marge auf. Bei Preis-, Zahlungs-, und Reklamationsverhandlungen wird ein kooperativer, lösungsorientierter Stil gepflegt. Wir stehen in einem kontinuierlichen, vertrauensbasierten und offenen Austausch mit unseren Lieferanten. Derzeit gibt es keine regelmäßigen anonymen Befragungen unserer Lieferanten zur Zufriedenheit mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen. Skontierte Rechnungen werden wahrgenommen und in kürzester Frist beglichen. Bestellungen werden frühzeitig getätigt und die Bestellrhythmen mit unseren größeren Lieferanten nach Möglichkeit abgestimmt. Der Austausch über Margen ist Bestandteil der Lieferantengespräche. Dadurch tragen wir dazu bei, dass Lieferanten über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen. Grundsätzlich forciert Topp Textil, in Zusammenarbeit

mit den Lieferanten, deren Kompetenz auszuweiten. Es wird daher eine offene Kommunikation zu unseren Lieferanten gepflegt.

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Wir haben den konstruktiven und partnerschaftlichen Umgang mit unseren Lieferanten in unserem Leitbild verankert. Daher tauschen wir uns mit unseren Lieferanten über Lieferbedingungen, Zahlungsziele und Margen aus und möchten so einen fairen und solidarischen Umgang miteinander fördern. In regelmäßigen Lieferantengesprächen und bei Lieferantenbesuchen prüfen wir, ob eventuell Risiken und Missstände gegeben sind. Wir behalten uns vor, Lieferanten auszulisten, wenn die vereinbarten Einkaufsbedingungen und entsprechenden Gegenmaßnahmen nicht eingehalten werden. Derzeit ist uns kein passendes Label betreffend Solidarität und Gerechtigkeit bekannt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Auch hier sehen wir – wie in Punkt A1.2 – die Reduktion der Lieferanten, die als Händler tätig sind, wie auch die weitere Reduktion von Lieferanten, die in als kritisch eingestufte Länder sitzen, als Verbesserungspotential.

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferanten

Die Firma Topp Textil bestätigt, dass gegenüber keinem unserer Lieferanten eine Marktmachtposition besteht. Eine Ausnutzung der Marktmacht ist ausgeschlossen.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

In unserer Produktion werden überwiegend textile Stoffe als Breitware, Garne und Polymere in Form von Granulaten eingesetzt. Textilien werden bei uns gewebt, beschichtet und konfektioniert. Die Auswahl unserer Rohstoffe erfolgt auf Grundlage verschiedener Kriterien. Neben der entsprechenden Funktionalität der Rohstoffe spielt auch deren ökologische Auswirkung eine Rolle. Bei der Auswahl der Lieferanten dient unser Schema zur Befragung der Lieferanten als Richtschnur. Aufgrund der geringen Verfügbarkeit von Artikeln bestehen oftmals nur begrenzte Auswahlmöglichkeiten. Das Wertesystem von Topp Textil behält sich vor, Lieferanten auszulisten, wenn die ökologischen Standards bei diesen nicht gegeben sind². Um ökologische Risiken in der Zulieferkette zu evaluieren, findet ein kontinuierlicher Austausch innerhalb der Branche statt. Ebenso waren wir Initiator und Gründungsmitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien. Bei unseren zugekauften Produkten gibt es unterschiedliche potentiell schädliche Umweltauswirkungen. Neben dem Energie- und Wasserverbrauch, der Verschmutzung von Land und Wasser sind auch Einwegprodukte kritisch zu sehen. Um die Umweltauswirkungen zu reduzieren, arbeiten wir mit Produktionsslots und versuchen, Liefermengen zusammenzufassen, um die aufzuwendende Energie wie auch Transportwege zu reduzieren. Seit vielen Jahren arbeitet Topp Textil darüber hinaus eng mit Kunden und Lieferanten zusammen, um möglichst nachwachsende Rohstoffe und umweltverträgliche Herstellungsverfahren einzusetzen. Derzeit haben wir von circa 73 % unserer Textil-Lieferanten ein Öko-Tex Zertifikat vorliegen. Grundsätzlich befinden sich in Europa textile Zutaten in einem harten Verdrängungswettbewerb. Uns sind hier keine Initiativen im Hinblick auf einen ökologischen Einkauf bekannt. Um unsere unvermeidbaren Umweltauswirkungen zu kompensieren, haben wir einen gemeinnützigen Nachhaltigkeitsumweltfond gegründet, in welchen 5-10 % des Einkaufsvolumens aus nicht nachwachsenden Rohstoffen investiert werden.

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Die Firma Topp Textil bestätigt, dass wissend branchenspezifisch keine unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen in der Zulieferkette stattfinden.

² In den letzten 15 Jahren sind bei zwei Unternehmen wegen der Umweltpraktiken nach vorheriger offener Kommunikation Sanktionen von unserer Seite aus erfolgt.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferanten

Uns ist eine konstruktive und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten wichtig. Gegenseitiges Vertrauen und langfristige Lieferantenpartnerschaften sind unser Ziel in der Zusammenarbeit.

Wo nötig, werden unseren Lieferanten Artikelbeschreibungen oder technische Spezifikationen bereitgestellt. Die Transparenz ist individuell abhängig von dem Bereich, in welchen das Produkt einfließt und variiert von "keiner Transparenz" bis zu "gemeinsame Produktentwicklung". Besonders im Bereich OP-Masken haben wir im Berichtsjahr 2020 viel kooperiert und uns beispielsweise hinsichtlich Maschinen und Materialien ausgetauscht. Bei unseren langjährigen Lieferantenbeziehungen³ besteht eine hohe Zufriedenheit über die Informationspolitik, welche auf einer informellen, freundschaftlichen Lieferantenbeziehung basiert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bei Neulieferanten möchten wir das Potential nutzen, ein kooperatives und langfristiges Lieferantenverhältnis aufzubauen.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Mit unseren Lieferanten ist der Umgang auf Partizipation und Vertrauen ausgelegt. Ziel ist eine offene und unmissverständliche Kommunikation, welche klare Zielvorgaben beinhaltet, um so Transparenz und gemeinsame Entscheidungen zu fördern. Es erfolgt ein regelmäßiger Austausch in unseren Lieferantengesprächen. Reklamationen werden offen und partnerschaftlich angesprochen und es wird eine gemeinschaftlich erarbeitete Lösung angestrebt.

Topp Textil hat keine Marktmacht, da häufig nur geringe Mengen gekauft werden. Deshalb gibt es wenig Spielraum, um Missstände zu sanktionieren. Diese und weitere Risiken werden offen angesprochen und Unterstützung zur Beseitigung angeboten. Sollte keine Einigung erreicht werden, kann es zur Auslistung des Lieferanten kommen.

Risiken werden aufgrund der bestehenden Lieferantenverträge ausgeschlossen. Gleichzeitig werden potentielle Risiken in Lieferantengesprächen thematisiert, beispielsweise die unsachgemäße Verwendung von Schadstoffen. Diese werden durch Audits evaluiert und eine spezifikationsgetreue Herstellung überprüft.

Innerhalb unserer technisch ausgelegten Branche sind uns keine Labels bekannt, welche Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette berücksichtigen.

Wir schätzen, dass wir mit rund 80 % unserer Bestands- und Neulieferanten einen transparenten und partizipativen Umgang mit deren Anspruchsgruppen thematisiert haben.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zukünftig möchten wir eine systematische und nachvollziehbare Auflistung und Dokumentation von Lieferantenbewertungen und Auswahlkriterien implementieren.

³ als langjährig stufen wir Lieferantenbeziehungen ein, die länger als 10 Jahre bestehen.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Die Firma Topp Textil finanziert sich überwiegend durch Eigenkapital. Seit 2004 wird die Philosophie gelebt, dass die Gewinne des Unternehmens zwischen den Mitarbeitenden und dem Unternehmen geteilt werden. Seitdem wurden in der Summe drei Millionen Euro an die Beschäftigten von Topp Textil ausgeschüttet, welches mindestens 50 % des jährlichen erwirtschafteten Gewinns beinhaltete. Die verbleibenden Gewinne des Unternehmens werden zur Risikoabsicherung und zur Investition in Zukunftsprojekte im Unternehmen eingesetzt. Zur Absicherung des Bestehens des Unternehmens wurde vor 2021 durch das Testament des Inhabers als oberstes Ziel die Weiterführung des Unternehmens im Sinne der sozialen und ökologischen Leitlinien festgelegt. Mit Beginn des Jahres 2021 wurde ein Beirat eingerichtet. In diesem sitzen ein Finanzdienstleister, ein Unternehmensberater sowie der Geschäftsführer eines Unternehmens, welches sowohl zu unseren Lieferanten als auch zu unseren Kunden zählt.

Der derzeitige Eigenkapitalanteil der Firma Topp Textil sowie der Topp Holding liegt bei 60,00 % und damit deutlich über dem durchschnittlichen Eigenkapitalanteil der Branche, der aktuell bei 43,25 % liegt.⁴

Im Jahr 2020 fand mit dem Aufbau der OP-Masken Produktion eine außergewöhnlich hohe Investition statt. Das Kapital hierfür wurde bei den beiden Hausbanken aufgenommen, zusätzlich wurde ein Business Case erstellt. Die Investitionsentscheidung war durch das Abwägen von Risiken und die Umsetzung entsprechender Absicherungsmaßnahmen begleitet.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Fremdfinanzierung findet über regionale Banken statt, zu welchen die Geschäftsbeziehungen langjährig gewachsen sind. Eine Finanzierung durch andere Berührungsgruppen findet derzeit nicht statt. Gleichwohl erfolgt über den Beirat eine Einflussnahme von Berührungsgruppen. Durch den Rückfluss von Gewinnen in das Unternehmen soll der Anteil an Fremdfinanzierungen weiterhin möglichst klein gehalten werden. Im Jahr 2020 betrug der Fremdkapitalanteil 39,63%⁵. Für 2021 ist eine deutliche Verringerung dieses Anteils geplant. Bereits während der Erstellung des Gemeinwohlberichts konnten alle Darlehen vorzeitig getilgt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Alle Darlehen sollen im Jahr 2021 vorzeitig getilgt werden.

Zudem möchten wir mit unseren Finanzpartnern das Gespräch suchen, worin und wie risikohaft Geld investiert wird.

⁴ Rating der Sparkasse bezogen auf technische Textilien

⁵ Dieser verteilt sich jeweils hälftig auf die Sparkasse Allgäu und die HVB Bank. Es handelt sich um Langfristdarlehn mit 10 Jahren Zinsfestschreibung

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner

Derzeit arbeitet die Firma Topp Textil mit vier größeren Finanzpartnern zusammen.

Hierbei pflegen wir mit allen langjährigen Geschäftsbeziehungen.

Unsere Bankgeschäfte werden über die Sparkasse Allgäu und die Hypovereinsbank⁶ abgewickelt. Hierbei ist unser Hauptpartner die Sparkasse Allgäu. Unsere Versicherungen laufen über die Ergo sowie über Atradius.

Im Hinblick auf die ethisch-nachhaltige Ausrichtung haben wir im Zuge der Bilanzierung alle Finanzpartner angefragt und von allen Partnern Rückmeldungen erhalten. Im Folgenden werden wir auf unsere beiden Hauptpartner, die Sparkasse Allgäu sowie die Ergo näher eingehen.

Sparkasse Allgäu⁷

Wir schätzen die Sparkasse Allgäu als langjährigen, regionalen Partner mit zuverlässigen Ansprechpartnern. Die Sparkasse Allgäu unterstützt gemeinnützige Projekte in der Region Allgäu. Seit 2017 wurden über 300 Projekte mit in Summe über einer Millionen Euro gefördert. Wie die Firma Topp Textil, ist als erstes Finanzinstitut der Region auch die Sparkasse Allgäu Mitglied im Bündnis Klimaneutrales Allgäu 2030. Die Sparkasse Allgäu spricht sich für die Einhaltung der Menschenrechte nach internationalen Standards wie dem Global Compact sowie den ILO Kernarbeitsnormen aus und verpflichtet deren Dienstleister, Lieferanten und Partner dies auch zu bestätigen. Es gibt bereits verschiedene Angebote zur nachhaltigen Geldanlage. Zudem ist geplant das nachhaltige Produktangebot weiter auszubauen. Die Sparkasse veröffentlicht seit 2017 einen Nachhaltigkeitsbericht nach dem DNK Standard.

Ergo⁸

Mit Ausnahme unserer Warenkreditversicherung, haben wir alle Versicherungen mit unserem Partner der Ergo abgeschlossen. Die Ergo setzt sich bereits seit mehreren Jahren mit der Thematik sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit auseinander. Seit dem Jahr 2017 veröffentlicht die Ergo einen Nachhaltigkeitsbericht, bereits seit 2012 eine Nachhaltigkeitsbilanz. Das Unternehmen ist seit dem Jahr 2015 klimaneutral gestellt und konnte bis 2019 die CO₂-Emissionen um 48 % seit 2009 reduzieren. Die Grundsätze der Nachhaltigkeit gelten auch für die Kapitalanlagen von Ergo. Ziel ist es die CO₂-Emissionen des Anlageportfolios bis 2050 auf netto null zu reduzieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Derzeit läuft die Suche nach nachhaltigen Anlagemöglichkeiten beispielsweise für Pensionsrückstellungen. Hierzu wurden bereits unterschiedliche Finanzinstitute kontaktiert und erste Angebote möglicher Anlagemöglichkeiten geprüft.

Gespräche zur Gemeinwohlorientierten Unternehmensführung mit allen Finanzinstituten sind geplant.

⁶ Nachhaltigkeitsbericht der Hypovereinsbank

<https://www.hypovereinsbank.de/hvb/ueber-uns/nachhaltigkeit/berichte-ratings>

⁷ Die Nachhaltigkeitsberichte sowie weitere Informationen zu ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit sind auf folgender Homepage veröffentlicht: [Sparkasse Allgäu \(sparkasse-allgaeu.de\)](https://www.sparkasse-allgaeu.de)

[Sparkasse Allgäu \(sparkasse-allgaeu.de\)](https://www.sparkasse-allgaeu.de)

⁸ Aktueller Nachhaltigkeitsbericht der ERGO

[ERGO-Nachhaltigkeitsbericht-2019.pdf \(topp-textil.de\)](https://www.topp-textil.de/ergo-nachhaltigkeitsbericht-2019.pdf)

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Flexibilität in der Finanzplanung wird bei uns als wesentlicher Schlüssel zu langfristigem Erfolg und Bestehen des Unternehmens gesehen. Daher wird nicht mit einer starren Budgetplanung gearbeitet. Grundsätzlich verbleiben die nicht an die Mitarbeiter ausgeschütteten Gewinne im Unternehmen und dienen zur Reinvestition. Der Eigentümer stellt keine Ansprüche, sondern bekommt ein Geschäftsführergehalt. Je nach Bedarf werden die Zukunftsausgaben auf ihre Laufzeit und den zu erwartenden Return aus eigener Liquidität oder über Fremdkapital abgebildet. Zur Abstimmung über Bedarfe findet alle zwei Monate unser Innovationsmeeting statt. In diesem werden potentielle Zukunftsinvestitionen besprochen. Unsere flache Hierarchie gewährleistet, dass Investitionen zukunftsorientiert und zweckmäßig eingesetzt werden. Konkrete Budgetplanungen kommen nur selten und nur bei größeren Projekten, wie beispielsweise der Einführung der Extrusionsanlage, baulichen Maßnahmen oder der OP-Masken Produktion zum Einsatz.

Diese Vorgehensweise wird durch die Firmenkultur und durch hohes Vertrauen in den Eigentümer getragen, da die aktuelle Form der Planung eine hohe Flexibilität bietet und dies als Stärke gesehen wird. Im Jahr 2020 wurden 3.190 TEUR in den Bereich OP-Maske und 124 TEUR in unsere Bandproduktion investiert. Die Zuführung zur Rücklage betrug 339 TEUR bei der Topp GmbH und 356 TEUR bei der Topp Holding. Der Mittelüberschuss aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug im Berichtszeitraum 961,6 TEUR.

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Topp Textil bestätigt, dass keine unfaire Verteilung von Geldmitteln stattfindet.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

In den Jahren 2016 und 2020 wurde mit externer Beratungsunterstützung das gesamte Unternehmen hinsichtlich seines Ressourcenverbrauchs untersucht. Bereits umgesetzte Maßnahmen aus dieser Analyse waren unter anderem der Ausbau der Photovoltaikanlagen sowie der Tausch unserer Lichter hin zu LED. Derzeitig haben wir ca. 50 % der empfohlenen Maßnahmen umgesetzt und setzen auf eine kontinuierliche Modernisierung beispielsweise unseres Maschinenparks. Um bei Investitionsentscheidungen ökologische und soziale Aspekte zu berücksichtigen gibt es Investitions-Business-Cases, die eine Absicherung der Investition in Bezug auf sozial-ökonomische Faktoren und Arbeitsplatzsicherheit bzw. nachhaltiges Fortbestehen des Unternehmens beinhalten. Im Jahr 2020 wurden 35 T€ aufgewendet, um die energieintensive Druckluftanlage zu sanieren. Grundsätzlich streben wir an, dass Investitionen, beispielsweise in neue Anlagen, auch einen ökologischen Mehrwert bieten. Bei der Anschaffung unserer Extrusionsanlage im Jahr 2017 – unsere bis dahin größte Investition mit insgesamt 1,3 Millionen Euro Investitionssumme – spielte dieser Aspekt eine wichtige Rolle. Durch die Produktion vor Ort werden drei Aufheiz- und Abkühlzyklen, größere Mengen Materialverluste und eine Vielzahl von Transportwege eingespart. Des Weiteren können wir mehr Einfluss auf den Produktionsprozess nehmen und die Maschinen beispielsweise mit Strom aus erneuerbaren Energien betreiben.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Im Jahr 2020 wurden insgesamt 200 TEUR an die gGmbH für ökologische Projekte gespendet. Topp Textil versucht seine Partner (Lieferanten/Kunden) sowie die Mitarbeitenden im Rahmen von Finanzierungsbedarfen zu unterstützen (zinslose Vorschüsse und Mitarbeiterdarlehn, Fremdkapitalfinanzierungen). Ein Austausch über sozial-ökologische Wirkungen von Projekten findet beispielsweise bei regionalen Veranstaltungen (z.B. Bündnis Klimaneutrales Allgäu) und überregionalen Treffen (z.B. Fasertagung Dornbirn 9.2019; Automobil Gipfel Donaueschingen 12.2019) statt. An weiteren gemeinwohlorientierten Veranlagungen beteiligen wir uns derzeit nicht.

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Derzeit besteht keine Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen. Für einen Teil unserer Produkte benötigen wir erdölbasierte Rohstoffe. In diesem Bereich arbeiten wir an der Entwicklung alternativer Produkte, beispielsweise durch den Einsatz von Hanf oder recycelter Fasern.

Ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern wird in unsere Risikomanagementbetrachtung mit analysiert. Daher können wir eine 100 % Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen ausschließen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Topp Textil GmbH hängt zu 100% an der Topp Textil Holding GmbH & Co. KG. An dieser wiederum hält Herr Dr. Stefan Topp 100% der Eigentumsanteile.

Über Projektentscheidungen wird basisdemokratisch mit den jeweilig beteiligten Personen entschieden, wohingegen die Verantwortungsübernahme allein durch den Eigentümer erfolgt. Entscheidungen werden im Regelfall nicht ohne Abstimmung mit den Führungskräften bzw. den betroffenen Mitarbeitenden getroffen. Ab März 2021 wurde, wie bereits unter Punkt B1.1 genannt, ein Beirat eingerichtet, der zukünftig zu strategischen Entscheidungen berät und damit die Unternehmensentwicklung fördert. Zudem sichert dieser die Kontinuität der ökonomischen und ethischen Ausrichtung des Unternehmens auch über den Tod des Eigentümers hinaus. Bereits vor Einführung des Beirates war über eine Vorsorgeerklärung im Testament des Eigentümers das Bestehen der Firma Topp Textil abgesichert.

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Topp Textil kann bestätigen, dass in der Vergangenheit keine feindliche Übernahme stattgefunden hat.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Im Jahr 2012 wurde das Unternehmensleitbild der Firma Topp Textil im Rahmen einer Strategietagung mit den Beschäftigten des Unternehmens entwickelt und 2017 nochmals überarbeitet. Dieses Leitbild gilt seither als Wegweiser für das tägliche Handeln im Unternehmen. Bezugnehmend auf das Unternehmensleitbild liegt ein wesentlicher Fokus auf der Individualität des Mitarbeitenden. Diese wird bewusst gesehen und versucht, im Einklang mit der Unternehmensentwicklung, weiter zu entwickeln.

Unsere Unternehmenskultur ist auf Partizipation bei Entscheidungen und bei Projekten angelegt. Dadurch sollen interdisziplinäre Projektgruppen entstehen und somit die Kommunikation über Abteilungs- und Hierarchiestrukturen hinweg gestärkt werden.

Unser Leitbild



Ziel unseres gemeinsam erarbeiteten Unternehmensleitbildes ist es, unser Selbstverständnis vom unternehmerischen und individuellen Handeln unserer Firma und Mitarbeiter zu beschreiben. Damit dient es uns als Orientierungshilfe und Richtschnur in unserem täglichen Handeln. Im Mittelpunkt unserer Aufmerksamkeit streben wir nach begeisterten Zielkunden, in dem wir als führender Hersteller von modischen und technischen textilen Lösungen im Bereich Konfektion, Beschichtung und Schlauch zum Geschäftserfolg unserer Kunden beitragen. Der unternehmerische Erfolg ist dabei die Basis, die es uns ermöglicht, sozial und ökologisch neue Wege zu bestreiten und um daraus ein nachhaltiges und friedliches Wirtschaften auf diesem Planeten zu ermöglichen.



Zufriedene Kunden

- Schneller und zuverlässiger Service
- Verlässlicher Ansprechpartner
- Individuelle Problemlösungskompetenz und Serviceleistungen
- Aktive und offene Kommunikation
- Interesse für die Geschäftsideen und Bedürfnisse der Kunden
- Dauerhafte und Partnerschaftliche Beziehungen
- Entwicklung innovativer Produkte
- Kontrollierte Qualität unserer Produkte



Partnerschaftliche Lieferanten

- Gemeinsame Produktentwicklung
- Faire Preisgestaltung
- Offene und unmissverständliche Kommunikation mit klaren Qualitäts- und Zielvorgaben
- Anspruch an Qualität
- Einhalten sozialer und ökologischer Standards in Anlehnungen an die Vorgaben des Bündnisses nachhaltiger Textilien



Zufriedene und engagierte Mitarbeiter

- Gelebte Wertschätzung
- Kombination von Erfolgs- und Leistungsbeteiligung
- Offenheit und Ehrlichkeit „Nicht übereinander, sondern miteinander Reden!“
- Gegenseitige Anerkennung Vertrauen und Akzeptanz
- Flache Hierarchie
- Ermutigung und Belohnung von Initiative, Kreativität und Übernahme von Verantwortung – „Engagement und Einsatz zählt sich aus!“
- Kooperativer Führungsstil
- Ergonomie am Arbeitsplatz
- Jährliches Mitarbeitergespräch mit Zielvereinbarungen und Erfolgskontrollen



Soziale / ökologische Verantwortung

- Verantwortung für die Menschen und die Umwelt / Natur in unserem Einflussbereich in Anlehnung an die Vorgaben des Bündnis nachh. Textilien
- Schonung unserer Umwelt und Sicherung von Arbeitsplätzen vor kurzfristigem und maximalem Gewinnstreben
- Schonung und Achtung von Lebewesen in unserem Einflussbereich und Förderung der Wiederansiedlung von Tier- und Pflanzenhabitaten
- Einhaltung der umweltrechtlichen Anforderungen
- Wiederverwertbarkeit der Produkte
- Kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltleistungen
- Schonung der natürlichen Ressourcen durch Förderung des Einsatzes erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger
- Verwendung von Umweltverträglichen Substanzen

Revision: 2
Änderungsdatum: 08/21

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur ist die Voraussetzung für engagierte und motivierte Mitarbeitende. Daher wurden unterschiedliche Maßnahmen und Prozesse implementiert, um Beschäftigte zu fördern.

Mindestens einmal jährlich findet ein Mitarbeitergespräch zwischen dem Mitarbeitenden und der jeweiligen Führungskraft statt. Unter besonderen Umständen, wie auch bei Neueinstellungen, Versetzungen oder dem Ende der Probezeit, finden zudem unterjährige Mitarbeitergespräche statt.

Alle für Mitarbeitende relevanten Informationen werden im Rahmen von Betriebsversammlungen vorgestellt. Diese finden drei bis viermal pro Jahr statt und werden gemeinschaftlich durch die Geschäftsleitung und den Betriebsrat organisiert.

Ein weiterer fester Bestandteil der kontinuierlichen Weiterentwicklung einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur sind die Strategietagungen. Diese finden je nach Rahmen alle ein bis drei Jahre statt. Jährlich treffen sich Geschäftsleitung, Vertriebsleitung und ein Vertreter eines zusätzlichen Bereiches. Alle zwei Jahre findet eine Strategietagung mit allen Führungskräften und einem externen Moderator statt. Alle drei Jahre ist die Strategietagung für Mitarbeitende und Führungskräfte über zwei Tage angesetzt. Die Teilnahme ist für die Mitarbeitenden freiwillig. Bei der letzten großen Strategietagung lag die Teilnahmequote bei ca. 35 %. Zudem finden Betriebsfeiern, Abteilungsausflüge sowie Team-Building-Events statt.

Die flache Hierarchie soll für alle die Möglichkeit bieten, sich und seine Ideen einzubringen. Teil des Unternehmensleitbildes ist außerdem ein offener und ehrlicher Umgang. Bei der Klärung von Konflikten wird darauf geachtet, alle Betroffenen anzuhören und es wird versucht, im Miteinander eine Lösung zu finden.

Eigeninitiative sowie die Übernahme von Verantwortung werden gefördert. Bei neuen Projekten haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich aktiv mit einzubringen und am Projekt mitzuwirken. Des Weiteren wurde im Jahr 2017 das betriebliche Vorschlagswesen überarbeitet und neu aufgestellt. Mitarbeitende können ihre Ideen und Verbesserungsvorschläge einbringen und erhalten bei der Umsetzung eine Prämie. Im letzten Jahr gingen 12 Vorschläge ein, von welchen acht bereits umgesetzt wurden und einer sich derzeit noch in der Umsetzung befindet. Insgesamt wurden dabei im Rahmen des betrieblichen Vorschlagwesens 10.000 € an die Mitarbeitenden ausgeschüttet.

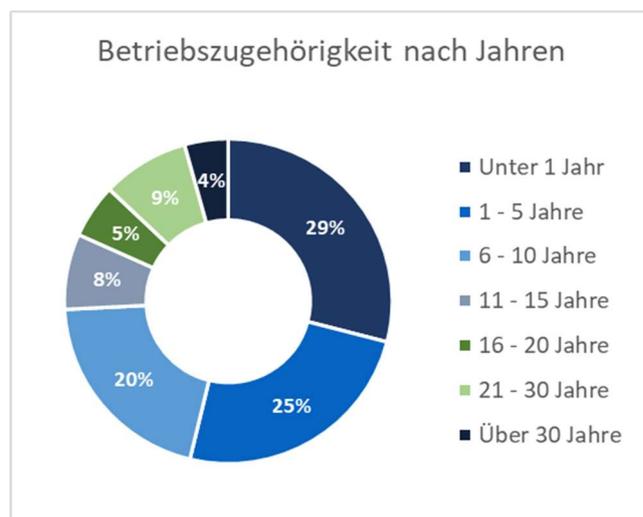
Fluktuation

Die Fluktuationsquote wurde anhand der Schlüter Formel = $(\text{Abgänge} / (\text{Personalbestand Anfang Periode} + \text{Zugänge})) * 100$ berechnet.

8 %	16 %	6,25 %
2018	2019	2020

Als Abgang zählen die Kündigung durch den Arbeitnehmer, Kündigung durch den Arbeitgeber, Renteneintritt, keine Übernahme nach der Ausbildung, keine Verlängerung der Befristung und ein Abbruch der Ausbildung.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit



Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit der Mitarbeitenden beträgt derzeit rund neun Jahre.

Aufgrund der hohen Anzahl an Neueinstellungen im Jahr 2020 ist der Anteil an Mitarbeitenden mit geringer Betriebszugehörigkeit verhältnismäßig hoch. Im Jahr 2020 wurden insgesamt 29 Personen eingestellt. Im Vergleich, in 2019 wurden nur fünf Mitarbeitende neu eingestellt. Insgesamt gingen im Jahr 2020 168 Bewerbungen ein, davon waren 34 Initiativbewerbungen.

Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz

Die letzte Erhebung zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz hat im Jahr 2017 im Rahmen eines Azubiprojekts stattgefunden.

Im Zuge des Mitarbeitergespräches beinhaltet der Abschnitt D. Arbeits- und Führungssituation unter anderem auch Fragen zu der Zufriedenheit des Mitarbeitenden im Unternehmen bzw. mit der Geschäftsführung und den Vorgesetzten. Diese Angaben werden allerdings nicht systematisch ausgewertet. Sämtliche Inhalte verbleiben zwischen Mitarbeitendem und der jeweiligen Führungskraft.

Entwicklungsmöglichkeiten

Die persönliche Weiterentwicklung wird jährlich im Mitarbeitergespräch angesprochen. Hier kann die Teilnahme an Weiterbildungen oder Schulungen vereinbart werden. Im ersten Quartal des Jahres erhalten die Mitarbeitenden der Verwaltung zudem einen Überblick über eine Vielzahl von externen Schulungsangeboten. Des Weiteren gibt es für alle Beschäftigten einen internen Schulungsplan. Dieser besteht aus teils verpflichtenden und teils freiwilligen Schulungen zu Themen wie Erste Hilfe, Brandschutz und Arbeitssicherheit oder Schulungen zu bestimmten Produkten und Unternehmensprozessen. Dieser wird immer zu Beginn des Jahres ausgehängt. Leider konnten im Jahr 2020 aufgrund der Covid-19 Situation viele Schulungen nicht oder nur verkürzt durchgeführt werden. Des Weiteren ist im Zuge der Erstellung des Berichtes aufgefallen, dass nicht alle Schulungsprotokolle zentral abgelegt wurden. Daher ist die dokumentierte Summe an Stunden recht niedrig.

Externe Schulungen 2020 gesamt	19:35:00h
Interne Schulungen 2020 gesamt	06:00:00h

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im kommenden Berichtszeitraum soll unser Leitfaden zur Führung des Mitarbeitergespräches für die Führungskräfte überarbeitet werden. Außerdem ist im Herbst 2021 ein Workshop für die Führungskräfte geplant. Des Weiteren planen wir für 2021/2022 wieder eine Erhebung zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz. Ebenso soll für das Jahr 2022 unser Schulungsplan inhaltlich überarbeitet werden. Wir möchten gerne Themen wie „Gesunde Ernährung“ oder „Wertschätzende Kommunikation“ mit in diesen integrieren.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Die Gesundheit unserer Mitarbeitenden ist uns wichtig. Daher setzt Topp Textil Maßnahmen um, die der Gesundheitsförderung sowie der Arbeitssicherheit dienen sollen. Neben der Umsetzung von gesetzlichen Arbeitsplatzgefährdungsanalysen, erfolgt eine Evaluierung durch unsere Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung. Des Weiteren finden Audits mit dem Betriebsarzt sowie der Fachkraft für Arbeitssicherheit und der Berufsgenossenschaft statt.

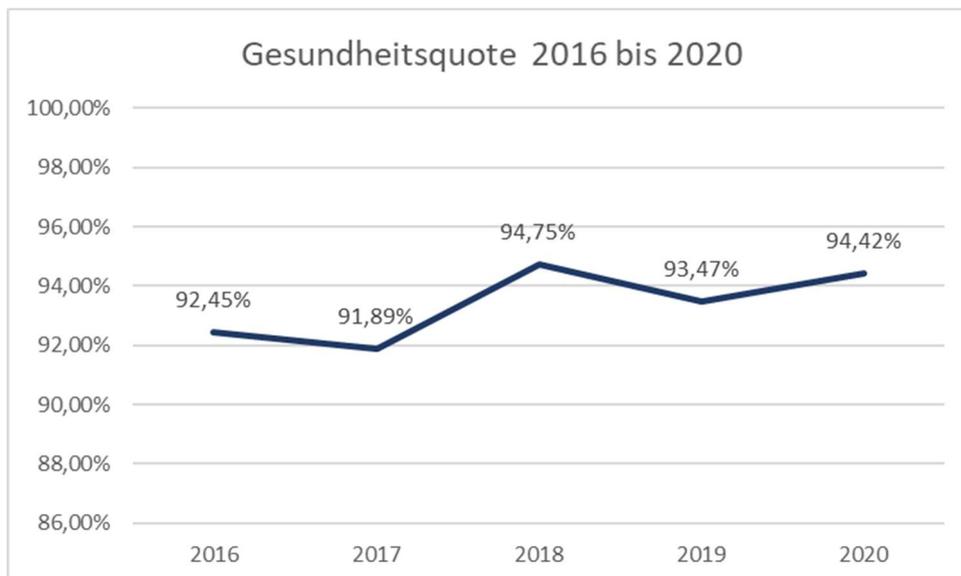
Als eine potentielle gesundheitliche Herausforderung sieht Topp Textil die auftragsbedingt schwankende Arbeitsbelastung an. Zeitlicher Druck durch Liefertermine kann zu Stress führen. Daher zielen viele der eingeführten Maßnahmen auf die Stressreduktion ab. Mitarbeitende haben einmal monatlich die Möglichkeit eine kostenlose Massage in Anspruch zu nehmen. Außerdem steht ein Ruhe- und Gebetsraum zur Verfügung, der als Rückzugsort genutzt

werden kann. Die Außenanlagen wurden so angelegt, dass auf dem Betriebsgelände spaziert werden kann. Dies soll zusätzliche Bewegung ermöglichen und entspannen.



Das Bild zeigt einen Teil des Spazierweges mit Blick auf unser Biotop. Entlang des Spazierwegs wurden im Zeitraum der Berichterstellung außerdem eine Wildblumenwiese sowie ein Eidechsenrefugium angelegt.

Des Weiteren wurden Schritte unternommen, um die Arbeitsplätze ergonomischer zu gestalten, beispielsweise durch ergonomische Mäuse und zweite Bildschirme. In der Produktion wurden unter anderem spezielle Bodenmatten an Arbeitsplätzen, die langes Stehen voraussetzen, sowie Hebekräne eingeführt. Grundsätzlich erfolgt die Krankmeldung ab dem 1. Tag, wobei die jeweiligen Führungskräfte im Einzelfall individuelle Entscheidungen treffen können, um Mitarbeitende präventiv zu entschuldigen.



Die Grafik zeigt, dass wir uns im Verlauf der Jahre im Hinblick auf die Gesundheitsquote leicht verbessern konnten und die vergangenen drei Jahre auf einem konstanten Level waren. Die Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende krank in den Betrieb kommen, kann nicht explizit ausgewertet werden, da hierzu keine Daten erfasst werden. Zum Schutz der Gesundheit der Mitarbeitenden werden die Führungskräfte darauf sensibilisiert, aktiv auf Mitarbeitende zuzugehen, die mit Krankheitssymptomen am Arbeitsplatz erscheinen.

Insgesamt gab es im Berichtszeitraum 10 Betriebsunfälle, davon zwei Wegeunfälle. Mit dem Start der OP-Maskenproduktion konnte eine steigende Anzahl an Betriebsunfällen beobachtet werden. Daher wurde insbesondere in diesem Bereich untersucht, wie die Sicherheit am Arbeitsplatz verbessert werden kann. Als Ergebnis wurden beispielsweise Einhausungen um die Maschinen erweitert. Zur Förderung der Mitarbeitenden im Umgang mit dem Thema Gesundheitsprävention bieten wir verschiedene Aktionen an. Neben der jährlichen internen Erste-

Hilfe-Schulung werden Informationen der Krankenkassen rund um das Thema Gesundheit an unserem schwarzen Brett veröffentlicht. Regelmäßige Meditations- und Achtsamkeitskurse sowie ein kostenloses Obststeller zur Frühstückspause und kostenlose Getränke existieren bereits seit vielen Jahren. Beim AOK Gesundheitstag konnten die Mitarbeitenden eine Vielzahl von zusätzlichen Angeboten in Anspruch nehmen. Leider konnte dieser coronabedingt im Berichtszeitraum nicht durchgeführt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Führungskräfte-Team soll besprochen werden, wie mehr Bewusstsein für die Themen Gesundheitsförderung und Work-Life-Balance geschaffen werden kann und wie dies aktiv vorgelebt werden kann. Ziel ist ebenso die Mitarbeitenden hier zur Selbstverantwortung zu befähigen gemäß dem Leitsatz "walk your talk".

Um Potentiale für eine mögliche Betriebssportgruppe zu testen, möchten wir probeweise Aktionen wie gemeinsame Radfahrten oder kleinere Wanderungen organisieren.

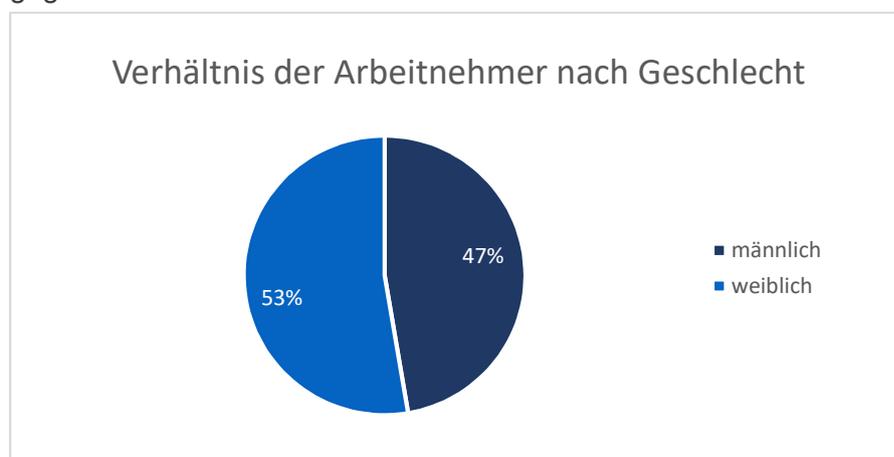
C1.3 Diversität und Chancengleichheit

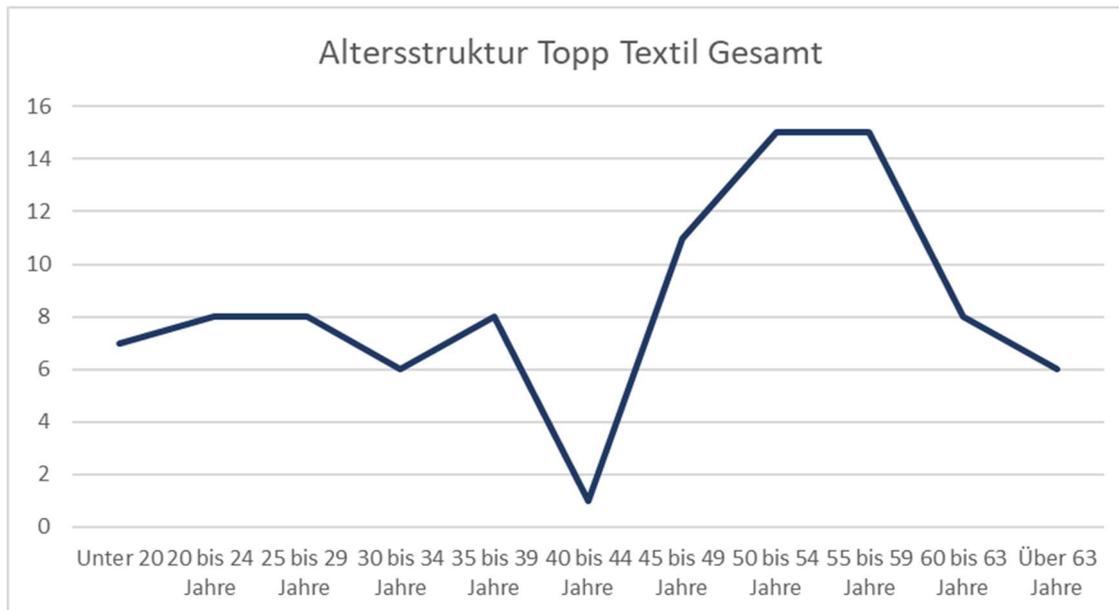
Die Dimensionen der Diversität sind dem Unternehmen bewusst. Durch unsere gelebte Firmenkultur und die in unserem Unternehmensleitbild definierten Werte werden Benachteiligten ausgeschlossen. Die Führungskräfte werden regelmäßig über die Unternehmensleitung sensibilisiert, Benachteiligungen zu vermeiden. Sämtliche Stellen und Neubesetzungen im Beauftragtenwesen werden intern ausgeschrieben, bevor sie extern veröffentlicht werden. Jeder Mitarbeitende hat die Möglichkeit, sich auf ausgeschriebene Stellen zu bewerben. Die Auswahl erfolgt nach Qualifikation und Fähigkeiten. Bei den Ausbildungsplätzen werden bewusst weiche Kriterien wie die soziale und emotionale Intelligenz mit in die Auswahl- und Entscheidungskriterien eingebracht.

Die demografische Verteilung

Das durchschnittliche Alter der Mitarbeitenden beträgt 44 Jahre. Insgesamt sind Personen aus 16 verschiedenen Herkunftsländern bei Topp Textil beschäftigt. Derzeit werden im Allgäu leider keine Daten zur Diversität erhoben, die uns einen Vergleich ermöglichen.

Das Verhältnis der Geschlechter liegt im Berichtszeitraum bei 53 % Weiblich zu 47 % Männlich. Dieses Verhältnis ist auch unterteilt nach den Bereichen Verwaltung und Produktion ausgeglichen.





Im Bereich Diversität wurden in 2020 keine speziellen Angebote für unsere Mitarbeitenden durchgeführt. Coronabedingt wurde auch das übliche Fastenbrechen mit unseren muslimischen Kollegen in 2020 nicht gefeiert.

Im Berichtszeitraum wurden 12 Monate Elternzeit in Anspruch genommen.

Wie bereits unter dem Punkt Betriebszugehörigkeit angeführt wurden 2020 29 Personen eingestellt. Diese relativ hohe Anzahl für die im Verhältnis dazu geringe Gesamtsumme der Mitarbeitenden begründet sich durch den Anlauf der OP-Masken-Produktion. Im Bereich Verwaltung wurden vier Personen eingestellt, davon zwei Auszubildende. 25 Neueinstellungen können der Produktion zugeordnet werden. Insgesamt wurden Personen aus 12 verschiedenen Herkunftsländern und im Alter zwischen 16 und 64 Jahren eingestellt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Diversität soll noch stärker als Potential gesehen werden. Daher soll dieser Aspekt in einer Führungskräftebildung thematisiert werden.

Des Weiteren soll der Austausch mit anderen Firmen zur Personalentwicklung gestärkt werden.

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Topp Textil kann bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen stattfinden. Entscheidungen werden auf Augenhöhe mit dem Betriebsrat in Kooperation getroffen. Rechtsverfahren und Verletzungen des Arbeitsrechts fanden nicht statt.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Die Firma Topp Textil ist nicht tarifgebunden, orientiert sich jedoch am aktuellen Tarifvertrag. Wir legen Wert darauf, möglichst alle Bedarfe mit festangestellten Mitarbeitenden zu decken. Die Firma Topp Textil beschäftigt daher neben einer Köchin auch eine Reinigungskraft sowie einen Hausmeister. Diese Dienstleistungen werden nicht outgesourct. Im Jahr 2020 wurden erstmals kurzfristig Zeitarbeitskräfte beschäftigt, da wir den plötzlichen Anstieg unseres Auftragsvolumens vorerst nicht anders decken konnten.

Neben dem Gehalt/Lohn erhalten die Mitarbeitenden zusätzliche Leistungen wie Weihnachtsgeld, Erholungsbeihilfe, Tantiemen (Beteiligung am Gewinn), Prämien im Rahmen des Betrieblichen Vorschlagswesens, Urlaubsgeld, vermögenswirksame Leistungen sowie Sachbezüge. Des Weiteren werden Mitarbeitende freiwillig bei steuerrechtlichen und sozialversicherungsrechtlichen Aspekten unterstützt. Darüber hinaus erhielten alle Mitarbeiter im Jahr 2020 einen Coronabonus von 1.500€.

Die von der Firma Topp bereitgestellten Dienstfahrzeuge dürfen auch privat genutzt werden.⁹ Die Gehaltsstruktur wird von der Geschäftsführung zusammen mit der jeweiligen Führungskraft festgelegt. Dabei wird sich im Wesentlichen an drei Kernaspekten orientiert. Diese sind "Verantwortungsbewusstsein", "Qualität" und "Effizienz". In der Produktion werden außerdem die "körperliche Beanspruchung" sowie die "Vielseitigkeit" mitberücksichtigt. Die Mitarbeitenden haben im jährlichen Mitarbeitergespräch die Möglichkeit, den Verdienst zu thematisieren. In Bezug auf die Vorbereitung der Mitarbeitergespräche werden die Lohn- und Gehaltsstrukturen vom Vorgesetzten geprüft und ggf. angepasst. Bei Neueinstellungen wird darauf geachtet, dass die Bezahlung in das bestehende Gehaltsgefüge passt. Der Medianverdienst lag im Berichtszeitraum bei 3.760 € pro Monat¹⁰. Die innerbetriebliche Spreizung liegt dabei bei 7,66¹¹.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Für die kommenden Jahre (innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre) wird die Durchführung eines Projektes angestrebt, bei dem das Gehaltsschema in gemeinschaftlicher Zusammenarbeit von Mitarbeitenden selbst entwickelt wird.

Der Aspekt Arbeitszeit soll in der kommenden Mitarbeiterbefragung mit aufgenommen werden.

⁹ Vorausgesetzt der privaten Zuzahlung von Benzinkosten

¹⁰ Bei der Berechnung berücksichtigt wurden sämtliche freiwilligen Leistungen des AG. In die Berechnung fielen alle Mitarbeiter, die über den kompletten Berichtszeitraum angestellt waren. Unterjährige Ein- bzw. Austritte wurden nicht berücksichtigt.

¹¹ Im Vergleich von Vollzeit zu Vollzeit.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Erfassung der Arbeitszeit

In der Firma Topp Textil gibt es ein Gleitzeit-System. Die Zeiterfassung erfolgt minutengenau über eine Stempeluhr. Mitarbeitende in der Verwaltung können jeweils 20h ins Plus oder Minus gehen. In der Produktion wird mit Sollarbeitszeiten gearbeitet. Zusätzliche Arbeitszeiten werden per Zettel erfasst, an die Personalabteilung gegeben und dann dem Stundenkonto des Mitarbeitenden gutgeschrieben. Im Gegensatz zur Verwaltung sind hier die Gleitzeitkonten nicht auf 20h beschränkt. Zudem können die Mitarbeitenden an der Stempeluhr jederzeit ihren Gleitzeitstand sowie ihre verbleibenden Urlaubstage einsehen. Jeder Mitarbeitende erhält mit der Lohn- und Gehaltsabrechnung eine Übersicht mit den jeweiligen Arbeitszeiten des Monats. Die derzeit unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit beträgt 40h pro Woche. Nach Absprache innerhalb der Abteilung können die Mitarbeitenden flexibel Gleitzeit in Anspruch nehmen.

Unsere Überstunden-Philosophie

Grundsätzlich wird eine gerechte Arbeitslast einmal jährlich im Mitarbeitergespräch thematisiert. In der Produktion werden Überstunden genutzt, um kurzfristig auf die Auftragslage zu reagieren. Da immer individuell auftragsbezogen für den Kunden produziert wird, ist diese Flexibilität ein wichtiger Aspekt. Überstunden finden nach Absprache zwischen Produktionsleitung und den betroffenen Mitarbeitenden statt. Die Vorgesetzten bekommen monatlich eine Übersicht der Überstunden ihrer Mitarbeitenden. Normalerweise werden Überstunden durch Zeitausgleich abgegolten. Angeordnete Überstunden (Montag-Donnerstag zwischen 17:00 und 20:00 Uhr und freitags zwischen 13:00 und 20:00 Uhr) werden zudem immer mit Zuschlag¹² abgegolten. Hier hat der Mitarbeitende die Wahl zwischen Abgeltung durch Geld oder Freizeit. Ebenso erhalten die Mitarbeitenden Zuschläge bei Sonn-, Feiertags-, und Nachtarbeit.

Gleitzeitstand am Ende des Jahres:

Verwaltung	191 Std.	21 Mitarbeitende	9,10h pro Kopf
Produktion	164 Std.	62 Mitarbeitende	2,65 h pro Kopf

Förderung der Möglichkeit zur gesellschaftlichen Teilhabe

Grundsätzlich ist die Organisation der Arbeitszeit flexibel. Die Arbeitszeit verteilt sich auf fünf Tage die Woche, wobei montags bis donnerstags üblicherweise 8:40h und freitags 5:20h gearbeitet werden. Häufig ist auch eine sehr kurzfristige Reaktion auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden möglich. In den meisten Bereichen der Produktion wird bewusst auf Schichtarbeit verzichtet. Die einzige Ausnahme stellt hier die Produktion in der Weberei und der OP-Maske dar. Aufgrund der hohen Auftragslast ist hier Schichtarbeit zwingend erforderlich. Jedoch wurde bei der Ausgestaltung der Arbeitszeit und des Schichtmodells auf die Anregungen und Wünsche der Mitarbeitenden eingegangen.

¹² Die Zuschläge sind in einer Betriebsvereinbarung festgelegt.

Möglichkeiten der selbstorganisierten Arbeitszeit

Die Mitarbeitenden haben bezüglich einer Anpassung der Arbeitszeit immer die Möglichkeit auf ihre Führungskraft zuzugehen. Gemeinsam wird dann versucht eine Möglichkeit zu finden, sowohl den Bedürfnissen des Mitarbeitenden gerecht zu werden, als auch diese mit dem Unternehmerischen Handeln zu vereinbaren. Die vertragliche Anpassung erfolgt anschließend durch die Personalabteilung. Die Entwicklung des Schichtmodells für die OP-Maske ist in Absprache mit den Mitarbeitenden durchgeführt worden (Anpassung Schichtbeginn Nachtschicht Sonntag 22:00 Uhr; Ende Freitag früh um 06:00 Uhr).

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

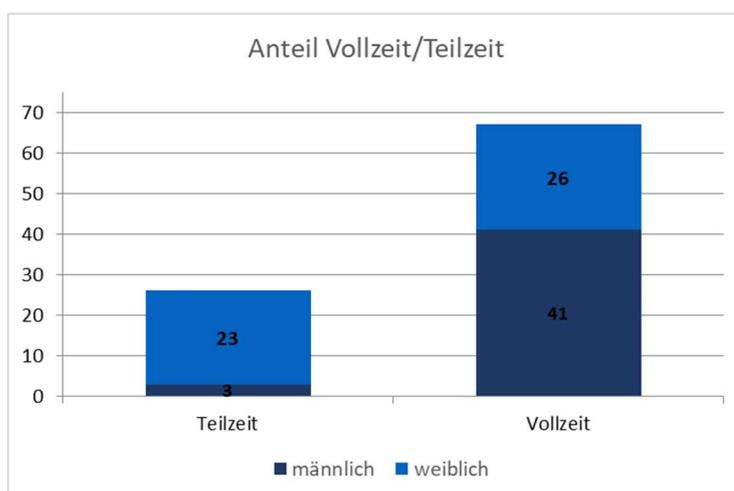
Wie eingangs des Aspektes C bereits erwähnt, spielen die Bedürfnisse eines jeden einzelnen Mitarbeitenden für uns eine wichtige Rolle. Daher versuchen wir, Arbeitszeitmodelle bedarfsgerecht zu gestalten und auf die Wünsche der Mitarbeitenden so gut, wie im Sinne des Geschäftsinteresses möglich, einzugehen. Der Beruf soll mit dem Privatleben in Einklang stehen.

Work-Life-Balance Maßnahmen

Den Kern zur gelingenden Vereinbarkeit von Beruf und Freizeit stellt das Gleitzeitmodell dar. Ebenso ist mobiles Arbeiten möglich. Dies wurde vor allem während des Lockdowns in der Coronapandemie ausgeweitet, war jedoch bereits zuvor schon fester Bestandteil. Schulungen zum Thema Zeit- und Selbstmanagement werden angeboten.

Eine persönliche Weiterentwicklung (z.B. Studium) in Kooperation mit dem Unternehmen ist grundsätzlich möglich. Während des ersten Corona Lockdowns im März 2020 wurde zudem die Möglichkeit der Einrichtung einer betrieblichen Kinderbetreuung in der Firma geprüft. Aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen ist die kurzfristige Umsetzung jedoch nicht möglich gewesen.

Darstellung der Anteile an Arbeit in Voll-/bzw. Teilzeit nach Geschlecht



Arbeitsmodelle der Organisation

Die beiden Hauptmodelle sind Gleitzeit und Vertrauensarbeitszeit. Mitarbeitende haben die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit individuell vertraglich zu regeln. Grundsätzlich verteilt sich die Arbeitszeit auf 5 Tage pro Woche. Auch hiervon kann jedoch individuell abgewichen werden. Ein Arbeiten während der Elternzeit ist möglich und wird unterstützt. Einige ehemalige Mitarbeitende haben derzeit noch Stundenverträge, bei welchen die Abrechnung nach der Anwesenheitszeit erfolgt.¹³

Derzeit finden 23 verschiedene Arbeitszeitmodelle Anwendung:

Kapa (%)	Anzahl Wochenstunden
100,00	40,00
96,80	38,72
90,00	36,00
87,50	35,00
85,00	34,00
80,00	32,00
76,58	30,63
72,50	29,00
68,75	27,50
67,50	27,00
62,50	25,00
60,00	24,00
59,38	23,75
58,75	23,50
56,75	22,70
55,00	22,00
53,13	21,25
53,00	21,20
19,78	7,91
15,00	6,00
12,50	5,00
9,20	3,68

Zusätzlich arbeiten 10 Mitarbeitende mit Vertrauensarbeitszeit.
Aktuell arbeiten drei Führungskräfte in Teilzeit.

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Firma Topp Textil kann bestätigen, dass keine ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge stattfindet.

¹³ Mitarbeitende, die bereits in Rente gegangen sind

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Die Verpflegung am Arbeitsplatz spielt unter verschiedenen Gesichtspunkten eine wichtige Rolle. Zum einen trägt ein ausgewogenes und gesundes Angebot zur Gesundheitsförderung bei, zum anderen hat das Angebot auch Auswirkungen auf die ökologische Nachhaltigkeit. Bei Topp Textil haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich täglich für ein von unserer Köchin frisch vor Ort gekochtes, warmes Mittagessen anzumelden. Der Speiseplan wird immer in der Vorwoche ausgehängt. Derzeit gibt es meist zwei Gerichte mit Fleisch und zwei vegetarische Gerichte pro Woche. Für Vegetarier wird an den Tagen mit Fleischgericht eine Alternative angeboten. Der Preis für das Mittagessen beträgt 3,90 €. Hierbei handelt es sich um einen Anteil an den Kosten für die Lebensmittel. Die restlichen Kosten trägt die Firma Topp Textil. Das Mittagessen kann wahlweise auch für abends mit nach Hause genommen werden. Zusätzlich dazu gibt es für alle Mitarbeitenden kostenlose Getränke und aufgeschnittenes Obst zur Frühstückspause. Des Weiteren haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit, von zu Hause mitgebrachtes Essen aufzuwärmen.

Lebensmittel aus ökologischer Landwirtschaft:

Produkte	Anteil aus ökologischer Herkunft
Fleisch	100 %
Obst & Gemüse	30 %
Eier	100 %
Kaffee	10 %
Milch	100 %
Sonstige Produkte	10 %

Hierbei handelt es sich um geschätzte Angaben. Über alle Lebensmittel hinweg und unter Berücksichtigung der jeweiligen Mengen schätzen wir unseren Anteil an Produkten aus ökologischer Landwirtschaft derzeit auf rund 30 %. Aktuell haben wir eine Kooperation mit dem SOLAWI Hof Jörg in Durach von dem wir Teile unseres Gemüses beziehen.

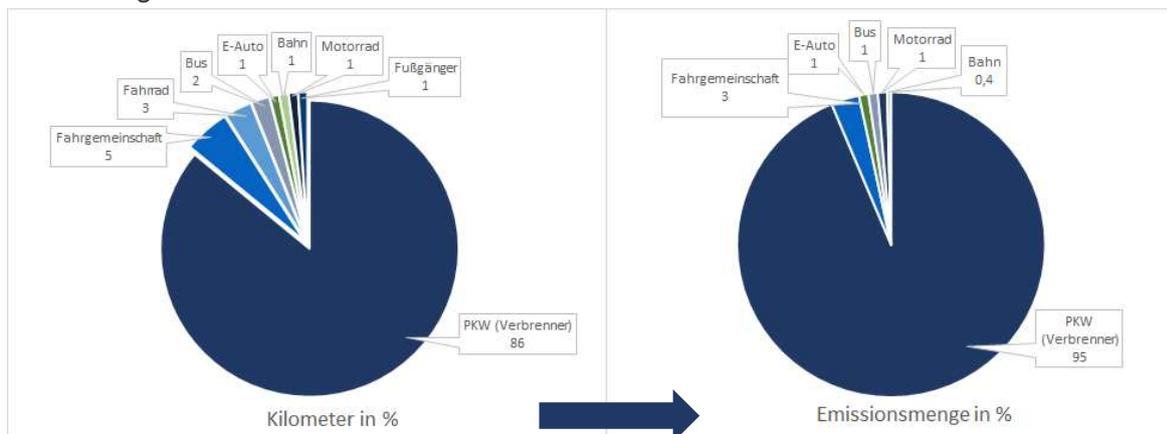
Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zukünftig wollen wir den Anteil von Lebensmitteln aus ökologischer Landwirtschaft erhöhen. Außerdem nehmen wir uns für den kommenden Berichtszeitraum vor, zu prüfen, ob der Ansatz der „Planetary Health Diet“ in unserer Kantine umsetzbar wäre.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Im Jahr 2020 wurde im Rahmen des Bündnisses „Klimaneutrales Allgäu 2030“ die Mobilität der Mitarbeitenden zum Arbeitsplatz ausgewertet. Den mit Abstand größten Anteil der Mobilität zum Arbeitsplatz stellt mit rund 86% die Anreise mit dem PKW dar. 5% der Mitarbeitenden nutzen Fahrgemeinschaften. Die Anreise mit dem Fahrrad wird von 3% der Mitarbeitenden genutzt. Die Anreise mit dem Bus, der Bahn, dem Motorrad, dem E-Auto oder zu Fuß wird jeweils von 1-2 % wahrgenommen. Um die Anreise mit dem Fahrrad attraktiv zu gestalten, stehen den Mitarbeitenden ein überdachter Fahrradparkplatz sowie Umkleieräume zur Verfügung.

Arbeitswege 2020



Verbesserungspotenziale/Ziele:

In der Mobilität der Mitarbeitenden wird grundsätzlich Verbesserungspotential gesehen. Um auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden besser eingehen zu können, soll die Mobilität zum Arbeitsplatz daher in die nächste Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung mit aufgenommen werden. Des Weiteren möchten wir über die Möglichkeiten der Einführung eines Bonussystems nachdenken, welches mit dem Fahrrad zur Arbeit gefahrene Kilometer belohnen soll. Gerne würden wir versuchen, Fahrgemeinschaften besser zu etablieren. Ferner soll in 2021 die Geschäftswagenflotte im Sinne der CO₂-Bilanz angepasst und zusätzliche Ladesäulen für Mitarbeiter und Besucher geschaffen werden.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Die ökologische Nachhaltigkeit sowie ein verantwortungsvolles Handeln im Hinblick auf unsere Umwelt sind fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und spiegelt sich auch in unserem täglichen Handeln wider. Dennoch gibt es bisher keine konkrete Strategie im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden.

Einzelne handeln aus einem Selbstverständnis heraus und leben ökologische Nachhaltigkeit vor. Mindestens einmal im Jahr findet eine verpflichtende Umweltschulung für alle Mitarbeitenden statt. Hier wird über die Umweltpolitik der Firma berichtet sowie die Beschäftigten zu ökologisch verantwortungsvollem Verhalten sensibilisiert.

Die Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten ist den Mitarbeitenden bekannt und wird akzeptiert. Jeder neue Mitarbeitende bekommt im Rahmen der Einarbeitung eine Schulung zum Thema Umwelt und unserer Umweltpolitik. Der Nachhaltigkeitsgedanke ist zudem in unserem Unternehmensleitbild verankert. Unsere Umweltkennzahlen werden zudem jährlich auf der Betriebsversammlung vorgestellt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir möchten eine Strategie zur Förderung des ökologischen Verhaltens entwickeln. Ziel soll es sein, Mitarbeitende zu verschiedenen relevanten Themen aufzuklären und Interesse für Nachhaltiges Handeln zu wecken.

Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Topp Textil kann bestätigen, dass keine Anleitung zur Verschwendung oder die Duldung unökologischen Verhaltens stattfinden.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Die Veröffentlichung und Weitergabe relevanter Informationen erfolgt über unterschiedliche Kommunikationskanäle. Quartalsmäßig und je nach Bedarf auch öfter, findet eine Betriebsversammlung für alle Mitarbeitenden statt, bei der unter anderem die aktuellen Kennzahlen bzgl. Umsatz, Liefertermintreue und Reklamationsquote vorgestellt werden. Wie diese Kennzahlen zu verstehen sind, wird von der Geschäftsleitung erklärt. Zusätzlich zur Betriebsversammlung werden diese Kennzahlen ausgehängt. Die ausgehängten Kennzahlen werden monatlich aktualisiert. Bei den Betriebsversammlungen können aktuell anstehende Themen von Mitarbeitenden, in vorheriger Absprache mit der Assistenz der Geschäftsleitung, vorgestellt werden. Den Grad der Transparenz der wesentlichen Daten schätzen wir derzeit auf 95 %. Die einzigen Daten, die derzeit nicht veröffentlicht werden, sind Gehaltsdaten. Konkrete Schritte zur transparenteren Gestaltung wurden derzeit noch nicht ergriffen, wären aber im Zuge des Projekts zur Einführung einer neuen Gehaltsstruktur mit inbegriffen. Aufgrund der Ergebnisse einer psychischen Gefährdungsbeurteilung haben wir in Bezug auf die Informationspolitik Maßnahmen umgesetzt. Nach der monatlichen Abteilungsleitungsbesprechung findet nun in den jeweiligen Abteilungen ein Jour Fixe statt, indem die wichtigsten Themen an die Mitarbeitenden weitergegeben werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir planen zukünftig auch Umweltkennzahlen mitauszuhängen.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Bisher wurden die Führungskräfte in der Regel durch den Geschäftsführer und die betroffene Abteilung ausgewählt. Dabei wurden oftmals Kollegen und Mitarbeitende der Abteilung mit einbezogen. Im vergangenen Jahr wurde gemeinsam mit den anderen Führungskräften über die Besetzung einer neu geschaffenen Stelle entschieden. Bisher gab es keine festgelegte Vorgehensweise, welche Mitwirkungsmöglichkeiten von Teammitgliedern vorgesehen hat. Die Einbindung der entsprechenden Mitarbeitenden erfolgte eher aus einem Selbstverständnis heraus.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im kommenden Berichtszeitraum soll geprüft werden, ob eine neue Vorgehensweise für Mitarbeitende, ihren Vorgesetzten Feedback geben zu können, eingeführt werden kann.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Wesentlicher Bestandteil der Firmenkultur ist, den Mitarbeitenden die Möglichkeit zu verantwortungsbewusstem und eigenständigem Handeln zu geben. Daher ist es das Ziel, die Mitarbeitenden in die entscheidenden Unternehmensprozesse mit einzubinden. Entscheidungen, beispielsweise über die Aufnahme und die Beteiligung an neuen Projekten, werden direkt mit den betroffenen Beschäftigten getroffen. Grundsätzlich wird versucht, immer die Meinungen aller Betroffenen anzuhören und gemeinschaftlich eine Entscheidung zu treffen. So wurde beispielsweise auch bei der Entscheidung über die Erstellung des Gemeinwohlberichts vorgegangen. Der Geschäftsführer, sowie drei Mitarbeitende haben sich gemeinsam über die Gemeinwohlabgrenzung informiert und dann über die Durchführung abgestimmt. Danach wurde das Projekt auf Abteilungsleitungsebene, dem Betriebsrat sowie auf der Betriebsversammlung vorgestellt und die Beschäftigten zur Teilnahme eingeladen.

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

In der Firma Topp Textil ist seit den 1970er Jahren ein Betriebsrat vorhanden.

D1 Ethische Kundenbeziehungen

Als produzierendes Gewerbe stehen für uns zufriedene Kunden an erster Stelle. Wir möchten ein faires Angebot und eine sehr gute Qualität anbieten. Eine kompetente und kundenorientierte Beratung mit innovativen Lösungsansätzen sehen wir als einen Schlüssel, um unsere Vision zu realisieren.

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kunden

“Im Zentrum unseres Handelns stehen zufriedene Kunden. Wir streben auf dieser Basis eine dauerhafte Geschäftsbeziehung mit unseren Zielkunden an, für die wir verlässlicher Ansprechpartner sein wollen.”

- Auszug aus unserem Unternehmensleitbild

Grundlage für unsere strategische Planung sind die zweimal jährlich stattfindenden Key Account Management Meetings. In diesen werden Vorgehensweisen besprochen und Ziele definiert. Dabei werden die Ziele von den Key Account Managern selbst vorgeschlagen und Herausforderungen am Markt sowie Marktveränderungen besprochen.

Kundengewinnung und Kundenbetreuung

Die Akquise von Neukunden erfolgt über Messen, öffentlichkeitswirksame Vorträge, Mund-zu-Mund-Propaganda, Empfehlungen durch Berührungsgruppen und die gezielte Ansprache potenzieller Kunden durch unsere Key Account Manager sowie durch die Reaktion unseres Customer Service auf Anfragen von Kunden sowie über E-Mail oder Telefon. Neukunden und Stammkunden werden in der Beratung und technischen Betreuung grundsätzlich gleichbehandelt. Dazu gehört, dass wir uns für die Geschäftsidee und Bedürfnisse unserer Kunden interessieren. Die Bedürfnisse der Kunden werden grundsätzlich durch intensive Beratung hinterfragt und festgestellt, um eine bestmögliche Lösung für unsere Kunden zu finden. Ein wichtiger Aspekt hierbei ist, dass unsere Kunden immer einen festen Ansprechpartner haben, an den sie sich wenden können. Die Zufriedenheit mit unserem Service wird bei Besuchen kontinuierlich abgefragt und im Besuchsbericht dokumentiert. Im Fokus stehen langfristige Kundenbeziehungen und ein faires Preis-/Leistungsverhältnis.

Marketing

Für das Marketing ist kein bestimmtes Budget festgelegt. Derzeit erstellen wir keine Werbung. Neukunden gewinnen wir, wie beschrieben, aktiv beispielsweise über Messen und durch unsere Key Account Manager. Passiv werden Kunden über unsere Homepage oder Mund-zu-Mund-Propaganda auf uns aufmerksam. In 2021 wurde eine Stelle für das Marketing eingeführt.

Kundenwünsche und Reklamationen

Wir versuchen für unsere Kunden sämtliche Wünsche, welche unseren ethischen Vorstellungen sowie unseren Kapazitäten entsprechen, zu ermöglichen. Aufgrund unserer Produktionsweise sind wir sehr flexibel was beispielsweise Materialien, Breiten, Farben und Ausführungen unserer Produkte angeht.

Bei Reklamationen erhalten unsere Kunden innerhalb von 24 Stunden eine erste Antwort durch unseren Customer Service. Im Anschluss wird intern ein Team zur Bearbeitung der Reklamation gebildet. In diesem werden Maßnahmen und das weitere Vorgehen erarbeitet. Zu jeder Reklamation wird ein 8D-Bericht erstellt. Dieser wird dem Kunden, wenn gewünscht, zur Verfügung gestellt. Im Berichtszeitraum wurde die Stelle des Reklamationsbeauftragten neu vergeben. Ebenso wurde der Ablauf bei Reklamationen angepasst.

Umsatzvorgaben und Bezahlung der Mitarbeitenden

Wir verzichten auf die Arbeit mit klassischen Umsatzvorgaben, die von der Unternehmensleitung vorgegeben werden. Stattdessen findet die Festlegung der Ziele nach dem Bottom-up-Prinzip statt. In den Key-Account-Management-Meetings geben die Key Account Manager eine Selbsteinschätzung ab, aus welcher im Anschluss die Ziele abgeleitet werden. Im Fokus steht hierbei die Erreichbarkeit des Ziels für den Mitarbeitenden. Daher werden Ziele zum Teil auch bewusst nach unten korrigiert, wenn absehbar ist, dass diese nicht erreicht werden können, um die Motivation der Mitarbeitenden aufrecht zu erhalten.

Die Vergütung erfolgt durch Fixverträge. Zusätzlich erhalten die Verkaufsmitarbeitenden, wie auch alle anderen Mitarbeitenden der Firma Topp Textil, als Prämie einen Anteil am Unternehmensgewinn. Dieser Anteil besteht aus einer Erfolgs- und einer Leistungsbeteiligung. Es findet keine Unterscheidung nach Bereichen statt. Die Erfolgsbeteiligung ist für jeden Mitarbeitenden gleich. Die Leistungsbeteiligung bemisst sich an der Erreichung der im Mitarbeitergespräch festgelegten Ziele und variiert daher von Mitarbeitendem zu Mitarbeitendem in der Höhe.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir möchten versuchen, positive Kundenstimmen auf unserer Homepage mit aufzunehmen. Die Vorgehensweise zur Erfassung der Kundenzufriedenheit soll überarbeitet werden.

D1.2 Barrierefreiheit

Unsere Zielgruppe sind weiterverarbeitende Betriebe. Unser Vertrieb ist daher nicht auf Privat- bzw. Endkunden ausgelegt. Eine Ausnahme stellte hier der Vertrieb von Community-Masken zu Beginn der Pandemie im Frühjahr 2020 dar. Um hier den Verkauf an Endkunden zu ermöglichen, wurde ein Etsy-Shop eingerichtet. Für unsere derzeitige Zielgruppe sehen wir keine Hürden oder Barrieren in Bezug auf die Menschenwürde. Die Bestellung kann telefonisch oder über E-Mail erfolgen. Der Mindestbestellwert beträgt 150 € und die Kunden müssen eine gültige UST-ID vorweisen können. Strukturell ist in unserem Unternehmen verankert, dass NGOs wie Kindergärten oder Schulen Bänder und Stoffe geschenkt bekommen, wenn diese bei uns anfragen.

Den Umsatzanteil des Produktportfolios, welcher von benachteiligten Kundengruppen gekauft wird, schätzen wir auf 0 %.

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Topp Textil bestätigt, dass keine unethischen Werbemaßnahmen stattgefunden haben. Wir erstellen keine Werbung, die über neutrale Produktinformationen oder Nutzungshinweise hinaus geht.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Vor allem im Berichtsjahr 2020 wurde mit Anlauf unserer OP-Masken-Produktion mit Mitunternehmen kooperiert. Beispielsweise gab es Informationsaustausche bezüglich der eingesetzten Maschinen. Des Weiteren haben wir Mitbewerber mit Rohstoffen ausgeholfen, da diese auf dem Markt knapp waren. Weiterhin streben wir an, im Bereich Medizinprodukte mit Mitunternehmen zu kooperieren.

In unserem Stammgeschäft helfen wir uns mit ausgewählten Wettbewerbern wechselseitig bei der Warenversorgung bei Engpässen. In der Vergangenheit haben wir sowohl Beschäftigten, Kunden, Lieferanten als auch Wettbewerbern kurzfristige Darlehen oder Vorschüsse bei Liquiditätsgpässen zur Verfügung gestellt.

Auf das Gesamtunternehmen gesehen schätzen wir, dass wir 15-20 % der Stunden für Produkte, die in Kooperation mit Kunden erstellt werden, investieren. Wird nur der Bereich Verwaltung betrachtet liegt dieser Anteil bei ca. 40 %.

Auch außerhalb unseres Tagesgeschäftes kooperieren wir mit unterschiedlichen Partnern. Wir zählen zu den Gründungsmitgliedern des "Klimabündnis Allgäu", ein Netzwerk aus verschiedenen Allgäuer Firmen, die sich Klimaneutralität bis zum Jahr 2030 zum Ziel gesetzt haben. Ebenso bringen wir uns aktiv in IHK-Regional- und Vollversammlungen ein, und positionierten uns hier beispielsweise klar für die Einführung des 2021 in Kraft getretenen Lieferkettengesetzes. Des Weiteren sind wir Gründungsmitglied im "Bündnis für nachhaltige Textilien", welches sich dafür einsetzt, die sozialen und ökologischen Bedingungen in der weltweiten Textilproduktion zu erhöhen.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Die Firma Topp Textil pflegt eine solidarische und gerechte Haltung gegenüber Mitunternehmen. Konkrete Maßnahmen oder Projekte, beispielsweise zur Weitergabe von Personal, haben bis dato allerdings nur vereinzelt stattgefunden. Die Bereitschaft zur Kooperation und zum Austausch ist grundsätzlich gegeben. Mitunternehmen aus anderen Branchen unterstützen wir uneigennützig, indem wir Anfragen nach Bändern, welche von uns nicht produziert werden können, weitergeben. Des Weiteren versuchen wir mit Sonderkonditionen bei Zahlungsbedingungen unseren Mitunternehmen gegenüber solidarisch zu handeln. Arbeitskräfte wurden bisher nicht an Mitunternehmen weitergegeben. Im Berichtszeitraum wurden beispielsweise die Skontobedingungen eines Mitunternehmens angepasst.

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Eine Marktführerschaft durch eine reine Kostenführerschaft wird abgelehnt. Unser Anstreben ist es, durch innovative und maßgeschneiderte Lösungen ein fester Partner für unsere Kunden zu werden. Obwohl es beispielsweise für unseren Artikel PA-PU keinen weiteren Mitanbieter auf dem derzeitigen Markt gibt, wurde der Preis des Artikels die vergangenen 15 Jahre nicht erhöht. Eine negative Ausnutzung findet folglich nicht statt. Wir lehnen Dumpingpreise ab und treffen keine geheimen oder verdeckten Preisabsprachen mit anderen Unternehmen. Andere Unternehmen werden durch unser Handeln nicht bewusst blockiert oder geschädigt. Der Fokus unseres Unternehmensleitbildes liegt auf Qualität, einem zuverlässigen Service und dem Entwickeln von individuellen Problemlösungen für unsere Kunden.



Zufriedene Kunden

- **Schneller und zuverlässiger Service**
- **Verlässlicher Ansprechpartner**
- **Individuelle Problemlösungskompetenz und Serviceleistungen**
- **Aktive und offene Kommunikation**
- **Interesse für die Geschäftsideen und Bedürfnisse der Kunden**
- **Dauerhafte und Partnerschaftliche Beziehungen**
- **Entwicklung innovativer Produkte**
- **Kontrollierte Qualität unserer Produkte**

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Die ökologischen Auswirkungen der Produkte sind im Unternehmen bekannt. Wir arbeiten mit Textilien Standards wie ÖkoTex und GOTS, um die Umweltauswirkungen unserer Produkte transparent zu machen.

Bei einem Großteil unserer Produkte gibt es derzeit keine ökologisch hochwertigeren Alternativen, die in ihrer Funktion gleichwertig sind. Eine weitere Herausforderung besteht für uns darin, dass die Produkte meistens aus mehreren Komponenten (Rohmaterial & Beschichtung) bestehen und somit für beides eine ökologisch höherwertigere Alternative gefunden werden müsste. Daher wird bereits im Prozess der Produktentwicklung ein Fokus auf Nachhaltigkeit gelegt. Bei einem aktuellen Projekt zum Einsatz von Leuchtkedern in Berufsbekleidung wurde darauf geachtet, dass die Leuchtstränge bei einem Defekt repariert werden können. Außerdem werden Möglichkeiten zur besseren Wiederverwertbarkeit untersucht. Auch hier setzen wir bereits in der Produktentwicklung an und achten bei Textilien aus mehreren Lagen auf möglichst Ein-Werkstofflösungen und deren Verwertbarkeit. Derzeit besteht überwiegend die Möglichkeit des Down-Cyclings, beispielsweise als Füllmaterial von Ziegeln. Langfristig möchten wir den Anteil der Kreislaufwirtschaft erhöhen und Konzepte entwickeln, die zu einer besseren Ökobilanz und einem besseren Kosten-Nutzen-Verhältnis unserer Produkte beitragen. Um Produktionsabfälle zu minimieren, achten wir darauf, möglichst wenig Verschnitt zu produzieren. Hier versuchen wir in Abstimmung mit unseren Kunden die Produktionsprozesse zu optimieren.

So konnte bei einem größeren Einlagenkunden durch den Einsatz veränderter Breiten und Längen der Warenverlust von 7% auf 3,5% reduziert werden. Durch den Einsatz der in 2018 entwickelten Extrusionsanlage für Breitware konnte der Energieverbrauch bei den Hauptartikeln PA-PU und PES-PES in der Wertschöpfungskette um 75% reduziert werden. Durch ein neues Beschichtungsverfahren für Cabrioletverdeckbänder konnte der Materialverlust in 2020 sogar um 80% gesenkt werden.

Die kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltleistungen ist in unserem Unternehmensleitbild verankert. Aufgrund der Produktvielfalt stellt die Reduzierung der ökologischen Auswirkungen eine Herausforderung dar, an welcher kontinuierlich gearbeitet wird. Hinzu kommt, dass unsere Kundschaft letztendlich den Bedarf definiert. Daher versuchen wir unsere Kunden durch gute Beratung von nachhaltigeren Alternativen zu überzeugen.



Soziale / ökologische Verantwortung

- Verantwortung für die Menschen und die Umwelt / Natur in unserem Einflussbereich in Anlehnung an die Vorgaben des Bündnis nachh. Textilien
- Schonung unserer Umwelt und Sicherung von Arbeitsplätzen vor kurzfristigem und maximalem Gewinnstreben
- Schonung und Achtung von Lebewesen in unserem Einflussbereich und Förderung der Wiederansiedlung von Tier- und Pflanzenhabitaten
- Einhaltung der umweltrechtlichen Anforderungen
- Wiederverwertbarkeit der Produkte
- Kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltleistungen
- Schonung der natürlichen Ressourcen durch Förderung des Einsatzes erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger
- Verwendung von Umweltverträglichen Substanzen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir setzen es uns zum Ziel die Möglichkeiten des Recyclings weiter auszubauen. Außerdem möchten wir unsere innere Haltung verstärkt in dem Aspekt Kundenbeziehung miteinbringen.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Der Ansatz der Suffizienz ist bisher nicht explizit in unserem Geschäftsmodell verankert, weshalb auch keine systematischen Maßnahmen stattfinden. Handlungen finden eher aus einem Selbstverständnis heraus statt. Eine sorgfältige Beratung der Kunden dient als Basis für die Auswahl von geeigneten Produkten, die dann möglichst effizient und zielführend eingesetzt werden können. Bei der Preisgestaltung arbeiten wir derzeit mit Preisstaffeln. Durch diese wollen wir unseren Kunden den Anreiz geben, seltener und dafür größere Mengen zu bestellen. Dies spart in Summe Energie und Abfall bei der Herstellung, reduziert Transportwege und ist effizienter von der Bearbeitung. Ebenso dienen Rahmen- und Abrufaufträge zu einer besseren Steuerung bereits beim Einkauf, über effizientere Ausrüstungsprozesse bis hin zu unserer Produktion.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Da es zu diesem Thema bisher keinen konkreten Ansatz gibt, möchten wir innerhalb des Unternehmens für Suffizienz sensibilisieren.

Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Bei Topp Textil nehmen wir keine unverhältnismäßig hohen ökologischen Auswirkungen in Kauf. Die größten ökologischen Auswirkungen entstehen in der Textilindustrie beim Anbau sowie der Produktion der Rohfasern und der Textilveredelung¹⁴. Einfluss nehmen können wir somit hauptsächlich im Bereich unserer Lieferkette. Die ökologischen Auswirkungen der Produktion unserer Produkte sind verhältnismäßig gering.

Da die meisten Textilfasern nicht in Europa und oftmals im nachwachsenden Bereich unter ökologisch kritisch zu sehenden Umständen hergestellt werden, ist Topp Textil bereits seit 2018 aktiv am Aufbau eines Hanf-Netzwerkes engagiert, das sich zum Ziel gesetzt hat, den Anbau, die Ernte, das Aufbereiten und Verspinnen der Fasern sowie das Verweben regional in Deutschland zu bewerkstelligen.

Verbesserungspotenziale:

Langfristig möchten wir den Anteil der Kreislaufwirtschaft erhöhen und verstärkt an Projekten arbeiten, welche die ökologischen Auswirkungen von unseren Produkten reduzieren.

¹⁴ Quelle: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/industrieverbrennen/textilindustrie#die-umweltauswirkungen-der-textilindustrie->

D4 Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kunden-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Wir bieten unseren Kunden individuelle Produktlösungen und damit vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten. Wir arbeiten auftragsbezogen und ohne starre Standardartikelpalette, sodass wir gezielt auf unsere Kunden eingehen und diese mitwirken lassen. Auf Wunsch können auch neue Materialien in unsere Produktpalette mit aufgenommen werden. Derzeit laufen unter anderem im Bereich der Extrusion Projekte, bei denen unsere Kunden aktiv mit einwirken können und eine enge Abstimmung stattfindet. Schätzungsweise entstehen 80-90 % unserer Produkte mit der Beteiligung von Kunden. Seit bereits fast vier Jahren läuft ein Entwicklungsprojekt mit einem Hersteller von Zahnriemen, welches in 2022 in die Serienproduktion gehen wird. Der Kunde hat ein neues, patentiertes Gieß-Verfahren, in dem die Rohlinge, aus denen dann die Zahnriemen geschnitten werden, hergestellt werden. Gemeinsam mit dem Kunden wurden in zahlreichen Muster-Tests geeignete Textilien sowie Beschichtungen geprüft, welche die Anforderungen hinsichtlich mechanischer und thermischer Belastbarkeit erfüllen. Im Laufe des Projektes wurde auch ein Vorschlag des Kunden berücksichtigt, der den Verschnitt beim eingesetzten Textil künftig deutlich reduzieren wird.

Bei ca. 50 % der laufenden Projekte zur Entwicklung von Produkten geht eine Verbesserung sozialer oder ökologischer Aspekte einher. Dazu zählt beispielsweise die Entwicklung eines austauschbaren Lichtleiters in Arbeitskleidung. Dies begründet sich darin, dass, wie bereits in Punkt D3.1 beschrieben, bei der Produktentwicklung die Suche nach nachhaltigen Lösungen ein fester Bestandteil in unserem Prozessablauf ist.

D4.2 Produkttransparenz

Inhalts- und Gefahrstoffe werden transparent gemacht. Im Bereich Automotive wird hierfür die Materialdatenbank IMDS verwendet. Unsere Artikel werden auf Kundenwunsch bemustert und bei Änderungen am Produkt oder Produktbestandteilen re-qualifiziert. Die Produktmerkmale sind in unseren technischen Datenblättern beschrieben.

Wir verzichten auf AZO-Ware, lösungsmittelhaltige Streichverfahren oder die weit verbreitete Schaumkaschierung. Ein Teil unserer Produkte ist nach ÖkoTex bzw. GOTS zertifiziert.

Konkretere Preisbestandteile werden nur veröffentlicht, wenn es sich, insbesondere im Bereich Automotive, nicht vermeiden lässt. Eine grundsätzliche Veröffentlichung findet nicht statt. Wir tauschen uns jedoch mit unseren Kunden über wesentliche Kostentreiber von Produkten aus und versuchen, eine reduzierende Lösung zu finden. Sämtliche Preiserhöhungen werden dem Kunden gegenüber begründet. Derzeit erhalten wir rund 70 % unserer Grundmaterialien von externen Lieferanten.

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Topp Textil schließt aus, dass Gefahrstoffe oder Gebrauchs-Risiken von Produkten nicht transparent öffentlich deklariert werden.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Auf den ersten Blick mag ein textiles Band unscheinbar wirken, die Einsatzbereiche sind jedoch äußerst vielfältig. Daher umfasst unsere Produktplatte eine Vielzahl an verschiedenen Artikeln. Folglich werden je nach Produkt unterschiedliche Grundbedürfnisse gedeckt. Im Jahr 2020 lag der Fokus aufgrund der Pandemie vor allem auf der Auslieferung von Bändern für Mund- und Nasenmasken sowie der Produktion von OP-Masken. Diese dienen dem Gesundheitsschutz. Unsere technischen Produkte fließen überwiegend in die Produktion von Fahrzeugen ein und dienen damit vor allem der Autonomie. Unsere Artikel aus dem Bereich Bekleidung tragen zur Erfüllung des Grundbedürfnisses nach Wohlbefinden und Sicherheit bei. Innerhalb der Bekleidung ist der größte Bereich von Topp Textil die Berufsbekleidung, bei welchen die hergestellten Artikel eine bessere Sichtbarkeit der Endkunden ermöglichen.

Mit dem Bereich Heimtextilien decken wir zu 100 % Grundbedürfnisse des alltäglichen Lebens ab, beispielsweise durch den Einsatz unserer Bänder in Matratzen oder Bettdecken. Auch im Bereich Automotive decken wir überwiegend Grundbedürfnisse ab. Die meisten unserer Bänder finden ihren Einsatz in Mittelklassefahrzeugen im Bereich Sitz und Innenverkleidung. Lediglich vereinzelt produzieren wir dekorative Nahtbänder, Airbagnahtbänder oder Keder für Luxusfahrzeuge.

Etwa drei Viertel unserer Produkte erfüllen in ihrem Einsatzbereich einen mehrfachen Nutzen und rund ein Viertel einen einfachen Nutzen. Wir produzieren keine Artikel mit hemmendem bzw. Negativ-Nutzen.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Durch das Engagement des Geschäftsführers von Topp Textil, beispielsweise im Rahmen der IHK-Vollversammlung oder als Gründungsmitglied des Bündnisses klimaneutrales Allgäu, werden unsere Unternehmenswerte authentisch vorgelebt. Ebenso wurde in Zeitungsartikeln über die Werte der Firma Topp Textil und des Inhabers Stefan Topp berichtet. Beispielsweise in einem Artikel vom 15.12.2020 in einer Ausgabe des Online Magazins Ethik-heute¹⁵. Durch unsere Aktivitäten werden verschiedene Interessensgruppen erreicht. Beispielsweise andere Unternehmer durch das Mitwirken in der IHK und dem Bündnis klimaneutrales Allgäu sowie Schüler durch unser Auftreten in Schulen und dem Netzcafe sowie dem Speeddating.

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Topp Textil bestätigt, dass keine menschenunwürdigen Produkte hergestellt werden.

¹⁵ Link zum Artikel: [„Ich sehe mein Unternehmen als eine Leihgabe“ - Ethik Heute \(ethik-heute.org\)](https://ethik-heute.org/ich-sehe-mein-unternehmen-als-eine-leihgabe/)

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Wir leisten unseren direkten materiellen Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens durch die Zahlung von entsprechenden Steuern. Der Umsatz der Topp Textil GmbH sowie der Topp Holding GmbH betrug im Berichtszeitraum 12,9 Mio. €. Insgesamt wurden 248,9 T€ an Ertragssteuern gezahlt. In der Gemeinde Durach gehören wir zu den größten Gewerbesteuerzahlern. Indirekt stärken wir das Gemeinwesen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und der Zahlung von entsprechend damit verbundenen Steuern und Abgaben.

Berechnung der Nettoabgabenquote:

Erlöse		
	12.944.190,45	Umsatzerlöse
	276.512,20	sonstige betriebliche Erträge
	13.220.702,65	
Aufwand für Vorleistungen		
	4.380.746,68	Aufwand für Material und sonstige bezogene
	111.759,35	sonstige betriebliche Aufwendungen
	4.492.506,03	
Abschreibung	1.104.522,36	Abschreibungen
Wertschöpfung I	7.623.674,26	
Gehälter + soziale Aufwendungen	3.597.635,04	Personalaufwand
Zinsen	17.328,99	sonstige Zinsen und ähnliche Erträge
Betriebsergebnis (vor Steuern)	961.565,46	
Wertschöpfung II	4.576.529,49	
Netto-Abgaben		
Steuern vom Ertrag	248.922,54	Körperschaftssteuer / Gewerbesteuer
Lohnabhängige DG-Abgaben	2.879.217,64	Personalaufwand ohne soziale Aufwendungen
Lohnsteuer+SV der DN	887.873,75	LSt + Sozialabgaben + Aufw. Altersversorgung
	4.016.013,93	
Abgabenquote	52,70%	

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Als Unternehmen möchten wir Verantwortung für und in unserer Region übernehmen. Neben der jährlichen Spende in Höhe von 5-10% des Einkaufsvolumens aus nicht nachwachsenden Rohstoffen - 200T€ im Jahr 2020 - an die Topp Textil Nachhaltigkeits-gGmbH tragen wir durch weitere Aktivitäten zur Stärkung des Gemeinwohls bei. Wir kooperieren mit Schulen und unterstützen diese ehrenamtlich bei Veranstaltungen. Topp Textil stellt regelmäßig seine Räumlichkeiten kostenlos für Yogaworkshops, Kurse in gewaltfreier Kommunikation, Meditationskurse oder ähnlichem zur Verfügung. Im Rahmen der ersten Maßnahmen im Zuge der Corona-Pandemie stellte das Unternehmen Stoffe und Bänder für Community-Masken für regionale Nähinitiativen zum Abholen kostenlos zur Verfügung. Dr. Stefan Topp ist ehrenamtlicher Richter sowie Beiratsmitglied bei der Agentur für Arbeit. Stefan Topp und Topp Textil haben in 2019 das erste interreligiöse Gipfeltreffen in der Allgäuer Alpen initiiert und in 2020

den gemeinnützlichen Verein OBADOBA e.V. zur Förderung des interreligiösen Austauschs gegründet. Des Weiteren wird jährlich ein Werksverkauf organisiert, dessen Erlöse an gemeinnützige Organisationen gespendet werden. Diese Maßnahmen bieten keinen Eigennutzen, da sie nicht veröffentlicht werden und somit keinen Marketingzweck oder ähnliches erfüllen. Einzige Ausnahme stellt hier die Kooperation mit Schulen dar, welche unter anderem auch zur Gewinnung von Auszubildenden dient. Durch unsere aktive Mitwirkung im Bündnis Klimaneutrales Allgäu 2030 unterstützen wir sowohl internationale Kompensationsprojekte wie etwa den Bau von PV-Anlagen in Indien wodurch jährlich rund 694.000 Tonnen CO₂ eingespart werden können, sowie Projekte in der Region. Dazu zählen die Erweiterung von Blühwiesen, die Mitwirkung bei der Entstehung eines Klimawaldes in der Gemeinde Durach oder die finanzielle Unterstützung einer Schule bei der Veröffentlichung eines Klimakochbuches.

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Topp Textil kann eine illegitime Steuervermeidung ausschließen.

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

In Zusammenarbeit mit unserem Wirtschaftsprüfer wird regelmäßig eine Korruptionsrisikoanalyse durchgeführt. Aus dieser werden Maßnahmen abgeleitet, beispielsweise die Erstellung einer Kompetenzregelung für alle Fachbereiche. Dadurch wird Korruption im Unternehmen ausgeschlossen. Die Vergabe des Auftrags für die Produktion von OP-Masken erfolgte über ein öffentliches Ausschreibungsverfahren und schließt somit Korruptionsmöglichkeiten aus.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Umweltschutz und die Verantwortung gegenüber der Natur sind elementarer Bestandteil unserer Unternehmenspolitik.

Dies beinhaltet weitgehende Schonung der natürlichen Ressourcen durch Förderung des Einsatzes erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger sowie der Wiederverwertbarkeit der Produkte, Minimierung von Schadstoffemissionen und Müllvermeidung, Verwendung von umweltverträglichen Substanzen, schriftliche Anforderungsprofile und regelmäßige Besuche bei unseren Lieferanten.

- Auszug aus unserer Nachhaltigkeitsstrategie

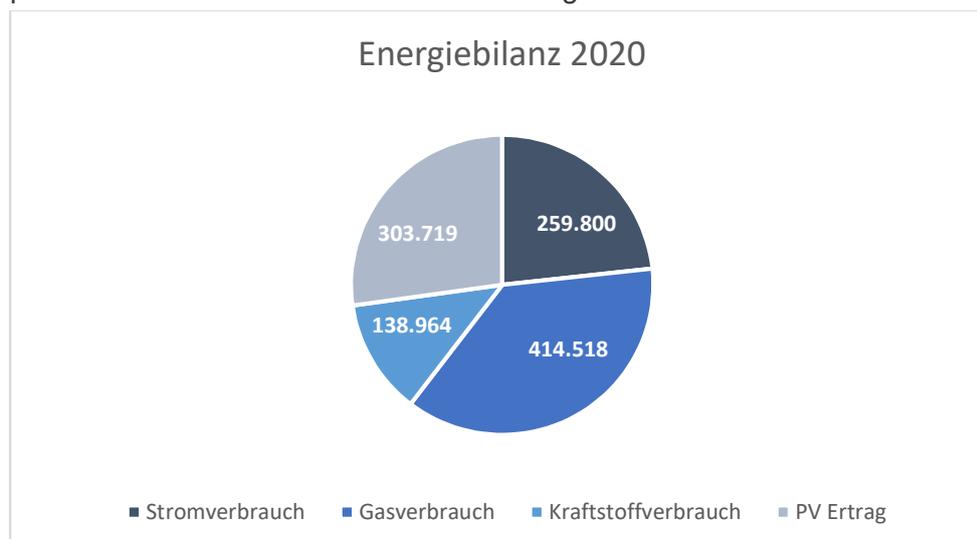
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Die Topp Textil GmbH ist Gründungsmitglied im Bündnis Klimaneutrales Allgäu 2030 und selbst bereits seit dem Jahr 2019 klimaneutral.

Unsere Produktionsprozesse laufen überwiegend unter Bedarf von Energie ab. Die Energiegewinnung erfolgt bei uns hauptsächlich durch die seit 2004 betriebenen Photovoltaikanlagen auf unseren Betriebshallen. Seit 2005 kaufen wir Ökostrom aus regionaler Erzeugung bei einem regionalen Energieversorger zu, um unsere Bedarfe bspw. nachts zu decken. Die Heizung im Bereich Verwaltung und unser Brauchwasser werden seit den 1990er Jahren überwiegend mittels Solarthermie betrieben.

Um unseren Wasserverbrauch zu optimieren arbeiten wir mit einer Regenwasserauffanganlage für unser Brauchwasser. Große Teile unseres Oberflächenwassers leiten wir in hierfür geschaffene Biotope ein, um den Kreislaufgedanken zu stärken und Biodiversität zu fördern. Im Jahre 2019 wurden die Lichtemissionen unseres Standortes kritisch überprüft und optimiert.

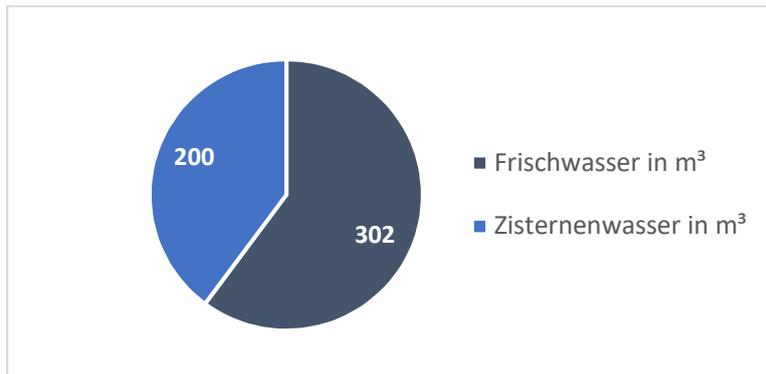
Wir erheben Daten in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Wasser-, Energie-, Strom und Papierverbrauch. Ebenso erfassen wir benötigten Kraftstoff für unsere Firmenfahrzeuge.



Benzinverbrauch in 2020: 14.180 Liter

Papierverbrauch in 2020: 500kg

Wasserverbrauch 2020:

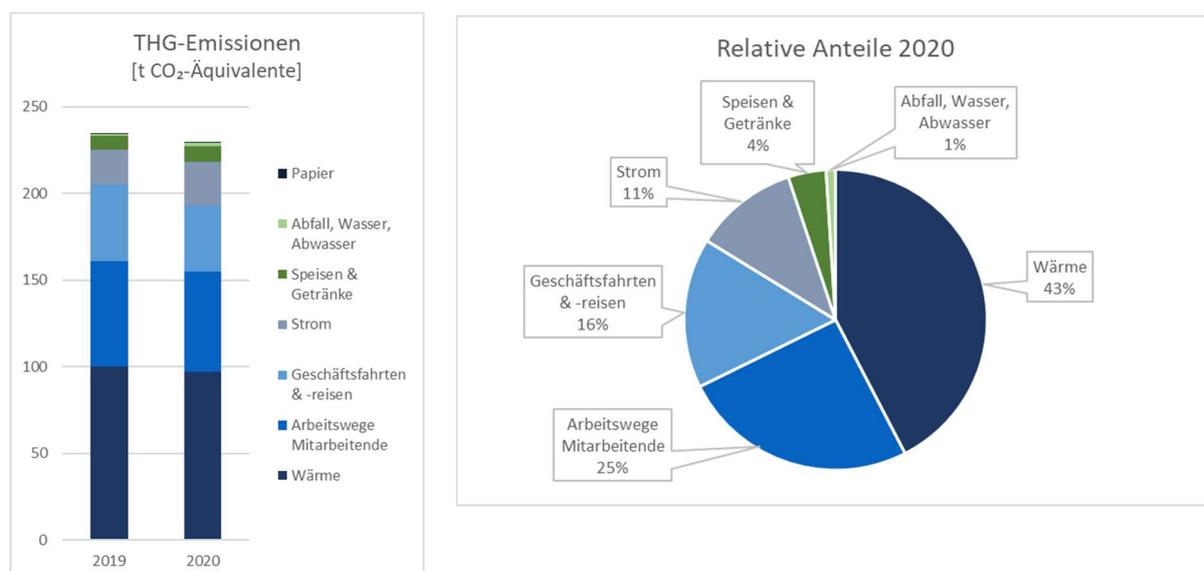


Abfall:



Derzeit befassen wir uns intensiv mit Möglichkeiten der Reduktion unseres Abfalls. Wir suchen hier unter anderem nach Möglichkeiten Produktionsabfälle zu recyceln oder weiterzuverarbeiten.

Bilanzjahr 2020 (In t CO₂ Äquivalente):



Die Treibhausgas-Emissionen des Unternehmens lagen im Bilanzjahr 2020 bei 230t CO₂-Äquivalenten. Das entspricht etwa 2,4 t CO₂-Äquivalenten pro Mitarbeitendem.

Etwa 42 % der gesamten treibhausgas-Emissionen sind der Deckung des Wärmebedarfs zuzuordnen. Als zweitgrößte Quelle für Treibhausgas-Emissionen konnten die zurückgelegten Wege der Beschäftigten zum Arbeitsplatz und wieder nach Hause mit einem Anteil von 25 % identifiziert werden. Den mit 19 % drittgrößten Anteil verursachen Geschäftsreisen.



Im Jahr 2020 wurde von einem unserer Auszubildenden als Projekt ein Insektenhotel konzipiert und gebaut. Dieses steht nun seit dem Sommer 2021 auf einer unserer Grünflächen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Als weiteres Potential sehen wir den Ausbau unserer Photovoltaikanlagen. Zudem sollen Speicher angeschafft werden um beispielsweise auch nachts auf den von unseren Anlagen erzeugten Strom zurückgreifen zu können.

E3.2 Relative Auswirkungen

Die Umweltauswirkungen von Topp Textil sind, im Vergleich zu dem was für die Textilbranche im Allgemeinen ermittelt wird, eher als gering einzustufen¹⁶. Dies liegt unter anderem daran, dass in unserer Fertigung Breitwaren lediglich konfektioniert werden. Es finden beispielsweise keinerlei Färbe- und Veredelungsprozesse, welche große Umweltauswirkungen aufweisen, statt. Unsere Strategie war und ist es, bei unseren Kernprodukten die Wertschöpfung auszuweiten und dabei Ressourcen und Emissionen massiv zu reduzieren, etwa durch den Wegfall von Ausrüstungs- und Färbeprozessen, Transport sowie zusätzlichen Arbeitsschritten und Materialverlusten. Daher haben wir uns auch dazu entschlossen, selber mit der Extrusion von Produkten zu starten, wie bereits unter Punkt B3.1 dargestellt. Somit können wir die Umweltauswirkungen auch besser direkt beeinflussen und sind von unseren Lieferanten diesbezüglich weniger abhängig. (Bsp. PA-PU, PES-PES, PES-PU-V, CO-PES, Leinenschlauch)

Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Topp Textil kann bestätigen, dass es keine Verstöße gegen Umweltauflagen oder unangemessene Umweltbelastungen gegeben hat.

¹⁶ Zur Einordnung wurden die Angaben des Umweltbundesamts verwendet: [Textilindustrie | Umweltbundesamt](#)

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Bevor interne Entscheidungen umgesetzt werden, welche regionale Auswirkungen haben, werden Stakeholder in einen kooperativen Prozess miteingebunden. So beispielsweise bei der Erweiterung der Produktionsgebäude im Jahr 2013. Wir nutzen unsere regelmäßig stattfindenden Betriebsversammlungen und Abteilungsleitungsbesprechungen, um intern über Fortschritte bzw. neue Aspekte zu informieren. Ein transparenter und offener Umgang mit allen Berührungsgruppen ist uns wichtig. Daher sind wir jederzeit offen für Anliegen, Gespräche und Anregungen.

Für die Berührungsgruppen notwendige Informationen werden auf unserer Homepage veröffentlicht und können dadurch jederzeit eingesehen werden.

Auch unser Gemeinwohlbericht wird nach Erhalt des Testats auf unserer Homepage veröffentlicht.

E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung

Grundsätzlich sind wir offen für den Dialog und Austausch. Wir freuen uns über Anregungen im Hinblick auf die Verbesserung von unseren ökologischen sowie sozialen Auswirkungen. Bürger können über unsere Homepage, telefonisch oder persönlich mit uns in Kontakt treten. Eine Dokumentation der eingebrachten Anliegen erfolgt bei uns nicht durch ein Ethikforum oder ähnliches, sondern wird intern je nach Anliegen mit dem entsprechend betroffenen Personenkreis besprochen und in Form von internen Gesprächsprotokollen dokumentiert. Hierbei handelt es sich um eine grundsätzliche Vorgehensweise, die jedoch nicht formalisiert ist. Alle Entscheidungen, die eine Relevanz für externe Stakeholder haben, werden erst nach Abstimmung mit diesen entschieden.

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Die Förderung von Intransparenz und Verbreitung von bewussten Fehlinformationen kann ausgeschlossen werden.

Die Gemeinwohlanbilanzierung und die SDGs

Bei der Erarbeitung unserer Gemeinwohlanbilanz haben wir uns auch mit den 17 Sustainable Development Goals, kurz SDGs, auseinandergesetzt. Die Agenda 2030 mit den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen¹⁷ ist ein globaler Plan zur Förderung nachhaltigen Friedens und Wohlstands und zum Schutz unseres Planeten. Wir haben bei der Berichtserstellung reflektiert in welche der 17 Ziele unsere bisherigen Aktivitäten bereits einzahlen. In der folgenden Tabelle benennen wir die Aspekte, welche aus unserer Sicht zum jeweiligen Ziel beitragen.

SDG	Aktivitäten Topp Textil
 1 KEINE ARMUT	Schaffung von Arbeitsplätzen mit übertariflichen* Löhnen und Sonderleistungen (*bezogen auf Tarifvertrag Textil)
 2 KEIN HUNGER	Bezahlung von gerechten Löhnen
 3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN	Produktion von Community-Masken und OP-Masken während der Pandemie (32% vom Umsatz)
 8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTS WACHSTUM	Menschenwürdige Arbeit sowie Unternehmenskultur und Arbeitsumfeld
 9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR	Arbeit an Forschungsprojekten Erprobung neuer Technologien
 10 WENIGER UNGLEICHHEITEN	Diversität der Mitarbeitenden Kostenlose Bereitstellung von Material zum Herstellen von Community-Masken zu Beginn der Pandemie & Spende von fertig genähten Community-Masken Aktive Ansprache der Ausgleichsstelle zur Beschäftigung von Mitarbeitenden
 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION	intensive Auseinandersetzung mit der Thematik der Wiederverwertung mit dem Ziel der Kreislaufwirtschaft
 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ	Klimaneutral seit 2019 Gründungsmitglied des Bündnis klimaneutrales Allgäu 2030 Jährliche Spenden an die Topp Textil gGmbH, durch welche Nachhaltigkeitsprojekte initiiert werden
 14 LEBEN UNTER WASSER	Anlage von drei Biotopen auf dem Betriebsgelände
 15 LEBEN AN LAND	Bau eines Insekten- und Bienenhotels Streuobstbäume auf dem Betriebsgelände Grünflächen auf dem Betriebsgelände werden überwiegend sich selbst überlassen Anpassung der Außenbeleuchtung (niedrigere Lichtverschmutzung)
 16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN	Initiator eines interreligiösen Dialoges im Allgäu, wieder geplant für das Jahr 2022
 17 PARTNERSCHAFTEN FÜR DIE ERREICHUNG DER ZIELE	Partnerschaft mit den Standorten in Rumänien und Italien Teil der IHK Vollversammlung Gründungsmitglied des Iwolf e.V. Unternehmerzirkel

¹⁷ [THE 17 GOALS | Sustainable Development \(un.org\)](https://www.un.org/sustainabledevelopment/) Link zur Homepage mit den 17 SDGs sowie deren Beschreibungen

Ausblick

Mit unserer ersten Gemeinwohlbilanz haben wir die Basis für ein strukturiertes Nachhaltigkeitsmanagement gelegt. Wir sind davon überzeugt, dass Wirtschaftlichkeit auch im Sinne des Gemeinwohls sein kann und diese beiden Aspekte weniger als konkurrierend und mehr als ein Miteinander betrachtet werden sollten. Wir möchten unsere bisherigen Ansätze, Handlungen, Ideen und Visionen weiter voranbringen und ausbauen.

Kurzfristige Ziele

Auf den letzten 50 Seiten wurden viele Potentiale und Verbesserungsmöglichkeiten genannt. Wir haben für uns einige Kernthemen abgeleitet, die wir im nächsten Berichtszeitraum besonders in den Fokus nehmen möchten. Zentraler Aspekt soll hier die Berührungsgruppe der Lieferanten sein. In diesem Bereich sehen wir noch viele Potentiale, beispielsweise die Überarbeitung unserer Einkaufsrichtlinien, den Aufbau eines systematischen Lieferantenmanagementsystems oder die Neugestaltung der Auditierung von Lieferanten. Neben diesem großen Fokusthema fassen wir weitere Themen in den Blick. Diese sind unter anderem:

- Die Investition in nachhaltige Anlageoptionen
- Die Entwicklung eines Leitfadens für das Mitarbeitergespräch
- Eine Konzeptentwicklung zur Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden
- Der Ausbau unserer Photovoltaikanlagen
- Die weitere Umstellung unseres Fuhrparks auf Elektro- und Hybridfahrzeuge und Ausbau der Ladesäulen
- Die Anschaffung von Speichern, um auch nachts vermehrt den Strom unserer Photovoltaikanlagen verwenden zu können

Außerdem möchten wir die Gemeinwohlbilanzierung sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens weiter bekannt machen und Beschäftigte dazu ermutigen, sich mit der Thematik auseinander zusetzen und aktiv in Projekten mitzuwirken.

Langfristige Ziele

Einige unserer Potentiale setzen allerdings auch ein hohes Maß an Veränderungsbereitschaft voraus. Um hier erfolgreich zu handeln, ist es Voraussetzung ein entsprechendes Mindset im Unternehmen zu etablieren. Um größere Projekte wie beispielsweise die Anpassung unserer Lohn- und Gehaltsstruktur, umzusetzen ist es daher wichtig im Vorhinein die Unternehmenskultur entsprechend weiterzuentwickeln.

Ein weiteres wichtiges langfristiges Ziel ist darüber hinaus die Bekanntmachung der Gemeinwohlbilanz auch außerhalb unseres Unternehmens durch Netzwerkarbeit.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Folgende Personen waren an der Erstellung des Berichtes beteiligt:

Susanne Hupe	Angestellte Einkauf
Nicole Ebner	Angestellte Faktura
Marvin Gießhammer	kaufmännischer Auszubildender
Franziska Wölfle	Leitung Buchhaltung
Jürgen Müller	Leitung Personal, Controlling und IT
Ardijana Citaku	Assistentin der Geschäftsführung
Elfi Seifert	Angestellte Customer Service
Harald Seefelder	Leiter Verkaufsaußendienst
Thomas Bechteler	Leiter Verkaufsinendienst und Umweltbeauftragter
Stefan Topp	Geschäftsführung
Anna Ritter	Angestellte Qualitäts- & Nachhaltigkeitsmanagement

Begleitet wurde die Berichterstellung durch:

Ulrike Häußler Team Weitblick

Für die Erstellung der Gemeinwohbilanz wurden in Summe circa 350 Stunden aufgewendet.

Der Bericht wird intern auf einer Betriebsversammlung vorgestellt und auf unserer Homepage veröffentlicht.



Datum: 06.Dezember 2021