

Ulie wir nachhaltig wirtschaften

CSR-Bericht 2015



Markus Glöckner Natursteine

Geschäftsinhaber: Markus Glöckner

Schachenweg 11

66540 Neunkirchen Hangard

Telefon: 06821 - 52580 Telefax: 06821 - 58047

Internet: www.natursteine-gloeckner.de E-Mail: info@natursteine-gloeckner.de

Facebook: www.facebook.com/natursteinegloeckner

Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist im Rahmen des Projektes "CSR-Kompetenz für saarländische KMU" entstanden und orientiert sich am Leitfaden DIN ISO 26000.

Am Bericht haben mitgearbeitet:

Katja Hobler, Markus Glöckner Natursteine Sandra Katmann und Dr. Anke Diederichsen, gral - Das BeraterTeam.

Verantwortlich für das Layout und die Grafikbearbeitung ist:

Elisabeth Redel, www.elisabeth-redel.de

Fotos:

Markus Glöckner Natursteine Barbara Schreiner, www.Fotostudio-Schreiner.de Werner Staudt von "Feine Adressen Saar-Lor-Lux"

Zeichnungen:

Katja Hobler, Markus Glöckner Natursteine

01. Dinueise zum CSR-Bericht 2014

Berichtsinhalte

Der CSR-Bericht 2015 von Markus Glöckner Natursteine dokumentiert die gemeinsam mit gral - Das BeraterTeam durchgeführte CSR-Analyse des Unternehmens. Der Bericht enthält Informationen zur analytischen Vorgehensweise, die Ergebnisse zu den Kernthemen und Handlungsfeldern sowie daraus abgeleitete Maßnahmen und Ziele. Der Bericht orientiert sich am Leitfaden DIN ISO 26000.

Periodizität der CSR-Dokumentation

Die Erst-Analyse der CSR-Aktivitäten hat wichtige Erkenntnisse für die Geschäftsführung erbracht und soll daher in regelmäßigen Abständen, voraussichtlich alle 2 Jahre, fortgeführt werden.

Veränderungen gegenüber dem Vorbericht sind für diese Erstberichterstattung nicht relevant.

Motivation, Zielsetzung & Zielgruppen

Mit dem CSR-Bericht 2015 stellt Markus Glöckner Natursteine seine bisherigen CSR-Aktivitäten und zukünftigen CSR-Ziele erstmalig in strukturierter und umfassender Form zusammen.

Ein wichtiges Anliegen ist es, Transparenz über das unternehmerische Handeln zu schaffen und dadurch das Verständnis und Vertrauen der KundInnen zu gewinnen sowie Orientierung für die MitarbeiterInnen zu bieten.

Unterschiedlichen Interessensgruppen (insbesondere KundInnen und MitarbeiterInnen) werden über unterschiedliche Kommunikationsmedien (z.B. Unternehmens-Website, Informationsblätter) ausgewählte und aufbereitete Informationen aus dem Bericht zugänglich gemacht.

Der Bericht zeigt, dass das Unternehmen sich sehr intensiv mit dem Thema der unternehmerischen Verantwortung auseinandersetzt und bereits in allen Handlungsfeldern mehrere Maßnahmen erfolgreich in die Praxis umgesetzt hat.

Eindrücke über die Umsetzung der Maßnahmen gewinnt man, neben diesem Bericht, auf der Website des Unternehmens und in den sozialen Medien. www.natursteine-gloeckner.de/ www.natursteine-gloeckner.de/nachhaltigkeit/ www.natursteine-gloeckner.de/blog-cafe-steinzeit/ www.facebook.com/natursteinegloeckner

Der Bericht ist zugleich der abschließende Tätigkeitsbericht zur Teilnahme am Projekt "CSR-Kompetenz für saarländische KMU".

Unterstützung bei der CSR-Dokumentation durch/inwieweit:

Markus Glöckner Natursteine wurde bei der Erst-Analyse der CSR-Aktivitäten durch gral – Das Berater-Team beraten und unterstützt.

Die Beratung erstreckte sich auf die Ist-Erfassung und Auswertung, die Planung zukünftiger Maßnahmen sowie die Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie.

Als Grundlage für diesen CSR-Bericht dient ein von gral – Das BeraterTeam bereit gestelltes Analyseinstrument. Hiermit hat Markus Glöckner Natursteine die Rahmenbedingungen, Anspruchsgruppen, Ziele und Maßnahmen in den Kernthemen und Handlungsfeldern in strukturierter Weise für die kontinuierliche Weiterbearbeitung erfasst und bewertet.

Kommentar zur Berücksichtigung der allg. Grundsätze für gesellschaftlich verantwortliches Handeln gemäß DIN ISO 26000, Normabschnitt 4

Grundsätze

- Rechenschaftspflicht
- Transparenz
- Ethisches Verhalten
- Achtung der Interessen der Anspruchsgruppen
- Achtung der Rechtsstaatlichkeit
- Achtung internationaler Verhaltensstandards
- Achtung der Menschenrechte

Wir – Markus Glöckner Natursteine, vertreten durch Markus Glöckner und Katja Hobler – orientieren unser unternehmerisches Handeln an den Grundsätzen gesellschaftlicher Verantwortung.

Wir sind uns bewusst, dass unser unternehmerisches Handeln Auswirkungen auf Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt hat. Wir nehmen diese Herausforderungen an und wollen unser Unternehmen in allen Handlungsfeldern bewusst nachhaltig gestalten.

Siehe hierzu auch:

Kapitel 1: Hinweise zum Bericht, Abschnitt Motivation

Kapitel 2: Unternehmensleitbild

Kommentar zur Anerkennung gesellschaftlicher Verantwortung und Ausführungen zur Einbindung der Anspruchsgruppen gemäß DIN ISO 26000, Normabschnitt 5

Wir erachten Kommunikation als ein wesentliches Mittel zur Erhebung von Bedürfnissen, Risiken, Potentialen und Lösungen. Dementsprechend pflegen wir in erster Linie bewusst den Austausch mit unseren KundInnen (Beratungsgespräche) und mit unseren Mitarbeitenden (Mitarbeitergespräche, Besprechungen).

Eine wichtige Erkenntnis aus diesen Gesprächen ist, dass wir aktiv zu bestimmten Themen der Nachhaltigkeit informieren und auch für diese werben müssen. Wir sind eingebunden, in branchenspezifische Organisationen. Wir unterstützen diese mit unserem Wissen und erweitern mit unserem Engagement unseren Einflussbereich.

Darüber hinaus pflegen wir über ehrenamtliches Engagement Kontakte in der Gemeinde und Region.

Vorgehensweise bei der Verfolgung der CSR-Ziele (Managementsystem)

Die Festlegung der CSR-Ziele und die Verantwortlichkeit für die Durchführung der CSR-Maßnahmen liegen bei der Geschäftsleitung. Alle Mitarbeitenden werden an dem Prozess der Zielfindung und -umsetzung beteiligt. Dies stellt sicher, dass CSR bzw. Nachhaltigkeit ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie von Markus Glöckner Natursteine ist – und bleibt.

Unser Unternehmen hat ein Leitbild (siehe Kapitel 2) an dem wir unser Handeln orientieren. Wir passen unsere Organisations- und Kommunikationsstrukturen kontinuierlich unserem Unternehmenswachstum an, um weiterhin als professioneller Handwerksbetrieb wahrgenommen zu werden.

Durch die systematische CSR-Analyse haben wir uns ein Werkzeug erarbeitet, mit dem wir unsere Ziele und Maßnahmen erfassen, bewerten, überprüfen und bei Bedarf anpassen können. Jährliche Mitarbeitergespräche und Betriebsversammlungen stellen darüber hinaus die kontinuierliche Weiterentwicklung unseres Unternehmens sicher.

Siehe hierzu auch:

Kapitel 2: Unternehmensleitbild

Kapitel 5.1: Themenfeld Organisationsführung

Kapitel 6: Zusammenfassung: Fortschritt und Ausblick

Unser Leitgedanke: Altes erhalten – Neues gestalten

Allein schon durch unser Aufgabengebiet sind wir der Nachhaltigkeit verpflichtet. In der Restaurierung ist das Erhalten und die Sicherung historischer Bausubstanz oberstes Prinzip. So werden nicht nur Denkmale und baugeschichtliche Zeitzeugen als Bausubstanz physisch gerettet, sondern auch das Gesicht unserer Region, ihrer Städte und Dörfer bewahrt. Regional unterschiedliche, typische Bauweisen und Materialverwendungen prägen die Ortsbilder. Das Gefühl, sich irgendwo heimisch zu fühlen, hängt ganz wesentlich davon ab.

Darüber hinaus ist die prägnanteste Eigenschaft von Naturstein seine Dauerhaftigkeit. Mit dem Gestalten von Fassaden und neuen Bauten mit Naturstein wird Bleibendes geschaffen.

Und nicht zuletzt stehen Grabmale aus Naturstein, sowohl im eigentlichen wie auch im übertragenen Sinne, als Jahrzehnte überdauernde Zeichen der Erinnerung auf unseren Friedhöfen.

Wie wir handeln und was wir wollen

Unser Geschäftsmodell ist die Nachhaltigkeit. Unsere Ziele liegen nicht im schnellen und kurzfristigen Wachstum. Der erwirtschaftete Gewinn wird zu großen Teilen wieder in das Unternehmen investiert. So wurden in den Jahren 2011 bis 2013 eine neue Werkstatthalle angebaut, neue modernste Maschinen angeschafft und die Sozialräume und Büros umgebaut.

Der Mitarbeiterstamm ist seit der Firmenübernahme durch Markus Glöckner stetig gewachsen. Inzwischen verdienen 24 Frauen und Männer ihren Lebensunterhalt bei uns. Damit es ihnen und ihren Familien gut geht, ihre Arbeitsplätze sicher sind und sie die berufliche Tätigkeit als bereichernd für ihr Leben empfinden, müssen unsere Geschäfte wirtschaftlich und unsere Preise auskömmlich sein. Aufträge um des Auftrags Willen abzuschließen, das kann daher nicht unser Weg sein.

Wir leben den Steinmetzberuf im traditionellen Sinn. Handwerkliches Können ist Voraussetzung für unsere Arbeit. Jedes Jahr geben wir daher einer jungen Frau oder einem jungen Mann die Möglichkeit, mit einer Ausbildung im Steinmetzhandwerk in den Beruf zu starten. Viele von ihnen bleiben im Anschluss im Un-

ternehmen. Interne und externe Fort- und Weiterbildungen sichern und erweitern unser Fachwissen.

Diese MitarbeiterInnen führen die großen und kleinen Aufträge qualitativ hochwertig aus. Unsere KundInnen haben das Anrecht und den Anspruch auf eine dauerhaft gute und langlebige Arbeit. Dies schließt sowohl eine ehrliche Aufklärung über Vorund Nachteile unserer Produkte und Verfahren mit ein, wie auch das Verweigern einer nicht fachgerechten Ausführung.



Als unverzichtbar empfinden wir eine offene, freundliche und wertschätzende Kommunikation. Dies bezieht sich nicht nur auf unser Unternehmen selbst und unsere Kundlnnen, sondern auch auf unsere Lieferanten. Wir beauftragen viele Dienstleister und Handwerker aus der Region und tragen somit auch zu deren Zukunftssicherung bei.

Unsere Lieferanten kennen uns schon lange und wissen, dass wir nicht am schnellen Geschäft interessiert sind, sondern an einer vertrauensvollen Zusammenarbeit. Fertigarbeiten, wie beispielsweise Grabmale aus indischer oder chinesischer Produktion, verkaufen wir nicht, weil ausbeuterische Kinderarbeit nicht ausgeschlossen werden kann.

Dieses Unternehmen verantwortungsvoll zu leiten ist keine einfache, aber in jeder Beziehung gewinnbringende und sinnstiftende Aufgabe. Unser persönliches Ziel ist nicht nur ein gutes Leben heute und in der Zukunft, sondern auch das positive Wirken in der saarländischen Kulturlandschaft und im Leben der Menschen, die uns auf unserem Weg begleiten.

03. Unzernehmenspropil

Wer wir sind

1967 gründete Werner Glöckner in Neunkirchen-Hangard einen kleinen Steinmetzbetrieb. Sein Sohn Markus absolvierte zunächst die Ausbildung im väterlichen Betrieb, um diesen dann 1993 nach bestandener Meisterprüfung zu übernehmen. Durch die Weiterbildung zum geprüften Restaurator im Steinmetzhandwerk erschloss sich dem Unternehmen ein neues Geschäftsfeld. Heute ist Markus Glöckner Natursteine im Bereich Natursteinrestaurierung der Maßstab unter den saarländischen Steinmetzbetrieben.

1983 - 1988 2011 - 2013 2002 Neubau einer Werkstatt-Anbau einer zweiten Werkstatt-Bundespreis für hallemit Büro am heutigen Handwerk in der halle; Kauf einer CNC-gesteuerten Standort 5-Achs-Säge Denkmalpflege 1993 2003 2015 Kauf der ersten Saarländischer Veröffentlichung des Brückensäge (SPS-Denkmalpreis ersten Nachhaltiggesteuerte Säge) keitsberichtes

1967

Gründung

durch Werner Glöckner

1993
Firmenübernahme
durch Markus Glöckner

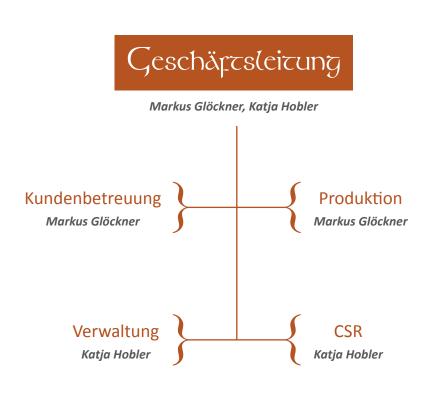
03. Unternehmensprofil

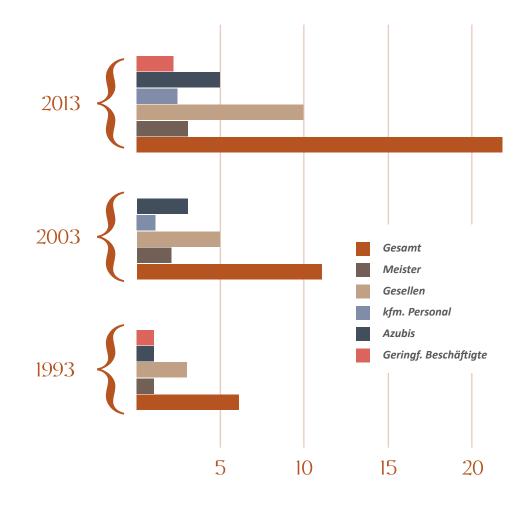
Wer wir sind

Das Unternehmen ist seit seiner Gründung kontinuierlich gewachsen. Mit der Steigerung der Mitarbeiterzahl und des Umsatzes ging die Notwendigkeit der Schaffung einer kaufmännischen Abteilung einher. Großer Wert wird auf die Steinmetz-Ausbildung gelegt, was sich auch in der gestiegenen Anzahl der Auszubildenden zeigt.

Entwicklung

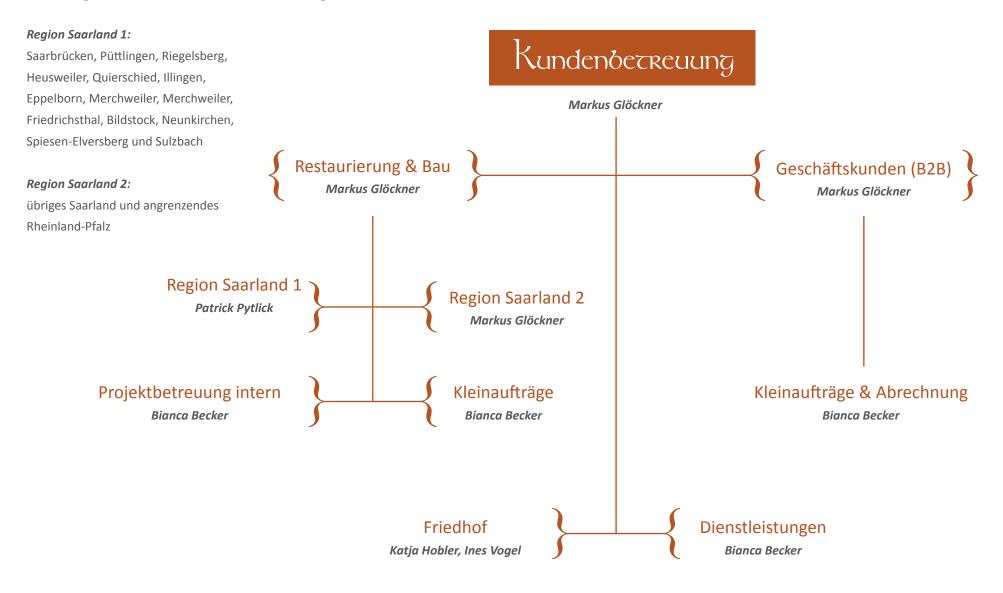
Die unten gezeigte Grafik zeigt die Entwicklung der MitarbeiterInnenzahl seit Betriebsübernahme durch Markus Glöckner.

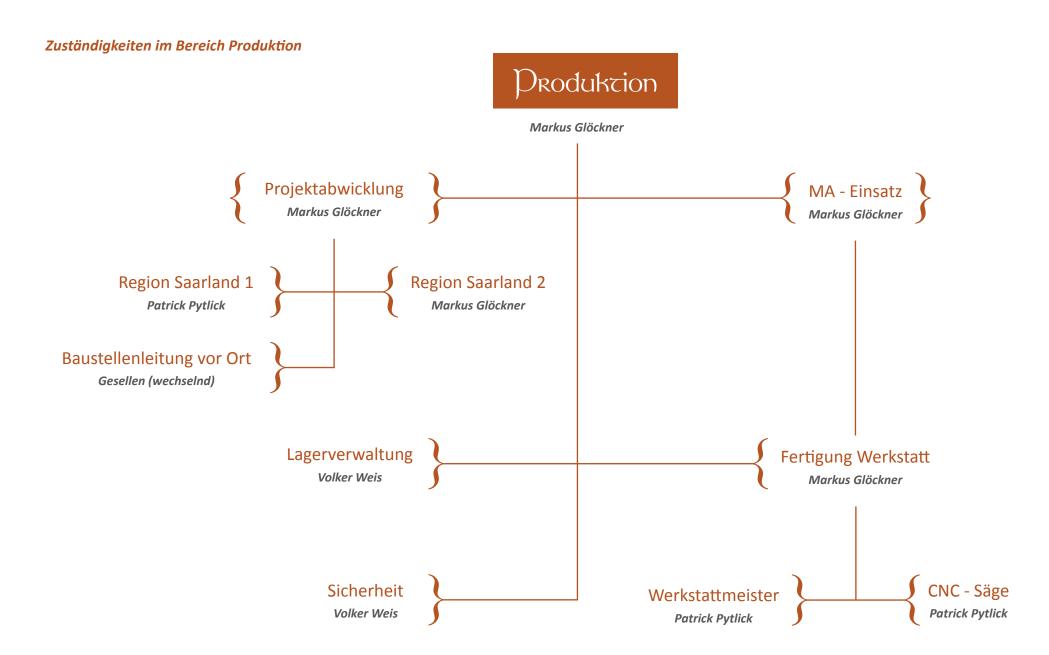




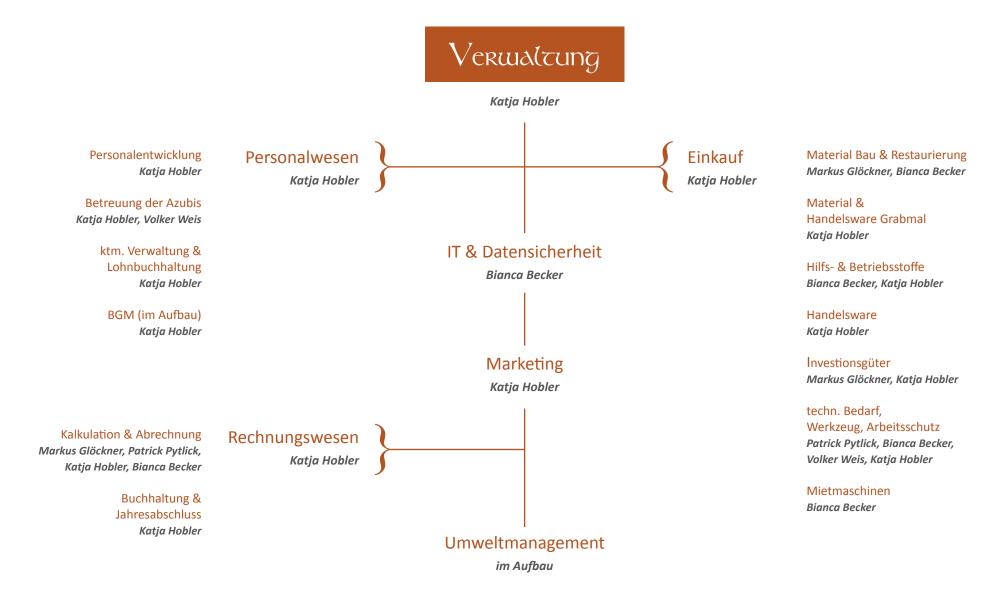
Aufgabenverteilung in der Geschäftsleitung

Zuständigkeiten im Bereich Kundenbetreuung





Zuständigkeiten im Bereich Verwaltung



03. Unternehmensprotil

Unsere Leistungen und Produkte

Unser Portfolio umfasst die klassischen Dienstleistungen und Produkte des Steinmetzhandwerks. Durch die neue moderne CNC-gesteuerte Fünf-Achs-Säge sind wir in der Lage, große und massive Werkstücke zuzusägen, und wir wollen nun auch verstärkt für andere Steinmetzbetriebe und andere Baugewerke produzieren.

Übersicht der Leistungen und der Produkte

Fassadengestaltung Kirchen öffentliche Projekte Treppenanlagen Bauen mit Privathäuser Fensterbänke Restaurierung **Naturstein** Dokumentation Küchenarbeitsplatten Restaurierungsplanung Badgestaltung Reinigung & Pflege für Architekten neue Grabanlagen Produktion für andere Produktion für Nachbeschriftungen Steinmetzbetriebe Grabmale Geschäftskunden Reparaturarbeiten Produktion für andere (im Aufbau) Reinigung & Plege Baugewerke

04. Anspruchsgruppen und Einflussmöglichkeiten

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht über die Personengruppen (Anspruchsgruppen), die unser Handeln beeinflussen.

Eine Beschreibung unserer Vorgehensweise bei der Verfolgung der CSR-Ziele finden Sie in Kapitel 1.

Kapitel 1: Hinweise zum CSR-Bericht 2014 - Vorgehensweise bei der Verfolgung der CSR-Ziele



Unsere Einflussmöglichkeiten sind sehr abhängig von der jeweiligen Anspruchsgruppe.

Handlungsfelder	Anspruchsgruppen	Unsere Einflussmöglichkeiten
Organisationsführung	MitarbeiterInnen und KundInnen	Wir nehmen Einfluss durch Gespräche, unser eigenes Handeln und durch unsere Vorbildfunktion. Weiterbildung ist für alle zugänglich.
Menschenrechte	Gesamte Wertschöpfungskette	Unsere Einflussmöglichkeiten sind gering. Dennoch wollen wir als Vorbild agieren, unsere Kunden sensibilisieren und unseren Einfluss indirekt über unsere Tätigkeit in Innungsgremien und über kommunale Mitentscheider geltend machen.
Arbeitspraktiken	MitarbeiterInnen	In regelmäßigen Mitarbeitergesprächen und Betriebsversammlungen erörtern wir gemeinsam die betrieblichen Belange. Wir gestalten die Beschäftigungsverhältnisse und Arbeitsrahmenbedingungen bewusst und planen für spezifische Weiterbildungen Zeit und finanzielle Mittel ein.
Umwelt	Natürliche Umwelt / Ökosystem	Mit unserem bewussten Handeln können wir die negativen Auswirkungen unseres Unternehmens auf die natürliche Umwelt minimieren.
Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken	Lieferanten, KollegInnen, MitbewerberInnen	Betriebliche Fairness aufrecht zu erhalten, liegt im Verantwortungsbereich der Geschäftsleitung. Wir nehmen unsere Vorbildfunktion ernst und wollen mit gutem Beispiel aufzeigen, wie faires Wirtschaften möglich ist.
Konsumentenanliegen	KundInnen	Durch persönliche Gespräche und über verschiedene Medien pflegen wir die Beziehungen zu unseren KundInnen.
Einbindung und Entwicklung der Gesellschaft	Lokale Gemeinde (Vereine, Bildungs- einrichtungen, Behörden, Kirche)	Wir verstehen uns als Saarländer im besten Sinne: Wir sind in der Region verwurzelt und nehmen aktiv teil am Leben in der Gemeinde und in der Region.

05. Kernthemen und Dandlungsrelder

Ein Workshop zur Identifizierung der für uns zurzeit wesentlichen CSR-Kernthemen bildete die Basis für die systematische Analyse unserer CSR-Aktivitäten. Ein Kernthema ist für uns "wesentlich", wenn es einen entscheidenden Beitrag zur Kundenzufriedenheit und eine betriebswirtschaftliche Notwendigkeit darstellt. Diese Vorgehensweise ermöglicht uns, unser CSR-Engagement gleichzeitig umfassend zu betrachten als auch gezielt zu steuern. Außerdem stellen wir hierdurch sicher, dass unser CSR-Engagement immer ein Bestandteil unseres Kerngeschäftes ist.

Nach eingehender Diskussion und Betrachtung der Positionen der jeweiligen Anspruchsgruppen wurden für den Berichtszeitraum 2014 die folgenden drei Kernthemen sowohl aus der unternehmensinternen als auch -externen Perspektive als wesentlich erachtet und in der Bearbeitung an erster Stelle priorisiert (*Prio A*):

- Organisationsführung
- Arbeitspraktiken
- Konsumentenanliegen.

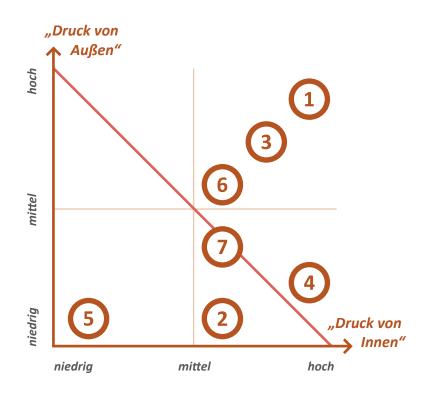
Dies spiegelt das aktuelle Anliegen wieder, unsere Organisations- und Kommunikationsprozesse an unser Unternehmenswachstum anzupassen und die Kundenzufriedenheit insbesondere durch Transparenz in Abläufen und angemessene Erreichbarkeit zu gewährleisten. Ergänzend zum CSR-Projekt haben wir ein Projekt zur Gestaltung unserer Organisations- und Arbeitsprozesse bearbeitet ("unternehmensWert Mensch"). Beide Projekte zusammen haben unsere Unternehmensentwicklung sehr gefördert.

Die Kernthemen "Menschenrechte", "Umwelt" und "Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft" haben in unserer unternehmensinternen Wahrnehmung ebenfalls einen hohen Stellenwert. Diese Themen werden jedoch von unseren Kunden nicht thematisiert und daher nur an zweiter Stelle priorisiert *(Prio B)*. In Zukunft wollen wir unsere Anspruchsgruppen verstärkt für diese Themen sensibilisieren, die uns selbst wichtig sind.

"Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken" sind bei uns bereits gelebte Praxis und stehen daher im Berichtszeitraum an dritter Stelle der Priorisierung (*Prio C*).

Wesentlichkeitsmatrix (Mai 2014)

- 1 Organisationsführung
- 2 Menschenrechte
- 3 Arbeitspraktiken
- 4 Umwelt
- 5 Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken
- 6 Konsumentenanliegen
- **7** Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft



- unbefristete Arbeitsverträge
- angemessene Sozialräume mit Duschen, Waschmaschine, Trockner
- Auszeichnung als familienfreundliches Unternehmen
- Teilnahme am Projekt "unternehmensWert Mensch"

einer Photovoltaikanlage

Stromerzeugung mit

- **Brauchwasser-Nutzung**
- Konsequente Mülltrennung
- Reduktion des Papierverbrauchs durch das Vermeiden von Ausdrucken und Kopien

Arbeitsplatz

Umwelt

Region / Gemeinwesen

- Teilnahme an Berufsinformationstagen an Schulen (über ALWIS)
- Einbindung des Turnvereins Hangard in den Tag der Offenen Tür (Ertrag aus dem Verkauf von Kuchen etc. bleibt beim Verein)
- Bereitstellung von Ausbildungsplätzen

Markt

- Hohe Qualität unserer Produkte und Leistungen
- Zusammenarbeit mit Handwerkern, Dienstleistern und Lieferanten aus der Region
- Um Kinderarbeit auszuschließen: kein Handel mit chinesischen / indischen (Billig-) Grabmalen

Innerhalb der Kernthemen haben wir die einzelnen Handlungsfelder auf ihre Relevanz für unser Unternehmen hin überprüft. Für jedes für uns relevante Handlungsfeld haben wir Maßnahmen formuliert. Diese haben wir ebenfalls priorisiert, hinsichtlich der Leichtigkeit der Durchführbarkeit und schließlich quartalsweise terminiert. Eine Statusanzeige gibt uns den Überblick, welche Maßnahmen wir angestoßen haben und nun fortlaufend umsetzen, welche in Bearbeitung, terminiert und abgeschlossen sind.

Die folgende Grafik zeigt eine Auswahl von Maßnahmen in den vier Kernhandlungsfeldern, die wir bereits verwirklicht haben.

In den folgenden Kapiteln (Kapitel 5.1 – 5.7) werden die Ergebnisse in den nach unserer Priorisierung aufgeführten Kernthemen, zusammenfassend dargestellt.

Tätigkeit in den vier Kernhandlungsfeldern

Priorisierung in 2014

"Wir führen unser Unternehmen auf Grundlage langfristig orientierter Entscheidungen. Nicht Gewinnmaximierung ist unser Ziel, sondern Stabilität und kontinuierliche Weiterentwicklung."



Das Foto wurde für unsere neue Internetseite aufgenommen.



Einbindung der Anspruchsgruppen

Deutlich geäußerte Erwartungen von KundInnen und MitarbeiterInnen, Einbindung aller Mitarbeiter durch regelmäßige Mitarbeitergesprächen und Betriebsversammlungen, persönliche Gespräche mit KundInnen



Einflussmöglichkeiten

Wir nehmen Einfluss durch unser eigenes Handeln und durch unsere Vorbildfunktion. Weiterbildung (fachlich und in Soft-Skills-Themen) ist für alle zugänglich.



Ziele

- Pflege der durch die Unternehmensleitung eingebrachten Werte
- Klare, transparente, zunehmend formalisierte Organisations- & Ablaufstrukturen

- Professioneller Handwerksbetrieb werden und bleiben
- Klare Erreichbarkeit und Zuständigkeitenfür unsere KundInnen



Nutzen

- Mitarbeiterbindung
- Kundenzufriedenheit
- Langfristige Lieferantenbeziehungen
- Zeitersparnis
- Sicherheit bei selten vorkommenden Abläufen
- Schnelle Einarbeitung neuer MitarbeiterInnen



Ausgewählte Maßnahmen

Erarbeitung formeller Strukturen und Dokumentation von Prozessen, Erstellung eines Mitarbeiterhandbuches, Erstellung eines Bürohandbuches, Erstellung von Leitfäden zur Einarbeitung von MitarbeiterInnen/Azubis/PraktikantInnen, Erstellung eines Ausbildungsplans

Fortschritt und Ausblick

In 2014 haben wir mit der Prozessdokumentation sowie der Prüfung, Überarbeitung und Ergänzung der vorhandenen Leitfäden begonnen und z.T. abschließen können. Der Entwicklungsprozess wird sich in 2015 fortsetzen. Als Kennzahl dienen uns Anzahl der Prozessbeschreibungen und eine geringe Fehlerrate in den Abläufen (z.B. bei der Zeiterfassung). Der Ausbildungsplan wird erstmalig in 01/2015 als Grundlage für die Lernstandskontrolle der Auszubildenden dienen.



Teilnahme am Projekt "unternehmensWert Mensch"



Viele Aufgaben können und müssen delegiert werden.

Priorisierung in 2014 Prio A

"Wir sind ehrlich und loyal. Deshalb sind unsere MitarbeiterInnen zum Teil schon über 25
Jahre im Unternehmen. Das Unternehmensmodell "Familienbetrieb" tradieren wir in eine moderne und zeitgemäße Form."



Die Zeichnung ist das Motiv für eine Postkarte, die MitarbeiterInnen bei längerer Erkrankung erhalten.



Einbindung der Anspruchsgruppen

Regelmäßige Mitarbeitergespräche und Betriebsversammlungen



Einflussmöglichkeiten

Unsere MitarbeiterInnen sind essentiell für die Existenzsicherung unseres Unternehmens. Wir verstehen daher die Firma als Gemeinschaftsprojekt und die Unternehmensleitung als eine Dienstleistung. Den MitarbeiterInnen ein auskömmliches und als sinnvoll empfundenes Arbeitsleben zu ermöglichen, empfinden wir selbst als sinnstiftende Aufgabe.

Hierzu tragen wir bei, indem wir Beschäftigungsverhältnisse und Arbeitsrahmenbedingungen bewusst gestalten sowie für spezifische Weiterbildungen Zeit und finanzielle Mittel einplanen und zur Verfügung stellen.



Ziele

- Angemessene Arbeitsverhältnisse schaffen, insbesondere unbefristete Arbeitsverträge
- Aus- und Weiterbildung fortführen und ausbauen
- Gesundheit und Sicherheit am
 Arbeitsplatz f\u00f6rdern und gew\u00e4hrleisten
- Soziale Kontakte in der Belegschaft pflegen und stärken



Nutzen

- Alters-Mix in der Belegschaft und somit Wissenstransfer sichern
- Innovationspotential steigern
- Mitarbeiterbindung / Fachkräftesicherung
- Unfallrisiko und somit Ausfallzeiten senken
- Moderate Umsatzsteigerung/
 Unternehmenswachstum gestalten



Ausgewählte Maßnahmen

Projekte: Teilnahme am Projekt "unternehmensWert Mensch", Re-Zertifizierung als "Familienfreundliches Unternehmen"

Arbeitsverträge: Vorrangig unbefristete Arbeitsverträge schließen, Anschlussverträge an Ausbildung sowie Ausbildung über den Bedarf hinaus weiterhin praktizieren, Transparenz der Lohn- und Gehaltsstrukturen schaffen

Arbeitszeiten: Zeitkonten einrichten, flexible Arbeitszeiten egmöglichen, Elternzeiten unterstützen, Kinderbetreuung finanziell unterstützen

sonst. Arbeitsbedingungen: Sozialräume einrichten/ausbauen; Arbeitsschutz und Gesundheit: Sicherheitsbeauftragen ausbilden, Umgang mit Gefahrenstoffen schulen, Sicherheitsausrüstung bereitstellen, Gesundheitskurse mit Partnern anbieten

Weiterbildung: Fach- und Managementschulungen fördern

MA-Kommunikation: Anordnungen und Beschlüssen dokumentieren und zugänglich machen, regelmäßige Teambesprechungen sowie Ziel- und Fördergespräche, Mitarbeiterzeitung weiterhin publizieren, Familien der Mitarbeiterlunen zu Betriebsfesten einladen



Fortschritt und Ausblick

Wir haben die Grundlagen für Maßnahmen bzgl. Arbeitsvertrag, Arbeitszeit, Mitarbeiter-kommunikation und Prozessdokumentation gelegt, so dass diese fortan regelmäßig und/oder bei Bedarf (z.B. Elternzeit) durchgeführt werden können.

Die Sozialräume wurden neu gestaltet. Die MitarbeiterInnen haben die Möglichkeit ihre Arbeitskleidung zu waschen. Diese Angebote wurden von den MitarbeiterInnen sehr gut angenommen. Für 2015 sind Weiterbildungsmaßnahmen und Maßnahmen der Arbeitssicherheit und Gesundheit konkret geplant.

Den Erfolg der arbeitsvertraglichen Regelungen und der Weiterbildungsangebote werden wir sowohl an den Teilnehmerzahlen als auch an den qualitativen Rückmeldungen, die wir in Jahresgesprächen und Kurs-Feedbackbögen erfassen, abmessen.





Zertifizierung als "Familienfreundliches Unternehmen"



"Unsere handwerkliche Arbeit definiert sich in hohem Maße über die Qualität."



Die Zeichnung ist das Motiv für einen Aufkleber, den wir für unsere Angebote und Rechnungen verwenden.



Einbindung der Anspruchsgruppen

Unsere KundInnen sind unser Kapital. Wir gehen individuell auf Kundenwünsche und -anforderungen ein. Dem Anspruch unserer KundInnen auf eine dauerhaft gute und langlebige Arbeit begegnen wir mit einer ehrlichen Aufklärung über die Vor- und Nachteile unserer Produkte und Verfahren.

Wir behalten uns vor, Anfragen abzulehnen, wenn sie einer fachgerechten Ausführung widersprechen.



Einflussmöglichkeiten

Durch persönliche Gespräche und über verschiedene Medien pflegen wir die Beziehungen zu unseren KundInnen.



Ziele

- Image als zuverlässiger
 Handwerksbetrieb stärken
- Transparenz über Preis-Leistungs-Verhältnis schaffen
- Unternehmensprozesse verbessern



Nutzen

- NeukundInnen gewinnen
- StammkundInnen binden
- Angemessenes Unternehmenswachstum erreichen
- Compliance (Einhaltung gesetzlicher Vorschriften)



Ausgewählte Maßnahmen

Nachhaltige Produkte und fachgerechte Ausführung von Steinmetzarbeiten, Workshop "Steinbearbeitung"



Fortschritt und Ausblick

Nachhaltiger Konsum ist für uns ein Bestandteil der Unternehmenspolitik. Daher legen wir seit jeher besonderen Wert auf die Herstellung qualitativ hochwertiger Produkte und die fachgerechte Ausführung unserer Steinmetzarbeiten. Mittels Workshop-Angeboten laden wir in unseren Betrieb ein vermitteln einen guten Eindruck von unserem Handwerk.

Für 2015 haben wir eine Vielzahl konkreter Maßnahmen geplant, die unsere Kundenbeziehungen weiter stärken sollen. Hierzu gehören die Erstellung einer Musterkalkulation, die systematische Erfassung von Kundenfeedback, die Einrichtung eines Beschwerdemanagement- und eines Empfehlungsmarketingsystems, die Dokumentation von Art/Umfang/ Verwendung von Kundendaten und die Erarbeitung und Verbreitung von Informationen für unsere Kunden.



Highlight

Tag der Offenen Tür im Mai 2014





", "Großes beginnt immer im Kleinen": Wir wollen unseren Beitrag leisten in der Umgebung, in der wir leben und arbeiten: in Hangard, in Neunkirchen, im Saarland."



Die Zeichnung zeigt Markus Glöckner bei einer Werkstattführung für eine Kindergarten Gruppe.



Einbindung der Anspruchsgruppen

Die Anspruchsgruppen in unserer Gemeinde sind sehr vielfältig. Dieser Vielfalt entsprechen wir mit engagiertem Netzwerken.



Einflussmöglichkeiten

Wir verstehen uns als Saarländer im besten Sinne: Verwurzelung in der Region, aktiver Teil verschiedenster Netzwerke, Ansprechpartner für Schulen, Kindergärten und andere Anspruchsgruppen in der Gemeinde. Über die Maßnahmen entscheidet die Unternehmensleitung, einige werden inzwischen aber auch von den MitarbeiterInnen vorgeschlagen oder initiiert.



Ziele

- Bekanntheitsgrad steigern
- Kooperationen aufbauen
- Beruf bewerben
- Unternehmen bewerben
- Regionale Geschäftsbeziehungen ausbauen



Nutzen

- Positives Image
- Kundenbindung
- Unterstützung in unterschiedlichen Bereichen erhalten
- Nachwuchs- und Fachkräftesicherung
- Leichterer Zugang zu Weiterbildung
- Kurze Wege und persönliche AnsprechpartnerInnen



Ausgewählte Maßnahmen

Mitgliedschaft und Mitarbeit in lokalen Vereinen und Kirche, Teilnahme an der AG "Neunkircher Messe", Leitung des Prüfungsausschusses für Steinmetzgesellen, Vorstandsarbeit "Unternehmerfrauen im Handwerk", Kundenworkshops, Betriebsführungen, Bereitstellung von Praktikumsund Ausbildungs- und Arbeitsplätzen, Unterstützung Studierenden bei Abschlussarbeiten, Teilnahme an Berufsinformationstagen, bevorzugte Beauftragung von lokalen Unternehmen, Zeit-, Sach- und Geldspenden, Sponsoring



Fortschritt und Ausblick

Die Teilnahme und die Mitarbeit in den sehr unterschiedlichen Gruppen unserer Gemeinde sind über lange Jahre gewachsen. In 2015 wollen wir das Engagement in unserem Netzwerk fortsetzen. Wir planen die Zusammenarbeit mit Schulen und Kindergärten zu verstetigen und die wechselseitige Kommunikation noch zu verbessern. Wir wollen gezielt mit ausgewählten saarländischen Initiativen (z.B. anschluss direkt) zusammenarbeiten. Wir wollen die Durchführung bestimmter Maßnahmen an unsere MitarbeiterInnen und Auszubildenden übertragen und somit gleichzeitig die eigenverantwortliche Projektarbeit und das Selbstbewusstsein fördern.



Highlight

Offizielle Einweihung der neuen Werkstatthalle, der 5-Achs-Säge und der neuen Sozialräume mit Vertretern des Saarländischen Wirtschaftsministeriums und der regionalen Politik



Der Beigeordnete der Stadt Neunkirchen, Sören Meng, und der Geschäftsführer der WFG des Landkreises Neunkirchen, Klaus Häusler, zusammen mit Markus Glöckner



"Wir tragen Verantwortung für unser Tun."



Die Abbildung zeigt das Logo der branchenübergreifenden Initiative "Handwerk mit Verantwortung", der wir beigetreten sind.



Einbindung der Anspruchsgruppen

Unsere Anspruchsgruppen für das Kernthema "Menschenrechte" stehen entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Lieferanten, Branche/Innung, lokale Gemeinde, Mitarbeiter, Kunden. In zahlreichen persönlichen Gesprächen werben wir beharrlich für das Thema "Menschenrechte im Steinmetzberuf".



Einflussmöglichkeiten

Die Ablehnung von Kinderarbeit in unserer Lieferkette ist uns als Inhaber ein persönliches Anliegen, welches von den MitarbeiterInnen sehr geschätzt wird. Wir wollen in diesem Kernthema als Vorbild agieren.

Das Bewusstsein für diese Thematik ist jedoch bei unseren Kundlnnen relativ gering. Zudem ist die Rechtslage hierzu in Deutschland derzeit unklar, eine Klärung ist zeitlich nicht absehbar. Unsere Einflussmöglichkeiten sind daher gering bzw. wir können Einfluss nur indirekt über unsere Tätigkeit in Innungsgremien und über kommunale Mitentscheider geltend machen.

Gleichberechtigung und Anti-Diskriminierung im Innenverhältnis haben wir in unserer Personalpolitik verankert.



Ziele

- Ethisch einwandfreie Produkte anbieten
- Vorreiter in der Branche sein
- Image weiter aufbauen
- Preistransparenz schaffen



Nutzei

- Ehrbare Handwerker sein (gutes Gewissen)
- Kundengewinnung und Kundenbindung
- Handlungssicherheit –
 im Unternehmen und
 in der Branche mitgestalten



Ausgewählte Maßnahmen

Geschlechter-gerechte Sprache, gezielte Lieferantenauswahl insbesondere Grabsteine aus zertifizierter bzw. deutscher/europäischer Fertigung, Bewusstsein für Kinderarbeit und daraus folgende Preisunterschiede bei ausländischer Grabsteinherstellung schaffen, Beteiligungen an beschaffungsethischen Diskussionen und Regelungen der Branche/Innung



Fortschritt und Ausblick

In der CSR-Analyse 2014 haben wir die Handlungsfelder "Gebührende Sorgfalt" und "Mittäterschaft vermeiden" (HF1, HF3) als wesentlich identifiziert. Wir tragen dem fortan in unserer Kommunikation Rechnung, indem wir diesen Themen einen festen Platz in unseren Medien einräumen und einen angemessenen – nicht diskriminierenden – Sprachstil wählen.

Für 2015 haben wir weitere Kommunikationsmaßnahmen geplant. Der Erfolg hängt entscheidend von dem Umgang mit den sensiblen Themen (Tod + Kinderarbeit) sowie von der Zusammenarbeit in der Branche/Innung ab. Als Erfolgsindikator wollen wir sowohl die Anzahl als auch die Inhalte der Reaktionen auf unsere Kommunikationsmaßnahmen werten.

Bei der Mitarbeiterauswahl nicht zu diskriminieren und Integration aktiv mitzugestalten ist für uns eine Selbstverständlichkeit.



Highlight

Die saarländische Landesinnung hatte geplant, sich 2014 unter dem Aspekt "Natursteine ohne ausbeuterische Kinderarbeit" zertifizieren zu lassen. Dies wurde zu unserem großen Bedauern nicht umgesetzt.



Ein von uns selbst produziertes Grabmal: Garantiert ohne Kinderarbeit hergestellt.



"Der Schutz der Umwelt ist für uns selbstverständlich."



Die Zeichnung wird einen geplanten Blog-Beitrag zum Thema "Was hat Kaffee kochen mit Nachhaltigkeit zu tun?" illustrieren.



Einbindung der Anspruchsgruppen

Unser Unternehmensstandort liegt im ländlich geprägten Raum. Die natürliche Umwelt ist somit für uns Lebens-, Arbeits- und Erholungsraum, den wir entsprechen schätzen und schützen.



Einflussmöglichkeiten

Mit unserem bewussten Handeln können wir den Einfluss unseres Unternehmens auf die natürliche Umwelt minimieren.



Ziele

- Aufbau eines Umweltmanagementsystems, inkl. Compliance Dokumentation
- Durchführung von Maßnahmen, die über gesetzliche Vorschriften hinaus gehen



Nutzen

- Qualitätssicherung
- Handlungssicherheit
- Kostenersparnis
 (z.B. Energie, Wasser, Material)
- Risikominimierung
- Compliance (Vorsorge bzgl. zukünftig zu erwartender gesetzlicher Regelungen)
- Ehrbarer Handwerker (gutes Gewissen)



Ausgewählte Maßnahmen

Prozessanalyse (z.B. Giftstoffentsorgung) und Ableitung von konkreten schriftlichen Arbeitsanweisungen und Verhaltensregeln, Einsparungen und gezielte Auswahl von Büromaterial, Vermeidung von Papierausdrucken, Verwendung von Fehldrucken, Bevorzugung von elektronischer Kommunikation im Schriftverkehr, Sensibilisierung der Mitarbeiter/Vorbehalte abbauen, Mülltrennung in allen Unternehmens-

bereichen, Nutzung von Brauchwasser, Investition in gasbetriebenen Gabelstapler und in eine Photovoltaik-Anlage, Bodenflächen befestigen (anstatt versiegeln), Energieverbrauchende Geräte nach Feierabend konsequent ausschalten



Bis zum Jahr 2014 konnten wir bereits viele Arbeitsprozesse etablieren und Investitionen in energie- und wassersparende Anlagen tätigen. In 2015 werden wir unsere Beschaffung weiter auf umweltfreundliche und energiesparende Materialien und Gegenstände ausrichten und die Mülltrennung in alle Unternehmensbereiche ausweiten.

Das geplante Umweltmanagementsystem soll uns Handlungssicherheit geben indem die umweltrelevanten Prozesse und Verantwortlichkeiten sowie Erfolgskennzahlen und Zeiträume für die Selbstevaluation festgelegt werden.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor hierbei ist, dass alle MitarbeiterInnen unser gemeinsames Umweltengagement mittragen. Hierzu werden wir in unseren regelmäßigen Mitarbeitergesprächen diskutieren sowie Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge einfordern.



Highlight

Beim Tag der offenen Tür im Mai 2014 konnte vollständig auf die Verwendung von Einweggeschirr verzichtet werden.



Blick aus unserem Bürofenster: Die schützenswerte Umwelt haben wir jeden Tag vor Augen.

Priorisierung in 2014 Prio C

"Wir beugen bewusst korruptionsfördernden Praktiken vor. Wir engagieren uns für Fairness und Kooperation."



Auf dem Foto sieht man drei Steinmetzkollegen bei der Werkstattbesichtigung anlässlich des Tags der Offenen Tür im Mai 2015.



Einbindung der Anspruchsgruppen

Wir pflegen einen offenen und wertschätzenden Austausch mit unseren Lieferanten, Kolleginnen und Mitbewerberinnen.



Einflussmöglichkeiten

Betriebliche Fairness aufrecht zu erhalten, liegt im Verantwortungsbereich der Geschäftsleitung. Wir nehmen unsere Vorbildfunktion ernst und wollen mit gutem Beispiel aufzeigen, wie faires Wirtschaften möglich ist. Wir pflegen, wenn möglich, persönliche Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten und gehen Kooperationen mit Mitbewerbern ein.

Obwohl sprichwörtlich "kleine Geschenke die Freundschaft erhalten" nehmen wir hiervon im unserer Betriebspraxis bewusst Abstand.



Ziele

- Gute, nachhaltige Lieferantenbeziehungen aufbauen
- Gutes Wirtschaften leben
- Kooperationen initiieren
- Korruption auch im Kleinen vermeiden



Nutzen

- Image stärken und ausbauen
- Verlässliche und effiziente Materialbeschaffung (langfristig, ohne Kinderarbeit, faire Preise, kurze Transportwege)
- Ehrbarer Kaufmann (gutes Gewissen)



Ausgewählte Maßnahmen

Bewusster Verzicht auf Geschenke an Entscheidungsträger (z.B. Auftraggeber, Architekten, Behörden), Weitergabe von Aufträgen oder Kooperationen mit Mitbewerbern bei Betriebsauslastung oder zur Realisierung spezialisierter Dienstleistungen, Bevorzugung von Produkten aus deutscher Fertigung, fairer Preisverhandlung, freundlicher Empfang und wertschätzender Umgangston



Wir sind "Überzeugungstäter". Die genannten Maßnahmen gehören zu unserer laufenden Betriebspraxis.

In 2015 wollen wir erreichen, dass wir 80% unserer Rechnungen mit Skontoabzug bezahlen. Dies trägt zu verlässlichen Lieferantenbeziehungen bei und spart uns "bares Geld" – mit dem wir gute Investitionen tätigen können.



Highlight

Zusammenarbeit mit dem sächsischen Steinmetzbetrieb Tobias Neubert an mehreren Restaurierungsobjekten



Motiv einer Postkarte für die interne Kommunikation

Das haben wir erreicht (2014)



Organisationsführung

In 2014 haben wir mit der Prozessdokumentation sowie der Prüfung, Überarbeitung und Ergänzung der vorhandenen Leitfäden begonnen und z.T. abschließen können.

Menschenrechte

In der CSR-Analyse 2014 haben wir die Handlungsfelder "Gebührende Sorgfalt" und "Mittäterschaft vermeiden" (HF1, HF3) als wesentlich identifiziert. Wird tragen dem fortan in unserer Kommunikation Rechnung, indem wir diesen Themen einen festen Platz in unseren Medien einräumen und einen angemessenen – nicht diskriminierenden – Sprachstil wählen.

Bei der Mitarbeiterauswahl nicht zu diskriminieren und Integration aktiv mitzugestalten ist für uns eine Selbstverständlichkeit.

Das wollen wir erreichen (2015+)

Der Entwicklungsprozess wird sich fortsetzen. Als Kennzahl dienen uns Anzahl der Prozessbeschreibungen und eine geringe Fehlerrate in den Abläufen (z.B. bei der Zeiterfassung). Der Ausbildungsplan wird erstmalig in 01/2015 als Grundlage für die Lernstandskontrolle der Auszubildenden dienen.

Für 2015 haben wir weitere Kommunikationsmaßnahmen geplant. Der Erfolg hängt entscheidend von dem Umgang mit den sensiblen Themen (Tod+Kinderarbeit) sowie von der Zusammenarbeit in der Branche/Innung ab.

Als Erfolgsindikator wollen wir sowohl die Anzahl als auch die Inhalte der Reaktionen auf unsere Kommunikationsmaßnahmen werten.

Arbeitspraktiken

Wir haben die Grundlagen für Maßnahmen bzgl. Arbeitsvertrag, Arbeitszeit, Mitarbeiterkommunikation und Prozessdokumentation gelegt, so dass diese fortan regelmäßig und/oder bei Bedarf (z.B. Elternzeit) durchgeführt werden können.

Die Sozialräume wurden neu gestaltet. Die MitarbeiterInnen haben die Möglichkeit ihre Arbeitskleidung zu waschen. Diese Angebote werden von den MitarbeiterInnen sehr gut angenommen.

Umwelt

Bis zum Jahr 2014 konnten wir bereits viele Arbeitsprozesse etablieren und Investitionen in energie- und wassersparende Anlagen tätigen.

Das haben wir erreicht (2014)



Für 2015/2016 sind Weiterbildungsmaßnahmen und Maßnahmen der Arbeitssicherheit und Gesundheit konkret geplant. Den Erfolg der arbeitsvertraglichen Regelungen und der Weiterbildungsangebote werden wir sowohl an den Teilnehmerzahlen als auch an den qualitativen Rückmeldungen, die wir in Jahresgesprächen und Kurs-Feedbackbögen erfassen, abmessen.

In 2015/2016 werden wir unsere Beschaffung weiter auf umweltfreundliche und energiesparende Materialien und Gegenstände ausrichten und die Mülltrennung in alle Unternehmensbereiche ausweiten. Das geplante Umweltmanagementsystem soll uns Handlungssicherheit geben indem die umweltrelevanten Prozesse und Verantwortlichkeiten sowie Erfolgskennzahlen und Zeiträume für die Selbstevaluation festgelegt werden. Ein wichtiger Erfolgsfaktor hierbei ist, dass alle MitarbeiterInnen unser gemeinsames Umweltengagement mittragen. Hierzu werden wir in unseren regelmäßigen Mitarbeitergesprächen diskutieren sowie Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge einfordern.

Das wollen wir erreichen (2015+) Das haben wir erreicht (2014)



Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken

Wir sind "Überzeugungstäter". Bewusster Verzicht auf Geschenke an Entscheidungsträger (z.B. Auftraggeber, Architekten, Behörden), Weitergabe von Aufträgen oder Kooperationen mit Mitbewerbern bei Betriebsauslastung oder zur Realisierung spezialisierter Dienstleistungen, Bevorzugung von Produkten aus deutscher Fertigung, fairer Preisverhandlung, freundlicher Empfang und wertschätzender Umgangstongehören zu unserer laufenden Betriebspraxis.

Konsumentenanliegen

Nachhaltiger Konsum ist für uns ein Bestandteil der Unternehmenspolitik. Daher legen wir seit jeher besonderen Wert auf die Herstellung qualitativ hochwertiger Produkte und die fachgerechte Ausführung unserer Steinmetzarbeiten. Mittels Workshop-Angeboten laden wir in unseren Betrieb ein und vermitteln einen guten Eindruck von unserem Handwerk.

Das wollen wir erreichen (2015+)

In 2015 wollen wir erreichen, dass wir 80% unserer Rechnungen mit Skontoabzug bezahlen. Dies trägt zu verlässlichen Lieferantenbeziehungen bei und spart uns "bares Geld" – mit dem wir gute Investitionen tätigen können.

Für 2015 haben wir eine Vielzahl konkreter Maßnahmen geplant, die unsere Kundenbeziehungen weiter stärken sollen. Hierzu gehören die Erstellung einer Musterkalkulation, die systematische Erfassung von Kundenfeedback, die Einrichtung eines Beschwerdemanagement- und eines Empfehlungsmarketingsystems, die Dokumentation von Art/Umfang/Verwendung von Kundendaten und die Erarbeitung und Verbreitung von Informationen für unsere Kunden.

Einbindung und Entwicklung der Gesellschaft

Die Teilnahme und die Mitarbeit in den sehr unterschiedlichen Gruppen unserer Gemeinde sind über lange Jahre gewachsen.

Das haben wir erreicht (2014)



In 2015/2016 wollen wir das Engagement in unserem Netzwerk fortsetzen. Wir planen die Zusammenarbeit mit Schulen und Kindergärten zu verstetigen und die wechselseitige Kommunikation noch zu verbessern. Wir wollen gezielt mit ausgewählten saarländischen Initiativen (z.B. anschluss direkt) zusammenarbeiten.

Wir wollen die Durchführung bestimmter Maßnahmen an unsere Mitarbeiter und Auszubildenden übertrage und somit gleichzeitig die eigenverantwortliche Projektarbeit und das Selbstbewusstsein fördern.

Das wollen wir erreichen (2015+)



7. Unsere Werze

Wir führen unser Unternehmen auf Grundlage langfristig orientierter Entscheidungen.

Nicht Gewinnmaximierung ist unser Ziel, sondern Stabilität und kontinuierliche Weiterentwicklung. Wir sind ehrlich und loyal. Deshalb sind unsere MitarbeiterInnen zum Teil schon über 25 Jahre im Unternehmen.

Das Unternehmensmodell "Familienbetrieb" tradieren wir in eine moderne und zeitgemäße Form.









Wir tragen Verantwortung für unser Tun. Der Schutz der Umwelt ist für uns selbstverständlich. Wir beugen bewusst korruptionsfördernden Praktiken vor. Wir engagieren uns für Fairness und Kooperation. "Großes beginnt immer im Kleinen": Wir wollen unseren Beitrag leisten in der Umgebung, in der wir leben und arbeiten: in Hangard, in Neunkirchen, im Saarland.







Unsere handwerkliche Arbeit definiert sich in hohem Maße über die Qualität.



Markus Glöckner Natursteine

Schachenweg 11 66540 Neunkirchen Hangard

Telefon: 06821 - 52580

Telefax: 06821 - 58047

Internet: www.natursteine-gloeckner.de E-Mail: info@natursteine-gloeckner.de

