



NACH
HALTIG
KEITS
BERICHT

brunner ::



Vorwort

Das kontinuierliche Streben nach einem verantwortungsvollen Handeln und einem steigenden Wissen über unseren Einfluss auf die Umwelt sind für uns essenzielle Eigenschaften, um weiterhin zukunftsfähig zu bleiben.

Die Welt von heute ist geprägt von der Covid-19-Pandemie, Krieg und Klimaveränderungen und es wird klar, wie wichtig die Krisenfestigkeit und Zukunftssicherheit unserer Systeme und unserer Wirtschaft sind. Maßnahmen und Strukturen, die zu einem nachhaltigeren Leben führen, sind jetzt von oberster Priorität. Die Gesellschaft und die natürliche Umwelt brauchen dringend die Unterstützung aller, um weiterhin bestehen zu können und sich in Zukunft zum Besseren zu wandeln. Wir denken daher zirkulär. Bei der Entwicklung unserer

Produkte legen wir Wert auf Kreislauffähigkeit und betrachten jeden Abschnitt, den Material und Objektmöbel durchlaufen. Eine zuverlässige Lieferkette und höchste Qualitätsansprüche sind dabei wesentliche Aspekte zur Optimierung der einzelnen Lebenszyklusphasen. Die jährliche Berechnung des Corporate Carbon Footprints bildet zusätzlich die Grundlage für die Identifikation von Initiativen, die unseren CO₂-Fußabdruck in der Produktion langfristig senken.

Nachhaltigkeit greifbar und sichtbar zu machen bedeutet über ökologische, soziale und ökonomische Tätigkeiten und Vorsätze zu berichten und damit die Transparenz in allen drei Bereichen zu fördern. Bei Brunner haben nachhaltige Werte in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Klima-, gesundheits-, und sicherheitsbezogene Ziele sind nun integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und werden mit noch schärferem Fokus verfolgt. Mit der Bildung eines integrierten Nachhaltigkeitsmanagements können wir uns zukünftig bewusster auf umweltrelevante Themen konzentrieren und möchten diese sowohl nach innen als auch nach außen zunehmend implementieren und kommunizieren, um somit gemeinsam mit unseren Stakeholdern an einer Zukunft zu arbeiten, auf die wir uns alle freuen können.

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht möchten wir einen Einblick in unser Unternehmen, unsere Ansprüche und unsere Bestrebungen ermöglichen und wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und vielleicht die ein oder andere neue Erkenntnis über Brunner.


 Dr. Marc Brunner


 Philip Brunner

Über uns

SEITE 05
Unsere Geschichte

SEITE 06
Unsere Meilensteine

SEITE 07
Unsere Werte

SEITE 08
Globale Präsenz

SEITE 09
Wirtschaftlicher Fortschritt

SEITE 12
Umweltbewusstsein

SEITE 14
Menschen & Verantwortung

Nachhaltig handeln

SEITE 18
Achtsame Ressourcennutzung
Entwicklung & Design 18

SEITE 19
Strategische Partnerschaften
Interview:
nomad mit Steffen Kehrlé und Dr. Marc Brunner 19
Lieferanten & Beschaffung 22
Händler
Architekten 23

SEITE 24
Effiziente Produktion
Corporate Carbon Footprint 24
Herstellungsprozesse 25
Qualität „Hand-made in Germany“ 26
Abfallmanagement 27

SEITE 28
Material & Gesundheit
Hochwertige Basis 28
Gesunde Möbel 30

SEITE 31
Transparenz & Wissen
Produktinformationen 31
Brunner Academy 32
Brunner Future Works 33

Anlagen

SEITE 34
GRI-Index

SEITE 52
Mitgliedschaften

SEITE 53
Kontakt

Inhalt



KAPITEL 01

Über uns



Unsere Geschichte



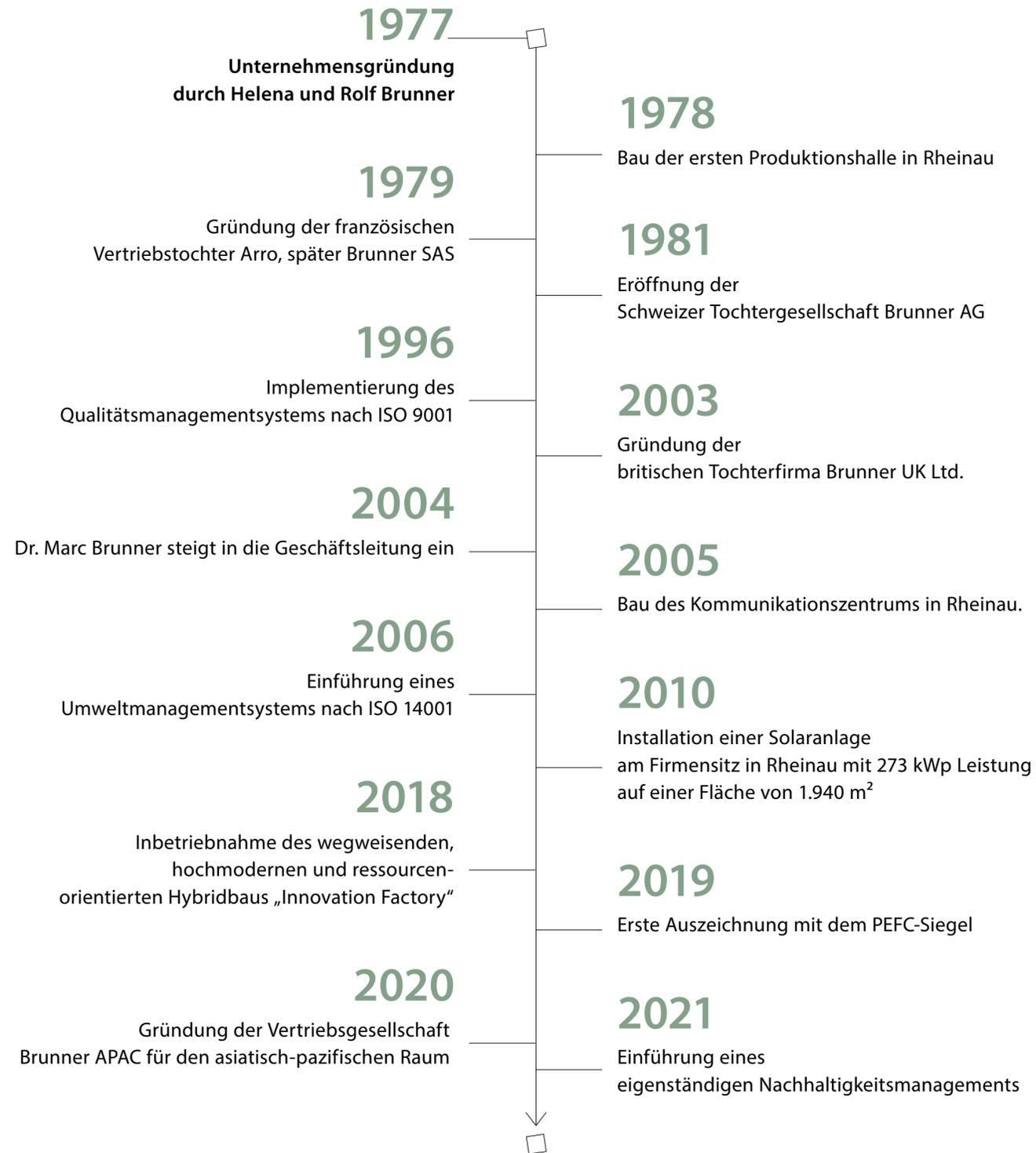
1977:

Mit einem gebrauchten VW-Bulli machten sich Rolf und Helena Brunner auf den Weg, den Auftrag eines Kunden zu realisieren, der vom damaligen Arbeitgeber als „unmöglich“ bezeichnet wurde. Gleichzeitig kam auch der Gedanke auf, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Heute, über 40 Jahre später, heißt es noch immer: Unsere nächste Innovation könnte alles Mögliche sein – nur nicht unmöglich.

Seit 45 Jahren

leitet die Familie Brunner das Unternehmen ergebnisorientiert und entscheidungsfreudig im Einklang mit höchsten ethischen Standards. Ihr Handeln wird geprägt vom Bewusstsein für die große unternehmerische Verantwortung gegenüber der Region, den Partnern und Kunden, den Mitarbeitern und Lieferanten – mittlerweile in zweiter Generation: Seit 2004 ist Dr. Marc Brunner neben Helena und Rolf Brunner in der Geschäftsleitung, seit 2010 sind Tina Lüdemann (geb. Brunner) und Philip Brunner im Vertrieb tätig. So ist schon heute sichergestellt, dass auch zukünftig die Werte des Unternehmens erhalten bleiben.

Unsere Meilensteine



Unsere Werte

DNA

Wir stehen für Objektmöbel von hoher ästhetischer und funktionaler Qualität.

Bei der Produktion vereinen wir moderne und traditionelle Fertigungsmethoden, um stets das beste Ergebnis zu erzielen. Zusammen mit namhaften Designern erschaffen wir sinnhafte Möbel von höchster Güte.

Unsere badischen Wurzeln äußern sich in unserer bodenständigen Arbeitsweise und der Wertschätzung für die schönen Dinge des Lebens. Unsere Produkte sind „made in Germany“ und profitieren von der Nähe zu Industriekultur und Fertigungswissen – dank unseres Firmensitzes im Herzen Europas.

Als Familienunternehmen stehen wir unseren Kunden als zuverlässiger und agiler Partner zur Seite. Uns treibt die Leidenschaft an, ihren Anliegen gerecht zu werden, und der stete Wille, alles für sie zu ermöglichen. Dabei haben wir die Zukunft stets fest im Blick – und sind uns unserer Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt bewusst.

MISSION

Zuerst kommt der Mensch – mit seinen Bedürfnissen, mit seinen Wünschen. Passend dazu entwerfen wir die Möbel.

Wir verstehen uns als Partner, Berater und Lösungsanbieter. Die Problemstellung unserer Kunden ist stets der Ausgangspunkt für unseren Arbeitsprozess. Mit einem tiefen Verständnis für die vielfältigen Anliegen aller Akteure entwickeln wir maßgeschneiderte Möbel, die zur Verbesserung der Lebensqualität in Büros, öffentlichen Räumen und Gesundheitseinrichtungen beitragen.

Unsere Produktpalette ist von Haus aus so facettenreich wie die Anforderungen, die sie bedient. Manche Herausforderung benötigt jedoch eine individuellere Antwort.

Wir erarbeiten sie: In enger Abstimmung mit unseren Kunden, der Brunner-Entwicklungsabteilung und unseren Designern entstehen passgenaue Möbel, die alle Mitwirkenden zufriedenstellen.

Unsere Möbel stiften Identität für Institutionen, bieten ihren Nutzern ideale Voraussetzungen für einen ergonomischen Tagesablauf und schaffen eine inspirierende Atmosphäre für Kommunikation, Konzentration, Kooperation – oder auch Regeneration.

ANSPRUCH

Wir denken Möbel neu.

Unsere Möbel sollen Grenzen verschieben und neu definieren – dafür arbeiten wir unvergleichbar und manchmal auch unkonventionell.

Wir bleiben neugierig, mutig und unermüdlich. Mit wachem Erfindergeist schauen wir nach vorne – und suchen die nächste Herausforderung. Das Unbekannte begreifen wir als Chance für Innovation und Fortschritt. Komplexe Aufgabenstellungen spornen uns an – so experimentieren wir unbeirrt von Rückschlägen, aus denen wir wertvolle Erkenntnisse ziehen auf dem Weg zum Ziel. Dabei stellen wir uns nicht nur der Kritik – wir suchen diese ganz bewusst: Nur wenn wir alle Beteiligten an einen Tisch bringen und ihre Beweggründe verstehen, können wir unsere Vorgehensweisen verbessern, Schnittstellen schaffen und alle Anforderungen an uns erfüllen. So arbeiten wir kontinuierlich an neuen Maßstäben für die Objektmöbelbranche.



GLOBALE PRÄSENZ

Rund um den Globus zu Haus

BRUNNER GROUP

DEUTSCHLAND

RHEINAU-FREISTETT (HAUPTSITZ)

- BERLIN
- MÜNCHEN
- FRANKFURT A. MAIN
- STUTT GART
- HANNOVER

SCHWEIZ

- SCHÖNBÜHL
- WINTERTHUR
- BUSSIGNY

FRANKREICH

- PARIS
- LYON
- NANTES
- STRASSBURG

ENGLAND

- LONDON

ASIEN

- SINGAPUR
- HONGKONG

VERTRIEBS- PARTNER

- NORWEGEN
- SCHWEDEN
- DÄNEMARK
- FINNLAND
- NIEDERLANDE
- BELGIEN
- LUXEMBURG
- ÖSTERREICH
- POLEN
- TSCHECHIEN
- SLOWAKEI
- SLOWENIEN
- UNGARN
- SPANIEN
- AMERIKA
- AUSTRALIEN
- NEUSEELAND
- CHINA
- INDIEN
- RUSSLAND
- VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE
- KATAR
- KUWAIT
- SAUDI ARABIEN
- OMAN





45 Jahre
Erfahrung



10+
Designer



Verkauf
in **120+** Länder



500+
Mitarbeiter

80+
Serien



115 Mio. €
Umsatz



WIRTSCHAFTLICHER FORTSCHRITT

**Auf
einen Blick**

WIRTSCHAFTLICHER FORTSCHRITT

Digitale Transformation

Die Investition in die Optimierung aller Prozesse ist für uns ein wesentlicher Bestandteil in der Weiterentwicklung des Unternehmens. SAP als umfängliches und stetig weiterentwickeltes ERP-System dient uns hierbei als Rückgrat.

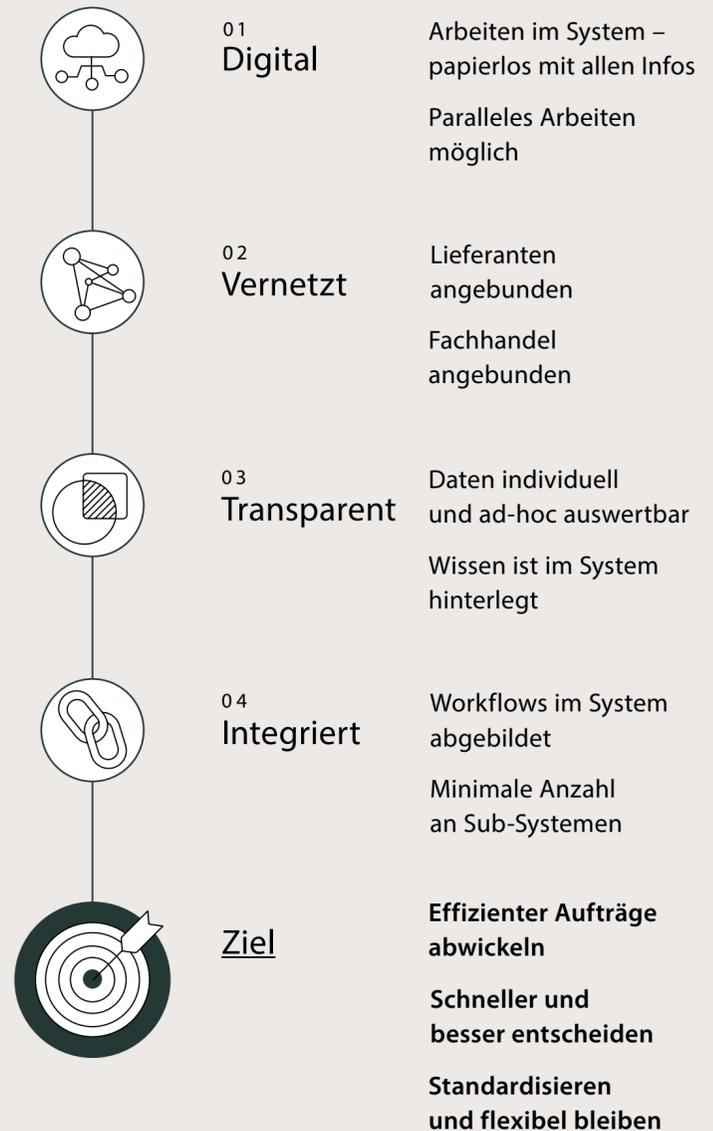
Seit 2021 arbeiten wir mit einem 20-köpfigen Projektteam an der Neuausrichtung der Prozesse und der Einstellung der SAP-Parameter. 2023 wird der Go-live die Basis für die Digitalisierung der Prozesse schaffen. Der Informationsaustausch erfolgt ab diesem Zeitpunkt über den vernetzten Aufbau des Systems. Das wird den Papierverbrauch signifikant reduzieren sowie die Reaktionsschnelle und Effizienz von Lieferketten maßgeblich steigern.

Das System wird die digitale Auftragsübernahme von unseren Fachhandelspartnern bis hin zur EDI-Anbindung wichtiger Lieferanten leisten. Dadurch können Entscheidungen mit Hilfe von Echtzeitdaten sowohl taktisch als auch strategisch schneller und vor allen Dingen fundierter getroffen werden. Daten sowie ergänzende Anlagen wie Fotos, Dokumente, Schriftverkehr etc. sind dann jederzeit digital in unserem angebundenen Dokumenten-Management-System verfügbar. In der Folge gehören eine aufwendige Papierarchivierung sowie Suchzeiten nach den richtigen Unterlagen der Vergangenheit an.

Geschwindigkeit spielt im wirtschaftlichen Alltag eine große Rolle: Lieferzeiten, interne Durchlaufzeiten, Reaktivität in der Supply Chain ... All das gilt es, im Sinne einer operativen Exzellenz zu optimieren. Das Ziel ist die bestmögliche, kundenorientierte Auftragsabwicklung.

ZIEL

Digitales, vernetztes, transparentes und integriertes Arbeiten



WIRTSCHAFTLICHER FORTSCHRITT

Infrastruktur und Entwicklung



Ende 2018 wurde die neue Brunner Innovation Factory eröffnet. Unter seinem nachhaltigen Dachtragwerk aus Holzbauteilen mit hervorragenden energetischen Eigenschaften vereint das visionäre Hybridgebäude die Entwicklungsabteilung inklusive hochmoderner Prototypen-Werkstatt, Montage- und Versandbereiche, Büro- und Kommunikationsflächen sowie das Betriebsrestaurant.

Glaswände minimieren Sichtbarrieren, bringen Mitarbeiter und Partner in Kontakt und gewähren informative Einblicke in das Unternehmen. Während die Südost-Fassade im Bereich der Montage erdgeschosshoch verglast ist, beeindruckt die Nordwest-Fassade mit einer vollflächigen Verglasung, die von außen wie ein imposantes Schaufenster wirkt. Sie zeigt Brunner-Produkte in unterschiedlichen Bereichen im Einsatz und sorgt für viel Tageslicht im Inneren des Gebäudes.

Gleichzeitig erlaubt sie den Blick auf den zentralen Platz des Campus: Das umsichtig gestaltete Außengelände verbindet die Innovation Factory mit dem modernen Kommunikationszentrum und dem etablierten Verwaltungsgebäude. Entlang großer Grünflächen und einer Teichanlage laden zahlreiche Sitzgelegenheiten zu Regeneration und Perspektivwechsel ein.

» Die Architektur erlaubt uns die umliegende Natur mit einzubeziehen und einen wesentlichen Einfluss auf das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu haben.«

Dr. Marc Brunner

Umweltbewusstsein

Es ist unumstritten, dass der menschliche Einfluss als ausschlaggebender Faktor beim Klimawandel gilt und maßgeblich zur Erwärmung der Atmosphäre, Ozeane und Landflächen beiträgt.

Laut dem ersten Bericht des IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) von 2022 müssen nun schnellstmöglich drastische Maßnahmen ergriffen werden, um eine Begrenzung der weltweiten Erwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu ermöglichen.

Wir tun hierfür unser Mögliches und arbeiten kontinuierlich an einer Verbesserung zugunsten des ökologischen Gleichgewichts. Wir verstehen unter Umweltbewusstsein jedoch noch mehr: Für uns bedeutet es, sich seiner Gesellschaft, seiner Mitmenschen, seines wirtschaftlichen Einflusses bewusst zu sein und Verantwortung zu übernehmen.

Daher haben wir für uns drei Säulen der Nachhaltigkeit definiert: Ökologie, Ökonomie und Soziales. Unser erklärtes Ziel ist es, die Situation immer in mindestens zwei der drei Säulen zu begünstigen und keine zu verschlechtern.



Key Facts

- Familienunternehmen mit dem Verantwortungsbewusstsein für folgende Generationen
- Produktion ausschließlich in Deutschland
- Fokus auf lokaler Lieferkette
- Umweltmanagement zertifiziert nach ISO 14001 für umwelt- und ressourcenschonende Prozesse und Materialien
- Qualitätsmanagement zertifiziert nach ISO 9001 für nachweislich optimierte und effiziente Arbeitsprozesse
- Kontinuierliche Investition in neue, umweltförderlichere Technologien
- Langlebige Produktqualität von mindestens 15 Jahren
- 5-10 Jahre Nachliefergarantie von Einzelteilen für eine einfache Wartung und Reparatur
- Einsatz kreislauffähiger Materialien
- Routenoptimierte Auslieferung mit eigenem Fuhrpark

Umweltbewusstsein

Einbindung des Nachhaltigkeitsmanagements

Brunner verpflichtet sich, ökologische, soziale und ökonomische Ziele im Rahmen der Möglichkeiten sowie branchenbezogen zu bestimmen und den Fortschritt im Verlauf zu erfassen. Hierfür verstärkt seit 2021 ein Nachhaltigkeitsmanager unser Team. Das ermöglicht uns eine Neuausrichtung der Unternehmensstrategie mit einer stärkeren Gewichtung auf umweltrelevante Aspekte. Erwünschte Ergebnisse werden fokussierter definiert, langfristig konstant verfolgt und umgesetzt. Bei der Strategieformulierung und der Bestimmung der Inhalte spricht sich der Nachhaltigkeitsmanager mit der Geschäftsführung ab. In enger Zusammenarbeit mit unseren jeweiligen Führungskräften werden aktuelle und zukünftige Risiken ermittelt, die zur Definition notwendiger Maßnahmen führen.

Ökonomische Effekte

Wir sehen uns heute mehr denn je vor großen Herausforderungen. Bei gleichzeitig hohem wirtschaftlichem Wachstum werden die Ressourcen knapper während die Kosten steigen. Der Klimawandel schreitet weiter voran. Globale Ereignisse beeinflussen die Wirtschaftsströme. Daraus ergeben sich dringende Handlungsfelder. Wir beziehen diese Veränderungen und ihre Auswirkungen auf unsere Tätigkeit in die entsprechenden Kalkulationen und unsere Strategieplanung mit ein. Folgende mögliche Risiken werden von uns berücksichtigt:

Risiko

Bezug aus fossilen Energiequellen

CO₂-intensiver Fuhrpark

Lieferengpässe

Erforderliche Maßnahme

Umstellung auf erneuerbare Energien

Sukzessive Umstellung auf E-Mobilität

Ermittlung kritischer Lieferanten und Werkstoffe, neues Logistikkonzept



DIE WICHTIGSTEN THEMEN

Durch jährliche Marktanalysen, Umfragen hinsichtlich der Anforderungen aller Stakeholder und sich ändernder Umweltbedingungen definieren wir wesentliche Chancen, Risiken sowie für uns zentrale Handlungsfelder. In folgenden Bereichen setzen wir bereits erfolgreich Maßnahmen um oder planen in Zukunft grundlegende Veränderungen:

- Kreislaufwirtschaft
- Dekarbonisierung
- Kundengesundheit
- Arbeitsbedingungen
- Compliance
- Supply-Chain-Management
- Digitalisierung
- Materialeinsatz
- Verpackungsmanagement

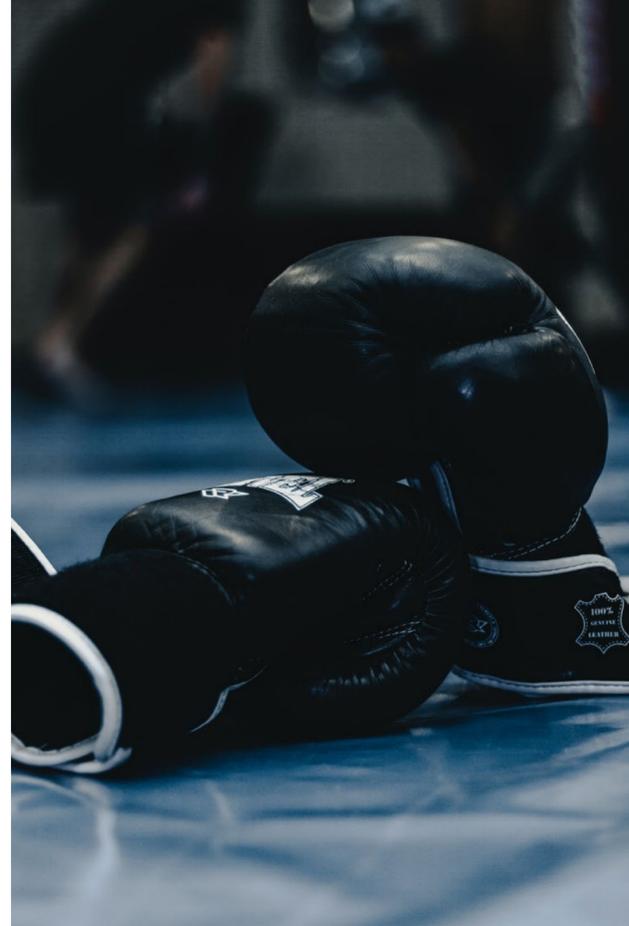
Menschen & Verantwortung

Es sind zwar nur kleine Geschichten, die wir hier erzählen, aber sie hatten oder haben immer noch für die beteiligten Personen einen großen Einfluss. Mit dem Bericht dieser Aktionen möchten wir auf soziales Engagement hinweisen, dem wir hier bei Brunner in Zukunft mehr Beachtung schenken möchten.



Brunner-Shuttle zum integrativen Familien-Treff

Die Ukraine Krise hat zahlreiche Flüchtlinge nach Deutschland geführt, auch nach Rheinau. Hier entstand ein Migrationstreff für geflüchtete Mütter mit ihren Kindern. Während der Nachwuchs spielt, können sich die Mütter austauschen und gemeinsam mit einer von vier ehrenamtlichen Betreuerinnen mehr über ihr neues Umfeld, unsere Sprache und unsere Lebensweise erfahren. Zweimal wöchentlich findet der Mutter-Kind-Treff statt, den rund 20 Personen aus Rheinau und dem Umland regelmäßig besuchen. Um ihnen die Teilnahme zu erleichtern, rief unser Mitarbeiter Oliver Mock das Brunner-Shuttle ins Leben – mit ihm als Fahrer. Gerne stellen wir ihm für seinen beispielhaften Einsatz einen Firmenbus zur Verfügung.



Kämpfen für den guten Zweck

Tamara Hume arbeitet bei Brunner UK im Projektmanagement und ist in ihrer Freizeit begeisterte Boxerin. Im Oktober nahm sie im Rahmen eines Spenden-Events des „The White Collar Fight Club“ an einem Wettkampf teil und unterstützte so die Campaign Against Living Miserably (CALM). Die Wohltätigkeitsorganisation engagiert sich für Suizidgefährdete und Hinterbliebene nach einem Selbstmord. CALM macht auf das Thema aufmerksam, gibt Hilfestellung und unterstützt aktiv die Kommunikation, um Leben zu retten. Die Organisation bietet Hilfe unter anderem über eine telefonische Beratungsstelle an. Sie zeigt Betroffenen Wege aus der Hoffnungslosigkeit und erstellt mit ihnen einen Plan für die Zukunft.

Menschen & Verantwortung



Tee und sauberes Trinkwasser

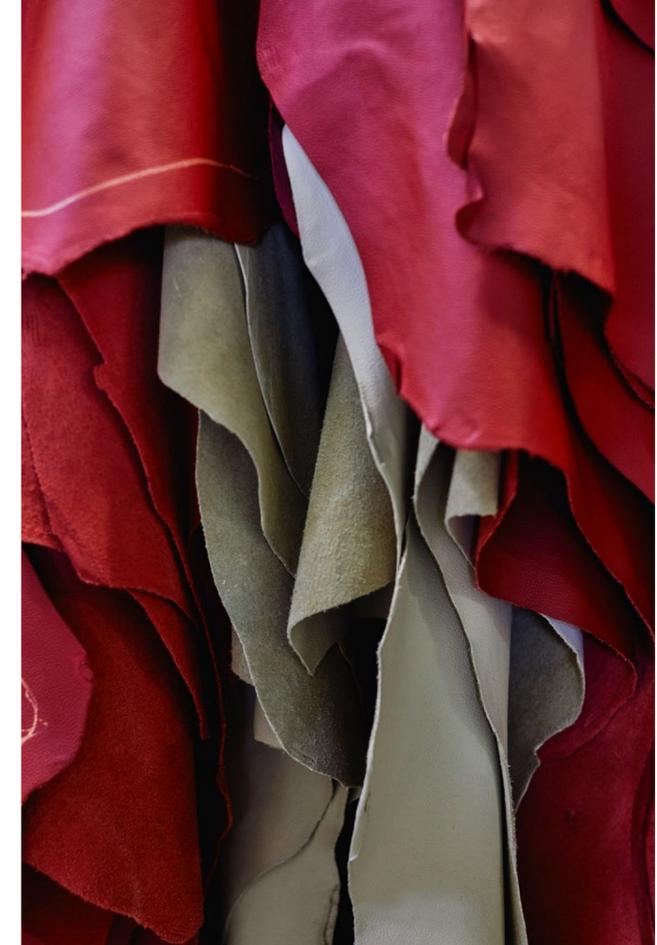
Jedes Jahr überlegen wir, was wir zu Weihnachten verschenken können. Schön und sinnvoll soll es sein – wie unsere Objektmöbel. 2022 haben wir uns entschieden, feinen „Tee im Glas“ zu verschenken, der gleichzeitig einen Beitrag für die Gesellschaft leistet. Denn mit jedem gekauften Glas spendet der Onlineshop „Besser im Glas“ einen Teil des Erlöses an die Organisation „Viva con Agua“. Der gemeinnützige Verein setzt sich für den Zugang zu sauberem Trinkwasser und Sanitäranlagen in Regionen ein, die unter Wasserknappheit leiden. Bis Ende 2022 konnten durch die Spenden von „Besser im Glas“ bereits mehrere Brunnenbauprojekte realisiert werden, was das Leben von rund 1.600 Menschen verbessert hat.

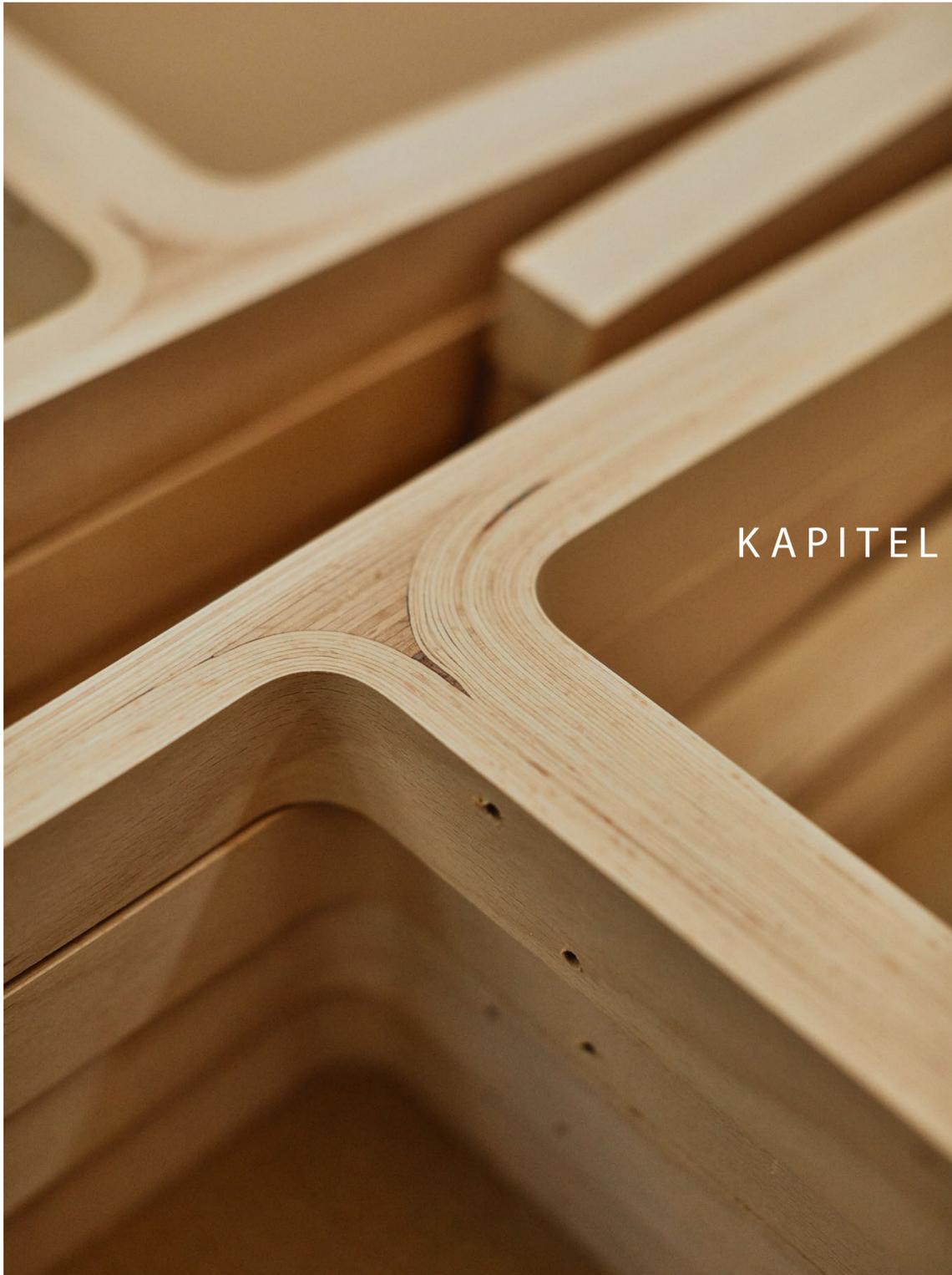
P.S.: Dass „Besser im Glas“ seine aromatischen Tees und Gewürze in plastikfreien Verpackungen klimaneutral versendet, hat uns auch überzeugt.

Eine zweite Chance für Lederreste

Natürlich haben wir ein ökonomisches Interesse daran, Ressourcen möglichst sparsam und effizient zu nutzen. Bei den von uns verwendeten Lederhäuten spielt zudem das Bewusstsein hinein, dass es sich dabei einst um Tiere gehandelt hat. Wir gehen mit diesem Material deshalb besonders sorgsam um. Zuerst prüfen wir die Häute von Hand auf Unregelmäßigkeiten (z. B. Narben). Danach folgt ein maschineller Scan. So werden die Zuschnitte je nach Menge und Form optimal gewählt. Von uns nicht mehr nutzbare Reste fallen kaum an – und sind noch immer wertvoll.

Einen Teil dieser Leder-Fragmente verkaufen wir im Anschluss an einen Verein, der Menschen mit Behinderung in Werkstätten Arbeitsmöglichkeiten bietet. Hier werden daraus verschiedene Lederwaren, die wiederum als Werbeartikel weiterverkauft werden können.





KAPITEL 02

Nachhaltig handeln



Nachhaltig handeln

Beim Design und der Herstellung unserer Produkte wie auch in allen anderen Geschäftstätigkeiten möchten wir sowohl positiv auf Mensch und Natur einwirken, als auch von allen Anforderungen unserer heutigen Gesellschaft lernen und uns kontinuierlich weiterentwickeln.

TRANSPARENZ & WISSEN

Wir arbeiten weiter daran, ein breites Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung zu schaffen. Hierfür legen wir produktspezifische Informationen offen und vermitteln relevantes Wissen.

ACHTSAME RESSOURCENNUTZUNG

Leider haben wir Menschen in der Vergangenheit nicht hinreichend verantwortungsvoll die Ressourcen genutzt, die uns die Erde schenkt. Somit ist es heute von größter Bedeutung, dies nachzuholen und mit dem Bestand von Rohstoffen schonend umzugehen.

STRATEGISCHE PARTNERSCHAFTEN

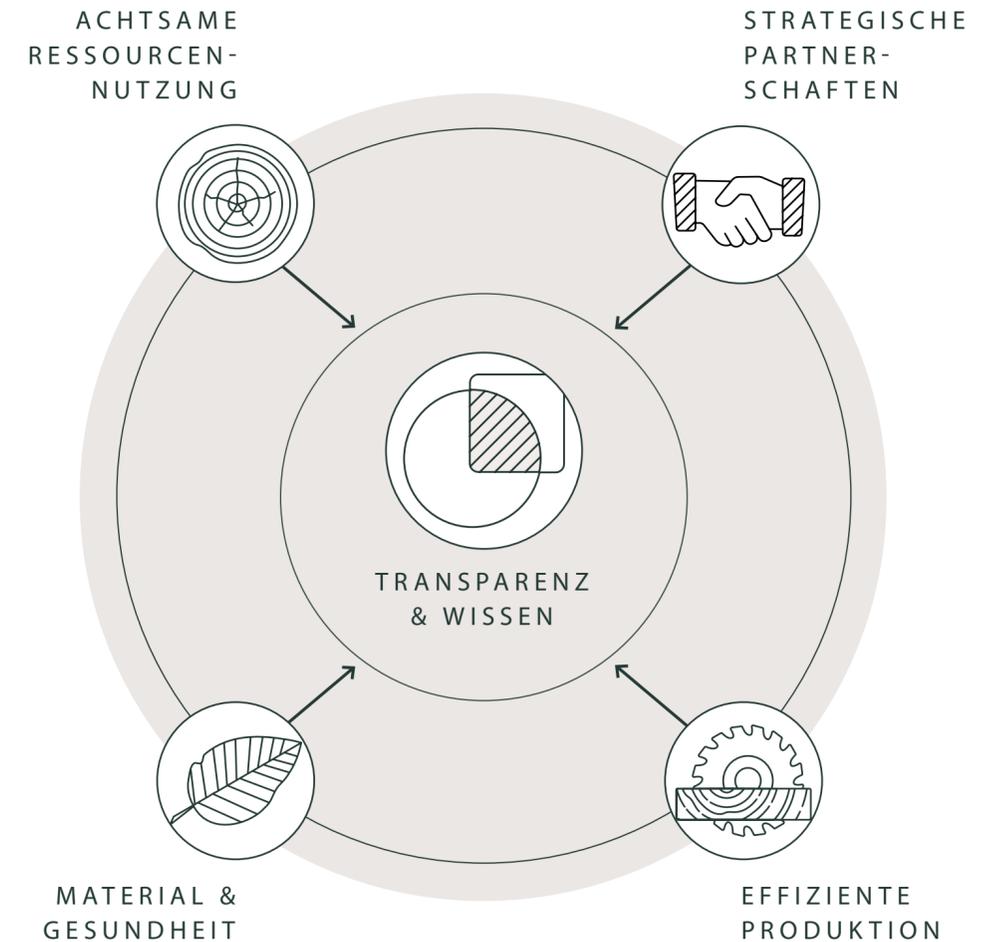
Nachhaltiges Handeln setzt ein Netzwerk voraus, in dem Lieferanten, Kunden und andere Geschäftspartner dieselben Ziele verfolgen und dadurch als Gemeinschaft einen größeren Einfluss erwirken können.

EFFIZIENTE PRODUKTION

Mit unseren Herstellungsprozessen haben wir einen großen Einfluss auf die Optimierung der Arbeitsbedingungen, die Reduktion des Corporate Carbon Footprints und die Steigerung der Produktqualität.

MATERIAL & GESUNDHEIT

Durch die Verwendung ausschließlich qualitativ hochwertiger Materialien und einer Konstruktion, die Wartung, Reparatur oder den Austausch von Einzelteilen leicht macht, werden Produktlebenszyklen verlängert. Gleichzeitig schützen weitere Eigenschaften dieser Materialien die Gesundheit der sozialen und ökologischen Umwelt.



Uns ist bewusst, dass natürliche Ressourcen, insbesondere fossile Rohstoffe, nur begrenzt verfügbar sind und zunehmend knapp werden.

Bereits in der Produktentwicklung liegt unser Fokus auf einem klaren Design, das auf überflüssige Elemente verzichtet und den Materialverbrauch dadurch niedrig hält. Bei Neuentwicklungen werden zusätzlich weitere Kriterien untersucht:

Wir achten auf einen möglichst hohen Anteil an natürlichen Ressourcen und Recyclingmaterial. Unsere Produkte sind auf Langlebigkeit ausgelegt. Das bedeutet, dass eine hochwertige Konstruktion und ein dauerhaft hoher Komfort gegeben sein müssen. Für alle Verschleißteile definieren wir Ersatzelemente und ermöglichen so eine einfache Reparatur für eine lange Nutzbarkeit des Produktes. Ist das Ende des Lebenszyklus' dennoch erreicht, können je nach Möbel alle Elemente oder ein Großteil davon durch den Kunden sortenrein getrennt und dem Recycling zugeführt werden. Wir unterstützen diesen Ablauf mit der entsprechenden Kennzeichnung aller Kunststoff- und Metallteile.

Seit 2019 sind wir mit dem PEFC-Siegel (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) ausgezeichnet – eine Zertifizierung, die sicherstellt, dass Holz und Holzwerkstoffe aus nachweislich ökologischer und sozial nachhaltiger Forstwirtschaft stammen.

Brunner forscht zusätzlich fortlaufend nach alternativen Materialien. Wir identifizieren kritische Werkstoffe und hinterfragen Faktoren wie z. B. die Ressourcenknappheit und den Einfluss auf die Gesundheit. Kontinuierlich überprüfen wir daraufhin mögliche Alternativen und testen diese auf Umsetzbarkeit.



PEFC/04-31-3194

ACHTSAME RESSOURCENNUTZUNG

Entwicklung & Design





STRATEGISCHE PARTNERSCHAFTEN

Interview

nomad
mit Steffen Kehrle und
Dr. Marc Brunner

» Einfachheit in einer bahnbrechenden Produktentwicklung bedeutet: einfach alles richtig zu machen.«

Steffen Kehrle

nate ist das Produkt der engen Zusammenarbeit zwischen dem Designer Steffen Kehrle und Brunner. Die Möbelserie beruht auf einer wegweisenden Material-Synthese: Holz geht in seiner Verwendung als High-end Werkstoff eine raffinierte Verbindung mit einer Recyclingkunststoff-Zarge ein. Die daraus entstehende Komposition kommt als innovative Produktfamilie bestehend aus Tischen, Stühlen, Hockern und Bänken auf den Markt. Sie sind sortenrein trennbar, vollständig rezyklierbar und würdigen den einzigartigen Charakter ihrer Werkstoffe.

Steffen Kehrles Kreationen sind nachhaltig, von schnörkelloser Ästhetik und hoher Funktionalität – das Wesentliche steht im Zentrum. Vom Magazin „nomad“ wurden Steffen Kehrle und Dr. Marc Brunner daher zu dieser besonderen Kollaboration interviewt:

→ [Interview auf der nächsten Seite](#)





Interview: nomad mit Steffen Kehrle und Dr. Marc Brunner

nomad Ein neues Produkt auf den Markt zu bringen, ist immer ein Risiko. Ab welchem Zeitpunkt kann man sicher sein, dass sich das Risiko gelohnt hat?

Dr. Marc Brunner Es ist nicht immer klar, ob ein Produkt ein Erfolg wird. Es braucht seine Zeit. Aber wir haben ein Gespür dafür. Wenn wir drei – ich selbst, mein Bruder im Vertrieb und mein Vater – ein gutes Gefühl bei einem Projekt haben, dann hat es ziemlich gute Erfolgsaussichten.

nomad Können Sie dieses Gespür beschreiben? Ist das eine Mischung aus Vertriebserfahrung, Kundenorientierung, Fertigungswissen, Marktkenntnis und dem sechsten Sinn eines Unternehmers?

Dr. Marc Brunner Ja!

Steffen Kehrle Es ist reine Energie!

nomad Und wie war das mit nate?

Dr. Marc Brunner Ich denke, die nate collection ist dafür ein gutes Beispiel, auch für uns. Wir mussten viele Entscheidungen treffen, ohne genau zu wissen, wie sich die Sache entwickeln würde.

Steffen Kehrle Das Besondere war vor allem der Umfang des Projekts. In der Regel beginnt man mit einem Stuhl, dann kommt vielleicht ein Tisch dazu. Das ist bei vielen Firmen so. Aber wir haben eine komplett neue Kollektion quasi aus dem Nichts geschaffen. Das ist einzigartig. Wir haben – dank vieler brillanter Ideen, vor allem aus der Entwicklungsabteilung – auf einen Schlag 27 neue Produkte vorgestellt. Das war nur bei Brunner möglich.

Dr. Marc Brunner Das war das erste Mal, dass wir ein derart zielgerichtetes und kohärentes Konzept realisiert haben. In unserer Branche gibt es vermutlich nicht viele andere Firmen, die so etwas können.

nomad Wie kam es dazu?

Dr. Marc Brunner Wir wollten den Holzstuhl der Zukunft entwickeln: einen Stuhl, der neue Wege weist und nicht einfach auf schon vorhandenen Designs aufbaut. Für uns entsteht gutes Design aus dem Zusammenspiel von Ästhetik, Funktion und Konstruktion, wenn man das technisch Machbare auslotet und dabei auf höchste Qualität achtet. Brunner gehört nicht zu den Herstellern, die nur auf die Form achten. Wir engagieren nicht einfach einen Designer, der mit wenigen Strichen einen Stuhl für uns entwirft, ohne die Kosten im Blick zu haben. Das ist ein

→ [Fortsetzung siehe nächste Seite](#)

vollkommen anderes Konzept, das auch seine Berechtigung hat. Aber es ist nicht unser Ansatz für das Produktdesign. Unsere Möbel müssen immer auch funktional sein. Ein Stuhl von Brunner muss bequem sein und sich gut verkaufen. Wir fertigen hochwertige Premium-Produkte, die sicher nicht billig sind, aber auch keine Luxusobjekte, bei denen der Preis keine Rolle spielt. Dieses Konzept bildet die Grundlage für die Entwicklung und für unsere Zusammenarbeit mit den Designern.

Steffen Kehrlé Im Fall der nate collection war diese Zusammenarbeit sehr intensiv. Insbesondere der Kunststoffrahmen war für uns alle eine ganz neue Idee. Ich erinnere mich noch gut an die Präsentation des Entwurfs vor der gesamten Familie Brunner, die sich in der Entwicklungsabteilung versammelt hatte. Plötzlich kam die Frage auf: ‚Ist das überhaupt ein Holzstuhl?‘ Meine Antwort darauf: ‚Ich weiß es nicht, aber es ist auf jeden Fall ein Brunner-Stuhl.‘ Da wussten wir, dass wir auf dem richtigen Weg waren.

nomad **Also ein Augenblick, in dem das *Unmögliche möglich* wird?**

Steffen Kehrlé Ja, genau. Jedes Mal, wenn ich in die Firma kam, spürte ich, wie der Glaube an das Projekt wuchs. Die Mitarbeitenden kamen aktiv auf mich zu, um mir zu versichern, wie großartig sie die neue Kollektion finden. Auch unser Design Director war begeistert, ebenso Marc, Philip und Rolf Brunner ...

nomad **Und wie haben die anderen Designer reagiert, mit denen Sie zusammenarbeiten? Haben Sie die oben beschriebene Vorgehensweise systematisch im Unternehmen eingeführt?**

Dr. Marc Brunner Wir wollen grundsätzlich langfristig mit den Designern zusammenarbeiten. Es kommt also darauf an, wie wir den Begriff ‚eigenes Design‘ (authorial design) definieren. Der große Meister, der in seinem Elfenbeinturm Entwürfe anfertigt und sie dann dem Lieferanten oder Hersteller zur Fertigung übergibt? Das ist nichts für uns. Uns geht es immer um den Dialog, um ein ständiges Hin und Her. Wir suchen die Iteration. Daher ist es wirklich wichtig, offen für alles zu sein. Das gilt auch für unsere Designer. Was wir absolut nicht brauchen, ist jemand, der alles vorgibt – nach dem Motto: *Das geht nur so und so, und ich weiß alles.*

nomad **Das ist eine sehr individuelle Einstellung, die Sie da beschreiben. Ist das vielleicht die Grundlage für die hohe Qualität Ihrer Produkte?**

Dr. Marc Brunner Wir arbeiten nicht mit großen Namen, deren Entwürfe dann nach China gehen oder vielleicht an ein ausgelagertes Ingenieurbüro, weil sie keine eigene Entwicklungsabteilung oder Produktion haben. Bei dieser Vorgehensweise ist die Zusammenarbeit nicht so eng wie hier bei uns. Wenn wir in Klausur gehen, um das Produkt bis ins kleinste Detail zu analysieren und immer wieder aus den verschiedensten Blickwinkeln zu betrachten, entsteht etwas vollkommen Anderes.

nomad **Herr Brunner, in welche Richtung wollen Sie mit Ihrem Unternehmen gehen? Was sind Ihre Ziele?**

Dr. Marc Brunner Wir wollen weiter wachsen und unser Angebot mit nachhaltigen Produkten erweitern. Dabei denken wir generationenübergreifend: Unsere Eltern haben das Unternehmen gegründet; mein Bruder und ich wollen es weiterentwickeln. Dabei werden wir uns wahrscheinlich auf Premium-Produkte, neue Marktsegmente und den Ausbau des internationalen Geschäfts konzentrieren. Wir wollen uns als Designermarke etablieren und weltweit noch stärker wachsen, etwa indem wir nach Asien expandieren und vielleicht auch in die USA. Unser vorrangiges Ziel ist aber, Brunner so resilient zu machen, dass auch disruptive Entwicklungen in der extrem komplexen und sich ständig wandelnden Welt von heute übersteht. Das ist in vielerlei Hinsicht eine Herausforderung. Man denke nur an die Abhängigkeit von globalen Lieferketten oder die rasant steigenden Energie- und Materialkosten.

nomad **Design weckt Begehrlichkeiten. Es befeuert also auch einen ungebremsten Konsum und den Verbrauch von Ressourcen. Dagegen ist heute überall vor allem von Nachhaltigkeit die Rede.**

Wie gehen Sie damit um?

Steffen Kehrlé Gutes Design ist an sich schon nachhaltig, weil es sowohl in ästhetischer als auch in funktionaler Hinsicht eine lange Lebensdauer hat. Für uns war das von jeher selbstverständlich. Was wir machen, wollen wir gut machen. Darum nehmen wir uns ja auch vor der Produktion so viel Zeit für die Details. Langlebigkeit ist aus unserer Sicht absolut unverzichtbar. Wir wollen, dass Produkte wie die der nate collection nicht nur fünf Jahre genutzt werden, sondern 20 oder 25. Und natürlich hat der Rohstoff Holz für uns eine absolut zentrale Bedeutung. Holz ist ein High-Tech-Material. Richtig verarbeitet, ist es auch ein besonders nachhaltiges, biologisches Material, das ein wunderbares Wohnklima schafft. Der Holzstuhl des 21. Jahrhunderts ist ‚smart‘.

Dr. Marc Brunner Wir beobachten, dass das Thema Nachhaltigkeit eine enorme Zugkraft entwickelt, auch bei unseren Kunden. Die Diskussion wird manchmal etwas eindimensional geführt und es gibt auch viele Möglichkeiten, Greenwashing zu betreiben und sich auf die falschen Bereiche zu konzentrieren. Aber ich denke, Nachhaltigkeit ist im Prinzip das richtige und für uns ein sehr wichtiges Ziel. Wir entwickeln gerade eine Nachhaltigkeitsstrategie für das gesamte Unternehmen, was gar nicht so einfach ist. Dabei haben wir es auch mit einander widersprechenden Zielen zu tun, beispielsweise durch die Preisanstiege in vielen Bereichen.

Steffen Kehrlé Darum können Designer auch nicht einfach ins Blaue entwerfen, ohne zu berücksichtigen, was um sie herum vor sich geht. Der Designprozess ist heute vollkommen anders und viel komplexer als früher. Auch wegen der Kompromisse, die ein Designer heute machen muss. Aber am Ende dieses Prozesses steht ein sinnvolles und aussagefähiges Produkt. Für mich ist auch das ein Aspekt von Schönheit.

STRATEGISCHE PARTNERSCHAFTEN

Lieferanten & Beschaffung

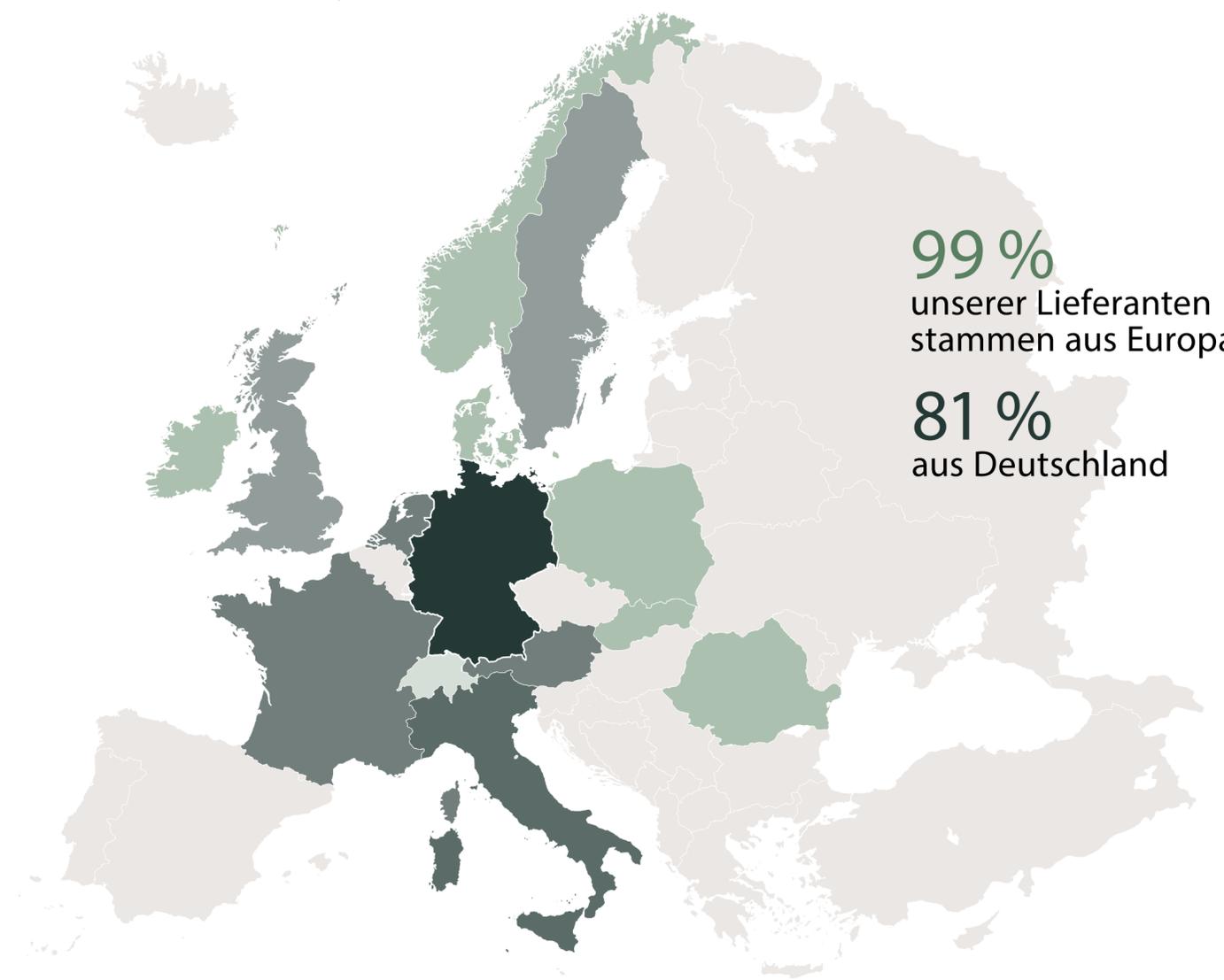
Wir wählen unsere Lieferanten mit Bedacht. Dabei sind uns soziale Aspekte wichtig, wie z. B. die Achtung der Menschenrechte und die faire Behandlung aller Mitarbeiter. Ebenso hat die Qualität von Material und Komponenten Priorität wie auch die Art und Weise, wie diese hergestellt werden. Wer mit uns zusammenarbeitet, respektiert unseren Lieferantenverhaltenskodex und hat Verständnis dafür, dass wir unsere Bezugsquellen regelmäßig auf diverse Kriterien überprüfen und bewerten müssen, um unseren hohen Qualitätsansprüchen zu entsprechen.

Im Gegenzug belegen diese Kontrollen und die eingeforderten Zertifikate vorbildliche Prozesse in den Betrieben unserer Lieferanten sowie die bemerkenswerten Güte

ihrer Erzeugnisse – auch aus ökologischer Sicht. Das wirkt sich auch auf die Nachhaltigkeit unserer eigenen Wertschöpfungskette aus. Wir legen daher großen Wert darauf, dass unsere Lieferanten stets nach optimierten Lösungen für ihren Verantwortungsbereich suchen und diese nutzen.

Durch die Begünstigung lokaler Unternehmen stellen wir sicher, dass Transportwege möglichst kurz- und ESG-Kriterien eingehalten werden.

Da viele unserer Lieferanten unsere Werte, Vorstellungen und Qualitätsansprüche teilen, sind mit der Zeit langjährige Partnerschaften entstanden. Der Umgangston ist freundschaftlich, die Zusammenarbeit vertrauensvoll, der Austausch produktiv, so dass wir gemeinsam innovativ und frühzeitig auf Marktveränderungen reagieren zu können.



99 %
unserer Lieferanten
stammen aus Europa

81 %
aus Deutschland

DEUTSCHLAND	81%	SONSTIGE EUROPA	3%
ITALIEN	7%	SCHWEIZ	
FRANKREICH	2%	DÄNEMARK	
NIEDERLANDE	2%	NORWEGEN	SONSTIGE GLOBAL 1%
ÖSTERREICH	2%	SLOWENIEN	USA
ENGLAND	1%	IRLAND	CHINA
SCHWEDEN	1%		



STRATEGISCHE PARTNERSCHAFTEN

Händler

Unser Geschäftsmodell basiert auf einem zweistufigen Vertriebsprozess. Hierbei übernehmen ausgewählte Büro- und Möbelfachhändler gemeinsam mit den Brunner-Vertriebsmitarbeitern den wichtigen Teil der Beratung unserer Endkunden sowie Logistik- und Montage-tätigkeiten.

Brunner ist die Pflege dieser strategi-schen Partnerschaften ausgesprochen wichtig. Wir gehen mit unseren Händlern in einen regelmäßigen, intensiven Dialog, um Marktveränderungen zu diskutieren und ein größeres Wissen darüber zu schaffen, wie wir mit unserem Portfolio auf veränderte Nutzeranforderungen reagieren können.

Insbesondere für neue Mitarbeiter unserer Fachhändler ist hierbei interes-sant, wer Brunner ist, wie wir arbeiten

und wie unsere Möbel hergestellt werden. Daher bieten wir unter dem Dach der Brunner Academy auch regel-mäßige Trainings- und Schulungsveranstaltungen an. Sie beinhalten unter anderem die Vorstellung neuer und bestehender Produkte, eine Führung durch unser Werk und, je nach Wunsch, Schulungen zu den Themen Brun-ner Future Works, Nachhaltigkeit und die Materialwelt bei Brunner.



Architekten

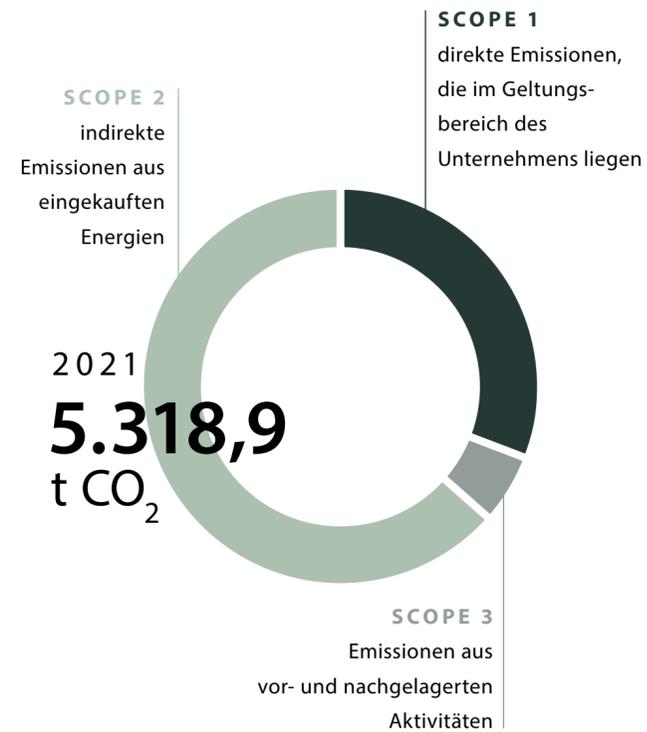
Im beratungsintensiven Feld der Objektmöbel kommt den Architekten eine Sonderstellung zu. Gemeinsam mit dem Hersteller und Fachhändlern stehen sie den jeweiligen Endkunden bei der Suche nach der besten Lösung zur Seite. Hierbei spielt für sie neben funktionalen und kaufmännischen Aspekten das Design eine wichtige Rolle: Eröffnet es persönliche Gestaltungsmöglichkeiten? Bringen die Möbel die Architektur zur Geltung? Was auch immer die Aufgabenstellung sein mag, wir liefern – oder entwickeln in enger Zusammenarbeit mit Architekten und Bauherren – die passende Antwort.





EFFIZIENTE PRODUKTION

Corporate Carbon Footprint



Eine der größten Herausforderungen unserer Zeit ist die Verringerung der Treibhausgasemissionen. Wenn wir es nicht schaffen, hier einen maßgeblichen Einfluss zu erwirken, wird es einen Temperaturanstieg mit noch nie dagewesenen klimatischen Folgen geben. Diese werden sich nicht nur auf unser Leben, sondern auch auf das zukünftiger Generationen auswirken. Im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen müssen wir alle aktiv werden, damit die Erderwärmung auf maximal 1,5 Grad Celsius begrenzt werden kann.

Wir bringen uns ein, indem wir fortlaufend umweltfreundlichere und wirtschaftlichere Lösungen und Technologien in unseren Unternehmensalltag integrieren. Das steigert unsere Energieeffizienz und minimiert unseren Energieverbrauch. Luft-, Lärm- sowie Treibhausgasemissionen typisieren, überprüfen und überwachen wir vor der Freisetzung.

Zur detaillierteren Aufschlüsselung einzelner Risikofaktoren in Bezug auf die ökologische Umwelt berechnen wir jährlich unseren Corporate Carbon Footprint nach dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol in enger Anlehnung an ISO 14064 und PAS 2060. Segmentiert in direkte Emissionen (Scope 1) und indirekte Emissionen (Scope 2 und 3) ermitteln wir hieraus die größten Erzeuger und definieren konkrete Gegenmaßnahmen. In Zusammenarbeit mit einzelnen Abteilungen werden wir in Zukunft noch konsequenter und gezielter Verantwortlichkeiten und Vorgehensweisen bestimmen, was unsere CO₂-Emissionen weiter reduzieren wird. Damit verkleinert sich sowohl der Fußabdruck unseres Produktionsstandortes als auch der unserer Produkte.

EFFIZIENTE PRODUKTION

Herstellungsprozesse

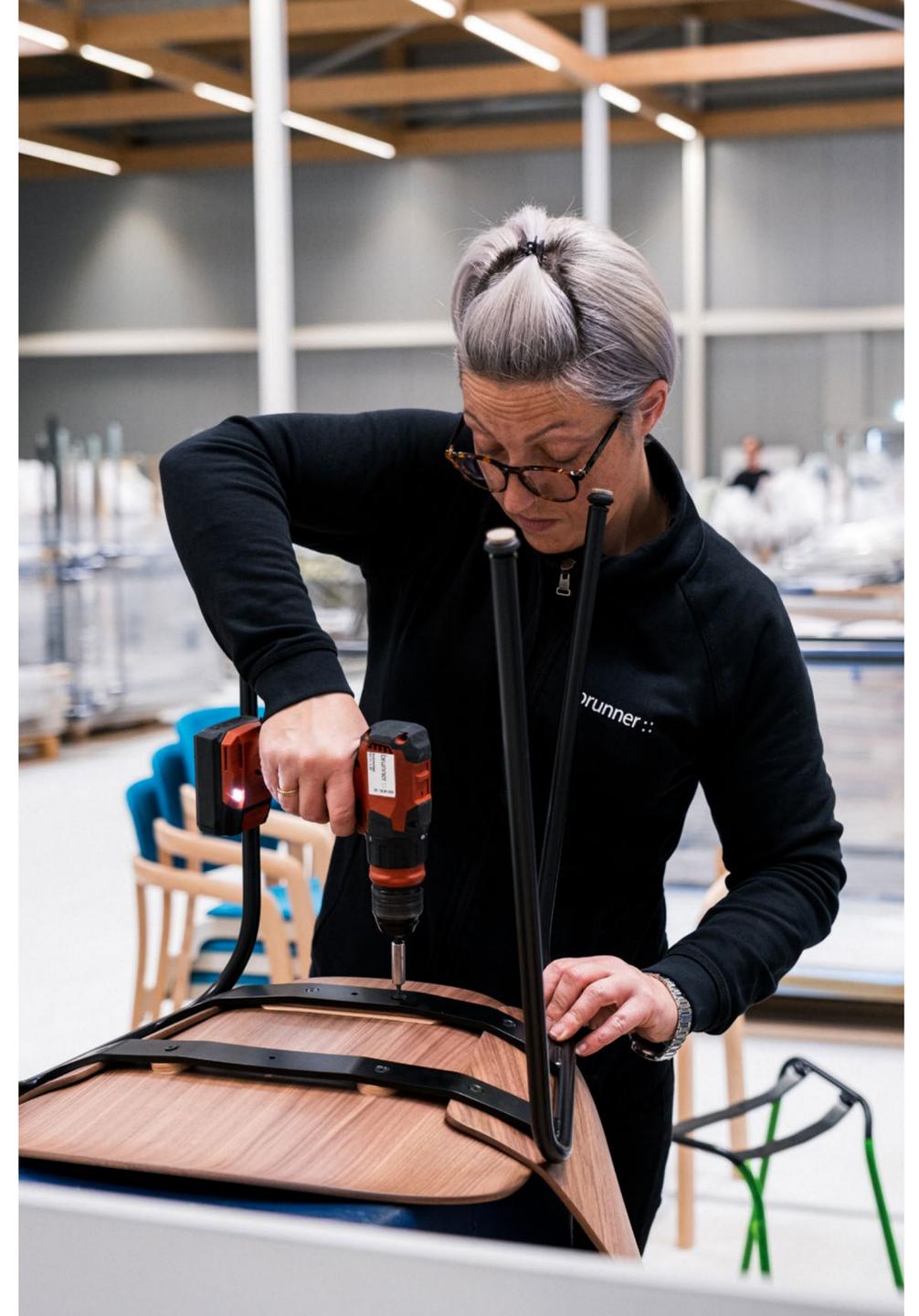
Einen großen Einfluss auf soziale und ökologische Faktoren haben wir innerhalb unserer eigenen Produktion. Hier können wir direkt Risiken und Schwachstellen erkennen und Gegenmaßnahmen zum Schutz unserer Mitarbeiter und der Umwelt ergreifen.

Im Vordergrund unserer Produktionsprozesse steht die Gesundheit der Menschen, die für die Herstellung unserer Möbel verantwortlich sind. Zur körperlichen Entlastung setzen wir auf ein ergonomisches Arbeitsumfeld mit individuell anpassbaren Stühlen und je nach Aufgabe höhenvariablen

Tischen, welche unter anderem in der Polsterei, Schreinerei und Endmontage auf die Person und die aktuelle Tätigkeit eingestellt werden können. Anti-Ermüdungsmatten unterstützen die Bein- und Rückengesundheit unserer Mitarbeiter bei stehenden Tätigkeiten und beugen effektiv Langzeitschäden durch Verletzungen oder Fehlhaltungen vor. In der Innovation Factory ändern sich die Produkte, die hier an einem Arbeitsplatz konfektioniert werden, täglich. Die Rotation der Zuständigkeiten

vermeidet Monotonie und fördert die Konzentration. An allen Arbeitsstellen, an denen gesundheitsschädigende Emissionen austreten könnten, sind entsprechende Absaugungsanlagen installiert. Sie filtern die Schadstoffe direkt heraus und sorgen für eine saubere Atemluft.

Zur Schonung der ökologischen Umwelt setzen wir auf moderne Technologien wie das UV-härtende Wasserlacksystem für Holzbauteile: Lackabfälle werden auf ein Minimum reduziert, überschüssiger Lack wird aufgefangen und nach Wiederaufbereitung erneut in den Kreislauf eingeführt.



EFFIZIENTE PRODUKTION

Qualität „Hand-made in Germany“

Unser hoher Qualitätsanspruch zieht sich durch alle Ebenen: Bevor sich der Endkunde über funktionale Objektmöbel von hohem Komfort und langer Lebensdauer freut, gehen wir viele Schritte. Wir setzen auf fortschrittliche Technologien, erstklassige Werkstoffe von regionalen Partnern und auf fähige, engagierte Mitarbeiter. Gemeinsam arbeiten wir in einem teamorientierten Betriebsklima kontinuierlich an der Optimierung unserer Produktionsprozesse und einem sorgfältigen Umgang mit Ressourcen. Unser Qualitätsmanagementsystem ist nach ISO 9001:2015 zertifiziert.

Für uns ist Handarbeit eine Kernkompetenz. Sie macht einen essenziellen Teil unserer Herstellung aus. Darauf sind wir stolz, und daran halten wir fest. In einer Welt, in der die maschinelle Massenproduktion auf dem Vormarsch ist, wird das Handwerk zur Rarität. Dabei bietet von Hand Gefertigtes klare Vorteile: Wir kennen unsere Produkte bis ins kleinste Detail.



Wir wissen, was sie leisten können und wie sie sich reparieren lassen – für einen langen Lebenszyklus. Es sind Möbelstücke mit Geschichte, die dem Kunden von der Kreativität des Designers berichten, von der Sorgfalt bei der Materialauswahl und vom Geschick der Handwerker. Das verleiht ihnen eine besondere Wertigkeit, die unseren hohen Anspruch an Qualität und Verarbeitung untermauern.

Bei uns beginnt die Manufaktur im Gestellbau. Hier entsteht die Grundlage für Funktionalität und Komfort. Bei der Verarbeitung der Sitzschalen werden Bohrungen mit Muffen versehen, um ein späteres Ausbrechen der Schrauben zu verhindern. Das sichert eine lange Nutzung unserer Objektmöbel. Holzoberflächen werden ebenfalls von Hand geschliffen, gebeizt und lackiert. Geschulte Mitarbeiter verantworten die optimalen Stoff- oder manuell geprüften Lederzuschnitte, aus denen aufwändig genähte Polsterbezüge entstehen. Diese werden in Handarbeit kaschiert und von den Polsterern mit geübten, kraftvollen Bewegungen auf die Polster Elemente gezogen. Bei einigen Modellen werden in eine vorher eingelassene Öffnung im Sitzbereich Gurte festgetackert, um einen zusätzlichen Sitzkomfort zu erreichen.

In der Endmontage, die sich in unserer Innovation Factory befindet, werden unsere Produkte von erfahrenen Mitarbeitern zusammengebaut. Eine abschließende individuelle Qualitätsprüfung garantiert, dass nur erstklassige Waren unser Werk verlassen.

EFFIZIENTE PRODUKTION

Abfall- management

Ein zentraler Bestandteil einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung ist unter anderem die Überwachung und Verringerung aller Abfälle, darunter auch Produktverpackungen. Wir erzeugen Abfälle innerhalb der Produktionsprozesse, im Verwaltungsbereich, durch die Rücknahme von Verpackungen von Kunden und am Lebensende unserer Produkte.

Für Einsparungen beim Abfallaufkommen durch unsere Produkte werden zirkuläre Kriterien bereits während der Produktneuentwicklung berücksichtigt. Ein ressourcenschonendes Design mit recyclebaren Materialien und der weitgehende Verzicht auf Materialien, die bei der finalen Verwertung schlussendlich nur noch zur Energierückge-

winnung dienen können, sind in der heutigen Zeit unverzichtbar. Das bietet die Chance, alternative und umweltschonendere Materialien einzubinden. Um das Lebensende eines Brunner-Produktes so lange wie möglich hinauszuzögern, achten wir gleichzeitig auf Faktoren, die eine besonders langlebige Nutzungsphase ermöglichen. Unsere Produkte zeichnen sich durch hohen Komfort, zuverlässige Materialien und eine hochwertige Verarbeitung aus. Eine sehr gute Verfügbarkeit von Ersatzteilen und unser Reparaturservice ermöglichen einen schnellen Austausch und die Nachrüstung verschiedenster Komponenten. Wenn ein Produkt doch am Ende seines Lebens steht, können die Elemente einfach voneinander getrennt und dem Recycling oder der energetischen Verwertung zugeführt werden.



Um Abfälle durch Verpackungsmaterialien zu minimieren, haben wir beispielsweise in enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten Kartonagen eingeführt, die aufgrund von Vereinheitlichung im Kreislauf verbleiben können. Wir verwenden diese zum internen Schutz aller Produkte sowie für die Auslieferung zum Kunden. So wurde etwa eine Kartonplatte, die zum Schutz zwischen zwei Materialien gelegt wird, 31-mal erneut genutzt.

Um die bei der Produktion anfallenden Abfälle zu vermindern, haben wir mehrere Maßnahmen ergriffen, um Materialien wiederzuverwenden, so dass kaum Reste anfallen. Zum optimalen Recycling unserer Abfälle setzen wir eine Rohstoffpresse ein. Hierin können Papier, Kartonagen oder Kunststoffe sortenrein verpresst und in diesem Zustand einem Recyclingbetrieb zugeführt werden, wo ein neuer Materialkreislauf beginnt.

MATERIAL & GESUNDHEIT

Hochwertige Basis

Unsere Möbel leben von besten Rohstoffen, die wir für die Herstellung verwenden. Von ihrer Auswahl bis zum fertig verarbeiteten Möbel sind uns umweltbewusste und gesundheitliche Aspekte wichtig. Unsere Sorgfalt garantiert unseren Kunden mit jedem Möbelstück einen sorgenfreien Komfort. Und da wir uns stets verbessern wollen, erforschen wir kontinuierlich vielversprechende umweltfreundlichere Alternativen für unser Portfolio.



Holz und Holzwerkstoffe

Holz ist ein natürliches Material, das über die gesamte Zeit seiner Verwendung CO₂ speichert. Holz verleiht jedem Raum Wärme und einen Bezug zur Natur. Es kommt daher auch bei uns häufig zum Einsatz. Wir sind mit dem PEFC-Siegel (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) ausgezeichnet – eine Zertifizierung, die sicherstellt, dass Holz und Holzwerkstoffe aus nachweislich ökologischer und sozial nachhaltiger Forstwirtschaft stammen. Unsere eingesetzten Holzwerkstoffe entsprechen der Emissionsklasse E05 (Grenzwerte für Formaldehyd), enthalten keine Biozide wie Pentachlorphenol (PCP) oder Lindan. Auch die Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) bleiben unter den festgelegten Grenzwerten.



Kunststoffe

Aufgrund zahlreicher einzigartiger Eigenschaften sind Kunststoffe in vielen Produkten nicht oder nur schwer ersetzbar. Es lassen sich durch Erwärmung beliebige Formen erstellen, die gleichzeitig eine hohe Stabilität aufweisen. Durch Zugabe von Farbgranulat sind der Kreativität bei diesem Material somit keine Grenzen gesetzt. Uns ist bewusst, dass mit Kunststoffen aufmerksam umgegangen werden muss. So setzen wir dieses Material nur für Produkte ein, bei denen es tatsächlich Sinn hat und es keine bessere Alternative gibt. Wir achten zudem darauf, den Recyclinganteil in den verwendeten Kunststoffen zu erhöhen. Bei unseren Produkten corona light eco und nate kommt bereits Recyclingkunststoff zum Einsatz. Diesen Beispielen wollen wir folgen und die Nutzung von Recyclingkunststoffen vermehrt ausweiten.

Metalle und metallische Oberflächen

Wir verwenden vorwiegend Stahl und Aluminium. Beide Metalle enthalten per Gesetz immer einen Recyclinganteil von ca. 45 % (Stahl) bis ca. 58 % (Aluminium). Beide Metalle sind zudem zu 100 % wiederverwertbar. Wir setzen ausschließlich ökologisch unbedenkliche Materialien und Oberflächenveredelungen ein, die keine Schwermetalle wie Quecksilber, Cadmium oder Blei enthalten. Die Pulverbeschichtung unserer metallischen Oberflächen enthält lediglich organische Bindemittel, ist REACH-konform und enthält keine gefährlichen Stoffe (SVHC). Alle metallischen Oberflächen sind emissionsarm und gesundheitlich unbedenklich.

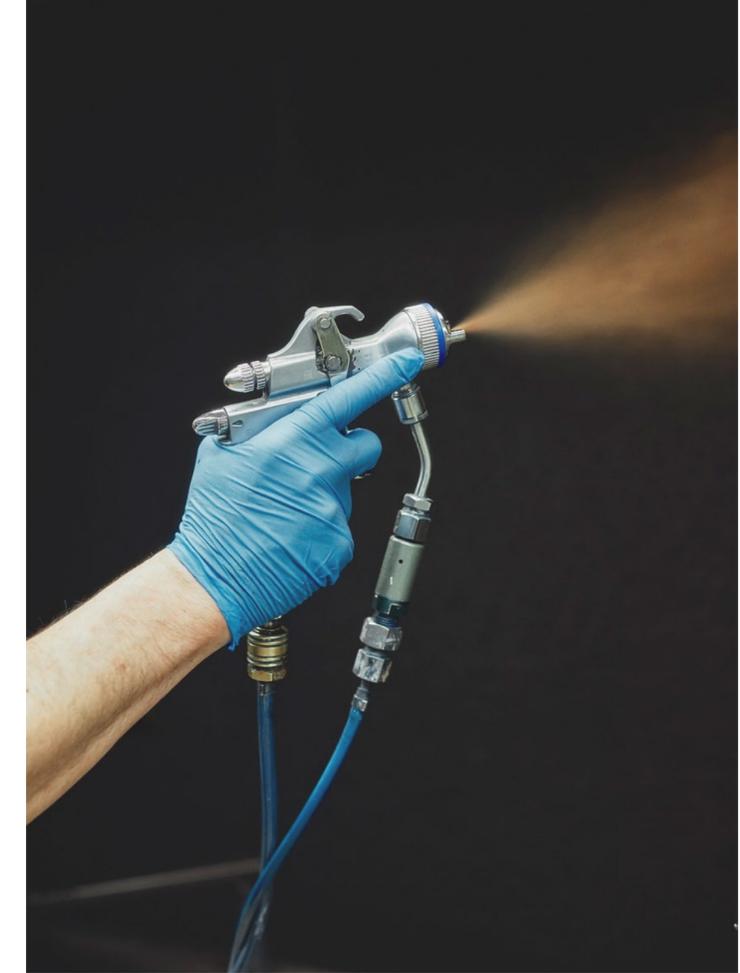


MATERIAL & GESUNDHEIT

Hochwertige Basis

Farben, Lacke und Klebstoffe

Für die Lackierung unserer Buchenoberflächen setzen wir ein hochwertiges UV-härtendes Wasserlacksystem ein. Die Lackierung erfolgt vollautomatisch. Lackreste werden aufgefangen, wiederaufbereitet und erneut verwendet. Der eingesetzte Lack und auch die Beize für unsere Buchenoberflächen sind auf emissionsarmer Wasserbasis (VOC). Eine entsprechende Lackierung gibt es auch für unsere Eichenoberflächen. Zur Fixierung der Polsterschäume verwenden wir ausschließlich wasserbasierte Dispersionskleber ohne organische Lösemittel. Verklebungen von Bezugsmaterialien mit Polsterschäumen werden, wenn möglich, konstruktiv vermieden. Lösemittelhaltige Klebstoffe nutzen wir im sehr geringen Maße und reduzieren hier weiterhin sukzessive. Alle eingesetzten Materialien sind REACH-konform, vollständig ausgehärtet und gesundheitlich harmlos.



Textilien und Leder

Nahezu alle Bezugstoffe unserer Hauskollektion sind mit dem EU Ecolabel oder dem STANDARD 100 by OEKO-TEX® ausgezeichnet. Das bedeutet, dass eine Überprüfung auf Azofarbstoffe, Formaldehyd, Nickel, die Einhaltung der REACH-Verordnung und der SVHC-Kandidatenliste stattgefunden hat. Unsere Lederkollektionen torro und sevilla 2 sind außerdem mit dem Blauen Engel ausgezeichnet und somit ebenfalls eingehend auf Schadstoffe geprüft.

MATERIAL & GESUNDHEIT

Gesunde Möbel

Die Gesundheit und das Wohlergehen unserer Kunden ist fester Bestandteil der Materialauswahl und Produktentwicklung. Eine große Rolle für das Wohlergehen der Nutzer spielt der Komfort. Im Entwicklungsprozess wird daher darauf geachtet, dass unsere Möbel einen hohen Grad an Ergonomie gewährleisten. Dadurch unterstützen sie den Menschen effektiv in seiner jeweiligen Funktion und wirken körperschonend.

Neben diesen Designaspekten achten wir auch darauf, dass unsere Produkte die Luftqualität nicht beeinträchtigen. Durch die Zertifizierung „TÜV schadstoff- & emissionsgeprüft“ stellen wir sicher, dass die Grenzwerte bedenklicher Schadstoffe eingehalten werden. Das bedeutet: Unsere Möbel sind risikofrei verwendbar.



TRANSPARENZ & WISSEN

Produkt- informationen

Detaillierte Informationen und qualitativ hochwertige Daten ermöglichen eine immer genauere Analyse von Unternehmen, deren Produkten oder Dienstleistungen. Wir möchten hierfür in Zukunft eine noch fundiertere Basis bieten und transparenter agieren.

Um für mehr Klarheit über die Umweltauswirkungen einzelner Produktserien und -modelle zu sorgen, haben wir bereits für ca. 85 % unseres Portfolios Produkt-Umwelterklärungen erstellt, Tendenz steigend. Diese geben Auskunft über allgemeine Umweltaspekte bei Brunner und verweisen auf die jeweils verwendeten Materialien und die Recyclingfähigkeit des Produktes.

Ab 2023 führen wir zusätzlich Lebenszyklusanalysen auf Produktebene durch. Hier werden weitere Aspekte bewertet, wie das Treibhausgaspotenzial und die Toxizität für Menschen. Dadurch können Produkte besser verglichen und Kaufentscheidungen auf einer nachhaltig fundierten Grundlage getroffen werden.



TRANSPARENZ & WISSEN

Brunner Academy

Neben einer hervorragenden fachlichen Leistung sind auch fundierte Kenntnisse von Produkt, Hersteller und Rahmenbedingungen wichtige Erfolgsfaktoren für Vertriebler, aber auch Architekten, Innenarchitekten, Planer, Servicemitarbeiter und Monteure – einige der Leistungsträger in der Möbelbranche.

Die Brunner Academy, das firmeneigene Schulungs- und Ausbildungsprogramm für unsere Partner und Mitarbeiter, bietet daher seit März 2020 Basiskurse (Basic) für Branchen- und Brunner-Einsteiger an sowie spezifische Produktschulungen für Vertriebsinnen- und -außendienstmitarbeiter, die bereits Erfahrung im Objektmöbelsektor haben (Advanced care, Advanced office & public space).

Hinzu kommen zu drei Schwerpunktthemen „Special“-Kurse: Ein Highlight ist dabei der groß angelegte „Planners’ Day“. Die Informationsveranstaltung für Architekten, Innenarchitekten und Planer greift aktuelle Design-, Farb- und Architekturtrends sowie die Vorstellung moderner Industrie- und Innenarchitektur auf. Beim Vertriebstraining „Materials & Colours“ vermitteln externe Referenten Kommunikationsmethoden und geben einen Ausblick auf die aktuellen Interieurentwicklungen. In den „Future Works“- Schulungen für Architekten, Innenarchitekten, Planer und Händler diskutieren wir seit 2022 gemeinsam mit einer externen Referentin über die Zukunft einer immer agileren und dezentraleren Arbeitswelt.



TRANSPARENZ & WISSEN

Brunner Future Works



» Mitarbeiter:innen werden sich in Zukunft im Büro treffen, weil sie vor Ort sein wollen, nicht mehr, weil es nötig ist.«

Ippolito Fleitz

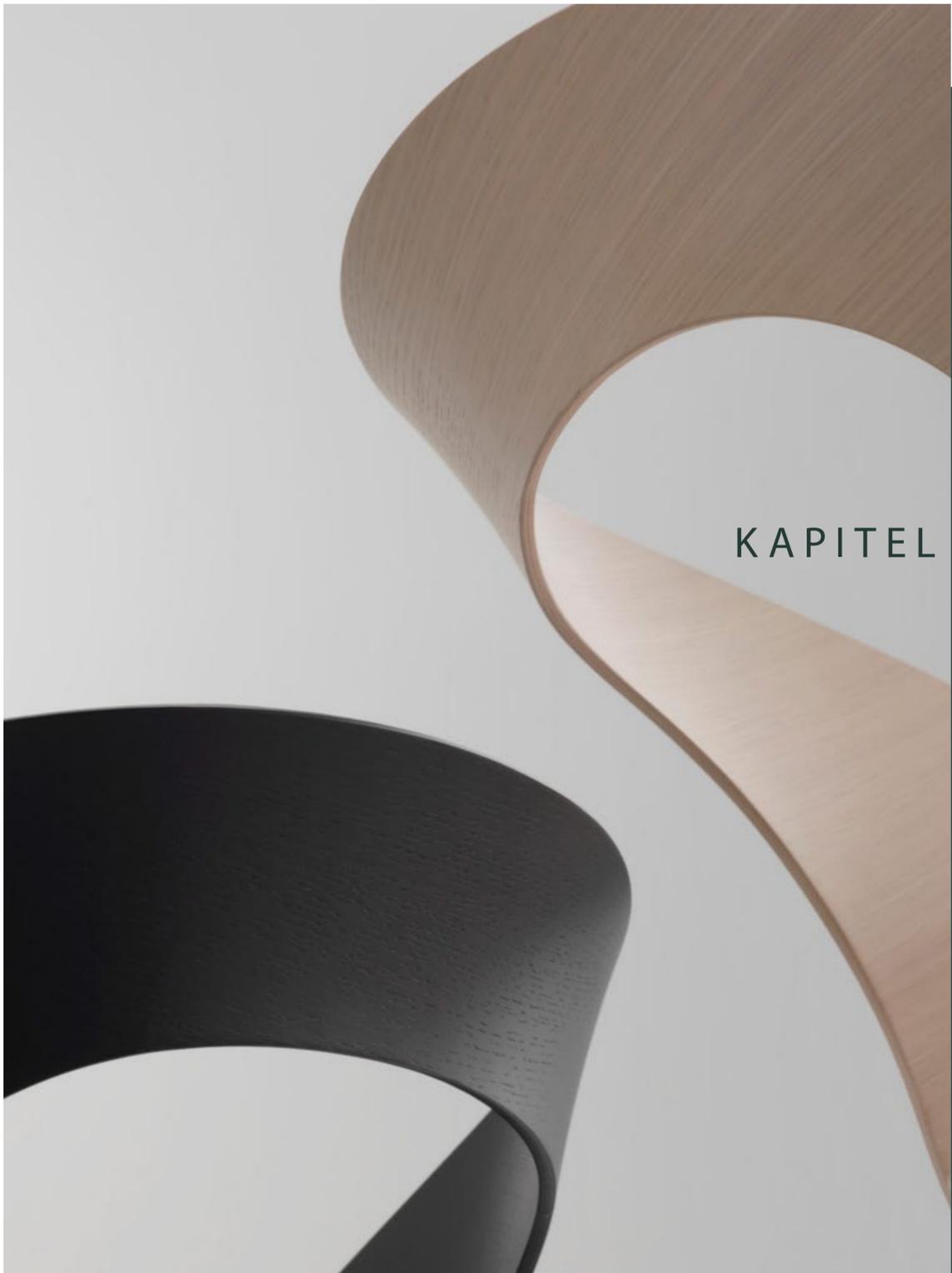
Die Arbeitswelt der Zukunft ist ein Fixstern von unserer hauseigenen Entwicklungsabteilung. Wir stehen zwar als mittelständisches Unternehmen mit beiden Beinen fest auf dem Boden der Tatsachen, der Blick geht aber immer nach vorne. Denn nur wer den Wandel von Arbeit und Arbeitswelten versteht, kann die Zukunft der Arbeit mitgestalten. Mit diesem Antrieb wollen wir neue Räume öffnen: inspirierend, anschaulich, wegweisend.

Dafür haben wir in Kooperation mit dem Designstudio Ippolito Fleitz Group die Plattform www.brunner-futureworks.com geschaffen. Passend zu uns, als international agierendes Unternehmen, stellt sie ein globales, zeit- und ortsunabhängiges Angebot dar. Jeder kann sich dort mit dem Thema „New Work“ beschäftigen, unsere Visionen kennenlernen, von unserer fundierten Expertise profitieren und mit uns in Kontakt kommen. Sie ist eine Einladung, neue Organisationsstrukturen, Möglichkeiten der Kooperation und den Einfluss auf die Unternehmenskultur mit uns gemeinsam zu überdenken und konkret weiterzuentwickeln.

Als Diskussionsgrundlage dienen unsere Thesen zum Wandel – was ihn hervorgerufen hat und was ihn formt. Ein zentraler Punkt, der einen wahren Dominoeffekt ausgelöst hat, stellt die digitale Transformation dar. Mit ihr steht die Frage im Raum, warum Mitarbeiter noch ins Büro gehen sollten. Das Arbeiten wird zunehmend von überall aus möglich. Doch wenn Firmen auf ihre Büroräumlichkeiten verzichten, wo findet dann noch der direkte, zwischenmenschliche Kontakt statt, der Teams erst richtig zusammenbringt und Synergien offenlegt. Wie wertvoll diese schnelle, hürdenlose Kommunikation ist und dass sie zu einem beachtenswerten Teil im Informellen stattfindet, hat die Zeit des Social Distancing gezeigt. Im Umkehrschluss bedeutet das für den Workspace, er muss maximal anziehend sein, um Kollegen und Partner wieder zusammenzubringen: Nachhaltige und soziale Werte schaffen Identifikation. Funktionale, ergonomische und flexible Rahmenbedingungen steigern den Nutzen vor Ort gegenüber dem Aufwand, ins Büro zu fahren.

Es geht um Ausstattung, Komfort und die Möglichkeit zum direkten Austausch. Daher sind wir überzeugt, dass Unternehmen ihre Arbeitsräume in Zukunft neu denken werden. Wie diese aussehen könnten – auch hierfür liefert unsere Plattform reizvolle Impulse mit visionären, virtuellen Zukunftsräumen in verschiedenen Business-Zonen.





KAPITEL 03

GRI Index



GRI 2: Allgemeine Angaben

Der Nachhaltigkeitsbericht 2021/2022 der Brunner GmbH wurde in Bezugnahme auf die GRI-Standards erstellt.

Die Global Reporting Initiative (GRI) arbeitet als gemeinnützige Stiftung eng mit staatlichen Organisationen sowie Instituten, Unternehmen und anderen Interessensgruppen zusammen und veröffentlicht einen Leitfaden, der zu den global anerkanntesten Richtlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung gilt. Ziel der Initiative ist eine nachhaltige Wirtschaft, in der Organisationen transparent Ziele, Leistungen und Auswirkungen in den wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten Ökologie, Soziales und Ökonomie veröffentlichen.

GRI	Beschreibung	
2-1	Details der Organisation	<p>Rechtlicher Name: Brunner GmbH Rechtsform und Art des Eigentums: Die Brunner GmbH ist in Familienbesitz. Hauptsitz: Brunner GmbH, 77866 Rheinau, Deutschland Einsatzländer: Brunner ist global tätig und liefert in über 120 Länder.</p>
2-2	Unternehmen, die in die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation einbezogen sind	<p>Der Nachhaltigkeitsbericht umfasst Daten und Informationen der Brunner GmbH, sowie deren Vertriebsgesellschaften Brunner AG, Brunner SAS, Brunner UK und Brunner APAC.</p>
2-3	Berichtszeitraum, Häufigkeit und Kontaktstelle	<p>Berichtszeitraum: 01. Januar 2021 bis 31. Dezember 2022 Häufigkeit: Die nächste Berichterstattung erfolgt im Jahr 2024 Kontaktstelle: s. Kontakt</p>
2-6	Tätigkeiten, Wertschöpfungskette und sonstige Geschäftsbeziehungen	<p>Das im Jahr 1977 gegründete Familienunternehmen wird von Helena und Rolf Brunner sowie in der zweiten Generation von Dr. Marc Brunner geführt. Brunner zählt rund 500 Mitarbeiter. Zu den Geschäftsfeldern gehören die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von hochwertigen Stühlen, Tischen und Objektmöbeln für Büro- und Verwaltungsgebäude, öffentliche Räume sowie Einrichtungen für Pflege und Gesundheit. Mit jährlich gut 500.000 gefertigten Stühlen und 100.000 Tischen, 130 Millionen Euro Gruppenumsatz und einem Exportanteil von 50 Prozent gehört Brunner zu den führenden Objektmöbelherstellern Europas.</p> <p>Die Lieferkette ist ein wichtiger und großer Bestandteil unseres Netzwerkes. Daher arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen, um gemeinsam bestmögliche Ergebnisse zu erzielen. Hierfür bevorzugen wir vorwiegend lokale Hersteller und sind uns der Auswirkungen auf die Umwelt entlang der Lieferkette bewusst. Um eine sozial und ökologisch verantwortliche Beschaffung zu sichern, unterschreiben unsere wichtigsten Lieferanten einen Lieferantenverhaltenskodex. Ein Großteil unserer Zulieferer wird ebenfalls regelmäßig gemäß ISO 9001:2015 einem Lieferantenaudit unterzogen. So gewährleisten wir durchdachte Konstruktionen und hochwertige Verarbeitung – auch unter ökologischen Gesichtspunkten.</p>

2-7 Mitarbeiter

Brunner beschäftigt im November 2022 weltweit 510 Mitarbeiter.
Ungefähr 52 % sind in unserer Produktion tätig und ungefähr 11 % sind in einem Teilzeitarbeitsverhältnis.

BESCHÄFTIGTE	BRUNNER GMBH		BRUNNER AG		BRUNNER UK		BRUNNER SAS		BRUNNER APAC		GESAMT
	m	w	m	w	m	w	m	w	m	w	
Festangestellte	274	161	12	9	10	5	18	11	2	8	510
Befristete Beschäftigte	15		0		0		0		1		16
Beschäftigte ohne Arbeitszeitgarantie	0		0		0		0		0		0
Vollzeitbeschäftigte	389		16		13		25		10		453
Teilzeitbeschäftigte	46		5		2		4		0		57

*m: männlich, w:weiblich

2-9 Governance-Struktur und Zusammensetzung

s. Einbindung des Nachhaltigkeitsmanagements

2-14 Die Rolle des höchsten Leitungsorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts wird durch Brunners Geschäftsführung und dem Leiter Marketing und Business Development begleitet. Der Bericht wird letztendlich durch die Geschäftsführung überprüft und freigegeben.

2-17 Kollektives Wissen des höchsten Leitungsorgans

Das Nachhaltigkeitsmanagement wird in oberster Instanz durch unseren Geschäftsführer, Dr. Marc Brunner, überwacht. In seiner Verantwortung liegt die Leitung und Überprüfung der Strategie, die Erreichung gesetzter Ziele und die Vorgabe einzelner Maßnahmen zur Einhaltung der Strategie.

2-22 Erklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung

s. Vorwort

2-28 Mitgliedschaft in Verbänden

s. Mitgliedschaften

2-29 Ansatz für die Einbeziehung von Stakeholdern

Brunner steht im ständigen Austausch mit seinen Stakeholdern. Die Einbindung und Einbeziehung aller Interessensgruppen ist wesentlich für den Fortbestand der Geschäftstätigkeit und den Erfolg des Unternehmens. Durch die Interaktion mit all diesen Gruppen ist es uns möglich, auf Veränderungen der Gesellschaft zu reagieren, Verbesserungspotenziale in sozialen und ökologischen Belangen zu erkennen und an einer besseren Umwelt zu arbeiten.

Folgende Stakeholder hat die Brunner GmbH identifiziert:

- Mitarbeiter
- Tochtergesellschaften (Brunner AG, Brunner SAS, Brunner UK, Brunner APAC)
- Eigentümer
- Endkunden
- Lieferanten
- Architekten
- Händler
- Staat / Gesetzgeber / Kommune / Verbände

GRI 3: Wesentliche Themen

GRI	Beschreibung	
3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	<p>Relevante Themen, die auf die Umwelt von Brunner einwirken, werden in regelmäßiger Abstimmung mit der Geschäftsführung, den Führungskräften und den Teamleitern identifiziert und zur Umsetzung platziert. Fortlaufend finden Analysen zur Optimierung der strategischen Unternehmensausrichtung statt, die wiederum Handlungsbedarf aufdecken. Diese beinhalten unter anderem die Auswertung der Chancen und Risiken, Stakeholder-Analysen und die Beurteilung von Umweltaspekten.</p> <p>Unser integriertes Managementsystem basiert auf den Regelwerken der ISO 9001:2015 und ISO 14001:2015. Einzelne Ziele werden darüber festgelegt und mittels Kennzahlen überwacht. Entsprechende Maßnahmen werden formuliert, unsere Mitarbeiter ausreichend informiert und aufgeklärt und in diesem Sinne funktionierende Strukturen im Unternehmen installiert.</p> <p><u>s. Einbindung des Nachhaltigkeitsmanagements</u></p>
3-2	Liste der wesentlichen Themen	<u>s. Die wichtigsten Themen</u>
3-3	Management der wesentlichen Themen	Zur Optimierung unserer Fähigkeit der Planung, Umsetzung, Kontrolle und Verbesserung von Zielen und Maßnahmen setzen wir auf die Managementsysteme ISO 9001:2015 und ISO 14001:2015. Wir überwachen darüber die Effizienz aller Prozesse, die Kundenorientierung, unsere Reaktionsfähigkeit auf Anforderungen des Marktes sowie die Fördermöglichkeiten des Umweltschutzes. Weiterhin werden erforderliche Maßnahmen auf Basis interner Audits, Workshops und im Rahmen der Initiative „Brunner ImProve!“ ermittelt und im Management-Review überwacht. Wir binden unsere Lieferanten über den Lieferantenverhaltenskodex mit in unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen ein und kommunizieren soziale und ökologische Anforderungen.

GRI 201: Wirtschaftliche Leistung

GRI	Beschreibung	
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Der Umsatz der Brunner GmbH betrug 2022 115 Mio. Euro.
201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und deren mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	<p>Innerhalb unserer Chancen- und Risikobewertung sind umweltrelevante Einflüsse und Auswirkungen ein wesentlicher Bestandteil. Jährliche Marktanalysen führen somit zur Identifikation entsprechender Risikofaktoren, deren Ursache und Wahrscheinlichkeit sowie der Entwicklung von frühzeitigen Vermeidungsmaßnahmen, die zu neuen Chancen führen können.</p> <p>Unser Projekt zur Dekarbonisierung steckt zwar noch in den Kinderschuhen, ist jedoch schnell zu einem wesentlichen Bestandteil der Unternehmensstrategie geworden. Auf Grundlage der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks können wir gezielt Risikoposten identifizieren und Verbesserungspotentiale herausstellen. Die Analyse von beispielsweise Energie, Fuhrpark und Entsorgung führt zu aussagekräftigen Kennzahlen, auf denen entsprechende Maßnahmen aufgebaut und gegeneinander abgewogen werden können.</p> <p><u>s. Ökonomische Effekte</u></p>

GRI 202: Marktpräsenz

GRI	Beschreibung	
202-2	Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte	Brunner hat als mittelständisches Familienunternehmen einen hohen Bezug zur umliegenden Gemeinde. Ein Großteil aller Mitarbeiter am Hauptsitz kommt aus nahe gelegenen Ortschaften. Somit haben auch unsere Führungskräfte ihren Wohnsitz und ihren Lebensmittelpunkt grundsätzlich in der lokalen Gemeinschaft.

GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen

GRI	Beschreibung	
203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	<u>s. Ökonomische Effekte</u>

GRI 301: Materialien

GRI	Beschreibung																	
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	<p>Die wesentlichen Materialien, die wir einsetzen, sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Holz und Holzwerkstoffe • Stahl • Aluminium • Kunststoffe • Textilien <p>Die eingesetzten Materialien und deren Anteile einzelner Produkte sind in den relevanten Produktumwelterklärungen abgebildet. Diese können im Mediacenter heruntergeladen werden.</p>																
301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	<p>Wo möglich, setzen wir uns für eine Erhöhung des Recyclinganteils in den von uns verwendeten Materialien ein. Wir arbeiten eng mit unseren Lieferanten zusammen, um verbesserungsfähige Materialien und den Rahmen ihrer Möglichkeiten zu identifizieren und einen hohen Anteil an Recyclingmaterial (aus Pre- und Post-Consumer-Abfällen) zu erreichen. Die hier angegebenen Werte basieren auf den Angaben der Lieferanten oder branchenüblichen Durchschnittswerten.</p> <table border="0"> <tr> <td>Spanplatte</td> <td>0–20 %</td> </tr> <tr> <td>Spantischlerplatte</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>MDF-Platten</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Schichtholz</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Stahl</td> <td>0–50 %</td> </tr> <tr> <td>Aluminium</td> <td>60–100 %</td> </tr> <tr> <td>Kunststoffe</td> <td>0–75 %</td> </tr> <tr> <td>Bezugsstoffe</td> <td>0–100 %</td> </tr> </table>	Spanplatte	0–20 %	Spantischlerplatte	0 %	MDF-Platten	0 %	Schichtholz	0 %	Stahl	0–50 %	Aluminium	60–100 %	Kunststoffe	0–75 %	Bezugsstoffe	0–100 %
Spanplatte	0–20 %																	
Spantischlerplatte	0 %																	
MDF-Platten	0 %																	
Schichtholz	0 %																	
Stahl	0–50 %																	
Aluminium	60–100 %																	
Kunststoffe	0–75 %																	
Bezugsstoffe	0–100 %																	
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	<p>Mit Beginn der Entwicklungsphase achten wir bei unseren Produkten auf die Planung langlebiger Konstruktionen und den Einsatz besonders hochwertiger Materialien. Damit können wir eine Nutzungsdauer von mindestens 15 Jahren gewährleisten. Danach können sie gewöhnlich problemlos weitergenutzt werden und eignen sich somit mindestens für die Nutzung in einem Second Life. Eine hohe Verfügbarkeit von Ersatzteilen und unser Reparaturservice ermöglichen einen schnellen Austausch und die Nachrüstung mit verschiedenen Komponenten.</p> <p>s. Abfallmanagement</p>																

GRI 302: Energie

GRI	Beschreibung											
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	<p>ENERGIEVERBRAUCH* 2021 in kWh</p> <table border="1"> <tr> <td>Benzin</td> <td>28.191,4 kWh</td> </tr> <tr> <td>Flüssiggas</td> <td>156.148,3 kWh</td> </tr> <tr> <td>Elektrizität</td> <td>1.617.586,0 kWh</td> </tr> <tr> <td>Diesel</td> <td>2.319.149,8 kWh</td> </tr> <tr> <td>Erdgas</td> <td>3.002.549,0 kWh</td> </tr> </table> <p>* Der Energieverbrauch umfasst den Produktions-, Logistik- und Verwaltungsbereich am HQ in Rheinau, Deutschland.</p>	Benzin	28.191,4 kWh	Flüssiggas	156.148,3 kWh	Elektrizität	1.617.586,0 kWh	Diesel	2.319.149,8 kWh	Erdgas	3.002.549,0 kWh
Benzin	28.191,4 kWh											
Flüssiggas	156.148,3 kWh											
Elektrizität	1.617.586,0 kWh											
Diesel	2.319.149,8 kWh											
Erdgas	3.002.549,0 kWh											
302-3	Energieintensität	<p>Energieintensität = 18,2 kWh/Produkt</p> <p>Basierend auf dem Energieverbrauch des HQ und der Absatzmenge in 2021.</p>										
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	<p>Wir sind bestrebt unseren Energieverbrauch kontinuierlich weiter zu reduzieren, um damit nicht nur einen Beitrag zur Reduktion der CO₂-Emissionen nach dem Pariser Abkommen zu erwirken, sondern um gleichzeitig den Verbrauch unserer Ressourcen zu verlangsamen und fossile Ressourcen vermehrt zu schonen.</p> <p>An unserem einzigen Produktionsstandort in Deutschland sehen wir hierfür den größten Hebel und planen derzeit gezielte Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs und zur Nutzung alternativer Quellen. Alle vier bis fünf Jahre werden außerdem Energieaudits durchgeführt, durch die weitere Optimierungsmöglichkeiten definiert werden können.</p> <p>Durch den Einsatz eines eigenen Fuhrparks können wir innerhalb Deutschlands weitestgehend auf externe Transportdienstleister verzichten und auf eine routenoptimierte Streckenplanung und moderne Fahrzeuge zurückgreifen.</p> <p>Ungeachtet der bereits umgesetzten Maßnahmen, wie z. B. die Umstellung auf LED-Beleuchtung und den Einsatz von Shuttlebussen für unsere Mitarbeiter sehen wir noch einige Verbesserungspotenziale, die wir in naher Zukunft weiter ausarbeiten und realisieren werden.</p>										
302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	<p>Während der Neuentwicklung von Produkten orientieren wir uns an zirkulären Kriterien. Darunter fällt auch der CO₂-Fußabdruck, den ein Produkt während seines Lebenszyklus hinterlässt. Wir achten darauf, Materialien mit einer möglichst geringen CO₂-Bilanz zu verwenden und die Prozesse, die zur Produktherstellung nötig sind, so energiearm wie möglich zu gestalten.</p>										



GRI 303: Wasser

GRI Beschreibung

303-1 Wasser als gemeinsam genutzte Ressource

Um diese wichtige Ressource zu schonen, überprüfen wir kontinuierlich unseren Wasserbedarf und arbeiten permanent daran, den Verbrauch zu senken. Teil des Umweltmanagements ist unter anderem der Umgang mit Wasser, die jährliche Kontrolle des Verbrauchs und die Identifizierung von Optimierungspotenzialen, um den Wasserverbrauch zukünftig weiterhin zu senken.

Gleiches erwarten wir von unseren Lieferanten. Teil unseres Lieferantenverhaltenskodex sind umweltspezifische Aspekte, darunter auch die Behandlung von Abwässern. Diese müssen typisiert und überwacht und mögliche Maßnahmen zur Reduktion eingeleitet werden.

Wasser aus Produktionsprozessen fällt bei Brunner nicht an.

Der Verbrauch beläuft sich auf Sanitäranlagen und die Lackieranlage in der Produktion.

303-3 Wasserentnahme

303-4 Wasserrückführung

303-5 Wasserverbrauch

Im Jahr 2021 ist folgender Wasserverbrauch am HQ verzeichnet worden:

	2018	2019	2020	2021
Lackieranlage	1716	1395	1306	1113
Sanitäranlagen	2256	2375	2819	1734
GESAMT	3972	3770	4125	2847

Wasserstresslevel* an unseren Standorten (Stand 2019):

		LAND	WASSERSTRESS
HQ	Brunner GmbH	Deutschland	Mittel-Hoch
	Brunner AG	Schweiz	Niedrig
Tochtergesellschaften	Brunner SAS	Frankreich	Mittel-Hoch
	Brunner UK	England	Niedrig-Mittel
	Brunner APAC	Malaysia	Niedrig
		China	Mittel-Hoch

* Von Wasserstress spricht man, wenn die Wasserentnahme 20% der erneuerbaren Wasservorräte übersteigt und der Trinkwasservorrat in Relation zur Wasserentnahme eine wesentliche Barriere für die Entwicklung darstellt.



GRI 304: Biodiversität

GRI	Beschreibung	
304-1	Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben geschützten Gebieten oder Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von geschützten Gebieten befinden	Keiner der Standorte der Brunner Group befindet sich in oder neben einem geschützten Gebiet oder einem Gebiet mit hohem Biodiversitätswert.
304-3	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	Biodiversität umfasst die Vielfalt der Arten und der biologischen Lebensräume. Diese Vielfalt ist leider aus diversen Gründen gefährdet. Daher ist es wichtig, den Arten in ihren Lebensräumen Schutz zu bieten. Bei Brunner achten wir daher darauf, so wenig Fläche wie möglich zu versiegeln. Große Rasenflächen auf dem Campus sorgen für wichtigen Lebensraum und haben zudem eine positive Auswirkung auf die psychische Gesundheit unserer Mitarbeiter. Ein naturnaher Teich mit vielfältiger Bepflanzung ist außerdem die Heimat diverser Arten. Als Ausgleich für alle bebauten Flächen wurde eine Fläche von 43.790 m ² erworben. Auf dieser Fläche befindet sich eine Wiesenknopf-Silgenwiese und eine Nasswiese.

GRI 305: Emissionen

GRI Beschreibung

305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Brunner ermittelt seit 2020 jährlich seinen Corporate Carbon Footprint (CCF), um gezielt Maßnahmen für eine Reduktion der THG-Emissionen ergreifen zu können. Die Angaben beziehen sich auf das HQ und den Produktionsstandort in Rheinau, Deutschland.

	2020		2021	
	[t CO ₂]	[%]	[t CO ₂]	[%]
SCOPE 1	1.515,4	43,5	1.655,9	31,1
Fuhrpark	645,1	18,5	643,3	12,1
Wärme	559,1	16,0	364,6	6,9
Kältemittel	311,2	8,9	648,0	12,2

305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)

	2020		2021	
	[t CO ₂]	[%]	[t CO ₂]	[%]
SCOPE 2	361,0	10,4	302,5	5,7
Strom	361,0	10,4	302,5	5,7

305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

	2020		2021	
	[t CO ₂]	[%]	[t CO ₂]	[%]
SCOPE 3	1.515,4	43,5	3.360,5	63,2
Eingangslogistik	-	-	1.218,2	22,9
Ausgangslogistik	-	-	182,5	3,4
Büropapier	2,0	0,1	11,7	0,2
Gastronomie	60,0	1,7	74,8	1,4
Druckprodukte	18,0	0,5	42,9	0,8
Wasser	2,8	0,1	0,3	0,0
Vorkette Fuhrpark	96,2	2,8	365,2	6,9
Vorkette Strom	140,2	4,0	176,3	3,3
Vorkette Wärme / Kälte	124,8	3,6	108,3	2,0
Betriebsabfall	108,0	3,1	115,3	2,2
Bahn	-	-	0,4	0,0
Miet- und Privatfahrzeuge	-	-	0,1	0,0
Anfahrt Mitarbeitende	1056,8	30,3	1.064,5	20,0

GRI 306: Abfall

GRI	Beschreibung	
306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	<p>Ein zentraler Bestandteil einer nachhaltigen Entwicklung eines Unternehmens ist unter anderem die Überwachung und Reduktion aller Abfälle, bei denen auch Produktverpackungen eine wichtige Rolle spielen.</p> <p>Innerhalb unseres internen Managementsystems erfassen wir alle Abfallarten, die in unseren Prozessen anfallen. Die Abfälle werden kategorisiert, Umwelt-risiken definiert und daraus entstehende Maßnahmen umgesetzt. Alle Behältnisse sind ordnungsgemäß gekennzeichnet, Gefahrstoffe sind in einer Gefahrstoffliste hinterlegt und die Entsorgung erfolgt ausschließlich durch zertifizierte Unternehmen.</p> <p><u>s. GRI 306-3</u></p>
306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	<u>s. Abfallmanagement</u>

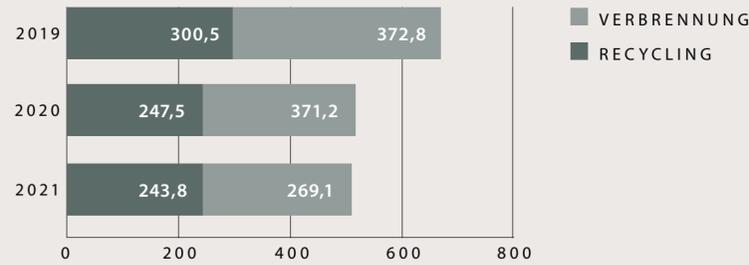
GRI 306: Abfall

GRI Beschreibung

306-3 Angefallener Abfall

ABFALLART	2019	2020	2021	ENTSORGUNG
NICHT GEFÄHRLICHE ABFÄLLE (in t)				
Papier / Pappe	260,8	213,7	207,9	Recycling
Holz	120,1	86,5	83,1	Verbrennung
Folie	16,1	5,2	9,2	Recycling
gemischte Siedlungsabfälle	49,9	32,6	28,3	Verbrennung
Restmüll	1,2	0,0	0,0	Verbrennung
Ersatzbrennstoffe	177,0	131,9	134,3	Verbrennung
Glas	0,0	3,0	1,0	Recycling
Metall	23,7	25,6	25,7	Recycling
wässrige Schlämme	11,8	8,4	10,7	Verbrennung
GEFÄHRLICHE ABFÄLLE (in t)				
Klebstoffe und andere Dichtmassen	1,5	0,4	0,5	Verbrennung
Andere Lösemittel	4,9	5,8	2,8	Verbrennung
Farb- und Lackabfälle	6,4	5,7	9,5	Verbrennung

AUFTEILUNG ENTSORGUNG (in t)



GRI 307: Umwelt-Compliance

GRI	Beschreibung	
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	Es gab in den Jahren 2021 und 2022 keine Verstöße gegen Umweltschutzgesetze und -verordnungen. Gesetze im Bereich Umwelt werden von uns dokumentiert und überwacht. Innerhalb der Zertifizierung nach ISO 14001:2015 wird die Einhaltung aller Vorschriften zusätzlich von einer externen Stelle bewertet.

GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten

GRI	Beschreibung	
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	Unsere Lieferanten sind dazu angehalten einen Lieferantenverhaltenskodex zu unterschreiben. Dieser beinhaltet Prinzipien zu den Themen Achtung der Menschenrechte, Ablehnung von Kinder- und Zwangsarbeit, faire und gleiche Behandlung der Mitarbeiter, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit sowie Richtlinien zum Schutz der ökologischen Umwelt. Der Lieferantenverhaltenskodex wurde bereits von den 30 wichtigsten Lieferanten (nach Absatzmenge) unterschrieben.

GRI 401: Beschäftigung

GRI	Beschreibung	
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	<u>s. GRI 2-7</u>
401-3	Elternzeit	Die Richtlinien zur Elternzeit der Brunner Group halten sich an die jeweils regionalen geltenden Gesetze und Vorschriften. Im Jahr 2022 waren 6 Mitarbeiter der Brunner GmbH in Elternzeit.

GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

GRI	Beschreibung	
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	<p>Für die Überwachung und Umsetzung aller Prozesse führen wir ein integriertes Managementhandbuch, das einen zentralen Zugriff auf alle relevanten Übersichten, Informationen und Dokumente gewährleistet. Über die Zertifizierung nach ISO 9001:2015 und ISO 14001:2015 sichern wir ein funktionierendes Managementsystem und die kontinuierliche Analyse unserer Prozesse. Damit einher geht ein hohes Maß an Verantwortung für die Bewertung von Risiken und Maßnahmen.</p> <p>An allen weltweiten Standorten werden von unseren Mitarbeitern vor Ort Gesundheits- und Sicherheitsstandards definiert und eingehalten. An unserem Produktionsstandort in Rheinau, Deutschland sind Sicherheitskonzepte im Einsatz, Mitarbeiter werden regelmäßig zu relevanten Themen geschult und die Bedingungen je nach Beschaffenheit des Arbeitsplatzes an eine optimale Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter angepasst. Zusätzlich findet vierteljährlich eine Arbeitsschutzausschusssitzung (ASA) statt. Innerhalb dieses Kommunikationsforums werden Anliegen der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes besprochen. Die Sitzung dient zur regelmäßigen Besprechung der Unfall- und Krankheitsfälle, der Gefährdungsbeurteilung und der geplanten Änderungen sowie notwendiger Maßnahmen aufgrund der Bilanz der aktuellen Situation. Die Mitglieder, die an der ASA teilnehmen, sind für verschiedene Bereiche im Unternehmen zuständig und können sich somit gezielt für Sicherheits- und Gesundheitsstandards in diesen Bereichen einsetzen.</p>
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	In regelmäßigen Abständen führen wir in relevanten Arbeitsbereichen Gefährdungsbeurteilungen durch, die verschiedene Gefahrenposten in umfangreiche Kriterien gliedern und die daraus entstehenden Verletzungs-, Gesundheits- und Belastungsrisiken bewerten. Hieraus resultierende Gegenmaßnahmen werden ebenfalls registriert und umgesetzt. Vierteljährliche Sicherheitsbegehungen gewährleisten zusätzlich die Identifikation einer potenziellen Gefährdung der Arbeitssicherheit in entsprechenden Bereichen und die Überprüfung der Befolgung und Umsetzung festgelegter Standards und Maßnahmen.
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Wir halten den direkten Austausch mit unseren Mitarbeitern als wichtigen Baustein für die Gefahrenidentifikation. Umfassende Schulungen dienen dazu, das Bewusstsein der Mitarbeiter für Gesundheits- und Sicherheitsfragen zu schärfen und Ihnen grundlegende Regeln an die Hand zu geben. Gleichzeitig können unsere Mitarbeiter aktiv an der Arbeitssicherheit mitwirken, in dem sie Posten als Ersthelfer, Brandschutzhelfer oder Sicherheitsbeauftragte übernehmen.
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Unsere Mitarbeiter und die verantwortlichen Fachkräfte durchlaufen verpflichtende Ausbildungen und Sicherheitsschulungen zum Umgang mit den eingesetzten Materialien und Anlagen. Die vermittelten Inhalte sind unter anderem die Handhabung von Betriebsmitteln, der Umgang mit Gefahrstoffen und Chemikalien, das Verhalten im Brand- und Gefahrenfall und eine Auflistung der zuständigen Ansprechpartner.
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	<p>s. GRI 403-1</p> <p>s. Herstellungsprozesse</p>
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	<p>Zum Schutz unserer Mitarbeiter ergreifen wir verschiedene präventive Maßnahmen, um das Risiko einer Verletzung möglichst gering zu halten. Darunter fallen detaillierte Arbeits- und Betriebsanweisungen, sowie regelmäßige Sicherheitsbegehungen und Schulungen zum Umgang mit den eingesetzten Materialien und Anlagen. Verletzt sich einer unserer Mitarbeiter trotz aller Maßnahmen, so ist dies unverzüglich oder spätestens innerhalb von drei Werktagen zu melden.</p> <p>2021 und 2022 wurden insgesamt 13 arbeitsbedingte Verletzungen vermerkt.</p>
403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	Im Berichtszeitraum sind keine arbeitsbedingten Erkrankungen vermerkt.

GRI 404: Aus- und Weiterbildung

GRI	Beschreibung	
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	<p>Die Weiterbildung und Ausbildung unserer Mitarbeiter ist ein wichtiger Aspekt während ihres Berufslebens. Es ermöglicht Kompetenzen zu vertiefen, Selbstbewusstsein in verschiedenen Aufgaben aufzubauen und somit die Entwicklung und den Erfolg des Unternehmens und der eigenen Persönlichkeit in großem Maße zu unterstützen. Wir möchten daher unseren Mitarbeitern Möglichkeiten bieten, sich weiterzuentwickeln und Ihnen Werkzeuge an die Hand geben, diese Weiterentwicklung umzusetzen.</p> <p>Für neue Mitarbeiter bieten wir im Rahmen der Brunner Academy Schulungsmöglichkeiten, in denen sie in Vorträgen und interaktiven Workshops das Unternehmen und die Produkte besser kennenlernen können.</p> <p><u>s. Brunner Academy</u></p>
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	Über 85 % unserer Mitarbeiter bieten wir jährliche Mitarbeitergespräche, in denen zukünftige Ziele vereinbart werden, die das Leistungsbewusstsein steigern und zur Verbesserung der Fähigkeiten der Mitarbeiter führen. Gleichzeitig bieten sie Raum für Verbesserungsvorschläge seitens des Mitarbeiters und die Option zur aktiven Mitgestaltung der eigenen Arbeitsumwelt.

GRI 405: Diversität und Chancengleichheit

GRI	Beschreibung	
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	<u>s. GRI 2-7</u>

GRI 406: Nichtdiskriminierung

GRI	Beschreibung	
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahme(n)	<p>Brunner toleriert keinerlei Art von diskriminierendem Verhalten und Belästigung aufgrund der ethischen Herkunft, der Religion, des Alters, des Geschlechts, der Staatsangehörigkeit, der körperlichen oder geistigen Behinderung, der sexuellen Orientierung oder aufgrund anderer rechtswidriger Kriterien. Die Bedingungen, zu denen unsere Mitarbeiter weltweit arbeiten, stehen im Einklang mit den jeweiligen Gesetzen und Vorschriften. Im Jahr 2022 wurde daher kein Fall von Diskrimination bekannt.</p> <p>Auch unsere Lieferanten werden mit der Unterzeichnung des Lieferantenverhaltenskodex zum Schutz der Persönlichkeitsrechte und der Privatsphäre dazu aufgefordert alle Arten der Diskriminierung zu unterbinden.</p>

GRI 408: Kinderarbeit

GRI	Beschreibung	
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	<p>99 % aller Brunner Zulieferteile stammen aus Europa. In diesen Ländern ist die Achtung der Menschenrechte gesetzlich streng geregelt. Daher nehmen wir an, dass wir dank dieser strikten Regelungen kein Risiko für Kinder- oder Zwangsarbeit befürchten müssen. Da wir diese Themen dennoch als wesentlich erachten, sind sie Bestandteil unseres Lieferantenverhaltenskodex.</p>

GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit

GRI	Beschreibung	
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	s. GRI 408-1

GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten

GRI	Beschreibung	
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	<p>Wichtiger Faktor unserer Qualitätsansprüche sind unsere Lieferanten, mit denen wir enge und langjährige Partnerschaften anstreben und pflegen. Daher werden diese dazu aufgefordert Brunners Lieferantenverhaltenskodex zu unterzeichnen, der zum Ziel hat, diverse soziale und ökologische Anforderungen einzuhalten. Die Grundlage hierfür bieten u. a. die internationale Arbeiterorganisation (ILO) und die Grundsätze des Global Compact der Vereinten Nationen.</p> <p>In regelmäßigen Lieferantenaudits werden unsere Lieferanten zusätzlich kontinuierlich überprüft und Verbesserungspotenziale herausgestellt, die in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Lieferanten erarbeitet werden.</p>

GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit

GRI	Beschreibung	
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	<p>Die Gesundheit unserer Kunden ist essentiell für unseren Qualitätsanspruch. Unsere Möbel unterstützen während ihrer gesamten Nutzungsphase ein sicheres und gesundes Umfeld und beeinflussen eine umweltbewusste Einrichtung.</p> <p>Wir halten mindestens die jeweils geltenden gesetzlichen Vorschriften für Schadstoffe ein. Hierunter fallen die REACH-Verordnung und die Begrenzung der Formaldehydabgabe in Holzwerkstoffen (E1/E05) nach der Chemikalien-Verbotsverordnung. Wir achten prinzipiell auf die Vermeidung oder Begrenzung von Chemikalien wie z. B. Quecksilber, Cadmium, Blei, Phthalate und FCKW. Hierfür pflegen wir auch einen kontinuierlichen Austausch mit unseren Lieferanten.</p> <p>Bei der Prüfung neuer, alternativer Materialien ist die Reduzierung schädlicher Emissionen ein ausschlaggebendes Kriterien.</p> <p>Über die Eigenschaften einzelner Materialien sowie den Materialanteil in unseren Produkten informieren wir in unseren Produkt-Umwelklärungen.</p> <p>Ein Großteil unseres Sortiments lassen wir im Rahmen des TÜV Rheinland Testing Standards 2019 (TÜV Rheinland zertifiziert) auf Schadstoffe und andere Emissionen überprüfen. Alle relevanten Materialien wurden einer Emissions- und Materialprüfung unterzogen. Die zu prüfenden Materialien wurden außerdem so ausgewählt, dass sie weitere Modelle unseres Portfolios abdecken und stellvertretend für alle Modelle eingesetzt werden können.</p> <p>Für alle Stühle werden Sicherheitsprüfungen durchgeführt. Die hierfür genutzten, internen Testmaschinen unterliegen einer periodischen Kontrolle durch externe Prüfstellen. Ein Großteil unseres Portfolios wird zudem einer offiziellen Sicherheitsprüfung nach den GS-Zeichen unterzogen. Die Modelle werden nach den aktuell gültigen Normen für den Objektbereich geprüft.</p>

GRI 417: Marketing und Kennzeichnung

GRI	Beschreibung
417-1	<p data-bbox="406 484 1152 551">Anforderungen an die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und an die Kennzeichnung</p> <p data-bbox="1306 484 3015 619">Auf unserer Webseite werden unter der jeweiligen Produktdetailseite verschiedene Informationen zu unseren Produkten angeboten. Darunter fallen Datenblätter, Zertifikate, Broschüren, Produkt-Umwelterklärungen, Montage- und Bedienungsanleitungen und Reinigungs- und Pflegehinweise. Ist ein Produkt mit einem Zertifikat ausgezeichnet, so ist diese Information nicht direkt am Produkt angebracht, sondern nur über unsere Webseite und andere Informationsmaterialien ersichtlich.</p>

MITGLIEDSCHAFTEN

Verbände & Organisationen

Ein aktiver Austausch von Wissen und Erfahrung und die Förderung der Gemeinschaft ist Teil unseres unternehmerischen Handelns. Wir sind daher Mitglieder in den nachfolgenden Verbänden, Vereinen und anderen Interessensgruppen:

Deutscher Designer Club

Der DDC bietet Plattformen, auf denen sich Gestalter aus allen Disziplinen vernetzen und in einen fachübergreifenden Austausch gehen können. Für eine nachhaltige Gestaltung der Branche fördert der Club junge Talente und setzt sich mit aktuellen Trends auseinander.

Deutsches Rotes Kreuz

Das DRK ist Teil der global größten humanitären Organisation und unterstützt seit über 150 Jahren Menschen in Konfliktverhältnissen, bei Katastrophen und in sozialen und gesundheitlichen Notsituationen. Hierfür engagieren sich für das DRK weltweit über 100 Millionen freiwillige Helfer und Mitglieder.

DFO

Als technisch-wissenschaftliche Organisation für industrielle Lackiertechnik, arbeitet die Deutsche Forschungsgesellschaft für Oberflächenbehandlung eng mit Instituten, Universitäten und Hochschulen zusammen. Im Mittelpunkt stehen die Forschung und die Vermittlung von Wissen im Format von z. B. Analyse, Vorträgen, Fachberatungen oder Lernvideos.

Die jungen Unternehmer

Die Jungen Unternehmer sind eine branchenübergreifende Interessenvertretung für junge Familien- und Eigentümerunternehmer. Der Verein engagiert sich für bestmögliche Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln in Europa.

IHK

Innerhalb der Industrie- und Handelskammern organisieren sich branchenübergreifend Unternehmen und verwalten die regionale Wirtschaft. Die IHK informiert u. a. in Veranstaltungen über betriebliche Themen, dient als Ort für wertvolles Networking, vertritt die Interessen der Unternehmen in der Politik und unterstützt unternehmerisches Denken in Schulen und bei jungen Leuten.

nectanet

Zur Unterstützung der Wirtschaft in der Region Ortenau bietet Nectanet eine Plattform für den Dialog zwischen Wirtschaft und Politik, die Suche nach nationalen und internationalen Fachkräften, die Stärkung von Start-ups in der Community und die Förderung von Bildung und Projekten.

New Work

New Work bietet mit diversen Marken, Produkten und Dienstleistungen, verschiedene Formate, die in der Arbeitswelt einen größeren Fokus auf den Menschen unterstützen und Unternehmen zu mehr Erfolg helfen. Zu den Marken gehören u. a. XING, kununu und Honeypot.

Förderverein Anne Frank Gymnasium

Durch den Förderverein des Anne Frank Gymnasiums können Schülerinnen und Schüler bei Exkursionen, Studienfahrten und anderen schulischen Initiativen unterstützt werden. Weiterhin beteiligt sich der Verein an der Ausstattung der Schule, an kulturellen Angeboten und an der Finanzierung von Nachhilfeprojekten

wvib

Der Wirtschaftsverband Industrieller Unternehmen Baden bietet jährlich Veranstaltungen zu den Themen Unternehmen, Mitarbeiter, Kunden, Gesellschaft und Umwelt und vernetzt darüber mittelständische Unternehmen und Führungskräfte für einen Erfahrungsaustausch.

YPO

YPO ist eine global tätige Gemeinschaft von Führungskräften mit über 30.000 Mitgliedern in mehr als 140 Ländern. Die Organisation unterstützt die Vernetzung der Mitglieder für einen Austausch von Erfahrungen und Ideen sowie die Verbesserung der Führungsfähigkeiten, um einen positiven Einfluss auf die Umwelt zu haben.



Kontakt

UNTERNEHMENSSTZ DEUTSCHLAND

Brunner GmbH
Im Salmenkopf 10
D – 77866 Rheinau-Freistett

T +49 7844 40 20
F +49 7844 40 2800
info@brunner-group.com

VERTRIEBSGESELLSCHAFT ENGLAND

Brunner UK Limited
62-68 Rosebery Avenue
UK – London EC1R 4RR

T +44 20 7309 6400
F +44 20 7309 640
sales@brunner-uk.com

VERTRIEBSGESELLSCHAFT SCHWEIZ

Brunner AG
Gewerbestrasse 10
CH-3322 Schönbühl

T +41 31 932 22 32
F +41 31 932 22 64
info.ch@brunner-group.com

VERTRIEBSGESELLSCHAFT FRANKREICH

Brunner SAS
16, rue du Ried
F-67720 Weyersheim

T +33 38 86 81 314
F +33 38 86 81 056
france@brunner-group.com

VERTRIEBSGESELLSCHAFT ASIEN PAZIFIK

**Brunner Asia Pacific
Private Limited**
6 Battery Road,
#07-22
SG – Singapur 049909



ANSPRECHPARTNER

Emily Erwe
Nachhaltigkeitsmanagement
T +49 7844 402 616
eer@brunner-group.com

BILD

Lukas Schramm, Seite 23

INTERVIEW

Frank Wagner für nomad magazine,
Seite 20-21

GENDER-HINWEIS

Zur besseren Lesbarkeit wird
in diesem Dokument die
männliche Form für Personen-
bezeichnungen verwendet.
Diese Begriffe gelten im Hinblick
auf die Gleichbehandlung
für alle Geschlechter und stellen
keinerlei Wertung dar.

© Brunner GmbH 2023

brunner ::