

## Unternehmenspolitik der Würth Industrie Service GmbH & Co. KG

Im Rahmen unserer Unternehmenspolitik verpflichten wir uns zu einem ganzheitlichen Qualitäts-, Umwelt- und Sicherheitsgedanken sowie zum verantwortungsbewussten Umgang mit natürlichen Ressourcen, Vermeidung von Umweltbelastungen und Einhalten der bindenden Verpflichtungen. Wir definieren klare Ziele für Qualität, Umweltschutz, Nachhaltigkeit und Kundenorientierung. Ergebnisse werden kontinuierlich geprüft und bewertet, um eine ständige Weiterentwicklung und Verbesserung zu gewährleisten.

Gleichermaßen stehen wir mit dem Markenkern „C-Teile. Mit Sicherheit“ für unseren Qualitätsanspruch, ein verlässlicher Geschäftspartner für unsere Kunden und Lieferanten zu sein. Mit einem aktiven Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement bilden wir die Grundlage dafür, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter effektiv zum Erfolg des Unternehmens beitragen können. Wir unterstützen das Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Verbesserungen und fördern das Bewusstsein für Qualität, Umweltschutz und Kundenorientierung durch Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen.

Getreu dem Motto „Wir wollen unsere Kunden nicht nur zufriedenstellen, sondern begeistern“ handeln wir nach den Anforderungen und Bedürfnissen, die von intern und extern an uns gestellt werden und versuchen, diese für alle Parteien zielgerichtet umzusetzen. So trägt die Unternehmenspolitik maßgeblich zu unserer Wachstumsstrategie bei. Die aktive Einbindung aller Kolleginnen und Kollegen zur kontinuierlichen Verbesserung ist dabei selbstverständlich und unabdingbar, um unser integriertes Managementsystem, welches auf den Standards ISO 9001 und ISO 14001 sowie einem umfassenden Arbeitsschutzmanagement basiert, weiter voranzutreiben.

Unsere Unternehmenspolitik dient als Leitbild für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und wird durch unsere Führungskräfte vorgelebt. Sie ist Bestandteil unserer Unternehmenswerte und soll darüber hinaus ein Grundstein für unsere Unternehmensvision („Die Nummer 1 beim Kunden sein und dadurch die Marktführerschaft im C-Teile-Management erreichen“) sein. Hieraus leitet sich die strategische Ausrichtung der WIS mit den zugehörigen Zielen auf Unternehmens- und Bereichsebene ab. Gleichermaßen ist die soziale Verpflichtung gegenüber externen und internen Partnern wichtiger Bestandteil der Unternehmenswerte, welche im Code of Conduct verankert ist.



Rainer Bürkert



Ralf Gehringer



Martin Jauss



Marcus Otto



Eberhard Scheuber