

Zusammengefasster nichtfinanzieller Bericht

» Kurz gesagt «

Im abgelaufenen Geschäftsjahr
konnte Jenoptik den Engagement Score auf

72 %

und damit um 4 Prozentpunkte verbessern.

Der zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht erfüllt
die Anforderungen nach CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz.

Gesonderter zusammengefasster nichtfinanzieller Bericht gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz

Aufstellung und Geschäftsmodell



Weiterführende Informationen zu Geschäftsmodell und Märkten siehe Seite 74

Unternehmerisches Handeln ist für Jenoptik nicht ausschließlich auf die Umsetzung wirtschaftlicher Ziele beschränkt, sondern auch eine Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft und Umwelt. Gemeinsam mit unseren Kunden gestalten wir zukunftsweisende Trends in den Bereichen Energieeffizienz, Gesundheit, Umwelt, Mobilität und Sicherheit. Für uns als international agierendes Technologieunternehmen ist Innovation eine treibende Kraft und Grundlage für unseren Geschäftserfolg. Mit unseren Produkten leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen sowie zur Schonung und effizienten Nutzung von Ressourcen.

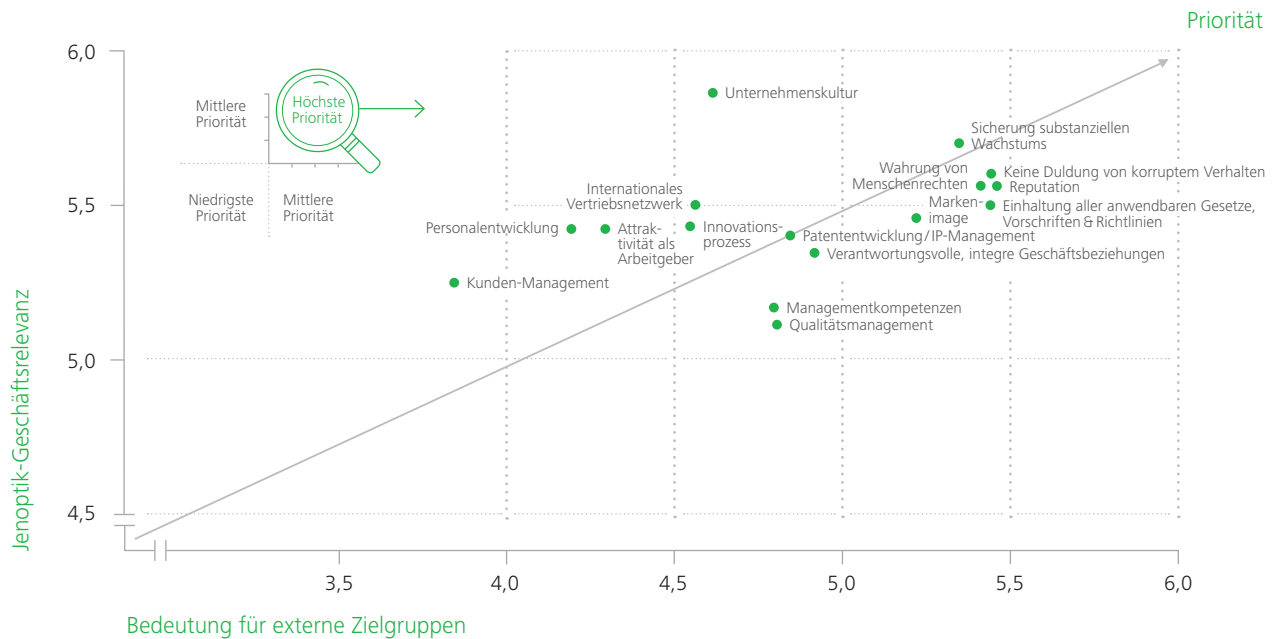
Seit Anfang 2019 berichtet Jenoptik in der neuen Organisationsstruktur in den Divisionen Light & Optics, Light & Production, Light & Safety sowie der selbstständigen Beteiligung VINCORION. Mit dem überwiegenden Teil des Leistungsspektrums ist Jenoptik im Photonik-Markt tätig und Lieferant von hochwertigen

Investitionsgütern. Damit ist der Konzern vorrangig Technologiepartner von Industrieunternehmen und öffentlichen Auftraggebern.

Unser Nachhaltigkeitsverständnis

Unser Nachhaltigkeitsverständnis beruht auf der Überzeugung, dass wir unsere ökonomischen Ziele und damit dauerhaft profitables Wachstum vor allem auch durch verantwortungsvolles Verhalten gegenüber Umwelt und Gesellschaft erreichen können. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, liegt das Thema Nachhaltigkeit bei Jenoptik im Verantwortungsbereich des Vorstandsvorsitzenden. Die Abteilung Investor Relations & Sustainability hat seit Mitte 2019 die Verantwortung für das konzernweite Nachhaltigkeitsmanagement von Jenoptik und berichtet regelmäßig an Vorstand und Aufsichtsrat. Der Arbeitskreis Nachhaltigkeit – bestehend aus Vertretern der Abteilungen Investor Relations & Sustainability,

G08 Wesentlichkeits-Matrix



Kommunikation & Marketing, Human Resources, Finanzen, Umweltmanagement sowie Compliance & Risk Management – diskutiert regelmäßig relevante Querschnittsthemen.

Im Folgenden informieren wir über Nachhaltigkeitsthemen, die für ein besseres Verständnis des Geschäftsverlaufs und die künftige Entwicklung des Unternehmens wesentlich sind.

Mit dem hier veröffentlichten gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht werden die Anforderungen an das CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RL-UG) gemäß §§ 289b Abs. 3 und 315b Abs. 3 HGB erfüllt. Der Bericht erläutert die sowohl für unsere externen Zielgruppen als auch aus Unternehmenssicht wesentlichen Themen in den Bereichen Arbeitnehmer, Umwelt, soziales Engagement, Menschenrechte sowie Anti-Korruption im Geschäftsjahr 2019. Die Angaben im nichtfinanziellen Bericht gelten für den Konzern und die JENOPTIK AG gleichermaßen, voneinander abweichende Angaben sind kenntlich gemacht. Die Beschreibung der hier dargestellten Konzepte orientiert sich am Standard 103 der Global Reporting Initiative (GRI). Dies bedeutet, dass Jenoptik im Rahmen der Beschreibung unter anderem Komponenten wie Ziele, vorhandene Richtlinien, Verantwortlichkeiten, aber auch konkrete Maßnahmen wie zum Beispiel Projekte, Programme und Initiativen darstellt. Bei der Auswahl der Kennzahlen diente der GRI-Standard als Orientierungshilfe, wurde jedoch nicht zur weiteren Detaillierung herangezogen. Dies betrifft unter anderem Angaben zur Anzahl der Mitarbeiter, Mitarbeiter in Elternzeit oder die Fluktuationsrate. Die Wesentlichkeitsanalyse und die Risikobetrachtung wurden gemäß den Anforderungen des CSR-RL-UG erstellt. Gemäß § 315b Abs. 1 Satz 3 HGB wird dabei zu einzelnen Aspekten auch auf andere im Konzernlagebericht enthaltene Angaben verwiesen. Die nach-

folgende Auflistung zeigt alle für den gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht relevanten Bestandteile im Lagebericht.

- Geschäftsmodell siehe Seite 74
- Strategie siehe Seite 77 ff.
- F+E/Innovationsmanagement siehe Seite 84 ff.
- Risiken und Chancen ab Seite 117
- Diversitätskonzept siehe Erklärung zur Unternehmensführung, www.jenoptik.de/investoren/corporate-governance

Wesentlichkeitsanalyse

Jenoptik steht im kontinuierlichen Dialog mit den Stakeholdern. Auf Basis der Analyse und unabhängigen Bewertung aller nichtfinanziellen Aspekte, die für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung sowohl aus Jenoptik-Sicht als auch aus Sicht der jeweiligen externen Zielgruppen (Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter, Aktionäre, Lieferanten sowie der breiten Öffentlichkeit) wesentlich sind, erfolgte 2019 eine weitere Priorisierung in Form zusätzlicher nichtfinanzieller Ziele (siehe Tabelle Seite 57). Die Ergebnisse der Gesamtbewertung sind in einer Wesentlichkeitsmatrix zusammengefasst und waren auch 2019 uneingeschränkt gültig. Themen im rechten oberen Quadranten sind dabei sowohl aus Sicht unserer Stakeholder als auch aus Jenoptik-Sicht für die Geschäftsentwicklung des Konzerns von größter Bedeutung. G08 T10


Die nachfolgende Übersicht zeigt auf, in welchen Bereichen der Wertschöpfungskette Jenoptik Handlungsschwerpunkte sieht.

T10 Für Jenoptik wesentliche Themen

Mitarbeiterbelange	Umweltbelange	Soziales Engagement	Menschenrechte	Anti-Korruption	Sonstige Themen
Unternehmenskultur	Umweltmanagement	Engagement in Wissenschaft & Bildung, Kunst & Kultur sowie sozialen Projekten	Wahrung von Menschenrechten	Keine Duldung von korruptem Verhalten	Marke & Reputation
Personalentwicklung	Abfallmanagement			Verantwortungsvolle, integre Geschäftsbeziehungen	Qualitätsmanagement
	Prozesse zur Beachtung von Vorschriften			Einhaltung aller anwendbaren Gesetze, Normen und Richtlinien	Innovation & Patententwicklung
	Ressourcenmanagement				Unternehmensstrategie

● für Jenoptik wesentliche Themen ● freiwillig berichtete Themen


Nichtfinanzielle Ziele

Mit unserer Strategie 2022 Hand in Hand geht auch ein Wandel der Unternehmenskultur hin zu einem offeneren, agileren und weniger komplexen Unternehmen, dessen Mitarbeiter mit Engagement und Motivation zum Erfolg beitragen. Vorstand und Aufsichtsrat von Jenoptik bekennen sich aktiv zu mehr Nachhaltigkeit und haben 2019 zusätzliche nichtfinanzielle Ziele für den Konzern beschlossen. Nachdem die „Mitarbeiterbelange“ bereits seit 2018 oberste Priorität in der Personalarbeit einnahmen und Maßnahmen zur Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit und Attraktivität von Jenoptik als Arbeitgeber umgesetzt wurden, fokussierte sich das Management 2019 auf das Thema „More Innovation“ sowie die Reduktion der CO₂-Emissionen und eine transparentere Lieferkette. Die Förderung guter Rahmenbedingungen für mehr Innovationen und höhere Investitionen in Forschung und Entwicklung entscheiden maßgeblich über unsere künftige Leistungsfähigkeit und sichern substanzielles Wachstum. Neben unserem bereits definierten strategischen Ziel, unsere F+E-Leistung einschließlich kundenspezifischer Entwicklungen bis 2022 auf 10 Prozent vom Umsatz zu steigern, wollen wir deshalb den Umsatzanteil mit Produkten und Plattformen, die in den letzten drei Jahren entwickelt wurden, kontinuierlich erhöhen (Vitality Index). 

Aber auch in anderen Bereichen wurde Handlungsbedarf identifiziert: Die Anforderungen im Zusammenhang mit dem Ziel der internationalen Klimapolitik, die globale Erwärmung zu beschränken, nehmen stetig zu, und Unternehmen sind mehr und mehr gefordert, aktiv zur Reduktion der CO₂-Emission beizutragen. Wir als Jenoptik wollen daher den Ökostrom-Anteil unserer Hauptproduktionsstandorte bis 2022 auf 70 bis 80 Prozent vom Gesamtstrombedarf steigern, unseren Fuhrpark um Fahrzeuge mit alternativen Antrieben erweitern sowie an unseren Standorten eine entsprechende Infrastruktur zum Laden aller batteriebetriebenen Fahrzeuge schaffen. Darüber hinaus wollen wir die steigenden Transparenzanforderungen in punkto Menschenrechte umsetzen. In Bezug auf unsere Lieferkette haben wir das Ziel, den höheren Anforderungen an die Sorgfaltspflicht gerecht zu werden und so die Transparenz zu erhöhen. Die nichtfinanziellen Ziele werden in den jeweiligen Kapiteln auf den Folgeseiten ausführlich beschrieben und sind in Tabelle 11 zusammengefasst.


Darüber hinaus berichten wir über Umweltbelange sowie unser soziales Engagement auf freiwilliger Basis, da uns unsere Verpflichtung gegenüber der Umwelt besonders am Herzen liegt und Umweltthemen bei allen unternehmerischen Entscheidungen eine wesentliche Rolle spielen. Unser zukünftiger Erfolg erfordert aber auch tiefes Verständnis der Kunden- und Marktanforderungen und ein funktionierendes Vertriebsnetzwerk.

Qualitätsmanagement und Compliance sind für Jenoptik ebenfalls von großer Bedeutung. Gesetzestreu und regelkonformes Verhalten unter Achtung der Menschenrechte sind für uns ebenso selbstverständlich wie die Sicherstellung einer überdurchschnittlichen Qualität unserer Produkte und Services. Als verantwortungsvoll handelndes und sozial engagiertes Unternehmen sieht sich Jenoptik in der Pflicht, das eigene Umfeld aktiv mitzugestalten. Auch das regionale Engagement genießt daher hohe Aufmerksamkeit.


Alle wesentlichen Themen spiegeln sich in unserer Unternehmensstrategie wider und sind Werttreiber in den jeweiligen Unternehmensbereichen. 

Unsere Wesentlichkeitsmatrix bildet die Basis aller langfristig angelegten Aktivitäten. In den nachfolgenden Abschnitten werden diese wesentlichen Themen detailliert erläutert.

Risiken im Zusammenhang mit nichtfinanziellen Aspekten

Regelkonform zu handeln und unternehmerische Risiken und Chancen abzuwägen, das zählt für Jenoptik zu den Grundsätzen einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung. Der Konzern verfügt über ein Risikohandbuch sowie über ein Richtlinien-System und stellt damit ein weltweit gültiges, verlässliches Rahmenwerk für alle Mitarbeiter bereit. Die Konzernrichtlinien wurden 2019 in einem strukturierten Prozess unter Beteiligung der Zentralbereiche, Divisionen und Regionen überarbeitet. Die Neufassung verringert den Umfang der auf Konzernebene geregelten Inhalte und gibt erstmals ein global einheitliches Rahmenwerk vor, das mit detaillierteren Regelungen unteretzt werden kann. Die Richtlinien werden jährlich überprüft und ggf. erweitert oder aktualisiert. Die neue Konzernrichtlinienstruktur gilt seit 1. Januar 2020. 

Zwei Mal jährlich erfasst der Bereich Compliance & Risk Management konzernweit alle Risiken und diskutiert – einer Nettobetrachtung unterzogen – die Top-Themen mit dem Vorstand. Unsere Risiko-Identifikations-, -Steuerungs- und Controlling-Prozesse binden nichtfinanzielle Risiken aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung einschließlich klimabezogener Risiken in Form physischer Risiken und Transitionsrisiken mit ein.

Im Rahmen der Netto-Betrachtung wurden keine Risiken identifiziert, die sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die genannten wesentlichen, nicht-finanziellen Aspekte haben oder haben werden. 



Weitere Informationen zur Unternehmensstrategie siehe Kapitel Ziele und Strategien



Mehr zum Thema Innovations- sowie IP-Management siehe Kapitel F+E ab Seite 84



Siehe Corporate-Governance-Bericht ab Seite 36



Detaillierte Informationen zum Risikomanagement-System sowie wesentlichen Risiken auch im Zusammenhang mit nicht-finanziellen Aspekten siehe Risiko- und Chancenbericht ab Seite 117

Mitarbeiterbelange

Als wichtigste Ressource sind unsere Mitarbeiter mit ihrer Erfahrung und ihrem Wissen ein essenzieller Garant für den wirtschaftlichen Erfolg des Jenoptik-Konzerns. Eine strukturierte Personalarbeit und die verantwortungsbewusste und zeitgemäße Gestaltung von Arbeitsbedingungen zählen daher zu unseren wesentlichen Aufgaben. Denn engagierte Mitarbeiter machen unternehmerische Bestleistungen möglich.

Personalarbeit bei Jenoptik umfasst alle operativen und strategischen mitarbeiterbezogenen Maßnahmen zur Umsetzung der Konzernziele und ist damit ein wesentlicher Teil des allgemeinen Führungs- und Managementprozesses. Der Personalbereich hat sich intern als ein global agierender Business Partner positioniert, der in allen Jenoptik-Bereichen sowohl das operative Geschäft unterstützt als auch bei der Umsetzung von strategischen Entscheidungen mitwirkt. Die Personalarbeit erfüllt dabei drei unterschiedliche Anforderungen. Sie liefert lokalen Service für alle

T11 Nichtfinanzielle Ziele und Leistungsindikatoren

Aspekte	Aspiration	Leistungsindikatoren	Status 2019	Ziel
Unternehmenskultur	<ul style="list-style-type: none"> Wir wollen die Zufriedenheit und das Engagement der Mitarbeiter erhöhen 	<ul style="list-style-type: none"> Fluktuation Krankenstand Engagement Score Net Promoter Score 	4,1 % 5,6 % 72 % 69 %	< 5 % < 5 % > 68 % > 67 %
Recruiting	<ul style="list-style-type: none"> Wir wollen mehr offene Stellen mit eigenen Auszubildenden besetzen 	<ul style="list-style-type: none"> Ausbildungsquote Deutschland Anzahl übernommener Auszubildender 	3,8 % 93 %	> 4 % 100 %
Marke & Reputation	<ul style="list-style-type: none"> Wir wollen die Attraktivität von Jenoptik als Arbeitgeber steigern 	<ul style="list-style-type: none"> Fluktuation Engagement Score 	4,1 % 72 %	< 5 % > 68 %
Innovation und F+E	Sicherung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, des Umsatzes und des Ertrages durch erfolgreiche Innovationen: <ul style="list-style-type: none"> Wir wollen unsere F+E-Leistung einschl. kundenspezifischer Entwicklungen steigern Wir wollen den Umsatzanteil mit Produkten und Plattformen, die in den letzten drei Jahren entwickelt wurden, erhöhen 	<ul style="list-style-type: none"> F+E-Leistung Vitality Index * 	8 % –	10% bis 2022 Steigerung
Umweltmanagement	Reduktion der CO ₂ -Emission: <ul style="list-style-type: none"> Wir wollen den Ökostrom-Anteil unserer Hauptproduktionsstandorte steigern und die Thematik im Einkaufsprozess berücksichtigen Wir wollen unseren Fuhrpark um Fahrzeuge mit alternativen Antrieben erweitern und eine entsprechende Infrastruktur schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> Ökostrom-Anteil Anzahl von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben im Fuhrpark Anzahl Ladesäulen 	45,3 % 4 1	70 bis 80 % bis 2022 Steigerung Steigerung
Lieferanten-Management	<ul style="list-style-type: none"> Wir wollen die Transparenz in unserer Lieferkette erhöhen, um den Schutz von Menschenrechten und Umwelt zu gewährleisten 	<ul style="list-style-type: none"> CRSA Coverage Rate vom Einkaufsvolumen 	25 %	> 40 %


* Wird im Geschäftsjahr 2020 erhoben

Mitarbeiter und Führungskräfte, unterstützt divisionsspezifische Projekte und bietet Expertenwissen in den Bereichen Recruiting, Employer Branding, Personalentwicklung, Arbeitsrecht und Entgeltvergütung. Der Bereich Personal berichtet über die Funktion Head of Global HR direkt an den Vorstandsvorsitzenden, der zugleich Arbeitsdirektor ist.

Für die Mitarbeiter und Führungskräfte im Konzern sind die HR Service Partner erste Ansprechpartner für alle personalrelevanten Themen im Tagesgeschäft. Jede Division hat einen HR Business Partner, der Teil des Management-Teams ist. Gemeinsam mit dem Division-Management erarbeiten die HR Business Partner personalstrategische Themen und setzen diese um.

Im Know-how und der Erfahrung unserer Mitarbeiter, in ihrer Leistungsbereitschaft sowie der Bindung an das Unternehmen und in einer attraktiven Unternehmenskultur sehen wir wichtige Wertbeiträge. Das bestätigten auch die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse, die im Bereich Human Resources insbesondere auf Themen wie Unternehmenskultur, Personalentwicklung sowie Mitarbeiterzufriedenheit verweisen.

Das Thema „Mitarbeiterbelange“ stand 2019 im Mittelpunkt unserer Aktivitäten. Zu Monitoring-Zwecken wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein internes Reporting spezieller, nicht-finanzieller Leistungsindikatoren (KPIs) aufgebaut, mit dem der Vorstand regelmäßig informiert wird. Um die definierten Ziele zu erreichen, erarbeitete unser HR-Team konkrete Maßnahmen, die in den folgenden Abschnitten beschrieben werden.

Ausführliche Informationen zur Geschlechtergleichstellung und den Zielgrößen des Frauenanteils im Aufsichtsrat, Vorstand bzw. der Führungsebene unterhalb des Vorstands finden sich im Corporate-Governance-Bericht sowie der Erklärung zur Unternehmensführung. 

Eine attraktive **Unternehmenskultur** bietet Orientierung nicht nur für Mitarbeiter, sondern auch für Kunden, Lieferanten und potenzielle Bewerber. Mit der Umsetzung der Konzernstrategie steht auch die Etablierung einer dialogorientierten Unternehmenskultur im Fokus, die von Eigeninitiative sowie Respekt für Vielfalt und Chancengerechtigkeit geprägt ist. Ein intensiver Austausch mit Mitarbeitern, Kunden und Vertretern des Managements in Form von Umfragen, Workshops und Interviews bildete die Basis für die drei neu definierten Jenoptik-Werte – **open, driving, confident**. Wir glauben, dass engagierte und neugierige Menschen immer Herausragendes leisten. Wir wertschätzen neue

Ideen und entwickeln sie in einem offenen Dialog weiter. Um unsere Ziele zu erreichen, fördern wir Mitarbeiter, die Dinge vorantreiben und den Willen zum Erfolg haben. Wir haben den Mut, die Überzeugung und das Know-how, sich bietende Chancen zu ergreifen und auf dem Gebiet der Photonik führend zu sein. Anfang 2019 haben wir die Jenoptik-Werte mit einem Informations- und Workshop-Programm unternehmensweit eingeführt.

Jenoptik ist in Sachen Führungskultur modern und flexibel. Ausschlaggebend hierfür sind unter anderem ein respektvoller Umgang miteinander am Arbeitsplatz, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, flexible Arbeitszeiten sowie ein gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld. Beispielhaft seien an dieser Stelle als Maßnahmen für 2019 die Einführung von mobiler Arbeit und die Schaffung einer Stelle für Gesundheitsmanagement genannt.

Die Zufriedenheit und das Engagement unserer Mitarbeiter messen wir durch eine jährliche Mitarbeiterbefragung. Diese wurde 2019 zum zweiten Mal global durchgeführt, um ein ganzheitliches Bild zu erhalten. In der Befragung bewerten die Mitarbeiter die verschiedenen Facetten ihrer Arbeit sowie der Unternehmens- und Führungskultur. Darüber hinaus werden das Engagement unserer Mitarbeiter (sogenannter Engagement Score) sowie die Weiterempfehlungsquote (sogenannter Net Promoter Score) erhoben. Unser nichtfinanzielles Ziel, beide KPIs zu steigern, haben wir 2019 bereits erreicht.

An der Befragung 2019 haben insgesamt 68 Prozent unserer Mitarbeiter teilgenommen (i.Vj. 67 Prozent). Das Engagement unserer Mitarbeiter, der Engagement Score, hat sich um 4 Prozentpunkte auf 72 Prozent verbessert, das heißt, 72 Prozent unserer Mitarbeiter identifizieren sich positiv mit ihren Aufgaben bei Jenoptik und bringen sich aktiv ein. Mit einem Net Promoter Score von 69 Prozent (i.Vj. 67 Prozent) würden mehr als zwei Drittel unserer Mitarbeiter Jenoptik als guten Arbeitgeber weiterempfehlen. Damit liegt Jenoptik vier Prozentpunkte über dem von unserem Dienstleister Qualtrics ermittelten Benchmark von 65 Prozent und hat die vom Management gesetzten Ziele einer Steigerung des Engagement- und Net-Promoter-Scores erreicht.



Nähere Angaben zu den Festlegungen von Zielgrößen zur Frauenquote siehe www.jenoptik.de in der Rubrik Investoren/Corporate Governance in der Erklärung zur Unternehmensführung

Unsere Führungskräfte kommunizierten die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung an ihre Teams, die in einem gemeinsamen Workshop Maßnahmen erarbeiteten. Alle Maßnahmen werden regelmäßig im EMC (Executive Management Committee) präsentiert. Im Mai 2020 soll die nächste Mitarbeiterbefragung stattfinden, um die Wirksamkeit der umgesetzten Maßnahmen zu messen. Die Top-3-Themen der jüngsten Mitarbeiterbefragung sind:

- Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten,
- die Unterstützung durch den Vorgesetzten bei der Erkennung von Entwicklungsbereichen sowie
- eine transparente Kommunikation von Jenoptik mit ihren Mitarbeitern.

2019 haben wir erstmalig auch eine Befragung unserer neuen Mitarbeiter zum Onboarding-Prozess bei Jenoptik durchgeführt, mit dem Ziel, diesen Prozess weiter zu verbessern. Bei unseren neuen Kollegen (Eintritte Januar bis September 2019) lagen der Engagement Score und der Net Promoter Score beide bei 90 Prozent. Die Zufriedenheit mit unserem Recruiting-Prozess liegt bei 93 Prozent, die Zufriedenheit mit unserem Onboarding-Prozess bei 86 Prozent. Ab 2020 werden zusätzlich zu den beiden Befragungen auch strukturierte Austrittsgespräche geführt.

Jenoptik ist familienfreundlich und geht durch flexiblere Arbeitszeitmodelle auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter ein. Mit Gleitzeit, Teilzeit und flexiblen Elternzeitphasen ermöglichen wir unseren Mitarbeitern, die individuelle Balance zwischen Familien- und Berufsleben selbst zu bestimmen. 2019 haben in Deutschland 154 Mitarbeiter Elternzeit in Anspruch genommen (i.Vj. 157 Mitarbeiter). Die Anzahl der Teilzeitverträge ist 2019 deutschlandweit auf 7,1 Prozent gestiegen (i.Vj. 6,7 Prozent). Eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist die Möglichkeit einer Kinderbetreuung. Jenoptik investiert seit mehreren Jahren in Kindertagesstätten an den Standorten Jena, Wedel und Monheim sowie in Modelle von flexibler Kinderbetreuung. Dadurch steht unseren Mitarbeitern ein festes Platzkontingent in Kitas zur Verfügung.

Dass die Mitarbeiter Jenoptik auch 2019 als attraktiven Arbeitgeber schätzten, zeigt sich unter anderem in der globalen Fluktuationsrate von 4,1 Prozent (i.Vj. 4,5 Prozent). Deutschlandweit lag die Fluktuation im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 3,1 Prozent (i.Vj. 3,7 Prozent).

Personalentwicklung ist ein entscheidender Faktor für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und das Engagement unserer Mitarbeiter. Um diese entsprechend ihrer Potenziale und Interessen zu fördern, wird der Entwicklungsbedarf in regelmäßig stattfindenden Mitarbeitergesprächen aufgenommen und passende Trainings gesucht. An allen Standorten wurden 2019 regelmäßige Mitarbeitergespräche geführt, was wir in der Mitarbeiterbefragung überprüft haben. 2019 investierte Jenoptik rund 2,6 Mio Euro (i.Vj. 2,5 Mio Euro) in die Aus- und Weiterbildung eigener Mitarbeiter. Hierin enthalten sind sowohl die Kosten für Auszubildende und Studenten der dualen Hochschulen als auch die Kosten für die Weiterqualifizierung unserer Mitarbeiter. Lernen bei Jenoptik ist nach dem 70:20:10-Prinzip aufgebaut: Da Mitarbeiter und ihre Vorgesetzten die Experten für die eigene Weiterentwicklung sind, finden 70 Prozent des Lernens am Arbeitsplatz und 20 Prozent durch Lernen von anderen statt. Lediglich 10 Prozent sind Präsenz- oder Online-Trainings. Das Thema E-Learning steht 2020 im Fokus der Personalentwicklung.

Dem 70:20:10-Lernprinzip folgen wir auch in der Entwicklung unserer Führungskräfte: Insgesamt gibt es seit 2019 drei zielgruppenspezifische Programme, die sich an Potenzialträger, neue Führungskräfte und erfahrene Führungskräfte richten. Unsere Führungskräfte sind weiterhin ein wesentlicher Hebel für eine einheitliche Führungskultur bei Jenoptik und somit für den Unternehmenserfolg. Sie sind verantwortlich für die Motivation der Mitarbeiter und haben direkten Einfluss auf die Mitarbeiterzufriedenheit.

Personal-Rekrutierung. Der Personalbedarf von Jenoptik ist an der internationalen Wachstumsstrategie des Konzerns ausgerichtet. Hierdurch ergibt sich insbesondere in Asien, Kanada und den USA ein erhöhter Rekrutierungsbedarf. Aber auch im Inland werden Experten und Führungskräfte gesucht. Zielgruppen der Rekrutierung und damit auch des Personalmarketings sind vor allem Spezialisten und Facharbeiter aus den Natur- und Ingenieurwissenschaften sowie Experten mit betriebswirtschaftlichem und juristischem Hintergrund.

Um mehr offene Stellen durch bei Jenoptik ausgebildete, interne Fachkräfte zu besetzen, wurde die Ausbildungsquote, unter Berücksichtigung der Altersaustritte im Rahmen der Nachfolgeplanung, angehoben. Dadurch konnten 2019 signifikant mehr Auszubildende eingestellt werden. 65 junge Menschen haben 2019 ihre Ausbildung bei Jenoptik begonnen (i.Vj. 38). Damit

waren Ende 2019 insgesamt 142 Auszubildende deutschlandweit im Konzern beschäftigt. Für 2020 soll die Zahl der Auszubildenden auf insgesamt 172 erhöht werden. Damit werden 30 zusätzliche Ausbildungsplätze geschaffen. Die Übernahmequote für Auszubildende lag 2019 bei 93 Prozent (i.Vj. 90 Prozent). Die Auszubildenden wurden vom Unternehmen unbefristet übernommen. Schüler, Studenten und Absolventen mit hohem Potenzial gezielt zu fördern, das gehört zur Fachkräftestrategie des Konzerns, um eine frühzeitige Bindung an das Unternehmen zu gewährleisten und damit die Rekrutierung zu erleichtern. Eine Auswahl gezielter Initiativen und Kooperationen zeigt die Tabelle T12.

Die **Attraktivität als Arbeitgeber** zu steigern steht im Fokus des Employer Branding bei Jenoptik. Durch eine klare und unterscheidbare Positionierung als attraktiver Arbeitgeber soll die Rekrutierung unterstützt und ein positives und unverwechselbares Arbeitgeber-Image als zukunftsorientiertes, innovatives Hightech-Unternehmen der Photonik-Branche aufgebaut werden. Die Definition der Employer Brand und die Entwicklung der damit einhergehenden Werte (Employer Value Proposition) erfolgten in Anlehnung an die Jenoptik-Strategie 2022 unter dem Motto „More Light“. Eine zielgruppengerechte Kommunikation unter Nutzung von Social-Media-Kanälen stand im vergangenen Jahr im Fokus. Dadurch besteht die Möglichkeit, die Kommunikation mit den Zielgruppen der aktuellen Marktsituation flexibel anzupassen und den Erfolg anhand unterschiedlicher Kennzahlen zu messen sowie weiterführende Maßnahmen abzuleiten.

Seit 2019 nutzt Jenoptik international ein einheitliches Bewerbermanagement-System, das die vorher bestehenden landesspezifischen Systeme ablöste.

Gesundheitsschutz und Sicherheit sind ebenfalls wichtige Maßnahmen, wenn es um die Grundbedürfnisse unserer Mitarbeiter und deren Zufriedenheit am Arbeitsplatz geht. Sie sind fest im Betriebsprozess des Konzerns verankert, um Risiken aus der Arbeitsumgebung zu minimieren, die zur Gefährdung der Mitarbeiter führen können. Für die Umsetzung der gesetzlichen Bestimmungen in allen Fragen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes sind die Jenoptik-Gesellschaften verantwortlich. Die zentrale Abteilung Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz (AGU) berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden und steht allen Gesellschaften beratend zur Seite. Sie koordiniert die Aufgaben und unterstützt den Vorstand bei der Durchsetzung von Maßnahmen. Quartalsweise finden in allen Divisionen Sitzungen der Arbeitsschutz-Ausschüsse statt. Alle Mitarbeiter werden zudem mindestens einmal jährlich in Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes unterwiesen. An allen deutschen Standorten haben rund zehn Prozent der Beschäftigten eine Ausbildung als Ersthelfer. Die Zahl der meldepflichtigen Arbeits- und Wegeunfälle reduzierte sich in Deutschland 2019 auf eine Quote von 10,72 je 1.000 Mitarbeiter (i.Vj. 12,42 je 1.000 Mitarbeiter). Sie untergliedert sich in Arbeitsunfälle (AU) 43,75 Prozent und Wegeunfälle (WU) 56,25 Prozent. Damit liegt Jenoptik im Vergleich zu den Mitgliedern der Berufsgenossenschaft Energie, Textil, Elektro und Medienerzeugnisse deutlich unter dem Durchschnitt von 22,71 im Jahr 2018. Im Interesse der Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter bietet der Konzern regelmäßig betriebsärztliche Untersuchungen an. Auch 2019 haben wir für die Mitarbeiter an deutschen Standorten Gesundheitstage durchgeführt. Seit 2019 wird das betriebliche Gesundheitsmanagement bei Jenoptik in Deutschland zentral im Corporate Center gesteuert. Im laufenden Geschäftsjahr werden die dazugehörigen Strukturen im Unternehmen weiter aufgebaut und verschiedene Initiativen gestartet.

T12 Initiativen und Kooperationen (Auswahl)

Jenoptik unterstützt


- Projekte zur Berufswahlvorbereitung an Schulen und bietet Schülern die Möglichkeit, ein Praktikum zu absolvieren
- als langjähriges Landespatenunternehmen von „Jugend forscht“ junge Forscher in Thüringen
- diverse branchenspezifische Organisationen zur Förderung der Aus- und Weiterbildung
- Studenten in Form von Abschlussarbeiten, Praktika und Stipendien

Jenoptik kooperiert mit

- ausgewählten Hochschulen weltweit im Sinne des Personalmarketings und der Rekrutierung, zu Forschungszwecken und im Rahmen der Weiterbildung von Mitarbeitern
 - ausgewählten Hochschulen weltweit bei Projekten und ist in unterschiedlichen Gremien und Netzwerken beratend tätig
-

Umweltbelange

Der nachhaltige Schutz unserer Umwelt ist für uns von hoher Priorität. Wir sehen es als unsere unternehmerische Verantwortung, an allen Standorten weltweit effizient mit Ressourcen und Energie umzugehen und berichten an dieser Stelle freiwillig über wesentliche Umweltbelange des Jenoptik-Konzerns. Da viele unserer Produkte zu einem effizienten und verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen beitragen, leistet Jenoptik vor allem einen indirekten Beitrag zu Ressourcenschonung und somit zum Umweltschutz. Um auch aktiv zur Reduktion der CO₂-Emission beizutragen, wollen wir den Ökostrom-Anteil unserer Hauptproduktionsstandorte bis 2022 auf 70 bis 80 Prozent vom Gesamtstrombedarf steigern, unseren Fuhrpark um Fahrzeuge mit alternativen Antrieben erweitern sowie an unseren Standorten eine entsprechende Infrastruktur zum Laden aller batteriebetriebenen Fahrzeuge schaffen.

Umweltmanagement ist fester Bestandteil unseres unternehmerischen Handelns. Wir halten nationale und internationale Gesetze ein und setzen Standards bei der ressourcenschonenden und energieeffizienten Herstellung unserer Produkte. Aber auch unsere Lieferanten und Vertragspartner werden zur Einhaltung der geltenden Vorschriften verpflichtet, um Umweltrisiken zu minimieren. Als produzierendes Unternehmen richtet sich unser Fokus auf ein effizientes Ressourcenmanagement, um den Energieverbrauch und entsprechende Treibhausgas-Emissionen im Rahmen unserer Möglichkeiten zu reduzieren, Rohstoffe und Materialien schonend und sicher einzusetzen und gefährliche Abfälle weitgehend zu vermeiden. Bereits im Entwicklungsprozess achten wir auf eine umweltfreundliche Gestaltung und sparsame Nutzung von Ressourcen und minimieren durch eine geregelte Wiederverwertung und Entsorgung die Belastungen für Mensch, Umwelt und Natur. Entsprechend ihrer Umweltrelevanz sind ausgewählte Jenoptik-Gesellschaften nach der Umweltmanagement-Norm ISO 14001 zertifiziert, die weltweit anerkannte Anforderungen an ein Umweltmanagement-System festlegt. 2019 erfolgte die erneute Auditierung aller Jenoptik-Gesellschaften und Standorte zum geforderten Energieaudit nach DIN EN 16247. 

Das Umweltmanagement wird vom zentralen Bereich Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz (AGU) verantwortet. Für die Umsetzung der gesetzlichen Bestimmungen in allen Fragen des Umweltschutzes sind die Jenoptik-Gesellschaften selbst verantwortlich. Der zentrale Umweltschutzbeauftragte steht bei Bedarf beratend zur Seite und prüft beispielsweise alle konzernweiten Investitionsvorhaben hinsichtlich ihrer Umweltrelevanz. Zwei Mal jährlich findet ein Erfahrungsaustausch mit den für Umweltthemen verantwortlichen Managern der deutschen Standorte statt, um eine einheitliche Vorgehensweise bei der Umsetzung umweltrechtlicher Anforderungen und Prozesse zu gewährleisten. Abfallbeauftragte kümmern sich um alle Belange in Verbindung mit der Vermeidung, Entstehung, Verwertung und Entsorgung gefährlicher und nicht gefährlicher Abfälle.

Die gesetzlichen Natur- und Umweltschutzvorgaben setzt Jenoptik bei allen Neubauten, Erweiterungen und Modernisierungen der Produktion um und geht zum Teil darüber hinaus. Bei der Ausstattung der Produktion werden neueste Technologien für ressourcenschonende und umweltschützende Verfahren implementiert. Der begonnene Firmenneubau der Division Light & Production am Standort Villingen-Schwenningen entspricht den bei Jenoptik eingeführten Standards bezüglich des Umweltschutzes vollumfänglich. So erhält der Neubau beispielsweise eine moderne Dämmung, sensorgesteuerte LED-Beleuchtung und energiesparende Heiz- und Klimatechnik. Zudem werden mehrere Ladesäulen für Elektromobilität installiert.

Am Standort Jena wurde 2019 ein Infrastrukturprojekt für einen großen Gebäudekomplex mit der Erneuerung einer zentralen Lüftungsanlage, dem Einbau einer Abluftreinigungsanlage sowie einer Anlage für Wärmerückgewinnung aus Abluft erfolgreich abgeschlossen. Für einen weiteren großen Hallenkomplex wurde eine energetische Dachsanierung inklusive erneuerter und effizienterer Hallenheizung sowie nachhaltiger Warmwasserbereitung und Lüftungstechnik durchgeführt.

Die Umrüstung der bestehenden Beleuchtung auf LED-Beleuchtung wird an mehreren Standorten weltweit in laufenden Umbaumaßnahmen unter kosten- und umweltschonenden Aspekten geprüft und sukzessive umgesetzt. Zudem wurde 2019 am Standort Jena-Göschwitz die Energieeffizienz der Anlagentechnik analysiert. Veralterte und ressourcenintensive Technik wird bei Bedarf zukünftig durch emissionsärmere und ressourcenschonendere Anlagen ersetzt.



Treibhausgase. Als Technologieunternehmen verursacht Jenoptik nur in geringem Maße Emissionen innerhalb der Werkstore. Der Großteil des Schadstoffausstoßes ist zurückzuführen auf beschaffte und außerhalb eingekaufte Energie (Fernwärme oder Strom). Aufgrund der Datenverfügbarkeit berichten wir unsere Umweltdaten zeitversetzt zum Berichtsjahr. Neben absoluten Energieverbräuchen berichten wir erstmalig auch den Energieverbrauch in Relation zum Umsatz und machen damit die Entwicklung der Energieeffizienz in unserer Produktion transparent. Der Gesamt-Energieverbrauch von 90,59 MWh pro 1 Mio Euro Konzernumsatz blieb 2018 auf dem Niveau des Vorjahres (i.Vj. 90,15 MWh/1 Mio Euro Konzernumsatz).

Durch den gezielten Einkauf von erneuerbaren Energien wird Jenoptik ab 2020 deutschlandweit Ökostrom aus europäischer Wasserkraft beziehen. Internationale Standorte sollen sukzessive folgen. Damit kommen wir unserem Ziel einen großen Schritt näher, den Ökostrom-Anteil unserer Hauptproduktionsstandorte weltweit bis 2022 auf 70 bis 80 Prozent vom Gesamtstrombedarf zu steigern. 2018 betrug dieser bereits 45,3 Prozent.

Um die CO₂-Emission zu berechnen, wurde der Medienverbrauch (Strom, Fernwärme, Gas, Heizöl, Holzpellets) aller wesentlichen Jenoptik-Produktionsstandorte herangezogen. Ziel bleibt es, den Energieverbrauch konzernweit zu erfassen, dafür wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr weitere Standorte mit einbezogen. Neben den nordamerikanischen Standorten Rochester Hills, Jupiter und Huntsville sowie Shanghai (China), Frankreich und Großbritannien ist erstmalig auch Barrie (Kanada) sowie die Schweiz enthalten. 2018 erhöhten sich die konzernweiten CO₂-Emissionen um 10,8 Prozent auf 12.843 Tonnen (i.Vj. 11.596 Tonnen). T13

Wasser. Jenoptik benötigt für die Fertigungsprozesse keine großen Wassermengen. Wasser wird lediglich als Kühlmittel, als Prozessmedium sowie für sanitäre Zwecke eingesetzt und überwiegend aus der öffentlichen Trinkwasserversorgung und dem Grundwasser entnommen. Dennoch achten wir im Rahmen unseres Wassermanagements an allen Standorten darauf, den Wasserverbrauch möglichst gering zu halten. 2018 wurden

T13 Energieverbräuche und CO₂-Emissionen der wesentlichen Jenoptik-Produktionsstandorte (in MWh und t)

	Energieverbrauch		CO ₂ -Emissionen	
	2018	2017	2018	2017
Deutschland	58.447	58.348 *	8.038	8.188 *
Europa	1.332 **	983	158 **	148
Amerika	15.543 **	7.814	4.455 **	3.068 *
Asien/Pazifik	283	283	192	192
Gesamt	75.605	67.428 *	12.843	11.596 *

* Korrigierter Wert aufgrund Vereinheitlichung der Methodik

** Werte nicht vergleichbar mit Vorjahr durch Erweiterung der einbezogenen Jenoptik-Produktionsstandorte für 2018

an unseren Hauptproduktionsstandorten 70.790 Kubikmeter Wasser verbraucht (i.Vj. 71.296). T14

Aufgrund der geringen eingesetzten Wassermengen im Ferti- gungsprozess sehen wir uns an dieser Stelle mit keinen wesentli- chen Risiken konfrontiert. Auch Naturschutzvorgaben spielen für den Konzern aufgrund seines Geschäftsgegenstandes und der Lage der Standorte außerhalb von Naturschutzgebieten eine sehr geringe Rolle.

Abfall. Im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit entstehen in den Produktionsprozessen auch gefährliche Abfälle, beispielsweise Elektroschrott, Klebstoffreste oder Lösungsmittel. Unser Ziel ist es, die in der Produktion anfallenden Abfälle weitestgehend zu vermeiden, zu recyceln oder zumindest fachgerecht zu entsorgen, um negative Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. So konnten beispielsweise bei der Herstellung von Halbleiterlasern in Berlin-Adlershof durch einen neuen Prozess Lösungsmittel eingespart werden. Die Mengen, die der Entsorgung oder dem Recycling zugeführt werden, erfassen wir lokal und unterschei-

den innerhalb dieser Kategorien zwischen gefährlichen und nicht gefährlichen Abfällen.

In Deutschland werden die Abfallarten in allen Divisionen systematisch erfasst, kategorisiert und deren Mengen ermittelt. Für das Berichtsjahr 2019 erhöhte sich die Menge gefährlicher Abfälle, die in Aufbereitungs- bzw. Entsorgungsanlagen entsorgt wurden, auf 179 Tonnen (i.Vj. 162 Tonnen). Die Menge nicht gefährlicher Abfälle stieg auf 1.100 Tonnen (i.Vj. 1.022 Tonnen), hauptsächlich verursacht durch sogenannte Clean Days (Auf- räumaktionen) an den deutschen Standorten. Jenoptik strebt grundsätzlich eine Abfallverwertung über zertifizierte Entsorgungsfachbetriebe an. Durch kontinuierliche Abfalltrennung und Schulung der Mitarbeiter zur Abfallvermeidung konnte der Rest- abfall weiter verringert werden. So werden beispielsweise am Standort Triptis mehr Kunststoffmaterialien in den Recycling- prozess zurückgeführt und die Ressourcen geschont, Ausga- ben für Entsorgung vermieden und Einnahmen erzielt.

Als Hightech-Unternehmen ist Jenoptik auf verschiedenste Rohstoffe angewiesen. Durch die zunehmende Ressourcen- knappheit ist der sparsame Umgang mit den eingesetzten Stoffen für Jenoptik selbstverständlich. Wir halten uns an geltende Regelungen, zum Beispiel an die Vorgaben der europäischen Chemikalienverordnung REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals) sowie der europäischen RoHS-Richtlinie (Restriction of certain Hazardous Substances) und engagieren uns in entsprechen- den Gremien. Um effiziente Abläufe bei der Erfassung der entsprechenden Daten zu realisieren, wurde 2019 das Projekt Produkt-Compliance gestartet. Künftig können somit Erklärungen von Lieferanten, Rohstoff- und Chemikalien- daten systematisch und automatisiert ausgewertet und die jeweiligen Erklärungen erstellt werden. Unsere Einkaufs- prozesse zielen darauf ab, sämtlichen Vorgaben bezüglich Konfliktmineralien in Anlehnung an den Dodd-Frank Act zu entsprechen.

T14 Wasserverbrauch (in m³)

	2018	2017 *
Wasserverbrauch		
Kommunale Wasserversorgung	43.767	47.008
Grundwasser aus Eigenförderung	27.023	24.288
Gesamt	70.790	71.296

* Werte basieren teilweise auf Schätzungen

Ressourcenmanagement. Eine Vielzahl innovativer Produkte und Leistungen von Jenoptik trägt zu einem effizienten und verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen bei. Als Technologieunternehmen engagieren wir uns zumeist in den Bereichen, in denen Produktionsprozesse und Produkte unserer Kunden effizienter gestaltet werden können. Die nachfolgende Tabelle gibt eine Übersicht über den Beitrag ausgewählter Jenoptik-Produkte zur Ressourcenschonung. T15

Soziales Engagement/Corporate Citizenship

Junge Menschen zu fördern, in Wissenschaft und Bildung ebenso wie in sozialen Projekten – das steht im Zentrum des gesellschaftlichen Engagements von Jenoptik. Der Konzern unterstützt eine Vielzahl gemeinnütziger Projekte, Organisationen und Initiativen und engagiert sich in den folgenden drei Förderschwerpunkten, vorrangig in Deutschland, aber zunehmend auch im Ausland:

- Engagement für die junge Generation durch Projekte in Wissenschaft und Bildung sowie auf sozialem Gebiet
- Kunst und Kulturprojekte zur attraktiven Gestaltung unserer Unternehmensstandorte und Schaffung guter Bedingungen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf für unsere Mitarbeiter
- Engagement für Integration und Internationalität, um die Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft zu stärken.

Als verantwortungsvoll handelndes und sozial engagiertes Unternehmen sieht sich Jenoptik in der Pflicht, das eigene Unternehmensumfeld aktiv mitzugestalten. Dabei streben wir vor allem enge und langfristige Partnerschaften an und unterstützen nicht nur finanziell, sondern auch ideell. Mit unserem Engagement für die Gesellschaft wollen wir auch das Vertrauen in Jenoptik stärken und die Identifikation der eigenen Mitarbeiter mit dem Unternehmen erhöhen. Zudem versprechen wir uns daraus positive Einflüsse auf Markenimage und Reputation sowie auf unsere Attraktivität als Arbeitgeber.

T15 Produkt-Beitrag zur Ressourcenschonung

Produkt

Jenoptik-Diodenlaser und Laseranlagen für eine Vielzahl von Anwendungsgebieten zum Beispiel in der Medizintechnik oder Automobilindustrie

Optische Systeme und Komponenten für die Informations- und Datenübertragung sowie medizinische Diagnoseverfahren

Messtechnik-Systeme und Anlagen zur Prüfung von Formen und Rauheiten, insbesondere in der Automobilindustrie

Hybrid-Stromerzeugersysteme zur effizienten Energieversorgung für das Flugabwehr-Raketensystem Patriot

Verkehrsüberwachungssysteme kontrollieren Einhaltung geltender Vorschriften im Straßenverkehr und verbessern den Verkehrsfluss

Mautkontrollanlagen auf Bundesstraßen

Beitrag zur Ressourcenschonung

- Effizienteste verfügbare Lichtquellen mit einem Wirkungsgrad von bis zu 70 Prozent
- Ressourcensparende Alternative im Vergleich zu klassischen Bearbeitungsverfahren, insbesondere bei der Bearbeitung hochfester Stähle mit geringerem Gewicht
- Stetige Weiterentwicklung hin zu noch kleineren kristallinen Strukturen in der Halbleiterfertigung erschließt immer neuere Einsatzmöglichkeiten
- Zeitsparendere Abläufe und kostengünstigere produktionsschonende Ressourcen
- Ergebnisse sind präzisere Oberflächen und geringere Toleranzen von Motorenkomponenten (Downsizing) und damit Fahrzeuge, die weniger Kraftstoff benötigen und den Schadstoffausstoß verringern
- Komplexere Getriebe bei Hybrid-Fahrzeugen im Bereich der Elektromobilität erfordern verstärkten Einsatz von Messtechnik
- Senkung des Kraftstoffverbrauchs durch Einsatz von Batterietechnik
- Längere Lebenszyklen für Kunden, geringere Serviceaufwendungen und somit nachhaltige Produkte
- Beitrag zur erhöhten Sicherheit im Straßenverkehr und Reduktion von Unfällen
- Senkung der Schadstoff- sowie Lärmemissionen
- Montage seitlich der Verkehrswege begrenzt Eingriffe in die Umwelt (Installation von Kontrollbrücken entfällt)

Die Aufgaben des Bereiches Corporate Citizenship werden vom Bereich Marketing & Kommunikation verantwortet. Konzernweit gültige Richtlinien regeln die Grundsätze zur strukturieren und einheitlichen Umsetzung unseres Konzepts „Jenoptik als Corporate Citizen“ und stellen ein standardisiertes und einheitliches Vorgehen für die Behandlung von Spenden und Sponsoringanfragen und die Umsetzung von Sponsoringprojekten sicher.

Eine besondere Relevanz hat unser regionales Engagement. Seit 1996 unterstützt der Konzern mit der Schirmherrschaft die Elterninitiative für krebskranke Kinder Jena e. V. Durch Zuwendungen, das Einwerben von Spenden bei Partnern sowie die Organisation verschiedener Veranstaltungen konnten krebskranke Kinder und deren Eltern unterstützt werden. Einen wichtigen Platz nimmt dabei das Osterbenefizkonzert der Internationalen Jungen Orchesterakademie ein, dessen Erlöse ebenfalls dem Verein zugutekommen. T16

2019 wurde das konzernweite Programm „Mitarbeiter im Ehrenamt“ als weitere Säule im sozialen Engagement gestartet. Ehrenamt ist ein wichtiges Bindeglied in der Gesellschaft. Viele Jenoptik-Mitarbeiter leisten hier mit ihren ehrenamtlichen Tätigkeiten in Vereinen und Organisationen einen wichtigen Beitrag. Dieses Engagement wird mit dem neuen Programm gefördert und gewürdigt.

Als Mitglied im Förderkreis „Familienfreundliches Jena e. V.“ unterstützt der Konzern gemeinsam mit zahlreichen Partnern Projekte des „Jenaer Bündnis für Familie“ und schafft damit bessere Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie für Chancengleichheit in der Bildung. Jenoptik unterstützt verschiedene Modelle familienfreundlicher Kinderbetreuung: die „Saaleknirpse“ in Jena, die „Wasserstrolche“ in Wedel und den „Talentschuppen“ in Monheim. Für die Schulkinder gab es erneut das gemeinsame Feriencamp von Jenoptik-Mitarbeiterkindern und Kindern anerkannter Flüchtlingsfamilien.

T16 Soziales Engagement – Beispielhafte Projekte 2019

Soziales	Jenoptik unterstützt	<ul style="list-style-type: none"> • Osterbenefizkonzert der Internationalen Jungen Orchesterakademie zugunsten der Elterninitiative für krebskranke Kinder Jena e. V. • „Friends of Foster Children“ in Jupiter (USA) • Spendenaktion anlässlich des Neujahrsempfangs 2019 zugunsten der ARCHE Berlin • Sommerferiencamps für Kinder von Jenoptik-Mitarbeitern und Kindern anerkannter Flüchtlingsfamilien • Förderung „Mitarbeiter im Ehrenamt“ • Projekt „Mitten im Leben“ der Kirchgemeinde Bürgel • Weihnachtsaktionen zugunsten kranker und bedürftiger Kinder an den Jenoptik-Standorten Jena, Jupiter und Huntsville (USA)
Wissenschaft und Bildung	Jenoptik als Partner bei	<ul style="list-style-type: none"> • Globaler Wettbewerb "SPIE Startup Challenge" • Thüringer Nachwuchswettbewerb „Jugend forscht“ (seit 1991) • Wettbewerb „Schüler experimentieren“ (seit 2012) • Applied Photonics Award des Jenaer Fraunhofer IOF • Schülerprojekt „Hinterm Horizont macht Schule“ • Lothar Späth Award für herausragende Innovationen in Wissenschaft und Wirtschaft • 70 Jahre Grundgesetz: Bereitstellung der Neuauflage als Magazin für Schulen und Bildungseinrichtungen
Kunst und Kultur	<p>Jenoptik fördert Künstler und bereichert mit der eigenen Kunstaussstellungsreihe tangente (seit 1994)</p> <hr/> <p>Jenoptik fördert Kulturprojekte mit Partnern</p>	<ul style="list-style-type: none"> • tangente Thomas H. Saunders „Art of Microscopy“ • Kunstaussstellung der Friedrich-Schiller-Universität OSTER+KOEZLE „raum+stoerung“ und tangente "rooms + architectures" im Rahmen des 100-jährigen Jubiläums des Bauhauses 2019 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Open Air-Kulturfestival „Kulturarena“ der Stadt Jena • Sommertheaterspektakel des Jenaer Theaterhauses • Konzertsommer der Klosterkirche Thalbürgel

2019 war von einigen wichtigen Jubiläen geprägt, die sich auch in unserem gesellschaftlichen Engagement widerspiegeln. So förderte Jenoptik ein Projekt, in dem Schüler das 30-jährige Jubiläum des Mauerfalls aufarbeiteten und unter der Schirmherrschaft der Udo-Lindenberg-Stiftung das Musical „Hinterm Horizont geht's weiter“ auf die Bühne des Deutschen Nationaltheaters Weimar brachten. In den USA arbeiten Jenoptik-Mitarbeiter am Standort Jupiter mit „Friends of Foster Children“ von Palm Beach County zusammen und bescherten Kindern Feiertagsfreuden. Ebenfalls in Jupiter boten Mitarbeiter Thanksgiving-Mahlzeiten nach Familienart für Bedürftige in der Region an und beteiligten sich an Lebensmittelsammlungen. Mitarbeiter in Huntsville engagierten sich für die Stiftung „Kids to love“ und sammelten Spielsachen und Spenden für Kinder zu Weihnachten. Am Jenoptik-Standort Barrie in Kanada unterstützen Mitarbeiter die „Great Cycle Challenge“, eine Benefizaktion für den Kampf gegen Krebs bei Kindern. Die Mitarbeiter erfüllten Geschenkewünsche in Form von Spielzeug und Geldspenden, um den Kindern in dieser Zeit ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern.

Schon seit den Unternehmensanfängen bereichert Jenoptik den Standort Jena mit Kunst- und Kulturprojekten. Einen wichtigen Platz nimmt dabei die eigene Kunstausstellungsreihe „tangente“ ein. Daneben fördert Jenoptik auch Kunstprojekte von Partnern wie 2019 eine von der Friedrich-Schiller-Universität Jena veranstaltete Kunstausstellung zum Jubiläum „100 Jahre Bauhaus“.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

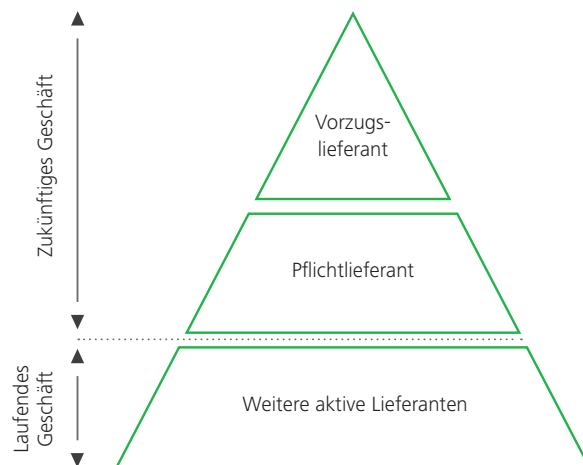
Verantwortungsvolle Unternehmensführung und gesetzestreu, regelkonformes Verhalten sind für Jenoptik in einem globalisierten Marktumfeld selbstverständlich. Auf dieser Basis treffen wir unternehmerische Entscheidungen und achten stets darauf, dass unser Handeln im Einklang mit Vorschriften, Gesetzen und unseren Werten steht. Der Bereich Compliance & Risk Management liegt deshalb im Verantwortungsbereich des Vorstandsvorsitzenden und berichtet ihm direkt und regelmäßig. Der Director Compliance & Risk Management steht in engem Kontakt mit allen Mitarbeitern der gesamten Organisation und steuert das Risiko- und Chancenmanagementsystem des Konzerns in enger Zusammenarbeit mit den Zentralbereichen sowie den Risikobeauftragten der Sparten. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde unsere Compliance-Organisation erweitert und internationalisiert. Eine Datenschutzbeauftragte ist konzernweite Ansprechpartnerin für alle Datenschutzthemen.

In den Regionen Nordamerika und Asien/Pazifik wurde das Team um regionale Compliance Officer verstärkt. Die konzernweite Verantwortung für Export- und Zollkontrolle ergänzt seit Anfang 2020 ebenfalls den Bereich Compliance & Risk Management.

Die Achtung von **Menschenrechten** hat für Jenoptik hohe Priorität, insbesondere in der Lieferkette. Jenoptik bekennt sich zur Einhaltung international anerkannter Standards für Menschenrechte und toleriert keine Formen von Sklaverei, Zwangsarbeit, Kinderarbeit, Menschenhandel oder Ausbeutung in der eigenen Geschäftstätigkeit oder Lieferkette. Wir erwarten auch von unseren Lieferanten die Einhaltung und Achtung international anerkannter Menschenrechtsstandards wie beispielsweise dem Slavery and Human Trafficking Statement. Um Verstöße zu erkennen und risikobehaftete Geschäftspartner rechtzeitig zu identifizieren, werden die compliancerelevanten Prozesse fortlaufend überarbeitet. Eine Compliance-Erklärung der Lieferanten sowie ein zusätzlicher Verhaltenskodex für Distributoren verpflichten all unsere Geschäftspartner im ersten Schritt zu gesetzeskonformen Verhalten. Ein zentralisiertes Screening risikobehafteter Geschäftspartner soll in einem zweiten Schritt erreichen, dass eine Zusammenarbeit nur mit denjenigen Geschäftspartnern erfolgt, die den Compliance-Anforderungen von Jenoptik entsprechen.

Anti-Korruption. Jenoptik bekämpft jede Form von aktiver und passiver Korruption und erwartet dies auch von allen Geschäftspartnern. Dass sich unsere Kunden und Lieferanten gesetzeskon-

G09 Lieferanten-Klassifizierung



form verhalten, sehen wir auch in unserer Verantwortung. Für detaillierte Informationen zum Compliance-Management-System der Jenoptik, den Unternehmensrichtlinien und Verhaltenskodizes für Mitarbeiter, Lieferanten und Vertriebspartner, zu unseren Online-Schulungen sowie unserem Hinweisgeber-system verweisen wir auf den Corporate-Governance-Bericht ab Seite 36 sowie den Risiko- und Chancenbericht ab Seite 117.

Lieferanten-Management. Unsere Lieferantenbasis als eine unserer wichtigsten Ressourcen beeinflusst maßgeblich den Wertbeitrag unserer Produkte, aber auch Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Wir arbeiten mit unseren Lieferanten als Partner entlang der Wertschöpfungskette langfristig zusammen. Bei der Auswahl unserer Geschäftspartner sowie in der Zusammenarbeit berücksichtigen wir ihre Leistungen in Bezug auf Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, soziale Standards und faire Geschäftspraktiken, um gemeinsam ein ganzheitliches Lieferantenmanagement weiter auszubauen.

Im Rahmen des strategischen Lieferantenmanagements werden unsere Geschäftspartner klassifiziert und den verschiedenen Phasen des Lieferanten-Lebenszyklus zugeordnet. Unsere Vorzugslieferanten (Preferred Supplier) weisen sich durch eine strategische Bedeutung für das zukünftige Geschäft mit Jenoptik aus. Sie werden nach einheitlichen und konzernweit gültigen Kriterien qualifiziert. Mit unseren Preferred Suppliern halten wir mindestens einmal im Jahr ein strategisches Meeting ab, in dem wir gemeinsam die Lieferantenbewertung und deren Entwicklung besprechen sowie mithilfe einer Scorecard Ziele und Maßnahmen zu den Punkten Qualität, Logistik, Technologie, Kosten und Nachhaltigkeit festlegen.
G09

Unser Verhaltenskodex für Lieferanten des Jenoptik-Konzerns ist unabhängig vom Beschaffungsvolumen weltweit für alle Lieferanten verbindlich und dient als Grundlage der vertraglichen Beziehungen. Er beinhaltet unter anderem Themen wie die Einhaltung von Gesetzen und Rechtsvorschriften, die Achtung von Menschenrechten, das Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit, den verantwortungsvollen Umgang mit Konfliktmaterialien und die Verpflichtung zum Umweltschutz. Im Rahmen eines Qualifizierungsprozesses wird der Code of Conduct von neuen Lieferanten abgefordert. Der Qualifizierungsprozess sieht ebenfalls die Abfrage eines „Corporate Social Responsibility Supplier Self-Assessment (CRSA)“ vor – ein Fragebogen für Lieferanten zu Nachhaltigkeitsthemen in den Bereichen Soziales, Compliance, Governance und Umwelt. Eine Auswertung des Fragebogens erfolgt bereichsübergreifend mit den Abteilungen Compliance & Risk Management sowie Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz. In letzter Konsequenz wird ein Phase-Out Prozess angestoßen.

Der Einkauf im Jenoptik-Konzern ist global aufgestellt und für alle Beschaffungsaktivitäten und die Durchführung eines verantwortlichen Lieferkettenmanagements zuständig. Die verschiedenen Einkaufskategorien und Warengruppen werden von Category-/Commodity-Managern weltweit gesteuert und betreut. Der Vice President Corporate Supply Chain Management & Procurement berichtet in seiner Funktion direkt an den Finanzvorstand der JENOPTIK AG.

Qualitätsmanagement und Markenimage

Qualitätsmanagement. Der Erfolg von Jenoptik als Technologieunternehmen beruht maßgeblich auf der Qualität der von uns angebotenen Produkte und Lösungen. Die langjährige Zusammenarbeit mit Schlüsselkunden auch in Form von Entwicklungspartnerschaften und das uns entgegengebrachte Vertrauen der Partner sind ein Beweis dafür, dass unsere Produkte und Lösungen durch ihre Qualität überzeugen. Die Sicherstellung einer überdurchschnittlichen Produkt- und Servicequalität ist für uns als Qualitätsführer in vielen unserer Produktbereiche selbstverständlich. Qualitätsmanagement wird bei Jenoptik dezentral in den Geschäftseinheiten gesteuert und von den Divisionsleitern verantwortet. Jede Division steuert dabei nach individuellen Qualitätskennzahlen. Die untenstehende Übersicht fasst wesentliche KPIs zum Qualitätsmanagement im Jenoptik-Konzern zusammen. T17

T17 KPIs zum Qualitätsmanagement

Kriterium	Beispiele für KPIs der Divisionen
Qualität aus Kundenperspektive	<ul style="list-style-type: none"> Kundenzufriedenheit Reklamationskostenquote Garantie- und Gewährleistungskosten
Qualität zum internen Businesspartner	<ul style="list-style-type: none"> Interne Audits (Anzahl) Maßnahmen im kontinuierlichen Verbesserungsprozess Prozess- und Produktqualität <ul style="list-style-type: none"> Gutausbeute / Qualitätsgrad Nacharbeitungskosten Ausschusskosten
Qualität aus Lieferantenperspektive	<ul style="list-style-type: none"> Externe Lieferantenaudits Geeignete Lieferanten Lieferantenqualität und Lieferung fehlerhafter Teile

T18 Zertifizierung im Konzern (Auswahl)

Zertifizierung	Genauere Bezeichnung	Maßnahmen 2019
ISO 9001	Zertifizierung von Qualitätsmanagement-Prozessen	<ul style="list-style-type: none"> • Matrixzertifizierung aller deutschen Standorte der Division Light & Optics • Zertifizierung in der Division Light & Production • Zertifizierung in der Division Light & Safety • Zertifizierung der JENOPTIK Shanghai PIE Co., Ltd.
ISO 50001	Zertifizierung für das Energiemanagement-System	<ul style="list-style-type: none"> • Zertifizierung der Photonic Sence GmbH aufgrund energieintensiver Verarbeitungsprozesse
EN 9100	Zertifizierung von Qualitätsmanagement-Prozessen speziell für die Luft- und Raumfahrt und die Verteidigungsindustrie	<ul style="list-style-type: none"> • Re-Zertifizierung bei VINCORION
ISO 13485	Zertifizierung übergreifender Managementsysteme zum Design und zur Herstellung von Medizinprodukten	<ul style="list-style-type: none"> • Zertifizierung in der Division Light & Optics
ISO 14001	Zertifizierung für das Umweltmanagement-System	<ul style="list-style-type: none"> • Matrixzertifizierung deutscher Standorte der Division Light & Optics, Integration der Laser GmbH in das Umweltmanagementsystem der Jenoptik Optical Systems Deutschland • Re-Zertifizierung in der Division Light & Production • Re-Zertifizierung bei VINCORION
ISO/TS 16949	Zertifizierung für die Automobilindustrie	<ul style="list-style-type: none"> • Überwachungsaudit und Special Audit am Standort Triptis (unter anderem aufgrund der Verschmelzung zwischen den deutschen Gesellschaften Jenoptik Optical Systems und Jenoptik Polymer Systems)
IRIS	International Railway Industry Standard	<ul style="list-style-type: none"> • Zertifizierung bei VINCORION
ILO-OSH-2001 / OHSAS 18001 bzw. DIN ISO 45001	Zertifizierung Arbeitsschutzmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Re-Zertifizierung in der Division Light & Production • Re-Zertifizierung bei VINCORION
AQAO 2110/2210	NATO Qualitätssicherungssystem	<ul style="list-style-type: none"> • Erneuerung der Zertifizierung bei VINCORION

Eine Maßnahme zur Sicherstellung und weiteren Verbesserung unserer Qualität ist unsere Qualitätsinitiative, deren Auswirkungen sich in allen Bereichen bemerkbar machen – von der Entwicklung neuer Produkte über Qualitätsplanung und -sicherung bis hin zur Qualität des Endproduktes. 2019 wurden auf Basis der Jenoptik- und Divisionsstrategien Themen wie die internationale Qualitäts- und Arbeitssicherheit sowie Umweltschutzprogramme ausgearbeitet. Im Bereich Automotive erfolgte beispielsweise die Integration der Jenoptik-Tochter Five Lakes Automation in das internationale QM-System der Division sowie die Erarbeitung eines neuen Qualitäts-Reportings und Rollout-Plans für anstehende Zertifizierungen. Die Initiative wird auch 2020 weitergeführt. Der Schwerpunkt wird sich dabei noch mehr auf die internen Kunden- und Lieferantenbeziehungen konzentrieren.

Neben Zertifizierungen gehören für Jenoptik auch Standardisierungen, Prozesskontrollen und Tests sowie der ständige Dialog mit Kunden zum Qualitätsmanagement, zum Beispiel durch Analysen der Kundenzufriedenheit. Nahezu alle unsere Konzernunternehmen befolgen die Vorgaben der Qualitätsmanagement-Norm ISO 9001, viele unserer Gesellschaften erfüllen die Anforderungen des Umweltmanagement-Systems nach ISO 14001.

Die Tabelle auf Seite 68 zeigt eine Auswahl der im Konzern vorliegenden Zertifizierungen und die 2019 durchgeführten Maßnahmen. Die Division Light & Optics hat eine Matrix-zertifizierung nach dem internationalen Standard für Qualitäts- und Umweltmanagement ISO 9001 und ISO 14001 für mehrere Standorte erfolgreich bestanden. Auch die deutschen Standorte von VINCORION erhielten die Re-Zertifizierungsaudits für die Umsetzung ihrer Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme. Geprüft wurden erfolgreich die Umsetzung der Umweltmanagement-Norm ISO 14001:2015 (in Wedel und Essen) und die Einhaltung der branchenspezifischen Norm EN 9100:2018 (in Wedel und Essen). Die Division Light & Production hat 2019 ebenfalls die Zertifizierungen für das Qualitätsmanagement-System nach ISO 9001:2015 und das Umweltmanagement-System nach ISO 14001:2015 erhalten. Die Auditoren bescheinigten eine gute Systematik der integrierten

Prozessanalyse, eine gute Risiko-Chancen-Analyse und sahen Stärken im Innovationsmanagement. Zudem bescheinigten sie den Mitarbeitern ein sehr hohes Ausbildungsniveau. Der Fertigungsbereich der Sparte Automotive am Standort Shanghai konnte im Juni erfolgreich ein Audit der Deutschen Gesellschaft zur Zertifizierung von Management-Systemen (DQS) bestehen. Das erste Mal wurden die Anforderungen des ISO 9001 übergreifend im Werk auditiert. Das Shopfloor-Management in der Montage stach dabei besonders positiv hervor. T18

Markenimage und Reputation sind für uns von wesentlicher Bedeutung – für das uns entgegengebrachte Vertrauen von Seiten unserer Stakeholder, unsere Positionierung im Wettbewerbsumfeld, unsere Attraktivität als Arbeitgeber sowie die Identifikation der Mitarbeiter. Als internationaler Photonik-Konzern agieren wir auf verschiedenen Märkten und konkurrieren mit zahlreichen Unternehmen. Unser Markenimage macht uns für Kunden als Lieferant von hochwertigen Investitionsgütern und für künftige Mitarbeiter sichtbar, einschätzbar und attraktiv. Vertrauen und damit dauerhafte und stabile Beziehungen zu unseren Kunden und Lieferanten, Aktionären und anderen Stakeholdern stärken wir durch transparente Kommunikation.

Interne und externe Kommunikation ist bei Jenoptik Aufgabe der zentralen Abteilung Kommunikation und Marketing, die direkt an den Vorstandsvorsitzenden berichtet und für ein konsistentes Erscheinungsbild des Gesamtkonzerns und der Marke Jenoptik sorgt. Eine aktuelle, verständliche, kontinuierliche und einprägsame Kommunikation und Außen-darstellung des Unternehmens orientiert sich an den strategischen Vorgaben des Vorstands. Operative Themen zu Märkten, Technologien und Produkten werden dezentral in den operativen Bereichen von den Marketingverantwortlichen der Divisionen gesteuert. Konzernweit gültige Richtlinien regeln die Zusammenarbeit zwischen Corporate Center, Divisionen und Regionen. Die Kommunikation gegenüber dem Kapitalmarkt obliegt dem Bereich Investor Relations & Sustainability, der ebenfalls an den Vorstandsvorsitzenden berichtet und mit dem Bereich Kommunikation und Marketing in engem Austausch steht.


Die Marke Jenoptik wird in dem hochspezialisierten, von einer Vielzahl von kleineren Unternehmen geprägten Photonik-Markt als großer Anbieter wahrgenommen – mit einem produktübergreifenden und integrierten Markenimage. Die Dachmarke Jenoptik wird seit über zehn Jahren konzernweit aktiv gestaltet.

Mit der Strategie 2022 konzentriert sich der Konzern unter der Marke Jenoptik auf die photonischen Kernkompetenzen Licht und Optik. Unser mechatronisches Geschäft ist unter der eigenständigen Marke VINCORION gebündelt, die den spezifischen Markterfordernissen besser Rechnung trägt. Eine einheitliche und die Strategie unterstützende Unternehmenskultur auf Basis eines gemeinsamen Verständnisses und gemeinsamer Werte sind für eine klar positionierte Marke unabdingbar. Mitarbeiter, Vertreter des Managements der Jenoptik sowie Kunden und Partner wurden in Form von Umfragen, Workshops und Interviews mit in die Ausarbeitung der drei Jenoptik-Werte „open, driving und confident“ und die Positionierung der Marke Jenoptik einbezogen. Jenoptik positioniert sich im Markt und gegenüber dem Wettbewerb seit Anfang 2019 als Top-Photonics-Anbieter. Das neue Jenoptik-Markenhaus mit klarem Kundenversprechen, definierten Unterscheidungsmerkmalen und einem neuen Corporate Design gilt seit Februar 2019. Um die neuen Werte intern stärker zu leben, wurden 2019 verschiedene Marketingprozesse überarbeitet und am Wert „open“ ausgerichtet. Sie beziehen Mitarbeiter stärker als bisher in Marketingthemen ein:

- Ein Voting-Tool ermöglicht Mitarbeitern, das Angebot von Werbemitteln mitzubestimmen
- „Corporate Volunteering“ fördert ehrenamtliche Tätigkeiten unserer Mitarbeiter
- Bei einem Foto-Wettbewerb zum Thema „More light“ konnten sich Mitarbeiter beteiligen.

Zudem wurden neue Social-Media-Kanäle geöffnet (zum Beispiel Instagram). 2020 werden weitere Projekte folgen. Auch unsere Abteilungen orientieren sich an den neuen Werten. So wurde beispielsweise unser gesamter Innovationsprozess offener gestaltet und unter dem Motto „Speed up Innovation“ am Wert „open“ orientiert. 

Ein neues und global erarbeitetes Kommunikationskonzept wurde 2019 aus dem Markenhaus abgeleitet, um bei der konzernweiten Kommunikation den Wert „confident“ zu stärken. Ein Baukasten-Konzept ermöglicht eine einheitliche, aber trotzdem für die Divisionen auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Kommunikation für verschiedene Marketinginstrumente wie Anzeigen, Messen oder Videobotschaften.

Jenoptik profitiert unter anderem vom Ansehen des Hauptstandortes Jena. Dieser genießt bei Wissenschaftlern und Kunden als sogenanntes „Optical Valley“ einen exzellenten Ruf. Jenoptik ist sich dessen bewusst und engagiert sich mit verschiedenen Aktivitäten für die nachhaltige Gestaltung des Standorts. 

Den Prüfungsvermerk zum gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht finden Sie auf Seite ab Seite 220.



Weitere Informationen dazu siehe Abschnitt Soziales Engagement auf Seite 64



Weitere Informationen zum Thema Innovation siehe Kapitel F+E ab Seite 84