Sehr geehrte Mitarbeiterin, sehr geehrter Mitarbeiter,
sehr geehrte Geschäftspartnerin, sehr geehrter Geschäftspartner,

mit dieser Broschüre wird der Code of Conduct oder Verhaltenskodex bei der

Friedr. Serong GmbH & Co. KG
Hermannstr. 4, DE-37671 Höxter
Tel.: +49 5271 6904-0, Fax: +49 5271 6904-40
E-Mail: info@serong.de, Internet: http://www.serong.de

erläutert. Die Verhaltensregeln unterliegen neben gesetzlichen Anforderungen und Standards auch einer freiwilligen Selbstverpflichtung.

Unsere Verhaltensrichtlinien fokussieren und ermöglichen kontinuierlich einen Schutz vor Rechtsbrüchen, kriminellen Handlungen und unethischen Verhaltensweisen und beinhalten eine nachhaltige Unternehmensführung.

Gleichwohl erwarten wir die uneingeschränkte Akzeptanz aller Geschäftspartner:innen für den von uns definierten „Verhaltenskodex für nachhaltige Unternehmensführung". Wir setzen eine Realisierung der allgemeinen Geschäftsgrundsätze und fairen Wettbewerb, Arbeits- und Sozialstandards als auch Umweltschutz, Energieeffizienz und Produktsicherheit für eine partnerschaftliche Geschäftsbeziehung voraus.

Mit einem verantwortungsvollen Management, welches den Fokus auf eine langfristig orientierte Wertschöpfung setzt, ist ökonomischer Erfolg und ökologische sowie soziale Verantwortung sowie Umweltschutz möglich. Nur so können wir unsere Verantwortung für die Natur und den Ressourcen sowie den Anforderungen unserer Gesellschaft heute und auch zukünftig gerecht werden.

Höxter, den 14. Juli 2026

Rochus Kramer
(Geschäftsleitung)

Inhaltsverzeichnis:

1. Begrifflichkeiten

2. Internationale Leitlinien/Vereinbarungen – Geltende Richtlinien/ Regelungen

3. Soziale Verantwortung
3.1 Menschenrechte - Kinder- und Zwangsarbeit
3.2 Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutz
3.3 Faire Entlohnung
3.4 Faire und flexible Arbeitszeiten
3.5 Vereinigungsfreiheit
3.6 Diskriminierungsverbot
3.7 Beschwerdemanagement - Meldung von Verstößen
3.8 Orientierungshilfe für konfliktträchtige Entscheidungen

4. Ethisches Geschäftsverhalten
4.1 Führung und soziales Miteinander - Einhaltung ethischer Grundsätze
4.2 Umgang mit Dritten - Mitarbeiter:innen oder Geschäftspartner:innen
4.3 Umgang mit Geschenken und Einladungen - Korruption
4.4 Vergabe von Spenden und Entscheidungen über Sponsoring
4.5 Umgang mit Informationen (Geschäftsgeheimnisse, sensible Daten)
4.6 Wirtschaftliches Handeln in dem globalen Kontext - fairer Wettbewerb
4.7 Fokus Geldwäsche - Prävention

5. Ökologische Verantwortung
5.1 Verantwortung gegenüber der Natur und Ressourcen- Umweltschutz
5.2 Verbrauch von Rohstoffen und natürlichen Ressourcen
5.3 Umgang mit Energieverbrauch/ -effizienz

6. Ökonomische Verantwortung
6.1 Ganzheitliche Produktverantwortung

7. Umsetzung/ Basis für Zusammenarbeit
7.1 Mitarbeiter:innen
7.2 Geschäftspartner:innen
7.3 Information und Kommunikation

1. Begrifflichkeiten

1.1 Corporate Social Responsibility (CSR)
bzw. unternehmerische Gesellschaftsverantwortung wird oft auch als Sozialverantwortung bezeichnet. Ein Teil davon ist der Code of Conduct.
1.2 Code of Conduct bzw. Verhaltenskodex
umfasst die Verhaltensregeln im Unternehmen. Er enthält die wesentlichen Werte und Grundüberzeugungen. Die Einhaltung des Code of Conduct hat sich das Unternehmen als freiwillige Selbstverpflichtung auferlegt. Der Code of Conduct basiert auf den Unternehmensgrundsätzen und Visionen und bildet die Basis weiterer konkreter Richtlinien und Regelungen.
1.3 Compliance = Beachtung
1.4 Supply Chain Management = innerbetrieblich und entlang der Lieferkette
1.5 KPIs = Kennzahlen Unternehmensführung

2. Leitlinien und Vereinbarungen

2.1 Grundsätze der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (UN)
2.2 Global Compact der Vereinten Nationen (Verhaltenskodex für eine globalisierte Wirtschaft)
2.3 OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen
2.4 Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)
2.5 Kodex der internationalen Business Sozial Compliance Initiative (BSCI)
2.6 UN-Kinderrechtskonvention
2.7 UN-Konvention zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung von Frauen
2.8 Internationaler Handel: Vorgaben Business Social Compliance Initiative (BSCI)
2.9 Einkauf, Supply Chain Management und Logistik: Verhaltensrichtlinie des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME)
2.10 Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG)
2.11 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)
2.12 Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)
2.13 EU-Geldwäscherichtlinien, national GwG
2.14 Mindestlohngesetz (MiLoG)
2.15 Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG)
2.16 Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG)
2.17 Gewerbeabfallverordnung (GewAbfV)

3. Soziale Verantwortung

3.1 Menschenrechte - Kinder- und Zwangsarbeit
Es besteht die Verpflichtung die internationalen anerkannten Menschenrechte einzuhalten; diese sind grundsätzlich als oberstes Gut zu achten bzw. zu gewährleisten. Kinder- und Zwangsarbeit ist in jeglicher Form strikt abzulehnen.

3.2 Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutz
Ein kontinuierlich praktizierter und verifizierter Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutz ist die Basis für sämtliche unternehmerische Prozesse. Verbesserungsbedarf ist neben den internen und externen Verfahrensweisen über das betriebliche Vorschlagswesen, siehe Formular „Interne Fehlermeldung" möglich. Neben den gesetzlichen Vorgaben sind die Faktoren Sicherheit, Gesundheit, Hygiene und Energie als Standard zu wahren. Die Umsetzung derselben wird bei allen Geschäftspartner:innen vorausgesetzt.

3.3 Faire Entlohnung
Das Entgelt für reguläre Arbeitsstunden und Überstunden muss dem nationalen gesetzlichen Mindestlohn oder den branchenüblichen Mindeststandards entsprechen, je nachdem, welcher Betrag höher ist. Das Entgelt für Überstunden muss in jedem Fall das Entgelt für reguläre Stunden übersteigen. Soweit das Entgelt nicht ausreicht, die Kosten des gewöhnlichen Lebensunterhalts zu decken und ein Mindestmaß an Rücklagen zu bilden, ist der Entgelt entsprechend zu erhöhen. Den Arbeitnehmer:innen sind alle gesetzlich vorgeschriebenen Leistungen zu gewähren. Lohnabzüge als Strafmaßnahmen sind nicht zulässig. Es ist sicherzustellen, dass die Arbeitnehmer:innen klare, detaillierte und regelmäßige schriftliche Informationen über die Zusammensetzung ihres Entgelts erhalten.

3.4 Faire und flexible Arbeitszeiten
Die Arbeitszeiten müssen den geltenden Gesetzen oder den Branchenstandards entsprechen. Überstunden sind nur zulässig, wenn sie auf freiwilliger Basis erbracht werden und 12 Stunden pro Woche nicht übersteigen, während den Beschäftigten nach sechs aufeinanderfolgenden Arbeitstagen mindestens ein freier Tag einzuräumen ist. Die wöchentliche Arbeitszeit darf 48 Stunden nicht regelmäßig überschreiten.
Unter Berücksichtigung der betrieblichen Anforderungen sind flexible Arbeitszeiten bzw. -modelle im Sinne der Mitarbeiter:innen zu fokussieren, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sicher zu stellen.

3.5 Vereinigungsfreiheit
Das Recht der Arbeitnehmer:innen, Organisationen ihrer Wahl zu gründen, ihnen beizutreten, und Kollektivverhandlungen zu führen und zu streiken, ist zu respektieren. In Fällen, in denen die Vereinigungsfreiheit und das Recht zu Kollektivverhandlungen gesetzlich eingeschränkt sind, sind alternative Möglichkeiten eines unabhängigen und freien Zusammenschlusses der Arbeitnehmer:innen einzuräumen. Arbeitnehmervertreter:innen sind vor Diskriminierung zu schützen. Arbeitnehmer:innen dürfen nicht aufgrund von Gründung, Beitritt oder Mitgliedschaft in einer solchen Organisation diskriminiert werden. Den Arbeiternehmervertretern:innen ist freier Zugang zu den Arbeitsplätzten Ihre Kollegen:innen zu gewähren, um sicherzustellen, dass sie ihre Rechte in gesetzmäßiger und friedlicher Weise wahrnehmen können.

3.6 Diskriminierungsverbot
Die Diskriminierung, Ungleichbehandlung von Mitarbeiter:innen, in jeglicher Form ist unzulässig, soweit sie nicht in den Erfordernissen der Beschäftigung begründet ist. Dieses gilt

z.B. für Benachteiligungen aufgrund von Geschlecht, Rasse, Kaste, nationaler, ethnischer oder sozialer Herkunft, Hautfarbe, Behinderung, Gesundheitsstatus, politische Überzeugung, Herkunft, Weltanschauung, Religion, Alter, Schwangerschaft oder sexueller Orientierung. Die persönliche Würde, Privatsphäre und Persönlichkeitsrecht jedes Einzelnen werden respektiert; Details siehe allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG).

3.7 Beschwerdemanagement - Meldung von Verstößen
Über ein betriebliches Meldewesen müssen Hinweise auf mögliche Verstöße gegen Gesetze oder interne Standards, ohne Repressalien fürchten zu müssen, eingerichtet sein; hier auf Basis des Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG), mit dem der deutsche Gesetzgeber die EU-Whistleblower-Richtlinie umsetzt. Das Gesetz soll Hinweisgeber:innen in Unternehmen bei der Meldung von bestimmten Verstößen schützen und die Prozesse rund um das Whistleblowing transparent regulieren.

3.8 Orientierungshilfe für konfliktträchtige Entscheidungen
Im Zweifelsfall müssen die folgenden Fragen von den Entscheidungsträgern intern oder auch extern: Geschäftspartner, Öffentlichkeit mit ja beantwortet werden. Nur dann ist die Praktizierung gemäß Verhaltenskodex gegeben.

- Ist meine Entscheidung legal, ethisch korrekt, und steht sie im Einklang mit den Visionen, Werten und Regeln des Unternehmens bzw. des Geschäftspartners?
- Kann ich die Entscheidung im Sinne des Unternehmens bzw. des Geschäftspartners und frei von anderen Interessen treffen?
- Kann ich die Entscheidung mit dem eigenen Gewissen vereinbaren, kann sie der Überprüfung Dritter standhalten und ist sie vorbildlich für andere?
- Habe ich potenzielle Risiken meiner Entscheidung verstanden und wird der gute Ruf des Unternehmens dadurch gewahrt?

4. Ethisches Geschäftsverhalten

4.1 Führung und soziales Miteinander - Einhaltung ethischer Grundsätze
Wir praktizieren und erwarten auch von unseren Geschäftspartner:innen eine gesunde Unternehmenskultur, die geprägt ist von Respekt, Vertrauen, Ehrlichkeit und Offenheit. Diese ethischen Grundsätze und Werte gilt es zu schützen und zu kommunizieren sowie im täglichen Geschäftsleben gegenüber Geschäftspartner:innen und Mitarbeiter:innen umzusetzen.

4.2 Umgang mit Dritten - Mitarbeiter:innen oder Geschäftspartner:innen -
keine kartellrechtswidrigen Absprachen
Um Geschäfte zu machen, braucht es Partner. Diese gibt es sowohl im Innen- (Mitarbeiter:innen) wie im Außenverhältnis (Lieferanten, Kooperationen o. ä.). Dabei sind, wie folgt, sicherzustellen:

- Vertrauen und Respekt: Ein „freundschaftlicher Umgang" sollte im internen und externen Verhältnis gewahrt werden, wie zum Beispiel im persönlichen Dialog oder der Anrede in einer E-Mail.

- Kommunikation guter Nachrichten: Fachliche und persönliche Reflektion gehören zur offenen Unternehmenskultur und ermöglichen ein Wachstum im Innenverhältnis (Mitarbeiter:innen) wie auch im Außenverhältnis (Lieferanten, Kooperationspartner).
- Fehlerkultur: Offener Umgang in Form einer Analyse und Definition von Verbesserungspotential, sodass gezielt durch dokumentierte Maßnahmen und Wirksamkeitsprüfungen eine Fehlereliminierung erreicht wird.
- Kommunikation auf Augenhöhe: Das ist die Basis für eine partnerschaftliche Mitarbeiterbeziehung sowie Geschäftsbeziehung.
- Rechtswidrige Absprache: Diese liegt zum Beispiel dann vor, wenn mindestens zwei Unternehmen eine Vereinbarung darüber getroffen haben, dass ein konkretes abgestimmtes Angebot abgegeben werden soll.

4.3 Umgang mit Geschenken und Einladungen - Korruption
Der Weg der praktischen Vernunft bzw. der risikobasierte Ansatz (Problematik von Zuwendungen) ist anzuwenden; d. h. hier sind Grenzen gesetzt. Geldgeschenke sind tabu; Sachgeschenke < 30,-- € können personifiziert angenommen werden. Darüberhinausgehend ist die Geschäftsleitung zu konsultieren.

4.4 Vergabe von Spenden und Entscheidungen über Sponsoring
Zusammengefasst ist folgendes zu beachten:

- Die Entscheidung für ein Sponsoring muss an Hand von dargestellten Kriterien getroffen werden. Die Entscheidungsgründe müssen nachvollziehbar sein, um unternehmensinterne Transparenz zu schaffen. Neben sozialen Aspekten des Sponsorings dürfen evtl. wirtschaftliche Konsequenzen für das Unternehmen nicht außer Acht geraten.
- Auch bei der Einladung von Geschäftspartnern:innen außerhalb des geschäftlichen Bereichs sind Grenzen zu beachten. Hier darf nicht der Eindruck vorliegen, dass dem Gegenüber eine konkrete Entscheidung zugunsten des Zuwendenden „abgekauft" werden soll. Aus Transparenz- und Dokumentationsgründen muss die Einladung der Geschäftsleitung vorgelegt werden. Einladungen oder Geschenke sollten grundsätzlich an die Geschäftsadresse des zu Ehrenden geschickt werden.
- a) Interne Richtlinie: Ausgabe von Geschenken an Geschäftspartner nur nach Absprache mit der Geschäftsleitung; Zuwendungen bzw. Grüße zur Weihnachtszeit erfolgen zentral auf Veranlassung der Geschäftsleitung (Achtung: siehe spezifische Kundenvorgaben!!!).
- b) Interne Richtlinie: Zuwendungen von Geschäftspartnern:innen können betreffend Sachgeschenken < 30,-- € personifiziert angenommen werden. Darüber hinaus gehende Geschenke oder auch Einladungen sind der Geschäftsleitung vorzulegen; Transparenz indiziert die Lauterkeit (Anständigkeit) einer Einladung, siehe dazu unter 4.3.

4.5 Umgang mit Informationen (Geschäftsgeheimnisse, sensible Daten)
Vielen Entscheidern ist bewusst, dass sie mit sensiblen Daten besonders vorsichtig umgehen müssen. „Sensible Daten" stehen jedoch für einen Begriff aus der Umgangssprache.

Wer sich fachlich korrekt ausdrücken möchte, sollte deshalb von „besonderen Arten von personenbezogenen Daten" sprechen. Letztlich stehen beide Ausdrücke für dieselbe Art von Daten (§ 3 Abs. 9 BDSG).
Bei einem Missbrauch dieser Daten besteht eine überdurchschnittlich hohe Gefahr für das informationelle Selbstbestimmungsrecht des Betroffenen. Deshalb hat der Gesetzgeber festgelegt, dass die besonderen Arten der personenbezogenen Daten einen höheren Schutz genießen müssen. Die Details, u. a. auf Basis der DSGVO sind unserer Homepage unter www.serong.de „Datenschutz" zu entnehmen. Darüber hinaus gelten intern für alle Mitarbeiter:innen unterzeichnete Verarbeitungs- Informationen und Verpflichtungserklärungen.

4.6 Wirtschaftliches Handeln in dem globalen Kontext - fairer Wettbewerb
Die langfristige Sicherung unserer Märkte sollte im Vordergrund stehen; d. h. eine Bestanderhaltung der Märkte zum Wohle aller Beteiligten. Die Normen der fairen Geschäftstätigkeit, der fairen Werbung und des fairen Wettbewerbs sind einzuhalten. Regelungen und Absprachen zwischen Kunden und Lieferanten, mit denen Kunden in ihrer Freiheit eingeschränkt werden sollen, ihre Preise und sonstige Konditionen beim Wiederverkauf autonom zu bestimmen, sind nicht zulässig.

4.7 Fokus Geldwäsche - Prävention
Geldwäsche liegt vor, wenn Erlöse aus Straftaten (z. B. Korruption, Betrug, Diebstahl oder Drogenhandel) durch legitime Geschäftstransaktionen oder Investitionen verdeckt werden, sodass ihre illegale Herkunft nicht mehr nachvollziehbar ist. Sämtliche Beteiligte sind in der Pflicht hier eine besondere Sorgfalt und Aufsicht sicherzustellen, um diese frühzeitig zu erkennen und zu melden. Auch Verdachtsfälle zu Aktivitäten oder auch wissenschaftliche Tätigkeiten der Geldwäsche sind nicht zu tolerieren.

5. Ökologische Verantwortung

5.1 Verantwortung gegenüber Natur und Ressourcen - Umweltschutz
Hier ist die Nachhaltigkeit innerhalb verschiedenster Prozesse zu berücksichtigen. Neben einem kontrollierten Umgang beim Materialeinsatz, siehe dazu auch FSC®- oder PEFC- zertifiziertes Rohmaterial (Karton), sind ressourcenschonende und energieeffiziente Produktionsverfahren sowie eine effiziente Logistik zu berücksichtigen. Das schließt auch die Vermeidung von Emissionen und Abfälle sowie die Steigerung der Ressourceneffizienz mit ein. Wir legen Wert auf ein praktiziertes Managementsystem, welches eine Prozesssteuerung sowie Risikoanalysen mit nachvollziehbaren Maßnahmen auf Grundlage von Normen oder gleichwertigen Systemen berücksichtigt.

5.2 Umgang mit Abfall und gefährlichen Stoffen
Eine systematische Entsorgung aller innerhalb der Fertigungsprozesse anfallenden Abfälle ist auf Basis der aktuellen Gesetzgebung und Richtlinien zur Erreichung der abfallwirtschaftlichen Ziele (Wiederverwendung und Verwertung von Abfällen und somit auch zur Ressourcenschonung) entsprechend der anfallenden Abfallart bzw. stellt die gesetzeskonforme betriebliche Abwicklung derselben sicher.

5.3 Umgang mit Energieverbrauch/ -effizienz
Der Energieverbrauch ist zu überwachen und zu dokumentieren. Es sind wirtschaftliche Lösungen zu finden, um die Energieeffizienz zu verbessern und den Energieverbrauch zu minimieren.

6. Ökonomische Verantwortung

6.1 Ganzheitliche Produktverantwortung
Mit den Produkten und integrierten Lösungen ist auf die Kundenbedürfnisse einzugehen; d.h. diese sind vor der Herstellung in enger Abstimmung mit dem Inverkehrbringer auf rechtliche Vorgaben, hier ggf. branchenrelevante und länderspezifische Gesetze zu prüfen. Die beidseitige Unterstützung betreffend der ökonomischen Wertschöpfung muss gegeben sein. Die Produktverantwortung ist ganzheitlich zu betrachten. Das sind dabei die Grundsätze:
Es ist sicherzustellen, dass die Produkte verantwortungsbewusst entwickelt, bezogen, hergestellt, gelagert, transportiert und angewendet werden.
Weiterhin sind fortlaufend Umweltschutz, Gesundheitsschutz und die Sicherheit der Mitarbeiter:innen während der Produktion sicherzustellen .
Neben den Fertigungsverfahren und Kennzeichnungsvorschriften ist im Rahmen der Managementvorgaben der gezielte Roh- und Hilfsstoffeinsatz zu prüfen. Hierzu bedarf es einer transparenten Kommunikation auch mit den Lieferanten, welche die Beschaffenheit bzw. Eigenschaft der gelieferten Materialien aktuell bestätigen müssen.

7. Umsetzung/ Basis für Zusammenarbeit

7.1 Mitarbeiter:innen
Über die Identität des betrieblichen Code of Conduct werden die Mitarbeiter:innen im Rahmen unseres Personalmanagements informiert. Die Weitergabe der Anforderungen erfolgt für die verantwortlichen Mitarbeiter:innen über eine Verpflichtungserklärung mit einhergehender dokumentierter Kenntnisnahme.

7.2 Geschäftspartner:innen
Dieser Verhaltenskodex gilt für alle Lieferanten und Dienstleister, zu denen eine direkte Geschäftsbeziehung besteht; d. h. dieser muss den eigenen Mitarbeitern:innen bekannt sein und entsprechend realisiert werden. Sollte ein eigener Kodex bestehen müssen bei Anfrage Nachweise zur Einhaltung erbracht werden. Wir behalten uns vor die von uns definierten Anforderungen ggf. vor Ort zu prüfen oder prüfen zu lassen. Ein Verstoß gegen die v. g. Verpflichtungen kann als Vertragsverletzung betrachtet und u.U. eine rechtliche Bewertung erfordern, wobei wir unseren Geschäftspartner:innen die Möglichkeit einer entsprechenden Abhilfemaßnahme einräumen können.

7.3 Information und Kommunikation
Unser Code of Conduct kann im Internet unter http.//www.serong.de eingesehen, ausgedruckt und den relevanten Mitarbeitern:innen vermittelt werden.