

2024

STARKE WURZELN.  
KLARE RICHTUNG.  
NACHHALTIG HANDELN.

# NACHHALTIGKEITS- BERICHT





# INHALT



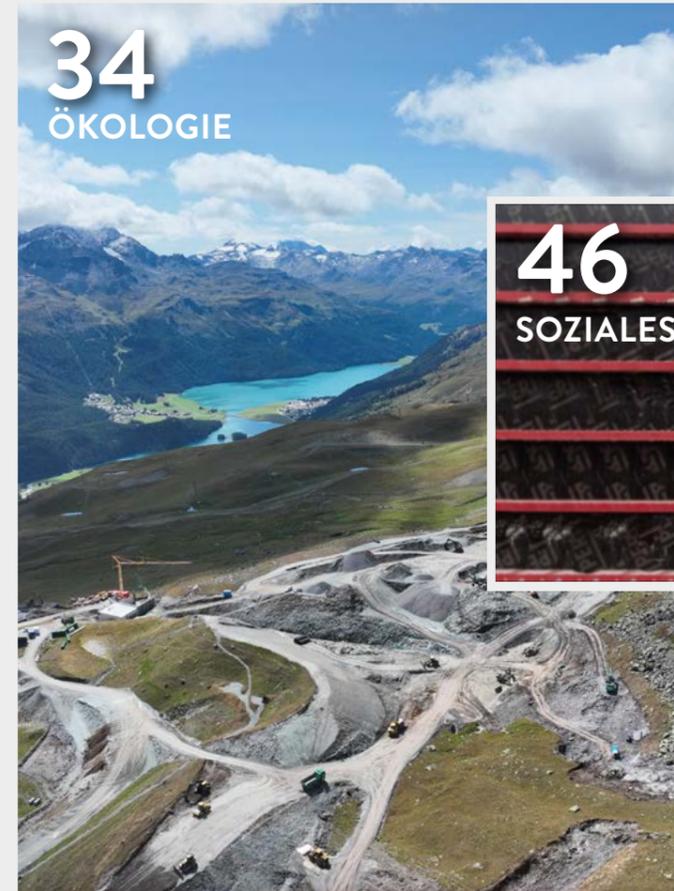
14  
GOVERNANCE



22  
ÖKONOMIE



8  
UNTERNEHMENS-  
PORTRAIT



34  
ÖKOLOGIE



46  
SOZIALES



56  
AUSBLICK

## GOVERNANCE

|                       |    |
|-----------------------|----|
| Unsere Werte          | 16 |
| Anti-Korruption       | 18 |
| Krisenmanagement      | 18 |
| Risikobericht         | 19 |
| Zertifikate & Ratings | 19 |
| Leadership            | 20 |

## ÖKONOMIE

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Wirtschaftliche Ausgangslage | 24 |
| Digitalisierung              | 25 |
| Lokale Wirtschaftsförderung  | 25 |
| Investitionen                | 26 |
| Marketing                    | 28 |
| Kundenzufriedenheit          | 29 |
| Prix SVC Ostschweiz 2024     | 30 |
| Innovation                   | 32 |

## ÖKOLOGIE

|   |    |
|---|----|
| Emissionen und Berechnung                 | 36 |
| CO <sub>2</sub> , Treibhausgase und Klima | 38 |
| Reduktion interner Verbrauch              | 40 |
| Inkoh und KLARK                           | 42 |
| Recyclingbaustoffe                        | 44 |
| Ökologische Produktion                    | 45 |

## SOZIALES

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Belegschaft                   | 48 |
| Aktive Fluktuation            | 48 |
| Vergütung                     | 49 |
| Arbeitsicherheit & Gesundheit | 50 |
| Ferienüberhang                | 52 |
| Vorsorge Pensionierung        | 53 |
| Wohltätigkeiten & Sponsoring  | 53 |
| Weiter- und Ausbildung        | 54 |



# VORWORT

Als Familienunternehmen in achter Generation ist Zindel United fest in der Region Ostschweiz verankert – mit Werten, die über Jahrzehnte gewachsen sind, und einer Kultur, die auf Verantwortung, Verlässlichkeit und Innovationskraft beruht. Unsere Herkunft verpflichtet. Wir denken nicht in Quartalen, sondern in Generationen. Diese langfristige Perspektive prägt auch unser Verständnis von Nachhaltigkeit – ökologisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich.

In einer Branche, die traditionell viele Ressourcen beansprucht, setzen wir bewusst Zeichen. Mit der Entwicklung unserer ökologischen Produktlinien Inkoh Pflanzkohle und KLARK Klimabeton leisten wir einen aktiven Beitrag zur Dekarbonisierung des Bauens. Dabei denken wir weiter: Inkoh ist nicht nur ein innovativer Baustoffzusatz, sondern eröffnet auch vielfältige Anwendungsmöglichkeiten in technischen Bereichen wie der Wasseraufbereitung, Filtration oder Bodenverbesserung. Genau hier liegt ein enormes Potenzial – für mehr Umweltwirkung, für zirkuläre Lösungen, für neue Partnerschaften zwischen Bau, Technik und Umwelttechnik. Derzeit arbeiten wir mit Hochdruck an der Skalierung dieser Produkte, um ihren positiven Beitrag über die Branche hinaus sichtbar zu machen.

Gleichzeitig gestalten wir auch unseren eigenen Betrieb konsequent nachhaltiger. 2024 haben wir auf sämtlichen Gebäuden an unserem Hauptsitz in Maienfeld moderne Photovoltaikanlagen installiert – ein wichtiger Schritt zur Eigenstromversorgung. Parallel dazu wird unsere gesamte Personenwagenflotte auf Elektromobilität umgestellt, wodurch wir unseren betrieblichen CO<sub>2</sub>-Fussabdruck spürbar reduzieren.

Nachhaltigkeit umfasst für uns jedoch nicht nur Umweltfragen – sie beginnt bei den Menschen. Deshalb investieren wir gezielt in unsere Mitarbeitenden und deren Entwicklung. Im Rahmen einer unternehmensweiten Mitarbeitendenumfrage haben wir wertvolle Rückmeldungen erhalten und zwei zentrale Handlungsfelder identifiziert: die Führungskultur und die gruppen- und bereichsübergreifende Zusammenarbeit.

Als unmittelbare Massnahme haben wir ein umfassendes Führungsentwicklungsprogramm in einer ersten Phase auf Stufe Unternehmensleitung und Geschäftsführung lanciert. Gleichzeitig treiben wir die bereichsübergreifende

Zusammenarbeit innerhalb der gesamten Gruppe voran – denn unser Erfolg basiert auf gelebter Teamarbeit und gemeinsamer Verantwortung.

Auch wirtschaftlich befinden wir uns auf einem erfreulichen Kurs: Das Jahr 2024 war für Zindel United ein Rekordjahr. Dieses Ergebnis bestätigt unsere strategische Ausrichtung, unsere Kundennähe und unser unternehmerisches Engagement. Doch so erfreulich Höchstleistungen auch sind – unser Ziel bleibt eine langfristig stabile, gesunde und verantwortungsvolle wirtschaftliche Entwicklung. Wachstum ja – aber nicht um jeden Preis, sondern im Einklang mit der Strategie, unseren Werten und unserer Verantwortung.



vlnr: Andi Zindel-Schnell (7. Generation), Bernhard Zindel-Bärtsch (6. Generation), Andreas Zindel-Mirer (8. Generation)

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht nimmt Sie mit auf unseren Weg – zu konkreten Projekten, spürbaren Fortschritten und den Fragen, die uns begleiten. Er soll informieren, inspirieren und zum Dialog anregen. Die grossen Herausforderungen unserer Zeit lösen wir nicht allein, sondern gemeinsam mit Partnern, die wie wir überzeugt sind, dass unternehmerischer Erfolg und nachhaltiges Handeln kein Widerspruch, sondern Bedingung füreinander sind.

Ich danke allen Mitarbeitenden, Partnern und Wegbegleitenden, die diesen Weg mit uns gehen – mit Überzeugung, mit Neugier und mit Mut.

Mit herzlichen Grüssen

Andreas Zindel

CEO & Inhaber Zindel United

# Einführung in die Nachhaltigkeit

Der Begriff Nachhaltigkeit hat sich zu einem zentralen Leitprinzip für Unternehmen, Gesellschaft und Politik entwickelt. Doch was bedeutet Nachhaltigkeit, und wo hat der Begriff seinen Ursprung?

Das Konzept der Nachhaltigkeit stammt aus der Forstwirtschaft. Im 18. Jahrhundert formulierte der deutsche Forstwissenschaftler Hans Carl von Carlowitz die Idee, dass stets nur so viele Ressourcen genutzt werden dürfen, wie nachwachsen können. Dieses Prinzip der Ressourcenschonung bildet bis heute die Grundlage im Verständnis des nachhaltigen Wirtschaftens.

Im modernen Kontext wurde Nachhaltigkeit massgeblich durch die sogenannte Brundtland-Kommission geprägt. Diese Kommission veröffentlichte 1987 ihren Bericht «Our Common Future», in dem die Definition der nachhaltigen Entwicklung formuliert wurde, als die Bedürfnisse der Gegenwart zu befriedigen, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.

Nachhaltigkeit geht jedoch weit über ökologische Aspekte hinaus. Sie umfasst auch nicht-materielle, soziale und wirtschaftliche Werte. Soziale Nachhaltigkeit fördert gerechte Lebens- und Arbeitsbedingungen sowie Chancengleichheit. Sie beinhaltet zudem die Förderung von Bildung, Kultur und ethischen Werten, die für eine zukunftsfähige Gesellschaft unerlässlich sind.

Damit wurde Nachhaltigkeit zu einem umfassenden Konzept, das ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte miteinander verknüpft und ein Gleichgewicht zwischen diesen erfordert.



## NACHHALTIGKEIT IM BAU

Gerade in der Baubranche ist Nachhaltigkeit heute unverzichtbar. Der Bau und Betrieb von Gebäuden verursachen rund 38 Prozent der weltweiten Treibhausgasemissionen – sowohl während der Bauphase als auch im laufenden Betrieb. Zudem beeinträchtigt die Bautätigkeit oft natürliche Lebensräume und reduziert die Biodiversität.

Angesichts des wachsenden Wohnraumbedarfs bleibt Bauen notwendig. Umso wichtiger ist es, energieeffizient und klimaneutral zu bauen, mit Fokus auf Ressourcenschonung und den Einsatz umweltfreundlicher, nachwachsender Materialien.

Nachhaltiges Bauen hat zudem eine starke soziale Dimension. Es schafft Orte für Gemeinschaft, Bildung, Gesundheit und Kultur. Es fördert soziale Gerechtigkeit, indem es bezahlbaren, gesunden und inklusiven Wohn- und Arbeitsraum bietet. Dabei steht auch das Wohlbefinden der Nutzer im Zentrum – durch gesunde, komfortable und lebenswerte Räume für alle.

Die Nachhaltigkeit geht über das Produkt – der Bau – hinaus. Die Arbeitsbedingungen auf der Baustelle sind herausfordernd und bergen ein hohes Potenzial für Unfälle und gesundheitliche Folgen. Deshalb ist es als Unternehmen in der Branche entscheidend, nachhaltig zu wirtschaften, um Präventionsmassnahmen zu ergreifen. Dazu gehören die Implementierung von Sicherheitsprotokollen, regelmässige Schulungen der Mitarbeitenden, die Bereitstellung von hochwertiger Schutzausrüstung und die Förderung einer Kultur der Sicherheit und Achtsamkeit.

Nachhaltigkeit kann bei Zindel United nicht mehr weggedacht werden, sondern wird als integraler Bestandteil des täglichen Schaffens betrachtet.

# Unternehmens- portrait

I Zindel United ist eine vielseitige Unternehmensgruppe mit Sitz in Maienfeld. Sie ist vor allem in der Ostschweiz für ihre Kompetenzen in Planung, Ausführung und der Produktion von Baustoffen bekannt.

Die Unternehmensgruppe vereint unter einem Dach ein breites Spektrum an Fachwissen und Dienstleistungen, die den gesamten Lebenszyklus von Bauwerken abdecken – von der Planung über die Realisierung bis hin zur Rückführung in den Materialkreislauf.

Dabei steht stets ein verantwortungsvoller Umgang mit den Ressourcen im Zentrum. Zindel United versteht sich sowohl als Unternehmung, wie auch als Partner für nachhaltige Entwicklung, der innovative Lösungen mit regionaler Verankerung verbindet.

Mit einem starken Fokus auf Qualität, Effizienz und Umweltbewusstsein schafft die Gruppe Räume, die Bestand haben – für Menschen, Unternehmen und die Gesellschaft.



## Zahlen & Fakten

Gründung 1808  
8 Tochterunternehmen  
183 Mio. Franken Umsatz  
Rund 490 Vollzeitstellen  
180 neue Stellen seit 2016  
22 Lernende  
8 Patente

### Über 300 aktive Bau- und Entwicklungsprojekte:

zahlreiche bereichsübergreifende Grossprojekte in der ganzen Ostschweiz, u. a. in den Bereichen Rückbau, Spezialtiefbau, Verkehrswegebau, Immobilienentwicklung und CO<sub>2</sub>-neutraler Beton.

Innerhalb der Gruppe arbeiten spezialisierte Tochtergesellschaften eng zusammen, um massgeschneiderte Lösungen für unterschiedlichste Anforderungen zu bieten. So übernimmt die **Zindel + Co. AG** anspruchsvolle Hoch- und Tiefbauprojekte sowie Rückbauarbeiten.

Die **Speztec AG** bringt ihr Know-how in der Schadstoffsanierung und im selektiven Rückbau ein, während die **Brandis Investment AG** und **Invias AG** für die strategische Projektentwicklung, Architektur und Fachplanung tätig sind.

Die **Ribbert AG** bringt ihre Expertise im Spezialtiefbau ein, insbesondere bei komplexen Baugrubensicherungen.

Im Bereich Ressourcen sind die **Inkoh AG** (Produktion von Pflanzenkohle) und **Logbau AG** (Herstellung von Baustoffen, Logistik und Transport) tätig.

Mit der Beteiligung an der **InnoQube Swiss AG** fördert Zindel United zudem Innovation und Unternehmertum in zukunftsweisenden Bereichen.



Die Karte zeigt die geografische Aufteilung der drei Marktgebiete der Zindel United.

## GESCHICHTE

Vor über 210 Jahren wurde das Unternehmen durch Johann Ulrich Zindel, einen Maurermeister, gegründet – damals mit dem Fokus auf Bau und Landwirtschaft.

Über die Jahrzehnte hinweg entwickelte sich das Unternehmen stetig weiter: Mit dem Bau des Kieswerks in Tardis (1948), der Gründung zahlreicher Tochterfirmen und der Integration in die Brandis Finanz Holding AG (1990)

wurde der Grundstein für die heutige Unternehmensgruppe gelegt.

Andreas Zindel führt die Zindel United in achter Generation gemeinsam mit einer starken Unternehmensleitung und treibt die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens voran. Was einst als kleiner Handwerksbetrieb begann, ist heute ein modernes, breit aufgestelltes Unternehmen mit Weitblick, starken Wurzeln und authentischen Werten.

## Berichterstattung

I Weltweit gewinnt die Nachhaltigkeitsberichterstattung zunehmend an Bedeutung. In Europa, Australien und Asien verpflichten neue Vorschriften Unternehmen zu mehr Offenheit.

Zindel United stellt sich dieser Entwicklung und setzt auf eine vorausschauende Dokumentation unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Mit unserem ersten Bericht legen wir unsere Massnahmen offen, analysieren Kennzahlen und schaffen eine Basis für kontinuierliche Verbesserung. Dies stärkt Transparenz und Wettbewerbsfähigkeit.

Auch in der Schweiz gewinnt die nachhaltige Berichterstattung an Bedeutung. Das Obligationenrecht (OR 964) verpflichtet grosse Unternehmen zur Offenlegung nichtfinanzieller

Informationen. Obwohl aktuell keine gesetzliche Pflicht besteht, orientiert sich Zindel United an OR 964 sowie an anerkannten Standards wie den GRI-Standards und dem neuen VSME-Standard der EU für KMU. So werden wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Leistungen strukturiert und transparent erfasst.

Ein zentraler Bestandteil ist die **Wesentlichkeitsanalyse**, die wir mit externer Unterstützung durchgeführt haben. Die relevanten Themen und unser aktueller Status sind im weiteren Dokument sowie im GRI-Index im Anhang ersichtlich.

## Nachhaltigkeitsstrategie

I Zwei Jahrhunderte unternehmerische Entwicklung zeugen von **Weitsicht**, **Anpassungsfähigkeit** und **Verantwortung** – Werte, die den Kern unserer Strategie bilden. Unsere Unternehmensgeschichte steht exemplarisch für nachhaltiges Wirtschaften – lange bevor der Begriff «Nachhaltigkeit» gängig war. Seit acht Generationen sind wir als Familienunternehmen überzeugt, dass unternehmerischer Erfolg und langfristige Kontinuität nur mit verantwortungsvollem und zukunftsgerichtetem Handeln möglich sind. Im Lauf der Zeit haben wir uns kontinuierlich weiterentwickelt, uns den Herausforderungen der jeweiligen Epoche gestellt und dabei stets auf dauerhafte Wertschöpfung gesetzt.

Mit dem zunehmenden gesellschaftlichen und regulatorischen Fokus auf nachhaltige Entwicklung haben wir die Thematik noch bewusster in unsere Unternehmensführung aufgenommen. Dabei entwickelten wir nicht eine gesonderte Nachhaltigkeitsstrategie, viel mehr integrieren wir Nachhaltigkeit in unsere Gesamtstrategie. Die Entwicklung unserer Strategie und Nachhaltigkeitsthemen erfolgte daher gemeinsam mit einem externen Partner in einem strukturierten, mehrstufigen Prozess.

### ANALYSEPHASE

Zu Beginn stand eine umfassende Ist-Analyse, die gemeinsam mit der Unternehmensleitung durchgeführt

wurde. Dabei wurden bestehende strategische Dokumente ausgewertet und das Unternehmensumfeld hinsichtlich regulatorischer Anforderungen, Markttrends und Stakeholder-Erwartungen analysiert. Zudem wurden die Chancen und Risiken der einzelnen Themenfelder analysiert, wobei der Mensch immer im Mittelpunkt unseres Handelns ist.

Die Identifikation der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen erfolgte anschliessend in enger Abstimmung mit verschiedenen Stakeholdern und wurde durch ein externes Expertenteam geleitet. Die Ergebnisse dieser Wesentlichkeitsanalyse sind ein zentrales Steuerungselement unserer Strategie.

### STRATEGIEFORMULIERUNG

Die erarbeiteten Nachhaltigkeitsziele und Handlungsfelder wurden konsequent in die übergeordnete Unternehmensstrategie integriert, um Kohärenz und Akzeptanz im gesamten Unternehmen sicherzustellen. Der Stellenwert von Weitsicht und Nachhaltigkeit bei Zindel United verdeutlicht sich in der Vision:

**UNSERE IDEEN BEGEISTERN MENSCHEN,  
SCHONEN RESSOURCEN UND WERDEN  
ZU GESAMTHEITLICHEN LÖSUNGEN UND  
BAUWERKEN FÜR GENERATIONEN.**

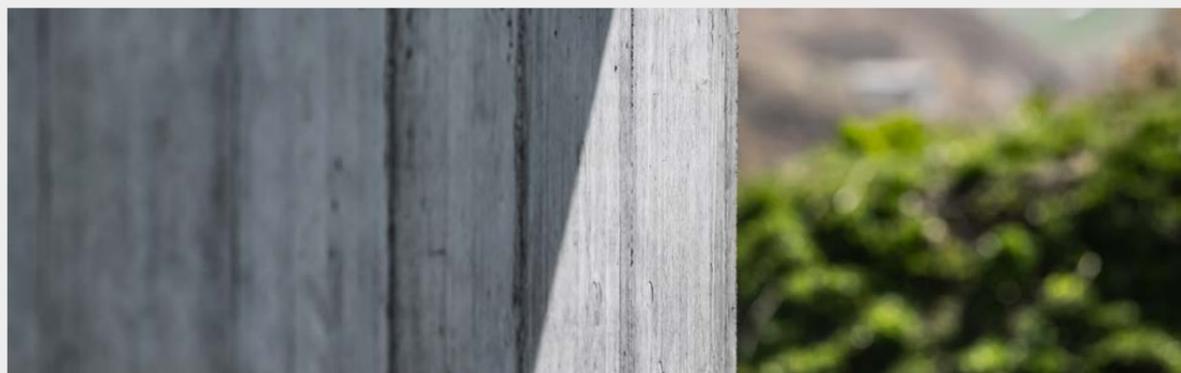
### KLARE FOKUSTHEMEN

Im Zuge der Strategieüberarbeitung schärften wir unsere Fokusthemen und reduzierten diese von 7 auf 4. Für die einzelnen Schwerpunkte haben wir Ziele gesetzt, die wir in der Strategieperiode bis 2028 erreichen möchten.

### AMBITIONSNIWEAU

Nachhaltigkeit ist zudem einer unserer zentralen Werte, die unser unternehmerisches Handeln prägen und langfristig ausrichten. Dies unterstreicht unseren Anspruch an verantwortungsvolles Handeln.

Nachhaltigkeit ist somit nicht nur ein Beiwerk, sondern strategisch verankert. Sie ist die Basis für den langfristigen Erfolg und die Kontinuität unserer Produkte und Dienstleistungen – gestern, heute und in Zukunft.



Diese Betonmauer besteht aus KLARK - der Klimabeton und ist CO<sub>2</sub> neutral. Sie steht symbolisch für unser Engagement, nachhaltige Materialien für die Baubranche zu entwickeln und Ressourcen-Kreisläufe zu optimieren.



### FUSSABDRUCK

Wir entwickeln Angebote in allen Bereichen des nachhaltigen Bauens. Dabei fokussieren wir uns auf die Kreislauffähigkeit unserer primären Baustoffe Holz und Beton, reduzieren unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoss signifikant und steigern den Umsatz unserer ökologischen Produkte<sup>1</sup> substantziell.

- **CO<sub>2</sub>-Bilanz p. Mitarbeiter** < 9t (Scope 1 + 2)  
IST 2024: 9.2t
- **Umsatz ökologische Produkte<sup>1</sup>** > 10% des Gesamtumsatzes  
IST 2024: 7.2%

<sup>1</sup> Bei Zindel United entstehen ökologische Produkte durch bereichsübergreifende Prozesse der Kreislaufwirtschaft und/oder die Optimierung der CO<sub>2</sub>-Bilanz. Aktuell mit folgenden Produkten: Pflanzenkohle, KLARK, Erdbaustoffe, RC-Baustoffe (RC-Kies, RCC, RCM), Holzbau (als GU), Sanierungen (als GU).



### WIRTSCHAFTLICHKEIT

Durch gezielte Umsatzsteigerung und konsequenter Ergebnisoptimierung sichern wir die finanzielle Basis für unsere Investitionen und unser nachhaltiges Wachstum. Unsere Kunden überzeugen wir mit massgeschneiderten, effizienten und qualitativ hochwertigen Lösungen. Dabei stärken wir unsere Marktpräsenz, indem wir unser vollständiges Portfolio im Kernmarkt anbieten und schweizweit durch innovative Produkte überzeugen.

- **Umsatz (kumuliert)** CHF 132 Mio.  
IST 2024: 183 Mio.
- **Kundenzufriedenheit** > 90%  
IST 2024: 91.7%



### INNOVATION

Wir fördern Innovationen<sup>2</sup> und Technologien, insbesondere in den Bereichen Holz und Beton sowie deren Kombination. Hier nehmen wir eine Vorreiter-Rolle ein. Gleichzeitig digitalisieren wir unsere Geschäftsprozesse konsequent, um den Kundennutzen zu maximieren und/oder Prozesskosten zu senken<sup>3</sup>.

- **1 Innovationsprojekt / Jahr** auf Stufe Konzeptionsphase  
IST 2024: 0 Projekte
- **Umsatz innovative Produkte** > 5% des Gesamtumsatzes  
IST 2024: 4.9%

<sup>2</sup> Innovative Produkte bei Zindel United: Pflanzenkohle, KLARK, Erdbaustoffe, Ribbert-Systeme, Quadrin.

<sup>3</sup> Dabei halten wir an Branchenlösungen fest, harmonisieren Daten und nutzen die Potenziale der KI mit dem Ziel, digitale Schnittstellen zesse mit allen relevanten Stakeholdern aufzubauen.

## STRATEGISCHE ZIELE 2024



### SICHTBARKEIT

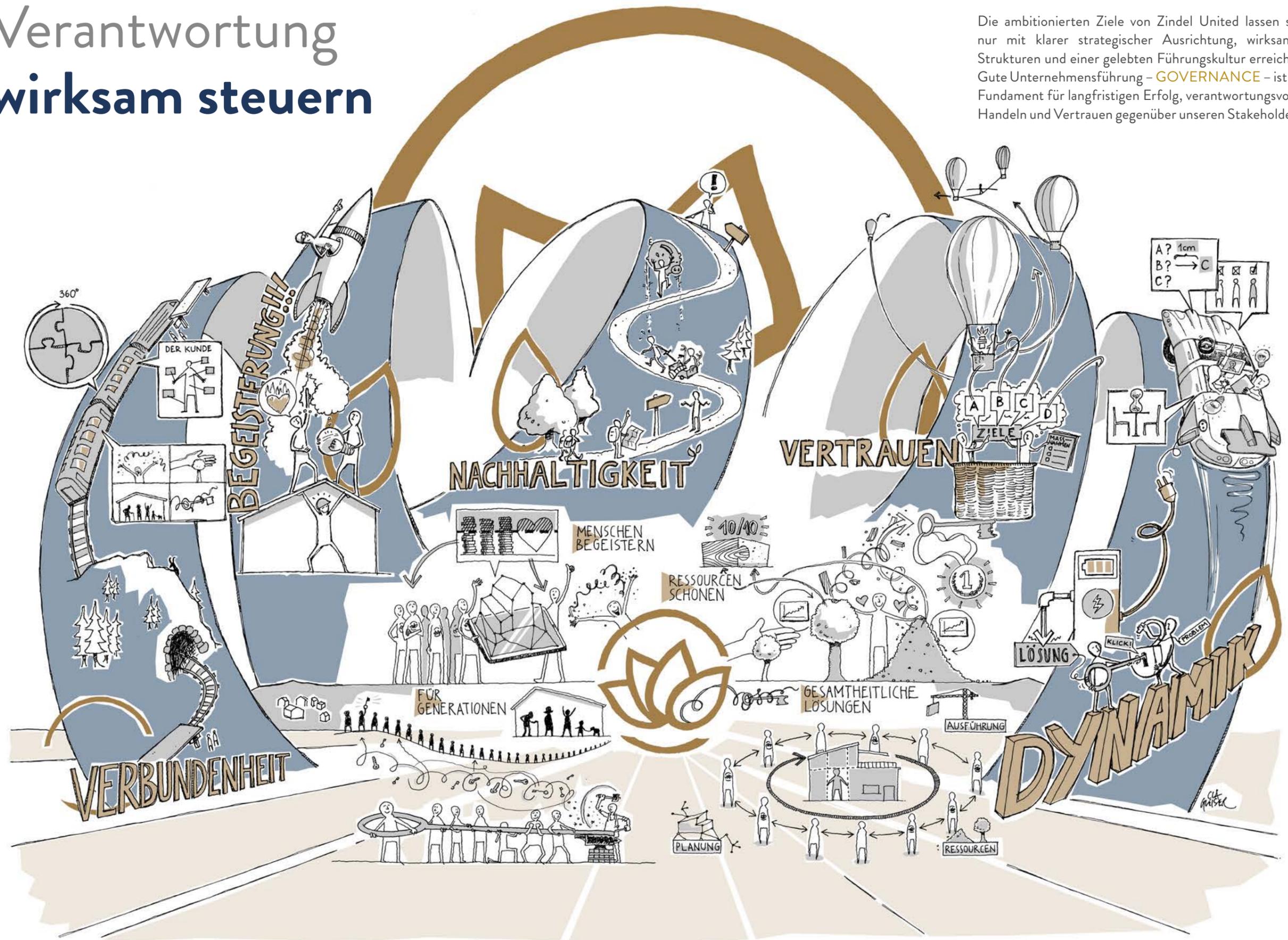
Wir stärken unsere Position als attraktiver Arbeitgeber, sowohl nach aussen als auch nach innen. Starke Marken<sup>4</sup> und gezieltes Marketing verbessern unsere Aussenwirkung, steigern die Bekanntheit und fördern ein positives Image. Gleichzeitig schaffen wir ein attraktives Arbeitsumfeld, das qualifizierte Fachkräfte anzieht und langfristig bindet. Unsere Führungskräfte spielen dabei eine zentrale Rolle, indem sie Mitarbeitende fördern und motivieren. Gemeinsam sorgen wir für ein gesundes und sicheres Umfeld.

- **Ferienüberhang** < 10 Tage  
IST 2024: 14.1 T/p.P.
- **Aktive Fluktuation:** < 10%  
IST 2024: 10.1%
- **Weiterbildung:** 1 pro Person  
IST 2024: 2.7 p.P.
- **Social Media Follower:** 6'000  
IST 2024: 5'967
- **Ø organische Zugriffe mtl.:** 1'000  
IST 2024: 3'476
- **Ausfalltage pro Mitarbeiter:** < 7.5  
IST 2024: 10.1 T/p.P.

<sup>4</sup> Unsere Mehrmarkenstrategie zahlt konsequent auf die Zindel United ein. Dabei nutzen wir gegenseitig Synergien und fördern gesamtheitliche Lösungen. Der Brand «Zindel United» steht für einen Top-Arbeitgeber mit innovativen, nachhaltigen und gesamtheitlichen Lösungen.

# Verantwortung wirksam steuern

Die ambitionierten Ziele von Zindel United lassen sich nur mit klarer strategischer Ausrichtung, wirksamen Strukturen und einer gelebten Führungskultur erreichen. Gute Unternehmensführung – **GOVERNANCE** – ist das Fundament für langfristigen Erfolg, verantwortungsvolles Handeln und Vertrauen gegenüber unseren Stakeholdern.



## Unsere Werte

Um unsere Werte wirklich zu leben, verfolgen wir eine Unternehmenspolitik mit klaren Leitsätzen in den Bereichen **Management**, **Umwelt** und **Arbeitssicherheit**. Zudem sind diese Werte klar im Mitarbeitendenhandbuch festgehalten und dienen als Leitbild für unsere tägliche Arbeit.

Mit gemeinsamen Aktionen wie dem Grillfest und Kundenanlass, wo Mulden zu Sandkästen, Schnitzelhaufen zur Rutschbahn und der Sattelschlepper zur Bühne wird, schaffen wir Begegnungen, die verbinden.

Gleichzeitig fördern wir Transparenz über das Power BI-Dashboard, das vielen Mitarbeitenden Einblicke in die detaillierten Unternehmensziele und Kennzahlen gibt. Die ganze Belegschaft informieren wir über regelmäßige Updates und einen Teams-Kanal. So ermöglichen wir Mitarbeitenden Verantwortung zu übernehmen und gemeinsam an der Zukunft von Zindel United zu bauen.

Grillfest und Kundenanlass 2024  
Foto ©Zindel United



### VERBUNDENHEIT

- Wir sind Zindel United und handeln als starkes, vereintes Team.
- Wir verfolgen gemeinsame Ziele, die wir nur vereint mit unseren Kunden und Partnern erreichen können.
- Wir ergänzen, helfen und unterstützen uns gegenseitig.

### NACHHALTIGKEIT

- Wir streben nach langfristigem Erfolg und arbeiten kontinuierlich an der Qualität unserer Produkte.
- Wir gehen verantwortungsvoll mit Menschen, Ressourcen und der Natur um, um heute und in Zukunft einen Mehrwert zu schaffen.
- Wir verankern Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz fest in unserem täglichen Handeln.

### BEGEISTERUNG

- Wir begeistern uns für neue Ideen und Projekte und die Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Partnern.
- Wir handeln stets mit einer positiven inneren Haltung und einem hohen Qualitätsanspruch.
- Wir nehmen mit Freude Herausforderungen an, das spiegelt sich in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden wieder.

### VERTRAUEN

- Wir pflegen eine offene, transparente und ehrliche Kommunikation nach Innen und nach Aussen
- Wir übernehmen Verantwortung für unsere Arbeit und stellen sicher, dass unsere Kunden auf uns zählen können.
- Wir schaffen Vertrauen durch Zuverlässigkeit und Kompetenz.

### DYNAMIK

- Wir erfüllen mit kreativen und innovativen Lösungen die Anforderungen unserer Kunden.
- Wir haben klare Zuständigkeiten und kurze Entscheidungswege.
- Wir sehen Veränderungen als Chance und handeln proaktiv und lösungsorientiert.

## Anti-Korruption

I Für alle Mitarbeitenden von Zindel United – einschliesslich aller Tochtergesellschaften – gelten klare Antikorruptionsrichtlinien und die Einhaltung des Kartellrechts. Diese Vorgaben richten sich an den gesetzlichen Vorgaben des Schweizer Korruptionsstrafrechts aus und sind verbindlich für sämtliche Mitarbeitende sowie externe Vertreterinnen und Vertreter, die im Namen von Zindel United handeln.

Zindel United setzt sich für einen fairen, transparenten und offenen Wettbewerb ein. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, sind die entsprechenden Verhaltensgrundsätze ausdrücklich im Mitarbeitendenhandbuch festgehalten.

Alle Mitarbeitenden sind verpflichtet, sich an die geltenden rechtlichen und internen Vorgaben zu halten und jegliches Verhalten zu unterlassen, das als unlauter, unethisch oder potenziell schädlich für das Unternehmen gelten könnte.

## Krisenmanagement

I Selbst bei grösster Sorgfalt lassen sich Krisen nie vollständig ausschliessen – sie können durch Naturereignisse, menschliches Versagen, technische Defekte, kriminelle Handlungen oder globale Ereignisse wie Pandemien ausgelöst werden. Krisensituationen entwickeln dabei oft eine Eigendynamik, die schwer planbar ist – umso wichtiger ist es, bestmöglich vorbereitet zu sein.

Zindel United hat dafür einen Krisenstab eingerichtet, der ein dreistufiges Eskalationsmodell mit klaren Abläufen, definierten Zuständigkeiten und einen umfassenden Leitfaden entwickelt hat. Für alle Eskalationsstufen bestehen konkrete Handlungspläne. In besonders schweren Fällen greift ein erweitertes Krisenkonzept mit sechs definierten Risikoszenarien: Cyberattacke, grosser Sachschaden, schwerer Personenunfall, Naturkatastrophe, Anschlag/Kriminalität und Pandemie.

Für jeden Bereich existieren spezifische Massnahmenpläne. Ein klar geregelter Kommunikationsablauf sorgt dafür, dass im Ernstfall rasch, transparent und zielgerichtet informiert und gehandelt wird. 2024 wurde mit einem simulierten Cyberangriff der Ernstfall geübt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse führten zu gezielten Verbesserungen im Ablauf. Die Hoffnung bleibt, dass das Konzept nie benötigt wird – doch für den Fall der Fälle ist klar: Alle wissen, was zu tun ist.

## Risikobericht

I Zindel United verfügt über ein gruppenweites Risiko- und Kontrollsystem (RM & IKS), das alle Gesellschaften der Gruppe einbindet. Es dient dazu, Risiken frühzeitig zu erkennen, systematisch zu bewerten und mit gezielten Massnahmen zu steuern. Damit unterstützt es die strategische Ausrichtung und sichert die wirtschaftliche Stabilität der Gruppe.

Im Rahmen des jährlichen Risikomanagementzyklus wurden mehrere zentrale Risiken identifiziert: Dazu gehören politische und regulatorische Veränderungen, Cyberrisiken durch Angriffe auf IT-Systeme, zunehmender Wettbewerbsdruck mit sinkendem Ertragspotenzial, der Strukturwandel in der Branche sowie inflationsbedingte Zinssteigerungen. Auch die Versorgungssicherheit bei Energie, Rohstoffen und Ersatzteilen stellt ein relevantes Risiko dar.

Um die Widerstandsfähigkeit der Gruppe weiter zu stärken, wird das Risikomanagementsystem im Jahr 2025 umfassend überarbeitet. Ziel ist eine engere Verzahnung mit strategischen Entscheidungen, klar definierte Verantwortlichkeiten und eine konsequentere Umsetzung von Massnahmen. Das RM & IKS bleibt damit ein zentrales Führungsinstrument für die nachhaltige Entwicklung von Zindel United.

## Zertifikate & Ratings

I Zertifikate und Ratings sind zentrale Werkzeuge, um Qualität, Umweltverantwortung und soziale Aspekte nachvollziehbar zu machen. Sie schaffen Vertrauen bei Kunden, Investoren und Partnern und zeigen: Zindel United übernimmt Verantwortung.

Wir sind nach ISO 9001 (Qualitätsmanagement) und ISO 14001 (Umweltmanagement) zertifiziert, Teil der Suva-Sicherheits-Charta und des internationalen Netzwerks IQNet. Diese Standards stehen für messbare Qualität, wirksame Managementsysteme, klare Sicherheitsprinzipien und umweltbewusstes Handeln. Mit dem esg2go-Rating erfassen wir unseren Nachhaltigkeitsstatus transparent – als Grundlage für gezielte Verbesserungen.



# Leadership

Die Mitarbeitendenbefragung 2024 zeigte Entwicklungspotenzial im Bereich Leadership und Zusammenarbeit auf. Diese Faktoren sind erheblich für die langfristige Entwicklung der Zindel United. Daher führten wir im Herbst 2024 eine Persönlichkeitsanalyse im Führungsteam durch. Dadurch können wir die individuellen Stärken und Potenziale identifizieren und diese in Abstimmung mit den persönlichen Erwartungen und Bedürfnissen fördern.

Die Analyse hat eine diverse Verteilung ergeben, wobei viele Führungskräfte dem inspirierend und dynamischen Feld zuzuordnen sind.

Um die gemeinschaftliche Entwicklung sicherzustellen, wurden im Führungsteam fünf Ziele/Grundsätze zur Verbesserung gefasst:

- Selbstführung & -erkenntnis
- Laterale Führung
- Einheitliches Auftreten & gemeinsame Richtung
- Kommunikation & Beziehungsebene verbessern
- Insights Discovery & stärkenorientierte Zusammenarbeit

Im Jahr 2025 führen wir vier Module zur Führungsentwicklung durch und implementieren die gefassten Ziele und gewonnenen Erkenntnisse in unsere tägliche Arbeit.

### MITARBEITERUMFRAGE

54% der Mitarbeitenden haben 2024 an einer Mitarbeiterumfrage teilgenommen. Die Durchführung und Auswertung der Umfrage wurde durch die Firma icommit gemacht.

Wir erhielten detaillierte und anonymisierte Rückmeldungen. Resultierend aus den Rückmeldungen wurden zwei primäre Handlungsfelder für die ganze Zindel United und das Jahr 2025 festgelegt:

- **Führungskräfte**  
(Arbeit & Freizeit, Leadership)
- **Zusammenarbeit**  
(gut unterwegs, hat aber gleichzeitig grosses Potential)

### FÜHRUNGSGRUNDSÄTZE

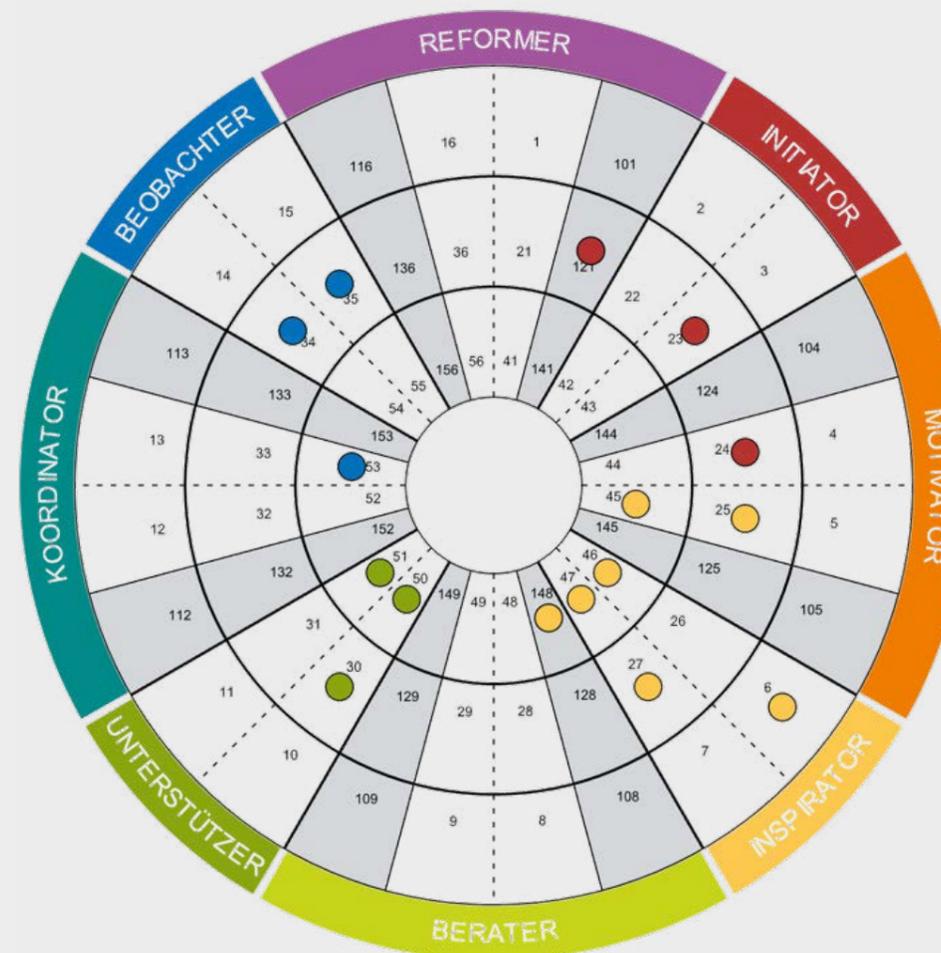
Wir führen über Ziele und fokussieren uns auf die Ergebnisse unserer Arbeit.

Wir sind positiv und schaffen ein Klima, in dem es Freude macht zu arbeiten.

Wir treffen Entscheidungen im Sinne der Zindel United für Mensch, Umwelt und Wirtschaftlichkeit.

Wir vertrauen unseren Mitarbeitenden, fördern ihre Stärken und kommunizieren ehrlich und direkt.

Wir konzentrieren uns auf das Wesentliche und gestalten dafür die notwendigen Rahmenbedingungen.



Das Teamrad visualisiert die Persönlichkeitsprofile und Farbenergien des Führungsteams auf dem 72-Typen-Rad. Es zeigt Stärken, Unterschiede in Verhalten und Entscheidungsstil sowie mögliche Spannungsfelder – eine Grundlage für reflektierte und wertschätzende Zusammenarbeit.

# Bauen für Generationen wirtschaftlich Denken

Die Wirtschaft prägt nachhaltige Entwicklung. Zindel United vereint Innovation und Stabilität, um nachhaltige Wirtschaftsentwicklung voranzutreiben. Durch faire Vergütung und gezielte Förderung der lokalen Wirtschaft stärken wir langfristig unsere Position und übernehmen Verantwortung.



Der Verkehrsstützpunkt KAPO Chur wurde als Pilotprojekt im Rahmen des Aktionsprogramms «Green Deal» konzipiert und gilt als Leuchtturmprojekt für nachhaltiges Bauen.  
Foto ©Ingo Rasp Photography

## Wirtschaftliche Ausgangslage

I 2024 setzte Zindel United zahlreiche Projekte erfolgreich um – exemplarisch einige davon: In Chur entstand der neue Verkehrsstützpunkt mit Logbau und Zindel + Co. Der Weisse Turm wurde als höchster 3D-gedruckter Turm der Welt realisiert. Die Erweiterung des Landquart Fashion Outlet vereinte die Kompetenzen von Invias, Zindel + Co. und Logbau in einem gruppenübergreifenden Grossprojekt mit hoher Wertschöpfung.

Weitere Projekte: der Um- und Neubau der Hochgebirgsklinik Davos, das Gefängnis Altstetten und der Rückbau der Mühle Grüşch – das letzte Projekt mit unserem Cat 365. Die Ribbert realisierte mehrere Hangsicherungen mit den innovativen Ribbert-Systemen,

Tabrec übernahm die Skipistenaufbereitung im Engadin, Speztec sanierte Schadstoffe in der Flumserie und Inkoh lieferte Substrate für die Einhausung Schwamendingen.

Unsere breit diversifizierte Struktur ermöglicht flexible Marktanpassungen und gezielte Synergien. Das integrierte Geschäftsmodell vereint Planung, Ausführung und Ressourcen. Durch frühzeitige strategische Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und Innovation sichern wir unsere Wettbewerbsfähigkeit und stärken unsere Position als verlässlicher Partner.

## Digitalisierung

I Die fortschreitende Digitalisierung ist für Zindel United ein entscheidender Hebel, um Prozesse effizienter, transparenter und ressourcenschonender zu gestalten.

Ausgehend von einer klaren Vision – eine zentrale Informationsplattform für alle relevanten Anspruchsgruppen – verfolgt Zindel United das Ziel, Geschäftsprozesse nachvollziehbar zu machen, Daten zu konsolidieren und dadurch messbare Mehrwerte zu schaffen. Im Fokus steht aktuell die Kundenseite: Ein KI-gestützter Bot in Microsoft Teams, angebunden an

den SharePoint, der einen schnellen und strukturierten Zugriff auf Kundendaten ermöglicht.

Erste Rückmeldungen zeigen, dass der Bot den Informationszugang deutlich vereinfacht und die interne Zusammenarbeit verbessert. Die nächsten Schritte umfassen die technische Weiterentwicklung, die Ausweitung auf weitere Anwendungsfelder wie das Ressourcenmanagement sowie die aktive Einbindung der Mitarbeitenden – unterstützt durch einen neuen Projektleiter Digitalisierung ab August 2025.

## Lokale Wirtschaftsförderung

I Zindel United ist tief in der Region Graubünden verwurzelt. Wir verstehen uns als Teil der regionalen Wirtschaft und engagieren uns aktiv für deren nachhaltige Entwicklung. Mit gezielten Investitionen, starken Partnerschaften und vielfältigen Bauprojekten leisten wir einen konkreten Beitrag zur Stärkung des Wirtschaftsraums Graubünden.

Unsere Projekte realisieren wir überwiegend in Graubünden und der Ostschweiz – von Infrastrukturmassnahmen über Hoch- und Tiefbau bis hin zu Umwelttechnik. Dabei arbeiten wir bevorzugt mit lokalen Lieferanten und Partnerbetrieben zusammen,

dies ist klar in unseren Beschaffungsrichtlinien festgehalten. So minimieren wir die Transportwege und stärken gezielt die regionale Wertschöpfung. Zusätzlich engagieren wir uns im entstehenden Green-Tech-Cluster Graubünden, einer Plattform zur Förderung nachhaltiger Technologien. Als Mitinitiator bringen wir unsere Erfahrung in den Bereichen Kreislaufwirtschaft, CO<sub>2</sub>-neutrales Bauen und Umwelttechnik aktiv ein.

So verbinden wir wirtschaftliches Wachstum mit regionaler Verantwortung – und gestalten gemeinsam mit unseren Partnern eine zukunftsfähige Bau- und Wirtschaftslandschaft.

## Investitionen

! Mit gezielten Investitionen in Infrastruktur, Betriebsinventar, Digitalisierung und Forschung schaffen wir die Grundlage für langfristiges Wachstum.

Bei der Ribbert AG wurde im Jahr 2024 ein neuer Schreitbagger S10 als Ersatzbeschaffung angeschafft. Auch im Bereich Zindel Rück- und Tiefbau erfolgte nebst diversen anderen Beschaffungen, eine Ersatzinvestition in einen Schreitbagger. Gleichzeitig wurde der bisher grösste Raupenbagger der Gruppe, der Cat 365, durch eine kleinere und effizientere Maschine ersetzt – ein besonderer Moment, der auch symbolisch für den laufenden Wandel im Maschinenpark steht.

Im Bereich Ressourcen wurde neben mehreren Ersatzbeschaffungen bei Lastwagen insbesondere in die Optimierung des Wasserhaushalts im Werk

Rheinau investiert. Dort wurde die Infrastruktur so angepasst, dass anfallendes Wasser künftig aufbereitet und wiederverwendet werden kann – ein weiterer Schritt in Richtung nachhaltiger Ressourcennutzung innerhalb der Gruppe.

Im Zeitraum zwischen 2025 und 2028 planen wir weitere Investitionen in die Planung/Entwicklung, Ressourcen und Bauleistungen. Gleichzeitig sorgt eine solide Eigenkapitalbasis für unternehmerische Unabhängigkeit und Handlungsspielraum.

Die wirtschaftliche Ausgangslage ist geprägt von gesundem Wachstum, hoher operativer Effizienz und einer klaren Vision, die auf Nachhaltigkeit, Qualität und regionale Verankerung setzt – mit dem **Menschen im Mittelpunkt**.



## Marketing

Wir bei Zindel United möchten sichtbar sein. Mit unserer Mehrmarkenstrategie nutzen wir gegenseitig Synergien, steigern die Bekanntheit und fördern ein positives Image. Den ambitionierten Zielen von >6'000 Social Media Follower von Zindel United (LinkedIn, Instagram, Facebook, Youtube und Tiktok) und

>1'000 monatlichen Zugriffen auf unserer Homepage via Suchanfragen konnten wir im letzten Jahr gerecht werden. Für die kommenden Jahre weiten wir unser Ziel aus, und wollen neu über alle Tochterunternehmen bei den Social Media Followern die 20'000er Marke erreichen.



Valerio Olgiati ist einer der führenden Architekten der Schweiz, bekannt für seine unverwechselbare, minimalistische Ästhetik und seine radikalen, zukunftsweisenden Ideen. Als Verfechter nachhaltiger Bauweisen sucht Olgiati nach Lösungen, die der Klimakrise entgegenwirken und den ökologischen Fussabdruck im Bauwesen reduzieren. 2024 konnten wir Olgiati als Markenbotschafter für KLARK gewinnen und er baute sein Ferienhaus im Avers mit dem CO<sub>2</sub>-neutralen Beton.

## Kundenzufriedenheit

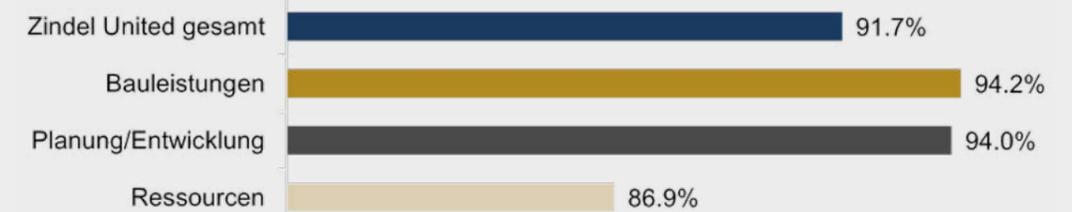
Kundenzufriedenheit ist für uns zentral. Sie ist Ausdruck von Vertrauen, Qualität und partnerschaftlicher Zusammenarbeit – und damit Grundlage für langfristige Beziehungen.

*«Die Bereitschaft innovative Lösungen zu Gunsten des gesamten Projektes anzubieten, ist ein grosser Mehrwert der Firma Zindel.»*

Mit der Befragung im Januar 2024 haben wir den Puls unserer Kunden gefühlt und entwickeln ein besseres Verständnis für ihre Bedürfnisse. Sie liefert wertvolle Informationen über die Zufriedenheit der Kunden, ihre Erwartungen sowie über die Wahrnehmung unserer Marke und der Produkte und Dienstleistungen. Insgesamt gab es 168 Rückmeldungen mit einer durchschnittlichen Kundenzufriedenheit von 92%.

*«Zu jeder, auch hektischer, Zeit hatten wir eine sehr konstruktive und pragmatische Zusammenarbeit. Das auch das Persönliche nicht zu kurz kam, ist ein weiteres Plus in der Zusammenarbeit mit der Firma Zindel.»*

Wir hören zu, denken mit und setzen um – zuverlässig, lösungsorientiert und mit hohem Anspruch an unsere Arbeit.



# Prix SVC Ostschweiz 2024

I Mit grosser Freude und Stolz durfte Zindel United im Jahr 2024 den renommierten Prix SVC Ostschweiz entgegennehmen. Die Auszeichnung würdigt herausragende Unternehmen, die durch Innovationskraft, unternehmerische Exzellenz und nachhaltiges Wirtschaften überzeugen – Werte, die tief in der DNA von Zindel United verankert sind.

Die Jury hob insbesondere die konsequente Ausrichtung des Unternehmens auf Nachhaltigkeit hervor. Ob CO<sub>2</sub>-neutraler Beton,

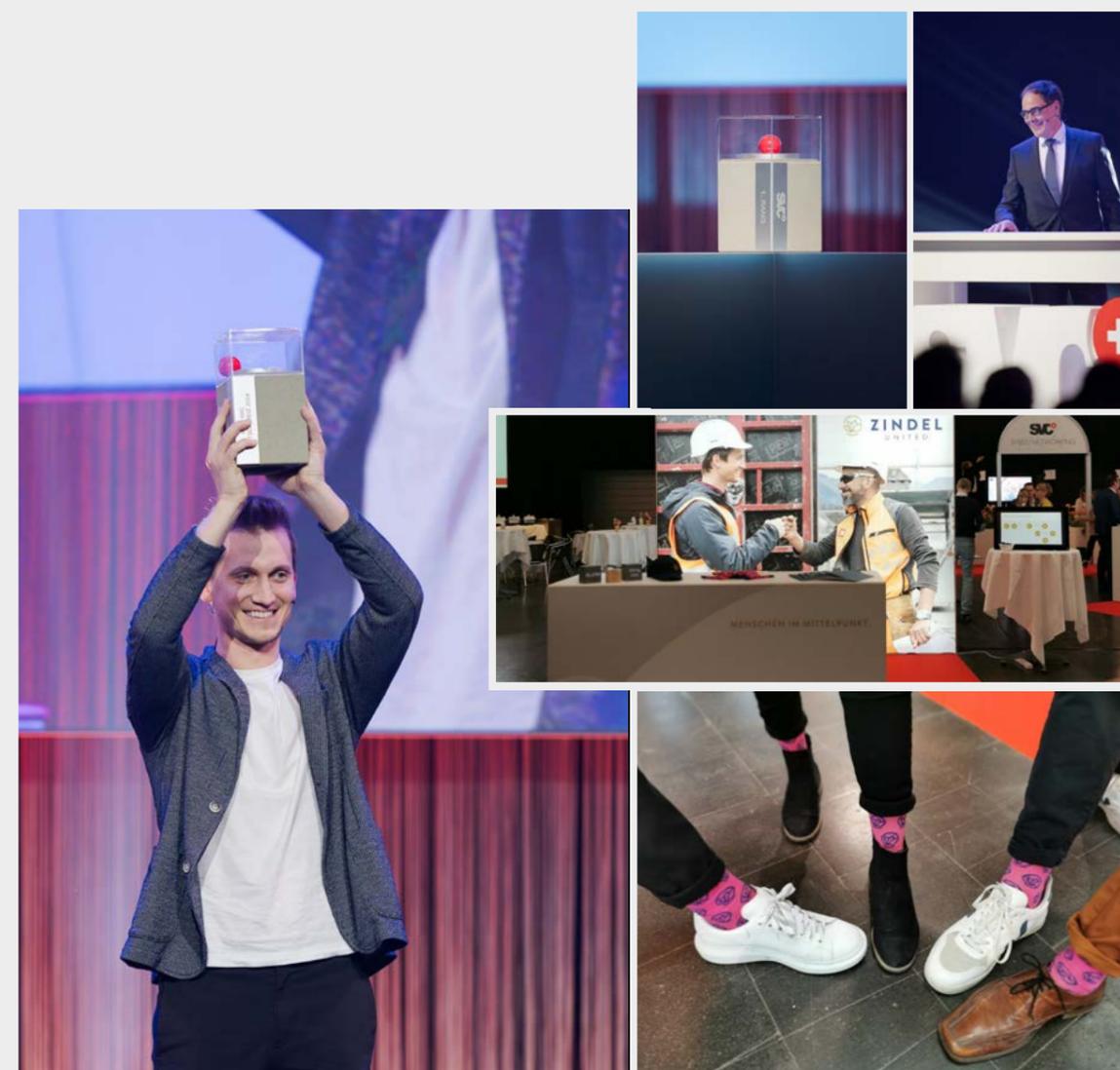
Kreislaufwirtschaft im Rückbau oder Investitionen in energieeffiziente Gebäudetechnik – die Jury lobte, dass Zindel United Massstäbe in der Branche setzt und zeigt, wie zukunftsorientiertes Bauen heute aussehen kann.

Der Gewinn des Prix SVC ist nicht nur eine Anerkennung für die geleistete Arbeit, sondern auch ein Ansporn, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen: innovativ, verantwortungsvoll und mit einem klaren Fokus auf die nächsten Generationen.



«Zindel United setzt ihre Vision – aus Ideen Gesamtlösungen entwickeln für künftige Generationen, dabei Menschen begeistern und die Umwelt schonen – in vorbildlicher und pionierhafter Weise um.»

Andrea Fanzun, Jurypräsident Prix SVC Ostschweiz



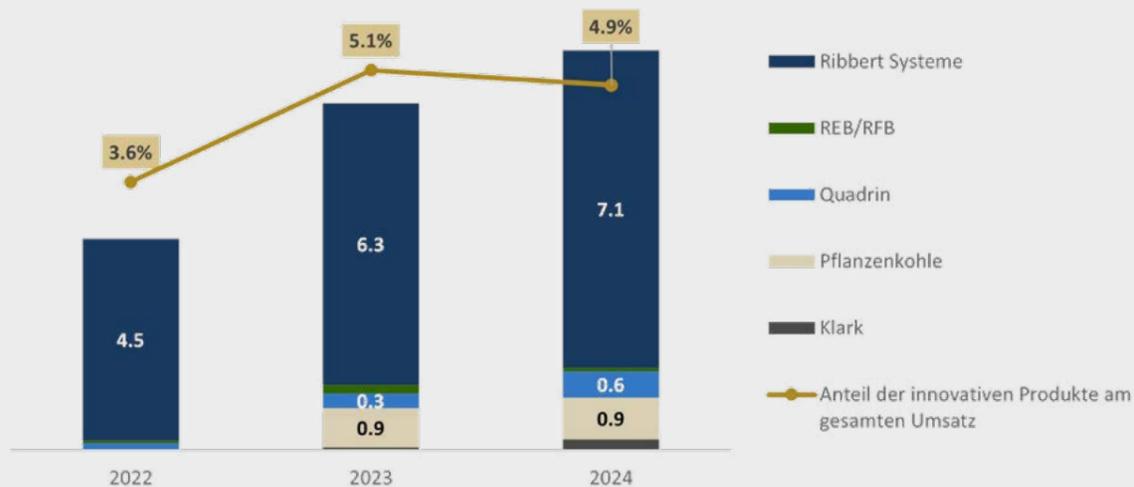
# Innovation

I Innovation ist bei Zindel United weit mehr als technischer Fortschritt – sie ist ein zentraler Bestandteil unserer unternehmerischen Verantwortung. Um den wachsenden ökologischen, gesellschaftlichen und politischen Anforderungen gerecht zu werden, braucht es kontinuierliche Weiterentwicklung. Nur durch kreative Lösungen und neue Technologien können wir unsere Effizienz steigern, Ressourcen schonen und gleichzeitig neue Märkte erschliessen. Diese Innovationskraft stärkt nicht nur unsere Wettbewerbsfähigkeit, sondern schafft die Grundlage für eine zukunftsfähige Bau- und Umweltwirtschaft.

Zindel United nimmt in der Bauinnovation eine Vorreiterrolle ein. Produkte wie die Pflanzenkohle, KLARK, Erdbaustoffe, Ribbert-Systeme und Quadrin entstammen der eigenen konsequenten Forschung und Entwicklung.

Dabei schaffen wir es nicht nur, in der Konzeptionsphase zu überzeugen, sondern bringen unsere innovativen Produkte erfolgreich zur Marktreife. Das Ziel, dass innovative Produkte fünf Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen sollen, haben wir mit 4.9% im Jahr 2024 nahezu erreicht.

Umsatz innovativer Produkte in Mio. CHF



## IDEEN BÜNDELN, ZUKUNFT GESTALTEN – DER THINK TANK VON ZINDEL UNITED

Um diese Innovationskraft systematisch zu fördern, hat Zindel United einen unternehmensinternen Think Tank ins Leben gerufen. Er dient als kreative Plattform, auf der Ideen aus allen Bereichen des Unternehmens gesammelt, weiterentwickelt und zur Umsetzung gebracht werden. Der Think Tank ist nicht nur ein Ort für Visionen, sondern auch ein strukturierter Innovationsprozess, der sicherstellt, dass gute Ideen nicht versanden, sondern konkret geprüft und realisiert werden können.

Das Think Tank Team prüft alle Vorschläge und leitet deren Umsetzung ein. Seit der Gründung im Jahr 2018 wurden 181 Innovationsideen und Verbesserungsvorschläge eingereicht, wovon 105 umgesetzt wurden. Das 5-köpfige Team spiegelt die Vielfalt und das Know-how der gesamten Unternehmensgruppe wider. Durch diesen interdisziplinären Ansatz entstehen Lösungen, die sowohl technisch als auch wirtschaftlich und ökologisch tragfähig sind. Der Think Tank ist damit ein zentraler Baustein unserer Innovationsstrategie – und ein Ort, an dem Zukunft aktiv gestaltet wird.

## IMPULSE ÜBER DAS UNTERNEHMEN HINAUS – INNOQUBE SWISS

Zindel United denkt Innovation aber nicht nur intern. Mit der Beteiligung am InnoQube Swiss, einem Innovations- und Start-up-Zentrum in Chur, engagieren wir uns aktiv für die Förderung von Unternehmertum, Digitalisierung und nachhaltigen Technologien in der Region. InnoQube



Der Weisse Turm von Mulegns ist der höchste 3D-gedruckte Bau der Welt. Zusammen mit Origen, der ETH Zürich, Uffer Gruppe, Battaglia Bau sowie den Tochterfirmen Invias, Zindel + Co. und Logbau durfte die Zindel United als Global Partner dieses innovative Projekt umsetzen.

bietet Raum für kreative Köpfe, junge Unternehmen und zukunftsweisende Projekte – und ist damit eine ideale Ergänzung zu unserem eigenen Innovationsverständnis. So leisten wir nicht nur innerhalb der Gruppe, sondern auch im regionalen und gesellschaftlichen Kontext einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.

# Bauen mit Verantwortung für Natur und Klima

Die ökologische Dimension unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist kein Nebenschauplatz, sondern ein zentrales Handlungsfeld. Jede Phase im Lebenszyklus eines Bauwerks – von der Rohstoffgewinnung über die Ausführung bis hin zur Nutzung und dem Rückbau – stellt ökologische Anforderungen und birgt zugleich Chancen für zukunftsweisende Lösungen.

Foto: Lej Nair Pitschen, Skigebiet Corviglia St. Moritz  
© Zindel United

# Emissionen und Berechnung

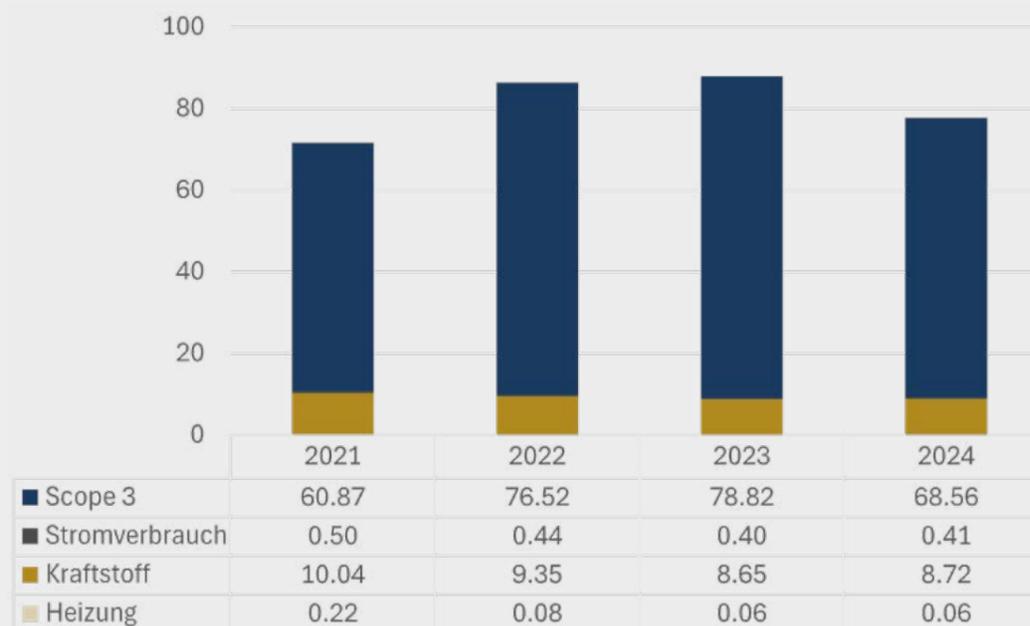
Wir wollen CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren. Um konkrete und wirkungsvolle Massnahmen zu ergreifen ist es erst einmal entscheidend zu wissen, wo die Emissionen bei unseren Tätigkeiten anfallen. Aus diesem Grund analysieren wir bei Zindel United seit 2021, unterstützt durch Carbotech, unsere Emissionen.

Unsere Scope 1 Emissionen fallen hauptsächlich durch unsere firmeneigenen und mit fossilem Brennstoff betriebenen Maschinen und Fahrzeugen an, sowie bei der Heizung unserer Standorte, welche mit Erdgas betrieben werden.

Emissionen aus eingekauftem Strom machen die Scope 2 Emissionen aus. Erwartungsgemäss hoch sind die Scope 3 Emissionen. Die Verwendung von verarbeitetem Stahl, Holz und Beton machen allein fast 90% unserer Emissionen aus. Ein geringer Teil wird von den erworbenen Büro- und Arbeitsmaterialien verursacht.

Diese detaillierte Erhebung der Emissionsquellen ermöglicht es uns, Ziele zu definieren und Massnahmen zu ergreifen, um unseren Fussabdruck zu verringern.

CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN PRO MITARBEITENDEN IN TONNEN



## SCOPE 1 BIS 3 - DARUM GEHT'S:

Scope 1 bis 3 Emissionen beschreiben die verschiedenen Quellen von Treibhausgasen, die ein Unternehmen verursacht – direkt oder indirekt.

**Scope 1** umfasst alle direkten Emissionen, die durch eigene Aktivitäten entstehen – etwa durch den Betrieb von Fahrzeugen, Maschinen oder Heizungen.

**Scope 2** bezieht sich auf indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie wie Strom oder Fernwärme.

**Scope 3** schliesslich deckt alle weiteren indirekten Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ab – von der Herstellung eingekaufter Materialien über Geschäftsreisen bis hin zur Nutzung und Entsorgung von Produkten.

Diese Einteilung hilft Unternehmen, ihre Klimawirkung ganzheitlich zu erfassen und gezielt zu reduzieren.

# CO<sub>2</sub>, Treibhausgase und das Klima

! Kohlendioxid, kurz CO<sub>2</sub>, ist eines der wichtigsten Treibhausgase und spielt eine zentrale Rolle bei der globalen Erwärmung. Es entsteht u.a. durch die Verbrennung fossiler Energieträger wie Kohle, Erdöl oder Erdgas. In der Atmosphäre wirkt CO<sub>2</sub> wie eine Art Wärmedecke: Es lässt die Sonnenstrahlen zur Erde durch, verhindert aber, dass die von der Erdoberfläche reflektierte Wärmestrahlung vollständig ins Weltall zurückkehrt, analog zu einem Treibhaus – ohne diesen Effekt wäre es zu kalt für menschliches Leben auf der Erde. Auch wenn CO<sub>2</sub> schon immer ein wichtiger Bestandteil der Atmosphärenzusammensetzung war, so nimmt seit der Industrialisierung deren Menge rasant zu. Die dadurch zusätzlich zurückgehaltene Wärme führt dazu, dass sich die Atmosphäre erwärmt.

Die Folgen dieser Erwärmung sind bereits heute spürbar. Die Eiskappen an den Polen und in den Hochgebirgen schmelzen schneller als je zuvor, der Meeresspiegel steigt an, und Wetterphänomene verändern sich weltweit. Extreme Ereignisse wie Hitzewellen, Starkniederschläge oder Dürren

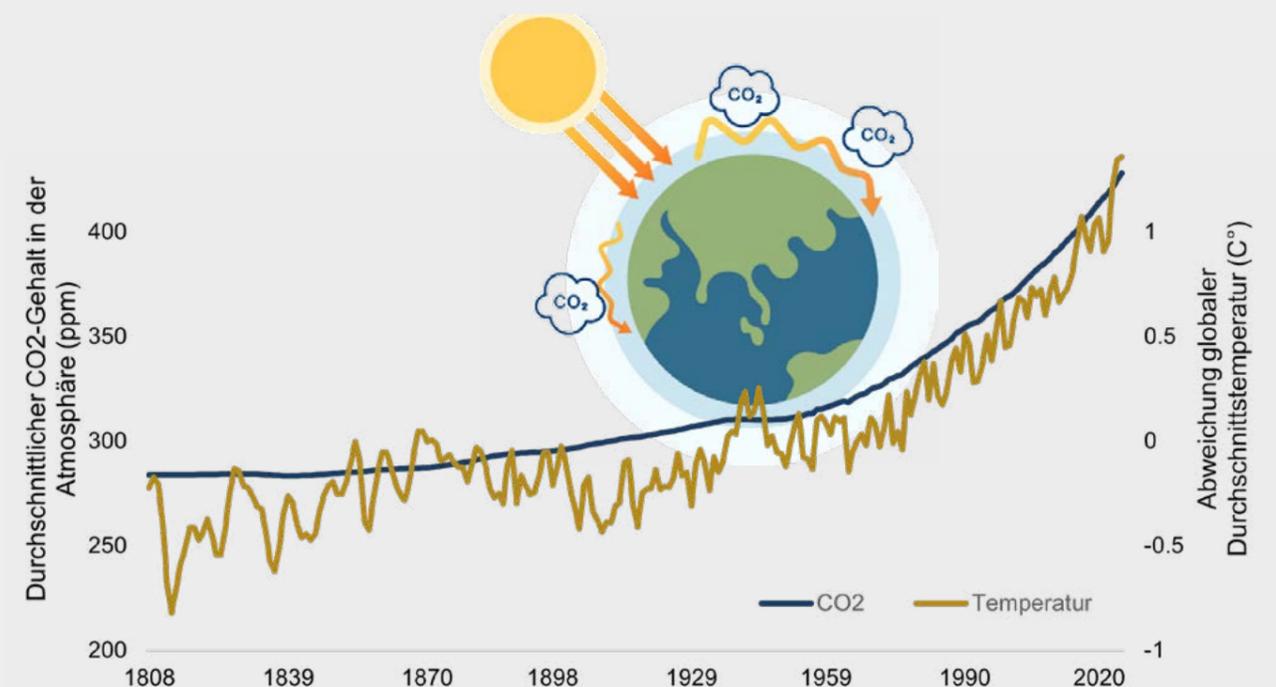
nehmen zu. Diese Veränderungen haben tiefgreifende Auswirkungen auf Ökosysteme, Gesellschaften und Volkswirtschaften. Aus diesem Grund ist es entscheidend, den Ausstoss von CO<sub>2</sub> so weit wie möglich zu vermeiden.

Ein grosser Teil der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen kommt aus der Industrie, dem Verkehr und der Energieproduktion. Besonders wichtig ist aber die Baubranche – sie gehört in der Schweiz und weltweit zu den grössten Verursachern. Ein Hauptproblem ist Beton. Für die Herstellung braucht es Zement, der durch das Erhitzen von Kalkstein entsteht. Dabei wird viel CO<sub>2</sub> freigesetzt – einerseits durch den Energieverbrauch, andererseits durch die chemische Reaktion, bei der CO<sub>2</sub> aus dem Kalkstein entweicht.

Der Transport von Baumaterial, der Rückbau und die Entsorgung von Gebäuden belasten das Klima zusätzlich, ebenso das Wohnen. In der Schweiz kommt etwa ein Viertel der CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Gebäudebereich – vor allem durch Heizung, Warmwasser und Stromverbrauch.

Die Schweiz hat sich zum Ziel gesetzt, ihren Gebäudebestand bis 2050 klimaneutral zu gestalten. Der Einsatz erneuerbarer Energien, Wärmepumpen, die Nutzung nachhaltiger Baustoffe wie Holz, sowie das Prinzip des zirkulären Bauens, bei dem Materialien wiederverwendet und Ressourcen geschont werden, stehen im Zentrum dieser Strategie.

Auch die Forschung spielt eine wichtige Rolle: Neue Materialien wie CO<sub>2</sub>-reduzierter oder sogar CO<sub>2</sub>-bindender Beton werden entwickelt, um die Klimabilanz des Bauens weiter zu verbessern. Ziel ist es, dass Gebäude künftig nicht nur weniger CO<sub>2</sub> ausstossen, sondern im besten Fall sogar aktiv zur CO<sub>2</sub>-Speicherung beitragen.



## Reduktion interner Verbrauch

Die Berechnungen unserer Scope 1- und 2-Emissionen zeigen deutlich: Zindl United verbraucht Energie und verursacht Emissionen – insbesondere durch den Einsatz von Erdgas zur Heizung, den Stromverbrauch an unseren Standorten sowie den Kraftstoffverbrauch unserer Fahrzeugflotte.

Um unsere Klimaziele konsequent zu verfolgen, definierten wir ein klares Reduktionsziel: Wir wollen die Scope 1- und 2-Emissionen pro Mitarbeitenden auf unter 9 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr senken. Dieses Ziel wurde im Jahr 2024 mit 9,2 Tonnen pro Kopf knapp verfehlt. Der rückläufige Trend der letzten Jahre stimmt uns jedoch zuversichtlich, sodass wir uns bis zum Jahr 2028 ein Ziel von 8,5 Tonnen pro Mitarbeitenden gesetzt haben.

Zur Zielerreichung setzen wir auf konkrete Massnahmen: Am Hauptstandort Maienfeld wurden im Herbst 2024 sämtliche Dachflächen mit Photovoltaikanlagen ausgestattet, welche eine Maximalleistung von 550 kW erreichen. Der dort erzeugte Solarstrom unterstützt die schrittweise Elektrifizierung unserer gesamten PKW-Flotte. An allen Standorten wurden Ladestationen installiert. Mit der Anschaffung von zunächst 20 Elektrofahrzeugen ist ein wichtiger Schritt gemacht. Jährlich kommen weitere 20 hinzu – bis wir unsere Flotte mit 60 Fahrzeugen vollständig elektrifiziert haben.



Aktive Schritte für mehr Nachhaltigkeit: Unser Ziel ist es, Jahr für Jahr unseren ökologischen Fussabdruck zu verringern. Eine Massnahme ist die Umstellung unserer gesamten PKW-Flotte auf Elektrofahrzeuge. Seit 2024 fahren wir mit elektrischen Autos von VW, Skoda und Audi.



Um unseren Energieverbrauch nachhaltiger zu gestalten, haben wir Photovoltaikanlagen auf allen unseren Dächern installiert. Damit können wir unseren Energiebedarf vor Ort decken.

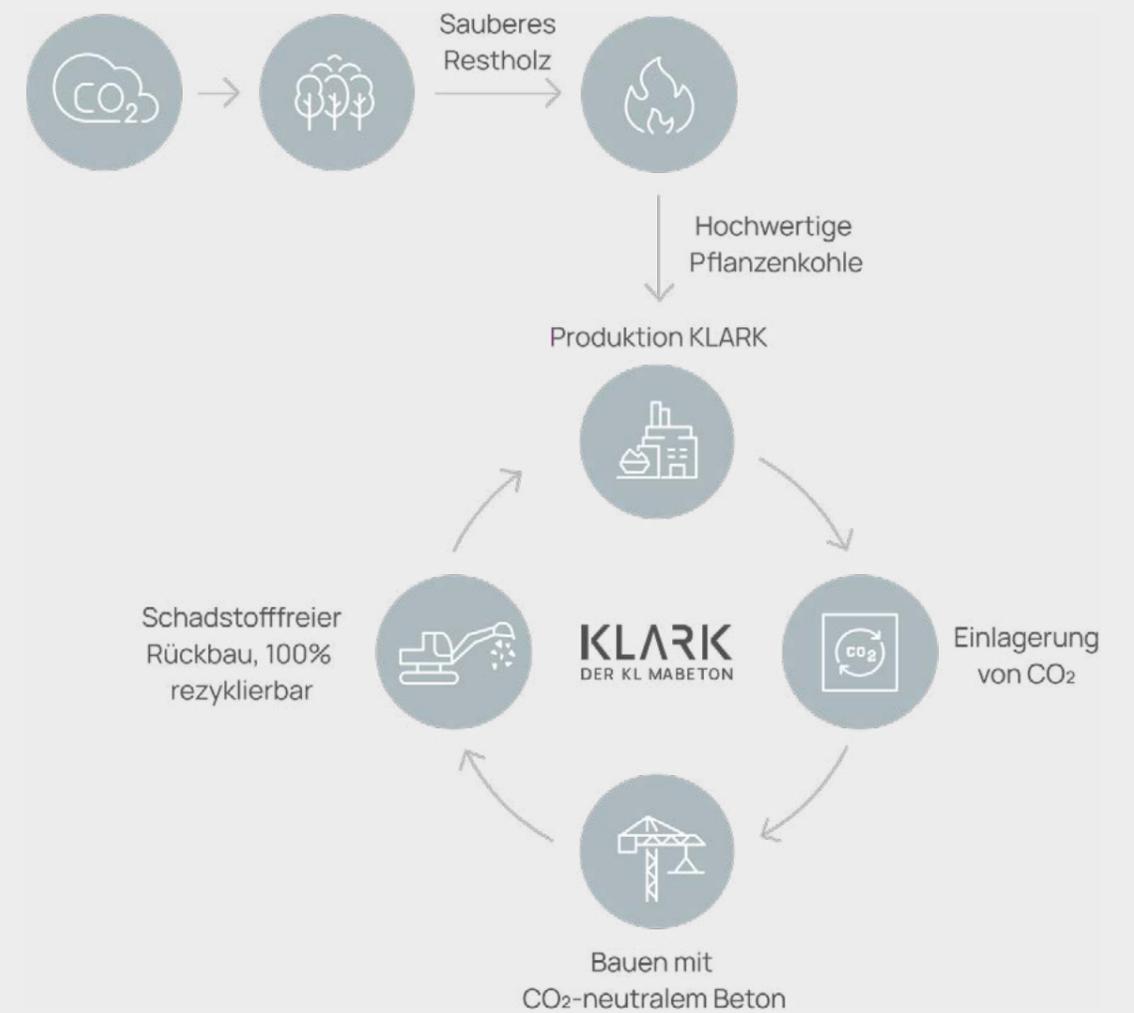
# Inkoh und KLARK

I Zindel United treibt mit seinen Tochterfirmen Inkoh und Logbau den Wandel zu klimafreundlichem Bauen voran. Inkoh produziert Pflanzenkohle, die durch ein spezielles Verfahren namens Pyrolyse hergestellt wird. Dabei wird organisches Material – insbesondere Ast- und Kronenholz aus regionalen, FSC-zertifizierten Wäldern – unter Sauerstoffausschluss erhitzt. Das Ergebnis ist eine stabile Kohlenstoffstruktur, die nicht nur vielseitig einsetzbar ist, sondern auch dauerhaft CO<sub>2</sub> bindet. Inkoh findet Anwendung in der Landwirtschaft zur Bodenverbesserung, als Tierfutterzusatz, in der Wasserreinigung – und besonders innovativ: als Zusatzstoff im Beton.

Hier kommt KLARK-Beton ins Spiel – der erste nachweislich CO<sub>2</sub>-neutrale Beton der Schweiz. Entwickelt von Logbau in Zusammenarbeit mit Inkoh und der Fachhochschule OST, basiert KLARK auf der Beimischung von Inkoh Pflanzenkohle. Dieser biogene Kohlenstoff speichert Kohlenstoffdioxid dauerhaft, selbst wenn der Beton Jahrzehnte überdauert.

Pro Kubikmeter Beton können so bis zu 250 Kilogramm CO<sub>2</sub> gebunden werden. Damit wird nicht nur der CO<sub>2</sub>-Fussabdruck von Bauprojekten reduziert – in bestimmten Fällen wird sogar eine negative Emissionsbilanz erreicht. KLARK erreicht dabei die gleichen Festigkeits- und Verarbeitungseigenschaften wie herkömmlicher Beton und kann uneingeschränkt im Bau eingesetzt werden. Anwendung fand KLARK bereits im Neubau des Verkehrsstützpunkts der KaPo Graubünden, wo durch gezielte Materialauswahl und dem Einsatz von KLARK 59% der üblichen Bauemissionen eingespart wurden.

Inkoh und KLARK zeigen eindrucksvoll, wie durch die Verbindung von Natur und Technik ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden kann. Sie stehen für eine **neue Generation von Baustoffen**, die funktional und zukunftsfähig sind. Wir bei Zindel United sind stolz, mit dieser Innovation ein klimafreundliches Bauen voranzutreiben, um unseren Planeten für nachkommende Generationen zu erhalten.



## Recyclingbaustoffe

I Neben neuen Produkten setzt Zindel United im Sinne der Kreislaufwirtschaft konsequent auf den Einsatz von Recyclingbaustoffen. Beim Rückbau von Gebäuden werden mineralische Bauabfälle wie Beton, Mauerwerk oder Asphalt sortenrein getrennt, aufbereitet und als hochwertige Recyclingzuschläge wieder dem Bauprozess zugeführt.

Unser Recyclingbeton erfüllt alle bautechnischen Anforderungen und kann in vielen Bereichen des Hoch- und Tiefbaus eingesetzt werden – ohne Kompromisse bei Qualität oder Stabilität. Durch die Wiederverwertung von Materialien werden natürliche Rohstoffe geschont und Transportwege und CO<sub>2</sub>-Emissionen deutlich reduziert.

Zindel United integriert Recyclingbeton gezielt in seine Projekte und kombiniert ihn mit weiteren nachhaltigen Baustoffen. So entsteht ein ganzheitlicher Ansatz für zukunftsfähiges Bauen, bei dem Ressourcenschonung, Klimaschutz und technische Leistungsfähigkeit Hand in Hand gehen.



Ragazer Flüssigboden (RFB) im Einsatz: Der temporär fließfähige Baustoff ermöglicht ein schonendes und lückenloses Verfüllen – ideal zur sicheren Umhüllung von Leitungen und empfindlichen Bauteilen.

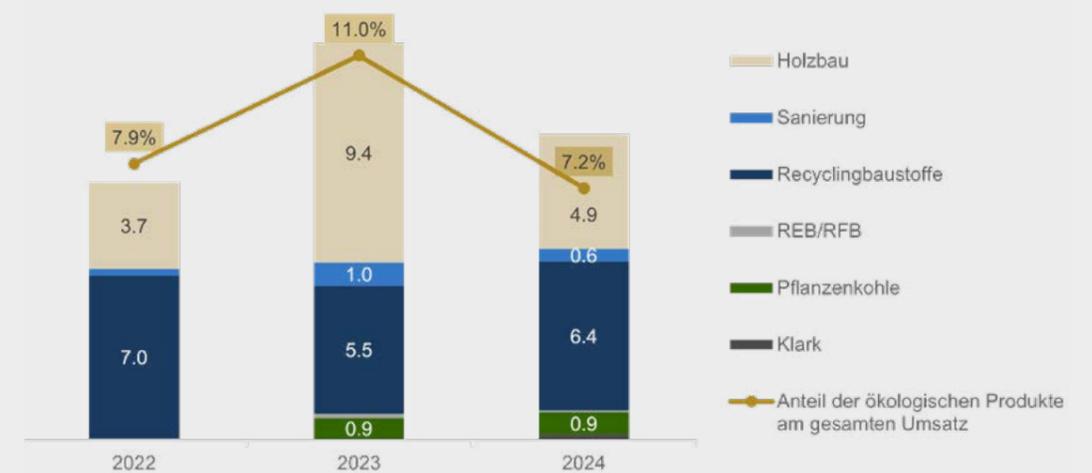
## Ökologische Produktion

I Wir entwickeln Angebote in allen Bereichen des nachhaltigen Bauens. Dabei fokussieren wir uns auf die Kreislauffähigkeit unserer primären Baustoffe Holz und Beton, reduzieren unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoss signifikant und steigern den Umsatz unserer ökologischen Produkte substantziell.

2024 haben wir das Ziel für den Anteil ökologischer Produkte am Gesamtumsatz von >10% mit 7.2% nicht erreicht. Aus den vorherigen Jahren sind wir aber unserem Potenzial bewusst und setzen für das Jahr 2025 die Messlatte mit >11% noch etwas höher. Wir sind überzeugt dieses Ziel, vor allem mit unserem KLARK-Beton, zu erreichen.



Umsatz ökologischer Produkte in Mio. CHF





# Menschen im Mittelpunkt.



## Belegschaft

Die Mitarbeitenden stehen im Zentrum unseres unternehmerischen Handelns. Als traditionsreiches Unternehmen mit regionaler Verankerung und zukunftsorientierter Ausrichtung ist Zindel United sich der sozialen Verantwortung gegenüber seiner Belegschaft bewusst.

Unsere 518 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – davon 463 in Vollzeit und 55 in Teilzeit – bilden mit ihrem Fachwissen, ihrer Einsatzbereitschaft und ihrer Vielfalt das Fundament unseres Erfolges. Zusammen entsprechen sie 491 Vollzeitstellen (FTE).

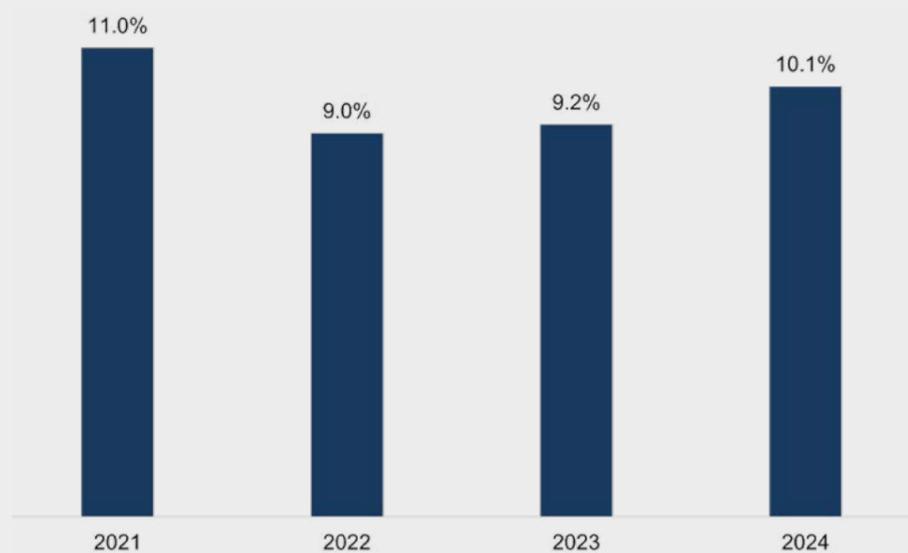
In den Sommermonaten wurden wir von bis zu 68 temporären Mitarbeitenden unterstützt, die wesentlich zur

Bewältigung der saisonalen Spitzen beigetragen haben.

Ein multikultureller Austausch ist durch die Vertretung von über 20 Nationen in unserem Unternehmen gegeben. Für die Baubranche üblich ist der Frauenanteil mit 10% gering, entspricht allerdings dem Branchenschnitt.

Wir möchten ein attraktiver Arbeitsgeber sein mit zufriedenen Mitarbeitenden, welche sich vollumfänglich mit der Unternehmung identifizieren. Die aktive Fluktuation konnten wir über die letzten Jahre hinweg rund um den angestrebten Zielwert von <10% halten.

AKTIVE FLUKTUATION



## Vergütung

Zindel United setzt auf eine klare und faire Lohnpolitik. Bei den Kaderkräften fließen neben einem Basislohn festgelegte Kriterien wie Alter, Dienstjahre, Ausbildung, Anzahl Mitarbeitende und Leistungseinschätzung transparent in die Vergütung ein.

Die Löhne bei Zindel United liegen über dem Mindestbetrag des Landesmantelvertrags (LMV), der für das Bauhauptgewerbe in der Schweiz gilt und Lohndumping verhindert. Zusätzlich erhalten Mitarbeitende einen 13. Monatslohn sowie Treueprämien.

Die Wertschätzung jeder Arbeit zeigt sich im Lohngefüge: Das Verhältnis zwischen dem tiefsten und höchsten ausbezahlten Lohn bleibt unter 1:4, was eine gerechte und ausgewogene Vergütung sicherstellt.

Neben fairen Löhnen richten wir freiwillige Leistungen aus. Einige «Fringe Benefits» sind in der Wahrnehmung so stark verankert, dass sie oft nicht mehr als freiwillige Lohnnebenleistungen empfunden werden, sondern als Selbstverständlichkeit. Sie sind ein Ausdruck der Wertschätzung vom Unternehmen gegenüber den Mitarbeitenden.



# Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz

Die physische und psychische Sicherheit unserer Mitarbeitenden hat bei Zindel United höchste Priorität. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind für uns keine Pflicht, sondern Teil unserer Unternehmenskultur. Deshalb war das Thema auch 2024 erneut ein Schwerpunkt.

Ein wichtiger Indikator für unsere Fortschritte ist die Anzahl Ausfalltage pro Mitarbeitenden und Jahr. Unser Ziel ist es, diesen Wert auf 7,5 Tage zu senken. Nach positiven Entwicklungen von 2020 bis 2023, erlebten wir im 2024 eine Unterbrechung des Aufwärtstrends durch mehrere Langzeitfälle.

Um die Ausfalltage weiter zu reduzieren, setzen wir gezielt auf Prävention und Sensibilisierung. Ein zentrales Element ist dabei unsere interne Kampagne «Mimmo erklärt...», in der Sicherheitsregeln auf sympathische und praxisnahe Weise vermittelt werden. In kurzen Videos zeigt unser ehemaliger und vielgeschätzter Mitarbeiter Mimmo, wie man sich im Alltag richtig schützt – etwa beim Tragen von Schutzbrillen, beim Arbeiten mit Maschinen oder beim Sichern von Baustellen.



Ein weiterer Meilenstein ist das zweijährige Projekt «Luegsch du», welches seit letztem Jahr in Zusammenarbeit mit der SUVA läuft. Der Projektname wurde durch die Mitarbeitenden gewählt. Ziel ist es, das Sicherheitsbewusstsein im Unternehmen langfristig zu stärken. In Workshops, Schulun-

gen und Baustellenbesuchen werden Risiken thematisiert, Verhaltensweisen reflektiert und gemeinsam Lösungen erarbeitet. Das Projekt erhöht nicht nur die Aufmerksamkeit für Sicherheit, sondern stärkt auch den Teamzusammenhalt.

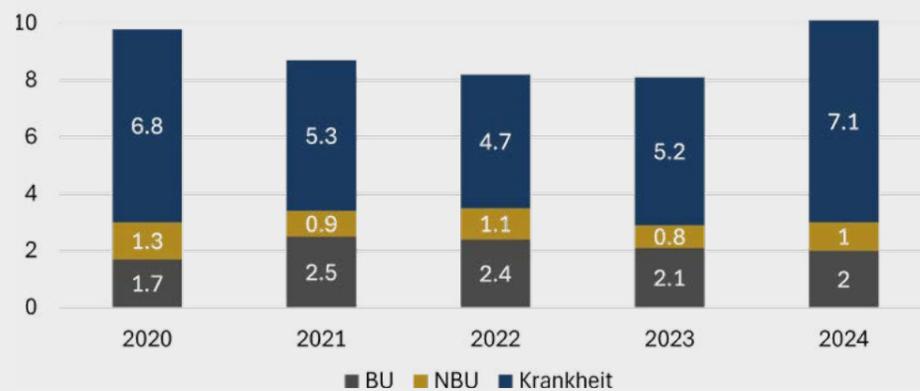
Unsere Gesundheit ist unser höchstes Gut; dem wollen wir Rechnung tragen. Die Zindel United hat ein Care-Team. Hier finden unsere Mitarbeitende Unterstützung bei Themen im Gesundheitsbereich. Ein offenes Ohr und ein vertrauliches Gespräch gehören genauso dazu, wie Informationen zum Vorgehen in einer krankheits- oder unfallbedingten Situation. Mögliche Lösungswege werden gemeinsam ge-

sucht oder weiterführende Schritte - wenn nötig und gewollt - gemeinsam gemacht. Grundsätzlich sind alle Themen und Anliegen möglich.

- René Schneider**  
079 398 79 51
- Melanie Salis**  
078 756 10 20
- Marianne Suter**  
081 303 73 96



AUSFALLTAGE



**UNSERE VISION BLEIBT KLAR:**  
**Null Betriebsunfälle.**

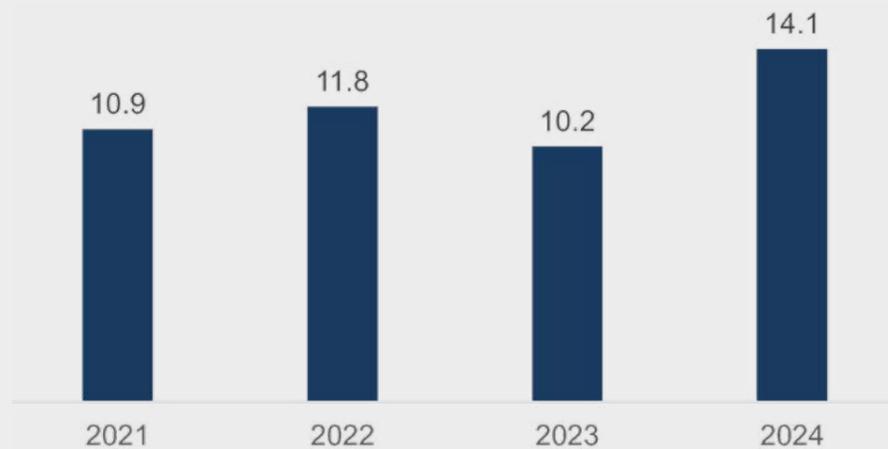
Um diesem Ziel näherzukommen, investieren wir kontinuierlich in Schulungen, moderne Ausrüstung und eine offene Sicherheitskultur. Denn Arbeitssicherheit ist kein Projekt – sie ist Teil unserer Verantwortung.

## Ferienüberhang

I Trotz der Tatsache, dass der durchschnittliche Ferienüberhang im Jahr 2024 mit 14.1 Tagen pro Person über dem angestrebten Ziel von unter 10 Tagen lag, bleibt Zindel United weiterhin engagiert, dieses strategische Ziel konsequent zu verfolgen. Die Reduktion von Ferienüberhängen ist nicht nur eine Frage der betrieblichen Effizienz, sondern steht auch im

Einklang mit dem Selbstverständnis des Unternehmens in Bezug auf soziale Nachhaltigkeit. Indem Mitarbeitenden ermöglicht wird, ihre Erholungszeiten tatsächlich zu nutzen, fördern wir langfristig Gesundheit, Motivation und Leistungsfähigkeit – zentrale Faktoren für eine nachhaltige Unternehmenskultur.

FERIENÜBERHANG IN TAGEN



## Vorsorge Pensionierung

I Als attraktiver Arbeitgeber ist es uns wichtig unseren Mitarbeitenden eine gute Pensionskassenversicherung anzubieten. Aus diesem Grund hat die Unternehmensleitung zusammen mit den Vorsorgekommissionen einen Pensionskassenwechsel angestrebt.

Zum Pensionskassenvergleich wurden ausschliesslich Anbieter eingeladen, welche über einen längeren Zeit-

raum betrachtet solide Kennzahlen ausweisen. Unsere Mitarbeitenden konnten ihre Stimme für oder gegen einen Wechsel abgeben. Das Resultat war eindeutig: 194 Ja-Stimmen zu 3 Nein-Stimmen. Somit wechselten wir auf 2025 zu der Pensionskassen-Vorsorgeversicherung ALSA. Daraus resultieren eine bessere Performance und eine optimierte Risikoabdeckung.

## Wohltätigkeiten & Sponsoring

I Wir richten unseren Blick bewusst über unsere unternehmerischen Tätigkeiten hinaus – hin zu dem, was uns als Teil der Gesellschaft ausmacht. Wir fokussieren uns auf unsere Region und die Bereiche «Sport, Kultur und spezielle Events». Im Jahr 2024 haben unsere Unternehmen zusammen CHF 59'000 an insgesamt 43 Vereine und Projekte gespendet. Darunter fallen u.a. die Alligatoren Malans, ein erfolgreiches Unihockeyteam der höchsten Schweizer Liga.

Im Rahmen eines sozialen Engagements durften wir im Jahr 2024 einen ganz besonderen Tag mit dem Special Olympic Schneesport Team gestalten. Die Athletinnen und Athleten erhiel-

ten nicht nur einen exklusiven Einblick in den Arbeitsalltag der Logbau AG, sondern erlebten auch einen ereignisreichen Tag voller Begegnungen, Inspiration und Wertschätzung.

Ein weiteres Herzensprojekt entstand in enger Zusammenarbeit mit dem Lions Club: Für ein Kind mit körperlicher Beeinträchtigung, das auf regelmässiges Schwimmtraining angewiesen ist, wurde ein speziell angepasster Therapiepool realisiert. Dieses Projekt steht exemplarisch für das Selbstverständnis der Zindel United, dort zu unterstützen, wo Hilfe konkret und nachhaltig wirkt – nah am Menschen, mit Blick auf die Zukunft.

## Aus- und Weiterbildung

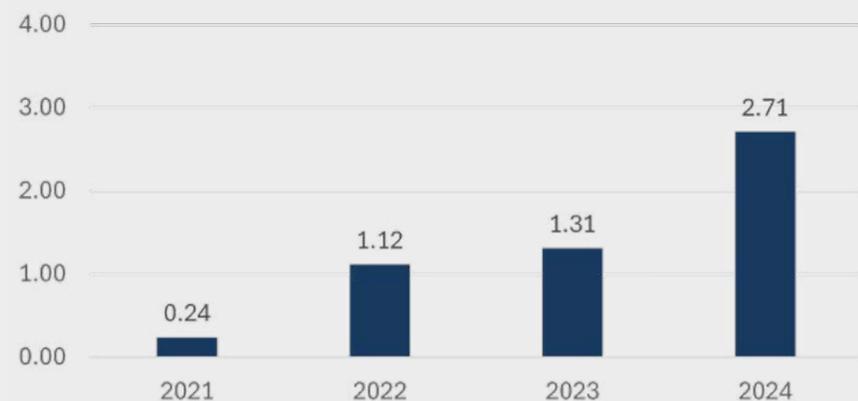
Zindel United hat auch im Jahr 2024 gezielt in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeitenden investiert. Im Zentrum stand das Ziel, dass jede Person mindestens eine Weiterbildungstag pro Jahr absolviert – ein Ziel, das wir dank breiter Beteiligung im Jahr 2024 erreichen konnten.

Die Schwerpunkte lagen auf digitalen Kompetenzen, nachhaltigem Bauen sowie Sicherheits- und Umweltstandards. Ergänzt wurde das

Weiterbildungsangebot durch ein neues E-Learning-Portal, das flexibles Lernen ermöglicht.

Wir bilden nicht nur weiter, wir bilden auch aus. 2024 wurden fünf Lernende in den Berufen Zeichner:in Fachrichtung Architektur, Strassen-transportfachleute, Grundbauer und Maurer aufgenommen. Zwei Personen haben ihre Lehre erfolgreich abgeschlossen. Somit hatten wir Ende 2024 22 Lernende im Betrieb.

WEITERBILDUNGSTAGE PRO PERSON



# WIR BAUEN WERTE

Vertrauen  
Dynamik  
Begeisterung

Confiança  
Dinamismo  
Entusiasmo



## AUSBLICK

Bei Zindel United blicken wir mit Tatkraft und Zuversicht in die Zukunft. Unsere bisherigen Erfolge sind für uns kein Grund, innezuhalten – im Gegenteil: Sie motivieren uns, noch besser zu werden. Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Handeln kein Zielstadium ist, sondern ein kontinuierlicher Prozess, der ständige Weiterentwicklung und Offenheit für Neues verlangt. Deshalb verfolgen wir unsere Strategieziele konsequent weiter und überprüfen sie regelmässig, um sie den aktuellen Herausforderungen und Chancen anzupassen.

Ein zentrales Zukunftsthema bleibt unser CO<sub>2</sub>-neutraler Klimabeton KLARK. Dieses innovative Produkt hat grosses Potenzial, einen echten Unterschied zu machen – ökologisch wie wirtschaftlich. Wir wollen seine Anwendung weiter ausbauen, neue Partner gewinnen und die Skalierung aktiv vorantreiben. Auch im Bereich der Pflanzenkohle sehen wir vielversprechende Perspektiven: Neben der Nutzung der entstehenden Wärme planen wir, künftig auch Strom zu erzeugen – ein weiterer Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft und Energieeffizienz.

Gleichzeitig bleiben die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden ein zentrales Anliegen. Der Unfallprävention werden wir auch in Zukunft grosse Aufmerksamkeit schenken. Unser Sicherheitsbotschafter Mimmo wird weiterhin mit neuen, praxisnahen Videos zur Sensibilisierung beitragen und so das Bewusstsein für sicheres Arbeiten stärken.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Weiterentwicklung unserer Führungskräfte sowie der Förderung der Zusammenarbeit innerhalb unserer Tochtergesellschaften. Denn nachhaltiges Handeln beginnt bei den Menschen – mit einer starken Kultur der Verantwortung, des Austauschs und des gemeinsamen Lernens.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2024 zeigt, wie wir bei Zindel United Verantwortung übernehmen – für unsere Umwelt, unsere Mitarbeitenden und die Gesellschaft.

Wir haben viel erreicht, doch wir wissen: Die Reise geht weiter. Mit Innovationskraft, Engagement und einem klaren Werteverständnis gestalten wir die Zukunft aktiv mit. Gemeinsam. Schritt für Schritt. Für eine nachhaltige Welt von morgen. Ganz nach unserer Vision:

**UNSERE IDEEN BEGEISTERN MENSCHEN,  
SCHONEN RESSOURCEN UND WERDEN  
ZU GESAMTHEITLICHEN LÖSUNGEN UND BAUWERKEN  
FÜR GENERATIONEN.**

# GRI-TABELLEN

| GRI-STANDARD  | INFORMATION   | SEITEN | KAPITEL                  |
|---|---|--------|--------------------------|
| 2-1 Organisatorische Details  |   | 8-9    | Unternehmensportrait     |
| 2-2 In der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigte Entitäten          | Zindel United Verwaltungs AG, Brandis Investment AG, Invias AG, Speztec AG, Ribbert AG, Zindel + Co. AG, Logbau AG, Inkoh AG  |        |                          |
| 2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle                                      | Berichtszeitraum: 2024, Häufigkeit: jährlich (Nachhaltigkeitsbericht als Bestandteil des Geschäftsberichts), Kontaktstelle: Andrea Schmid-Conrad (a.schmid@zindel-united.swiss) |        |                          |
| 2-4 Neuformulierung von Informationen   | Erster Nachhaltigkeitsbericht   |        |                          |
| 2-5 Externe Prüfung   | Keine externe Prüfung   |        |                          |
| 2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen                            |   | 8-9    | Unternehmensportrait     |
| 2-7 Angestellte   |   | 48     | Belegschaft              |
| 2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind  |   | 48     | Belegschaft              |
| 2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung  | Familienunternehmen in der 8. Generation, Organigramm: <a href="http://www.zindel-united.swiss/organisation/">www.zindel-united.swiss/organisation/</a>                         | 8-9    | Unternehmensportrait     |
| 2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans  | VR gemäss VR Dokument, UL gemäss Stellenausschreibung   |        |                          |
| 2-11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans  | Organigramm: <a href="http://www.zindel-united.swiss/organisation/">www.zindel-united.swiss/organisation/</a>   | 8-9    | Unternehmensportrait     |
| 2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen |   | 11-13  | Nachhaltigkeitsstrategie |
| 2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung                 | Überprüfung und Kontrolle   | 11-13  | Nachhaltigkeitsstrategie |

| GRI-STANDARD   | INFORMATION  | SEITEN        | KAPITEL   |
|--|--|---------------|---|
| 2-16 Übermittlung kritischer Anliegen                              | Care-Team  | 50-51         | Arbeitsicherheit und Gesundheit                                       |
| 2-19 Vergütungspolitik   | Zusätzliche interne Dokumente  | 49            | Vergütung   |
| 2-20 Verfahren zur Festlegung der Vergütung                        | Zusätzliche interne Dokumente  | 49            | Vergütung   |
| 2-21 Verhältnis der Jahresgesamtvergütung                          |  | 49            | Vergütung   |
| 2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung |  | 11-13         | Nachhaltigkeitsstrategie  |
| 2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen    |  | 11-13         | Nachhaltigkeitsstrategie  |
| 2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen                      | Zwei Verfahren im Berichtszeitraum 2024, welche 2025 aussergerichtlich abgeschlossen werden konnten  |               |   |
| 2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen             | Die einzelnen Tochterunternehmen von Zindel United sind in diversen Verbänden und Gruppen vertreten. Aktuell noch keinen Gruppenübersicht vorhanden. |               |   |
| 2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern                    |  | 11-13, 29, 53 | Nachhaltigkeitsstrategie, Kundenzufriedenheit, Vorsorge Pensionierung |
| 3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen                   |  | 11-13         | Nachhaltigkeitsstrategie  |
| 3-2 Liste der wesentlichen Themen                                  |  | 11-13         | Nachhaltigkeitsstrategie  |
| 3-3 Management der wesentlichen Themen                             |  | 11-13         | Nachhaltigkeitsstrategie  |

# GRI-TABELLEN

| GRI-STANDARD   | INFORMATION  | SEITEN | KAPITEL                                     |
|--|--|--------|---|
| 201-1 unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert  | siehe Finanzbericht  |        |   |
| 201-2 Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen |  | 34-45  | Bauen mit Verantwortung für Natur und Klima |
| 202-1 Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn         | Zusätzlich interne Dokumente; Geschlecht kein Lohnfaktor, gesetzlicher Mindestlohn wird immer eingehalten. | 49     | Vergütung                                   |
| 203-1 Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen   | Verweis auf Finanzbericht  |        |   |
| 203-2 Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen  |  | 25     | Lokale Wirtschaftsförderung                 |
| 204-1 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten  | Grosser Fokus auf lokale Lieferanten – aktuell aber keine Daten verfügbar.                                 |        |   |
| 205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung                                    |  | 18     | Korruption                                  |
| 205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen   | Keine Vorfälle   |        |   |
| 206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung                                | Kein wettbewerbswidriges Verhalten, noch Kartell- oder Monopolbildung                                      |        |   |

| GRI-STANDARD   | INFORMATION  | SEITEN | KAPITEL                   |
|--|--|--------|---------------------------|
| 301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen  | esg2go und Carbotech Scope 1-3 Berechnung  |        |                           |
| 301-2 Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe   | Carbotech Scope 1-3 Berechnung   |        |                           |
| 301-3 Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien  | Carbotech Scope 1-3 Berechnung   |        |                           |
| 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation  | esg2go und Carbotech Scope 1-3 Berechnung  |        |                           |
| 302-2 Energieverbrauch ausserhalb der Organisation   | esg2go und Carbotech Scope 1-3 Berechnung  |        |                           |
| 302-3 Energieintensität  | Carbotech Scope 1-3 Berechnung   |        |                           |
| 302-4 Verringerung des Energieverbrauchs   | Carbotech Scope 1-3 Berechnung   | 36-37  | Emissionen und Berechnung |
| 302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen   | Carbotech Scope 1-3 Berechnung   | 36-37  | Emissionen und Berechnung |
| 303-3 Wasserentnahme   | esg2go und Carbotech Scope 1-3 Berechnung  |        |                           |
| 303-5 Wasserverbrauch  | esg2go und Carbotech Scope 1-3 Berechnung  |        |                           |
| 304-1 Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben Schutzgebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert ausserhalb von geschützten Gebieten befinden | Produktionsstandorte Logbau (Schiers, Landquart, Bad Ragaz, Flums), Wasseraufbereitung Bad Ragaz |        |                           |
| 305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)   | Carbotech Scope 1-3 Berechnung   | 36-37  | Emissionen und Berechnung |
| 305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)   | Carbotech Scope 1-3 Berechnung   | 36-37  | Emissionen und Berechnung |
| 305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)  | Carbotech Scope 1-3 Berechnung   | 36-37  | Emissionen und Berechnung |

# GRI-TABELLEN

| GRI-STANDARD  | INFORMATION   | SEITEN | KAPITEL   |
|---|---|--------|---|
| 305-4 Intensität der Treibhausgasemissionen                             | Carbotech Scope 1-3 Berechnung  | 36-37  | Emissionen und Berechnung   |
| 305-5 Senkung der Treibhausgasemissionen                                | Carbotech Scope 1-3 Berechnung  | 40-44  | Reduktion interner Verbrauch, Inkoh und Klark, Recyclingbaustoffe |
| 306-1 Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen     | esg2go und Carbotech Scope 1-3 Berechnung                               |        |   |
| 306-2 Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen               | esg2go und Carbotech Scope 1-3 Berechnung                               | 44     | Recyclingbaustoffe  |
| 306-3 Angefallener Abfall   | esg2go und Carbotech Scope 1-3 Berechnung                               |        |   |
| 308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden | Bisher keine detaillierte Lieferantenbewertung, in Zukunft aber geplant |        |   |

| GRI-STANDARD  | INFORMATION                | SEITEN    | KAPITEL  |
|---|----------------------------|-----------|--|
| 401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation  |                            | 48        | Belegschaft  |
| 401-3 Elternzeit  | Internes Cockpit           |           |  |
| 403-1 Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz                                      |                            | 19, 50-51 | Zertifikate und Rating, Arbeitssicherheit und Gesundheit |
| 403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen                             | Projekt SUVA: «Luegsch du» | 50-51     | Arbeitssicherheit und Gesundheit                         |
| 403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz | Sicherheitscharta der SUVA | 50-51     | Arbeitssicherheit und Gesundheit                         |
| 403-5 Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz                                  | Projekt SUVA: «Luegsch du» | 50-51     | Arbeitssicherheit und Gesundheit                         |

| GRI-STANDARD   | INFORMATION  | SEITEN    | KAPITEL                                     |
|--|--|-----------|---|
| 403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter   | Projekt SUVA: «Luegsch du», Fringe Benefits  | 49-51     | Vergütung, Arbeitssicherheit und Gesundheit |
| 403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen   |  | 50-51     | Arbeitssicherheit und Gesundheit            |
| 404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten                       |  | 54-55     | Aus- und Weiterbildung                      |
| 404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe                       |  | 20, 54-55 | Leadership, Aus- und Weiterbildung          |
| 405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten   | Organigramm  | 48        | Belegschaft                                 |
| 405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern   | zusätzlich interne Dokumente; Grundgehalt abhängig von diversen Variablen, nicht aber Geschlecht |           |   |
| 406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen  | Care-Team  | 50-51     | Arbeitssicherheit und Gesundheit            |
| 408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit               | Keine  |           |   |
| 409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit | Keine  |           |   |



## MENSCHEN IM MITTELPUNKT

**Herausgeber**

Zindel United Verwaltungs AG  
Industriestrasse 19  
7304 Maienfeld