

imug Unternehmenstest

Werner & Mertz GmbH

Anschrift: Postfach 43 40
 55033 Mainz
 Telefon / Fax: T: 06131/ 964-01 F: 06131/ 964-2475
 Homepage: www.erdal.de
 Umsatz 1995: 390 Millionen DM
 Mitarbeiter 1995: 703
 Muttergesellschaft: -
 Tochtergesellschaften: Erdal-Rex GmbH, Car-Rex Autopflege GmbH & Co. KG, Solitaire GmbH, Tana-Chemie GmbH sowie weitere Tochtergesellschaften in Benelux, Frankreich, Italien, Österreich, Spanien
 Produktgruppen & Marken: Allzweckreiniger: **Frosch, Maximus**; Autopflege: **Rex**; Fußbodenreinigung- und -pflege: **Em-sal, Frosch, Glänzer, Tuba**; Geschirrspülmittel: **Frosch**; Lederpflege: **Erdal, Solitär**; Metall- und Herdpflege: **Enablitz**; Spezielle Putz- und Pflegemittel: **Frosch, Rax, Rorax, Tarax**; Waschmittel/ Kleiderpflege: **Frosch**

Die Bewertung des Unternehmensverhaltens:

IO	VI	AN	FF	BI	UE	Anderes
✓✓	✓	x	x	✓	✓	spendet; keine Gentechnologie; keine Tierversuche

Mit der Marketing-Zauberformel "Grün und Gut" verwandelte Werner & Mertz sein Markenzeichen, den roten (Erdal-) Froschkönig, zwar nicht in einen Prinzen, aber in ein nicht minder beehrtes Objekt: Den grünen Öko-Frosch, der breitmäutig die neu entwickelte Linie ökologisch ausgerichteter Produkte zieren sollte. Mit dieser Pionierleistung setzte das Unternehmen Mitte der 80er Jahre Maßstäbe für den Wettbewerb. Inzwischen haben sich die ökologischen Maßgaben von Grünfrosch-Reinigungsmitteln zum Branchenstandard entwickelt. Mit einem Marktanteil von 16 Prozent ist der Mittelständler heute die Nummer zwei in dem ansonsten von Großunternehmen beherrschten Reinigungsmittelmarkt.

Was uns aufgefallen ist:

IO Informationsoffenheit

Werner & Mertz hat sich in vorbildlicher Weise an der imug-Unternehmensbefragung beteiligt. Auch andere externe Anfragen, die dem Unternehmenstester bekannt sind, wurden größtenteils beantwortet. In einer Hinsicht hält sich das Unternehmen hingegen bedeckt: Ein Geschäftsbericht wird nicht veröffentlicht.

VI Verbraucherinteressen

Eine Zertifizierung für die Qualitätssicherung nach ISO 9000 ff. liegt für einzelne Unternehmensbereiche vor. Die Mainzer bieten dem Verbraucher gute Möglichkeiten, um mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten. Beim Test der Qualität der Unternehmensreaktion auf Verbraucheranfragen hat Werner & Mertz allerdings nur mittelmäßig abgeschnitten.

AN Arbeitnehmerinteressen

Das Engagement von Werner & Mertz für seine Arbeitnehmer ist mit Ausnahme der Aktivitäten zur Gesundheitsförderung und zur Ausbildungsplatzsicherung nicht sehr groß. Insbesondere in den Bereichen Fort- und Weiterbildung, Entgeltpolitik und familienfreundliche Maßnahmen könnte das Angebot erweitert werden.

FF Frauenförderung

Abgesehen von der Erhöhung des Frauenanteils bei der Einstellung von Hochschulabsolventen und der Verringerung des Anteils geringfügig beschäftigter Frauen gibt es bei Werner & Mertz keine nennenswerten Maßnahmen zur Frauenförderung. Die Führungsebene kommt gänzlich ohne weibliche Unterstützung aus.

BI Behinderteninteressen

Die Beschäftigungsquote für Behinderte beträgt 5,1 Prozent, Werner & Mertz hebt sich damit positiv von anderen Unternehmen ab. Aufträge an Behindertenwerkstätten werden hingegen nur sehr unregelmäßig und in geringem Umfang vergeben.

UE Umweltengagement

Die dem Verbraucher vermittelte Umweltorientierung von Unternehmen und Produkten lässt sich keineswegs in allen Bereichen rechtfertigen. So beteiligt sich Werner & Mertz nicht am EG-Öko-Audit, ökologisch begründete Anforderungen an Zu-

imug Unternehmenstest

lieferer werden nicht gestellt und produkt- und unternehmensbezogene Ökobilanzen kommen nicht zum Einsatz. Auch zur Schonung von Ressourcen werden nur wenige Anstrengungen unternommen. Des weiteren werden nur in geringem Umfang Rohstoffe aus einer Produktion verwendet, in der ökologische Gesichtspunkte berücksichtigt werden.

Demgegenüber wird eine umfassende Gesamtentlastung der Umwelt im Verpackungs-, Personal- und Bürobereich erreicht. Stoff- und Energieströme werden gemessen und in ein Umweltinformationssystem eingespeist. Nach außen wird das Umweltengagement gut vertreten und durch eine langfristige Kooperation mit dem Naturschutzbund Deutschland unterstrichen.

A Anderes

1995 hat das Unternehmen 20.500 DM für kulturelle und 26.500 DM für soziale Zwecke gespendet.

Werner & Mertz sichert zu, dass seine Produkte und die verwendeten Vorprodukte ohne Anwendung gentechnologischer Verfahren entstanden sind.