

Glas ist unsere Leidenschaft

The SCHOTT Strategy Framework

SCHOTT
glass made of ideas

INHALT

- 3 Einleitung
- 4 Strategy Framework
- 6 Mission
- 10 Vision
- 14 Anspruch
- 22 Werte
- 26 Strukturen, Rollen & die Connected Company
- 34 Strategic Business Fields & Portfolio Management
- 38 Marke
- 42 Schlusswort

Glas ist unsere Leidenschaft

The SCHOTT Strategy Framework

»Erfolg erfordert ein
gemeinsames Verständnis
davon, was wir tun,
warum und wie wir es tun.«

Myrian Carina Velazquez
Buenos Aires | Argentinien



SCHOTT – ein Portfoliounternehmen mit Kernkompetenz Spezialglas

SCHOTT steht seit 1884 für eine herausragende Glaskompetenz.

Heute ist SCHOTT ein auf Spezialglas basierendes Portfoliounternehmen und bedient

- ein breites Spektrum von Branchen und Märkten
- mit einer umfassenden Palette von Produkten und Dienstleistungen
- und einer weltweiten Präsenz in Produktion und Vertrieb
- unter einer gemeinsamen Dachmarke.

Und in Zukunft?

The SCHOTT Strategy Framework

Unser Strategy Framework bildet die Basis für die zukünftige Unternehmensentwicklung. Es liefert Antworten auf drei grundlegende Fragen:

Warum gibt es uns?

Eine über Jahrzehnte entwickelte und heute branchenweit führende Kompetenz auf dem Gebiet Spezialglas ist die Grundlage unserer Existenz – unsere Mission.

Was streben wir an?

Wir haben ein langfristiges Ziel, das uns jeden Tag aufs Neue und überall auf der Welt motiviert – unsere Vision.

Einen klaren Orientierungspunkt auf dem Weg zur Realisierung unserer Vision bieten unsere strategischen Ziele bis 2020 – unser Anspruch.

Wie erreichen wir das?

Unsere Werte bestimmen unser Verhalten im täglichen Arbeitsleben.

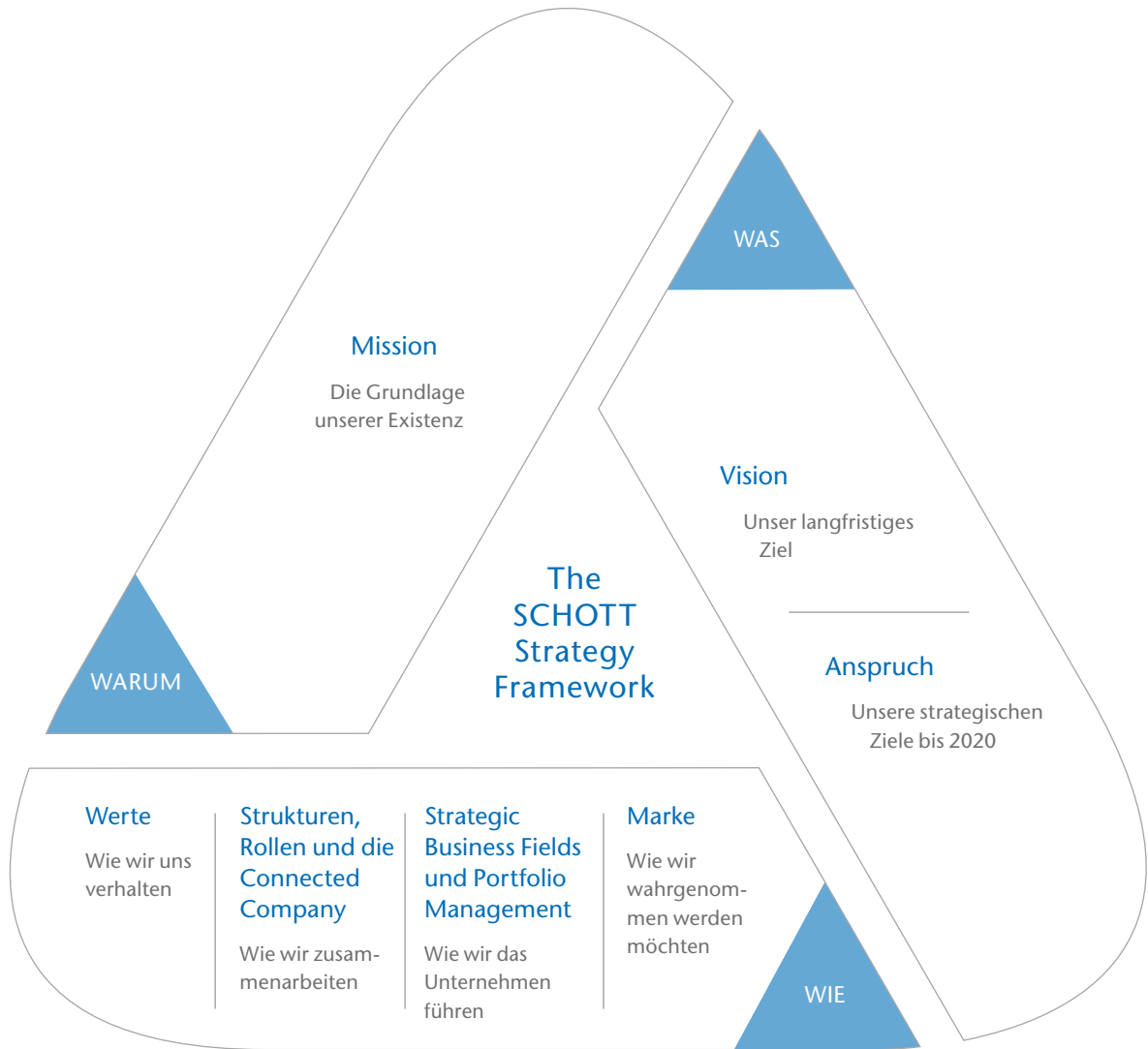
Unsere Struktur, unsere Rollen und die Connected Company* definieren die Art unserer Zusammenarbeit.

Unser auf den Strategic Business Fields** basierendes Portfolio Management beschreibt, wie wir das Unternehmen führen.

Unsere Marke drückt aus, wie wir von unseren Kunden wahrgenommen werden möchten.

* Connected Company – Vernetzte Organisation

** Strategic Business Fields – Strategische Geschäftsfelder





»Unsere Begeisterung und unsere Erfahrung sind es, die uns von anderen unterscheiden.«

Gunther Paulus
Mainz | Deutschland

Mission

Die Grundlage unserer Existenz

Otto Schott war ein leidenschaftlicher Chemiker und Glastechniker. Als er sich 1884 mit dem Physiker Ernst Abbe zusammenschloss, waren sie die ersten, die neue wissenschaftliche Methoden für die Zusammensetzung und Herstellung von Glas entwickelten und anwendeten. Die Kombination ihrer beider Talente ermöglichte es ihnen, Produkte mit unübertroffenen Eigenschaften und von einzigartiger Qualität zu erschaffen.

Die Entwicklung neuer, präzise spezifizierter und homogener Glasarten erfüllte nicht nur die Anforderungen an optische Gläser, sondern führte auch zu zahllosen Verbesserungen im Bereich der Bildgebung, der Wissenschaft und der Technik. Damit wurde der Grundstein für die einzigartige Kompetenz von SCHOTT bei Spezialgläsern und -werkstoffen sowie Spitzentechnologien gelegt.



Angetrieben durch unsere Leidenschaft für Glas, entwickeln wir dieses Material mit seinen zahlreichen und sehr spezifischen Eigenschaften stetig weiter, sei es in der Herstellung oder in der Verarbeitung. Dabei kombinieren wir 130 Jahre Erfahrung mit den heutigen Bedürfnissen, Markterfordernissen und Trends. Unsere Innovationen schaffen Mehrwert für die Produkte und Lösungen unserer Kunden. Kurz gesagt, wir ermöglichen den Erfolg unserer Kunden.

Unsere Mission

Wir ermöglichen unseren Erfolg und den unserer Kunden durch einzigartige Lösungen basierend auf unserer Kompetenz in Spezialglas, Spezialwerkstoffen und Spitzentechnologien.



»Es ist ein gutes Gefühl zu wissen, dass meine Arbeit hilft, das tägliche Leben der Menschen zu verbessern.«

Alexandro Viera Cordeiro
Rio de Janeiro | Brasilien

| WAS STREBEN WIR AN

Vision

Unser langfristiges Ziel

Bevölkerungswachstum, alternde Gesellschaften, Klimawandel und Globalisierung verändern die Welt, in der wir leben und arbeiten. Diese Veränderungen bieten Chancen für viele Industrien, neue, intelligente und zuverlässige Lösungen zu entwickeln.



Mit unserer verlässlichen Expertise im Bereich Spezialglas und Spezialwerkstoffe, unserem breiten Produktportfolio und der Fähigkeit, unser Wissen intelligent zu vernetzen, sind wir in der Position, der bevorzugte Geschäftspartner für zahlreiche Wachstumsindustrien weltweit zu sein – und helfen damit, das Leben der Menschen zu verbessern.

Unsere Vision

Wir machen SCHOTT zu einem wichtigen Bestandteil im Leben jedes Menschen.

»Klare und messbare
Ziele geben Orientie-
rung.«

Claire Buckwar
Landshut | Deutschland



| WAS STREBEN WIR AN

Anspruch

Unsere strategischen Ziele bis 2020

Unser Anspruch

Wir wollen klare und messbare Ziele erreichen. Ziele, die uns die Richtung vorgeben. Ziele, um unseren Fortschritt zu messen. Vor diesem Hintergrund haben wir unseren Anspruch formuliert. Dieser besteht aus acht strategischen Zielen, die eine einzige Richtung verfolgen: **nachhaltig Werte schaffen.**

Nachhaltig Werte schaffen ist kein Selbstzweck. Wir tun dies aus drei Gründen:

Für SCHOTT

Nachhaltig Werte schaffen, um in die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von SCHOTT zu investieren.

Für die Mitarbeiter

Nachhaltig Werte schaffen, um Arbeitsplätze und eine wettbewerbsfähige Entlohnung der Mitarbeiter von SCHOTT zu sichern.

Für die Stiftung

Nachhaltig Werte schaffen, um den Stiftungszweck der Carl-Zeiss-Stiftung als Alleinaktionär der SCHOTT AG zu unterstützen.

| WAS STREBEN WIR AN



Strategische Ziele

<p>Ein nachhaltig wettbewerbsfähiges Geschäftsportfolio sicherstellen.</p>	<p>Bis 2020 ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • werden die Strategic Business Fields/SBFs in ihren jeweiligen Märkten weltweit eine Top-3-Position einnehmen oder eine realistische Chance haben, dies zu erreichen. • bietet jedes SBF einen verteidigbaren Wettbewerbsvorteil (Unique Selling Proposition/ USP). 	<p>KPI*: SBF Marktposition und Portfoliorolle</p>
--	---	---

Eine der größten Stärken, auf die wir bauen können, ist unser breites Geschäftsportfolio. Dieses besteht aus den SBFs, die ihren jeweiligen Markt bedienen. Im Zentrum unseres Portfolio-Ansatzes steht das Bestreben, eine nachhaltig wettbewerbsfähige Position in attraktiven Märkten zu erlangen. Hierzu benötigt jedes SBF einen verteidigbaren Wettbewerbsvorteil.

<p>Kontinuierlich die Kundenbindung steigern.</p>	<p>Bis 2020 ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • wird sich der Customer Commitment Index (CCI) kontinuierlich verbessern. • wird der CCI-Vorteil gegenüber dem Wettbewerb ausgebaut oder zumindest aufrechterhalten. 	<p>KPI: Customer Commitment Index (CCI)**</p>
---	--	---

Wie unsere Kunden unsere Leistungen, unsere Produkte und unsere Dienstleistungen wahrnehmen und wie sie diese im Vergleich zum Wettbewerb beurteilen, hat Einfluss auf die Kundenbindung. Um diese zu verbessern, müssen wir unser Verständnis der aktuellen und zukünftigen Anforderungen unserer Kunden kontinuierlich ausbauen. Dies stärkt die Kaufbereitschaft für unsere Produkte und die Entwicklung von Ideen für neue Produkte.

* Key Performance Indicator – Definierte Kennzahl

** Customer Commitment Index – Kundenbindungsindex

| WAS STREBEN WIR AN

Profitabel durch Innovationen wachsen.

Bis 2020 ...

- werden 30 % der Umsätze durch neue Produkte generiert.

KPI:
Neuproduktrate
(NPR)

Der Schlüssel für profitables Wachstum sind Innovationen. Durch die Stärkung unserer Innovationskultur gelingt es uns, über die Grenzen heutiger Möglichkeiten hinauszudenken und eine kontinuierliche Verbesserung unserer Produkte und Prozesse zu erreichen. Dadurch stärken wir unsere Innovationspipeline, die ein nachhaltiges Umsatzwachstum sicherstellt.

Betriebliche Prozesse perfektionieren.

Bis 2020 ...

- sind alle Prozesse schlank und effizient. Dies erfordert eine jährliche Steigerung von a) der Produktivität in der Produktion, um Preisverfälle zu kompensieren und b) der Kosteneffizienz in Vertrieb und Verwaltung.

KPI:
Nettoproduktivität
Vertriebskostenquote
Verwaltungskostenquote

Wir wollen schlanke und effiziente Prozesse. Dieses Ziel adressieren wir in zwei Bereichen. Zum einen streben wir danach, unsere Produktivität in den betrieblichen Prozessen Jahr für Jahr zu verbessern und die Beschaffungskosten so zu senken, dass insgesamt sowohl Preisverfälle im Markt als auch Kostensteigerungen voll kompensiert werden können. Zum anderen streben wir jährliche Verbesserungen der Kosteneffizienz in Vertrieb und Verwaltung an.

Strategische Ziele

<p>Das Management internationalisieren.</p>	<p>Bis 2020 ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • wird der Anteil internationaler Mitarbeiter auf Management-Ebene stetig erhöht. 	<p>KPI: Weltweiter Anteil internationaler Führungskräfte in den Hierarchiestufen III-V</p>
---	---	--

Damit wir die globalen Märkte besser verstehen und erfolgreicher bedienen können, müssen wir zu einem global agierenden Unternehmen werden, das verstärkt auf Diversität und eine breite Führungserfahrung setzt. Dies erreichen wir, indem wir die Führungsverantwortung des Managements in den lokalen Märkten stärken und das Management in unserer Hauptverwaltung internationaler besetzen.

<p>Eine hohe Mitarbeiterbindung sicherstellen.</p>	<p>Bis 2020 ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • liegt die Mitarbeiterbindung bei SCHOTT im oberen Drittel der weltweiten Vergleichsunternehmen. 	<p>KPI: Employee Commitment Index (ECI)*</p>
--	---	--

Unsere Mitarbeiter spielen eine entscheidende Rolle für die zukünftige Entwicklung von SCHOTT. Daher werden wir dafür Sorge tragen, ein Umfeld zu schaffen, das unsere Mitarbeiter motiviert und ihre Potenziale voll zur Entfaltung bringt. Eine hohe Mitarbeiterbindung ist die Voraussetzung, um unseren Anspruch erreichen zu können.

* Employee Commitment Index – Mitarbeiterbindungsindex

| WAS STREBEN WIR AN

Umsatz und Profitabilität stetig steigern.

Bis 2020 ...

- steigt der Umsatz auf mindestens 2,5 Mrd. Euro – zum einen durch organisches Wachstum, zum anderen aber auch durch Firmenzukäufe.

KPI:
Jährliches Umsatzwachstum

Wachstum ist notwendig, um unsere Stellung am Markt zu erhalten oder auszubauen und unseren Mitarbeitern neue Chancen zu eröffnen. Wachstum ist jedoch nur dann wertschaffend, wenn dabei auch Gewinne erzielt werden. Sowohl profitables organisches Wachstum als auch Firmenzukäufe sind die Stellhebel, um dieses Ziel zu erreichen. Wir messen unsere Leistung durch das jährliche Umsatzwachstum.

Eine Prämie auf die Kapitalkosten erwirtschaften.

Bis 2020 ...

- wird der kumulierte SVA (2014–2020) 250 Mio. € erreichen.

KPI:
SCHOTT Value Added (SVA)

Der Wert unseres Unternehmens steigt, sofern wir eine Prämie auf die Kapitalkosten erwirtschaften. Diese Prämie ist der Gewinn, der die Kapitalkosten übersteigt, die wir an unsere Geldgeber zu zahlen haben. Wir messen diese Prämie durch den SVA.

»Gemeinsame Werte sind die Voraussetzung für guten Teamgeist und herausragende Ergebnisse.«

Dennis Simonson
Duryea | USA



Werte

Wie wir uns verhalten

Unsere Werte

Werte sind die Grundlage jeder Unternehmenskultur und dienen allen Mitarbeitern als Orientierung für ihr Verhalten im täglichen Arbeitsleben. Indem wir unsere Werte leben, formen wir unsere angestrebte Unternehmenskultur und machen SCHOTT zu einem attraktiven Unternehmen.

Einander respektieren

Wir respektieren andere, indem wir ...

- einander wertschätzen und uns gegenseitig vertrauen
- regionale Kulturen anerkennen
- stets offen, ehrlich und zeitnah miteinander kommunizieren
- die Verschiedenheit der Menschen schätzen und Chancengleichheit ermöglichen
- mit gutem Beispiel vorangehen und unseren Worten Taten folgen lassen
- uns auf Daten und Fakten konzentrieren

Werte schaffen

Wir schaffen Werte, indem wir ...

- uns gegenseitig ermutigen, unsere Fähigkeiten voll auszuschöpfen
- unternehmerisch handeln
- unsere Marke stärken
- schlanke Prozesse und Strukturen leben
- die Expertise von mehr als einem Jahrhundert nutzen

Verantwortungsvoll handeln

Wir handeln verantwortungsvoll, indem wir ...

- integer sind und unseren Verhaltenskodex befolgen
- Verantwortung für unser Handeln übernehmen
- angemessen auf Veränderungen reagieren
- gesellschaftliche Verantwortung übernehmen
- uns um die Gesundheit unserer Mitarbeiter und den Erhalt unserer Umwelt kümmern

Innovationen vorantreiben

Wir treiben Innovationen voran, indem wir ...

- die Herausforderungen und Bedürfnisse unserer Kunden verstehen
- stets marktorientiert handeln
- den Wettbewerb übertreffen
- eine Kultur der Offenheit, des Mutes und der Kreativität fördern
- unsere Produkte und Prozesse stetig verbessern

»Wahrer Erfolg bedeutet,
ehrgeizige Ziele mit
dem besten Team zu
erreichen.«

Masahiro Taketomi
Shiga | Japan



Strukturen, Rollen & die Connected Company

Wie wir zusammenarbeiten

Strukturen, Rollen & die Connected Company

Während unsere Werte jedem Mitarbeiter Orientierung für sein persönliches Verhalten im täglichen Arbeitsleben geben, bestimmen unsere Strukturen, Rollen und die Connected Company das Zusammenspiel des SCHOTT Konzerns als Ganzes.

Strukturen

Alleinaktionär der SCHOTT AG ist die Carl-Zeiss-Stiftung. Unabhängig von unserer rechtlichen Struktur ist der SCHOTT Konzern in einer Managementstruktur organisiert, die das Unternehmen in verschiedene Organisationseinheiten gliedert. Diese Managementstruktur stellt sicher, dass wir unsere Märkte optimal bedienen können und von Synergien des Konzerns profitieren.



Klar definierte Rollen, Verantwortungsbereiche und Erwartungen bieten jeder Organisationseinheit innerhalb unserer Managementstruktur Orientierung. Dies ermöglicht es jeder Organisationseinheit Verantwortung zu übernehmen und zum gemeinsamen Erfolg unseres Konzerns beizutragen.

Rollen und Verantwortungsbereiche

Carl Zeiss Foundation – Carl-Zeiss-Stiftung

Die Carl-Zeiss-Stiftung hat als alleiniger Aktionär Anspruch auf jährliche Dividendenzahlungen, um den Zwecken der Stiftung nachzukommen. Die wirtschaftlichen Interessen der Carl-Zeiss-Stiftung werden vom Stiftungsrat gewahrt, dessen Interesse die langfristige Sicherung der Zukunft der SCHOTT AG ist.

Supervisory Board – Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat der SCHOTT AG setzt sich zu gleichen Teilen aus Vertretern der Kapitaleseite und der Mitarbeiter zusammen. Der Aufsichtsrat übernimmt eine Kontrollfunktion, berät den Vorstand und ist in die Entscheidungsprozesse in den Bereichen Budgetplanung, Unternehmensstrategie und Gewinnausschüttung involviert.

Rollen und Verantwortungsbereiche

SCHOTT Group – SCHOTT Konzern

Management Board – Vorstand

Die Führung des SCHOTT Konzerns obliegt dem Vorstand. Als höchstes Entscheidungsgremium agiert er als strategischer Architekt von SCHOTT.

Hauptaufgaben:

- Definition und Implementierung des SCHOTT Strategy Frameworks.
- Erstellung von Leitlinien für die einzelnen BUs und Functions.
- Aktive Steuerung des Geschäftsportfolios von SCHOTT.
- Festlegen von Zielen und Bereitstellung von Ressourcen auf Ebene der BUs.
- Definition der Managementstruktur und der rechtlichen Strukturen des SCHOTT Konzerns.
- Ist Vorbild für das Leben der Werte und treibt die Vernetzung des gesamten Konzerns voran.

Group Executive Committee (GEC)

Das GEC setzt sich aus dem Vorstand und den Verantwortlichen der einzelnen BUs und der Functions zusammen.

Hauptaufgaben:

- Diskussionsplattform für Managemententscheidungen.
- Definition von Unternehmensinitiativen, Meinungsaustausch und Förderung der Vernetzung des SCHOTT Konzerns.

Rollen und Verantwortungsbereiche

Business Units

Das BU-Management trägt die globale Geschäftsverantwortung für den jeweiligen Geschäftsbereich.

Hauptaufgaben:

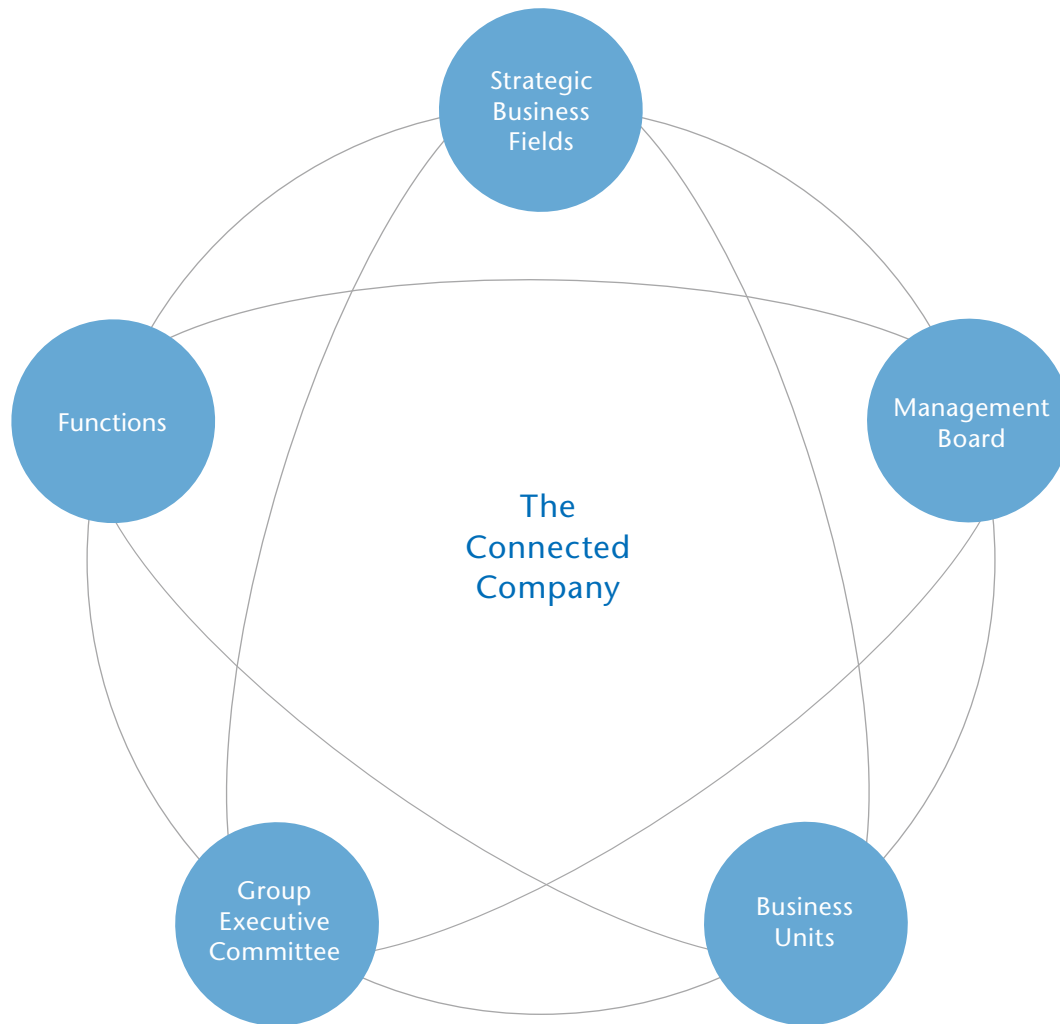
- Abstimmung der Strategien der zugeordneten Strategic Business Fields (SBFs).
- Neugeschäftsentwicklung in angrenzenden Märkten und/oder Regionen.
- Vorschlag von Portfolioänderungen innerhalb der BU.
- Festlegung von Organisationsstrukturen und -prozessen im eigenen Verantwortungsbereich.

Functions

Functions tragen aktiv zum Erfolg der BUs bei, indem sie in ihren jeweiligen Aufgabenbereichen Services anbieten und/oder Governance-Aufgaben wahrnehmen.

Hauptaufgaben:

- Erbringung von erstklassigen Dienstleistungen zu einem wettbewerbsfähigen Preis-/Leistungs-Verhältnis (Service-Funktion).
- Unterstützung des Vorstands und der BUs bei der Identifizierung von Geschäftschancen und Vermeidung von Geschäftsrisiken (Governance-Funktion).




The Connected Company

In einer zunehmend volatilen und komplexen Geschäftswelt sind Lösungen notwendig, die eine weltweite Bündelung von Kompetenzen und Ressourcen über einzelne Organisationseinheiten hinweg erfordern. Durch die Connected Company können wir diese Herausforderung in eine Chance verwandeln.

Wir werden eine Connected Company, indem wir:

- Eine offene Kommunikation fördern
- Den Austausch von Informationen und Best Practices ermöglichen
- Das beste Team bilden

Als Connected Company agieren wir mit höherer Geschwindigkeit, nutzen Synergien effizienter und haben gemeinsame Erfolge.



»Es ist wichtig, unser breites
Geschäftsportfolio zu verstehen,
um Geschäftschancen
identifizieren zu können.«

Jürgen Schneider
Mainz | Deutschland

Strategic Business Fields & Portfolio Management

Wie wir das Unternehmen führen

Strategic Business Fields

Aufgrund des breiten Spektrums an Industrien und Märkten, in denen wir aktiv sind, und der umfassenden Palette von Produkten und Dienstleistungen, die wir anbieten, ist es wichtig, die richtige Ebene für die Analyse, Ausarbeitung und Umsetzung unserer Geschäftsstrategien zu finden. Aus diesem Grund haben wir Strategic Business Fields (SBFs) definiert.

Ein SBF ist eine strategische Planungseinheit, die Geschäftsaktivitäten der gleichen Anwendungen und/oder Märkte und/oder Technologien zusammenfasst. Ein SBF kann auf Ebene einer Business Unit (BU), einem Business Segment oder einer darunter liegenden Ebene definiert sein. SBFs bilden die Grundlage für das profitable Wachstum von SCHOTT.

Hauptaufgaben:

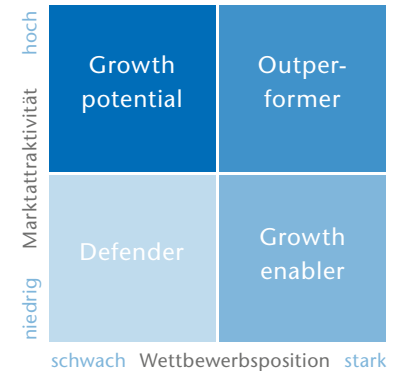
- Definition und Implementierung der SBF-Strategie
 - Aufplanung und Umsetzung der Produkt-/Innovations- und Technologie-/Prozess-Roadmaps
 - Erfüllung der Rolle im Gesamtportfolio von SCHOTT
-

Die Strategie eines SBFs und deren Umsetzung ist im sogenannten Strategy Book beschrieben.


Portfolio Management

Aktives und systematisches Portfolio Management sichert die richtige Balance zwischen etablierten und neuen Geschäften, zwischen Chancen und Risiken sowie zwischen Liquiditätsgenerierung und Investitionen.

Das SCHOTT Portfolio besteht aus zahlreichen Strategic Business Fields. Die SBFs tragen dazu bei, unser Ziel eines nachhaltig wettbewerbsfähigen Geschäftsportfolios zu erreichen, indem sie ihre SBF-Strategie basierend auf der definierten Rolle innerhalb des Portfolios umsetzen.



Rolle	Beschreibung	Fokus	Angestrebte Marktposition
Growth potential	Geschäft ist am Beginn des Lebenszyklus Die Wettbewerbsposition ist noch schwach, es besteht aber hohes Gewinnpotenzial	Schaffung eines nachhaltigen Wettbewerbsvorteils Investieren und wachsen, um eine Top-3-Position im Weltmarkt zu erreichen	Outperformer
Outperformer	Erfolgreiches „growth potential“ Starke Wettbewerbsposition in einem attraktiven Marktumfeld	Investieren und wachsen Den Wettbewerb übertreffen	Ausbau der dominanten Position
Growth enabler	Geschäft ist in der Reifephase Starke Wettbewerbsposition in einem Markt mit abnehmender Attraktivität	Operative Exzellenz und Liquiditätsbeitrag Suche nach Wachstumsmöglichkeiten in angrenzenden Märkten	Halten der starken Position
Defender	Schwache Wettbewerbsposition in einem Markt mit geringer Attraktivität	Den Turnaround schaffen, eine Partnerschaft eingehen oder aussteigen	Abhängig vom Fokus

A professional portrait of Stefan Marc Schmidt, a middle-aged man with short brown hair and blue eyes, wearing a dark pinstriped suit jacket, a white shirt, and a red tie with white polka dots. He is standing in front of a modern office building with large glass windows. The background is slightly blurred, showing the architectural details of the building.

»Unsere Marke ist ein Versprechen
an unsere Kunden, das wir jeden
Tag aufs Neue erfüllen müssen.«

Stefan Marc Schmidt
Mainz | Deutschland

| WIE WIR ES ERREICHEN

Marke

Wie wir wahrgenommen werden möchten

Die Identität der Marke SCHOTT

Wie wir uns im täglichen Arbeitsleben verhalten, wie wir zusammenarbeiten und wie wir das Unternehmen führen, beeinflusst das Bild, das unsere Kunden und die Öffentlichkeit von der Marke SCHOTT haben. Einfach gesagt, jeder Einzelne von uns hat Einfluss darauf, wie wir wahrgenommen werden.

Die [Identität der Marke SCHOTT](#) drückt die von uns angestrebte Wahrnehmung der Marke aus, die wir mit drei Elementen aktiv steuern:

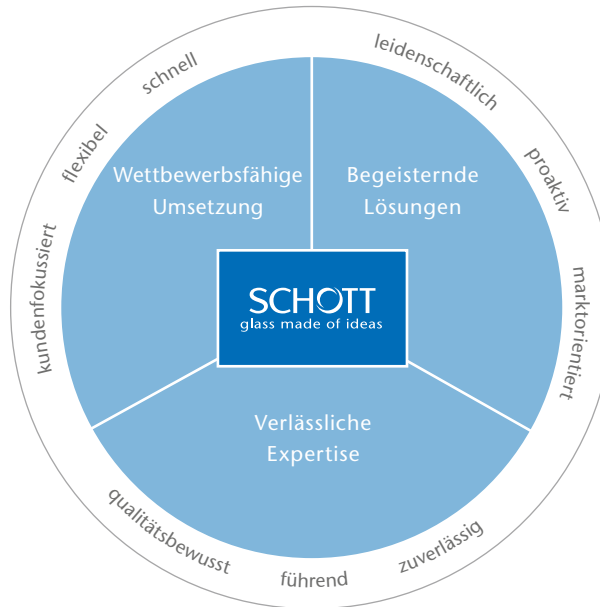
Der [Markenkern „glass made of ideas“](#) fasst die Markenidentität in einer einzigartigen und treffenden Formulierung zusammen.

Die drei [Markenwerte](#) sind die besonderen Eigenschaften, die unsere Marke bietet und für die sie wertgeschätzt werden soll.

Die neun [Markenattribute](#) beschreiben den von uns gewünschten Markencharakter. Sie geben damit einen detaillierteren Einblick in die Markenidentität.

| WIE WIR ES ERREICHEN

Wir bei SCHOTT stellen herausragende Ergebnisse in unserer täglichen Arbeit sicher. Wir konzentrieren unsere Anstrengungen darauf, die Prozesse unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen. Durch schnelles und flexibles Handeln übertreffen wir die Erwartungen unserer Kunden.



Wir bei SCHOTT sehen globale Markttrends voraus und kennen die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden. Wir erkennen neue Potenziale und entwickeln proaktiv überzeugende Konzepte. Wir konzentrieren unsere Energie und unser Engagement darauf, Lösungen zu finden, die unseren Kunden inspirieren und zu mehr Erfolg verhelfen.

Seit 130 Jahren setzt SCHOTT die Standards in Spezialglas und Spezialmaterialien sowie Spitzentechnologien. Durch unser Angebot an hochqualifizierten Lösungen für ein breites Spektrum von Anwendungen sind wir der bevorzugte Partner für viele Industrien. Das Vertrauen und die Anerkennung unserer Kunden verdienen wir uns durch unser führendes technisches Know-how in Kombination mit unserer hohen Zuverlässigkeit.

Schlusswort

Das SCHOTT Strategy Framework beschreibt die notwendigen strategischen Elemente, um für die Zukunft gerüstet zu sein. Es liefert ein gemeinsames Verständnis darüber, wie wir unsere Geschäfte entwickeln wollen, um dem Anspruch 2020 gerecht zu werden und uns unserer Vision zu nähern. Es liefert allerdings nur die Grundlage, um auf einen nachhaltigen Wachstumspfad zurückzukehren. Denn wir wissen alle, dass sich der Erfolg nicht aus niedergeschriebenen Worten, sondern nur aus konkreten Taten ergibt.

Wir sind uns sehr bewusst, dass das SCHOTT Strategy Framework nur durch den persönlichen Beitrag jedes einzelnen Mitarbeiters erfolgreich in die tägliche Praxis umgesetzt werden kann. Daher bitten wir Sie um Ihre volle Unterstützung bei der Realisierung unseres Anspruchs. Sie können sicher sein, dass wir dabei mit gutem Beispiel vorangehen. Wir werden diesen Prozess durch unser persönliches Engagement fördern und Sie dabei unterstützen, wo immer es möglich und notwendig ist.

Lassen Sie uns das SCHOTT Strategy Framework gemeinsam mit Leben füllen!

Der Vorstand, März 2014

„Nur das bringt Erfolg und
nur die Dinge haben Bestand, in denen
ein Tropfen Herzblut derer enthalten ist,
die daran geschafft haben.“

Erich Schott

(1891–1989), Sohn des Unter-
nehmensgründers Otto Schott

SCHOTT AG

Strategic Development

Hattenbergstraße 10

55122 Mainz

Germany

Telefon +49 (0)6131/66-4056

Telefax +49 (0)6131/66-4048

info@schott.com

www.schott.com

