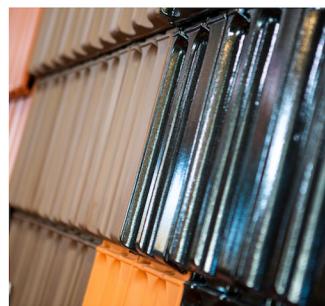


---

# CODE OF CONDUCT

**ZIEGEL**.DE



## Vorwort

Liebe Mitglieder des Bundesverbands,  
Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir alle repräsentieren gemeinsam eine traditionsreiche und zugleich hochinnovative Branche.  
Gemeinsam fördern wir den internen Austausch von über 80 Ziegelherstellern in Deutschland und  
verleihen der Branche in der Außendarstellung Gesichter und starke Stimmen.

Als Branche haben wir ein großes Interesse daran, unsere Botschaften in eine politisch interessierte  
Öffentlichkeit zu tragen. Nur durch Austausch können wir auf uns und unsere unternehmerischen  
Bedürfnisse aufmerksam machen. Nur durch Austausch entstehen Lösungen. Nur durch den Diskurs mit  
anderen kommen wir voran.

Dieser Diskurs findet inzwischen auf unterschiedlichsten Kanälen und Plattformen statt – sei es in  
Präsenzmeetings, in Pressemeldungen oder im virtuellen Raum. Dieser politische Diskursraum dehnt  
sich zunehmend aus. In all diesen Situationen wird jeder einzelne von uns auch als Vertreter des  
Verbandes und damit der gesamten Ziegelindustrie wahrgenommen.

Wir danken allen, die tagtäglich die Möglichkeit wahrnehmen, der Ziegelindustrie innerhalb der  
Bauwirtschaft und gegenüber politischen Entscheidungsträgern Gewicht zu verleihen. Um dieses  
wichtige Handeln künftig noch auszuweiten und zu stärken, möchten wir allen Akteuren einen Leitfaden  
an die Hand geben, der zur Orientierung und Unterstützung dienen soll.

Im vorliegenden „Code of Conduct“, einem Verhaltens- und Wertekodex, sind unsere wichtigsten Werte  
festgehalten, die sich in unserer Arbeit widerspiegeln und dieser zu Grunde liegen. Außerdem sind  
inhaltliche Kernaussagen unserer Industrie zusammengetragen, auf die jeder in der Kommunikation mit  
Externen zurückgreifen kann.

Auf gute Gespräche und spannende Diskurse.

Freundliche Grüße

*Der Vorstand*

## Wertekanon

Als Verband stehen wir fest auf dem Boden des Grundgesetzes, bekennen uns zu den Zielen und Werten der Europäischen Union<sup>1</sup> und kultivieren ein von Respekt, Toleranz und Wertschätzung geprägtes kollegiales Miteinander. Wir treten ein für Vielfalt und stellen uns gegen Diskriminierung jeglicher Form, insbesondere aufgrund des Geschlechts, der Herkunft, der Religion oder der Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Orientierung.

## Auftritt im politischen Raum

### Allgemein

Der ständige Wechsel zwischen den Feldern Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit verlangt eine besondere kommunikative Sensibilität und Transparenz. Der öffentliche Raum ist Austragungsort politischer Debatten. Wir sind uns darüber bewusst, dass es im politischen Raum verschiedenste Sichtweisen und teils konkurrierende Interessen, Ideen, Konzepte und Weltanschauungen gibt. Wir begrüßen diese Meinungsvielfalt, und begegnen Andersdenkenden sachlich und stets auf Augenhöhe. Dabei achten wir das Recht auf freie Meinungsäußerung sowie den Schutz der Persönlichkeitsrechte und der Privatsphäre.

Als Verband wollen wir im realen und im digitalen Raum am Meinungsbildungsprozess teilhaben und zu einem ausgewogenen und auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basierendem Diskurs beitragen. Verbandsinteressen vertreten wir zentral, intern und mit Partnern abgestimmt und transparent im Einklang mit den gesetzlichen Vorgaben des EU-Transparenzregisters und des deutschen Lobbyregisters.

Bei offiziellen Anlässen wahren wir das Protokoll und begegnen unseren politischen Gästen partei- und meinungsübergreifend mit Respekt und Wertschätzung. Unsere Interessen vertreten wir selbstbewusst und bringen Positionen und Argumente sachlich und bestimmt ein.

Wir stellen fest, dass Amts- und Funktionsträger des Bundesverbands auch im Privaten als Repräsentanten der Ziegelindustrie wahrgenommen werden können. Wir beachten diesen Code of Conduct daher auch bei vermeintlich privaten Auftritten und Äußerungen im öffentlichen Raum. Privatmeinungen machen wir immer als solche kenntlich.

Bei Gesprächen und öffentlichen Auftritten stärken wir den guten Ruf der Ziegelindustrie, geben keine vertraulichen oder sensiblen Informationen weiter und respektieren die Privatsphäre unserer Kollegen, Geschäftspartner und politischen Mandatsträger.

---

<sup>1</sup> Artikel 2 Lissabon Vertrag.

## Social Media

Amts- und Funktionsträger des Bundesverbands sind aufgerufen und werden ermutigt, am Meinungsbildungsprozess auf Social Media teilzunehmen und unsere Themen mitzustalten. Folgende DOs und DON'Ts dienen dabei als Orientierungshilfe:

DO	DON'T
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angabe der Verbandszugehörigkeit/ Mitarbeit im Verband im Profil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beteiligung an der Verbreitung von Fake News und Verschwörungserzählungen. Bitte über Verdachtsfälle die Leitung Public Affairs des Bundesverbands informieren.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Social Media Accounts des Verbandes folgen (LinkedIn, X, Instagram).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tägeln von rechtlichen bzw. justizialen Aussagen, die den Verband betreffen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilen und Liken von Posts, Stories und Events des Verbandes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unangemessene Interaktion mit Konkurrenten. Wir reden über unsere Leistungen, ohne andere schlechtzumachen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eigene Meinungen äußern. Durch einen Hinweis wie „alle hier geäußerten Meinungen sind meine eigenen“ (oder ähnlich) über dem Post oder dem Profil wird deutlich, dass es sich nicht um offizielle Standpunkte handelt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Social Media unterschätzen. Social Media ist ein machtvolleres und transparentes Tool mit internationaler Reichweite, umso wichtiger ist ein seriöser Auftritt.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Faktenbasiertes Kommentieren anderer Beiträge.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verwendung von Bildmaterial ohne Angabe von Quellen/Copyright und vorherigem Einholen des Einverständnisses der abgelichteten Personen.</li> </ul>

## Kernbotschaften der Ziegelindustrie

### Energie

- Wir unterstützen die Transformation hin zu Erneuerbaren Energien und verfolgen den europäischen Pfad zur Klimaneutralität bis 2045. Die dafür benötigten Rahmenbedingungen werden in unserer „Roadmap für eine treibhausgasneutrale Ziegelindustrie in Deutschland“ dargestellt.
- Wir forschen stetig an innovativen Verfahren, um Produktion und Produkte energieeffizienter und nachhaltiger zu gestalten.
- Die Verfügbarkeit von bezahlbarer und emissionsfrei erzeugter Energie ist entscheidend, um die Emissionen aus der Befeuerung der Öfen zu reduzieren. Es gilt, die entsprechenden Herstellungskapazitäten technologieoffen aufzubauen und die notwendige Infrastruktur zu schaffen. Insgesamt muss die Umsetzung der Energiewende im Ergebnis zu wettbewerbsfähigen Energiepreisen führen.

## Nachhaltigkeit

- Unsere Mitgliedsunternehmen sind sich ihrer besonderen Verantwortung für die Umwelt bewusst. Umwelt- und Klimaschutz sowie Ressourceneffizienz sind daher wichtige Unternehmensziele.
- Wir streben eine verantwortungsvolle Nutzung und Beschaffung natürlicher Ressourcen (z. B. Wasser, Energie, Ton und Flächen) bei Herstellung und Vertrieb unserer Ziegelprodukte an.

## Soziale Verantwortung

- Wir Zieglerinnen und Ziegler fühlen uns mit unseren Heimatregionen auf besondere Weise und meist über viele Generationen hinweg verbunden und ihnen verpflichtet. Wir setzen uns für den sozialen Zusammenhalt ein und engagieren uns durch vielfältige Maßnahmen vor Ort.
- Wir unterstützen die Grundsätze der sozialen Marktwirtschaft in der Verbindung von unternehmerischer Freiheit mit gesellschaftlicher Verantwortung.

## Entscheidungen treffen

Manche Situationen im öffentlichen Raum erfordern schnelle Entscheidungen. Sollten Sie im Einzelfall einmal unsicher sein, ob eine Entscheidung im Einklang mit den Anforderungen des Code of Conduct steht, überprüfen Sie sie anhand der folgenden Leitfragen:

- Bewege ich mich mit meiner Aussage im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben und internen Leitlinien?
- Steht meine Aussage im Einklang mit den Interessen der Branche und ist frei von konkurrierenden eigenen Interessen?
- Habe ich alle aus meiner Sicht relevanten Belange berücksichtigt und diese angemessen und faktenbasiert abgewogen?

Können Sie jede dieser Fragen mit „Ja“ beantworten, ist Ihre Entscheidung höchstwahrscheinlich vertretbar.