

Fortschrittsbericht Otto Group 2015/2016

zur Leadership-Erklärung der 'Biodiversity in Good Company' Initiative

Berichterstattung über den Fortschritt gemäß der Leadership-Erklärung

Im Mittelpunkt unserer Unternehmens-Vision steht die Verantwortung für Mensch und Natur. Sie ist die Grundlage, um unsere wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Ziele zu erreichen. Aus der Vision leitet sich die CR-Strategie als Bestandteil unserer übergreifenden Konzernstrategie ab. Die CR-Strategie hat den Anspruch, Nachhaltigkeit in die wesentlichen Geschäftsprozesse zu inkludieren. Um diese Zielsetzung zu erreichen, umfasst die CR-Strategie der Otto Group aktuell fünf Teilstrategien, mit denen die Otto Group – direkt oder indirekt – auf den Erhalt der biologischen Vielfalt hinwirkt.

1. Die Otto Group analysiert die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf die biologische Vielfalt.

Die Komplexität der Wertschöpfungskette ist die größte Herausforderung für unser Nachhaltigkeitsmanagement. Im Fortschrittsbericht 2013/14 haben wir beschrieben, wie wir bereits 2008 begonnen haben, den Einfluss unserer Unternehmensaktivitäten auf die Biodiversität zu erfassen und zu bewerten. Seit dem Jahr 2013 hat die Otto Group ihr Nachhaltigkeitsmanagement mit dem impACT-Prozess nun grundlegend neu ausgerichtet: Dieser ermöglicht eine quantitative und qualitative ökologische und soziale Bewertung der Geschäftstätigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette und dient als Grundlage für die Entwicklung von strategischen Zielen und operativen Maßnahmen. Die durch die gruppenweite Geschäftstätigkeit auftretenden Umweltbelastungen werden dabei für die Wirkungskategorien Klimagase, Schadstoffe, Wassernutzung und Landnutzung bewertet, die alle auch einen direkten oder indirekten Einfluss auf die Biodiversität haben. Um nun die verschiedenen ökologischen Auswirkungen – wie z.B. durch die Landnutzung oder den Wasserverbrauch beim Baumwollanbau – vergleichbar zu machen, werden sie in externe Kosten (in Euro) „übersetzt“. Hierfür kombiniert die Otto Group eigene Einkaufs- und Absatzzahlen mit Informationen aus externen Datenbanken und Bilanzierungen zu Umweltauswirkungen auf Ökosysteme und auf die menschliche Gesundheit und daraus resultierenden externen Kosten. Die zugrundeliegende externe Datenlage verbessert sich dabei stetig: Bereits heute liegen externe Effekte schon oft differenziert vor. Die zuletzt im April 2016 durchgeführte Berechnung ergab, dass der mit Abstand höchste Anteil der ökologischen Schädigung mit 72 % auf die Wertschöpfungsstufe Rohstoffe und Verarbeitung entfällt. Am relevantesten sind hier die Landnutzung und der Wasserverbrauch.

Die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf die biologische Vielfalt lassen sich dabei in der Wirkungskategorie Landnutzung relativ unmittelbar ableiten, da der Bewertung die von der jeweiligen Landnutzung abhängigen Ökosystemleistungen zugrunde liegen. Der Einfluss der restlichen Wirkungskategorien auf die biologische Vielfalt ist dagegen sehr viel indirekter

(Bsp. Klimagase) sowie lokal/regional sehr unterschiedlich wirksam, so dass diese Wirkungen bisher erst grob umrissen werden können. Nichtsdestotrotz liefert die Quantifizierung auf Basis externer Kosten schon heute wertvolle Informationen, die helfen, Einflüsse auf Biodiversität zu bewerten und in einen ökologischen Gesamtkontext zu stellen.

2. Die Otto Group nimmt den Schutz der biologischen Vielfalt und die nachhaltige Nutzung in das Umweltmanagementsystem auf.

Die Quantifizierung anhand von externen Kosten innerhalb der impACT-Methodik bildet die Grundlage um die wesentlichen ökologischen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit zu identifizieren und im CR-Managementprozess zu berücksichtigen. Ergänzend zu der quantitativen Ermittlung nahm die Otto Group von Juni bis Dezember 2016 eine qualitative Bewertung der CR-Themenfelder durch Stakeholder vor. Bei dieser qualitativen Bewertung fließen vier Perspektiven ein: Die Erwartungen externer Stakeholder an die Otto Group sowie interne Bewertungen zu den Themen Reputationschancen, Risiken von Regulation und der Relevanz für die Geschäftstätigkeit. Aus der Kombination mit den quantitativen Bewertungen ergibt sich eine Wesentlichkeitsmatrix, die alle CR-Themenfelder strategisch einordnet:

Hohe Priorität haben Themenfelder mit großer externer Schadwirkung und einer durch Stakeholder zugeschriebenen hohen Handlungsrelevanz (z.B. Schadstoffe bei der Rohstoffgewinnung und -verarbeitung). Themenfelder mit hohen externen Kosten, die jedoch von Stakeholdern (noch) nicht als besonders relevant für die Otto Group angesehen werden, bergen Potenzial für innovative Maßnahmen. Dem gegenübergestellt sind Themenfelder mit relativ niedrigen externen Effekten, denen jedoch seitens der Stakeholder eine hohe Relevanz zugeschrieben wird (z.B. Landnutzung in der Wertschöpfungsstufe Rohstoffe und Verarbeitung). Themenfelder mit geringen externen Kosten und niedriger Handlungsrelevanz (z.B. Wassernutzung an eigenen Standorten und bei Transporten) sind als nicht wesentlich zu behandeln. Entsprechend ihrer strategischen Einordnung werden für die CR-Themenfelder potenzielle Maßnahmen entwickelt und einer Aufwand-Nutzen-Analyse unterzogen. Die Umsetzung der als wesentlich und wirksam bewerteten potenziellen Maßnahmen erfolgt dann unter dem Dach der CR-Strategie 2020.

3. Die Otto Group richtet eine verantwortliche Stelle im Unternehmen ein, die alle Aktivitäten im Bereich Biodiversität steuert und der Geschäftsführung berichtet.

Die Otto Group hat für die Nachhaltigkeitsanforderungen und somit auch für die Aktivitäten im Bereich Biodiversität eine Organisationsstruktur etabliert, die Verantwortliche aus unterschiedlichen Funktionen und Konzernunternehmen einbindet. Der Vorstandsvorsitzende der Otto Group, Alexander Birken, ist direkt für das Nachhaltigkeitsmanagement verantwortlich und zugleich auch Vorsitzender des CR-Boards, der über strategische Nachhaltigkeitsfragen entscheidet. Dem CR-Board gehören darüber hinaus Hanjo Schneider, Konzern-Vorstand Services, und Dr- Michael Heller, OTTO-Bereichsvorstand Categories, an. Die jährliche variable Vergütung des Konzern-Vorstands ist an das Erreichen der fünf Ziele der CR-Strategie 2020 geknüpft.

Eine Brücke zwischen dem CR-Board und den operativen Bereichen im Konzern bildet seit 2014 das Sustainable Supply Chain Management Board (SSCM-Board), das die Nachhaltigkeitsthemen in der Lieferkette aus einer ganzheitlichen Perspektive betrachtet und Entscheidungen für das CR-Board vorbereitet. Es setzt sich zusammen aus Geschäftsführern und Direktoren ausgewählter Konzernunternehmen und trifft sich vier bis fünf Mal jährlich. Der Otto Group Bereich Nachhaltigkeitsmanagement steuert die konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten und berät die Unternehmen zur Strategieumsetzung und zu Innovationen. Dazu zählt die Entwicklung von Zielen und Konzepten ebenso wie die Bereitstellung geeigneter Messinstrumente. Weitere Aufgaben sind das Stakeholder-Management sowie die Vernetzung und der Wissenstransfer der Konzernunternehmen.

4. Die Otto Group legt messbare und realistische Ziele zum verbesserten Schutz der biologischen Vielfalt und ihrer nachhaltigen Nutzung fest, die alle zwei bis drei Jahre überprüft und angepasst werden.

Die CR-Strategie 2020 der Otto Group bündelt konkrete und vergleichbare Ziele, welche nachhaltige Wirtschaftsprinzipien in die Kernaktivitäten der Berichtsunternehmen integrieren.

Mit einem Anteil von 72 % fällt der mit Abstand höchste Anteil der ökologischen Schadwirkungen in der Wertschöpfungsstufe „Rohstoffe und Verarbeitung“ an. Dieser Herausforderung begegnet die Unternehmensgruppe mit drei Teilstrategien, die alle auf eine nachhaltigere Land- und Forstwirtschaft setzen, somit zum Erhalt der Biodiversität beitragen und zu deren Zielerreichung bereits in den letzten Fortschrittsberichten 2011/2012 sowie 2013/2014 berichtet wurde:

100 % nachhaltige Baumwolle bis 2020

Die Otto Group hat sich im Jahr 2012 das Ziel gesetzt, den Anteil nachhaltiger Baumwolle bei ihren Eigen- und Lizenzmarken bis 2020 auf 100 % zu steigern (dies gilt für alle Konzernunternehmen mit relevantem Baumwollanteil im Textilsortiment). Im Gegensatz zum Anbau konventioneller Baumwolle ist der Einsatz nachhaltiger Baumwollqualitäten wie Cotton made in Africa (CmiA) mit weit weniger negativen Einflüssen für Mensch und Natur verbunden. Cotton made in Africa zeichnet Baumwolle aus Subsahara Afrika aus, die im Einklang mit Mensch und Natur produziert worden ist. Im Rahmen von Cotton made in Africa werden Kleinbauern dabei unterstützt, ihre Lebensbedingungen und die ihrer Kinder zu verbessern. Cotton made in Africa wird so beispielweise unter Ausschluss von gefährlichen Pestiziden oder genveränderter Baumwolle angebaut, der Einsatz von Pestiziden unterliegt dabei sehr strengen Vorschriften. Darüber hinaus kommen nach dem Schadschwellenprinzip bestimmte Pestizide erst ab einem gewissen Grad des Schädlingsbefalls zum Einsatz. Durch dieses Vorgehen verringert sich der Pestizideinsatz spürbar. Darüber hinaus steht der Einsatz von transgenem Baumwollsaatgut im Widerspruch zu den CmiA-Ausschlusskriterien (Nr. 14, Ausschluss von GMO Saatgut). D. h. es gibt und wird auch zukünftig keine Cotton made in Africa- Baumwolle aus genverändertem Saatgut geben. Die Einhaltung der sozialen, ökologischen und ökonomischen Kriterien des CmiA-Standards durch Baumwollbauern, Baumwollgesellschaften und die Entkörnungsanlagen wird regelmäßig im Rahmen einer so genannten Verifizierung von unabhängigen Organisationen (EcoCert und AfriCert) überprüft. Sie kontrollieren, ob die Baumwollgesellschaften und Kleinbauern, die Baumwolle in Cotton made in Africa-Qualität produzieren, die Kriterien einhalten.

2015 konnte die Otto Group so einen Anteil von 27 % nachhaltiger Baumwolle am gesamten relevanten Baumwollsortiment aufweisen, 2016 schon von 49 %.

50 % FSC®-Anteil bei Papier bis 2020

Die zur Otto Group gehörenden Handelsunternehmen weisen aufgrund ihres Geschäftsmodells einen hohen Verbrauch an Papier für die Herstellung von Katalogen und Werbemitteln auf. Die daraus entstehenden negativen Umwelteinflüsse zu begrenzen ist ein großes Anliegen der Otto Group, weshalb der verantwortungsvolle Umgang mit Papier in einem CR-Ziel verankert wurde. Bis 2018 ist der Anteil an FSC-Papier (Forest Stewardship Council® (FSC-C011850)) bei Katalogen und Werbemitteln (Tiefdruck- und Offset-Druckverfahren) von 34 % (2016) auf 50 % zu erhöhen.

100 % FSC-zertifizierte Möbelprodukte bis 2020:

Um den Raubbau an Wäldern und die damit verbundenen negativen Folgewirkungen zu verhindern, macht sich die Otto Group für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft stark und setzt auf den Einsatz FSC-zertifizierter Hölzer. So betrug bereits 2015 der Anteil an Holzmöbeln aus zertifiziertem FSC-Holz 43 % und stieg 2016 weiter auf 46 %. Bis 2020, so das gruppenweite Ziel, soll das Kontingent auf 100 % ausgeweitet werden.

5. Die Otto Group veröffentlicht alle Aktivitäten und Erfolge im Bereich der biologischen Vielfalt im Jahres-, Umwelt-oder Nachhaltigkeitsbericht.

Die Otto Group berichtet regelmäßig über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten. Es wird Transparenz über die ökologischen und sozialen Auswirkungen und Maßnahmen entlang der Wertschöpfungskette geschaffen. Die Otto Group berichtet dabei transparent über den Zielerreichungsstand der CR-Strategie 2020 – und damit über den Grad der nachhaltigen Ausrichtung ihrer Geschäftstätigkeit. Seit 2017 werden Nachhaltigkeitsperformance und -entwicklungen nicht mehr in einem separaten Report, sondern integriert in den Geschäftsbericht der Otto Group veröffentlicht.

6. Die Otto Group informiert Zulieferer über ihre Biodiversitätsziele und bindet sie schrittweise in diese ein.

Eine zentrale Information der Zulieferer erfolgt vor allem durch die Nachhaltigkeitsrichtlinie der Otto Group. Sie gilt konzernweit als Grundlage für den Einkauf jeglicher Handelswaren und formuliert konkrete Anforderungen für Lieferanten. Beispielhaft können hier der korrekte Umgang mit Tropenholz, der Einsatz von tierischen Materialien wie Pelzen und Wolle oder Standards für nachhaltige Baumwolle genannt werden. Darüber hinaus gibt die Nachhaltigkeitsrichtlinie auch Auskunft über konkrete sortimentsbezogene Zielsetzungen (s.o.), die wesentlichen Einfluss auf die Biodiversität haben.

7. Die Otto Group lotet Kooperationen mit potenziellen Partnern wie Naturschutzorganisationen, wissenschaftlichen oder staatlichen Einrichtungen aus, um im Dialog das Fachwissen zu vertiefen und das Managementsystem fortzuentwickeln.

1993 wurde die Michael Otto Stiftung für Umweltschutz mit dem Ziel gegründet, zukunftsweisende Projekte und Perspektiven zu fördern. Hierfür entwickelt sie Strategien, unterstützt große Naturschutzprojekte für Gewässer und Feuchtgebietsschutz, fördert innovative Bildungsmaßnahmen und initiiert Dialogveranstaltungen wie die Hamburger Gespräche für den Austausch zwischen Naturschutz, Politik, Wissenschaft und Wirtschaft. In diesem Rahmen unterstützt die Otto Group seit vielen Jahren den Naturschutzbund NABU mittels Unterstützung bei Projektfinanzierungen. Das Verbundprojekt F.R.A.N.Z. („Für Ressourcen, Agrarwirtschaft & Naturschutz mit Zukunft“) wird unter Federführung der Michael Otto Stiftung für Umweltschutz gemeinsam mit dem Deutschen Bauernverband durchgeführt. F.R.A.N.Z. hat sich zum Ziel gesetzt, Maßnahmen zu entwickeln und zu erproben, welche die Artenvielfalt in der Agrarlandschaft erhalten und erhöhen. Mittel- und langfristig sollen die Naturschutzmaßnahmen auch auf andere Betriebe übertragen werden. Hierzu ist es wichtig, dass sich die Maßnahmen gut in die betrieblichen Abläufe integrieren lassen und keine wirtschaftlichen Einbußen nach sich ziehen. Ebenso sollen Hemmnisse im bestehenden Förder- und Ordnungsrecht identifiziert und Optimierungen vorgenommen werden, damit die Landwirte die Naturschutzmaßnahmen umsetzen können. Die wissenschaftliche Begleitung übernehmen die Thünen-Institute für Betriebswirtschaft, Biodiversität und Ländliche Räume sowie die Universität Göttingen und das Michael-Otto-Institut im NABU. Die Betreuung und Beratung der zehn teilnehmenden Demonstrationsbetriebe wird durch die in den Projektregionen ansässigen Landesbauernverbände bzw. deren Kulturlandschaftsstiftungen durchgeführt.

Als Partner der Aid by Trade Foundation ruft die Otto Group wegweisende Projekte in Entwicklungsländern ins Leben, wie die Initiative Cotton made in Africa (CmiA). Durch CmiA wird neben den Lebensverhältnissen vor Ort auch der Umweltschutz verbessert. Zudem ist die Otto Group Mitglied des Forest Stewardship Council (FSC) und setzt sich aktiv für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein.