

## Fortschrittsbericht Otto Group 2011/2012

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

#### Die Leadership-Erklärung:

Die Unterzeichner anerkennen und unterstützen die drei Ziele des internationalen „Übereinkommens über die biologische Vielfalt“:

- Erhaltung der biologischen Vielfalt
- Nachhaltige Nutzung ihrer Bestandteile
- Gerechte Aufteilung der sich aus der Nutzung der genetischen Ressourcen ergebenden Vorteile

und verpflichten sich:

1. die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf die biologische Vielfalt zu analysieren;
2. den Schutz der biologischen Vielfalt und die nachhaltige Nutzung in das Umweltmanagementsystem aufzunehmen;
3. eine verantwortliche Stelle im Unternehmen einzurichten, die alle Aktivitäten im Bereich Biodiversität steuert und der Geschäftsführung berichtet;
4. messbare und realistische Ziele zum verbesserten Schutz der biologischen Vielfalt und ihrer nachhaltigen Nutzung festzulegen, die alle zwei bis drei Jahre überprüft und angepasst werden;
5. alle Aktivitäten und Erfolge im Bereich der biologischen Vielfalt im Jahres-, Umwelt- oder Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen;
6. Zulieferer über ihre Biodiversitätsziele zu informieren und schrittweise einzubinden;
7. Kooperationen mit potenziellen Partnern wie Naturschutzorganisationen, wissenschaftlichen oder staatlichen Einrichtungen auszuloten, um im Dialog das Fachwissen zu vertiefen und das Managementsystem fortzuentwickeln.

Als Nachweis des fortdauernden Engagements wird der Initiative alle zwei Jahre ein Fortschrittsbericht vorgelegt.

## Verantwortung aus Überzeugung

Als global tätige Handelsgruppe übernimmt die Otto Group Verantwortung, um auf diesem Wege eine ausgewogene Wirtschaftstätigkeit sicherzustellen, die Ökologie, Ökonomie und soziale Aspekte gleichermaßen berücksichtigt. Durch die Vereinigung dieser drei Säulen soll auch die Zukunftsfähigkeit des Konzerns gesichert werden.

Sowohl in der Vision des Unternehmens, als auch durch die Unternehmensmission und CR-Strategie ist eine nachhaltige Wertschöpfung als Ziel fest verankert. Die konzernweite CR-Strategie hat zudem den Anspruch, Nachhaltigkeit in allen Geschäftsprozessen zu inkludieren und umzusetzen. Um diese Zielsetzung zu erreichen, wurden konkrete Ziele in den Handlungsfeldern „Klima und Umwelt“, „Sortiment und Kunde“ sowie „Lieferanten“ festgelegt.

Als eine von vielen Maßnahmen unterstützt die Otto Group deshalb auch als Gründungsmitglied die Initiative 'Biodiversity in Good Company' und erkennt die sieben Punkte der Leadership-Erklärung an, welche sie wie folgt umsetzt:

## **Detaillierte Berichterstattung über den Fortschritt gemäß der Leadership-Erklärung**

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

Im Jahr 2008 hat die Otto Group erstmals gezielt analysiert, welche Unternehmensaktivitäten einen wesentlichen Einfluss auf die Biodiversität ausüben. Durch das durchgeführte Screening hat sich gezeigt, dass die Lieferkette und insbesondere die Nutzung natürlicher Ressourcen wie Holz oder Baumwolle im Mittelpunkt stehen.

Diese zunächst sehr pragmatische Herangehensweise beruht stark auf qualitativen Einschätzungen und wird derzeit systematisch erweitert. Hierfür arbeitet die Otto Group mit der Tochtergesellschaft Systain zusammen, die es mit der Entwicklung des Tools „Estell“ möglich macht, die Schadschöpfung innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette zu quantifizieren. So können durch die gruppenweite Geschäftstätigkeit auftretenden Umweltbelastungen wie Treibhausgase, Wasserverbrauch, Luft- und Wasserschadstoffe sowie Landnutzung aufgezeigt werden.

Wenngleich der Einfluss der Geschäftstätigkeit der Otto Group auf Treibhausgasen und Wasserverbrauchs schon sehr genau bestimmt werden kann, ist dies im Falle der Biodiversität nicht möglich. Inwieweit sich die Aktivitäten des Unternehmens auf die biologische Vielfalt auswirken, kann gegenwärtig zum

großen Teil nur indirekt und näherungsweise beschrieben werden, da zu erkennende Auswirkungen auf vielfältige Weise auftreten. Insgesamt liefert die Estell-Methodik aber schon heute wertvolle Informationen, die zum einen das Thema Artenvielfalterhalt in einen ökologischen Gesamtkontext einordnet und die bisher abgeleiteten Ziele und Maßnahmen der Otto Group in Bezug auf den Erhalt der biologischen Vielfalt bestätigt.

Ziel soll es deshalb sein, zukünftig noch detaillierter Auskunft über den Einfluss auf die biologische Vielfalt geben zu können. Zur Erreichung dieses Standards ist es jedoch unumgänglich, nicht nur den eigenen Einfluss zu kennen, sondern auch Unternehmensaktivitäten gezielt nach Wirksamkeit und Nutzen im Hinblick auf die Biodiversität zu steuern.

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

Die Wichtigkeit eines funktionierenden Umweltmanagementsystems wurde bei der Otto Group bereits in den 1990er Jahren entdeckt. Damals führten einzelne Konzernunternehmen (Baur, OTTO, Hermes, UNITO, Schwab und SportScheck) Umweltzertifizierungsverfahren gemäß ISO 14001 durch und stellten dadurch sicher, dass die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf die biologische Vielfalt analysiert werden.

Heute verfügt die Otto Group über eine im Jahr 2010 eingeführte zentrale CR-Datenbank. CR-Berichtsunternehmen der Unternehmensgruppe tragen hier eine Vielzahl an Umweltdaten zusammen, von denen viele in Bezug zur Biodiversität stehen. Somit ist eine ständige Verfügbarkeit aller Umweltdaten gewährleistet, was es möglich macht, gewünschte Kennzahlen wie beispielsweise geordnete Mengen nachhaltiger Baumwolle oder der Papierverbrauch in den Büros können jederzeit abzurufen. Diese konzernweite Transparenz und Vergleichbarkeit der wesentlichen Leistungskennzahlen trägt maßgeblich zur Kultivierung der Steuerung des Umweltmanagementsystems im Sinne eines systematischen Controllings bei und stellt gleichzeitig die Grundlage des CR-Reports dar.

Nichtsdestotrotz steht die Otto Group zukünftig vor der Herausforderung, das CR- und Biodiversität-Controlling auf die von Estell herausgearbeiteten Hot-Spots innerhalb der Supply Chain auszuweiten.

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

Der Stabsbereich „Corporate Responsibility“ ist innerhalb der Otto Group der zentrale Verknüpfungspunkt jeglicher Umweltthemen. So findet auch das Thema Biodiversität hier besondere Berücksichtigung. Dem CR-Bereich kommt intern eine zweifache Bedeutung zu: Zum einen wirkt er als Impulsgeber für neue Themen und steuert darüber hinaus auch die konzernweiten CR-Strategien. Desweiteren übernimmt der CR-Bereich Entwicklung, Planung und Kommunikation auf Gruppenebene und steht den CR-Koordinatoren der jeweiligen Konzernunternehmen bei der Umsetzung beratend zur Seite. Die Initiierung und Steuerung von Arbeitskreisen, welche sich mit spezifischen Themen auseinandersetzen und Lösungsstrategien ausarbeiten, fallen ebenfalls in die Zuständigkeit des CR-Bereichs.

Als Bindeglied zwischen dem Stabsbereich CR und dem Gesamtvorstand wurde ein CR-Board etabliert. Alle vier Monate kommen CR-Bereich und CR-Board zusammen, um über wesentliche strategische Nachhaltigkeitsthemen zu entscheiden. Beide Organe setzen den Vorstand im halbjährlichen Rhythmus über wichtige Themen und Vorkommnisse in Kenntnis, da dieser auf übergeordneter Ebene die Verantwortung für die CR-Strategie trägt.

### **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. Insgesamt können fünf Einzelstrategien identifiziert werden: die Klimastrategie, die Papierstrategie, das Sozialprogramm, die Textilstrategie sowie die Hartwarenstrategie.

Folgende Ziele haben einen direkten Bezug zum Erhalt der Biodiversität:

## 100% nachhaltige Baumwolle bis 2020

Im Gegensatz zum Anbau konventioneller Baumwolle ist der Einsatz nachhaltiger Baumwolle mit weit weniger negativen Einflüssen für Mensch und Umwelt verbunden. Es werden deutlich weniger nicht-abbaubare chemisch-synthetische Pestizide, Insektizide und Düngemittel und ebenso keinerlei genmodifizierte Organismen verwendet. Durch Methoden wie rainfed-Bewässerung sinkt der Wasserverbrauch; Schädlinge werden nur mit natürlichen Mitteln bekämpft und es wird auf einen jährlichen Fruchtwechsel geachtet. All diese aufgeführten Maßnahmen dienen dazu, die biologische Vielfalt in den Anbaugebieten zu schützen und Monokulturen zu verhindern.

Da – wie beschrieben – der Anbau nachhaltiger Baumwolle klare Vorteile mit sich bringt, hat sich die Otto Group im Jahr 2012 das Ziel gesetzt, den Anteil dieser bei Eigen- und Lizenzmarken bis 2020 auf 100 % zu steigern (dies gilt für alle Konzernunternehmen mit relevantem Baumwollanteil im Textilsortiment). Zur Erreichung dieses Zieles setzen die Unternehmen beispielsweise auf Bio-Baumwolle oder Cotton made in Africa-Baumwolle. Aufgrund dieser klaren Positionierung und Entscheidung hin zum nachhaltigen Baumwollanbau konnten die Konzernunternehmen 2012 einen Anteil von ca. 5 % an nachhaltiger Baumwolle aufweisen. OTTO Einzelgesellschaft erreichte sogar einen Anteil von 17 %.

Aus Nachhaltigkeitsperspektive beschränken sich die Herausforderungen bei der Wertschöpfung von Textilien allerdings nicht nur auf den Anbau von Baumwolle. Im Rahmen einer Hot-Spot-Analyse wurde herausgearbeitet, in welchen nachfolgenden Wertschöpfungsstufen Optimierungsbedarf besteht. Daraus resultierend soll das Faserziel „100 % nachhaltige Baumwolle“ zukünftig um einen ganzheitlichen Ansatz erweitert werden, der sowohl die gesamte Supply Chain als auch das vollständige Textilsortiment der Otto Group mit einbezieht.

## 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. Naturgemäß fallen weiterhin beim Versand der Ware Abfälle durch Verpackungsmaterialien aus Kartonage oder Füllmittel an. Diese daraus entstehenden negativen Umwelteinflüsse zu begrenzen ist ein großes Anliegen der Otto Group, weshalb der verantwortungsvolle Umgang mit Holz-Ressourcen in einem CR-Ziel verankert wurde. Bis 2018 ist der Anteil an FSC-Papier (Forest Stewardship Council® (FSC-C011850)) bei Katalogen und Werbemitteln (Tiefdruck) von momentan 6 % auf 50 % zu erhöhen.

## 100 % FSC-zertifizierte Holzmöbel bis 2020:

Bei Holzprodukten besteht ohne klare und strenge Regelungen die Gefahr des illegalen Holzeinschlags. 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 vermehrt auf den Einsatz FSC-zertifizierter Hölzer. So betrug bereits 2012 der Anteil an Holzmöbeln und Homeaccessoires aus zertifiziertem FSC-Holz ungefähr 10 %. Bis 2020, so das gruppenweite Ziel, soll das Kontingent auf 100 % ausgeweitet werden. OTTO hat sich hier mit dem Jahr 2015 sogar ein noch ambitioniertes Ziel gesetzt. Im Jahr 2012 konnten OTTO-Kunden schon aus über 8.000 FSC-zertifizierte Holzmöbel und Homeaccessoires wählen, was 34 % dieses Sortiments ausmacht.

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

Die Otto Group veröffentlicht alle zwei Jahre einen **CR-Report** (<http://www.ottogroup.com/de/die-otto-group/strategie/corporate-responsibility/nachhaltigkeitsbericht.php>), in welchem sie Rechenschaft über den Einfluss von Unternehmensaktivitäten auf Mensch und Umwelt ablegt.

Der CR-Report 2011 wurde in Übereinstimmung mit dem Global Reporting Initiative-Leitfaden G3 erstellt und mit dem Application-Level „A+“ ausgezeichnet.

Zudem werden Aktivitäten und Erfolge im Bereich der Biodiversität über die firmeneigene Homepage kommuniziert. Auf Messen und Konferenzen tritt die Otto Group in den Dialog mit ihren Stakeholdern.

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

- Eine zentrale Information der Zulieferer erfolgt 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. Darüber hinaus existiert eine enge Zusammenarbeit mit der Aid by Trade Foundation sowie des Michael-Otto-Instituts mit dem NABU. Dieses Institut dient als zentrale

Einrichtung für den Natur- und Tierschutz mit Fokus auf Feuchtgebiete und Vogelschutz.

Als Partner der Aid by Trade Foundation ruft die Otto Group wegweisende Projekte in Entwicklungsländern ins Leben, die neben den Lebensverhältnissen der Menschen auch den Umweltschutz vor Ort verbessern. Als Resultat dieses Engagements ist die Baumwolle aus dem Projekt Cotton made in Africa (CmiA) zu nennen, für welche kontinuierlich ein Nachfragemarkt gefördert und aufgebaut wird: Mittlerweile kaufen mehr als 20 internationale Handels- und Herstellerunternehmen CmiA-Baumwolle ein und vermarkten diese an ihre Kunden.

Mit der von Dr. Michael Otto initiierten Initiative „2° - Deutsche Unternehmen für Klimaschutz“ hat sich 2007 ein Zusammenschluss führender Unternehmenspersönlichkeiten gegründet, der sich zum Ziel gesetzt hat, eine global ausgerichtete und marktwirtschaftlich orientierte Klimapolitik zu implementieren. Auf diesem Wege soll so dem Klimawandel, als einem der fünf Haupttreiber des Biodiversitätsverlusts, begegnet und ein positiver Beitrag für eine nachhaltige Veränderung herbeigeführt werden.

Als Mitglied des Forest Stewardship Council (FSC) setzt sich die Otto Group aktiv für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft ein und organisiert fachbezogene Dialogveranstaltungen, an denen beispielsweise Druckereien, Papierlieferanten und andere FSC-zertifizierte Unternehmen teilnehmen können. Dies ist vor allem dafür wichtig, um den Unternehmen eine Plattform zu bieten, sich miteinander auszutauschen und das Thema gemeinsam voranzubringen.

Als letztes, wenngleich genauso elementares Engagement, sei die Carbon Performance Improvement Initiative (CPI2) genannt, bei der sich die Otto Group als eins von neun Gründungsmitgliedern für den Klimaschutz einsetzt. Die Intention dieses Arbeitskreises ist, ein globales Netzwerk zwischen Fabriken und Unternehmen aufzubauen, um so Energieverbräuche in Form von mehreren Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. CPI2 gibt hierfür sowohl Hilfestellung bei der Energiemessung und -bewertung als auch konkrete Handlungsempfehlungen.



## Projektbeispiel

### **Hermes Kooperationen mit dem NABU**

Als Kooperationspartner des Naturschutzbundes Hamburg (NABU) unterstützt Hermes diverse ökologische und soziale Projekte. Im Rahmen der Zusammenarbeit prüft der NABU beispielsweise bei allen Neubauten, wie die ökologische Standortausrichtung zusätzlich durch lokale Aktivitäten im Klima- und Umweltschutz unterstützt werden kann. Die Ortsgruppen des NABU bieten hier fachkundige Beratung. Dieser entsprechend hat die Hermes Zentrale beispielsweise Fledermausquartiere und Nistkästen für geschützte Vogelarten eingerichtet. Infolge dessen wurde der Neubau durch den NABU bereits als „fledermausfreundliches Haus“ ausgezeichnet. An den neuen HUB-Standorten werden auf Initiative des NABU außerdem Grünflächen, Teiche, Schwalbentürme oder so genannte „Insektenhotels“ berücksichtigt – mit klaren Mehrwerten für das Ökosystem und die Mitarbeiter vor Ort.

Weiterhin beteiligt sich Hermes am Schutz des Biosphärenreservats „Elbtalauen“. Das durch die frühere Teilung Deutschlands entlang der Elbe weitestgehend unversehrte Gebiet bildet heute mit mehr als 500 Hektar Fläche das größte zusammenhängende Naturschutzgebiet Deutschlands. Es ist Lebensraum vieler seltener Tier- und Pflanzenarten. Es zu erhalten ist seit den 70er Jahren erklärtes Ziel des NABU und soll durch Flächenkäufe erreicht werden. Hermes unterstützt dieses Engagement seit November 2010 als exklusiver Umweltpartner des NABU.