

AUF DEM WEG



SHIP TO:

An unsere
Kunden, Aktionäre,
Geschäftspartner
und Mitarbeiter

DE -
20
15

1 | TAKKT 2014 AUF EINEN BLICK

DER FÜHRENDE SPEZIALVERSANDHÄNDLER
FÜR GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

B2B-KUNDEN IN EUROPA,
NORDAMERIKA UND ASIEN

3 MIO.

UMSATZ IN EURO

980 MIO.

MITARBEITER

2.500

PRODUKTE

300.000

2 | NACHHALTIGKEIT BEI TAKKT

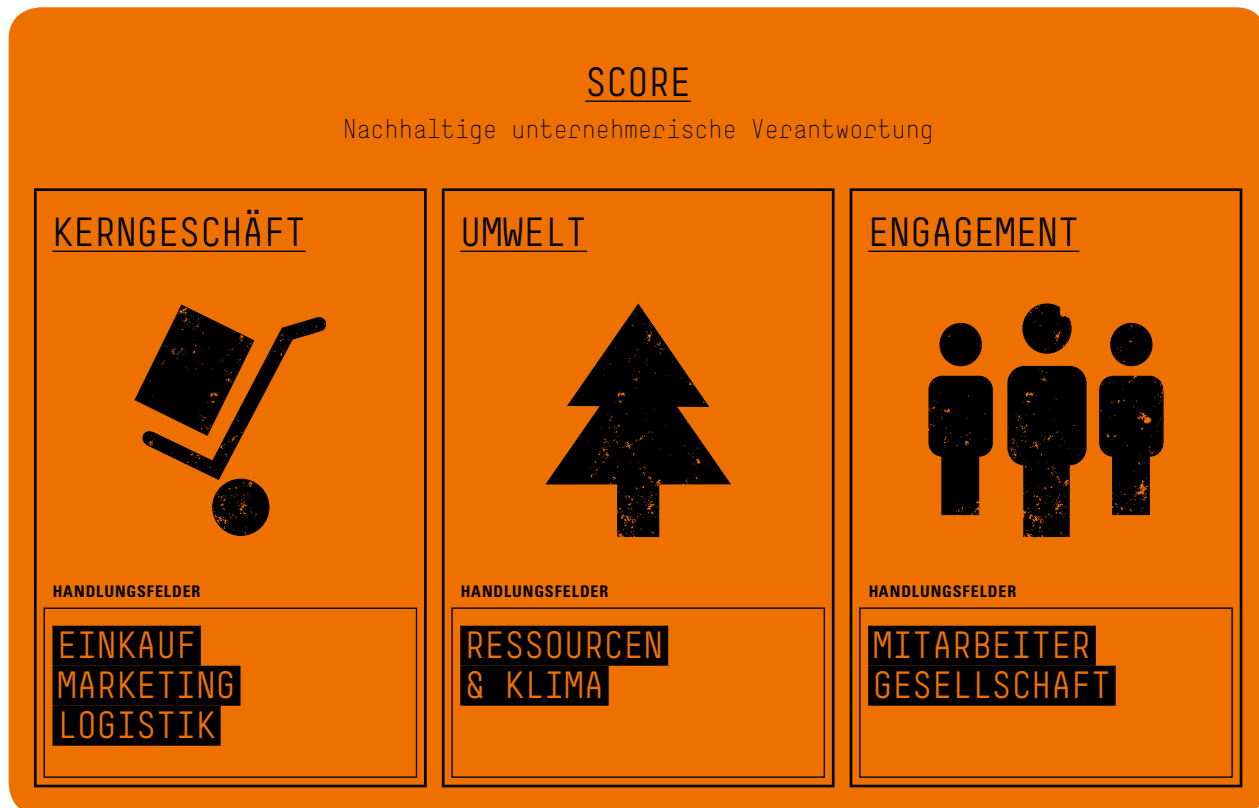
UNTERNEHMENSERFOLG LANGFRISTIG SICHERN

→ → → **Wir wollen der weltweit führende Spezialversandhändler für Geschäftsausstattung werden und bis 2016 Vorbild unserer Branche in Sachen Nachhaltigkeit sein.**



NACHHALTIGKEIT ALS INTEGRALER BESTANDTEIL VERANTWORTUNGSVOLLEN UNTERNEHMERISCHEN HANDELNS

→ → → Bei TAKKT gehört es von jeher zur unternehmerischen Tradition, mit allen Ressourcen möglichst schonend zu wirtschaften. Wir verstehen Nachhaltigkeit als die langfristige Balance zwischen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Belangen.



- Mit „Sustainable Corporate Responsibility“, kurz SCORE, haben wir ein konzernweites Programm etabliert, um Nachhaltigkeit strukturell und inhaltlich im Unternehmen zu verankern. So können wir Maßnahmen über alle Ebenen und Sparten hinweg im Tagesgeschäft umsetzen und steuern.
- Geleitet von den Grundsätzen der Nachhaltigkeit setzen wir uns in unserem Kerngeschäft aktiv für Klima- und Umweltschutz ein und übernehmen Verantwortung für unsere Produkte – im Einkauf, im Marketing und in der Logistik. Ebenso engagie-

ren wir uns für die Belange unserer Mitarbeiter und jene unserer gesellschaftlichen Umfeld.

- Bei der Entwicklung der TAKKT-Nachhaltigkeitsstrategie haben wir sechs zentrale Handlungsfelder identifiziert: Einkauf, Marketing, Logistik, Ressourcen & Klima, Mitarbeiter und Gesellschaft. Sie leiten sich ab aus unseren langfristigen strategischen Zielen, der laufenden Bewertung aller Geschäftsprozesse sowie den Erwartungen und Anforderungen unserer Stakeholder.

„GEMEINSAM MIT UNSEREN GESCHÄFTSPARTNERN WOLLEN WIR NACHHALTIGES HANDELN ÜBER DIE GESAMTE LIEFERKETTE HINWEG SICHERSTELLEN.“



DIRK LESSING
VORSTAND

„WIR HABEN UNS IN ALLEN HANDLUNGSFELDERN KLARE ZIELE GESETZT UND MASSNAHMEN EINGELEITET, UM TAKKT NOCH NACHHALTIGER ZU MACHEN.“



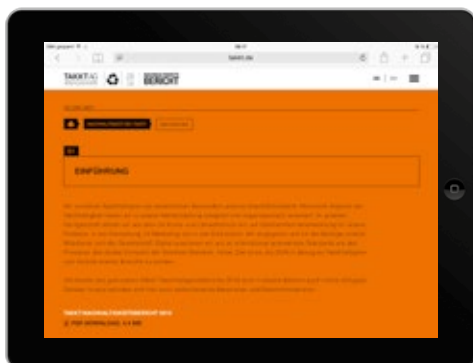
FELIX ZIMMERMANN
VORSITZENDER DES VORSTANDS, CEO

„NACHHALTIGES HANDELN ERFORDERT ENGAGEMENT. ALS FÜHRUNGSKRÄFTE SIND WIR IN DER VERANTWORTUNG, ALS VORBILDER VORANZUGEHEN.“



CLAUDE TOMASZEWSKI
VORSTAND, CFO

6 INNOVATIVE KOMMUNIKATION



NACHHALTIG BERICHTEN

Mit der Kombination aus Print und Online geht TAKKT beim Nachhaltigkeitsbericht 2014 einen neuen Weg: Der Nachhaltigkeitsbericht ist in gedruckter Form erhältlich sowie im Internet abrufbar. Auf einer eigenen Website finden sich umfassende Detailinformationen, die über die kompakte Darstellung im Printbericht hinausgehen. TAKKT ermöglicht es somit seinen Stakeholdern, zielgerichtet genau die Informationen zu erhalten, die für sie besonders relevant sind.

→ www.takkt.de/nb2014

4 HIGHLIGHTS 2014

01

GLOBAL COMPACT

Seit Anfang 2012 ist TAKKT aktiver Unterstützer der Global Compact Initiative der Vereinten Nationen und verpflichtet sich hiermit universellen Nachhaltigkeitsprinzipien. Mit dem umfassenden Nachhaltigkeitsbericht 2014 hat TAKKT als eines von wenigen deutschen Unternehmen das „Advanced Level“ des Global Compact erreicht.

02

CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP)

TAKKT nimmt seit 2008 erfolgreich am Carbon Disclosure Project (CDP) teil. Im Berichtsjahr belegt TAKKT im Disclosure Score, der die Transparenz der Klimaberichterstattung bewertet, erneut eine sehr gute Position. Mit 76 von insgesamt 100 möglichen Punkten liegt TAKKT deutlich über dem SDAX-Durchschnitt von 52 Punkten.

03

NACHHALTIGKEITSBERICHT NACH GRI

Seit 2012 veröffentlicht TAKKT Nachhaltigkeitsberichte, die nach den internationalen Standards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt werden. Im Nachhaltigkeitsbericht 2014 wurde die aktualisierte Leitlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung GRI-G4 erstmals berücksichtigt. Als eines der ersten deutschen Unternehmen befindet sich TAKKT dabei auf dem Anwendungsniveau „G4 Comprehensive“.

→ www.takkt.de/nachhaltigkeitsberichte.html



5 HANDLUNGSFELDER



EINKAUF

Lieferantenentwicklungsprogramm Nachhaltigkeit wurde auf zusätzliche Lieferanten bei KAISER+KRAFT ausgeweitet und in weiteren Konzerngesellschaften eingeführt.



MARKETING

Das Papier für unsere Kataloge und andere Printmedien stammt mittlerweile fast ausschließlich aus zertifizierten Quellen.



LOGISTIK

Einführung klimaneutraler Stückgutlieferungen für Lager- und Streckenlieferungen in Deutschland. ratioform startet klimaneutralen Paketversand in zwei europäischen Ländern.



RESSOURCEN & KLIMA

LEED Silver Zertifizierung (Leadership in Energy and Environmental Design) am Stammsitz von HUBERT in den USA.



MITARBEITER

Aufbau eines Mentorenprogramms. Ein systematisches Einarbeitungsprogramm wurde bei deutschen Gesellschaften implementiert.





GESELLSCHAFT

Mitarbeiter von NBF und HUBERT haben mit mehreren Gruppen an verschiedenen Spendenläufen teilgenommen.

FACTSHEET




EINKAUF 		
Anteil der zertifizierten Lieferanten ZIEL 2016: 10 % STATUS 2014: 1,9 % STATUS 2013: PILOTPROJEKT	Anteil des Einkaufsvolumens von zertifizierten Lieferanten ZIEL 2016: 50 % STATUS 2014: 23,7 % STATUS 2013: PILOTPROJEKT	Umsatz mit nachhaltigen („grünen“) Produkten ZIEL 2016: 10 % STATUS 2014: 6,6 % STATUS 2013: 4,4 % STATUS 2011: 1,7 %

MARKETING 			
Anteil E-Commerce am Auftragseingang ZIEL 2016: 40 % STATUS 2014: 30,1 % STATUS 2013: 28,0 % STATUS 2011: 21,3 %	Papierverbrauch pro Mio. € Umsatz (t / Mio. €) ZIEL 2016: 22,7 STATUS 2014: 20,8 STATUS 2013: 24,9 STATUS 2011: 34,9	CO ₂ -Emissionen/ Kilogramm Papierwerbemittel (kg CO ₂ /kg Papier) ZIEL 2016: 1,41 STATUS 2014: 1,80 STATUS 2013: 1,56 STATUS 2011: 2,35	Anteil Werbemittel aus FSC-/PEFC-Papieren ZIEL 2016: 100 % STATUS 2014: 95,3 % STATUS 2013: 88,5 % STATUS 2011: 57,0 %

LOGISTIK 
Angebot CO ₂ -kompensierter Versandwege ZIEL 2016: ANGEBOT FÜR PAKET- UND STÜCKGUTLIEFERUNGEN STATUS 2014: ZUSÄTZLICH ZUM KLIMANEUTRALEN PAKETVERSAND IN EUROPA WURDEN KLIMANEUTRALE STÜCKGUTLIEFERUNGEN IN DEUTSCHLAND EINGEFÜHRT

RESSOURCEN & KLIMA 		
Klimabilanzen für wesentliche Gesellschaften ZIEL 2016: 10 STATUS 2014: 7 STATUS 2013: 7 STATUS 2011: 1	Umweltmanagementsysteme für wesentliche Gesellschaften ZIEL 2016: 7 STATUS 2014: 1 STATUS 2013: 1 STATUS 2011: 1	Energieverbrauch an DE-/US-Standorten auf Basis Standorte 2011 (Tsd. Gigajoule) ZIEL 2016: 97,7 STATUS 2014: 98,9 STATUS 2013: 106,5 STATUS 2011: 114,9

MITARBEITER 
Talente gewinnen, fördern, entwickeln ZIEL 2016: SYSTEMATISCHE PERSONALENTWICKLUNG IN ALLEN SPARTEN IMPLEMENTIERT STATUS 2014: AUFBAU SYSTEMATISCHE PERSONALENTWICKLUNG IN GRÖSSTER SPARTE BEGONNEN

GESELLSCHAFT 
Anteil der Mitarbeiter mit der Möglichkeit der bezahlten Freistellung für gesellschaftliches Engagement ZIEL 2016: 30 % STATUS 2014: 18,4 % STATUS 2013: 8,5 % STATUS 2011: 5,9 %



Durch zielgerichtetes & systematisches Vorgehen wollen wir bis Ende 2016 in Bezug auf Nachhaltigkeit Vorbild unserer Branche werden.