

TAKKT AG

Presselstr. 12 70191 Stuttgart
Postfach 10 48 62 70042 Stuttgart
Tel. (07 11) 34 85-80 Fax (07 11) 34 85-01 00

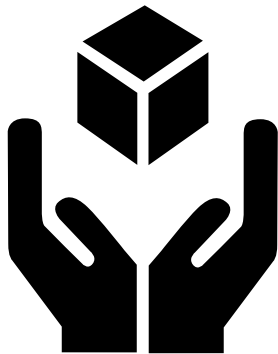


Deutsche Post

FRANKIT 0,55 EUR

05.04.12 1D1000108A

X



SHIP TO:

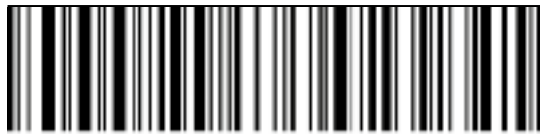
An unsere
Kunden, Aktionäre,
Geschäftspartner
und Mitarbeiter

X

GUT → → → UNTERWEGS

B U S I N E S S E Q U I P M E N T S O L U T I O N S

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2012



www.takkt.de

X

DE -
2012

TAKKT AG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

**GUT → → →
UNTERWEGS**



20
12









**NACHHALTIGKEITS
BERICHT**

INHALTS- VERZEICHNIS

NACHHALTIGKEITS BERICHT



20
12

	SEITE		INHALT
 <p>-- SEITE 01-08</p> <p>TAKKT AG BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS</p>	01	/	GUT UNTERWEGS UNSER ZIEL
	02-03	/	WERTEKANON WIR BEI TAKKT
	04-07	/	DER VORSTAND IM GESPRÄCH NACHHALTIGKEIT IST EINE FRAGE DER VERNUNFT
	08	/	UNTERNEHMENSPORTRAIT WIR SIND TAKKT
 <p>STRATEGIE SEITE 09-22</p> 	11	/	UNTERNEHMENSSTRATEGIE NACHHALTIGES WACHSTUM
	12	/	WERTSCHÖPFUNGSRECHNUNG GESUNDE VERHÄLTNISSE
	13	/	CORPORATE GOVERNANCE KLARE REGELN
	14-15	/	RISIKOMANAGEMENT WEITE SICHT
	16-17	/	CR-STRATEGIE UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG
	18-19	/	STAKEHOLDERDIALOG GUTE BEZIEHUNGEN
	20	/	MATERIALITÄTSANALYSE WICHTIGE THEMEN
	21-22	/	HANDLUNGSFELDER VERANTWORTLICH HANDELN
 <p>HANDLUNGS- FELDER SEITE 23-46</p> 	25-28		HANDLUNGSFELD EINKAUF AUF DAUER GUT
	29-32		HANDLUNGSFELD MARKETING FÜR JEDEN DAS RICHTIGE
	33-36		HANDLUNGSFELD LOGISTIK EINFACH EFFIZIENT
	37-39		HANDLUNGSFELD RESSOURCEN & KLIMA NACHHALTIG SPAREN
	40-43		HANDLUNGSFELD MITARBEITER GUTE ZUSAMMENARBEIT
	44-46		HANDLUNGSFELD GESELLSCHAFT VERANTWORTUNG VOR ORT
 <p>DATEN & FAKTEN SEITE 47-56</p> 	49	/	DATEN & FAKTEN ÜBER DIESEN BERICHT
	50	/	DATEN & FAKTEN INTERNATIONAL ERFOLGREICH
	51	/	DATEN & FAKTEN STANDARDS & MITGLIEDSCHAFTEN
	52-54	/	DATEN & FAKTEN GRI-G3 CONTENT INDEX
	55	/	DATEN & FAKTEN UNABHÄNGIGE BESCHEINIGUNG
	56	/	DATEN & FAKTEN IMPRESSUM

CR-DIMENSIONEN:



KERNGESCHÄFT



UMWELT



ENGAGEMENT

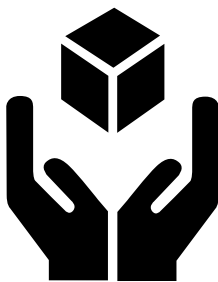
TAKKT AG
Presselstraße 12

DE-70191 Stuttgart

TAKKT AG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

www.takkt.de

X



**GUT →→→
UNTERWEGS**

UNSER ZIEL

→→→ **Wir wollen der weltweit führende B2B-Spezialversandhändler für Geschäftsausstattung sein. Zudem haben wir uns vorgenommen, bis 2016 in Sachen Nachhaltigkeit weltweit Vorbild in unserer Branche zu sein.**

Im B2B-Spezialversandhandel für Geschäftsausstattung ist die TAKKT-Gruppe Marktführer in Europa und Nordamerika. Weltweit hat TAKKT rund drei Millionen Kunden in über 25 Ländern. Wo immer wir die Erfolgsaussichten positiv sehen, werden wir neue Märkte erschließen - durch Gründung neuer Gesellschaften oder durch Akquisition. Basis unseres Erfolgs ist ein effizientes und starkes Systemgeschäft, das die Gruppe kontinuierlich optimiert.

Bei TAKKT erhält der Kunde die komplette Ausstattung für sein Unternehmen aus einer Hand. Dazu erstellen die Gesellschaften unserer Gruppe aus den Angeboten Hunderte Lieferanten ein umfassendes Gesamtsortiment mit mehr als 175.000 qualitativ hochwertigen Produkten. Komplettiert wird unser Angebot durch beispielhaften Service. Für uns beginnt Kundenorientierung schon vor der Bestellung und hört auch nach der Lieferung nicht auf.

Unser Handeln ist geleitet von den Grundsätzen der Nachhaltigkeit. In unserem Kerngeschäft setzen wir uns aktiv für Klima- und Umweltschutz ein, wir übernehmen Verantwortung für unsere Produkte, in der Herstellung, im Marketing und in der Distribution. Wir engagieren uns für die Belange unserer Mitarbeiter und der Gesellschaft. Wir sind uns bewusst, dass langfristiger unternehmerischer Erfolg ohne nachhaltiges Handeln nicht möglich ist.



**NACHHALTIGKEITS
BERICHT 2012**

www.takkt.de

X

DE -
2012

WERTEKANON

WIR BEI TAKKT

→ → → **TAKKT hat einen Werte-Kodex verfasst, der den besonderen Charakter des spezifischen Geschäftsmodells und die hervorgehobene Bedeutung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter widerspiegelt. Die TAKKT-Unternehmenswerte geben Orientierung und bilden die Grundlage sowohl bei der internen als auch bei der externen Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern.**

1 REALITÄT BEACHTEN

Wir bei TAKKT sorgen dafür, dass unternehmerische Realität für Mitarbeiter und Führungskräfte unmittelbar sicht- und spürbar wird. Dies bedeutet, dass wir transparent und klar miteinander kommunizieren, direkt und geradlinig agieren und Führungskräfte und Mitarbeiter wissen, wie sie mit ihrer Leistung zum Unternehmenserfolg beitragen.

4 KONTINUITÄT SICHERSTELLEN

Wir bei TAKKT stehen für Kontinuität und Verlässlichkeit gerade in Zeiten des Wandels. Unser Handeln ist immer mittel- und langfristig ausgerichtet. Wir setzen auf Wachstum mit Substanz, kontinuierliches Lernen und konsequente Anpassung an Veränderungen und neue Gegebenheiten.

2 MIT SYSTEM HANDELN

Wir bei TAKKT arbeiten kontinuierlich daran, unser Handeln messbar, skalierbar und effizienter zu machen. Die Kombination aus Augenmaß und Konsequenz in der Umsetzung des TAKKT-Geschäftsmodells ermöglicht es uns, unsere Profitabilität und Wertschöpfung zum Wohle aller Interessengruppen aktiv zu steuern.

5 VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Wir bei TAKKT nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahr und setzen uns dafür ein, menschliche und ökologische Werte zu fordern und zu fördern. Wir achten darauf, individuelle und kulturelle Besonderheiten zu respektieren, und betrachten Nachhaltigkeit als ein wichtiges Element im Wettbewerb.

3 PARTNERSCHAFT PRAKTIZIEREN

Wir bei TAKKT wollen alles dafür tun, dass unsere Kunden und Lieferanten uns als Partner für gemeinsamen Erfolg betrachten und hoch motiviert sind, mit uns eng zusammenzuarbeiten. Konstant sehr hohe Kundenzufriedenheit, hervorragende Servicequalität und der gemeinsame Nutzen haben für uns höchste Priorität. Wir haben den Anspruch, besser als der Wettbewerb zu sein.

6 VERTRAUEN LEBEN

Wir bei TAKKT tun, was wir sagen. In diesem Sinne sind Verlässlichkeit und transparentes Verhalten der Maßstab unseres Handelns. Auch bei Konflikten unterstellen wir stets die gute Absicht, geben Rückhalt und suchen gemeinsam nach tragfähigen Lösungen. Vertrauen, respektvoller Umgang und die Begegnung auf Augenhöhe sind für uns selbstverständlich.

Diese Werte bedeuten zum Beispiel:

- **für das Unternehmen:** systematisches und messbares Handeln; Kontinuität; permanente Verbesserung; Innovations- und Veränderungsbereitschaft; perfekte Kunden- und Lieferantenbeziehungen;
- **für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:** Unterstützung der Werte; partnerschaftlicher und vertrauensvoller Umgang; Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen und zu teilen.



**FRANZ
VOGEL**

VORSTAND GESCHÄFTSBEREICH
TAKKT EUROPE

**DR. FELIX A.
ZIMMERMANN**

VORSTANDSVORSITZENDER,
VORSTAND GESCHÄFTSBEREICH
TAKKT AMERICA

**DR. CLAUDE
TOMASZEWSKI**

VORSTAND CONTROLLING
UND FINANZEN

DER VORSTAND IM GESPRÄCH

NACHHALTIGKEIT IST EINE FRAGE DER VERNUNFT

→ → → Ein Gespräch mit Dr. Felix A. Zimmermann, Vorstandsvorsitzender und Vorstand Geschäftsbereich TAKKT AMERICA, Dr. Claude Tomaszewski, Vorstand Controlling und Finanzen, und Franz Vogel, Vorstand Geschäftsbereich TAKKT EUROPE.

IN DEN LETZTEN JAHRZEHTEN HAT SICH MEHR UND MEHR DIE ERKENNTNIS DURCHGESETZT, DASS WIR DIE NATÜRLICHEN RESSOURCEN UND DAS WELTKLIMA AUCH FÜR KOMMENDE GENERATIONEN BEWAHREN UND SCHÜTZEN MÜSSEN. NACHHALTIGKEIT IST HEUTE IN ALLER MUNDE. ABER DROHT DER BEGRIFF NICHT DURCH SEINE ALLGEGENWÄRTIGKEIT ZUM MODEBEGRIFF ZU WERDEN UND DAMIT AN INHALT UND WERT ZU VERLIEREN?

■ **Felix Zimmermann:** Wenn ich darüber nachdenke, was frühere Generationen zur Nachhaltigkeit gesagt hätten, dann wäre das für sie wohl „alter Wein in neuen Schläuchen“. Denn nachhaltig zu wirtschaften ist eine Tugend, die Erzeuger, Handwerk und Handel stets miteinander verbunden hat. Deshalb ist Nachhaltigkeit auch für TAKKT im Prinzip nichts Neues. Das erkennt man schon daran, dass wir auf langfristige Kundenbeziehungen bauen: Denn nur wenn unsere Kunden mehrfach bei uns kaufen, kann unser Geschäftsmodell profitabel sein. Was sich aufgrund des Klimawandels und des gestiegenen Bewusstseins für die Endlichkeit unserer Ressourcen allerdings fundamental geändert hat, ist die existenzielle Bedeutung der Nachhaltigkeitsfrage. Wir bei TAKKT sprechen daher von nachhaltiger unternehmerischer Verantwortung. Was wir damit meinen, ist, dass Nachhaltigkeit kein grünes Röckchen ist, das man sich anzieht, sondern integraler Bestandteil verantwortlichen unternehmerischen Handelns. Und es macht zugleich deutlich, dass die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen Konsequenz und engagierte Arbeit erfordert.

→ „Für TAKKT sind langfristige Kundenbeziehungen der Schlüssel zum Erfolg. Daher ist Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells.“ ←

FELIX ZIMMERMANN

■ **Claude Tomaszewski:** Nachhaltigkeit als Wertschöpfungsprinzip hat bei allem guten Wollen eine grundlegende Herausforderung: Sie muss sich rechnen, sonst kann sie nicht funktionieren. Kein gewinnorientiertes Unternehmen kann sein Geld nur dafür ausgeben, „Gutes“ zu tun. Es wäre schlicht nicht nachhaltig, sehr bald wären keine Mittel mehr da. Deshalb hat die Nachhaltigkeit drei Aspekte: den ökonomischen, den sozialen und den ökologischen. Wir betrachten alle drei einerseits als Synonyme für knappe und wertvolle Güter, mit denen wir sorgsam haushalten, andererseits als die Enden eines Dreiecks, das es in der Balance zu halten gilt.

WO STEHT TAKKT IM VERGLEICH MIT ANDEREN?

■ **Franz Vogel:** Man darf das Thema nicht trivialisieren und als eine Art Leistungswettbewerb betrachten – das führt schnell zu Mogeleyen. Natürlich wollen unsere Kunden, Mitarbeiter und die Öffentlichkeit wissen, wo wir in diesem Feld stehen. Wir gehen unseren Weg, TAKKT-typisch, systematisch und Schritt für Schritt. Denn es bedeutet eine enorme Herausforderung, Nachhaltigkeit in die gesamte Wertschöpfungskette eines international handelnden Unternehmens zu integrieren. Das Thema wird von uns zügig angegangen, aber ohne in Aktionismus zu verfallen. Wir durchdenken den Prozess lieber einmal gründlich und setzen ihn richtig auf, statt ständig nachzujustieren.

■ **Felix Zimmermann:** Wie in unseren Kernprozessen sind wir auch in Sachen Nachhaltigkeit nicht auf schnelle Gewinne aus, sondern arbeiten daran, das Thema strukturell und inhaltlich tief im Unternehmen zu verankern. Nachhaltigkeit erhält, das hat der Vorstand im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat beschlossen, die gleiche tragende Bedeutung für die Unternehmensgruppe wie unsere Verpflichtungen hinsichtlich der Corporate Governance und unserer Compliance-Regelungen. Mit anderen Worten: Wir verstehen Nachhaltigkeit nicht als „add-on“ – die man in wirtschaftlich schwierigen Zeiten auch vernachlässigen könnte –, sondern als „built-in“, also als wesentlichen Bestandteil unseres Geschäftsmodells.

DER VORSTAND IM GESPRÄCH

Deshalb haben wir mit SCORE ein Implementierungsprogramm eingeleitet, das Maßnahmen quer über alle Sparten und Ebenen ins Tagesgeschäft umsetzt. Neben der Einbindung in die tägliche Arbeit durch Zielsteuerung ist hier aber vor allem Überzeugungsarbeit gefordert. Wir wollen zeigen, dass Nachhaltigkeit messbar positive Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg hat. Denn unsere Mitarbeiter sollen aus sich heraus motiviert sein, diese Dinge voranzutreiben.



→ → → Von der Franz Haniel & Cie. GmbH kommend, begann **Felix Zimmermann** 1999 zunächst als Geschäftsführer Finanzen und Controlling bei KAISER+KRAFT und wurde im selben Jahr in den Vorstand der TAKKT AG berufen. Im Jahr 2004 wechselte er in den Vorstand der Haniel-Mehrheitsbeteiligung Celesio. 2008 wurde er zunächst stellvertretender Vorstandsvorsitzender und seit 2009 ist er Vorstandsvorsitzender der TAKKT AG.

■ **Claude Tomaszewski:** Wir sind als B2B-Spezialversandhändler für Geschäftsausstattung ein sehr erfolgreiches Unternehmen und in unserem Handeln auf gesundes profitables Wachstum ausgerichtet. Zwar ist unser Geschäft gerade in Zeiten der global und digital vernetzten Wirtschaft in hohem Maße „schnelldrehend“, aber der Mentalität unseres Unternehmens entspricht das besonnene Handeln auf sehr lange Sicht – nichts anderes bedeutet nach meiner Auffassung Nachhaltigkeit. Allerdings ist dieses Thema in der öffentlichen Diskussion eher durch viele „soft facts“ geprägt. Im TAKKT-Controlling arbeiten wir aktuell an der Definition von Stellgrößen – den oft zitierten Performance Indicators –, anhand derer ökonomische, ökologische und soziale Leistung bemessen werden kann. Ein funktionierendes Reporting sollte intern wie extern eine hohe Transparenz über die erzielten Ergebnisse und Fortschritte sicherstellen.

WELCHES SIND FÜR TAKKT DIE GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN?

■ **Felix Zimmermann:** Insgesamt muss unsere nachhaltige unternehmerische Verantwortung schlichtweg glaubhaft sein. Ein großer Erfolg wäre es zum Beispiel, wenn ein großer Konzern KAISER+KRAFT aufgrund seiner zertifizierten Nachhaltigkeit als exklusiven Lieferanten auswählt. Das wird aber nur geschehen, wenn wir nachweisen, dass wir es in allen Wertschöpfungsstufen ernst meinen.

■ **Franz Vogel:** Wir haben zwei große Themen vor uns. Zum einen die weltweite Katalogproduktion, die erhebliche Ressourcen beansprucht. Da unsere Kunden dieses bewährte Medium weiterhin stark nutzen wollen, arbeiten wir daran, Produktion und Distribution so nachhaltig wie möglich zu gestalten und für jeden Kunden die optimale Art der Kontaktaufnahme zu finden, um Streuverluste zu minimieren. Zugleich werden wir im Rahmen unserer Multi-Channel-Strategie die elektronischen Medien weiter ausbauen, denn sie unterstützen den Trend weg vom Papier. Darüber hinaus sind wir bereit, uns finanziell zu engagieren, um unseren Carbon Footprint zu reduzieren, den wir für unsere größte Vertriebsgesellschaft KAISER+KRAFT in Deutschland erstmals erhoben haben.

Das zweite wichtige Thema ist, Nachhaltigkeit von der Entstehung des Produkts an über die gesamte Lieferkette hinweg sicherzustellen. Hier diskutieren wir derzeit mehrere Einzelmaßnahmen, auch ob ein Beitritt zu einer Zertifizierungsinitiative der geeignete Weg ist, um unsere Lieferanten auf Einhaltung sozialer, ethischer und ökologischer Standards zu verpflichten.

■ **Claude Tomaszewski:** Im B2B-Bereich wird CR, also Corporate Responsibility, immer wichtiger, da Geschäftskunden explizit mehr Nachhaltigkeit fordern. Und die Ansprüche wachsen Jahr für Jahr. Als Handelshaus mit dezidiertem Geschäftskunden-Fokus kann TAKKT hier in seiner Mittlerrolle zwischen Produzenten und Abnehmern echte Mehrwerte schaffen, indem wir Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette einfordern. Unsere Großkunden erwarten das von uns und den mittelgroßen und kleineren gibt es als Zusatznutzen ein besseres Gefühl, bei uns zu kaufen.

→ „Viele unserer Kunden fordern explizit mehr Nachhaltigkeit. Das ist für TAKKT eine Chance, denn als Mittler zwischen Produzent und Abnehmer können wir die Wertschöpfungskette verbessern.“ ←

CLAUDE TOMASZEWSKI

DER VORSTAND IM GESPRÄCH

KOMMEN WIR ZU DEN KONKRETEN HANDLUNGSFELDERN. WO IST TAKKT BESONDERS AKTIV?

■ **Claude Tomaszewski:** Im Einkauf übernehmen wir Verantwortung für den Lebenszyklus unserer Produkte, also die Herstellung, Verwendung und Entsorgung von Materialien und Verpackungen. Zudem wird es darum gehen, bei den Auswahlprozessen der Lieferanten nicht nur auf Kosten und Qualität, sondern verstärkt auch auf soziale und ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit zu achten. Für unsere Lieferpartner kann Nachhaltigkeit die nächste Wachstumschance sein. Im Marketing verfolgen wir, wie Franz Vogel schon sagte, eine kundenorientierte Multi-Channel-Strategie. Das bedeutet, wir rechnen nicht den Papierverbrauch der Katalogproduktion gegen den Energiebedarf des E-Commerce auf und umgekehrt, sondern versuchen beide zu optimieren. Nicht „entweder oder“ sondern „sowohl als auch“ lautet unsere Maxime, um Kundennutzen und nachhaltige Effizienz gleichermaßen zu ermöglichen.

Die Themen Klimaschutz und Ressourcenschonung erstrecken sich über nahezu alle Geschäftsprozesse unseres Unternehmens mit Schwerpunkt in den Bereichen, die einen möglichst hohen Skaleneffekt aufweisen, also größtmögliche Wirkung erzielen. Energieeinsparungen, die Umstellung auf erneuerbare Energien, die Einführung einer CO₂-reduzierten Firmenwagenflotte sowie der Aufbau eines konzernweiten Umweltmanagementsystems sind einige Maßnahmen, mit denen wir hier unsere Nachhaltigkeitsziele erreichen wollen.

→ „Klimaschutz und Ressourcenschonung müssen ein fester Bestandteil im Tagesgeschäft werden, damit wir unsere Nachhaltigkeitsziele erreichen können.“ ←

FRANZ VOGEL



→ → → Franz Vogel war ab 1985 zunächst als Geschäftsführer Schweiz für KAISER-KRAFT tätig. Im März 1999 wurde er in den Vorstand der TAKKT AG berufen, wo er den Geschäftsbereich TAKKT EUROPE verantwortet.

■ **Franz Vogel:** In der Logistik sind die Optimierung der Lieferverkehre und umweltfreundliche Verpackungslösungen die wichtigsten Wirkhebel. Im Vergleich zu mehrstufigen Vertriebssystemen generieren wir im einstufigen Direktvertrieb vom Produzenten zum Endkunden bereits erhebliche Nachhaltigkeitsvorteile, wie Professor Loreh vom Institut für Nachhaltigkeit in Verkehr und Logistik der Hochschule Heilbronn in einer Studie zur CO₂-Effizienz des Distanzhandels festgestellt hat.

■ **Felix Zimmermann:** Weitere zentrale Felder sind unsere Mitarbeiter als tragende Säule des Unternehmens und unser Engagement in der Gesellschaft. Die berufliche Entwicklung und Fortbildung unserer Mitarbeiter und eine faire Erfolgsbeteiligung sind essenziell, denn sie sorgen für eine hohe Bindung an das Unternehmen. Wir wollen, dass unsere Leute gerne bei uns arbeiten. Nur so zeigen sie vollen Einsatz und nur so gewinnen wir auch in Zukunft die Mitarbeiter, die wir brauchen. Unser gesellschaftliches Engagement basiert auf lokal getragenen Initiativen, wobei hier unsere Mitarbeiter vor Ort die Verantwortung übernehmen – frei nach dem Motto: global denken, lokal handeln.

WELCHE ROLLE SPIELEN DIE FÜHRUNGSKRÄFTE?

■ **Felix Zimmermann:** Wir alle im Management haben eine Vorbildfunktion. „Walk the talk“, heißt es bekanntlich, und da das insbesondere auch für uns im Vorstand gilt, haben wir uns für den SCORE-Prozess verantwortlich erklärt. Führungskräfte sollten sich immer zuerst an die eigene Nase fassen, nur so entsteht Glaubwürdigkeit.

UND DANN MACHEN ALLE BEGEISTERT MIT?

■ **Franz Vogel:** Nein, es gibt immer eine gesunde Skepsis bei den Mitarbeitern. Das ist völlig in Ordnung. Wir Führungskräfte müssen erst einmal selbst liefern, dann brauchen wir auf die Unterstützung der Mitarbeiter nicht lange zu warten. Denn in ihren eigenen Verantwortungsbereichen sind sie ohnehin mit viel Engagement dabei.

DER VORSTAND IM GESPRÄCH**WELCHE BEDEUTUNG HABEN GLOBALE INITIATIVEN, WIE Z.B. DER GLOBAL COMPACT DER VEREINigten NATIONEN ODER DIE GLOBAL REPORTING INITIATIVE, FÜR TAKKT?**

■ **Franz Vogel:** Für TAKKT ist der kürzlich erfolgte Beitritt zum Global Compact ein überaus bedeutsamer Schritt. Diese Initiative versteht sich als Reaktion auf die sich abzeichnenden negativen Folgen der Globalisierung. Mit unserer Mitgliedschaft verpflichten wir uns zur jährlichen Berichterstattung über die Einhaltung und Verbesserung der zehn Global Compact Prinzipien auf dem Gebiet der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsbekämpfung. Wir bei TAKKT erfüllen bereits alle Anforderungen und betrachten sie als Blaupause für unternehmerisches Verhalten in der Zukunft. Entscheidend sind die kontinuierliche Entwicklung und Verbesserung und die schrittweise Ausweitung auf unsere „Einflussphäre“, also die gesamte Wertschöpfungskette von den Lieferanten bis zum Kunden.



→ → → **Claude Tomaszewski** startete seine berufliche Karriere im strategischen Beteiligungscontrolling der Franz Haniel & Cie. GmbH in Duisburg. Nach mehreren Stationen innerhalb des Haniel-Konzerns, zuletzt als CFO bei der britischen Celesio-Tochter AAH Pharmaceuticals, wurde er im November 2011 zum Vorstand Controlling und Finanzen der TAKKT AG berufen.

■ **Claude Tomaszewski:** Nach unserem ersten CR-Bericht vor zwei Jahren liegt hier der erste offizielle Nachhaltigkeitsbericht nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) vor. Deren Kriterien haben sich als Maßstab für eine transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung etabliert. Wir werden die GRI-Indikatoren und weitere Kennzahlen künftig zu wichtigen Parametern unseres Planungs- und Kontrollsystems machen.

Denn mit einem transparenten Reporting sichern wir die für unseren Geschäftserfolg unabdingbare Akzeptanz unseres Handelns.

→ „Nachhaltigkeit ist kein Selbstgänger. Daher liegt es in unserer Verantwortung, nachhaltiges Handeln in der gesamten Organisation zu verankern.“ ←

FELIX ZIMMERMANN

HERR ZIMMERMANN, LASSEN SIE UNS ABSCHLIESSEND NOCH EINEN KURZEN BLICK IN DIE ZUKUNFT WERFEN. WO STEHEN WIR IN FÜNF JAHREN?

■ **Felix Zimmermann:** Wenn wir heute auf einer Skala von 1–10 bei 4 stehen, so wünsche ich mir in zwei Jahren mindestens eine 6 und in fünf Jahren eine 8–9. Ich bin da sehr zuversichtlich, denn wenn wir bei TAKKT etwas anfangen, dann wird es mit großer Konsequenz und Energie durchgezogen. Wir stehen für Verlässlichkeit, und das kontinuierliche Arbeiten an klar fassbaren Aufgaben war schon immer unser Erfolgsrezept. Mit unseren konzernweiten Aktivitäten sind wir bereits gut unterwegs. Und durch SCORE wird nachhaltige unternehmerische Verantwortung zum festen Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Trotzdem sind wir uns bewusst, dass dieser Weg unsere volle Aufmerksamkeit braucht, denn er wird uns vor immer neue Herausforderungen stellen. Aber es geht auch nicht darum, partout der Nachhaltigste sein zu wollen. Wir möchten nicht zuviel versprechen, um nicht im Nachhinein das Verfehlen vernebeln zu müssen. Wie in anderen Feldern wollen wir auch in Sachen Nachhaltigkeit lieber gesund wachsen. Denn Nachhaltigkeit ist letztlich keine Frage der Ideale, sondern schlicht eine Frage der Vernunft.

X

Das Gespräch moderierte **Uwe Füllenbach**, Leiter Zentralabteilung Internal Audit & Consulting bei TAKKT und konzernweiter Beauftragter für SCORE (Sustainable Corporate Responsibility).

UNTERNEHMENS PORTRAIT

WIR SIND TAKKT

UNTERNEHMENSSTRUKTUR					# 01
TAKKT AG					
GESCHÄFTSBEREICH			GESCHÄFTSBEREICH		
TAKKT EUROPE			TAKKT AMERICA		
SPARTEN			SPARTEN		
BUSINESS EQUIPMENT GROUP (BEG)	OFFICE EQUIPMENT GROUP (OEG-EU)	PLANT EQUIPMENT GROUP (PEG)	SPECIALTIES GROUP (SPG)	OFFICE EQUIPMENT GROUP (OEG-AM)	
SERVICEGESELLSCHAFTEN			SERVICEGESELLSCHAFTEN		
KAISER+KRAFT EUROPA	TOPDEQ SERVICE	C&H SERVICE	HUBERT SERVICE	NBF SERVICE	
MULTI-CHANNEL-MARKEN			MULTI-CHANNEL-MARKEN		
WEB-ONLY-MARKEN			WEB-ONLY-MARKEN		

GESCHÄFTSMODELL:

KONZENTRATION AUF B2B-VERSANDHANDEL

Die Unternehmen der TAKKT-Gruppe verfolgen ein fokussiertes Geschäftsmodell als B2B-Spezialversandhändler für Geschäftsausstattung. Wir sind auf den Verkauf von langlebigen und preisstabilen Ausrüstungsgegenständen an Unternehmenskunden in den Regionen Europa, Nordamerika und Asien spezialisiert. Der Konzern mit Hauptsitz in Stuttgart ist mit seinen Marken in mehr als 25 Ländern vertreten. Das Sortiment der Tochtergesellschaften umfasst rund 175.000 Produkte aus den Bereichen Betriebs- und Lagereinrichtung, klassische und designorientierte Büromöbel und Accessoires, Ausrüstungsgegenstände für den Einzelhandel sowie den Gastro- und Hotelmarkt. Die TAKKT-Gruppe beschäftigt rund 1.900 Mitarbeiter (Vollzeitbasis), hat weltweit ca. drei Millionen Kunden und versendet jährlich etwa 45 Millionen Werbemittel. Das Unternehmen ist im SDAX gelistet und seit dem 01. Januar 2003 im Prime Standard der Deutschen Börse vertreten. Die TAKKT AG befindet sich im Mehrheitsbesitz der Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg, die am 31. Dezember 2011 über 70,4 Prozent der stimmberechtigten Stückaktien am Grundkapital verfügte. Im Geschäftsjahr 2011 erwirtschaftete die TAKKT-Gruppe einen Umsatz von 852,2 Mio. Euro (Vorjahr: 801,6 Mio. Euro).

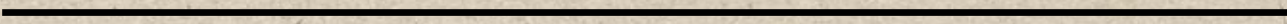
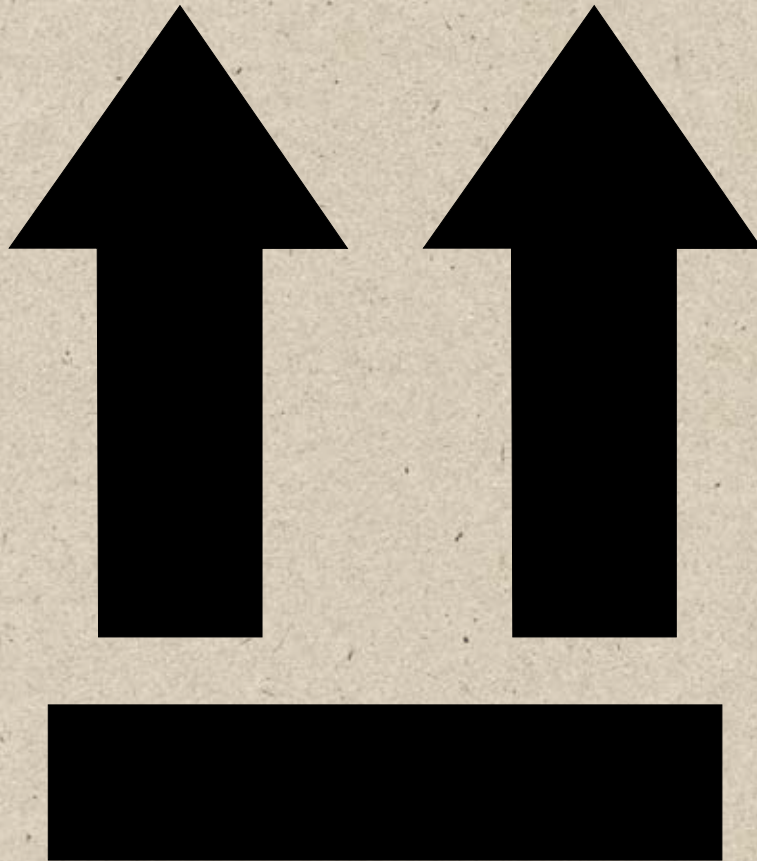
KONZERNSTRUKTUR

Der Konzern steht organisatorisch auf den beiden Säulen TAKKT EUROPE und TAKKT AMERICA. Diese Struktur richtet sich im Wesentlichen nach der regionalen Zugehörigkeit der einzelnen Multi-Channel- und Web-only-Marken. In der zweiten Ebene werden die Geschäftsbereiche nach Produktgruppen gegliedert. TAKKT EUROPE unterteilt sich dabei in die Sparten Business Equipment Group (BEG) mit Kunden aus Industrie, Handel, Handwerk und Dienstleistungsunternehmen sowie Office Equipment Group (OEG) mit kleineren und mittelgroßen Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor als Kunden. TAKKT AMERICA besteht aus drei Sparten: Die Plant Equipment Group (PEG) hat ihre Kundenbasis im Bereich von Industrie, Handel, Handwerk und Verwaltung, die Specialties Group (SPG) fokussiert sich auf den Food-Service-Sektor sowie den Einzelhandel und die Office Equipment Group (OEG) liefert hauptsächlich an Dienstleistungsunternehmen sowie öffentliche Einrichtungen, Behörden, Schulen und Kirchen. Innerhalb der fünf Sparten, in denen jeweils eine Service-Gesellschaft zentrale Funktionen wie Einkauf, Marketing, Lager/Logistik und IT übernimmt, sind die Marken des Konzerns mit den regionalen Vertriebsgesellschaften angegliedert. # 01



01

STRATEGIE





01

INHALT:

STRATEGIE



UNSERE STRATEGIE FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM

Die TAKKT-Gruppe folgt einer klaren Wertorientierung. Im Gleichgewicht von ökonomischer und ökologischer Effizienz und sozialem Ausgleich schaffen wir nachhaltige Unternehmenswerte und leisten unseren Beitrag für eine lebenswerte Zukunft kommender Generationen.

SEITE:

11

UNTERNEHMENSSTRATEGIE

NACHHALTIGES WACHSTUM

SEITE:

12

WERTSCHÖPFUNGSRECHNUNG

GESUNDE VERHÄLTNISS

SEITE:

13

CORPORATE GOVERNANCE

KLARE REGELN

SEITE:

14-15

RISIKOMANAGEMENT

WEITE SICHT

SEITE:

16-17

CR-STRATEGIE

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

SEITE:

18-19

STAKEHOLDERDIALOG

GUTE BEZIEHUNGEN

SEITE:

20

MATERIALITÄTSANALYSE

WICHTIGE THEMEN

SEITE:

21-22

HANDLUNGSFELDER

VERANTWORTLICH HANDELN

UNTERNEHMENSSTRATEGIE

NACHHALTIGES WACHSTUM

→ → → **TAKKT will zum weltweit führenden B2B-Spezialversandhändler für Geschäftsausstattung werden. Unter Berücksichtigung aller relevanten ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekte wollen wir nachhaltig und profitabel wachsen. Ein Schwerpunkt ist die kontinuierliche Verbesserung unserer Produkt- und Servicequalität. Statt auf schnelle Gewinne setzen wir auf Maßnahmen, die einen positiven Wertbeitrag leisten und mit unseren Nachhaltigkeitszielen im Einklang stehen. Um diese anspruchsvolle Unternehmensvision zu verwirklichen, setzen wir auf vier Schwerpunkte.**

<p># 1 MULTI-CHANNEL-MARKETING</p> <p>Der Ausbau unseres strategischen Multi-Channel-Marketings über Kataloge, Online-Angebote sowie integriertes E-Procurement dient der dauerhaften Vertiefung unserer Kundenbeziehungen ebenso wie der schrittweisen Reduzierung des Ressourcenverbrauchs. Schwerpunkte sind hier kundenorientierte Angebots- und Serviceerweiterungen, die Intensivierung des Key-Account-Managements sowie die vollständige Integration des E-Business.</p>	<p># 3 EIGENMARKEN</p> <p>Mit dem Ausbau des Eigenmarken-Geschäfts in allen Sparten ergänzen wir unser Angebot um attraktive Produkte im Premiumsegment, die höchsten Ansprüchen an Qualität und Design genügen. Durch unser frühes und aktives Engagement entlang der Wertschöpfungskette können wir ressourcenschonende und umweltverträgliche Entwicklungs- und Herstellungsverfahren sicherstellen.</p>
<p># 2 ELEKTRONISCHER HANDEL</p> <p>Mit der Entwicklung von Web-only-Marken und der Optimierung aller Online-Aktivitäten verfolgen wir den kontinuierlichen Ausbau unseres E-Commerce. Neben den Effizienzreserven und Skaleneffekten, die der Online-Handel bietet, liegt unser besonderes Augenmerk auf bedarfsgerechten Angeboten für unsere Zielgruppen und dem sorgsamem Umgang mit Kundendaten.</p>	<p># 4 AKQUISITIONEN</p> <p>Wir planen gezielte Akquisitionen weiterer Versandhandelsplattformen, um unser Produktportfolio zu erweitern und neue Kundengruppen zu erschließen. Neben gesunden Kennzahlen legen wir größten Wert darauf, dass die Unternehmen nicht nur in ihrem Portfolio, sondern auch in ihrer nachhaltigen Ausrichtung zu uns passen.</p>



WERTSCHÖPFUNGSRECHNUNG

GESUNDE VERHÄLTNISSE

→ → → Mit einem deutlich über dem Wirtschaftswachstum liegenden organischen Umsatzzuwachs haben wir 2011 unsere gute Marktposition weiter ausgebaut. Die erwirtschaftete Wertschöpfung stieg 2011 gegenüber dem Vorjahr deutlich an.

WERTSCHÖPFUNG		# 03	
AUS KONZERNGEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (IN MIO. €)			
☞ SIEHE GESCHÄFTSBERICHT 2011 - S. 72			
Umsatzerlöse (zuzüglich Bestandsveränderungen und andere aktivierte Eigenleistungen)	2011	2010	
	852,4	801,5	
Übriges Finanzergebnis	0,2	0,1	
Sonstige betriebliche Erträge	8,4	7,2	
Unternehmensleistung	861,0	808,8	
Materialaufwand	-483,7	-457,7	
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-142,7	-141,2	
Vorleistungen	-626,4	-598,9	
	↓	↓	
Bruttowertschöpfung	234,6	209,9	
Abschreibungen und Wertminderungen	-16,8	-32,6	
Nettowertschöpfung	217,8	177,3	

VERTEILUNG DER NETTOWERTSCHÖPFUNG NACH GRI-SYSTEMATIK		# 04	
— 2011 —		217,8	Mio.€
— 2010 —		177,3	Mio.€
NETTOWERTSCHÖPFUNG	☞ SIEHE GB 2011	2011	2010
		(MIO. €)	(MIO. €)
① Mitarbeiter (Personalaufwand)	☞ S. 91	113,5	109,2
② Kreditgeber (Finanzierungsaufwand)	☞ S. 93	8,7	9,1
③ Öffentliche Hand (Ertragsteueraufwand)	☞ S. 93-94	29,6	24,4
④ Aktionäre (im Geschäftsjahr ausgeschüttete Dividende)	☞ S. 75-76	21,0	21,0
⑤ Sonstige Verwendungen	RECHNERTSCH ERMITTELT	45,0	13,6
		(%)	(%)
		52,1	61,6
		4,0	5,1
		13,6	13,8
		9,6	11,8
		20,7	7,7

Die Aufteilung der Nettowertschöpfung zeigt, wie die erwirtschafteten Beträge an die am Wertschöpfungsprozess beteiligten Anspruchsgruppen wie Mitarbeiter, Kreditgeber, die öffentliche Hand und Aktionäre zurückgeführt werden. 2011 ging der größte Teil der Nettowertschöpfung, 52,1 Prozent, an unsere Mitarbeiter in Form von Gehältern und Sozialabgaben. 13,6 Prozent entfielen auf Steueraufwendungen an die öffentliche Hand. 4,0 Prozent der Aufwendungen erhielten Kreditgeber (ausschließlich Finanzierungsaufwand), 9,6 Prozent haben wir an unsere Aktionäre ausgeschüttet. Gut ein Fünftel verbleibt im Unternehmen für Investitionen und Akquisitionen oder wird für die Darlehenstilgungen an Kreditgeber verwendet.

CORPORATE GOVERNANCE

KLARE REGELN

→ → → **Grundsätze für eine gute Unternehmensführung und ein offener Austausch mit den verschiedenen Anspruchsgruppen sind wichtige Grundlagen für den dauerhaften Unternehmenserfolg von TAKKT. Sie spiegeln zugleich unsere gesellschaftliche Verantwortung wider.**

TRANSPARENT UND DIALOGBEREIT

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung (Corporate Governance) gehört zu den elementaren Prinzipien von TAKKT. Aus diesem Grund bekennen wir uns ausdrücklich zu den Zielen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Unsere Führungsstrukturen zeichnen sich durch eine klare Organisation und direkte Berichtslinien aus. Zudem setzt das Unternehmen auf ein wertorientiertes Vergütungs- und Anreizsystem. Unsere Haltung spiegelt sich auch in den Grundprinzipien unserer Kommunikation wider: frühzeitig und transparent berichten, vorsichtig prognostizieren und die Dinge offen und ehrlich benennen. Dieser langfristig orientierte und transparente Dialog mit unseren Anspruchsgruppen findet auch außerhalb des Unternehmens Beachtung. So wurde TAKKT mehrfach in Folge bei Investor-Relations-Wettbewerben für die Qualität seiner umfassenden IR-Arbeit ausgezeichnet.

RISIKOMANAGEMENT

Der verantwortungsbewusste Umgang mit geschäftlichen Risiken gehört zu den Voraussetzungen guter Corporate Governance. Dem Vorstand und dem Management im TAKKT-Konzern stehen umfassende konzernübergreifende und unternehmensspezifische Berichts- und Kontrollsysteme zur Verfügung, die die Erfassung, Bewertung und Steuerung dieser Risiken ermöglichen. [☞ s. 14](#)

CORPORATE COMPLIANCE

TAKKT misst der Einhaltung aller gesetzlichen und vertraglichen Pflichten im Rahmen einer ordnungsgemäßen Geschäftsleitung höchste Priorität zu. Unser Compliance-System wird von den Fachabteilungen und dem Konzern-Compliance-Officer überprüft und vom Vorstand überwacht. In einem Compliance-Handbuch sind die Regelungen und Strukturen detailliert beschrieben. So ist z.B. eine konzernweite Whistleblow-Hotline eingerichtet, unter der mögliche Verstöße anonym gemeldet werden können. Deren Bearbeitung erfolgt durch eine externe Rechtsanwaltskanzlei.

[☞ siehe „Einkaufsprozesse“, S. 26](#)

Das Verhältnis zwischen den lokalen Gesellschaften und der Holding sowie die Einbindung von Vorstand und Zentralabteilungen wird über standardisierte Geschäftsordnungen geregelt. So werden z.B. alle Entscheidungen mindestens im Vier-Augen-Prinzip gefällt. Die Einhaltung wird in Buchprüfungen von den Wirtschaftsprüfern des Konzerns mit einem finanzwirtschaftlichen Schwerpunkt und von der Internen Revision mit einem leistungswirtschaftlichen Schwerpunkt geprüft. Durch diese Regelungen sind organisatorische Vorkehrungen getroffen, um potenzielle Compliance-Verstöße zeitnah zu identifizieren. 2011 wurden 38 (2010: 32) Buchprüfungen der Wirtschaftsprüfer und 34 Prüfungen (2010: 32) der Internen Revision durchgeführt. Wie im Vorjahr wurden auch 2011 keine Compliance-Verstöße oder Korruptionsfälle festgestellt. [# 05](#)

CODE OF CONDUCT

05

→ „Wir haben verbindliche Richtlinien etabliert, die die Messlatte für unser tägliches Handeln bilden. Die geschäftspolitischen Grundsätze und die auf ihrer Grundlage erarbeiteten „Unternehmenspolitischen Leitlinien“ für Führung und Zusammenarbeit, Qualität und Umwelt sind konzernweit verankert. Diese Leitlinien werden an jeden Mitarbeiter bei Unternehmenseintritt ausgeteilt und durch regelmäßige Kommunikationsmaßnahmen aufgefrischt. Unsere Führungskräfte tragen eine besondere Verantwortung zur Kommunikation, Überwachung und Durchsetzung der TAKKT-Grundsätze und -Leitlinien.“ ←

STEFAN WEHMEYER

LEITER ZENTRALABTEILUNG RECHT UND KONZERNBEAUFTRAGTER FÜR COMPLIANCE UND DATENSCHUTZ

RISIKOMANAGEMENT

WEITE SICHT

→ → → **Unsere konzernweit betriebenen Risikomanagementsysteme sind ein wichtiger Baustein zur nachhaltigen Sicherung der Zukunft von TAKKT. Wir erfassen, analysieren und bewerten systematisch ökonomische, ökologische und soziale Veränderungen, um Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen und langfristig planend zu agieren. Im Sinne des Deutschen Corporate Governance Kodex überwacht und analysiert TAKKT kontinuierlich das Markt- und Wettbewerbsumfeld ihrer Geschäftsbereiche und Gesellschaften. Organisatorische Prozesse stellen sicher, dass unsere umfangreichen Risikomanagementrichtlinien konzernweit bekannt sind und umgesetzt werden.**

BRANCHE MIT GERINGEM RISIKO

Das Branchenrisiko im B2B-Spezialversandhandel für Geschäftsausstattung ist vergleichsweise gering. Die Barrieren für einen Markteintritt neuer Katalog-Mitbewerber sind hoch, da der Aufbau eines Kundenstamms und die Einrichtung der notwendigen Logistikinfrastruktur ausgesprochen zeit- und kostenintensiv sind. Generell sind hier etablierte Anbieter aufgrund der Größendegression gegenüber neuen Anbietern im Vorteil.

REGIONALE UND GLOBALE KONJUNKTURENTWICKLUNGEN SIND WESENTLICHES RISIKO

Die im TAKKT-Konzern betriebenen B2B-Versandhandelsgeschäfte sind von den jeweiligen konjunkturellen Entwicklungen in den verschiedenen Regionen und Branchen abhängig. Insofern unterliegt das Geschäftsmodell einem allgemeinen Konjunkturrisiko. TAKKT ist es jedoch in der Vergangenheit regelmäßig gelungen, die Auswirkungen konjunktureller Schwankungen in einzelnen Ländern, Branchen und Sparten mit einem gut diversifizierten Markenportfolio erfolgreich abzumildern. Lediglich in schweren Weltwirtschaftskrisen, wie zuletzt in den Jahren 2008/2009, konnte TAKKT nicht vollständig von diesen Diversifikationseffekten profitieren.

☞ siehe ausführlicher Risikobericht, GB 2011, S. 32 ff.

→ „Das Risikomanagementsystem als ein zentrales Instrument der Unternehmensführung ermöglicht uns, Risiken zu managen und Chancen zu erkennen.“ ←

CLAUDE TOMASZEWSKI
VORSTAND CONTROLLING UND FINANZEN
UND RISIKOMANAGEMENTBEAUFTRAGTER

DAS INTERNET BIETET MEHR CHANCEN ALS RISIKEN

Die Nutzung des Internets ist heute voll integrierte Lebenswirklichkeit und entwickelt sich überproportional weiter. Die Zahl der Anwender, die nicht mit dem Internet aufgewachsen sind – die sogenannten „digitalen Einwanderer“ – sinkt demografisch. Die große Angebotsvielfalt des Internets und die deutlich erhöhte Transparenz für alle Marktteilnehmer sorgen in allen Bereichen des Handels für verstärkten Wettbewerb, bieten aber zuverlässigen Premium-Anbietern deutlich mehr Chancen als Risiken.

TAKKT GESCHÄFTSBERICHT 2011

06



[www.takkt.de/
id-2011-878.html](http://www.takkt.de/id-2011-878.html)

NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE

Unternehmen sind Teil der Gesellschaft und sollten daher über Gewinnerzielung hinaus durch nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln Nutzen für die Allgemeinheit schaffen. Nachhaltigkeit ist allerdings nicht länger nur ein Thema zur Verbesserung des eigenen Images, sondern wird zunehmend von internen und externen Anspruchsgruppen eingefordert. Wer sich hier gut aufstellt, hat in Zukunft alle Chancen, sich ein Profil zu erarbeiten, das zum messbaren Wettbewerbsvorteil und für einige Kunden zur Voraussetzung für eine Zusammenarbeit werden kann.

RISIKOMANAGEMENT**AUSGEWÄHLTE MASSNAHMEN IM RAHMEN DES CHANCEN- UND RISIKOMANAGEMENTS**

07

MEHRMARKEN- UND MULTI-CHANNEL-STRATEGIE

Den gesellschaftlichen Veränderungen und unterschiedlichen Entwicklungen der Teilmärkte begegnen wir mit einer differenzierten Mehrmarkenstrategie. So verfolgen wir das klassische Versandhandelsgeschäft mit unseren etablierten Multi-Channel-Marken, die mittels Katalog und Webshop mittlere und größere Kunden mit höherem Service- und Beratungsbedarf und stärkerer Prozesskosten-Orientierung ansprechen. Zugleich bieten wir kleineren und preissensibleren Kunden reine Web-only-Marken mit skalierbaren Service-, Garantie- und Beratungsleistungen.

SICHERE UND LEISTUNGSSTARKE IT

Für TAKKT sind zuverlässige und performante IT-Systeme sowie die Sicherheit der Kundendaten überaus erfolgskritisch. Höchste Sicherheit und ein störungsfreier Betrieb der Datenserver sowie Warenwirtschafts- und Produktmanagement-Systeme haben daher in unserem Risikomanagement ebenso hohe Priorität wie der konsequente Schutz aller Daten bestehender wie potenzieller Kunden. Um dies zu gewährleisten, investieren wir in hochverfügbare IT-Systeme sowie leistungsstarke Webshopsysteme und Sicherheitstechnologien. Unsere konzernweiten IT-Systeme lassen wir regelmäßig von externen Partnern überprüfen.

VERTRIEBSMEDIEN SIND VISITENKARTEN

Gedruckte Kataloge und Mailings sind neben den Online-Kanälen zentrale Vertriebsmedien von TAKKT und zugleich unsere Visitenkarte. Deshalb achten wir besonders auf umfangreiche und wahrheitsgemäße Produkt- und Servicebeschreibungen sowie aktuelle und gut gepflegte Adressdatenbanken. Denn nur hochwertige Werbemittel, die bei den richtigen Empfängern ankommen, spiegeln hochwertige Produkte wider.

KLARE REGELN ZUR STEUERUNG FINANZWIRTSCHAFTLICHER RISIKEN

Finanzwirtschaftliche Risiken ergeben sich für das Geschäft von TAKKT hauptsächlich durch sich verändernde Wechselkurse und Zinsniveaus. Daraus resultierende Transaktionsrisiken werden durch derivative Finanzinstrumente kontinuierlich abgesichert. Zudem wird das Liquiditätsrisiko aus Finanzierungsgeschäften durch ein dauerhaftes Polster an freien langfristigen Kreditlinien von einem international breit gestreuten Portfolio von Finanzinstituten guter Bonität nahezu ausgeschlossen.

CR-STRATEGIE

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

→ → → **Wir sind uns bewusst, dass langfristiger unternehmerischer Erfolg ohne nachhaltiges Handeln nicht möglich ist. Deshalb verfolgen wir eine Vielzahl von Aktivitäten, die das gesellschaftliche Engagement unserer Tochterunternehmen wie auch unsere konzernweite Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften unterstreichen.**

NACHHALTIG AUS TRADITION

Für uns ist nachhaltiges Handeln nicht neu. Bei den Unternehmen im TAKKT-Konzernverbund war es schon immer unternehmerische Tradition, mit allen Ressourcen gut – also möglichst nachhaltig – zu wirtschaften. Das betrifft den Verbrauch von Energie, Wasser und anderen Ressourcen ebenso wie die Sicherheit und Qualität unserer Produkte und ihre möglichen Auswirkungen auf den Menschen.

Geleitet von den Grundsätzen der Nachhaltigkeit, setzen wir uns in unserem Kerngeschäft aktiv für Klima- und Umweltschutz ein und übernehmen Verantwortung für unsere Produkte – in der Herstellung, im Marketing und in der Distribution. Ebenso engagieren wir uns für die Belange unserer Mitarbeiter und jene unserer gesellschaftlichen Umfeldler.

Das Thema ist in der breiten Öffentlichkeit angekommen, und Medien, Kunden, Mitarbeiter, aber auch Aktionäre schauen genau hin, wie sich ein Unternehmen dieser Verantwortung stellt. Nachhaltigkeit ist damit auf dem Weg zur Eintrittsvoraussetzung – und unternehmerischer Erfolg ohne nachhaltiges Handeln ist langfristig nicht mehr möglich.

Um unsere führende Stellung als Spezialversandhändler für Geschäftsausstattung zu halten, wollen wir daher Vorbild für nachhaltiges Handeln werden.

Wie und warum Nachhaltigkeit bereits heute fest im Geschäftsmodell und in der Wertschöpfungskette von TAKKT und ihren Tochtergesellschaften verankert ist, stellen wir in diesem Nachhaltigkeitsbericht vor.

GUTE GRÜNDE FÜR NACHHALTIGE UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG		# 08
<p># 1 VERTRAUEN</p> <p>Unser Geschäftserfolg beruht auf <u>langfristigen partnerschaftlichen Beziehungen</u>. Wir investieren viel in die Zufriedenheit und das Vertrauen unserer Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner. Nachhaltigkeit ist daher ein elementarer Bestandteil unseres Geschäftsmodells.</p>	<p># 3 VERANTWORTUNG</p> <p>Nachhaltige unternehmerische Verantwortung ist heute ein zentraler Erfolgsfaktor: Kunden, Aktionäre, Geschäftspartner, Mitarbeiter und die Öffentlichkeit erwarten von uns, dass wir unserer <u>Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht werden</u>.</p>	
<p># 2 WACHSTUM</p> <p>Für uns sind schnelle Gewinne ohne nachhaltige Perspektive keine <u>guten Gewinne</u>, denn wir wollen in einer intakten Umwelt aus eigener Kraft profitabel und anhaltend wachsen.</p>	<p># 4 WERTSTEIGERUNG</p> <p>Nachhaltiges Wirtschaften steigert den <u>Wert unseres Unternehmens</u>. Es stärkt das Engagement und den Zusammenhalt unserer Mitarbeiter und fördert unsere Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber.</p>	

CR-STRATEGIE

VERANTWORTUNG MIT SYSTEM

Alles, was wir in unserer täglichen Arbeit tun, kann Auswirkungen auf die natürliche Umwelt und die Gesellschaft haben, für die wir Mitverantwortung tragen. Deshalb gehören für uns Nachhaltigkeit und profitables Wachstum als integrale Bestandteile unserer Unternehmensstrategie untrennbar zusammen, weshalb wir Anfang 2011 das Programm SCORE aufgesetzt haben.

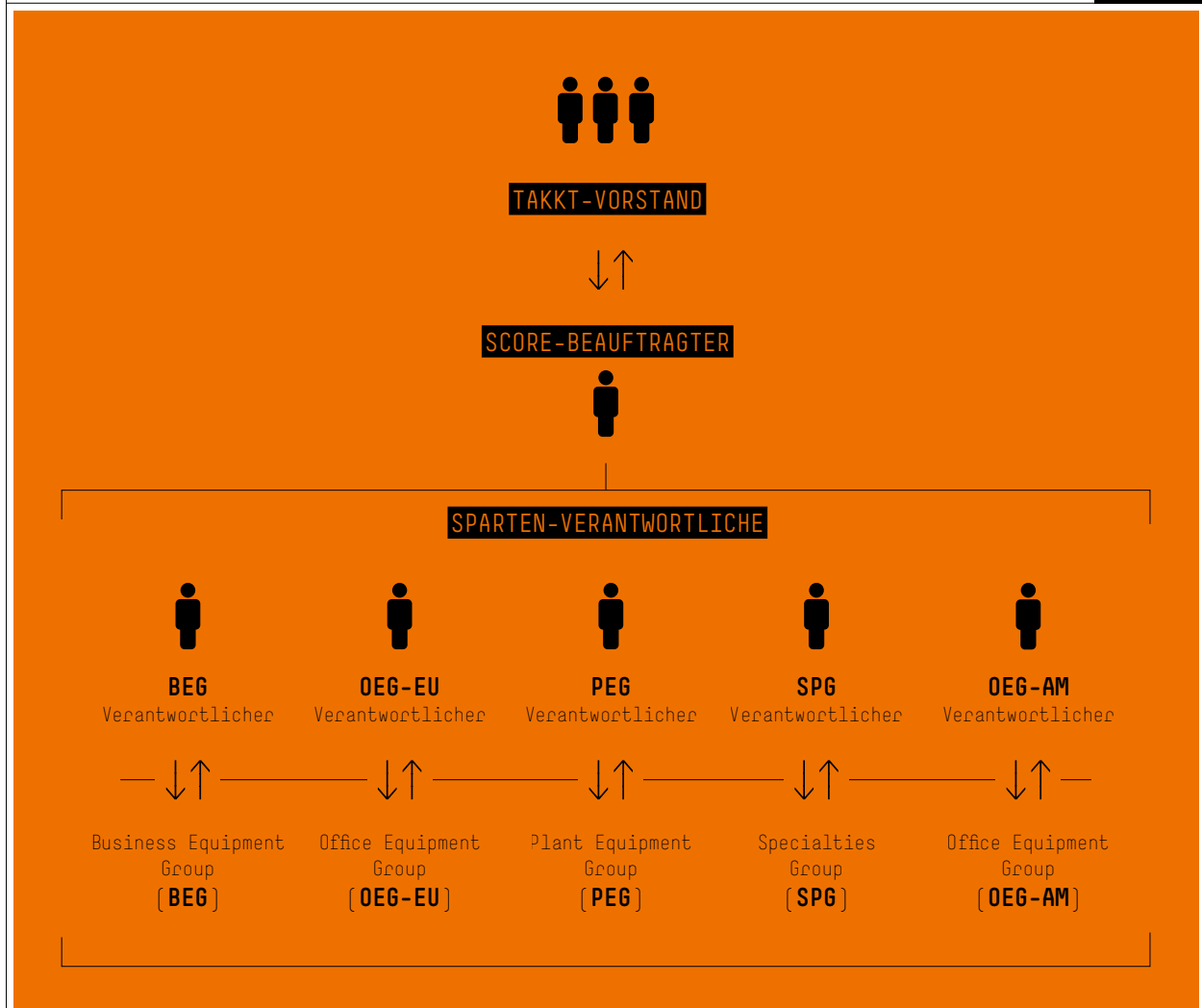
SCORE steht für „Sustainable Corporate Responsibility“, also nachhaltige unternehmerische Verantwortung. Bei TAKKT wird diese Verantwortung nicht an eine Abteilung delegiert, sondern ist tägliche Gemeinschaftsaufgabe über alle Konzernsparten und Wertschöpfungsstufen hinweg. Koordiniert von hochrangigen Ansprechpartnern des operativen Managements in jeder Sparte, wird SCORE direkt vom Vorstand verantwortet – als klares Signal nach innen und außen. Die Sparten-Verantwortlichen tauschen sich in regelmäßigen Abstimmungsrunden, die vom TAKKT-SCORE-Beauftragten moderiert werden, aus. # 09

IM UNTERNEHMEN VERANKERT

SCORE verankert nachhaltige unternehmerische Verantwortung als tragende Säule unserer Unternehmenskultur und als Prinzip unseres unternehmerischen Handelns. Alle spartenspezifischen und konzernweiten CR-Maßnahmen werden systematisch in die strategische Unternehmensführung eingebunden. Als Bestandteil des Planungs- und Kontrollsystems vertieft SCORE das Bewusstsein für die Bedeutung nachhaltig verantwortungsvollen Handelns bei allen Führungskräften und Mitarbeitern und gibt mit Informationen und Aktionen regelmäßig Impulse. Für die erfolgreiche Verankerung von SCORE in unser Tagesgeschäft ist zudem die kontinuierliche Berücksichtigung aller Stakeholdergruppen unerlässlich. → S. 18 ff.

SCORE-ORGANISATION

09



→ Ausführliche Informationen zu unserer Unternehmensstruktur finden Sie auf S. 08

STAKEHOLDERDIALOG

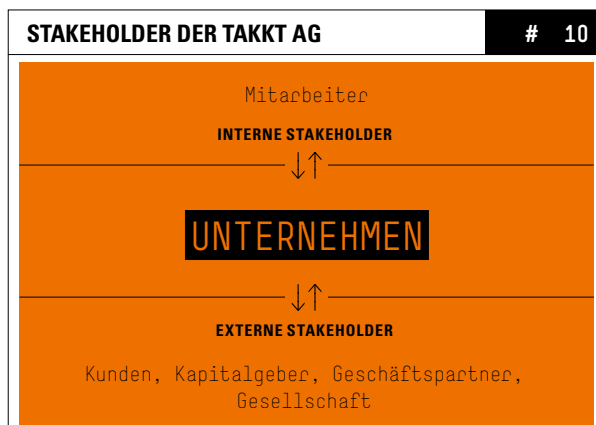
GUTE BEZIEHUNGEN

→ → → **Offenheit und Glaubwürdigkeit sind die Schlüssel zu vertrauensvollen Beziehungen. Deshalb berichten wir bei TAKKT transparent und umfassend über unser Geschäft, befragen regelmäßig unsere Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner und suchen das vertiefende Gespräch mit ihnen und anderen Stakeholdern. Hier erhalten wir wertvolle Anregungen für die stetige Verbesserung unserer Arbeit.**

Als international agierendes Handelsunternehmen haben wir regelmäßig Kontakt mit den unterschiedlichsten Menschen und Gruppen. Wir pflegen auf Langfristigkeit und vertrauensvolle Partnerschaft ausgerichtete Beziehungen zu unseren Kunden, Mitarbeitern, Anteilseignern und Geschäftspartnern. Zugleich suchen wir das Gespräch mit Vertretern des Kapitalmarkts, der Wissenschaft, gesellschaftlichen Gruppen, den Medien und Verbänden.

Im Rahmen unserer Stakeholderkommunikation berichten wir in klassischen und elektronischen Medien über unsere unternehmerischen Aktivitäten: von Produkt- und Service-Neuheiten, über aktuelle Markt- und Geschäftsentwicklungen bis hin zu Aktivitäten im Rahmen unserer nachhaltigen unternehmerischen Verantwortung.

Darüber hinaus wollen wir regelmäßig erfahren, was unsere Stakeholder über unsere Handlungsweisen denken und in Zukunft von uns erwarten. Hierzu erfassen alle Geschäftseinheiten in Befragungen deren Meinungen und Anregungen. So führen wir mithilfe renommierter Marktforschungsinstitute seit 1995 ein bis zwei groß angelegte Marktstudien pro Jahr durch. In ausgewählten Märkten finden anschließend Nacherhebungen statt, um eigene Fortschritte zu messen. Außerdem kommunizieren wir individuell mit Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern. # 10



Im TAKKT-Forum werden hochrangige interne und externe Spezialisten eingeladen, um strategisch relevante Fragestellungen zu diskutieren. Seit 2010 wurde drei Mal die Veranstaltung TAKKT-Forum durchgeführt, zuletzt 2011 mit dem Schwerpunkt Corporate Responsibility.

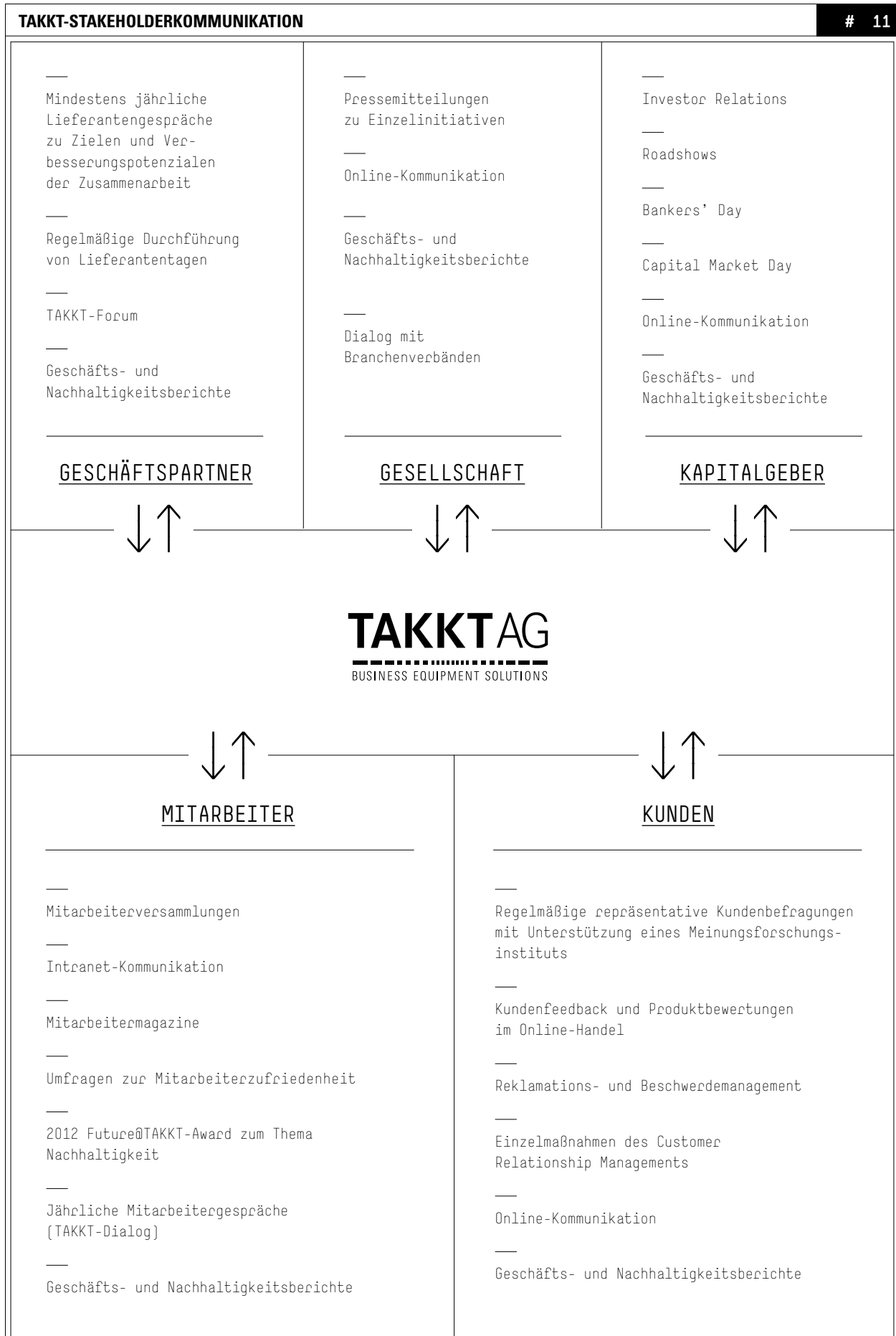
Der Dialog mit unseren Anspruchsgruppen hilft uns, unsere Produkt- und Serviceleistungen weiter zu verbessern (Qualitätsmanagement) sowie gesellschaftliche und marktrelevante Entwicklungen und Trends frühzeitig zu erfassen (strategische Geschäftsplanung). Weiterhin können wir neue Kooperationspartner in Unternehmen, Wissenschaft oder gesellschaftlichen Gruppen identifizieren (Partnermanagement). Wir gewinnen wichtige Erkenntnisse, um unsere nachhaltige unternehmerische Verantwortung in das Tagesgeschäft von TAKKT zu verankern (SCORE) und mögliche Missverständnisse oder sogar Konflikte zu vermeiden (Risikomanagement). Im Sinne unserer Innovationsinitiativen erhalten wir Anregungen, um unser Geschäftssystem auszubauen (Service- und Produktentwicklung).

Insgesamt hilft ein intensiver Stakeholderdialog, langfristig Vertrauen und gesellschaftliche Anerkennung für TAKKT und ihre Tochtergesellschaften zu gewinnen. Im Rahmen von SCORE werden diese Dialoge systematisch weiter ausgebaut. # 11

Basierend auf dem regelmäßigen Austausch mit unseren Anspruchsgruppen und den zum Teil jahrelang gewachsenen persönlichen Beziehungen innerhalb und außerhalb von TAKKT, haben wir die für unsere internen und externen Anspruchsgruppen relevanten Themen systematisch zusammengetragen. Das Ergebnis dieser Analysen wurde in Bezug zur Relevanz für den Unternehmenserfolg von TAKKT gesetzt, um eine Priorisierung zukünftiger Aktivitäten abzuleiten. Das Ergebnis ist auf Seite 20 in Form einer Materialitätsmatrix dargestellt.

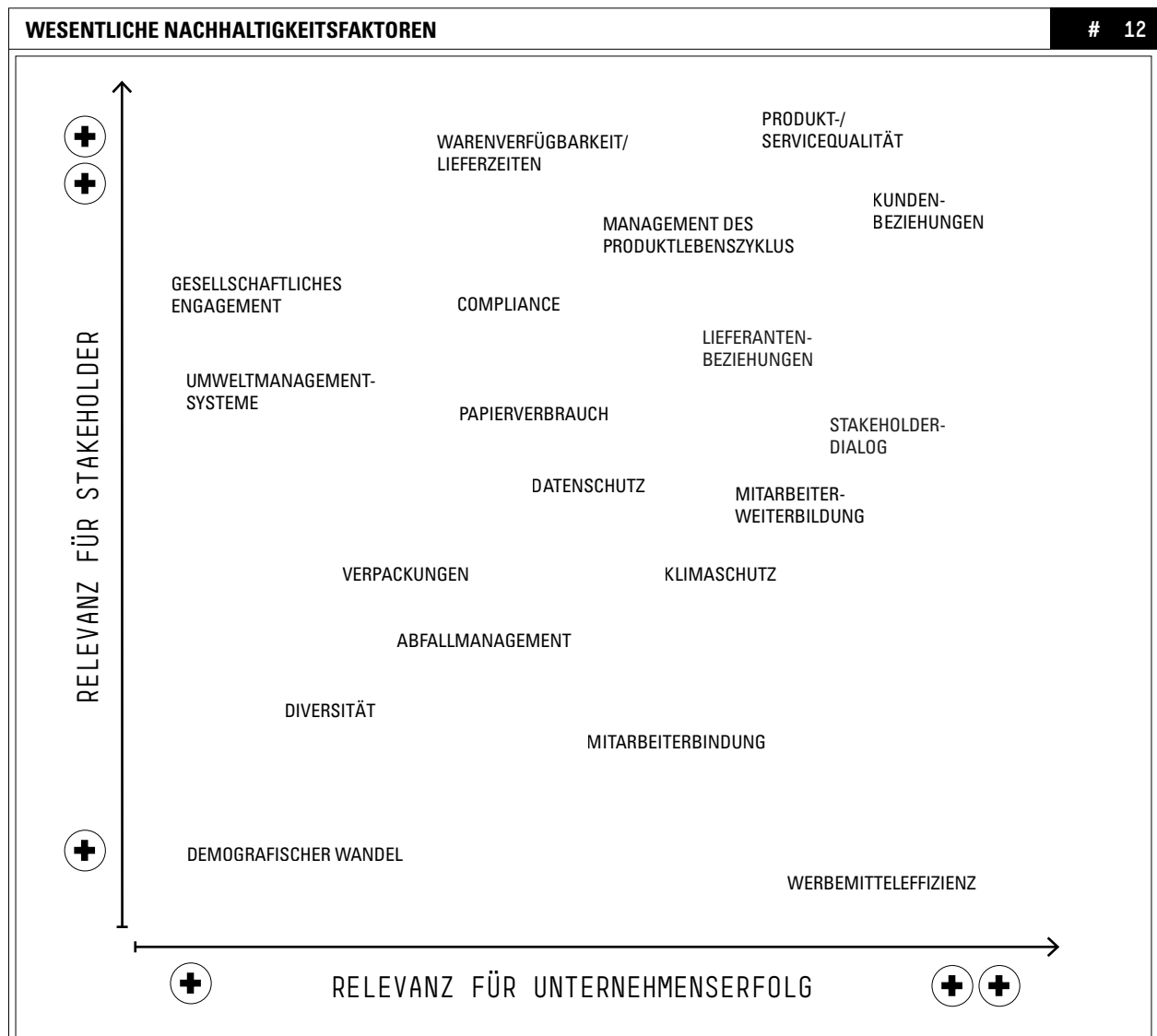
12 → S. 20




STAKEHOLDERDIALOG



MATERIALITÄTSANALYSE

WICHTIGE THEMEN



 KERNGESCHÄFT	 UMWELT	 ENGAGEMENT
<ul style="list-style-type: none"> — Kundenbeziehungen — Produkt-/Servicequalität — Warenverfügbarkeit/ Lieferzeiten — Management des Produktlebenszyklus — Lieferantenbeziehungen — Stakeholder-Dialog — Werbemittelleffizienz — Compliance — Datenschutz — Papierverbrauch 	<ul style="list-style-type: none"> — Verpackungen — Umweltmanagementsysteme — Klimaschutz — Abfallmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> — Mitarbeiter-Weiterbildung — Mitarbeiterbindung — Gesellschaftliches Engagement — Demografischer Wandel — Diversität

HANDLUNGSFELDER

VERANTWORTLICH HANDELN

→ → → Für die konkrete Umsetzung von SCORE hat TAKKT sechs zentrale Handlungsfelder identifiziert. Sie leiten sich aus unseren langfristigen strategischen Zielen, der laufenden Bewertung aller Geschäftsprozesse sowie den berechtigten Erwartungen und Anforderungen unserer Anspruchsgruppen – wie in der Materialitätsmatrix dargestellt – ab. Hier setzen wir den Fokus unserer Aktivitäten, sind aber auch offen für weitere Themen.

SECHS HANDLUNGSFELDER FÜR NACHHALTIGE UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG BEI TAKKT

13



NACHHALTIGKEIT IM TAGESGESCHÄFT

Innerhalb der sechs Handlungsfelder bündeln und steuern wir Aktivitäten, um nachhaltiges und verantwortliches Handeln innerhalb der TAKKT-Organisation sicherzustellen. Nachhaltigkeit ist für uns jedoch nicht an Unternehmensgrenzen gebunden. In unserem Kerngeschäft werden wir, wo immer möglich, Einfluss nehmen, um nachhaltiges Handeln zu fördern. Für die Auswahl und Zusammenarbeit mit Lieferanten und Geschäftspartnern sind die Prinzipien der Nachhaltigkeit ein wichtiges Kriterium. Damit wollen wir auch einen substantiellen Beitrag zur Erreichung der im Rahmen der Global Compact Initiative gesetzten Ziele erreichen. Mit unserer Mitgliedschaft verpflichten wir uns zur Einhaltung und Durchsetzung der zehn Prinzipien des Global Compact auf dem Gebiet der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsbekämpfung. Mit den sechs TAKKT-Handlungsfeldern haben wir einen operativen Rahmen geschaffen, um die Prinzipien des Global Compact einzuhalten und durchzusetzen.

GLOBAL COMPACT

Der Beitritt von TAKKT zum Global Compact der Vereinten Nationen ist für uns ein wesentlicher Schritt zur Stärkung unseres gesellschaftlichen Engagements. Im Rahmen der Global Compact Initiative verpflichten sich Unternehmen, ihren Beitrag zu leisten, damit die Globalisierung allen Menschen zugutekommt und die internationale Entwicklung sozial, ökologisch und ökonomisch gerechter gestaltet wird. Mehr als 8.700 Unternehmen in über 130 Ländern unterstützen heute den Global Compact, der auf Initiative von Kofi Annan, dem damaligen Generalsekretär der Vereinten Nationen, im Jahr 2000 gegründet wurde.

→ siehe „Standards & Mitgliedschaften“, S. 51

HANDLUNGSFELDER

EINKAUF  S. 25

Im Bereich Einkauf übernehmen wir Verantwortung für den gesamten Lebenszyklus der von uns vertriebenen Produkte. Dies umfasst die Herstellung, Verwendung und Entsorgung von Materialien und Verpackungen. Unser Fokus auf ausgezeichnete Produktqualität steigert die Möglichkeit langfristiger Nutzung durch die Kunden. Der sparsame Einsatz bzw. die Wiederverwertung von Verpackungen ermöglichen es, unseren Ressourceneinsatz zu optimieren. Wir verpflichten unsere Lieferanten auf die Einhaltung der relevanten international anerkannten Umwelt- und Sozialstandards. Mit nachhaltig und verantwortungsvoll handelnden Lieferanten entwickeln wir langfristige partnerschaftliche Beziehungen – als Grundlage für gemeinsames Wachstum.

MARKETING  S. 29

Als Handelshaus mit dezidiertem Geschäftskunden-Fokus betrachten wir E-Commerce als einen zentralen Kanal unserer Multi-Channel-Strategie. Nicht „entweder oder“, sondern „sowohl als auch“ lautet unsere Maxime für ein Optimum an Kundennutzen und nachhaltiger Effizienz. So achten wir besonders im traditionellen Kataloggeschäft in allen Marketingstufen auf optimierte Ressourcenschonung und Effizienzsteigerung – von der Katalogproduktion bis zum Werbemittelversand. Unser konsequent verfolgter Datenschutz ist ein weiterer Baustein für partnerschaftliche und vertrauensvolle Kundenbeziehungen.

→ „Wir sind davon überzeugt, dass kundenorientiertes und qualitätsgetriebenes Direktmarketing die effizienteste und nachhaltigste Form des B2B-Vertriebs ist.“ ←

MIKE D. SNAPPER
CMO C&H SERVICE
SCORE-VERANTWÖRTLICHER PEG

LOGISTIK  S. 33

Eine ausgefeilte Logistik bildet das Rückgrat des erfolgreichen Versandhandels. Zugleich liegt in der Optimierung der Verkehre und dem nachhaltigen Einsatz von Verpackungen ein relevanter Wirkhebel für Klimaschutz und Ressourcenschonung. Im Vergleich zu mehrstufigen Vertriebssystemen generieren wir im einstufigen Direktvertrieb vom Produzenten zum Endkunden bereits erhebliche Vorteile für die Umwelt. Aber unsere Ansprüche gehen weiter: Von der optimalen Warenverfügbarkeit über kurze Lieferzeiten und unbedingte Termintreue bis zur ständigen Konsolidierung von Lieferungen im Sinne einer optimierten Auslastung von Transportrelationen.

RESSOURCEN & KLIMA  S. 37

Das Handlungsfeld Ressourcen & Klima erstreckt sich über nahezu alle Geschäftsprozesse unseres Unternehmens mit Fokus auf jene Bereiche, in denen möglichst große Einspar- oder auch Entwicklungspotenziale liegen. Moderne Umwelt- und Abfallmanagementsysteme und entsprechende Zertifizierungen sind Anspruch an uns und unsere Geschäftspartner entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

MITARBEITER  S. 40

Wir investieren viel Zeit und Ressourcen in die berufliche Entwicklung und Fortbildung unserer Mitarbeiter, denn sie sind die Träger unseres Erfolgs. Individuelle Entwicklung und faire Erfolgsbeteiligung sorgen bei TAKKT für eine hohe Mitarbeiterbindung. Eine gut entwickelte Unternehmenskultur, gemischte Teams aus erfahrenen und neuen Mitarbeitern sowie attraktive Arbeitszeitmodelle sind Elemente eines zukunftsorientierten Personalmanagements. So finden und binden wir jene Mitarbeiter, die im Zuge des demografischen Wandels immer knapper werden.

→ „Mit SCORE erzeugen wir konzernweit Transparenz und Aufmerksamkeit für nachhaltig verantwortungsvolles Handeln und binden auf diese Weise alle Mitarbeiter ein.“ ←

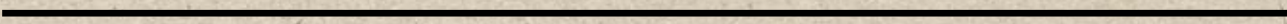
JOACHIM KETTELHACK
LEITER ZENTRALABTEILUNG PERSONAL BEI TAKKT

GESELLSCHAFT  S. 44

Unser gesellschaftliches Engagement basiert auf Selbstverpflichtungen und lokal getragenen Aktivitäten: Unser Compliance-System zielt darauf ab, in allen Standorten weltweit im Einklang mit lokalen Gesetzen und international anerkannten Standards zu wirtschaften. Das konkrete Engagement für soziale Projekte wird von unseren Mitarbeitern getragen. Sie wissen am besten, was an welchem Standort getan werden soll, und organisieren in unseren Tochterunternehmen vor Ort die konkrete ideelle und materielle Unterstützung für lokale Initiativen.

02

HANDLUNGS- FELDER



INHALT:

HANDLUNGSFELDER**UNSERE HANDLUNGSFELDER**

Die Umsetzung unserer nachhaltigen unternehmerischen Verantwortung erfolgt in sechs Handlungsfeldern, die sich aus den drei Säulen der Nachhaltigkeit, unseren strategischen Zielen, der Analyse aller Geschäftsprozesse sowie den Erwartungen unserer Stakeholder ableiten.

SEITE:

25-28



HANDLUNGSFELD EINKAUF

AUF DAUER GUT

SEITE:

29-32



HANDLUNGSFELD MARKETING

FÜR JEDEN DAS RICHTIGE

SEITE:

33-36



HANDLUNGSFELD LOGISTIK

EINFACH EFFIZIENT

SEITE:

37-39



HANDLUNGSFELD RESSOURCEN & KLIMA

NACHHALTIG SPAREN

SEITE:

40-43



HANDLUNGSFELD MITARBEITER

GUTE ZUSAMMENARBEIT

SEITE:

44-46



HANDLUNGSFELD GESELLSCHAFT

VERANTWORTUNG VOR ORT

CR-DIMENSIONEN:



KERNGESCHÄFT



UMWELT



ENGAGEMENT



KERNGESCHÄFT

HANDLUNGSFELD:

EINKAUF

TAKKTAG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

20
12

FAKTEN | EINKAUF

STATUS HEUTE

Mit einem Angebot hochqualitativer Produkte und dem Ausbau umweltfreundlicher und ressourcenschonender Sortimente fördern wir aktiv die Nachhaltigkeit in allen Phasen des Produktlebenszyklus. Als Grundlage für gemeinsames Wachstum setzen wir auf die langfristige und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit verantwortungsvoll und nachhaltig handelnden Lieferanten.

KENNZAHLEN 2011/10

↑ = nimmt zu | ↓ = nimmt ab | × = stagniert

QUALITÄTSREKLAMATIONEN

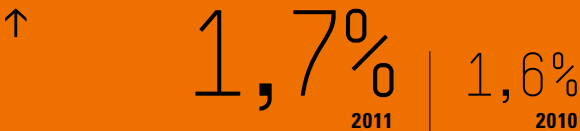
[ANTEIL AN AUFTRÄGEN / IN %]



Der Fokus auf Qualitätsprodukte zahlt sich aus: Reklamationen aus Material- und Funktionsmängeln bewegen sich auf einem sehr niedrigen Niveau.

NACHHALTIGE PRODUKTE

[ANTEIL AM UMSATZ / IN %]



Produkte aus nachhaltigen Materialien oder aus ressourcenschonender Herstellung werden zunehmend in den TAKKT-Sortimenten gelistet.

BUSSGELDER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

[IN €]



In 2011 gab es keinen Vorfall. In 2010 wurde ein Bußgeld aufgrund einer inkorrekten behördlichen Produktklassifizierung in der OEG-EU verhängt.

UMWELTSCHUTZ-SORTIMENTE

[ANTEIL AM UMSATZ / IN %]



TAKKT hat frühzeitig die Chance erkannt, unseren Kunden Produkte anzubieten, die beim Umweltschutz aktiv unterstützen - z.B. Lösungen für Gefahrstoff- und Abfallmanagement.

KERNMASSNAHMEN 2012-2014

- Erfassung CR-Systeme und -Maßnahmen von Lieferanten in allen Sparten
- Ausbau nachhaltiger Produktsortimente in allen Sparten
- Aufbau Lieferantenentwicklungsprogramm mit Nachhaltigkeitszertifizierung
- Anreicherung Lieferantenbewertungssysteme um die Dimension Nachhaltigkeit

ZIELE 2014

- Aufbau eines Zertifizierungssystems für Lieferanten mit Fertigungsstätten in Risikoländern, davon **20%** zertifiziert
- Ausbau Umsatz mit nachhaltigen Produkten auf **5%**



HANDLUNGSFELD EINKAUF

AUF DAUER GUT

→ → → **Die Qualität, die wir unseren Kunden verkaufen wollen, müssen wir vorher erst einkaufen. Doch was hier so trivial klingt, ist eine überaus komplexe Aufgabe, die zugleich den Schwerpunkt unserer nachhaltigen unternehmerischen Verantwortung bildet. Denn für die Qualität der von uns gelieferten Produkte stehen wir ein – mit den Markennamen unserer Tochtergesellschaften und der Reputation von TAKKT.**

PRODUKTLEBENSZYKLUS

Kern der Nachhaltigkeitsstrategie im Bereich Einkauf ist das Management aller Phasen des Produktlebenszyklus. Denn nur ein ganzheitlicher Ansatz kann die Wirksamkeit unserer Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit sichern. Sämtliche Produkte in den TAKKT-Sortimenten durchlaufen die vier Phasen Material → Herstellung → Verwendung → Entsorgung. Das Management dieser Phasen ist eine Kernaufgabe der Einkaufsabteilungen aller TAKKT-Sparten. Für jeden Abschnitt werden Maßnahmen ergriffen, die nicht nur die Qualität unserer Produkte sichern, sondern auch Umweltverträglichkeit, gute Arbeitsbedingungen und die Durchsetzung von Anti-Korruptionsvorgaben gewährleisten sollen. # 14

1. MATERIAL

Ausgangspunkt ist das verwendete Material, bei dessen Auswahl die Hochwertigkeit, Langlebigkeit und Nachhaltigkeit im Mittelpunkt stehen. Wir verpflichten unsere Lieferanten auf die Einhaltung höchster Gesundheits- und Sicherheitsstandards. Und weil TAKKT seine Produkte in zahlreichen Märkten vertreibt, müssen übergreifend alle internationalen und nationalen gesetzlichen Bestimmungen erfüllt sein.

2. HERSTELLUNG

Bei der Herstellung der von TAKKT vertriebenen Produkte sind alle Lieferanten auf Einhaltung der internationalen Arbeits- und Sozialstandards, insbesondere des strikten Verbots von Kinderarbeit, verpflichtet. Wir legen großen Wert darauf, dass diese Vorgaben auch von unseren Lieferanten außerhalb der EU oder Nordamerikas umgesetzt werden, wo lokal unter Umständen weniger strikte Regeln gelten. Neben den Anforderungen sozialer Nachhaltigkeit verlangen wir von unseren Lieferanten zunehmend die Verwendung recyclingfähiger Verpackungsmaterialien.

3. VERWENDUNG

In der Phase Verwendung ist es uns ein Kernanliegen, Produkte mit höchsten Qualitätsansprüchen in allen Sortimenten zu führen. TAKKT-Produkte sind grundsätzlich für den professionellen Dauereinsatz in Unternehmen ausgelegt und unterliegen damit höchsten Ansprüchen bezüglich Funktionalität, Ergonomie, Arbeitssicherheit und Belastbarkeit. Indem sie durch ihre Langlebigkeit zusätzliche Abfälle, Produktionsressourcen und Transporte vermeiden, leisten sie relevante Beiträge zur ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit.

PRODUKTLEBENSZYKLUS

14

1. MATERIAL

Hochwertig, langlebig, nachhaltig

2. HERSTELLUNG

Einhaltung der Umwelt-, Arbeits- und Sozialstandards

4. ENTSORGUNG

Teilweise Rückführung in den Wertstoffkreislauf als Ressource

3. VERWENDUNG

Langlebige Produkte mit höchsten Qualitätsansprüchen





HANDLUNGSFELD EINKAUF

4. ENTSORGUNG

Der Lebenszyklus schließt mit der Entsorgung des Produkts. Aufgrund des hohen Anteils verwertbarer Materialien wie Metall, Holz und recyclingfähiger Kunststoffe können nicht mehr genutzte Produkte dem Wertstoffkreislauf wieder als Ressourcen zugeführt werden. Zudem kommen bis auf sehr wenige, gekennzeichnete Ausnahmen im TAKKT-Sortiment keine Schadstoffe zum Einsatz. Die zukünftig ausschließliche Verwendung recyclingfähiger Verpackungsmaterialien ist ein weiterer Bestandteil nachhaltiger Verantwortung.

QUALITÄTSSICHERUNG

Ein zweiter Pfeiler der Nachhaltigkeit im Handlungsfeld Einkauf ist die Qualitätssicherung unserer Produkte. Denn hohe Qualität führt sowohl zu zufriedenen Kunden als auch zu langer Verwendungsdauer der Produkte und damit zu ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit. Die Verantwortung für konzernweit etwa 175.000 Produkte von über 1.500 Lieferanten zu übernehmen, stellt das Qualitätsmanagement der zentralen Einkaufsorganisationen der TAKKT-Sparten vor anspruchsvolle Herausforderungen. Spezialisierte Mitarbeiter mit hoher Produkterfahrung verantworten entlang definierter und teilweise zertifizierter Zielsysteme die Qualitätssicherung des TAKKT-Sortiments. Ihre Aufgabe lautet, jedes Produkt vor seiner Listung bei TAKKT eingehend auf die Erfüllung bestehender und relevanter Qualitäts- und Sicherheitsrichtlinien sowie gesetzlichen Vorgaben zu prüfen und diese Kriterien in enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten stetig zu verbessern.

→ „Wir bauen das Angebot „grüner“
Produkte systematisch aus.
Aktuell haben wir bereits über 1.100
zertifiziert nachhaltige Produkte
allein im NBF-Sortiment.“ ←

RANDALL R. FARAH
VICE PRESIDENT MERCHANDISING BEI NBF SERVICE
SCORE-VERANTWORTLICHER OEG-AM

Um den hohen Qualitätsansprüchen der Kunden zu genügen, beziehen wir gut drei Viertel unserer Sortimente von regionalen Lieferanten aus der Europäischen Union und Nordamerika. Neben kürzeren Lieferwegen und einem verbesserten ökologischen Fußabdruck garantiert uns diese regional orientierte Beschaffung schnelle Lieferzeiten und eine hohe Flexibilität. Immerhin bestehen heute über zehn Prozent unserer Kundenaufträge aus Sonderwünschen, die wir gemeinsam mit unseren Lieferanten gerne erfüllen.

Die geprüfte Qualität unserer Produkte ermöglicht uns eine kulanter Gewährleistungspolitik. So werden bei TAKKT auch nicht reklamationsfähige Artikel, etwa bei Nichtgefallen, zurückgenommen. Die wenigen Beanstandungen werden vom Vertrieb zentral erfasst und bis zur vollständigen Kundenzufriedenheit zügig abgearbeitet. Die Auswertung aller Rückläufer und Reklamationen ist zugleich wertvolle Quelle für die laufende Verbesserung unserer Sortimente. Mehrjährige Garantiezeiten sind ein weiterer Ausweis unseres Qualitätsversprechens. Garantiefälle werden systematisch erfasst, analysiert und gemeinsam mit den Lieferanten akribisch auf Ursachen untersucht. Die Wirksamkeit dieser Maßnahmen wird durch die Interne Revision überwacht.

LIEFERANTENBEZIEHUNGEN

Als weitere Komponente baut TAKKT auf langfristige und partnerschaftliche Lieferantenbeziehungen, von denen beide Seiten profitieren und nachhaltig miteinander wachsen. Unsere Einkaufsmanager wählen jeden Lieferanten sorgsam aus und bewerten die Zusammenarbeit regelmäßig. Wichtige Kriterien sind hier gleichbleibende Produktqualität, Termintreue, Lieferfähigkeit, Nachhaltigkeit sowie Zertifizierungen eigener Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme. Mit dem Aufbau eines umfassenden Lieferantenentwicklungsprogramms werden Nachhaltigkeitskriterien integraler Bestandteil unserer Lieferbeziehungen.

Umgekehrt bieten wir unseren Lieferpartnern zahlreiche Vorteile. So verschaffen wir ihnen Zugang zu internationalen Märkten und bieten ihnen durch die Darstellung der Produkte in unseren Werbemitteln eine gute Marktpräsenz in hochwertigen Produktumfeldern. Insbesondere mit der Analyse von Sonderanfragen unserer Kunden geben wir den Lieferanten zudem viele Anregungen für die Verbesserung bestehender Produkte sowie für Produktinnovationen. Darüber hinaus entwickeln wir gemeinsam Eigenmarken mit Premium-Charakter sowie „grüne“ Produktlinien, die aus nachwachsenden bzw. recycelten Materialien bestehen und nehmen insgesamt aktiv Einfluss auf nachhaltige Produktdesign- und Produktionsprozesse.

EINKAUFSPROZESSE

In den Einkaufsprozessen der TAKKT-Sparten sorgen klare Anti-Korruptionsrichtlinien für Transparenz und Nachvollziehbarkeit. Es gibt ein umfangreiches Compliance-Handbuch, das konzernweit kommuniziert und durchgesetzt wird. Die transparente und faire Auswahl der richtigen Produkte ist entscheidend für Kundenzufriedenheit und Geschäftserfolg und damit im ureigenen Interesse von TAKKT. Daher werden alle Entscheidungen über Sortimente, Produkte und Lieferanten grundsätzlich in regulären Entscheidungsrunden getroffen. Die jeweils von mindestens zwei Produkt-Managern ausgehandelten Konditionen werden ausschließlich in standardisierten Verträgen vereinbart und abschließend von der Sparten-Geschäftsführung freigegeben. Zum Schutz vor Unregelmäßigkeiten jeglicher Art prüfen Einkaufscontroller die unbedingte Einhaltung aller Verfahrensregeln.



HANDLUNGSFELD EINKAUF

REKLAMATIONEN

AUS SCHADEN WIRD MAN BESSER

TAKKTAG
 BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

Wenn bei Anne Stearns von National Business Furniture (NBF) eine Kunden-Reklamation ankommt, müssen auch andere wichtige Sachen mal einen Moment warten. Der Kunde, ein Architekturbüro aus Athens, hat bei der kostenlosen Hotline einen Metall-Aktenschrank reklamiert, bei dem die Seitenwand eingedrückt ist. „Normalerweise kommen bei uns allenfalls mal leichte Transportbeschädigungen rein, doch wenn, wie hier, ernsthaft etwas kaputt ist und der Kunde sein Produkt dringend braucht, dann verfolge ich die Angelegenheit mit Hochdruck“, sagt die resolute Managerin. Bei kleineren Reklamationen versucht sie normalerweise den Kunden mit einem Rabatt zufrieden zu stellen, in diesem Fall veranlasst sie jedoch unverzüglich den Austausch des beschädigten Aktenschanks durch einen neuen. Zum Glück sind es vom NBF-Lager in Atlanta nur 60 Meilen bis nach Athens, so dass der neue Aktenschrank bereits am nächsten Tag beim Kunden angeliefert werden kann.

Nachdem damit geklärt ist, wie das Problem des Kunden schnellstmöglich gelöst werden kann, geht es bei NBF in Milwaukee an die Ursachenforschung. „In unserem Reklamationssystem werden alle Fälle erfasst und nachverfolgt; das geschieht übrigens konzernweit“,

betont Anne Stearns. Der beschädigte Aktenschrank kommt auf die sogenannte „Action List“, wenn weitere Transportschäden anfallen. Kollegen vom Einkauf und der Qualitätssicherung suchen dann gemeinsam mit den Lieferanten und Logistikpartnern nach der Schadensursache. Würden demnach weitere Reklamationen häufen, nähme Jeff Spotts, Qualitätsmanager bei NBF, umgehend Kontakt mit dem Lieferanten auf. „Obwohl unsere sensiblen Produkte beim Transport auf dem LKW sorgfältig gesichert werden, lassen sich Schäden nicht gänzlich ausschließen“, erklärt Spotts. „Bei Schadenshäufungen überlegen wir dann gemeinsam mit dem Lieferanten, wie wir die Verpackung optimieren können - in diesem Fall etwa die Verstärkung der Kartonagen an den Seiten. Das entspricht unserem Verständnis: Aus Schaden lernen und es zukünftig besser machen.“

Die Architekten haben ihre Aktenschränke rechtzeitig erhalten und können pünktlich in ihr neues Büro einziehen. Sie sind mit dem schnellen Service hoch zufrieden. „Wir haben hier zwar kein rotes Telefon“, meint Anne Stearns verschmitzt, „aber Reklamationen und Garantiefälle haben bei uns einfach oberste Priorität“.

EIGENMARKEN

GRÜN GEHT GUT -
DIE TOPDEQ-MARKE SIGNATOP
signatop
TopdeQ
 Design your work

Mit ihrer Exklusivmarke signatop zeigt die TAKKT-Tochter Topdeq, wie sich langjähriger Nutzwert, zeitloses Design und hervorragende Ergonomie mit hoher Umweltverträglichkeit verbinden lassen:

- Für alle signatop-Systemmöbel wird zu 100 Prozent zertifiziertes Holz der Gütesiegel FSC und PEFC verwendet. Die eingesetzten Stahlbestandteile sind pulverbeschichtet und vollständig recyclingfähig.
- Die signatop-Bürodehstühle sind von 80 bis zu 95 Prozent recyclingfähig. Der Xtreme Bezugstoff des Sit-Go trägt zudem das EU Eco-Label für den Einsatz umweltverträglicher Textilien.
- Die Circonia-Leuchten der Signatop-Kollektion sind mit Power-LEDs ausgestattet. Bei einer Lebensdauer von bis zu 100.000 Arbeitsstunden und minimaler Wärmeabstrahlung bieten sie einen extrem niedrigen Stromverbrauch von nur fünf Watt je Power-LED.

Seit der Einführung 2010 ist der Umsatz im signatop-Segment beständig auf 2,5 Mio. Euro gewachsen. Das zeigt: Grüne Macken gehen gut.



HANDLUNGSFELD EINKAUF

UMWELTPRODUKTE

UMWELTSORTIMENTE BEI TAKKT



KAISER+KRAFT sowie C&H bieten professionelle Lösungen für Gefahrstoffe, Reinigung und Abfallsammlung an, die unseren Kunden helfen, umweltfreundlich zu agieren. Beispielhafte Produkte sind hier Auffangwannen, Fässer und Wertstoffsammler. Diese ab 2001 etablierten Produktgruppen zählen mittlerweile zu den erfolgreichsten in den Sortimenten und tragen überproportional zum Umsatzwachstum bei.

QUALITÄTSMANAGEMENT

QUALITÄTSMANAGEMENT BEI KAISER+KRAFT



Die Business Equipment Group (BEG) ist mit rund 1,1 Millionen Kunden und über 900 Mitarbeitern in mehr als 20 europäischen Ländern sowie China und Japan die größte und profitabelste Sparte der TAKKT-Gruppe. Das Sortiment der BEG, zu der die Marken KAISER+KRAFT, gaerner, Gerdmans, KWESTO, Certeo und Quip24 gehören, umfasst rund 55.000 Produkte – vom Abfalleimer über Regalsysteme bis hin zu mobilen Kränen. Die Eigenmarken EUROKRAFT, OFFICEAKTIV und Quipo stehen für höchste Qualität von Büro-, Betriebs- und Lagerausstattungen. Auf Anfrage werden zudem Sonderanfertigungen, Kleinserien und Produkte im Corporate Design des Kunden entwickelt.

Das ISO 9001-zertifizierte Qualitätsmanagement der BEG folgt entlang von Prozessen, Produkten und Lieferanten der gesamten Lieferkette und wird jährlich durch den TÜV SÜD auditiert. Flankiert durch das Einkaufscontrolling ist der Produktmanager hier die zentrale Figur. Gemeinsam erörtern sie Kennzahlen, erarbeiten Maßnahmen und vereinbaren verbindliche

Ziele. Das Erreichen der Qualitätsziele ist an ein Prämiensystem für die Produktmanager gekoppelt (Management by Objectives). Die Lieferantenbewertung erfolgt nach den Kriterien Qualität (Anzahl der Reklamationen), Innovationsfähigkeit (Anzahl neuer Artikel) und Liefertreue (Anzahl verspäteter Lieferungen). Alle Lieferanten haben Zugriff auf eine Online-Plattform, auf der sie tagesaktuell ihre Leistungsdaten bis hin zu einzelnen Kundenreklamationen einsehen können. Übertreffen sie die mit der BEG vereinbarten Ziele, erhalten sie einen Bonus; werden diese unterschritten, zahlen sie einen Malus, der stets für einem guten Zweck gespendet wird.

Die Business Equipment Group beabsichtigt, ihre Lieferantenbewertung um das Kriterium der nachhaltigen unternehmerischen Verantwortung zu erweitern. Eine erste umfassende Erhebung bei allen Lieferanten zu den dort etablierten CR-Systemen und -Prozessen wurde bereits durchgeführt. # 15

QUALITÄTSMANAGEMENT ALS SCHLÜSSELPROZESS

15

MASSNAHME

VERANTWORTLICHER

Musterfreigabe Neuartikel

Produktmanager

QS Erstanlieferung

QS Lager

Reklamationserfassung (inkl. Belastungen)

Vertrieb

Artikelbasierte Reklamationsbearbeitung

Produktmanager

Lieferantenbewertung

Produktmanager

Lieferantenanreizsystem Bonus/Malus

Einkaufscontrolling

Produktmanager-Prämiensystem

Einkaufscontrolling



KERNGESCHÄFT

HANDLUNGSFELD:

MARKETING

TAKKTAG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

20
12

FAKTEN | MARKETING

STATUS HEUTE

Erstmals wurde eine CO₂-Bilanz für den Druck und Verbrauch aller Werbemittel von TAKKT erstellt. Die Werbemittel werden in Deutschland CO₂-kompensiert über den Go-Green-Service von DHL versendet. Investitionen zur Optimierung unseres Marketingmix wurden und werden getätigt mit dem Nebeneffekt eines reduzierten Papierverbrauchs.

KENNZAHLEN 2011/10

↑ = nimmt zu | ↓ = nimmt ab | X = stagniert

WELTWEIT VERSENDETE PRINTWERBEMITTELSEITEN

(IN MRD.)



Die permanente Optimierung der Kundenansprache einerseits sowie die seit Mitte 2010 neu ausgerichtete Katalogstrategie bei Topdeq andererseits führen 2011 zu sinkenden Auflagen. Gut 18% der Werbemittel werden CO₂-kompensiert versendet.

UMSATZANTEIL E-COMMERCE

(IN %)



Der mittelfristige Trend, Aufträge zunehmend über elektronische Bestellwege wie Webshops oder E-Procurement-Systeme abzuwickeln, setzt sich auch in 2011 fort.

PAPIERVERBRAUCH

(IN TAUSEND TONNEN)



Der Papierverbrauch sinkt unterproportional zu den versendeten Seiten. Dies beruht auf dem Einmaleffekt, dass bestimmte Werbemittel, die im Jahr 2012 versendet werden, erstmalig bereits im Jahr 2011 produziert wurden.

PAPIERVERBRAUCH / UMSATZ

(IN TONNEN PAPIER PRO MIO. € UMSATZ)



Durch die konzernweit optimierte Kundenansprache sowie die neu ausgerichtete Katalogstrategie bei Topdeq sinkt der relative Papierverbrauch deutlich.

ANTEIL ZERTIFIZIERTER PAPIERE

(IN %)



TAKKT setzt seit Jahren auf Papiere, die zunehmend aus zertifiziert nachhaltigen Quellen stammen (FSC, PEFC).

CO₂-VERBRAUCH / KG PAPIER

(IN KG PRO KG PAPIER)



Durch eine optimierte Papierauswahl sowie eine effizientere Werbemittelproduktion konnte der relative CO₂-Verbrauch in den vergangenen Jahren verbessert werden.

KERNMASSNAHMEN 2012–2014

- Wachsender Anteil aus zertifiziert nachhaltigen Papierquellen (PEFC, FSC)
- Zielvereinbarungen mit Partnern zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes pro Tonne Papier
- Weitere Verbesserung der Kundenansprache durch optimierten Mix von Marketingkanälen

ZIELE 2014

- Papierverbrauch pro Mio. € Umsatz: Reduzierung um mindestens **5%**
- **85%** aus zertifiziert nachhaltigen Papierquellen (PEFC, FSC)
- Reduzierung CO₂-Verbrauch pro Tonne Werbemittel-Papier um mindestens **5%**



HANDLUNGSFELD MARKETING

FÜR JEDEN DAS RICHTIGE

→ → → **Kunden individuell und punktgenau mit den Informationen zu versorgen, die sie für die optimale Beschaffung ihrer Geschäfts- und Büroausstattungen benötigen, ist im Marketing unser höchster Anspruch. Doch jeder Kunde ist anders: Der eine will sich mittels ansprechender Kataloge durch das volle Sortimentsangebot begleiten lassen, der andere bevorzugt die interaktive Suche und Auswahl über unsere Online-Plattformen. Mit einer diversifizierten Multi-Channel-Strategie wird TAKKT den Bedürfnissen aller Zielgruppen gerecht.**

FOKUS KUNDENZUFRIEDENHEIT

Der Fokus im Marketing liegt auf Kundenzufriedenheit, Effizienzsteigerung und Ressourcenschonung in allen Marketingstufen von der Selektion über die Produktion bis zum Werbemittelversand. Dafür folgen wir einer kundenorientierten, hoch diversifizierten Mehrmarken- und Multi-Channel-Strategie. Wir bei TAKKT sind davon überzeugt, dass qualitätsgetriebenes Direktmarketing die effizienteste und nachhaltigste Form des Vertriebs von Geschäftsausstattung ist. Alle Konzernsparten verfügen über eigene Marketing-Abteilungen mit erfahrenen Spezialisten. Ein breit gefächertes Angebot an Qualitätsprodukten und -sortimenten, effektive Bestellsysteme, die Beratungskompetenz der Vertriebsmitarbeiter und ein kulantales Rückgaberecht ermöglichen es unseren Zielgruppen, ihre Beschaffung so einfach wie möglich zu gestalten und dabei zugleich ihre Transaktionskosten zu reduzieren. Wir verzichten auf schnelle Geschäfte mit Produkten geringer Qualität und zweifelhafter Herkunft ebenso wie auf aggressive oder marktschreierische Vertriebsverfahren und Rabattaktionen.

Regelmäßige Kundenbefragungen und ein weltweit einheitlich strukturiertes Qualitätssicherungssystem für die effiziente Bearbeitung von Reklamationen helfen zudem, unsere Produkt- und Servicequalität beständig zu verbessern.

CHANNEL-STRATEGIEN

Eine zentrale Herausforderung besteht darin, Kunden unterschiedlicher Größen und Bedürfnisprofile optimal zu bedienen. # 16

- So werden Großkunden in der Regel intensiv durch Key Account Manager betreut und auf Wunsch mit elektronischen Beschaffungssystemen direkt mit uns vernetzt. Neben den reinen Produktkosten werden bei diesen Kunden auch die Prozesskosten für Suche, Auswahl, Bestellung und Abrechnung ihrer Ausstattungen analysiert.
- Mittelgroße Kunden bevorzugen hingegen meist eine individuell skalierbare Form der Prozesskostenoptimierung und nutzen hierzu alle Kanäle vom Katalog bis hin zum Webshop.

- Viele kleinere Unternehmen und Neukunden kaufen sporadischer und orientieren sich primär am Produktpreis. Sie wählen daher überwiegend den Weg der reinen Online-Beschaffung über unsere Web-only-Vertriebsmarken.

TAKKT: CHANNEL-STRATEGIEN		# 16
WEB-ONLY-MARKEN	MULTI-CHANNEL-MARKEN	
Reines Internetgeschäft	Katalog & Webshop	Katalog & E-Procurement & Key Accounts
KLEINERE KUNDEN	MITTELGROSSE KUNDEN	GROSS-KUNDEN
↓	↓	
„LAUFKUNDEN“, neue, zusätzliche Kundenbasis	wiederkaufende „STAMMKUNDEN“	

Auch zukünftig werden unsere Kunden die ganze Breite unserer Vertriebsmedien nutzen. Ziel ist es, die Vorteile der verschiedenen Vertriebskanäle stärker zu verknüpfen. So entwickeln sich die Kataloge zunehmend vom klassischen Bestellmedium zum Einkaufsratgeber. Hier können weiterführende Produktinformationen (z.B. Videos, 360-Grad-Ansichten) in den Webshops der jeweiligen Vertriebsmarken einen Zusatznutzen schaffen. Zugleich können dort Bestellungen einfach und effizient online abgewickelt werden.

Der möglichst ressourcenschonende und effektive Einsatz unserer Werbemittel hat schon aufgrund der finanziellen Bedeutung der Ausgaben für Direktmarketing hohe Priorität. Rund zehn Prozent vom Umsatz gibt TAKKT jährlich hierfür aus. Ein Großteil entfällt dabei auf die Produktion, Selektion und den Versand gedruckter Werbemittel. Jedoch verlagern sich die Ausgaben seit einigen Jahren kontinuierlich zugunsten der Online-Marketingkanäle (aktueller Anteil ca. 15 Prozent der Marketingausgaben).


HANDLUNGSFELD MARKETING
EFFIZIENTER RESSOURCENEINSATZ

Ein bedeutender Hebel ist die konsequente Vermeidung unnötiger Werbemittel. Die Kunden mit der optimalen Auswahl von Marketingkanälen zu bedienen ist dabei das zentrale Ziel. Daher investieren wir von jeher in leistungsstarke IT-getriebene Analyseinstrumente und hochqualifizierte Mitarbeiter, um unseren Marketingmix weiter zu verbessern.

Mit der gezielteren Ansprache der Kundengruppen über abgestimmte Marketingkanäle verändert sich unser Marketingmix. Neben klassischen papierbasierten Werbemitteln gewinnt die elektronische Werbung zunehmend an Bedeutung. Der steigende Anteil digitaler Bestellwege verdeutlicht diese Entwicklung. So erzielten wir 2011 über elektronische Bestellungen 21,3 Prozent unseres Gesamtumsatzes (Vorjahr: 19,4 Prozent). Als erfreuliche Konsequenz sind die Auflagen der Papierwerbmittel in den letzten Jahren kontinuierlich gesunken.

→ siehe „Kataloge, die gut ankommen“, S. 31

Dort, wo Papierwerbmittel auch heute noch unverzichtbar sind, legen wir großen Wert auf eine ressourcenschonende Produktion. So werden die Kataloge der Tochtergesellschaften von TAKKT mittlerweile überwiegend aus Papieren mit FSC- oder PEFC-Zertifikaten produziert.

Die Nutzung von chlorfrei gebleichtem Papier und CO₂-reduzierten Herstellmethoden der Werbemittel leistet ein weiteres. Darüber hinaus binden wir auch unsere Partner in unsere Ziele ein und werden mit den Druckereien Zielvereinbarungen zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes pro Tonne Papier vereinbaren. # 17

→ siehe „Tonnenweise Verbesserungen“, S. 32

Schlussendlich tun wir auch unser Bestes, um den Versand der Werbemittel so ressourcenschonend wie möglich zu gestalten. So nutzen wir bereits in Deutschland mit dem Go-Green-Service der DHL die Möglichkeit eines CO₂-kompensierten Versands.

→ www.deutschepost.de/gogreen

SIEGEL FÜR NACHHALTIGKEIT
17
FSC

FOREST STEWARDSHIP COUNCIL

Die Förderung einer nachhaltig tragfähigen Bewirtschaftung von Wäldern ist das Ziel des Forest Stewardship Council (FSC). Die unabhängige, gemeinnützige Nichtregierungsorganisation wurde 1993 gegründet und ist in über 80 Ländern vertreten. Produkte mit FSC-Label stehen für die Nutzung der Wälder gemäß den sozialen, ökonomischen und ökologischen Bedürfnissen und für einen verantwortungsvollen Umgang mit Recyclingmaterialien.

Durch den Einsatz FSC-zertifizierter Materialien in unseren Produkten tragen wir bei TAKKT zum verantwortlichen Umgang mit den globalen Waldressourcen bei.

WEITERE INFORMATIONEN

www.fsc-deutschland.de
PEFC

PROGRAMME FOR THE ENDORSEMENT OF FOREST CERTIFICATION SCHEMES

PEFC ist ein transparentes und unabhängiges Zertifizierungssystem zur Sicherstellung einer nachhaltigen Waldbewirtschaftung und versteht sich als eine Art „Wald-TÜV“ mit dem Ziel, weltweit die Waldnutzung und -pflege zu verbessern. PEFC ist die Abkürzung für die englische Bezeichnung „Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes“, also ein „Programm für die Anerkennung von Forstzertifizierungssystemen“.

Das von der TAKKT-Gruppe verwendete Papier mit PEFC-Siegel stammt nachweislich aus ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltiger Forstwirtschaft.

WEITERE INFORMATIONEN

www.pefc.de



HANDLUNGSFELD MARKETING

WERBEMITTEL

KATALOGE, DIE GUT ANKOMMEN

TAKKTAG
 BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

Nichts ist für unsere „Marketer“ schlimmer, als Werbemittel zu versenden, die keiner haben will. Denn sie verschwenden nicht nur Ressourcen für Herstellung und Transport und verursachen unnötige Kosten – sie gehen vor allem am Bedarf der Kunden vorbei. Im Fokus unser Direktmarketing-Aktivitäten stehen daher die Kundenbedürfnisse. Wir versuchen systematisch zu erfahren, wie sie einkaufen, welche Medien sie bevorzugt nutzen und welche Art von Angeboten sie als hilfreich und wertvoll betrachten. Entscheidend ist dabei die Auswahl der richtigen Kontaktperson, sodass die Kataloge an die Ansprechpartner versendet werden, die unsere Produkte verwenden oder über deren Beschaffung entscheiden. Zentrale Aufgabe unserer Vertriebsmitarbeiter ist es daher, die Adressdaten auf einem aktuellen Stand zu halten. Die hohe Qualität unserer Adressdatenbanken zeichnet uns gegenüber unseren Wettbewerbern aus und wird durch Schulungen und ein umfangreiches Manage-

mentsystem sichergestellt. Neben ausgeklügelten Kundendatenbanken bedarf es hierzu vor allem einer breiten Erfahrung und eines guten Gespürs für die Bedürfnisse der Kunden. Auf diese Weise können wir unsere Qualitäts-Sortimente glaubhaft und faktenorientiert bewerben, proaktiv über neue Produkte und besondere Angebote informieren und unsere Kunden bei der Suche und Auswahl des richtigen Produkts gezielt unterstützen. Und wir sparen Papier, Druckfarben, Versandverpackungen und CO₂-Emissionen für die Zustellung in relevanten Mengen.

Weil unsere aufwendig produzierten Kataloge und Mailings aber zugleich auch Visitenkarten von TAKKT sind, sorgen wir dafür, dass sie beim Empfänger stets intakt ankommen. Denn nur wer hochwertige Werbemittel erhält, ist auch bereit, der hohen Qualität unserer Produkte und Lieferprozesse zu vertrauen.

KUNDENDATEN

EINE FRAGE DES VERTRAUENS

TAKKTAG
 BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

Um unsere B2B-Kunden bestmöglich mit Produkten und Services bedienen zu können, sind wir auf ausgewählte Informationen angewiesen. Unsere Kunden vertrauen uns diese Daten an und verlassen sich dabei auf einen sensiblen und sicheren Umgang mit ihnen.

Wir bei TAKKT stärken dieses Vertrauen, indem wir konzernweite Informationssicherheitsrichtlinien für die IT-Nutzer eingeführt haben. Darüber hinaus wurden umfangreiche Sicherheitsvorkehrungen getroffen:

- Jeder TAKKT-Mitarbeiter, der mit Kundendaten in Berührung kommt, verpflichtet sich mit seiner Unterschrift zu datenschutzkonformem Handeln.
- Ein umfangreiches Benutzerrechte-System begrenzt und überwacht den Zugang zu sensiblen Kundendaten. Über die administrative Zugriffskontrolle wird genau gesteuert, welche Benutzer welche Dateien und Verzeichnisse lesen, schreiben, ändern oder ausführen dürfen.
- Die Kreditkartendaten unserer Kunden werden nach den hohen Sicherheitsstandards der Kreditkartenindustrie verarbeitet. Kreditkartennummern werden grundsätzlich verschlüsselt gespeichert und sind nicht vollständig einsehbar.
- Zur Abschreckung bzw. Nachverfolgung von Datendiebstahl nutzen wir moderne Kontrolladresssysteme mit Adressen, die so verändert wurden, dass sie zwar postalisch zustellbar bleiben, aber eindeutig einer bestimmten Kundendatenbank zuzuordnen sind.
- Alle IT- und Webshop-Architekturen sowie Backup-Systeme bei TAKKT werden durch performante Firewalls geschützt und regelmäßig in Audits und externen Penetrations- und Stresstests überprüft.



HANDLUNGSFELD MARKETING

CO₂-FUSSABDRUCK

TONNENWEISE VERBESSERUNGEN



In Kooperation mit der Münchner Klimaschutzberatung ClimatePartner hat TAKKT den Papierverbrauch und den damit verbundenen CO₂-Fußabdruck für alle Druck-erzeugnisse der Jahre 2011/10 erhoben. Gedruckte Werbemittel wie Kataloge sind im Direktmarketing das zentrale Medium der Kundenansprache. Mit der weltweiten Erfassung wurde eine detaillierte Übersicht über alle papier- und druckbezogenen CO₂-Emissionen gewonnen. Wichtig war zudem die Erfassung der Anteile der verwendeten Papiersorten aus konventionellem und nachhaltigem Holzanbau [FSC/PEFC].

Die Ergebnisse können sich bereits sehen lassen: In 2011 wurden konzernweit 15,6 Milliarden Print-Werbeseiten produziert und versendet (2010: 17,1). Insgesamt konnte der Gesamtpapierverbrauch um über 500 t oder 1,7 Prozent gesenkt werden. Der Anteil zertifizierter Papiere konnte gegenüber dem Vorjahr von 44,8 Prozent auf 57,0 Prozent gesteigert werden. Der relative Papierverbrauch betrug 34,9 Tonnen pro Million Euro Umsatz, dies entspricht einem Rückgang von 7,4 Prozent gegen-

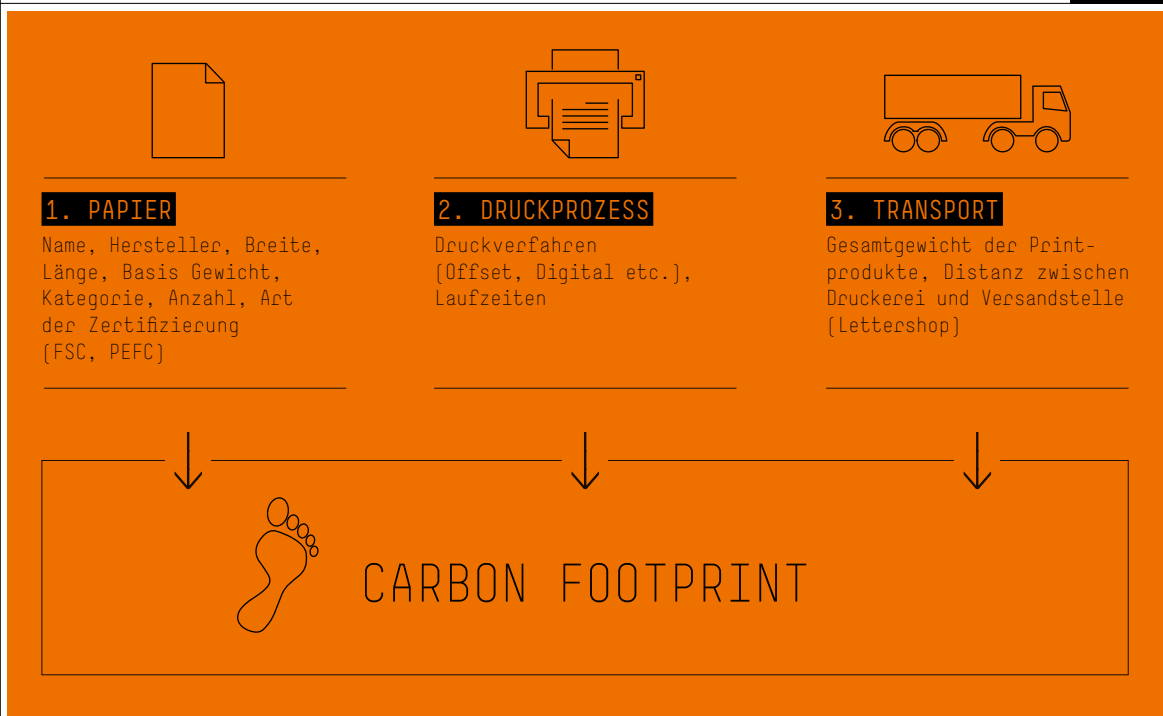
über dem Vorjahr. Die Ursachen für diese positive Entwicklung liegen zum einen im wachsenden Anteil digitaler Marketingkanäle und zum anderen in der ständigen Optimierung und Anpassung der Marketingstrategie. Darüber hinaus erreichen wir durch die intensive Abstimmung mit unseren Druckpartnern weitere Einsparungen beim Materialeinsatz und Druckprozess.

In der Erfassung ihres globalen Papierverbrauchs und der Umstellung auf nachhaltige Quellen liegen für TAKKT wichtige Ansatzpunkte, um weitere Verbesserungspotenziale zu identifizieren und die CO₂-Emissionen durch umweltfreundliche Materialien und Druckverfahren stetig zu reduzieren. Zugleich haben wir auf Basis dieser Daten eine verlässliche Entscheidungsgrundlage für CO₂-Kompensationen durch zertifizierte Klimaschutzprojekte geschaffen.

In den kommenden Jahren wollen wir den Anteil zertifiziert nachhaltig erzeugter Papiere auf über 85 Prozent steigern. # 18

EINFLUSSFAKTOREN BEI DER PRODUKTION VON PRINT-WERBEMITTELN

18



Bei der Produktion von Printmedien sind drei Haupteinflussfaktoren relevant für die Messung der CO₂-Emissionen. Diese wurden für alle Printprojekte erhoben.



KERNGESCHÄFT

HANDLUNGSFELD:

LOGISTIK

TAKKTAG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

20
12

FAKTEN | LOGISTIK

STATUS HEUTE

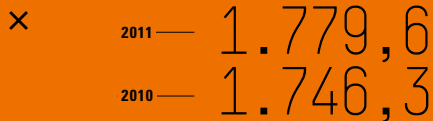
Der einstufige Direktvertrieb für Geschäftsausstattung ist für unsere Kunden nicht nur effizient, er ist auch nachhaltig, denn durch den Wegfall weiterer Transportstufen können Emissionen vermieden werden. Durch die professionelle Auftragsabwicklung, moderne Lagerstandorte und den optimalen Einsatz von Transportdienstleistern mit hohen Umweltstandards können wir weitere Nachhaltigkeitspotenziale ausschöpfen.

KENNZAHLEN 2011/10

↑ = nimmt zu | ↓ = nimmt ab | × = stagniert

BEARBEITETE BESTELLUNGEN VOM TAKKT-LOGISTIKSYSTEM

(IN TSD.)



Die Anzahl der abgewickelten Bestellungen belegt eindrucksvoll die hohe Leistungsfähigkeit der TAKKT-IT- und Logistiksysteme.

LAGERFLÄCHE WELTWEIT

(IN QM)



Die Grundfläche entspricht etwa 43 Fußballfeldern. Gegenüber dem Vorjahr hat TAKKT 2011 keine zusätzlichen Kapazitäten aufgebaut.

LAGERBESTÄNDE

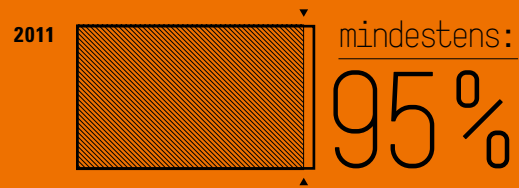
(IN MIO. €)



Zur Gewährleistung einer optimalen Warenverfügbarkeit werden Lagersortimente kontinuierlich ausgebaut.

SERVICE-FULFILLMENT PRO LAGER

(IN %)



Diese Zielvorgabe für jeden TAKKT-Logistikmanager besagt, dass für mindestens 95% aller Lagerbestellungen verfügbare Bestände zum Versand bereitgehalten werden müssen.

KERNMASSNAHMEN 2012–2014

- Forcierung von Energiesparmaßnahmen
- Messung des CO₂-Ausstoßes unserer Logistikpartner

ZIELE 2014

- Angebot von CO₂-kompensierten Versandwegen



EINFACH EFFIZIENT

→ → → **Transporte so effizient und umweltgerecht wie möglich zu gestalten, ist heute eine Frage ökonomischer wie ökologischer Vernunft. Wenn Umweltverträglichkeit mehr und mehr zum wettbewerbsrelevanten Qualitätskriterium im Handel wird, dann ist die Reduktion von Schadstoffemissionen und anderen Umweltbelastungen in jeglicher Hinsicht unerlässlich.**

Lagerung und Versand von Produkten stehen im Kern des Geschäfts von TAKKT und sind daher auch wesentlich beteiligt am Ressourcenverbrauch und am CO₂-Ausstoß des Konzerns. Das professionelle Management von Lagersystemen und Transportlogistik sehen wir als eine unserer Kernkompetenzen, sodass wir insbesondere in diesen Bereichen konzernweit ein breites Spektrum an Aktivitäten verfolgen, um mit umweltgerechten und ressourceneffizienten Prozessen und einer optimierten Netzwerk- und Lagerstrategie CO₂-arme Logistiklösungen zu ermöglichen.

Im Bereich Transport arbeiten wir analog zu unseren Lieferantenbeziehungen ausschließlich in gewachsenen Kooperationen mit professionellen Logistikdienstleistern. Sie garantieren uns moderne Fahrzeugflotten und zuverlässige Umweltmanagementsysteme nach zertifizierten Standards. Beispielsweise nehmen alle kontrahierten US-Spediteure am SmartWay-Programm der US-Regierung teil und unterziehen sich damit einem Umwelt-Benchmarking. # 19

SMART WAY

19



www.epa.gov/smartway/index.htm

Mit unserer Lagerstrategie sind wir außerordentlich schlank aufgestellt und arbeiten täglich daran, unsere Logistik- und Lagerprozesse bei Aufrechterhaltung höchster Dienstleistungsqualität zu verbessern. Alle Lagerstandorte von TAKKT zeichnen sich durch modernste Ausstattung aus und entsprechen neuesten baulichen Standards. Gebäudeisolierungen und energieeffiziente Beleuchtungssysteme ermöglichen geringe Energieverbräuche und vermeiden CO₂-Emissionen. Damit leisten sie weltweit relevante soziale, ökologische und ökonomische Wertbeiträge für die nachhaltig unternehmerische Verantwortung von TAKKT.

Die Tochtergesellschaften von TAKKT bevorraten in ihren Zentrallagern alle Teilsortimente mit hoher Umschlagshäufigkeit. Außerdem werden Artikel vorgehalten, für die Marketing-Aktionen geplant sind und entsprechend erhöhte Absätze zu erwarten sind. Die Vorteile für unsere Kunden sind eine hohe Warenverfügbarkeit und damit kurze Lieferzeiten durch standardisierte Prozesse in der Auftragsabwicklung. Mit unserer Lagerstrategie können wir auch die Abwicklung vieler kleiner Einzelaufträge bündeln und somit sowohl auf unserer Seite als auch lieferantenseitig Prozessaufwände optimieren. Teile unseres Sortiments werden über sogenannte Streckengeschäfte abgewickelt, bei denen unsere Zulieferer als Hersteller die Waren direkt an die Endkunden liefern. Durch diese Kombination sparen wir Emissionen und realisieren relevante Kostenvorteile.

→ „Die tägliche Weiterentwicklung unserer Logistik- und Lagerprozesse ist der Schlüssel zur Erhöhung unserer Dienstleistungsqualität.“ ←

ANDREAS KRÜGER

GESCHÄFTSFÜHRER LOGISTIK KAISER+KRAFT EUROPA
SCORE-VERANTWORTLICHER BEG

Aufgrund hoher Bau- und Sicherheitsstandards hatten wir in den Jahren 2011/2010 eine sehr niedrige Anzahl an Arbeitsunfällen. Unsere umfangreichen Arbeitssicherheitsrichtlinien, regelmäßige Trainings sowie Meldesysteme für Arbeitsunfälle an allen Standorten entsprechen den gesetzlichen Bestimmungen und übertreffen diese oft.



HANDLUNGSFELD LOGISTIK

VERSANDHANDEL

DER DIREKTE WEG ZUM KUNDEN



Der Direktvertrieb von Betriebs- und Geschäftsausstattungen im Versandhandel bietet Geschäftskunden nicht nur Vorteile durch die Transparenz in der Vorauswahl hochqualitativer Produkte, sondern auch durch schnelle Lieferzeiten und einfache Bestellwege. Am Beispiel unserer Tochtergesellschaft KAISER+KRAFT Deutschland haben wir untersuchen lassen, wie es um die CO₂-Effizienz von einstufigen Versandhandelsangeboten (Distanzhandel) im Vergleich zu zweistufigen stationären Handelssystemen steht. Prof. Dr. Dick Lohre und sein Team vom Institut für Nachhaltigkeit in Verkehr und Logistik der Hochschule Heilbronn haben die Studien angefertigt.

HERR PROFESSOR LOHRE, WAS IST DAS ZENTRALE ERGEBNIS IHRER STUDIE?

■ **Dick Lohre:** Auf den Punkt gebracht ist der einstufige Distanzhandel für Geschäftsausstattung im Vergleich mit zweistufigen Handelssystemen in der logistischen Abwicklung eindeutig CO₂-effizienter, und zwar mindestens um den Faktor 1,5.

WARUM „MINDESTENS“?

■ **Dick Lohre:** „Mindestens“ deshalb, weil wir sämtliche Annahmen konservativ getroffen und durchweg zugunsten des zweistufigen Modells ausgelegt haben. Dies betrifft beispielsweise Distanzen und Auslastungen in den Hauptläufen zur Versorgung lokaler Niederlassungen und die Treibstoffverbräuche bei den Einkaufsfahrten der Kunden.

WIE ERKLÄREN SIE SICH DIESEN UNTERSCHIED?

■ **Dick Lohre:** Beim Vertrieb durch mehrstufige Handelssysteme beliefert ein Hersteller seinen Großhändler, der seinerseits verschiedene lokale

Niederlassungen bedient. Der Endkunde fährt zu dieser Niederlassung und gegebenenfalls mit den dort erworbenen Produkten zurück zum Unternehmen. Neben dem Zwischentransport zur Niederlassung fällt hier vor allem auch die Leerfahrt des Kunden als Emissionsquelle ins Gewicht. Im einstufig organisierten Versandhandel werden durch den Wegfall von Transportstufen CO₂-Emissionen vermieden.

UND DER VERSANDHANDEL?

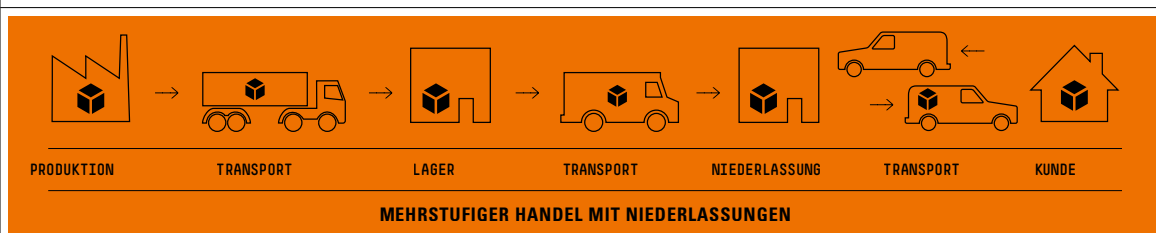
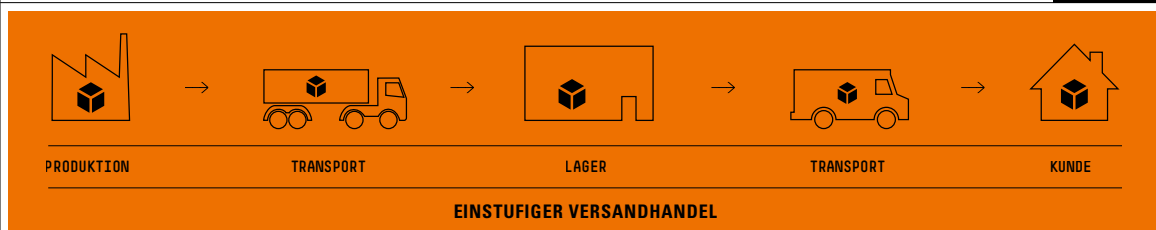
■ **Dick Lohre:** Hier fallen mehrere Fahrten weg, auf denen sonst Schadstoffe ausgestoßen werden. Vorteilhaft ist insbesondere die routen- und auslastungsoptimierte Lieferung der Ware. Wenn die Auslieferung wie bei KAISER+KRAFT über externe Logistikdienstleister erfolgt, die pro Tour mehr Ware gleichzeitig ausliefern, vermindert das den Emissionsanteil pro Paket bzw. Palette.

GIBT ES WEITERE GRÜNDE?

■ **Dick Lohre:** Die Niederlassungen in mehrstufigen Handelssystemen verfügen in der Regel über geringe Sortimentsbreiten. Um den Bedarf aus anderen Sortimentsgruppen zu decken, kann das gegebenenfalls zu weiteren Kundenfahrten führen. Der einstufige Versandhandel verfügt zudem über eine zentrale Infrastruktur. Der Verzicht auf umfangreichen Vertriebsaußendienst und lokale Niederlassungen reduziert den Energieverbrauch der Prozesskette und bedeutet damit einen weiteren Schritt Richtung „grüne Logistik“. In unserem Modell ist diese zweite Stufe des stationären Handels im Bereich Gebäude und Vertrieb nicht berücksichtigt, was eine weitere Vergrößerung des Effizienzvorteils zugunsten des Distanzhandels bedeuten würde.

EINSTUFIGER VERSANDHANDEL IM VERGLEICH ZUM MEHRSTUFIGEN HANDEL

20





HANDLUNGSFELD LOGISTIK

LAGERSTRATEGIE

ZENTRAL GESPART



Pleasant Prairie, nördlich von Chicago am Michigan-See gelegen, ist mit seinen 16.000 Einwohnern eigentlich nicht das, was man als Nabel der Welt bezeichnet. Doch auf der Landkarte der Logistikstandorte der TAKKT AMERICA hat die „schöne Prärie“ einen hohen Stellenwert: Denn hier befindet sich das neue Zentrallager von C&H/ der Plant Equipment Group – ein Vorbild in Sachen Effizienz und Nachhaltigkeit. In Kombination mit einer sorgfältigen Auswahl unserer Spediteure sind wir in der Lage, nahezu alle US-Kunden innerhalb von 72 Stunden zu bedienen.

Über 10.000 Betriebsausstattungsartikel vom Hubwagen bis zum sperrigen Palettenregalpfosten werden vom PEG-Zentrallager im Bundesstaat Wisconsin in die gesamte USA, nach Kanada und Mexiko geliefert. Mit knapp 21.600.000 Quadratkilometern ist das Einzugsgebiet etwa fünf Mal so groß wie die gesamte EU. Ausgangspunkt für den Wegzug aus dem 60 Meilen nördlich liegenden Milwaukee waren neben eines auslaufenden Mietvertrags die enormen Energiekosten eines alten Backsteinlagergebäudes aus den 70er-Jahren. „Die Winter hier oben bei uns sind lang und hart.

Da sind die Energiekosten ein enormer Kostentreiber. Und auch aus Umweltgründen wollten wir unseren Verbrauch radikal reduzieren“, erklärt Projektleiter Dave Robinson, Logistikchef von C&H, das mit dem Umzug verbundene Großprojekt. „Nicht, dass es in Pleasant Prairie auch nur einen Grad wärmer wäre, aber die neue Halle mit ihrer kompakten Dämmung in Außenwänden und Decken ermöglicht uns wesentliche Energieeinsparungen.“ Dank ihrer Deckenhöhe konnte bei kleinerer Grundfläche zugleich die Nutzfläche mittels höherer Regale optimiert werden. Hell gestrichene Wände, die das Licht reflektieren, machen es zudem möglich, dass die Mitarbeiter im Normalbetrieb bei Tageslicht arbeiten und Bewegungssensoren lediglich Licht über energieeffiziente Leuchten bedarfsweise hinzuschalten. „Dieses Lichtkonzept und die Deckenventilatoren zur verbesserten Luftzirkulation sind übrigens gute Beispiele dafür, wie auch mit relativ einfachen Maßnahmen bereits viel erreicht werden kann“, so Robinson. Insgesamt konnten durch den Umzug der Gas- und Stromverbrauch und damit die CO₂-Emissionen um 34 Prozent gesenkt werden.



Im neuen Lager mit einer Fläche von 29.000 qm arbeiten 35 Mitarbeiter.



HANDLUNGSFELD LOGISTIK

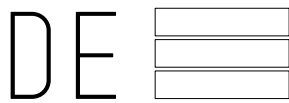
LAGERSTRATEGIE

SCHLANKE LAGER



Der hohe Anteil unseres Lagergeschäfts ist die Basis für schnelle Lieferzeiten. Satellitenlager richten wir immer dann ein, wenn die Distanz zwischen Zentrallager und Endkunde zu groß wird, um auch diese Kunden schnell beliefern zu können. Versorgt werden die elf Satelliten von acht Zentrallagern und lokalen Lieferanten. Die Flächen der Satellitenlager messen je nach Standort 500 bis 10.000 qm.

ZENTRALLAGER



Kamp-Lintfort (BEG)
 Pfungstadt (OEG-EU)
 Pfungstadt (SPG)

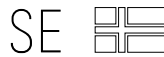


Pleasant Prairie WI (PEG)
 Harrison OH (SPG)
 Indianapolis IN (SPG)
 Reno NV (OEG-AM)
 Atlanta GA (OEG-AM)

SATELLITENLAGER



Reno NV (PEG)



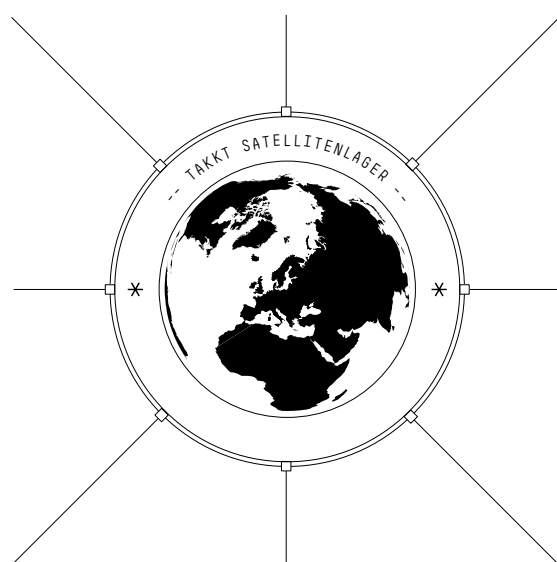
Markaryd (BEG)



Jihlava (BEG)



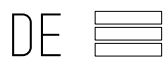
Toronto ON (PEG)
 Calgary AB (PEG)



Istanbul (BEG)



Tokio (BEG)



Haan (BEG)
 Merklingen (BEG)



Shanghai (2x) (BEG)

BEG
 Business Equipment Group

OEG-EU
 Office Equipment Group
 Europe

OEG-AM
 Office Equipment Group
 America

PEG
 Plant Equipment Group

SPG
 Specialties Group



UMWELT

HANDLUNGSFELD:

RESSOURCEN & KLIMA

TAKKTAG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

20
12

FAKTEN | RESSOURCEN & KLIMA

STATUS HEUTE

Wir treten aktiv für den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen und den Klimaschutz ein. 2011 wurden für alle deutschen und US-Standorte erstmals die Energieverbräuche ausgewertet und die CO₂-Emissionen ermittelt. Dies bildet eine gute Grundlage, um zielgerichtet Energiesparmaßnahmen einzuleiten. Der Aufbau von zertifizierten Umweltmanagementsystemen, der Bezug von Ökostrom an weiteren Standorten, aber auch eine klimaorientierte Firmenwagenpolitik sind aktuelle Maßnahmen, um andauernde Fortschritte zu erzielen.

KENNZAHLEN 2011/10

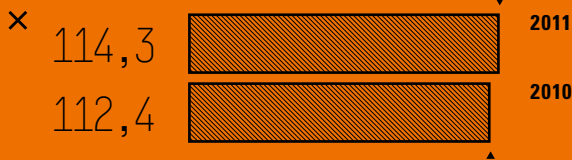
↑ = nimmt zu | ↓ = nimmt ab | × = stagniert

ENERGIEVERBRAUCH DIREKT AN TAKKT-STANDORTEN IN D/USA (IN GIGAJOULE)



Auch durch die milde Witterung und den damit verringerten Heizbedarf reduzierte sich 2011 der direkte Energieverbrauch (Scope 1) an den deutschen und US-Standorten.

CO₂-AUSSTOSS AN TAKKT-STANDORTEN IN D/USA (IN G PRO MEGAJOULE ENERGIEVERBRAUCH)



Die relativen Emissionen legten 2011 leicht zu durch einen verhältnismäßig höheren Bezug an elektrischer Energie. Diese weist einen höheren CO₂-Faktor pro eingesetzter Energieeinheit auf.

ENERGIEVERBRAUCH INDIREKT AN TAKKT-STANDORTEN IN D/USA (IN GIGAJOULE)



Trotz steigender Mitarbeiterzahl an den deutschen und amerikanischen Standorten der TAKKT stagnierte der indirekte Energiebedarf (Scope 2) 2011 gegenüber dem Vorjahr nahezu.

UMWELTBUSSGELDER



Wie im Vorjahr wurden auch 2011 gegenüber TAKKT keine Umweltbußgelder verhängt.

KERNMASSNAHMEN 2012–2014

- Klimabilanzen in weiteren Gesellschaften erstellen
- Ökostrom an weiteren Standorten beziehen
- Einführung zertifizierter Umweltmanagementsysteme in weiteren Gesellschaften
- Forcierung von Energiesparmaßnahmen an Standorten

ZIELE 2014

- Klimabilanzen für wesentliche Gesellschaften aller Sparten
- Zertifiziertes Umweltmanagementsystem in mindestens drei Gesellschaften eingeführt
- **-5%** Energieverbrauch an im Jahr 2011 bestehenden TAKKT-Standorten in D und USA



NACHHALTIG SPAREN

→ → → **TAKKT bekennt sich zu aktiver Ressourcenschonung und Klimaschutz. Die Einführung eines transparenten konzernweiten Umweltmanagementsystems, Energieeinsparungen, die Umstellung auf erneuerbare Energien sowie die Einführung einer CO₂-reduzierten Firmenwagenflotte sind zentrale Maßnahmen, mit denen wir unsere Nachhaltigkeitsziele erreichen wollen.**

SENKUNG DES RESSOURCENVERBRAUCHS

Der Schutz endlicher Ressourcen und des Klimas sind zentrale Nachhaltigkeitsziele. TAKKT legt die Schwerpunkte dabei auf jene Bereiche, die entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette möglichst große Einspareffekte aufweisen. Der Energieverbrauch und die damit verbundenen Emissionen sind ein zentrales Handlungsfeld des Klimaschutzes. Konzernweit werden Energieeinsparungen angestrebt und bereits in großen Projekten umgesetzt. So wurde etwa bei der TAKKT AMERICA-Tochter HUBERT in Harrison/Ohio das Hallendach energiesparend gedämmt und zugleich mit einem Solardach ausgestattet, das 27 Prozent des Strombedarfs des Standortes decken wird. Beim Bezug klimaneutraler Energie liegen die deutschen Tochtergesellschaften ganz vorne. Seit 2011 nutzen hier nahezu alle Standorte sogenannten Ökostrom, der auf ökologisch vertretbare Weise aus erneuerbaren Energiequellen hergestellt wird. Ein weiteres Feld ist die Reduktion der CO₂-Emissionen im Straßenverkehr. Hier haben wir eine konzernweite klimaorientierte Firmenwagenrichtlinie eingeführt. Die den verschiedenen Führungsebenen entsprechenden Fahrzeugkategorien sollen künftig einen CO₂-Ausstoß von maximal 140 bis 190 g/km aufweisen. Als Anreiz dient ein Bonus/Malus-System: Unterschreitet ein Pkw den Richtwert, erhöht sich der maximal gestattete Kaufpreis des Fahrzeugs überschreitet er ihn, ist der Kaufpreis entsprechend niedriger. Insgesamt sollen die Werte der ca. 160 Dienstwagen umfassenden Flotte jährlich überprüft und schrittweise weiter gesenkt werden.

ZERTIFIZIERTE UMWELTMANAGEMENTSYSTEME

In Ergänzung zu unseren bestehenden Qualitätsmanagement-Systemen nach ISO 9001 sollen in allen wesentlichen TAKKT-Gesellschaften schrittweise zertifizierte Umweltmanagementsysteme eingeführt werden. Als erste Gesellschaft der Business Equipment Group wurde unsere schwedische Tochtergesellschaft Gerdmans nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert.

Wesentlicher Bestandteil der Zertifizierung ist die Einführung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses im Umweltmanagement. Ein zentrales Instrument ist dabei die unabhängige Prüfung und Veröffentlichung unserer klimarelevanten Daten. Aus diesem Grund nimmt TAKKT seit 2008 am Carbon Disclosure Project (CDP) teil. Die 2000 in London gegründete Non-Profit-Organisation verfolgt das Ziel, mehr Transparenz bezüglich klimaschädlicher Treibhausgasemissionen der Wirtschaft zu schaffen. Hierfür werden jährlich klimarelevante Daten und Informationen zu CO₂-Emissionen, Klimarisiken und Reduktionszielen von einzelnen Unternehmen erhoben und für Investoren, Politik, Wissenschaft und Medien zugänglich gemacht. Für 2011 wurde zudem erstmalig der CO₂-Fußabdruck entlang der verantworteten Wertschöpfungsstufen (Einkauf → Marketing → Logistik) in einer Treibhausgasbilanz von KAISER+KRAFT in Deutschland ermittelt. Die konzernweite Erfassung des Ressourcenverbrauchs und CO₂-Ausstoßes aller wesentlichen Tochtergesellschaften ist ein mittelfristiges Ziel von TAKKT.

SCHUTZ BEDROHTER LEBENSÄUME

Wichtig ist uns schließlich auch der aktive Schutz bedrohter Lebensräume. Hier unterstützen wir die gemeinnützige Naturschutzorganisation Naturefund e.V. jährlich mit einem fünfstelligen Betrag. Unter dem Motto „Wir kaufen Land für Natur“ erwirbt Naturefund Land und forstet Wälder wieder auf, um natürliche Lebensräume für Tiere und Pflanzen zu erhalten und damit die Artenvielfalt und das Weltklima gleichermaßen zu schützen. Naturefund hat die Vision, weltweit 3,5 Millionen Quadratkilometer für die Natur zu kaufen und zu schützen – eine Fläche etwa zehnmal so groß wie Deutschland.

➔ siehe „Standards & Mitgliedschaften“, S. 51


HANDLUNGSFELD RESSOURCEN & KLIMA
SOLARENERGIE
SONNENKRAFT DIREKT VOM DACH
HUBERT®

HUBERT aus Harrison im Bundesstaat Ohio liefert seit über 60 Jahren Bedarfsartikel und Ausrüstungsgegenstände für den Lebensmitteleinzelhandel und die Gastronomie. Der seit 2000 zur Specialties Group der TAKKT AMERICA gehörende US-Marktführer betreut mit 300 Mitarbeitern ein Sortiment von über 30.000 Artikeln.

Umweltschutz ist ein wesentlicher Bestandteil der HUBERT-Philosophie. Aus diesem Grund soll im Zuge einer Modernisierung des Warenlagers auf 46.000 qm zugleich der „carbon footprint“ des Unternehmens verbessert werden. Neben einer umfänglichen Isolierung der Hallendecken zur Steigerung der Energieeffizienz wurde zu diesem Zweck eine der größten Solarflächen im US-Bundesstaat Ohio installiert.

3.840 Solarmodule produzieren seit Frühjahr 2012 jährlich bis zu 1 Mio. kWh Strom. „Diese Leistung macht etwa 27 Prozent des Stromverbrauchs des Standorts aus – ein Äquivalent von rund 100 typischen amerikanischen Einfamilienhäusern“, erläutert

Tim Lansing, Vice President of Operations und SCORE-Verantwortlicher der SPG, der das Projekt betreut. „Neben der Kosteneinsparung bedeutet das eine Verminderung unserer CO₂-Emissionen um bis zu 733 Tonnen pro Jahr.“

Investiert wurden 1,35 Mio. Dollar in die Dachmodernisierung und rund drei Mio. Dollar in das neue Solardach. Für HUBERT ist das eine in vielerlei Hinsicht sinnvolle Investition. Projektleiter Lansing: „Abgesehen von den relevanten Reduktionseffekten im Schadstoffausstoß und Ressourcenverbrauch finanziert sich das Ganze durch die Einsparungen mittelfristig von selbst, zumal die amerikanische Bundesregierung solche Nachhaltigkeitsinvestitionen subventioniert.“

Ebenso wichtig ist der engagierten Belegschaft von HUBERT der Ruf als nachhaltiges Unternehmen: „Wir gelten jetzt als der „grüne Nachbar“ in Harrison“, berichtet Lansing. „Das macht uns stolz und spornt uns an zu weiteren Aktionen für die Umwelt.“



Solardach HUBERT



HANDLUNGSFELD RESSOURCEN & KLIMA

CO₂-VERBRAUCH

TRANSPARENZ ZÄHLT



Am Beispiel der deutschen Vertriebstochter KAISER+KRAFT GmbH hat TAKKT für 2011 den CO₂-Fußabdruck entlang aller verantworteten Wertschöpfungsstufen (Einkauf → Marketing → Logistik) dargelegt. Ziel war es, ein möglichst aussagekräftiges und umfassendes Bild über die Emissionen des gesamten Direktvertriebsgeschäfts von KAISER+KRAFT zu erhalten. Daher wurden in der Erhebung auch die Emissionen aller externen Dienstleister in der Prozesskette erfasst.

In einer vom TÜV SÜD zertifizierten Treibhausgasbilanz wurden Emissionen nach dem Greenhouse Gas Protocol (GHG) klassifiziert und nach dem ISO-Standard 14064-1 transparent protokolliert. Erfasst wurden sämtliche nach dem internationalen Klimaschutz-Protokoll benannten „Kyoto-Gase“ wie zum Beispiel Kohlendioxid und Methan. Diese werden in Bezug auf ihr jeweiliges Treibhauspotenzial, dem „Global Warming Potential“ (GWP), in so genannte CO₂-Äquivalente (CO₂e) umgerechnet. Der GHG-Standard unterscheidet drei Emissionsbereiche, die sogenannten Scopes: Scope 1 erfasst alle direkt vom Unternehmen verursachten Emissionen (z.B. Abgase von Firmenwagen). Scope 2 hingegen richtet sich auf Emissionen, die mit eingekaufter Energie (z.B. Elektrizität, Fernwärme) verbunden sind.

Scope 3 wiederum umfasst die übrigen indirekten Emissionen, die bspw. bei Transporten und in der Produktion von Werbemitteln entstehen.

2011 betrug die Gesamtemissionen in der Gesamtbetrachtung von KAISER+KRAFT in Deutschland rund 16.300 Tonnen CO₂-Äquivalente, dies entsprach 49 kg pro durchschnittlichem Kundenauftrag. Mit zwei Dritteln hatten die Papierwerbemittel den maßgeblichen Anteil am Gesamtausstoß. Gut ein Viertel der Emissionen wurden durch Logistikprozesse verursacht.

KAISER+KRAFT wird weiter intensiv daran arbeiten, seinen Fußabdruck zu verringern. Geschäftsführer Martin Leusmann: „Die vorliegenden Ergebnisse zeigen klar, wo in welcher Höhe Emissionen entstehen. Hier können wir zielgerichtet ansetzen, um wie bei den Werbemitteln durch eine weiter verbesserte Selektion Auflagen zu reduzieren und so Emissionen zu verringern.“

WEITERE INFORMATIONEN



www.ghgprotocol.org

CO₂-EMISSIONEN DES TAKKT-VERTRIEBSMODELLS AM BEISPIEL KAISER+KRAFT

21

	SCOPE NACH GREENHOUSE GAS PROTOCOL	ANTEIL AM CO₂-GESAMTVERBRAUCH
Produktion und Vertrieb von Papier-Werbemitteln	3	67%
Transportleistungen vom Hersteller/Lager zum Kunden	3	26%
Betrieb der TAKKT-Standorte: Verwaltung und Lager	1,2	4%
Betrieb der Firmenfahrzeuge	1	1%
Dienstreisen mit Zug und Flugzeug	3	<1%
Betrieb des Rechenzentrums für E-Commerce- und IT-Systeme	3	<1%
Pendeln der Mitarbeiter von und zur Arbeitsstätte	3	<1%



HANDLUNGSFELD MITARBEITER

GUTE ZUSAMMENARBEIT

→ → → **Zufriedene und motivierte Mitarbeiter sind die Basis für die langfristig erfolgreiche Unternehmensentwicklung bei TAKKT. Nur wer sich bei uns wohl fühlt und mit seiner Arbeit Anerkennung findet, bringt jenes Maß an Leistung, das es uns erlaubt, besser zu sein als andere.**

VERTRAUEN

Rund 1.900 Mitarbeiter (Vollzeitbasis) engagieren sich weltweit für die Qualität unserer Angebote. Ihre Bedürfnisse mit den wirtschaftlichen Erfordernissen des Unternehmens in Einklang zu bringen, ist eine zentrale Aufgabe langfristig ausgerichteter Personalpolitik.

Wir vertrauen unseren Mitarbeitern und bieten ihnen zukunftsichere Arbeitsplätze mit Entscheidungsspielräumen und einer leistungsgerechten Bezahlung. Denn eine vertrauensvolle und faire Partnerschaft ist Grundlage für gemeinsamen Erfolg. Im Gegenzug erwarten wir Einsatzbereitschaft, Verantwortungsbewusstsein und Flexibilität im Dienste der Kunden.

Doch die Attraktivität eines Arbeitgebers zeigt sich insbesondere in den „weichen Faktoren“, die auf der Grundlage gemeinsamer Werte und Ziele eine gute Arbeitsatmosphäre und eine gesunde Unternehmenskultur entstehen lassen. Mit einer ausgewogenen Mischung aus guten Arbeitsbedingungen, einem bestmöglichen Einsatz der Mitarbeiter durch kompetente Führungskräfte und gelebten Teamgeist, will TAKKT auch zukünftig attraktiver Arbeitgeber sein. So wollen wir jene Kräfte gewinnen, die es braucht, um nachhaltig profitables Wachstum zu sichern.

BEZAHLUNG UND ERFOLGSBETEILIGUNG

TAKKT-Mitarbeiter, die in der Regel nur unbefristet eingestellt werden, leisten einen entscheidenden Beitrag zum Unternehmenserfolg und werden dafür in allen Gesellschaften angemessen bezahlt und über eine Umsatzprämie von bis zu einem Monatsgehalt am Unternehmenserfolg beteiligt. Die vom operativen Ergebnis und individuellen Zielvorgaben abhängigen Bonusmodelle der Konzern-Führungskräfte haben einen höheren variablen Anteil und werden derzeit weltweit harmonisiert.

In Deutschland können die Angestellten außerdem Belegschaftsaktien erwerben. 2011 haben 52,2 Prozent der Zeichnungsberechtigten diese Möglichkeit genutzt und 18.345 Aktien gekauft.

KARRIERE- UND PERSÖNLICHKEITSENTWICKLUNG

Die individuelle Leistungsbeurteilung sowie Entwicklungsperspektiven der Mitarbeiter werden jährlich im TAKKT-Dialog erörtert. Wesentliche Inhalte dieses strukturierten persönlichen Gespräches zwischen Mitarbeiter und Führungskraft sind die Leistungsbeurteilung und die Vereinbarung individueller Ziele. Darüber hinaus werden persönliche Bedürfnisse und Potenziale besprochen und entsprechende Schulungs- und Entwicklungspläne vereinbart.

Ziel dieser konzernweit harmonisierten Personalentwicklung ist es, für jeden Mitarbeiter abgestimmte Ziel- und Karriereperspektiven zu finden und zugleich höhere Sicherheit in der Personalplanung zu gewinnen.

FORT- UND WEITERBILDUNG

Eine zentrale Säule unserer Personalarbeit bilden die im TAKKT-Dialog vereinbarten Qualifizierungsmaßnahmen, die das Wissen und die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter erweitern und sie bei der Erreichung ihrer Entwicklungsziele unterstützen.

Die von Mitarbeitern aller Verantwortungsebenen genutzten Weiterbildungsangebote umfassen interne Schulungen in IT-Systemen und Geschäftsprozessen sowie externe Trainings zu spezifischen Fachthemen, Fremdsprachen und Soft-Skills. Für europäische Führungskräfte können wir hier vor allem auf die Programme der mit TAKKT verbundenen Haniel-Akademie zurückgreifen, während in den USA hauptsächlich lokale Angebote genutzt werden. In den Seminaren und Workshops arbeitet die Akademie mit Managementexperten aus Hochschulen und internationalen Business Schools zusammen.

Nach Nominierung durch den TAKKT-Vorstand werden ausgewählte Führungskräfte in die Managemententwicklung des Haniel-Konzerns integriert und durchlaufen dort die auf unterschiedliche Führungserfahrungen zugeschnittenen Programme.



HANDLUNGSFELD:

MITARBEITER

TAKKTAG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

20
12

FAKTEN | MITARBEITER

KENNZAHLEN 2011/10

↑ = nimmt zu

↓ = nimmt ab

× = stagniert

ANZAHL MITARBEITER

Mehr als zwei Drittel der TAKKT-Mitarbeiter sind in Deutschland und den USA beschäftigt. Dort konzentrieren sich die operativen Standorte der Servicegesellschaften und bedeutender Vertriebsmarken. Analog zur Entwicklung des Umsatzes verzeichnete TAKKT 2011 einen Mitarbeiterzuwachs.

- 1 TAKKT-Holding
- 2 TAKKT EUROPE
- 3 davon Deutschland
- 4 TAKKT AMERICA
- 5 davon USA

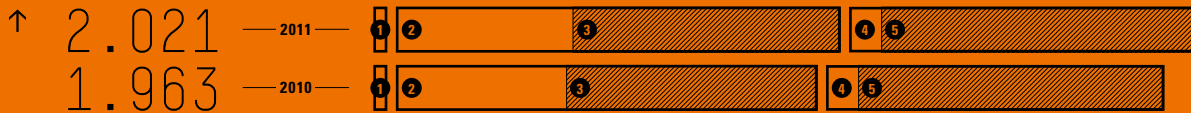
Mitarbeiter (Köpfe)

Mitarbeiter (Vollzeitbasis)

31.12.2011

31.12.2010

	31.12.2011	31.12.2010
1	34	33
2	1.125	1.081
3	681	653
4	862	849
5	781	768
Mitarbeiter (Köpfe)	2.021	1.963
Mitarbeiter (Vollzeitbasis)	1.869	1.807



BETRIEBZUGEHÖRIGKEIT

(JAHRE IM DURCHSCHNITT)

11,4 | 11,1
2011 | 2010

ALTERSSTRUKTUR

(GESAMTBELEGSCHAFT / IN %)

	2011	2010
Bis 30 Jahre	15,6%	15,0%
31-50	58,4%	60,8%
51+	26,0%	24,2%

FRAUENANTEIL

(GESAMTBELEGSCHAFT / IN %)

	2011	2010
TAKKT	49,2%	49,7%
Führungskräfte	31,0%	30,4%
Top-Führungskräfte*	4,2%	4,2%

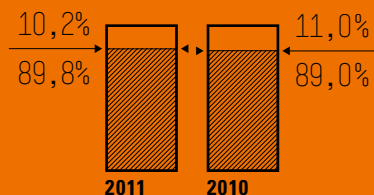
MITARBEITERSTRUKTUR

(GESAMTBELEGSCHAFT / IN %)

	2011	2010
MITARBEITER	89,1%	89,4%
FÜHRUNGSKRÄFTE	9,7%	9,4%
TOP-FÜHRUNGSKRÄFTE*	1,2%	1,2%

ANTEIL VOLLZEIT- / TEILZEITKRÄFTE

(VOLLZEIT / TEILZEIT / IN %)



MITARBEITERABGÄNGE

(INKL. PENSIONIERUNGEN)

	2011	2010
ANZAHL DER ABGEGANGENEN MITARBEITER		
TAKKT	196	241
ABGANGSQUOTE		
TAKKT	9,7%	12,3%
ABGANGSQUOTE NACH REGION		
TAKKT-Holding	8,8%	9,1%
TAKKT EUROPE	9,2%	14,4%
davon Deutschland	5,7%	12,7%
TAKKT AMERICA	10,3%	9,7%
davon USA	9,7%	8,7%
ABGANGSQUOTE NACH ALTER		
Bis 30 Jahre	16,2%	22,4%
31-50	9,0%	11,2%
51+	7,4%	8,6%
ABGANGSQUOTE NACH GESCHLECHT		
Männlich	9,6%	13,5%
Weiblich	9,7%	11,1%

* Vorstand; Sparten- und Gruppengeschäftsführer; Leiter der Zentralabteilungen in der TAKKT-Holding.



HANDLUNGSFELD MITARBEITER

Für den Führungskräfte-Nachwuchs haben wir das weltweite Trainee-Programm „LINK“ aufgesetzt. Neben funktionsorientierten, aber abteilungsübergreifenden Managementtrainings umfasst LINK einen bis zu sechsmonatigen Auslandsaufenthalt in jeweils einer anderen TAKKT-Sparte sowie das verantwortliche Management eines eigenen Projekts.

2011 stiegen die Ausgaben für externe Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen gegenüber dem Vorjahr um über 18 Prozent auf 634 Tsd. Euro.

AUSBILDUNG

Zu einer nachhaltigen unternehmerischen Verantwortung gehört auch die Ausbildung junger Menschen in Deutschland. Sie sichert die Identifikation unserer Mitarbeiter mit dem Unternehmen und den Zugang zu qualifiziertem Personal gleichermaßen. Zu den Ausbildungsberufen im TAKKT-Konzern gehören unter anderem Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandel, Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation, Informatikkaufmann/-frau, Industrie- und Fertigungsmechaniker/-in, Fachlagerist/-in sowie Fachkraft für Lagerlogistik.

2011 waren in Deutschland insgesamt 26 junge Menschen bei TAKKT in Ausbildung, von denen neun ein berufsbegleitendes Studium der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) absolvierten.

SICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Zu unseren wichtigsten Verpflichtungen gegenüber unseren Mitarbeitern gehören höchste Standards bei Arbeitsschutz und Sicherheit. Wir achten streng darauf, dass unsere Richtlinien und Verfahren den internationalen Anforderungen entsprechen und sie, wo möglich, übertreffen. Denn auf diese Weise schützen wir nicht nur die Gesundheit der Mitarbeiter, sondern verbessern zugleich die Qualität der Arbeitsabläufe.

Über die Anforderungen im Arbeitsschutz hinaus fördern wir die gesunde Lebensweise unserer Mitarbeiter und unterstützen ein ausgeglichenes Verhältnis von Privat- und Arbeitsleben. So erhalten Mitarbeiter in Deutschland und den USA gesundheitsfördernde Angebote, von konkreten Vorsorgemaßnahmen über Vorträge zu gesunder Ernährung und Vermeidung von Gesundheitsrisiken bis hin zu Sportkursen. Zudem können alle Mitarbeiter und ihre Familien in Deutschland verschiedene Beratungs- und Vermittlungsleistungen kostenlos in Anspruch nehmen, etwa bei Suchtverhalten, Schwierigkeiten in der Partnerschaft oder mit der Kindererziehung.

An nichtdeutschen Standorten mit vergleichsweise geringeren gesetzlichen Standards in der Gesundheitsvorsorge bietet TAKKT Mitarbeitern je nach lokalen Gegebenheiten weitere freiwillige Leistungen wie z.B. zusätzliche Kranken- und Rentenversicherungen.

VIelfALT UND INTEGRATION

Als weltweit operierendes Unternehmen gehören Vielfalt und ein wertschätzendes interkulturelles Miteinander zu unserem Selbstverständnis. So fordern und fördern wir den fairen, gleichberechtigten und respektvollen Umgang miteinander über alle Ebenen hinweg. Anti-Diskriminierungs-Richtlinien sind fester Bestandteil unseres Compliance-Handbuchs.

In den Jahren 2010 und 2011 wurde jeweils ein Diskriminierungsvorfall durch Mitarbeiter unserer US-amerikanischen Gesellschaften offiziell zur Meldung gebracht. Nach sorgfältiger Untersuchung durch die zuständigen Behörden vor Ort erwiesen sich die Vorgänge in beiden Fällen als gegenstandslos und wurden abgewiesen.

Nach dem Prinzip „Think global, act local“ streben wir die Einstellung von lokalen Mitarbeitern und Führungskräften an, die sprachliches und kulturelles Verständnis ebenso mitbringen wie Markt- und Kundennähe. Zugleich setzen wir auf eine ausgewogene Mischung aus langjährigen, erfahrenen Mitarbeitern und jungen Talenten. Regelmäßige Impulse erhalten die lokalen Teams zudem durch den konzernübergreifenden Erfahrungsaustausch im Rahmen unserer Führungskräfte- und Traineeprogramme.

EIGENINITIATIVE UND MITARBEITERENGAGEMENT

Kreativität und Eigeninitiative sind wichtige Voraussetzungen für den gemeinsamen Unternehmenserfolg. Um Verbesserungsvorschläge systematisch erfassen zu können, wurde 2006 in allen Sparten das betriebliche Vorschlagswesen eingeführt. Für Ideen jenseits normaler Verbesserungen hat der Vorstand 2010 erstmals einen konzernweiten Ideenwettbewerb ausgerufen. Unter dem Namen Future@TAKKT-Award waren alle Mitarbeiter eingeladen, Ideen im Bereich Marketing einzubringen. 30 Gesellschaften aus 18 Ländern nahmen teil und entwickelten mehr als 70 Projektvorschläge von der Webshop-Optimierung bis hin zu innovativen Imagekampagnen.

Um die lokale Verankerung der Gesellschaft und die individuelle Integration der Mitarbeiter in die regionale Gemeinschaften zu festigen, unterstützen unsere Tochtergesellschaften lokale Initiativen und ehrenamtliche Tätigkeiten. Im Rahmen unseres Programms für nachhaltige unternehmerische Verantwortung (SCORE) wollen wir unsere Mitarbeiter von der Idee nachhaltigen Handelns überzeugen und bieten ihnen vielfältige Möglichkeiten, diese in ihrem Arbeitsalltag aktiv zu gestalten.


HANDLUNGSFELD MITARBEITER
MODERNE ARBEITSSYSTEME
**ERFOLGREICHE EIGENMARKE =
EIGENFERTIGUNG X EIGENVERANTWORTUNG**
KAISER+KRAFT
 ALLES FÜR DIE FIRMA.

EUROKRAFT

400 Produkte der Eigenmarke EUROKRAFT produziert und vermarktet KAISER+KRAFT für seine Kunden. Rund 140.000 hochwertige Transportgeräte für den gewerblichen Langzeiteinsatz verlassen konsequent auf Qualität kontrolliert jährlich das Werk in Haan bei Düsseldorf. Grundlage dafür sind Arbeitssysteme, die von der japanischen Qualitätsphilosophie abgeleitet werden und heute unter anderem in der Automobilindustrie Anwendung finden. Ab 2001 in Abstimmung mit dem Betriebsrat schrittweise eingeführt, ermöglicht das Prinzip der „industriellen Manufaktur“ handwerklich hochstehende Qualitätsprodukte zu günstigen Stückkosten. Diese Form der Eigenfertigung ermöglicht es, schnell und flexibel auf individuelle Kundenwünsche einzugehen - mit Lösungen in höchster Material- und Fertigungsgüte.

Der Erfolg der Eigenfertigung basiert auf drei Komponenten. Enge Teamarbeit, Selbstorganisation und die Übernahme operativer Führungsaufgaben führen zu einem stetigen Lern- und Qualifikationsprozess. Dies wird kombiniert mit einem kontinuierlichen Verbesserungsprozesses, um Abläufe zu optimieren,

die Qualität zu steigern und mögliche „Verschwendungen“ zu reduzieren. Ein weiterer Erfolgsfaktor sind flexible Arbeitszeitkonten, die es ermöglichen, dann zu arbeiten, wenn Arbeit anfällt, um in ruhigeren Zeiten auch werktags mal freizuhaben. Diese Komponenten führen, eigenverantwortlich und intelligent kombiniert, zu höherer Produktivität, die mit einem Leistungsbonus von bis zu 25 Prozent belohnt wird.

„Insgesamt stärkt dieses System die Eigenverantwortung unserer Leute. Sie profitieren von ihren Erfolgen und unterstützen sich wechselseitig beim Erreichen der gemeinsamen Ziele“, erklärt Fertigungsleiter Karl Friedrich Sandmeier. „Abgesehen von der höheren Bezahlung macht die enge und weitgehend selbstbestimmte Zusammenarbeit an anspruchsvollen Aufgaben den meisten von uns einfach mehr Spaß.“ Die positiven Erfahrungen in Haan führten dazu, das Prinzip auch im Zentrallager der Business Equipment Group in Kamp-Lintfort einzuführen. Verläuft das im September 2011 gestartete Pilotprojekt erfolgreich, steht einer Einführung an weiteren Lagerstandorten nichts im Wege.



Ein Mitarbeiter montiert einen EUROKRAFT-Hubtischwagen



HANDLUNGSFELD MITARBEITER

KARRIEREWEGE

ÜBER LÄNDER UND SPARTEN HINWEG

TAKKTAG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS



National Business Furniture (NBF) mit Hauptsitz in Milwaukee im US-Bundesstaat Wisconsin, vertreibt seit 1975 klassische amerikanische Büromöbel an ein breites Kundenspektrum. NBF liefert seine Produkte an rund eine halbe Million Geschäftskunden und Organisationen – darunter nahezu alle Fortune-500-Unternehmen. 2006 wurde NBF von TAKKT AMERICA übernommen und bildet heute den Kern der Office Equipment Group. Das Unternehmen beteiligt sich intensiv an der sparten- und länderübergreifenden Mitarbeiterentwicklung von TAKKT. Fach- und Führungskräfte tauschen im Best-Practice-Exchange spartenspezifisches Wissen aus und fördern die internationale Vernetzung von TAKKT ebenso wie den interkulturellen Austausch. Eine wichtige Rolle spielt hierbei unter anderem das TAKKT-Trainee-Programm LINK.



ROB HEGLIN

(Teilnehmer LINK)

Der TAKKT-Trainee im Bereich Logistik ist seit 2010 bei NBF. Nach seiner erfolgreichen Mitarbeit beim Ausbau der NBF-Lagerstandorte geht er ab Herbst 2012 zur TAKKT-Holding in die Zentralabteilung Internal Audit & Consulting.



SUSANNE KONRAD

(Teilnehmer LINK)

Als Teilnehmerin im Bereich Marketing absolvierte sie 2008 einen Auslandsaufenthalt bei NBF. Nach Teilnahme an einem Handel-Management-Entwicklungsprogramm ist sie heute Teamleiterin in der Katalogproduktion bei KAISER+KRAFT EUROPA.



SCOTT NICHOLS

(Teilnehmer LINK)

2007 nahm Scott Nichols am TAKKT-Trainee-Programm im Bereich E-Commerce teil. Schon seit gut zwei Jahren leitet er NBF Kanada in Toronto.



MONIKA SCHERNHORST

Seit 1999 bei TAKKT im Investor Relations tätig, orientierte sie sich 2009 fachlich neu und zog für über zwei Jahre nach Milwaukee, um bei NBF im Bereich E-Commerce zu arbeiten. Heute betreut sie unter anderem das E-Mail-Marketing bei KAISER+KRAFT EUROPA.



DEAN STIER

Nach seinem Start im Einkauf bei NBF 1999 kam er mit seiner Frau und zwei Kindern für sechs Monate zu KAISER+KRAFT EUROPA in den Bereich Produktmanagement Büro. Heute ist Dean Stier Vice President Multi-Channel-Marketing bei NBF.



HANDLUNGSFELD GESELLSCHAFT

VERANTWORTUNG VOR ORT

→ → → **In unserem Verständnis von verantwortungsvollem Handeln ist das gesellschaftliche Engagement ein wichtiger Baustein. Als „Corporate Citizen“ setzt sich TAKKT seit vielen Jahren nicht nur für ökologische, sondern auch für soziale Themen ein. Dies tun wir auf zwei Ebenen. Zum einen unterstützen wir als Unternehmen Einrichtungen und Organisationen, die auf externe Hilfe angewiesen sind. Zum Zweiten fördern wir aktiv das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter und unterstützen die Ausbildung von Kindern in Deutschland, Indien und den USA.**

LOKAL HANDELN

Wir sind davon überzeugt, dass lokale Initiativen eine große Wirkung entfalten können, weil unsere Mitarbeiter vor Ort am besten wissen, wie wir uns in den Gemeinden der Standorte sinnvoll einbringen können. Daher haben wir konzernweit die Voraussetzungen geschaffen, um den ehrenamtlichen Einsatz unserer Mitarbeiter zu stärken. Mit bezahlt freigestellten Arbeitszeiten für gemeinnützige Aktivitäten, der Möglichkeit, unsere Infrastruktur zu nutzen, sowie fachlicher und finanzieller Unterstützung durch den Konzern und seine Tochtergesellschaften fördern wir das Engagement unserer Mitarbeiter.

→ „Wir sehen es als unsere Aufgabe an, unseren Mitarbeitern die Freiräume zu schaffen, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Sie wissen am besten, wo Hilfe benötigt wird.“ ←

BART KOHLER

PRESIDENT DER SPECIALTIES GROUP VON TAKKT AMERICA

FREIWILLIG HELFEN

Dabei verstehen wir unser Engagement nicht als „Wohltätigkeit“, sondern als für alle Seiten vorteilhafte Kooperation. In konkreten Initiativen leisten wir praktische Hilfe, die Menschen mit besonderen Bedürfnissen unmittelbar zugutekommt. Unsere Mitarbeiter finden in ihrem freiwilligen Engagement im Rahmen ihrer Arbeitszeit einen zusätzlichen Sinn, was wiederum für das Gesamtunternehmen eine höhere Attraktivität und Mitarbeiterbindung erzeugt. Und dass über gute Taten auch geredet werden darf, erhöht ganz direkt die Reputation von TAKKT.

Ein konzernweites Vorbild sind die Aktivitäten der US-amerikanischen HUBERT mit ihrer langjährigen Tradition der „Good Corporate Citizenship“. Im „Individual Volunteer Time Program“ werden HUBERT-Mitarbeiter in ihrer Arbeitszeit für soziale Zwecke freigestellt, unternehmensweite Gemeinschaftsprojekte organisiert und ausgewählte Projekte mit Sach- und Geldmitteln unterstützt.

FREIRÄUME SCHAFFEN

Für die nächsten Jahre hat TAKKT ein Förderprogramm im Rahmen von SCORE geplant, um das gesellschaftliche Engagement aller Mitarbeiter mit Wissen, Methoden und Best-Practice-Beispielen systematisch zu unterstützen. Darüber hinaus wollen wir unsere gesellschaftlichen Aktivitäten thematisch stärker bündeln und strategisch ausrichten, ohne dabei den Freiraum der lokalen Mitarbeiter und Initiativen einzuschränken.

TAKKT leistet auch konkrete finanzielle Unterstützung. So fördern wir mit einer langfristigen Patenschaft die Ausbildung von 30 Schulkindern in Mumbai, Indien. Die zehnjährige Ausbildung umfasst auch die Verpflegung und Gesundheitsbetreuung der Kinder. In Deutschland unterstützen wir verschiedene Schulen und Einrichtungen durch finanzielle Zuwendungen und Sachspenden.



HANDLUNGSFELD GESELLSCHAFT

GEMEINNÜTZIGE WERKSTÄTTEN

MIT VEREINTEN KRÄFTEN



Täglich einer sinnvollen Arbeit nachgehen zu dürfen gehört zu jenen Privilegien, die erst geschätzt werden, wenn sie fehlen. Menschen mit Behinderungen eine individuelle und leistungsgerechte Beschäftigung zu bieten hat sich die Gemeinnützige Werkstätten und Wohnstätten GmbH (GWW) zur Aufgabe gemacht. An 20 Standorten in Baden-Württemberg sind etwa 1.000 Menschen mit Behinderungen oder seelischen Erkrankungen für die GWW tätig. Sie leisten dort trotz ihrer individuellen Einschränkungen nach ISO 9001: 2008 zertifizierte Tätigkeiten.

KAISER+KRAFT Deutschland arbeitet bereits seit elf Jahren mit der GWW in Magstadt und Sindelfingen zusammen und bietet dort regelmäßig zwischen vier und zehn Mitarbeitern mit psychischen und physischen Beeinträchtigungen oder seelischen Erkrankungen Beschäftigung. Zu ihren Aufgaben gehören die Erfassung und die Bearbeitung von Katalogen, die aufgrund von Adressänderungen oder Unzustellbarkeit zurückgeschickt wurden. Die je Aussendung bis zu 10.000 retournierten Kataloge werden zwischengelagert und dann für Einzelanforderungen neu etikettiert und verschickt. Die erfolgreiche Kooperation mit der GWW wird von einem engagierten Mitarbeiter des KAISER+KRAFT-Vertriebsteams betreut.

WEITERE INFORMATIONEN



www.gww-netz.de/index.php



Beschäftigte der Gemeinnützigen Werkstätten bereiten KAISER+KRAFT-Kataloge für den Nachversand vor.

UNTERSTÜTZUNG LOKALER INITIATIVEN

VERANTWORTUNG MIT TRADITION



Gemeinnütziges Engagement ist bei unseren US-Gesellschaften fest verankert. National Business Furniture (NBF) und C&H unterstützen ein breites Spektrum gemeinnütziger Initiativen und Einrichtungen. So betreiben sie aktive Nachbarschaftshilfe vor Ort, unterstützen die Arbeit kirchlicher Einrichtungen durch Sachspenden und helfen beim Fundraising für Organisationen, die sich für eine Verbesserung der Krebsprävention und -behandlung einsetzen.



HANDLUNGSFELD GESELLSCHAFT

EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT

IM DIENST DER GEMEINSCHAFT

HUBERT®

Im Rahmen des „Individual Volunteer Time Program“ (IVT) ist jeder Mitarbeiter der TAKKT-Tochter HUBERT aufgefordert, jährlich einen Tag seiner bezahlten Arbeitszeit zu nutzen, um sich einem sozialen Projekt seiner Wahl zu widmen. „Wer im Ehrenamt lernt, auf die Bedürfnisse anderer einzugehen, fühlt sich besser in seine Kunden ein, was am Ende auch dem Unternehmen nutzt“, erklärt der Präsident Bart Kohler. „Ob wir für ältere Menschen Laub kehren, Schülern Nachhilfe geben oder gefährdete Fledermäuse schützen - an jedem Ort kann etwas Sinnvolles getan werden.“ Die freiwilligen Helfer müssen lediglich zeigen, dass es sich um eine von einer staatlich anerkannten Institution unterstützte Maßnahme handelt. So wurden in 2011 über 1.300 Arbeitsstunden für IVT-Aktivitäten investiert. Um weitere übergreifende Projekte zu koordinieren, wird alle zwei Jahre ein siebenköpfiges „Volunteer Leadership Council“ (VLC) benannt. Das aus freiwilligen Mitarbeitern bestehende Gremium entscheidet, welches Monats-Projekt jeweils unternehmensweit unterstützt wird und für

welche Projekte das Spendenbudget verwendet werden soll. Zudem erfasst das Council die Ausgaben und den Zeitaufwand aller sozialen Aktivitäten. Mitarbeiter spendeten in 2011 über 80 Tsd. US-Dollar für VLC-Projekte. Die vier wichtigsten Initiativen des Jahres waren:

- Ein firmenweites Blutspende-Programm.
- Die Weihnachts-Unterstützung von sozial benachteiligten Familien mit Geldspenden und gesammelten Geschenken.
- Die Unterstützung von alten und behinderten Menschen bei Garten- und Hausarbeiten.
- Eine große Spendensammlung für die American Cancer Society mit Teilnahme an einem 18-Stunden-Lauf, um die Bekanntheit der Aktion zu erhöhen.

„Ehrenamtliches Engagement lässt Menschen persönlich wachsen - und das nutzt auch dem Arbeitgeber“, findet Amy Bibee, Corporate Marketing Manager bei HUBERT.

SPENDEN

WO VERSPÄTUNGEN GUT ANKOMMEN

KAISER+KRAFT
 ALLES FÜR DIE FIRMA.

Topde
 Design your work

In der Kooperation mit Lieferanten setzt TAKKT EUROPE auf Leistungsanreize. Wer den gemeinsam definierten Zielen entsprechend liefert, erhält einen Bonus. Werden die Ziele jedoch verfehlt, wird für den Lieferanten eine Malus-Zahlung fällig. Diese Mittel fließen allerdings nicht den TAKKT-Gesellschaften zu, sondern werden zu 100 Prozent für soziale Zwecke verwendet. Allein bei Topdeq und KAISER+KRAFT in Deutschland sind auf diese Weise von 2008 bis 2011 über 200 Tsd. Euro Spendenmittel zusammengekommen, die unter anderem für die Anschaffung von sechs Kleinbussen im Wert von je über 32 Tsd. Euro verwendet wurden. Topdeq hat mit den Zahlungen 2010 die lokale Lebenshilfe und 2011 die Kinder- und Jugendförderung an ihrem Heimatstandort in Pfungstadt unterstützt. KAISER+KRAFT engagiert sich besonders für Einrichtungen der Behinderten- und Förderpädagogik wie die Bodelschwingh-Schule in Sindelfingen (2008), die Berger-Förderschule

und die Gustav-Werner-Schule in Stuttgart (2009/2010) sowie zuletzt die Gröningerweg-Schule in Bietigheim (2011).

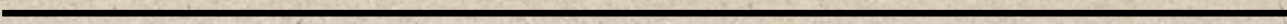
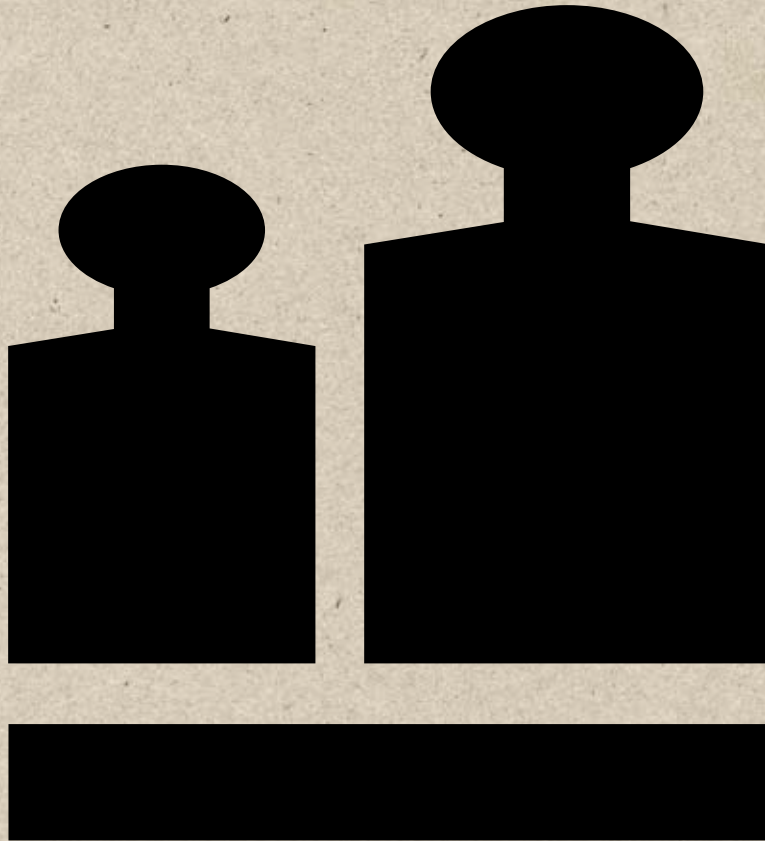


TAKKT-Vorstand Franz Vogel übergibt der Kinder- und Jugendförderung Pfungstadt im Namen von Topdeq einen neuen Kleinbus.



03

DATEN & FAKTEN





03

INHALT:

DATEN & FAKTEN



DATEN & FAKTEN

Im Kapitel „Daten & Fakten“ erläutern wir unsere Vorgehensweise bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts 2012. Die für GRI und Global Compact relevanten Indikatoren werden zusammenfassend dargestellt. Abschließend informieren wir mit ausgewählten Kennzahlen über die aktuelle Entwicklung von TAKKT.

SEITE:

49

DATEN & FAKTEN

ÜBER DIESEN BERICHT

SEITE:

50

DATEN & FAKTEN

INTERNATIONAL ERFOLGREICH

SEITE:

51

DATEN & FAKTEN

STANDARDS & MITGLIEDSCHAFTEN

SEITE:

52-54

DATEN & FAKTEN

GRI-G3 CONTENT INDEX

SEITE:

55

DATEN & FAKTEN

UNABHÄNGIGE BESCHEINIGUNG

SEITE:

56

DATEN & FAKTEN

IMPRESSUM

DATEN & FAKTEN

ÜBER DIESEN BERICHT

TAKKT AG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

**NACHHALTIGKEITS
BERICHT** | 20
12



X ÜBER DIESEN BERICHT

→→→ Mit dem TAKKT-Nachhaltigkeitsbericht 2012 wollen wir unsere Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner, Investoren und die interessierte Öffentlichkeit darüber informieren, wie wir unternehmerische Verantwortung übernehmen. Der Bericht schildert die wesentlichen gesellschaftlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Herausforderungen unserer Geschäftstätigkeit. Darauf aufbauend stellen wir erstmalig die TAKKT-Nachhaltigkeitsstrategie vor:

SCORE

→→→ Aufbauend auf den Erwartungen unserer Stakeholder und den Herausforderungen unseres Geschäftsmodells leiten wir

SECHS Handlungsfelder

ab. Innerhalb dieser Handlungsfelder bündeln und steuern wir alle Aktivitäten, um nachhaltiges verantwortungsvolles Handeln sicherzustellen. Wir zeigen, wie wir das Thema Nachhaltigkeit inhaltlich und strukturell in der Organisation verankern sowie Lösungsansätze und Maßnahmen zur Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsleistung entwickeln.

→→→ Im März 2010 haben wir erstmalig einen Corporate Responsibility Report veröffentlicht, in dem wir über unser Engagement in Bezug auf Nachhaltigkeit berichteten.

Der Berichtszeitraum umfasste das Geschäftsjahr 2009. Um die Vergleichbarkeit unserer Leistungen mit anderen Unternehmen zu ermöglichen, folgen wir mit dem vorliegenden TAKKT Nachhaltigkeitsbericht 2012 erstmalig den Leitlinien (G3) der Global Reporting Initiative (GRI), die sich international als Maßstab für transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung etabliert haben.

→→→ Der Berichtszeitraum umfasst die Geschäfts- und Kalenderjahre 2011 und 2010. Die verwendeten Finanzkennzahlen wurden aus dem Geschäftsbericht 2011 des TAKKT-Konzerns übernommen. Der Nachhaltigkeitsbericht umfasst, sofern nicht anders angegeben, alle Sparten und Tochtergesellschaften der TAKKT AG. Auch wenn nicht alle CR-Maßnahmen zum Zeitpunkt der Berichtslegung konzernweit umgesetzt wurden, so ist dies ein wichtiges Ziel, das wir mit Priorität verfolgen.

→→→ Der Bericht wurde von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ebner Stolz Mönning Bachem GmbH & Co. KG einem ausführlichen Review nach dem Standard ISAE3000 unterzogen.

Weiterhin wurde der Bericht der GRI Reporting Services zur Begutachtung vorgelegt und erhielt den GRI-Bestätigungsvermerk:

GRI LEVEL C+

→→→ Der gedruckte TAKKT-Nachhaltigkeitsbericht 2012 erscheint in deutscher und englischer Sprache, Redaktionsschluss war der 30. März 2012.

→→→ Im Sinne einer besseren Lesbarkeit sprechen wir im Bericht durchgängig von Mitarbeitern. Damit meinen wir selbstverständlich alle unsere weiblichen und männlichen Beschäftigten.

→→→ Der nächste Nachhaltigkeitsbericht wird im Frühjahr 2014 erscheinen. 2013 wird ein Fortschrittsbericht für den

GLOBAL COMPACT

der Vereinten Nationen veröffentlicht.

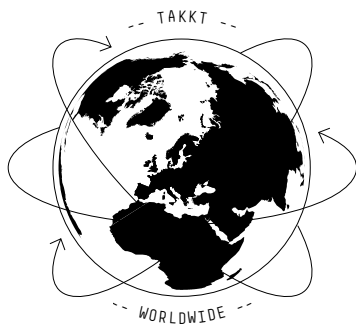
→→→ Der TAKKT-Nachhaltigkeitsbericht 2012 enthält Aussagen, die sich auf die zukünftige Entwicklung des TAKKT-Konzerns und seiner Tochtergesellschaften beziehen. Diese Aussagen stellen Einschätzungen dar, die wir auf Grundlage aller uns zum Zeitpunkt der Berichterstellung vorliegenden Informationen getroffen haben. Sollten die zugrunde gelegten Annahmen nicht eintreffen oder weitere Risiken entstehen, so können die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Wir können daher keine Gewähr für diese Angaben übernehmen.

DATEN & FAKTEN

INTERNATIONAL ERFOLGREICH

TAKKT WELTWEIT

22

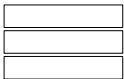



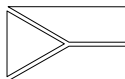
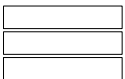

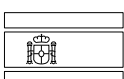
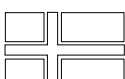

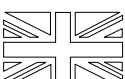
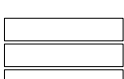

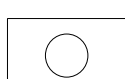

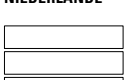
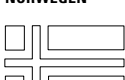


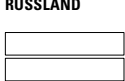



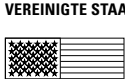


X 73 TOCHTERGESELLSCHAFTEN 6B: S. 126

X 19 LAGER

X 30 LÄNDER

X 3 KONTINENTE

<p>ÖSTERREICH</p>  AT	<p>BELGIEN</p>  BE	<p>KANADA</p>  CA	<p>SCHWEIZ</p>  CH								
<p>CHINA</p>  CN	<p>TSCHECHISCHE REPUBLIK</p>  CZ	<p>DEUTSCHLAND</p>  DE	<p>DÄNEMARK</p>  DK								
<p>SPANIEN</p>  ES	<p>FINNLAND</p>  FI	<p>FRANKREICH</p>  FR	<p>VEREINIGTES KÖNIGREICH</p>  GB								
<p>UNGARN</p>  HU	<p>ITALIEN</p>  IT	<p>JAPAN</p>  JP	<p>MEXIKO</p>  MX								
<p>NIEDERLANDE</p>  NL	<p>NORWEGEN</p>  NO	<p>POLEN</p>  PL	<p>PORTUGAL</p>  PT								
<p>RUMÄNIEN</p>  RO	<p>RUSSLAND</p>  RU	<p>SCHWEDEN</p>  SE	<p>SLOWAKEI</p>  SK								
<p>TÜRKEI</p>  TR	<p>VEREINIGTE STAATEN</p>  US	<p>Weitere von den Vertriebsgesellschaften bediente Länder:</p> <table border="0"> <tr> <td>ESTLAND</td> <td>IRLAND</td> <td>LUXEMBURG</td> <td>SLOWENIEN</td> </tr> <tr> <td>EE</td> <td>IE</td> <td>LU</td> <td>SI</td> </tr> </table>		ESTLAND	IRLAND	LUXEMBURG	SLOWENIEN	EE	IE	LU	SI
ESTLAND	IRLAND	LUXEMBURG	SLOWENIEN								
EE	IE	LU	SI								

DATEN & FAKTEN

STANDARDS & MITGLIEDSCHAFTEN

GLOBAL COMPACT www.globalcompact.de

Anfang 2012 ist TAKKT dem Global Compact beigetreten. Mit der Gründung des Global Compact im Jahr 2000 reagierte der damalige Generalsekretär der Vereinten Nationen, Kofi Annan, auf die sich abzeichnenden negativen Folgen der Globalisierung. Er rief Unternehmen weltweit dazu auf, einen Beitrag zu leisten, damit die Globalisierung allen Menschen zugutekommt und die internationale Entwicklung sozial, ökologisch und ökonomisch gerechter gestaltet wird. Für diese Vision engagieren sich inzwischen international etwa 8.700 Unternehmen. # 23

GRI www.globalreporting.org

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht entspricht dem Standard der Global Reporting Initiative (GRI), die sich als Maßstab für eine transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung etabliert hat. GRI ist eine gemeinnützige Multi-Stakeholder-Stiftung, die 1997 von CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) und dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen gegründet wurde und heute über ein weltweites Netzwerk verfügt. Der GRI-Leitfaden und -Berichtsrahmen definiert Prinzipien und Indikatoren, um ökonomische, ökologische und soziale Leistung zu messen. Der Global Compact empfiehlt seinen Mitgliedern, ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung gemäß den GRI-Kriterien zu erstellen. # 24

NATUREFUND www.naturefund.de

Seit Anfang 2010 beteiligt sich TAKKT in Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Umweltschutzorganisation Naturefund an sogenannten Waldfonds. Die Initiative dient dem Erhalt des Klimas und der Artenvielfalt, indem sie weltweit bestehende Wälder schützt und Projekte zur Wiederaufforstung realisiert. Mit den Waldfonds finanziert und unterstützt Naturefund langfristig den Aufbau von kleinen, lokalen und gerade dadurch sehr wirkungsvollen Schutz- und Aufforstungsprojekten.

CARBON DISCLOSURE PROJECT www.cdproject.net

Um das öffentliche Bewusstsein für den Klimaschutz zu stärken und Verantwortung zu demonstrieren, beteiligt sich TAKKT am Carbon Disclosure Project. Diese internationale Initiative befragt weltweit mehr als 3.000 Unternehmen in rund 60 Ländern nach deren CO₂-Ausstoß und Wasserverbrauch sowie den Strategien zur Verminderung des Treibhauseffekts. Damit soll nicht zuletzt Aufklärung gefördert und Anstoß zu nachhaltigem Handeln bei Investoren, Unternehmensführern und Politikern gegeben werden. In Deutschland wird dieses Projekt unter anderem vom Bundesverband Investment und Asset Management e.V. (bvi) und dem World Wide Fund for Nature (WWF) unterstützt.

DIE ZEHN GLOBAL COMPACT-PRINZIPIEN IM ÜBERBLICK

23

MENSCHENRECHTE

- Prinzip 1 — Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und
- Prinzip 2 — sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

ARBEITSNORMEN

- Prinzip 3 — Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner für
- Prinzip 4 — die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,
- Prinzip 5 — die Abschaffung der Kinderarbeit und
- Prinzip 6 — die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

UMWELTSCHUTZ

- Prinzip 7 — Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,
- Prinzip 8 — Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen, und
- Prinzip 9 — die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

- Prinzip 10 — Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

DATEN & FAKTEN

GRI-G3 CONTENT INDEX

ERLÄUTERUNGEN ZUM GRI-G3 CONTENT INDEX

GRI (Global Reporting Initiative)

Der TAKKT-Nachhaltigkeitsbericht 2012 orientiert sich an den Leitlinien und Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI). Der nachfolgende GRI-G3 Content Index dokumentiert, wo innerhalb des TAKKT Nachhaltigkeitsberichts 2012 Angaben zu den jeweiligen GRI-Anforderungen zu finden sind. Auf weiterführende Kommentare und Informationen zu den Indikatoren im Rahmen der Berichterstattung des TAKKT Geschäftsberichts 2011 wird verwiesen. Ab 2013 bildet der GRI-Index auch die Grundlage für den Fortschrittsbericht (Communication on Progress, COP) im Rahmen der TAKKT Mitgliedschaft in der Global Compact Initiative. Entsprechende Verweise finden sich bereits in der linken Spalte des GRI-Index. # 24

GRI-G3 CONTENT INDEX			# 24.1
GLOBAL COMPACT	GRI-INDIKATOR	VERWEISE	ERFÜLLUNGS-GRAD
STRATEGIE UND ANALYSE			
1-10	1,1	Eklärung des höchsten Entscheidungsträgers	→ NB 2012: S. 04-07
	1,2	Wichtigste Auswirkungen, Chancen und Risiken	→ NB 2012: S. 14-15
ORGANISATIONSPROFIL			
	2,1	Name der Organisation	→ NB 2012: S. 08
	2,2	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	→ NB 2012: S. 08
	2,3	Organisationsstruktur	→ NB 2012: S. 08
	2,4	Hauptsitz der Organisation	→ NB 2012: S. 08
	2,5	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist	→ NB 2012: S. 50
	2,6	Eigentümerstruktur und Rechtsform	→ NB 2012: S. 08
	2,7	Märkte	→ NB 2012: S. 08
	2,8	Größe der berichtenden Organisation	→ NB 2012: S. 08
	2,9	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	Keine signifikanten Veränderungen im Berichtszeitraum.
	2,10	Im Berichtszeitraum erhaltene Preise	Keine relevanten Preise im Berichtszeitraum.
BERICHTSPARAMETER			
	3,1	Berichtszeitraum	→ NB 2012: S. 49
	3,2	Veröffentlichung des letzten Berichts	→ NB 2012: S. 49
	3,3	Berichtszyklus	→ NB 2012: S. 49
	3,4	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und zu seinem Inhalt	→ NB 2012: S. 56
	3,5	Vorgehensweise zur Bestimmung des Berichtsinhalts	→ NB 2012: S. 18-20, 49
	3,6	Berichtsgrenze	→ NB 2012: S. 49
	3,7	Beschränkungen des Berichtsumfangs	→ NB 2012: S. 49
	3,8	Joint Ventures, Tochterunternehmen, ausgelagerte Tätigkeiten	→ GB 2011: S. 126-128
	3,10	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	→ NB 2012: S. 49
	3,11	Wesentliche Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der verwendeten Messmethoden	→ NB 2012: S. 49
	3,12	GRI Content Index	→ NB 2012: S. 52-53

LEGENDE:

(NB) = Nachhaltigkeitsbericht

(GB) = Geschäftsbericht

▬ = teilweise berichtet

▬ = vollständig berichtet

DATEN & FAKTEN

GRI-G3 CONTENT INDEX			# 24.2
GLOBAL COMPACT	GRI-INDIKATOR	VERWEISE	ERFÜLLUNGS-GRAD
■ GOVERNANCE, VERPFLICHTUNGEN UND ENGAGEMENT			
	4,1 Führungsstruktur der Organisation	⇒ NB 2012: S. 13 / GB 2011: S. 61 f.	■■■■
	4,2 Angabe, ob der Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans gleichzeitig Geschäftsführer ist	Die Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden und des Aufsichtsratsvorsitzenden in der TAKKT-Gruppe sind nach deutschem Recht strikt voneinander getrennt.	■■■■
	4,3 Anzahl der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans, die unabhängig oder keine Mitglieder der Geschäftsführung sind	Dieser Indikator bezieht sich nur auf Organisationen, die keinen Aufsichtsrat haben, und ist somit für die TAKKT-Gruppe nicht relevant.	■■■■
	4,4 Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand	⇒ NB 2012: S. 18-19, 41	■■■■
8, 6	4,8 Leitbilder, interner Verhaltenskodex und Prinzipien	⇒ NB 2012: S. 01-02, 13	■■■■
	4,12 Extern entwickelte Vereinbarungen, Prinzipien od. Initiativen	⇒ NB 2012: S. 51	■■■■
8	4,13 Mitgliedschaften	⇒ NB 2012: S. 51	■■■■
	4,14 Liste der Stakeholder-Gruppen	⇒ NB 2012: S. 18-19	■■■■
	4,15 Auswahl der Stakeholder-Gruppen	⇒ NB 2012: S. 18-19	■■■■
	4,16 Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern	⇒ NB 2012: S. 18-19	■■■■
	4,17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern	⇒ NB 2012: S. 18-19	■■■■
■ ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN			
	EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	⇒ NB 2012: S. 12 / Keine signifikanten Beträge für Spenden und kommunale Investitionen (<0,1% der Nettowertschöpfung)	■■■■
	EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	⇒ GB 2011: S. 107	■■■■
	EC7 Standortbezogene Personalauswahl	⇒ NB 2012: S. 41	■■■■
■ ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN			
	EN3 Direkter Primärenergieverbrauch	⇒ NB 2012: S. 36.2 / Berichtet für Standorte in Deutschland und den USA	■■■■
8	EN4 Indirekter Primärenergieverbrauch	⇒ NB 2012: S. 36.2 / Berichtet für Standorte in Deutschland und den USA	■■■■
7, 9	EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien	⇒ NB 2012: S. 33, 35, 37-39	■■■■
8	EN16 Treibhausgasemissionen	⇒ NB 2012: S. 36.2 / Berichtet für Standorte in Deutschland und den USA	■■■■
	EN28 Sanktionen wegen Umweltverstößen	⇒ NB 2012: S. 36.2	■■■■
7	EN29 Umweltauswirkungen des Transports	⇒ NB 2012: S. 34 / CO ₂ -Effizienz des Geschäftsmodells ⇒ NB 2012: S. 39 / CO ₂ -Emissionen einer deutschen Tochtergesellschaft	■■■■
■ GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG			
5	LA1 Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag und Region	⇒ NB 2012: S. 40, 40.2	■■■■
	LA2 Mitarbeiterabgänge	⇒ NB 2012: S. 40.2	■■■■
	LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	⇒ NB 2012: S. 40 / Lediglich berichtet für externe Fortbildungskosten	■■■■
	LA13 Zusammensetzung der Belegschaft	⇒ NB 2012: S. 40.2	■■■■
■ GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: MENSCHENRECHTE			
6	HR4 Vorfälle von Diskriminierung	⇒ NB 2012: S. 41	■■■■
5	HR6 Kinderarbeit	⇒ NB 2012: S. 25	■■■■
■ GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT			
10	S02 Korruptionsrisiken	⇒ NB 2012: S. 13, 26	■■■■
10	S04 In Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen	Keine Korruptionsfälle in 2010 und 2011	■■■■
	S08 Sanktionen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	Es gab keine signifikanten (>1.000 Euro) Strafen oder Sanktionen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften in 2010 und 2011	■■■■
■ GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTUNG			
3-7	PR1 Produktlebenszyklus	⇒ NB 2012: S. 25-26	■■■■
	PR5 Kundenzufriedenheit	⇒ NB 2012: S. 18-19, 26-28	■■■■
	PR6 Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	⇒ NB 2012: S. 13, 26, 31	■■■■
	PR9 Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsaufträgen	⇒ NB 2012: S. 24.2 / In 2011: Keine Sanktionen. In 2010: 1 Vorfall bei Topdeq Service GmbH aufgrund einer inkorrekten Registrierung bestimmter elektronischer Produkte bei den lokalen Behörden (Strafe: 2.800 Euro). Die Strafe wurde bezahlt und weitergereicht an den betroffenen Produkthersteller. Interne Prozesse wurden geprüft und überarbeitet.	■■■■

DATEN & FAKTEN



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **TAKKT AG** ihren Bericht „GUT UNTERWEGS. Nachhaltigkeitsbericht 2012“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene C+ erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt.

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, April 16, 2012

Nelmaria Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Das „C+“ wurde dieser Anwendungsebene hinzugefügt, weil TAKKT AG für Teile des Berichts/den Bericht eine externe Bestätigung eingeholt hat. GRI akzeptiert dabei die Beurteilung des Berichterstatters selbst bezüglich der Auswahl seines Assurance-Anbieters und des Umfangs des Untersuchungsgegenstandes der externen Bestätigung.

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkorientierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfäden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, ausschließlich audio-visuelle Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am April 13, 2012. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

WEITERE INFORMATIONEN



www.globalreporting.org

DATEN & FAKTEN

UNABHÄNGIGE BESCHEINIGUNG

An die Leser des
Nachhaltigkeitsberichts 2012
der TAKKT AG, Stuttgart

Stuttgart, 18. April 2012

Wir wurden vom Vorstand der TAKKT AG beauftragt, eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit über den Nachhaltigkeitsbericht 2012 „GUT UNTERWEGS“ (kurz: „Nachhaltigkeitsbericht“) des TAKKT Konzerns, Stuttgart, durchzuführen. Der Nachhaltigkeitsbericht umfasst den Zeitraum vom 01. Januar 2010 bis 31. Dezember 2011. Der Nachhaltigkeitsbericht wurde unter Beachtung der im GRI-Leitfaden Version G3 der Global Reporting Initiative (Seite 7-18) genannten Kriterien Wesentlichkeit, Einbeziehung von Stakeholdern, Nachhaltigkeitskontext, Vollständigkeit, Ausgewogenheit, Vergleichbarkeit, Genauigkeit, Aktualität, Klarheit und Zuverlässigkeit aufgestellt. Die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts liegt in der Verantwortung des Vorstands der TAKKT AG. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zum Nachhaltigkeitsbericht auf der Grundlage unserer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit abzugeben.

Wir haben unseren Auftrag unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000): Assurance Engagements other than Audits or reviews of Historical Financial Information, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board, geplant und durchgeführt, so dass wir bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausschließen können, dass der Nachhaltigkeitsbericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den im GRI-Leitfaden Version G3 der Global Reporting Initiative (Seite 7-18) genannten Kriterien aufgestellt worden ist. Untersuchungshandlungen zum Erlangen einer Aussage mit begrenzter Sicherheit beschränken sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bieten deshalb nicht die durch eine Prüfung erreichbare Sicherheit.

Unsere Untersuchungshandlungen umfassten unter anderem folgende Arbeiten:

- Einsichtnahme in die relevante Dokumentation, einschließlich der Dokumentation der Konzerngrundsätze, Führungs- und Berichterstattungsstrukturen sowie in die vorhandenen Dokumente und Systeme zur Erhebung, Analyse und Aggregation der Nachhaltigkeitsdaten sowie deren stichprobenartige Überprüfung
- Befragung des mit der Erstellung der Berichterstattung zur nachhaltigen Unternehmensführung beauftragten Teams
- Befragung von Mitarbeitern anderer Konzernbereiche

Auf der Grundlage unserer Untersuchungshandlungen sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der Nachhaltigkeitsbericht nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den zugrunde gelegten Kriterien des GRI-Leitfadens Version G3 der Global Reporting Initiative (Seite 7-18) aufgestellt worden ist.

Ebner Stolz Mönning Bachem GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft

BERNHARD STEFFAN
Wirtschaftsprüfer

UWE HARR
Wirtschaftsprüfer

DATEN & FAKTEN

IMPRESSUM

WEITERE INFORMATIONEN

Uwe Füllenbach
Tel +49 711 3465-8210
co@takkt.de

KONZEPTION, REDAKTION & REALISATION

Strichpunkt GmbH,
Stuttgart/Berlin
www.strichpunkt-design.de

BILDNACHWEIS

Frank Reinhold (S.03)
Dominik Pietsch (S.42)
TAKKT-Archiv

DRUCK

druckpartner
Druck- und Medienhaus GmbH,
Essen

VERSIONEN

Der Nachhaltigkeitsbericht erscheint
in deutscher und englischer Sprache.
Im Zweifelsfall ist der Inhalt der
deutschen Version maßgebend.

HINWEIS

Für uns bei TAKKT ist Nachhaltigkeit
fester Bestandteil unseres täglichen
Handelns. Deshalb wurde dieser Bericht
nicht nur auf Papier, das mit dem
blauen Engel zertifiziert ist, gedruckt,
sondern aus wiederverwertetem Karton
gebunden, der aus den Verpackungs-
abfällen des BEG-Zentrallagers in
Kamp-Lintfort stammt.

ZERTIFIZIERUNGEN



www.takkt.de



DE -
2012

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

NACHHALTIGKEITS BERICHT



20
12

KENNZAHL	VERWEISE	2011	2010	TENDENZ
Umsatz (Mio. €)	→ NB 2012: S. 08	852,2	801,6	↑
Energieverbrauch TAKKT-Standorte in D/USA (Gigajoule)	→ NB 2012: S. 36.2	114.921	122.129	↓
Relativer CO ₂ -Ausstoß TAKKT-Standorte in D/USA (g pro Megajoule)	→ NB 2012: S. 36.2	114,3	112,4	×
TAKKT-Lagerflächen (qm)	→ NB 2012: S. 32.2	213.514	213.514	×
Papierwerbemittelseiten im Markt (Mrd.)	→ NB 2012: S. 28.2	15,6	17,1	↓
Relativer Papierverbrauch (t / Mio. € Umsatz)	→ NB 2012: S. 28.2	34,9	37,7	↓
Anteil FSC-/PEFC-Papiere (% / Papier)	→ NB 2012: S. 28.2	57,0	44,8	↑
Anteil E-Commerce am Umsatz (% / Umsatz)	→ NB 2012: S. 28.2	21,3	19,4	↑
Von TAKKT bearbeitete Bestellungen (Tsd.)	→ NB 2012: S. 32.2	1.779,6	1.746,3	×
Qualitätsreklamationen (% / Aufträge)	→ NB 2012: S. 24.2	0,61	0,63	×
Anteil nachhaltige Produkte am Umsatz (% / Umsatz)	→ NB 2012: S. 24.2	1,7	1,6	↑
Mitarbeiter (Vollzeitkräfte)	→ NB 2012: S. 40.2	1.869	1.807	×
Mitarbeiterabgangsquote [inkl. Pensionierungen] (% / Köpfe)	→ NB 2012: S. 40.2	9,7	12,3	↓
Ausgaben für Weiterbildung (Tsd. €)	→ NB 2012: S. 40	634	537	↑

LEGENDE:

(NB) = Nachhaltigkeitsbericht

↑ = nimmt zu

↓ = nimmt ab

× = stagniert

TAKKT AG

Postfach 104862
70042 Stuttgart

Presselstraße 12
70191 Stuttgart
Deutschland

t +49 711 3465-80
f +49 711 3465-8100

cc@takkt.de
www.takkt.de