

Zukunft dank Nachhaltigkeit.

Aus Liebe zur Umwelt.



KARSTADT

Schöner shoppen in der Stadt

www.karstadt.de



Stefan W. Herzberg
Vorsitzender der Geschäftsführung
Karstadt Warenhaus GmbH



Roland Schäfer
Bereichsleiter Qualitätssicherung und
Umweltschutzbeauftragter
Karstadt Warenhaus GmbH

20 Jahre aktiver Umweltschutz und nachhaltiges Handeln

Bereits in den 80er-Jahren gab es Aktivitäten in unseren Filialen, die man rückblickend durchaus der Überschrift „Umweltschutz“ zuordnen kann. Dazu gehörten Energiesparmaßnahmen oder die kundenfreundliche Rücknahme von Elektroaltgeräten und Batterien. Frühzeitig wurde das Bewusstsein der ökologischen Verantwortung eines großen Handelsunternehmens erkannt und geprägt.

1989 – also vor 20 Jahren – hat die damalige Unternehmensleitung dem Umweltschutz eine feste Rolle in unserer Organisation zugewiesen. Erstmals wurde ein Umweltschutzbeauftragter ernannt und wenig später die Abteilung Umweltschutz innerhalb der Qualitätssicherung eingerichtet.

In der aktuellen Ausgabe 2009 unserer Broschüre „Zukunft dank Nachhaltigkeit“ möchten wir Sie anlässlich dieses kleinen Jubiläums in gewohnter Form über unsere Schwerpunktaktivitäten im vergangenen Jahr informieren, darüber hinaus aber auch mit einer kleinen Zeitreise auf die Meilensteine der letzten 20 Jahre zurückblicken.

Interessant ist, dass Themen wie Energieeffizienz und Klimaschutz seit Jahren auf der Agenda stehen und offensichtlich noch an Bedeutung zunehmen.

Andere Bereiche, wie z. B. „Corporate Social Responsibility“ – der faire Umgang mit unseren Lieferanten in aller Welt – in den 90ern noch nahezu ein Randthema, haben heute eine zentrale Rolle in unseren Aktivitäten eingenommen.

Absolute Schwerpunkte der Maßnahmen waren, sind und bleiben die Kampagnen zur Verbraucheraufklärung in unseren Filialen.

Mit täglich Millionen Kundenkontakten haben wir im Warenhaus großartige Möglichkeiten, Verbraucher und natürlich auch unsere Mitarbeiter hautnah einzubeziehen.

Mit unseren Kampagnen

- zum ökologischen Schulanfang
- zur Energieeffizienz
- zu den Bio-Aktionswochen
- zu den Fairtrade-Wochen
- und weiteren Veranstaltungen

gelingt uns dies seit Jahren immer wieder hervorragend.

Auch in 2008 wurden unsere Anstrengungen durch angesehene Auszeichnungen öffentlich geehrt. Besondere Erwähnung gebührt „Bio erleben! Schaukochen mit Schulklassen“. Für diese Aktion wurden wir von der Deutschen UNESCO als offizielles Projekt der UN-Weltdekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung 2008/09“ gewürdigt. Dies gilt dem besonderen Engagement, Kindern frühzeitig gesunde Ernährung nahe zu bringen.

Die Anerkennung unserer Kunden und sachkundiger Institutionen bestärkt uns, diesen Weg unbeirrt fortzusetzen und auch in schwierigen Zeiten „Verantwortung zu tragen“.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Stefan W. Herzberg

Roland Schäfer

Inhalt

Klima & Energie	4 - 5
Natur erleben	6
Fairtrade	7
Ökologischer Schulanfang	8 - 9
Öko-Landbau	10
Bio-Aktionswochen	11
Meilensteine/Zeitreise	12 - 15
Verantwortung/Lieferkette	16 - 17
Verantwortung tragen	18 - 20
Auszeichnungen 2008	21
Partnerschaften	22
Kontakt/Impressum	23





Foto links:
Aufaktveranstaltung zur 2. Klimaschutzaktion 2008 „Schonen und sparen“ in der Filiale Kiel.

Abbildung rechts:
Plakat „Energiesparen leicht gemacht“.



Klimaschutz

Energie, die man sich sparen kann

Geld und Energie einsparen und dabei das Klima schützen, das ist möglich bei effizienter Nutzung von Energie. Das Thema Energieeffizienz in privaten Haushalten ist bei Karstadt seit 2001 zentraler Punkt im Rahmen der Klimaschutzaktionen.

Auch 2008 wurden Verbraucher in den Filialen der Karstadt Warenhaus GmbH in zwei Projekten zum Thema Stromeffizienz in ihren Haushalten sensibilisiert und informiert. Ziel war und ist weiterhin anzuregen, zu energiebewusstem Verhalten beim Kauf von Lampen, Elektro- und Elektronikgeräten sowie zu entsprechendem Handeln beim Gebrauch der Geräte zu bewegen. Die größten Energieverbraucher in privaten Haushalten sind Haushaltsgroßgeräte wie Waschmaschinen, Kühl- und Gefriergeräte. Sie machen einen gravierenden Anteil des gesamten Stromverbrauches in einem Durchschnittshaushalt aus. Das belastet nicht nur die Haushaltskasse, sondern auch die Umwelt. Abhilfe schaffen moderne energieeffiziente Geräte. Aber auch durch den Einsatz

von Energiesparlampen und energieeffizienten Kochtöpfen lassen sich bis zu 80% Kosten und CO₂ einsparen. Dies wird durch Beratung und Informationsmaterial wie den Klimaschutzratgeber von Karstadt und dem Umweltbundesamt den Verbrauchern nahegebracht. Unterstützung erhält Karstadt durch kompetente Kooperationspartner.



Am 18.2.2008 starteten die Energiespartage bei Karstadt unter dem Titel „Wer will schon im Treibhaus leben!?!“. Bis zum 1.3.2008 standen Energiesparlampen und Energie sparende Kochtöpfe im Mittelpunkt der Kampagne. Auch ein filialbezogenes Gewinnspiel lief während der Aktionswochen. In 33 Filialen konnten sich die Verbraucher von kompetenten Fachkräften der Deutschen Energie-Agentur GmbH (dena), der Hersteller Osram und Fissler sowie des Münchner Bauzentrums beraten lassen.

Die zweite Klimaschutzaktion im Jahr 2008 „Schonen und sparen“ – das Klimaschutzprogramm für den Haushalt – fand vom 8. bis 20. September statt. Hierbei drehte sich alles um energieeffiziente Elektrogroßgeräte und Öko-Strom, der erstmals bei Karstadt angeboten wurde. Ab Aktionsbeginn besteht eine Kooperation zwischen Karstadt und der Naturwatt GmbH, die Strom aus 100% regenerativen Energiequellen wie Wasser- und Windkraft anbietet. Unterstützt wurde auch diese Aktion vom Umweltbundesamt. Energieberater der dena und des Bauzentrums München informierten die Verbraucher während der Beratungstage in 30 Filialen. Ein attraktives

Gewinnspiel: „Karstadt sucht das älteste Gerät“ rundete die Aktion ab. Zur Auftaktveranstaltung und zum Pressegespräch in der Filiale Kiel Sophienblatt konnten wir den Minister für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig Holstein Dr. Christian von Boetticher und weitere Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft begrüßen. Satellitenbilder zum Klimawandel, Musik des Mobilen Recyclingorchesters und Bio-Livecooking mit Eurotoques-Meisterkoch Markus Haxter bildeten ein buntes Rahmenprogramm.

Die Klimaschutzaktion ist für 2007/2008 von der deutschen UNESCO ausgezeichnet als offizielles Projekt der Weltdekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“.





Natur erleben

Karstadt engagiert sich für biologische Vielfalt

In den Karstadt-Filialen Dresden, Kiel, Mülheim, München am Bahnhof und Wiesbaden eröffnete am 19. Mai 2008 die Ausstellung „Natur erleben“. Eine Woche lang machten Schautafeln und Warenpräsentationen darauf aufmerksam, wie eng Natur- und Umweltschutz, Verbraucherverhalten und fairer Handel zusammenhängen. Anlass der Ausstellung war die UN-Naturschutzkonferenz zur biologischen Vielfalt, die bis Ende Mai in Bonn stattfand.

15.500 Arten drohen in den kommenden Jahren auszusterben. Zu den Gründen dafür zählen der Klimawandel, die Überfischung der Meere und die Rodung von Regenwald. Um die biologische Vielfalt zu bewahren, müssen viele Akteure zusammenarbeiten: Industrieländer ebenso wie Schwellen- und Entwicklungsländer, Nichtregierungsorganisationen, die Wirtschaft, Medien, Wissenschaft und Kultur. So gehört es zu den Zielen der UN-Naturschutzkonferenz, dass ärmere Länder mehr von dem Nutzen profitieren, den die Menschheit aus den Reichtümern der Natur zieht. Nur so lässt sich beispielsweise verhindern, dass arme Bauern in Südamerika noch mehr Wälder in Felder umwan-

deln müssen. Als großes Warenhausunternehmen stellen wir uns der Verantwortung, uns für dieses Ziel zu engagieren. Wir tun das, indem wir zum Beispiel den fairen Handel unterstützen und Fairtrade gesiegelte Produkte in unseren Filialen anbieten. Weitere Handlungsfelder und Themen der Ausstellung waren der „Biologische Anbau von Baumwolle für Textilien“, „energieeffiziente Geräte“ im Sortiment von Karstadt, „Forcierung der ökologischen Landwirtschaft“ sowie der „ökologische Schulanfang“. In den genannten Karstadt-Filialen überreichte die Geschäftsführung zum Ende der Ausstellung jeweils einen Spendenscheck über 2.000,- EUR an eine lokale Umweltschutzorganisation.

Fairtrade - sozialer und nachhaltiger Handel



Bereits seit 1993 werden in den Feinkostmärkten bei Karstadt Warenhaus entsprechende Produkte aus dem fairen Handel angeboten, der im Sinne einer nachhaltigen Wirtschaftsweise zukunftsweisend ist, da er soziale, ökologische sowie ökonomische Entwicklungsziele berücksichtigt und Bestandteil der Agenda 21 ist. Unter dem Fairtrade-Siegel werden verschiedene Kaffeesorten, Tees, Honig, Schokolade, Kakao, Nudeln, Reis, Bananen und Orangensaft angeboten. Inzwischen umfasst das Sortiment annähernd 50 Produkte. Dabei erfüllen rund 75% dieser gelisteten Fairtrade-Artikel auch die an Bio-Produkte gestellten Anforderungen. Zur Forcierung des Abverkaufs werden zielgerichtete Maßnahmen umgesetzt. Mit fachgerechten Unterlagen wie Trainerleitfaden, Checkliste und Infofilm werden die Mitarbeiter ebenfalls sensibilisiert und geschult.

Auch 2008 fanden in allen PERFETTO-/Feinkostmärkten wieder die Fairtrade-Aktionswochen statt. Sonderstände, fachkundige Beratung und reichlich Probiermöglichkeiten wurden von den Verbrauchern sehr gut angenommen. Mit dem Gesamtpaket der Maßnahmen trägt Karstadt dazu bei, den Bekanntheitsgrad von Fairtrade im positiven Sinne zu erhöhen, damit den Absatz dieser Produkte ebenfalls zu fördern und somit eine Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen in den Anbauländern der 3. Welt zu erreichen.





Ökologischer Schulanfang

Bereits seit fast 10 Jahren begleitet nun Clemens Clever - der lustige Karstadt-Umweltigel - unsere Filialkampagnen zum ökologischen Schulanfang. Es gelingt Clemens Clever immer wieder das Verbraucherbewusstsein für umweltfreundliche Schulmaterialien zu wecken.

Auch im vergangenen Jahr haben wir in unseren Filialen 2 Aktionswochen durchgeführt. Dabei wurde zusätzlich der 30. Geburtstag des „Blauen Engel“ mit attraktiven Preisnachlässen gefeiert. Jeweils eine Woche vor Ferienbeginn in den jeweiligen



Bundesländern starteten für 2008 die erneuten Aktionswochen ökologischer Schulanfang in Kooperation mit Umweltbundesamt und Bundesamt für Naturschutz mit dem Schwerpunkt „30 Jahre Blauer Engel“. Auch kam wieder die bewährte Schulbroschüre mit Clemens Clever zum Einsatz. Außerdem wurden das neu gestaltete Umweltmalbuch „Unterwegs mit Clemens Clever“ und das Herbstheft „Kinatschu“ des Bundesamtes für Naturschutz kostenlos angeboten. Ein öffentliches Informations- und Pressegespräch fand am 18.8.2008 in der Filiale Bonn statt.

Hierzu Statements u. a. von **Prof. Dr. Beate Jessel**, Präsidentin des Bundesamt für Naturschutz **Karsten Klenner**, Leiter Präsidialbereich Umweltbundesamt **Dr. Kregel**, Stadtdirektor der Stadt Bonn bestätigten die besondere Bedeutung und auch die Verantwortung, bereits Kindern frühzeitig Umweltbewusstsein nahe zu bringen.

Die Informationsmaterialien zum ökologischen Schulanfang sind übrigens der absolute „Renner“ unter allen aufgelegten Verbraucherinformationen. Das Malbuch und die Broschüre wurden bereits in einer Auflage von über 1,2 Mio. Exemplaren verteilt. Nicht nur zu den Aktionszeiten, auch sonst vergeht kaum eine Woche in der nicht Filialen, Schulen, Kindergärten oder auch interessierte Verbraucher diese Umweltinformationen anfordern.



Zum Schüler-Ideen-Wettbewerb aus dem Jahr 2007 wurden insgesamt ca. 4.500 kreative Beiträge eingereicht. Am 15. und 16. Januar 2008 hat die aus Umweltbundesamt, Bundesamt für Naturschutz, Deutsche Wildtier Stiftung, Initiative Pro Recyclingpapier und Karstadt Warenhaus GmbH prominent besetzte Jury die Gewinner

für die jeweiligen Altersgruppen 6 - 10 und 11 - 14 Jahre ermittelt.

Am 4. April 2008 war im Karstadt-Haus Bonn die Siegerehrung für Lisa Metzen, die in der Kategorie weiterführende Schulen den ersten Preis erhielt. Die Moderation hatte Christine Elsner, ZDF Umweltredaktion.

Am 11.4.2008 folgte dann bei Karstadt Darmstadt die Siegerehrung für Till Thorn, der in der Kategorie Grundschulen den ersten Preis gewann. Die Moderation hatte Malte Arkona, Moderator Tigerenten Club des KiKa.

Für beide Veranstaltungen konnten wir weitere Persönlichkeiten gewinnen, hatten kleine Highlights vorbereitet und erhielten entsprechend positive Medienresonanz. Beide Gewinner freuten sich über Sachpreise und ein Erlebniswochenende mit ihren Freunden in der Natur, organisiert und begleitet von der Deutschen Wildtier Stiftung.

Das von Karstadt initiierte Projekt wurde von der Deutschen UNSECO im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung als offizielles Projekt der Weltdekade 2005/2006 ausgezeichnet und auch für die Jahre 2007/2008 erneut bestätigt.



Ökologischer Landbau **BIO**logisch

Seit Mitte der 90er Jahre befasst sich Karstadt mit dem Thema Lebensmittel aus ökologischem Landbau. Das erste Sortiment mit Bio-Produkten umfasste damals 175 Artikel; über die Jahre wuchs das Bio-Sortiment auf heute ca. 800. Spezielle Bio-Shops in den Karstadt Feinkost- bzw. PERFETTO-Märkten bieten über 3.000 Produkte an.

Während der bundesweiten Bio-Aktionswochen 2008 vom 16. bis 28. Juni konnten sich Verbraucher ausgiebig über die bunte Vielfalt des Angebots informieren. Höhepunkt im Veranstaltungszeitraum waren die Verkostungstage im Juni. An diesen Tagen verwandelten sich die Märkte in ein interaktives Bio-Entdeckungsland mit zahlreichen Probier-Ständen und -Aktionen. Auch an die Kids wurde gedacht, denn das ist vor dem Hintergrund der aktuellen Daten und Fakten im Segment Ernährung ein ganz zentrales Thema.

Die Auftaktveranstaltung/das Pressegespräch war am 16. Juni 2008 bei Karstadt Düsseldorf u. a. mit NRW-Minister für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Eckhard Uhlenberg sowie hoher Medienpräsenz. Auf einer „Bio-Meile“ konnten sich die Kunden von einer Vielzahl Bio-Köstlichkeiten überzeugen lassen. Natürlich war auch Eurotoques-Meisterkoch Markus Haxter und eine Grundschulklasse zugegen und mit Bio-Livecooking in das Geschehen eingebunden.

Die Karstadt Bio-Aktion wurde für die Jahre 2005/2006 und 2007/2008 von der Deutschen UNESCO im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung ausgezeichnet als offizielles Projekt der Weltdekade.



NRW-Minister für Umwelt und Naturschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz
Eckhard Uhlenberg
bei der Auftaktveranstaltung in Düsseldorf.



Meisterkoch Markus Haxter in Aktion



Bio erleben! Bio-Schaukochen mit Schulklassen

Für die Jahre 2007 und 2008 hat Karstadt ein innovatives Projekt gestartet, das durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau gefördert wird. In beiden Jahren fanden in jeweils 15 Karstadt-Filialen mit PERFETTO-/Feinkostmärkten Schaukochveranstaltungen unter dem Motto „Bio erleben!“ statt. Ein zweijähriges Anschlussprojekt „Bio erleben!“ wird 2009 gestartet.

Als Mittelpunkt des integrativen Schaukochens mit dem Eurotoques-Meisterkoch Markus Haxter werden örtliche Schulklassen eingeladen. Die Schüler bereiten mit dem Koch verschiedene Speisen und Menüs aus ökologischem Anbau zu. Gleichzeitig gibt der Koch entsprechende Hinweise über die Vorzüge biologischer Lebensmittel. Im Vorfeld werden die Schüler im Unterricht auf die Aktion vorbereitet. Wir sind der Auffassung, dass gerade Kinder und Jugendliche herangeführt werden können. Alle übrigen Verbraucher werden selbstverständlich mit einbezogen.

Am 19. September 2008 wurde auch dieses Projekt im Alten Rathaus Bonn von der deutschen UNESCO im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung als offizielles Projekt der Weltdekade 2008/2009 ausgezeichnet.

Die Abschlussveranstaltung für 2008 mit Pressegespräch war am 17. Oktober in Augsburg mit Persönlichkeiten aus Politik und öffentlichem Leben. Ein attraktives Programm, wie Livecooking von Eurotoques-Meisterkoch Markus Haxter mit Augsburger Volksschülern sowie Musik des mobilen Recyclingorchesters, begleitete dieses Event. Augsburg-TV war neben Hörfunk- und Printmedien vor Ort. Ein zweijähriges Anschlussprojekt „Bio erleben!“ wird 2009 umgesetzt.

Meilensteine

Zeitreise durch 20 Jahre Umweltschutz bei Karstadt

1990

- ▶ „Das kommt gar nicht in die Tüte - der Umwelt zuliebe“, erste große Tütensparaktion, Forcierung von Baumwoll-Tragetaschen
- ▶ Systematische Abfalltrennung in den Betriebsstätten



1992

- ▶ Medienserie „Wir dürfen unsere Erde nicht aufs Spiel setzen“ - diese Aktion erfährt mehrere Auszeichnungen durch ITVA
- ▶ Speisereste werden bundesweit verwertet



1994

- ▶ Ökologische Sortimentsausrichtung wird fortgesetzt - Aufnahme weiterer umweltverträglicherer Produkte
- ▶ In großem Umfang werden ausländische Lieferanten geschult, zu Umwelanforderungen in Deutschland, zur Ökologie und zum Gesundheitsschutz

1996

- ▶ Fast 70.000 Kinder nehmen am Malwettbewerb „So wünsche ich mir meine Umwelt“ teil
- ▶ „Öko-Tex Standard 100“ wird verbindlich in die Einkaufsbedingungen aufgenommen



1989

- ▶ Karstadt macht Umweltschutz zur „Chefsache“. Mit Klaus Wilmsen wird der erste Umweltschutzbeauftragte des Unternehmens ernannt
- ▶ Umweltschonendere Artikel und Umweltschutzmaßnahmen werden mit einem für Karstadt entwickelten Umweltsymbol herausgestellt



1991

- ▶ Einsatz von Kunststoff-Tragetaschen aus Recyclingmaterial
- ▶ Verzicht von Einweg-Portionspackungen, -Geschirr und -Besteck in der Gastronomie
- ▶ Entwicklung von Leitfäden zu „Anforderungen und Definitionen von Verpackungen“ zur Vermeidung und Verwertung von Verpackungen

1993

- ▶ Zum „Tag der Umwelt“ am 5. Juni - werden erstmals in den Filialen besondere Angebote herausgestellt
- ▶ Trainingskonzept „Umweltschutz“ wird sowohl für Karstadt als auch bei den IHKs in die berufliche Erstausbildung aufgenommen
- ▶ Einsatz von Mehrwegtransportsystemen für die Belieferung durch Lieferanten



1995

- ▶ Ökologische Sortimentsausrichtung Nahrungs- und Genussmittel beginnt mit 175 Produkten
- ▶ Veröffentlichung eines offiziellen und bindenden Umweltschutz-Leitbildes



BIOlogisch

1997

- ▶ Ausstellung „Karstadt Umweltmanagement“ in allen Filialen
- ▶ Ausbau der ökologischen Produkte im Bereich Nahrungs- und Genussmittel - das Grundsortiment wird auf ca. 300 Artikel ausgeweitet

Meilensteine

1998

- ▶ Bundesweiter Kreativwettbewerb „Tolle Tasche“ zur Gestaltung von Baumwoll-Tragetaschen
- ▶ Leitfaden „Umweltgerechte Produktgestaltung“ für Lieferanten wird entwickelt



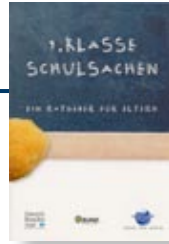
1999

- ▶ Einführung eines Mehrwegsystems für Kleiderbügel
- ▶ Bundesweite Aktionswoche „Fairtrade“ und Öko-Herbstfest



2000

- ▶ Bundesweite Aktionswochen „Ökologischer Schulanfang“
- ▶ Weiterentwicklung der Lieferanten-Leitfäden zur umweltgerechten Produktgestaltung



2001

- ▶ Clemens Clever - das lustige Karstadt Umweltmaskottchen wird geboren
- ▶ Erstmals Lieferantenprüfungen zu Sozial- und Umweltstandards in Indien, Indonesien und Bangladesch
- ▶ Bundesweite Kampagne zu Energieeffizienz in Privathaushalten



2002

- ▶ Einführung der Karstadt-Exclusivmarke, „Papermade“ für Recycling-Drucker-/Kopierpapier mit dem Blauen Engel
- ▶ Umstellung von Containertransporten von LKW auf Binnenschifffahrt



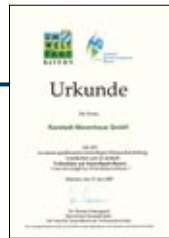
2003

- ▶ Karstadt wird Gründungsmitglied der BSCI - Business Social Compliance Initiative (Einhaltung von Sozialstandards)
- ▶ Erster Nachhaltigkeitsreport für den Konzern wird veröffentlicht



2004

- ▶ Fortführung der bundesweiten Informationskampagne „Ökologischer Schulanfang“ mit namhaften Kooperationspartnern - UBA, BUND und IPR.
- ▶ Aufnahme in den Umweltpakt Bayern



2005

- ▶ Markteinführung eines TransFair gesiegelten Fußballs
- ▶ In separaten Bio-Shops wächst das Sortiment auf über 3.000 unterschiedliche Bio-Produkte

2006

- ▶ Bio erleben! Schaukochen mit Schulkindern startet in eine Erfolgsgeschichte
- ▶ „Wer will schon im Treibhaus leben?“ - Ausweitung der Kampagne zur Energieeffizienz in privaten Haushalten

2007

- ▶ „Naturallianz für biologische Vielfalt“ - Eine Arche auf Rädern besucht 16 Filialstandorte
- ▶ Schüler-Ideen-Wettbewerb „Tierisch gut“ zum Thema Naturschutz im Rahmen des ökologischen Schulanfangs



2008

- ▶ Fortführung vieler bundesweiter Aktionswochen - Näheres finden Sie in dieser Ausgabe

Verantwortung in der Lieferkette

Unsere Kunden erwarten Produkte von höchster Qualität aus verantwortlicher Produktion. Deshalb übernimmt Arcandor und somit auch Karstadt parallel zu seinen ökonomischen Zielen ebenfalls Verantwortung für die Einhaltung von Sozialstandards bei seinen Lieferanten. Dadurch konnten in den letzten Jahren die Arbeits- und Lebensbedingungen für viele tausend Menschen in unseren Beschaffungsmärkten verbessert werden.

Bereits seit Anfang 2000 sind die Arcandor Beschaffungsrichtlinien (Code of Conduct), die auf international gültigen Konventionen der United Nations (UN) und der International Labour Organization (ILO) beruhen, fester Bestandteil der Verträge mit unseren Lieferanten in wichtigen Beschaffungsmärkten. Als aktives Gründungsmitglied der Business Social Compliance Initiative (BSCI) nutzen wir seit 2003 die methodischen Instrumente und alle weiteren Möglichkeiten der BSCI, um unserer übernommenen Verantwortung gerecht zu werden. Gemeinsames Ziel ist es dabei, die vielfältigen Anstrengungen der Unternehmen zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen in den Fabriken zu koordinieren und effizienter zu gestalten. Mittlerweile zählt die BSCI rund 150 Mitglieder aus elf europäischen Ländern.



Auditierung nach BSCI

Das BSCI-Prozess-Modell begleitet Unternehmen und Lieferanten über mehrere aufeinander aufbauende Stufen bei der Verbesserung der Situation in den Produktionsstätten. Der Prozess startet mit einer allgemeinen Sensibilisierung (Awareness Raising) für das Thema soziale Verantwortung und Standards. Ein Umdenken im Lieferantenmanagement lösen auf dieser Stufe vor allem Workshops aus, die durch konkrete Beispiele und Nachweise verdeutlichen, dass sich soziales Engagement langfristig auch ökonomisch auszahlt. Mit Hilfe des Self-Assessments muss sich jeder Lieferant selbst ein Bild vom Stand in seiner Fabrik verschaffen, um ggf. Sofortmaßnahmen zu ergreifen. Daran anschließend kann die „offizielle“ Überprüfung durch ein Audit unmittelbar vom Lieferanten beantragt werden.

Zur Durchführung von BSCI-Audits sind derzeit elf externe und unabhängige Auditgesellschaften berechtigt - hiermit werden Objektivität und Vergleichbarkeit der Prüfergebnisse sichergestellt. Zu einem Audit gehören neben der Feststellung des Ist-Zustands auch Vier-Augen-Interviews mit Arbeitern. Ein Audit erstreckt sich



über mehrere Tage und wird mit einem Report einschließlich eines Corrective Action Plan (CAP) abgeschlossen.

Erfahrungsgemäß bereitet die Umsetzung des CAP, d. h. die Behebung der Mängel und Unzulänglichkeiten in den festgelegten Zeiträumen, vielfach Schwierigkeiten. Wir führen daher Qualifizierungen in Form von speziellen Workshops, individuellen Gesprächen sowie Schulungen bei den Lieferanten durch und entwickeln gemeinsam mit ihnen Ideen und Lösungsansätze. Dabei greifen wir bevorzugt auf Branchenkenner zurück, die bereits positive Erfahrungen mit sozialer Verantwortung gemacht haben und als Multiplikatoren berichten, welchen Nutzen sie langfristig aus ihrem sozialen Engagement ziehen. Nach der Umsetzung des CAP bestätigt ein Re-Audit mit dem Ergebnis „gut“ in der letzten Prozessstufe,

dass die vereinbarten Maßnahmen realisiert und in der Fabrik alle geforderten Sozialstandards eingehalten werden. Ist das Ergebnis immer noch „verbesserungsbedürftig“ oder gar „kritisch“, folgen neue Qualifizierungsmaßnahmen. Doch auch nach einem „guten“ Durchlaufen des BSCI-Prozesses wird die Auditierung fortgesetzt. Das erreichte Niveau soll im Interesse der Mitarbeiter konsolidiert und auch bei der Wiederholung nach drei Jahren erneut bestätigt werden. Zukünftig wird das Konsolidieren und Sichern von Nachhaltigkeit ein neuer Schwerpunkt unserer Arbeit mit den Lieferanten werden. Wir sind daher sehr zuversichtlich, unser strategisches Ziel zu erreichen, bis zum Jahr 2010 ca. 90 Prozent der Importe aus Risiko-Beschaffungsmärkten ausschließlich von sozial-auditierten Lieferanten zu beziehen.

Quelle: CSR-Team





Stakeholder Reporting GmbH (von links nach rechts): Anai's Fabinger, Ulrike Sophia Trommer, Angela Börger, Dorothea End:

„Verantwortung tragen heißt in allen Lebenslagen - ob Profession oder Passion - die Balance zwischen den eigenen Wünschen und Zielen und den Interessen und Anforderungen unseres Umfeldes zu finden. Dabei ist es unerlässlich, das eigene Handeln ganzheitlich mit allen positiven wie negativen Konsequenzen zu begreifen und ein Maß zwischen gesundem Egoismus und ehrlichem Altruismus zu finden. Uns ist dabei gegeben, intuitiv entscheiden zu können, was wir als falsch und was wir als richtig und erstrebenswert erachten. Bis zuletzt auch hinter dieser Entscheidung stehen zu können - vor anderen, aber auch vor uns selbst - zeichnet verantwortliches Handeln aus.“

Verantwortung tragen

Es gibt Projekte, die über sich selbst hinauswachsen und zu einem Selbstläufer werden. „Verantwortung tragen“ ist solch eines - ursprünglich wurde es von Dr. Alexandra Hildebrandt, Leiterin Gesellschaftspolitik Arcandor, ins Leben gerufen.

Alexandra Hildebrandt befragte Vertreter der Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Politik danach, was Verantwortung für sie persönlich und konkret bedeute. Wer sich dazu äußerte, bekam im Gegenzug für sein Engagement das Symbol der Initiative, einen Miniaturteddy. Die Idee stieß auf ungeahnte Resonanz: Prominente wie Graf Faber-Castell, Bayerns Ex-Ministerpräsident Günther Beckstein, Bonns Oberbürgermeisterin Bärbel Dieckmann, First Lady Eva Luise Köhler, Ex-Nationaltorhüter Oliver Kahn und viele mehr haben sich bislang an dem Projekt beteiligt und erklärt, was sie unter „Verantwortung tragen“ verstehen. Inzwischen gibt es auch immer mehr Menschen aus dem Arcandor Konzern, die dabei mitmachen.

Der Bär gibt offenbar dem abstrakten Begriff Verantwortung ein sympathisches Gesicht, mit dem sich viele identifizieren. Und: „Verantwortung ist immer konkret. Sie hat einen Namen, eine Adresse und eine Hausnummer“, zitiert Alexandra Hildebrandt den Philosophen Karl Jaspers. „Das 13 Zentimeter kleine Bärchen erinnert gleichzeitig daran, wie schutzbedürftig unsere Welt ist.“

Das Projekt sei so erfolgreich, dass die in Handarbeit hergestellten Sammlerteddys unterdessen zur heiß begehrten Mangelware geworden seien. Inzwischen gebe es mehr Statements als Teddys, deshalb müssten sie vom jeweiligen Besitzer weitergegeben werden. „Damit ist auch der Endlichkeitsaspekt angedeutet - indem wir uns unserer Begrenzung bewusst



sind, gehen wir anders mit Ressourcen um“, erklärt Alexandra Hildebrandt. Der Bär verbinde Menschen, er solle das Thema Verantwortung in die Gesellschaft tragen und stehe für Inhalte statt für die Werbekampagne eines Unternehmens. „Deshalb haben wir für Arcandor bewusst darauf verzichtet, ihn mit einem Logo auszustatten. Lediglich ein lindgrüner Schal mit dem Motto ‚Verantwortung tragen‘ ziert den Hals des Teddys.“ Auch Medien unterstützen das Projekt: Eine Nürnberger Wochenzeitung, „Der MarktSpiegel“, bildet regelmäßig „Verantwortungsträger“ ab, das „Glocalist Magazine“, eine Fachzeitschrift für Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility, veröffentlichte sogar eine Mini-Sonderausgabe über das Projekt.

Zusätzlichen Auftrieb bekam die Aktion durch einen großen „Wanderbären“, den Marion Koeppel stiftete. „Mit diesem Unikat werden wir einmal im Jahr eine Person des öffentlichen Lebens auszeichnen, die in besonderer Weise Verantwortung übernommen hat“, kündigt Alexandra Hildebrandt an. „Wir wollen damit eine Art ‚Oscar der Verantwortung‘ verleihen.“ Die Einnahmen dieser Veranstaltung sollen ebenso wie der Erlös eines geplanten Buches über die Kampagne nachhaltigen Mikroförderprojekten zugute kommen.



**Roland Schäfer, Leiter Auslands-
abteilung und Qualitätssicherung/
Umweltschutz, Karstadt, Essen**

„Verantwortung tragen bedeutet für mich, Bewusstsein für Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu vermitteln. Mit täglich Millionen Kundenkontakten haben wir im Warenhaus großartige Möglichkeiten, Mitarbeiter und Verbraucher hautnah einzubeziehen. Dies tun wir mit vielfältigen Informationskampagnen zu Themen wie Energieeffizienz, Bio-Vielfalt, Fair-Trade- und zu anderen ökologischen Produktgruppen.“



**Stefan W. Herzberg, Vorsitzender der
Karstadt Geschäftsführung und
Vorstandsmitglied Arcandor, Essen**

„Verantwortung in einem Unternehmen bedeutet, mit geliehener Macht auf der Basis von Wertschätzung zu arbeiten. Wertschöpfung ist ohne Wertschätzung nicht möglich. Gerade in diesen turbulenten Zeiten heißt Verantwortung zu tragen auch Mut, Zuversicht zu geben und Krisen als Chance zu nutzen!“



**Thomas Kus, Konzeption und
Entwicklung, POS Kommunikation,
Karstadt, Essen**



Übergabe der Urkunden zur Aufnahme in den Umweltpakt Saar in der Filiale Saarbrücken

Auszeichnungen / Preise 2008

1. Platz beim Branchen-Ranking

- ▶ 1. Platz beim Branchen-Ranking des Pacific Sustainability Index (PSI) Kalifornien USA - Arcandor und somit Karstadt Warenhaus als einziges Unternehmen A+

B.A.U.M. - Lifetime Award

- ▶ B.A.U.M. - Lifetime Award für den Umweltschutzbeauftragten (Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management)

Umweltpartnerschaften

- ▶ Aufnahme in die Umweltpartnerschaft des Landes Brandenburg
- ▶ Aufnahme in den Umweltpakt des Saarlandes (damit ist Karstadt in allen für den Handel möglichen 9 Bundesländern vertreten)

UNESCO-Auszeichnung

- ▶ Bildung für Nachhaltige Entwicklung
Deutsche UNESCO-Auszeichnung als offizielles Projekt der UN Weltdekade 2008/2009 für das Projekt „Bio erleben! Schaukochveranstaltungen mit Schulklassen“

Partnerschaften

Vieles erreicht man leichter, wenn man Partner hat, mit denen man am selben Strang zieht. Deshalb arbeitet Karstadt im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategien nicht allein, sondern kooperiert bei diversen Projekten mit namhaften und kompetenten Partnern

- ▶ - bundesweite Kampagne zum ökologischen Schulanfang
 - Erstellung eines Kinder-Umwelt-Malbuchs
 - Durchführung von Schülerwettbewerben
 - Kampagnen zum Klimaschutz



- ▶ - bundesweite Verbraucherkampagnen zu Energieeffizienz in privaten Haushalten



- ▶ - diverse Aktionen zur Forcierung von Recyclingpapieren
 - bundesweite Kampagne zum ökologischen Schulanfang



- ▶ - bundesweite Aktionswochen zur Forcierung des Fairen Handels



- ▶ - Schüler-Ideenwettbewerb
 - Ökologischer Schulanfang



- ▶ B.A.U.M Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management
- ▶ DIHK - Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Umweltausschuss)
- ▶ DIN - Deutsches Institut für Normung (Beirat Normenausschuss Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierungsgrundlagen)
- ▶ EHI - EuroHandelsinstitut (Arbeitskreis Entsorgung/Gefahrstoff und Gefahrgut)
- ▶ InWent - Intern. Weiterbildung und Entwicklung („Hauptstadt des Fairen Handels“)
- ▶ RAL - Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung
- ▶ Stiftung Warentest (Kuratorium)
- ▶ TFH Berlin - Technische Fachhochschule (Industriebeirat)
- ▶ TransFair e.V.

Ansprechpartner



Roland Schäfer

Telefon: (0201) 727-5220

Telefax: (0201) 727-695220

E-Mail: roland.schaefer@karstadt.de



Christian Rohowski

Telefon (0201)727-4884

Telefax (0201)727-694884

E-Mail: christian.rohowski@karstadt.de

Für Fragen und Anregungen sind wir dankbar.

Impressum

Herausgeber:

Karstadt Warenhaus GmbH

Qualitätssicherung/Umweltschutz

Theodor-Althoff-Straße 2

45133 Essen

www.karstadt.com

Mai 2009



KARSTADT

Schöner shoppen in der Stadt