

## Unsere relevanten Umweltaspekte

STAND: 20.09.2022

Wir betrachten unsere Umweltaspekte kontinuierlich und bewerten diese regelmäßig.

Gemäß Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 und dem Beschluss (EU) 2015/801 der Kommission vom 20. Mai 2015 haben wir das branchenspezifische Referenzdokument über bewährte Praktiken im Umweltmanagement, branchenspezifische einschlägige Indikatoren für die Umwelleistung und Leistungsrichtwerte für den Einzelhandel bei unserer Betrachtung berücksichtigt. Grundsätzlich unterscheiden wir zwischen direkten und indirekten Umweltaspekten.

Zur Bewertung der Umweltaspekte arbeiten wir mit folgenden Bewertungskriterien:

### Umweltrelevanz im Betrieb

- A = hohe Umweltrelevanz, hohe Umweltbelastung, großer Handlungsbedarf
- B = mittlere Umweltrelevanz, mittlere Umweltbelastung, mittlerer Handlungsbedarf
- C = geringe Umweltrelevanz, geringe Umweltbelastung, geringer Handlungsbedarf

### Einflussmöglichkeit des Betriebs

- I Kurzfristig ein recht großes Steuerungspotenzial vorhanden
- II Der Umweltaspekt ist nachhaltig zu steuern, jedoch erst mittel- bis langfristig
- III Steuerungsmöglichkeiten sind für diesen Umweltaspekt nicht, nur sehr langfristig oder nur in Abhängigkeit von Entscheidungen Dritter gegeben

Dieses Schema wurde erstmalig vom Umweltbundesamt eingeführt. Auch unsere Umweltaspekte wurden systematisch nach diesem System bewertet.

Wir sehen die Bewertung als ein dynamisches System, da sich die Umweltrelevanz oder die Einflussmöglichkeiten mit von uns getroffenen Maßnahmen, aber auch durch äußere Einflüsse ändern können.

Aufgrund ihrer hohen Umweltrelevanz und Einflussmöglichkeit nehmen wir Maßnahmen vorrangig zu Aspekten, die mit A I, A II oder B I bewertet wurden, in unser Umweltprogramm auf. Aspekte, zu denen ein Ziel formuliert wurde, sind in der untenstehenden Tabelle grün markiert.

## Bewertung der Umweltaspekte

**Direkte Umweltaspekte**, so z.B. die Nutzung von Strom oder Gas, entstehen als unmittelbare Folge unserer Tätigkeit an den Standorten und wir können diese direkt beeinflussen.

Beschreibung			Bewertung	
Umweltaspekt im Unternehmen	Umweltproblem/ Umweltauswirkung	Risiken/Chancen	Umweltrelevanz (A, B, C)	Einflussmöglichkeit (I, II, III)
Nutzung von Kraftstoff durch Fuhrpark	Emissionen Ressourcenverbrauch	R: Steigerung der Ressourcenverbräuche  C: Senkung der Ressourcenverbräuche	A	II
Nutzung von Gas	Emissionen Ressourcenverbrauch	R: Steigerung der Ressourcenverbräuche  C: Senkung der Ressourcenverbräuche	A	II
Nutzung Strom	Emissionen Ressourcenverbrauch	R: Steigerung der Ressourcenverbräuche  C: Senkung der Ressourcenverbräuche, effiziente Nutzung	B	II
Nutzung von Papier	Ressourcenverbrauch	R: Steigerung der Ressourcenverbräuche  C: Senkung der Ressourcenverbräuche, effiziente Nutzung	A	I
Nutzung von Wasser	Ressourcenverbrauch	R: Steigerung der Ressourcenverbräuche  C: Senkung der Ressourcenverbräuche, effiziente Nutzung	C	II

Beschreibung			Bewertung	
Umweltaspekt im Unternehmen	Umweltproblem/ Umweltauswirkung	Risiken/Chancen	Umweltrelevanz (A, B, C)	Einflussmöglichkeit (I, II, III)
Erzeugung von Abfall	Ressourcenverbrauch	R: Steigerung der Abfallmenge, Nichteinhaltung der gesetzlichen Anforderungen  C: Reduktion der Abfallmenge, optimale Abfalltrennung, Abfallvermeidung	A	II
Sanitäres Abwasser	Einleitung Schadstoffe (Fettabscheider)	R: Überschreitung der Grenzwerte, Verschmutzung des Wassers  C: Reduktion der Emissionen	C	I
Anlieferverkehr, Außenbeleuchtung	Lärm Lichtverschmutzung	R: Anwohnerbeschwerden, Klagen	C	II
Geschäftsreisen/ Vertrieb	Emissionen Ressourcenverbrauch	R: Zunahme der Reisen  C: Reduzierung des Individualverkehrs	B	II
Biodiversität und Landschaftsbild	Versiegelung, Reduktion der Biodiversität  Überdüngung  Wasserverbrauch	R: erhöhte Kosten  C: Erhöhung der Attraktivität des Standorts	B	II

Beschreibung			Bewertung	
Umweltaspekt im Unternehmen	Umweltproblem/ Umweltauswirkung	Risiken/Chancen	Umweltrelevanz (A, B, C)	Einflussmöglichkeit (I, II, III)
IT-Geräte, Beleuchtung, Förderbänder	Ressourcenverbrauch Stromverbrauch	R: Steigerung der Ressourcenverbräuche  C: Senkung der Ressourcenverbräuche, effiziente Nutzung	B	I
Wahl des Versandmaterials (Nutzung von u.a. Pappe und Kunststoffmaterial mit hohem Recyclinganteil)	Ressourcenverbrauch	R: steigende Kosten, schwierige Integration in Logistik-Prozesse  C: Senkung der Ressourcenverbräuche, Gewinnung und Bindung nachhaltig denkender Kunden	A	I
Auswahl, Verbrauch und Zubereitung von Lebensmitteln	Strom- und Ressourcenverbrauch	R: steigende Kosten, sinkende Mitarbeiterakzeptanz  C: sinkende Kosten, Mitarbeitersensibilisierung, gesunde Ernährung	A	I
Banken und Versicherungen	umweltschädliche Investitionen	R: höhere Kosten  C: Imagegewinn	A	II

Zu den grün markierten Umweltaspekten wurden Umweltziele formuliert.

**Indirekte Umweltaspekte** beziehen sich auf Umweltauswirkungen, auf die wir keinen direkten Zugriff haben. So z.B. der Produktlebenszyklus oder auch die Umweltleistung von Lieferanten.

Beschreibung			Bewertung	
Umweltaspekt im Unternehmen	Umweltproblem/ Umweltauswirkung	Risiken/Chancen	Umweltrelevanz (A, B, C)	Einflussmöglichkeit (I, II, III)
Produktlebenszyklus-bezogene Aspekte  Einkauf (Verpackung, Herstellung, Zusammensetzung)	Emissionen  Ressourcenverbrauch	R: wirtschaftliche Risiken  C: Einnahme von Vorreiterrolle bezüglich Umweltstandards, Befriedigung von Kundenwünschen, Kundenbindung, neues Geschäftsfeld	A	II
Einführung der Produkte auf neuen Märkten/ gezielte Internationalisierung	Emissionen	R: lange Transportstrecken, andere gesetzliche Auflagen  C: Sensibilisierung neuer Märkte	B	II
Gebäudereinigung, Technik/Instandhaltung, Facility Management	Emissionen  Gefahrstoffeinsatz	R: Schränkt Anzahl der Anbieter ein, kann durch regionale Lohnunterschiede zu höheren Kosten führen  C: Geringere Anfahrtskosten der Dienstleister, schnelle Reaktionsfähigkeit, Auswahl der Geräte/ Reinigungsmittel	B	I
Umweltleistung Lieferanten/Hersteller	Emissionen  Ressourcenverbrauch	R: weniger Auswahl durch Beschränkung auf lokale Lieferanten, höherer Preis  C: Image, aktive Vermarktung, neue Kundenkreise	A	II

Beschreibung			Bewertung	
Umweltaspekt im Unternehmen	Umweltproblem/ Umweltauswirkung	Risiken/Chancen	Umweltrelevanz (A, B, C)	Einflussmöglich- keit (I, II, III)
Umweltleistung Dienstleister	Ressourcenverbrauch Gefahrstoffeinsatz Emissionen	R: geringere Auswahl	B	II
Internetserver	Emissionen Ressourcenverbrauch	R: hohe Emissionen  C: geringe Emissionen	C	II
Umweltleistung Kunden	Einkaufsverhalten (Retouren, Einzel/ Auswahlbestellung)  Ressourcenverbrauch (Versandverpackung, Polybags, Reworking)	R: erhöhter Aufwand, Kundenverlust bei kostenpflichtiger Retoure  C: Kundenbindung durch gute Beratung, um Retouren zu reduzieren, Belohnung für Retourenvermeidung	A	II
Mitarbeiteranreise	Emissionen	R: MA-Unzufriedenheit  C: MA-Zufriedenheit, Stärkung der Zusammengehörigkeit	A	II

Zu den grün markierten Umweltaspekten wurden Umweltziele formuliert.