



Gesagt. Getan.

Nachhaltigkeitsbericht 2016 / 2017

BAUR GRUPPE



A member of the otto group

”

Wir haben uns dazu verpflichtet, nachhaltig zu handeln:

das heißt, kontinuierlich und langfristig, bewusst und zukunftsorientiert im Sinne der Menschen, der Gesellschaft und der Umwelt.

Albert Klein

Liebe Leserinnen, liebe Leser,



Nachhaltigkeit ist für die BAUR-Gruppe eines der wesentlichen Zukunftsthemen und eng mit unserem Bekenntnis zu einer umfassenden Unternehmensverantwortung verbunden. Wir tragen Verantwortung für unser Handeln gegenüber unseren Kunden und Mitarbeitern, aber insbesondere auch gegenüber der Gesellschaft und externen Interessenvertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.

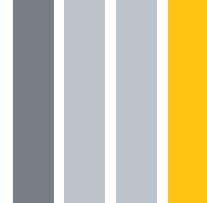
Mit dem vierten Nachhaltigkeitsbericht zieht die BAUR-Gruppe eine weitere Zwischenbilanz und legt Rechenschaft ab über das Engagement in den Verantwortungsbereichen, die über die wirtschaftliche Tätigkeit in unseren beiden Geschäftsfeldern „Online-Handel“ und „Dienstleistungen“ hinausgehen. Wir haben uns dazu verpflichtet, nachhaltig zu handeln: das heißt, kontinuierlich und langfristig, bewusst und zukunftsorientiert im Sinne der Menschen, der Gesellschaft und der Umwelt.

„Gesagt. Getan.“ – an diesem Leitspruch orientieren wir unser Handeln. Er bezeichnet auch unsere Vorgehensweise im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht. Uns ist bewusst, dass unsere Anstrengungen im betrieblichen Umweltschutz, in den sozialen und gesellschaftlichen Verantwortungsbereichen auch in Zukunft einen fortwährenden Prozess darstellen werden. Es wird keinen abschließenden Zielzustand geben, sondern weiterhin ständige Verbesserungen. Wir wünschen uns, dass die Gesellschaft und die mit uns verbundenen Interessengruppen davon profitieren können.

Ich darf Sie sehr herzlich dazu einladen, sich selbst eine Meinung zu unseren vielfältigen Engagements zu bilden. Wir freuen uns sehr über Ihr Interesse und möchten Sie auch künftig über unseren weiteren Weg, über die Fortschritte in einzelnen Themenfeldern und die nächsten Zwischenziele informieren.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Albert Klein,
Vorsitzender der Geschäftsführung der BAUR-Gruppe



3 Vorwort

Einführung _06

- 6 Die BAUR-Gruppe - im Überblick
- 7 Die Geschichte des Nachhaltigkeitsmanagements



Weiterentwicklung der CR-Strategie

8

Rohstoff, Verarbeitung, Endfertigung _10

- 12 Nachhaltigkeit in der Textil- und Möbelstrategie - CmiA und FSC*
- 12 Sozialstandards - aus Verantwortung für die Gesellschaft
- 13 Ökologie und Ökonomie im Einklang - FSC*-Papier
- 13 Das umweltfreundliche Leichtgewicht - Volumenpapier

Nachhaltigkeit _14

- 16 Das integrierte Umwelt- und Energiemanagementsystem
- 16 Wertvoll für uns - Abfall
- 17 Energieverbrauch in der BAUR-Gruppe kontinuierlich gesenkt



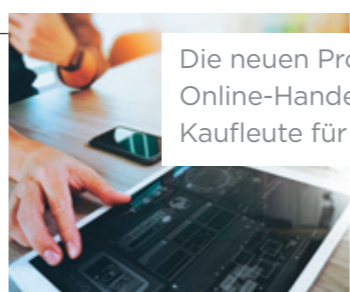
Neugestaltung des Verwaltungsstandorts Burgkunstadt

18

- 19 Modernisierung Rechenzentrum
- 19 Automatisches Wannengerät
- 20 WASH - das Trinkwasserprojekt von OTTO Österreich in Simbabwe
- 20 Ein Prüfsystem sichert soziale und ökologische Standards
- 21 Lose Verladung als innovatives, umweltfreundliches Logistikkonzept
- 21 Zusätzliche Lagerflächen durch Logistikkumbau in Weismain

Mitarbeiter _22

- 24 Bestens ausgebildet und fit für die Zukunft - Azubis bei BAUR



Die neuen Profis für den Online-Handel - ab 2018 Kaufleute für E-Commerce

24

- 25 Von zu Hause aus arbeiten - Home Office
- 25 We link Family - ein UNITO-Programm zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- 26 Familienfreundlichkeit wird bei BAUR großgeschrieben
- 27 Ideen, Impulse, Inspirationen - die „Jahresreise“ der BAUR-Gruppe
- 27 Klick für Klick zum Erfolg
- 28 Fördern, fordern, Vorbild sein - Personalentwicklung bei BFS
- 28 Die besten Talente bei BAUR - Hochschulmarketing
- 29 We link Generations - zur noch besseren Zusammenarbeit der Generationen
- 29 Im Job alle Hürden nehmen - barrierefreies Arbeiten
- 30 Sicher mit System - 2. HTS ausgezeichnet
- 31 Bei BAUR im Mittelpunkt - gesunde Mitarbeiter
- 32 Gemeinsam schaffen wir es - Betriebliches Eingliederungsmanagement
- 33 Leichter, wendiger, sicherer - neue Kommissionierwagen in der BAUR-Logistik
- 33 Neuer Vakuumheber erleichtert die tägliche Arbeit im HUB

- 34 Neue Techniken in der Logistik
- 35 Start des neuen Intranets der BAUR-Gruppe
- 35 Lösungen vor Ort entwickeln - der Gemba Walk in der BFS-Logistik
- 36 Kulturwandel 4.0 - Herausforderung und Chance für die BAUR-Gruppe
- 37 empiriecom und octobo werden agil

Region _38

- 40 BAUR auf dem Bayreuther Ökonomiekongress
- 40 „Obermain Jura“ soll die regionale Wirtschaft stärken
- 41 Das Projekt „Verantwortungs-Kompass“
- 41 Gemeinsames Projekt mit Gymnasium Burgkunstadt
- 42 Lernen und dabei Gutes tun - Regens-Wagner-Artikel jetzt bei b.sales
- 43 Neue Heimat gesucht - BAUR hilft Asylsuchenden
- 44 Soziales Engagement in der Region
- 45 We link People - UNITO-Mitarbeiter engagieren sich für andere

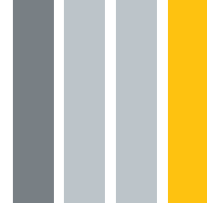
Kunde _46

- 48 Die BAUR-Vision 2025 - Strategie für den nachhaltigen Unternehmenserfolg
- 49 Guter Service, zufriedene Kunden
- 49 Kunden empfehlen uns gerne weiter
- 50 Erfolge feiern - 2016 ist das Jahr der Jubiläen für BFS
- 51 BFS auf Erfolgskurs mit Fulfillment und Customer Service
- 51 Über 17.000 Bäume gepflanzt - fünf Jahre Klimawaldprojekt bei Universal

Ergebnisse, Ziele

und Maßnahmen _52

- 54 Impressum
- 55 Kontakt



Die BAUR-Gruppe – im Überblick



BAUR Versand (GmbH & Co KG)

Gründung: 1925
Sitz: Burgkunstadt
Geschäftsfeld: Online-Handel
Info im Web: baur.de

BFS Baur Fulfillment Solutions GmbH

Gründung: 2004
Sitz: Burgkunstadt
Geschäftsfeld: Fulfillment-Dienstleistungen, Kundendialog, Warenhandling und Zahlungsmanagement
Info im Web: baur-fs.de

empiricom KG

Gründung: 2015
Sitz: Burgkunstadt
Geschäftsfeld: E-Commerce-Dienstleistungen
Info im Web: empiricom.com

octobo GmbH

Gründung: 2008
Sitz: Weismain
Geschäftsfeld: E-Commerce-Dienstleistungen
Info im Web: octobo.com

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH

Gründung: 2003
Sitz: Salzburg
Geschäftsfeld: Online-Handel
Info im Web: unito.at
insgesamt 21 Onlineshops in acht Ländern

Zweite Hermes TranStore Service GmbH & Co KG (2.HTS)

Gründung: 2001
Sitz: Burgkunstadt
Geschäftsfeld: Logistikdienstleistungen
Info im Web: -

Außenumsatz der BAUR-Gruppe

GJ 2012/13	666 Mio. €
GJ 2014/15	674 Mio. €
GJ 2015/16	683 Mio. €

Wussten Sie schon, dass ...
man als Außenumsatz den Kundenumsatz ohne Steuern bezeichnet (It. IFRS)?

Die Geschichte des Nachhaltigkeitsmanagements

AUSBLICK

2016

Weiterentwicklung der CR-Strategie
· BAUR-Nachhaltigkeitsbericht „Gesagt. Getan.“

- Erstzertifizierung Energiemanagementsystem nach ISO 50001
- Liveschaltung Corporate Website



2015

Implementierung CR-Strategie der BAUR-Gruppe
„Verantwortung für heute und morgen“

2010 · 2012 · 2014

BAUR-Nachhaltigkeitsberichte



2002 – 2015

Alle Unternehmen der BAUR-Gruppe sind nach ISO 14001 zertifiziert

2002

Erstzertifizierung Umweltmanagementsystem nach ISO 14001

Weiterentwicklung der CR-Strategie

Die Otto Group ist ein Pionier im Klima- und Umweltschutz. Mit konkreten Zielen bei der schonenden Gewinnung und Verarbeitung von Rohstoffen und der Verbesserung der CO₂-Bilanz an den Standorten sowie bei Beschaffungs- und Distributionstransporten sollen die negativen Auswirkungen auf die Umwelt reduziert werden. Basis dieser Maßnahmen bildet die konzernweite CR-Strategie impACT. BAUR setzt diese nachhaltigen Konzernziele aktiv um und hat diese um eigene standortbezogene Elemente ergänzt.

Mit der Textilstrategie verfolgt die Otto Group das Ziel, bei Eigen- und Lizenzmarken bis 2020 ausschließlich Baumwolle aus nachhaltigem Anbau zu verwenden. Dazu setzen wir auf Baumwolle der Initiative Cotton made in Afrika (CmiA) sowie aus zertifiziertem Bio-Anbau. 2015 betrug der Anteil an nachhaltig angebaute Baumwolle an der Baumwollmenge des Konzerns 27% für Eigen- und Lizenzmarken; dies entspricht einem Anstieg um 16% im Vergleich zum Vorjahr. Die Möbelstrategie hat zum Ziel, das Angebot an Holzmöbeln bis 2020 vollständig auf FSC®-zertifizierte Artikel umzustellen.

Mit mehr als 21.000 Artikeln ist der Anteil an Möbeln mit FSC®-zertifiziertem Holz bei der Otto Group im Jahr 2015 auf 43% gestiegen.

Auch der verantwortungsvolle Umgang mit Holz für die Herstellung von Druckerzeugnissen oder Kartonagen ist wichtig für den Umweltschutz. Die Otto Group will den Anteil an FSC®-zertifiziertem Katalogpapier bis 2018 auf mindestens 50% erhöhen. BAUR geht weiter und hat sich das Ziel gesetzt, 70% der zusätzlichen Werbemittel mit eigener Einkaufsverantwortung bis 2018 auf FSC®-Papier zu drucken. In der Herbst/Winter-Saison 2016/17 konnten wir mit 84% unser Ziel schon jetzt deutlich übertreffen.

Im Rahmen der Klimastrategie haben wir das Ziel, die standort-, transport- und mobilitätsbedingten CO₂-Emissionen der Konzernunternehmen bis 2020 gegenüber 2006 um 50% zu senken. BAUR geht einen Schritt weiter und hat sich das Ziel gesetzt, im Vergleich zu 2006 die standortbezogenen CO₂-Emissionen bis 2020 um 70% zu reduzieren. Im Rahmen unseres Energiemanagementsystems konnten wir im Jahr 2015 bereits 48% unserer CO₂-Emissionen reduzieren.



BAUR-eigene Strategien und Stakeholderumfrage

Als einer der größten Arbeitgeber in der Region sieht die BAUR-Gruppe das größte Handlungspotenzial am Standort. So haben wir uns entschieden, die Konzernstrategie um eigene Strategien für die Mitarbeiterzufriedenheit und für die Stärkung der Region zu ergänzen. Ziel dieser Strategien ist es, die BAUR-Gruppe zum attraktivsten und mitarbeiterfreundlichsten Arbeitgeber in der Region zu entwickeln und einen wertvollen Beitrag zur Steigerung der Attraktivität der Region für Arbeitnehmer zu leisten. Des Weiteren wollen wir die Stärkung der regionalen Wirtschaft an führender Stelle vorantreiben.



Grundlage für diese Strategien bildet die alle zwei Jahre durchgeführte Stakeholderumfrage. Hier bewerten BAUR-Mitarbeiter und externe Stakeholder aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Hochschulen die einzelnen Themen nach Relevanz und ab 2016 nach der aktuellen Leistung von BAUR in diesen Bereichen. In der Umfrage im Frühjahr 2016 wurde die Grundausrichtung unserer CR-Strategie bestätigt. Zahlreiche Ziele, die sog. Leuchtturmprojekte, wurden erfolgreich umgesetzt. So kann sich BAUR auf neue Leuchtturmprojekte konzentrieren. Wir wollen u. a. die Zertifizierung des Arbeitsschutzmanagements „Sicher mit

System“ auf weitere Bereiche und Tochtergesellschaften ausweiten und unsere Mitarbeiter durch „E-Days“ regelmäßig über neue Produkte und Anwendungen zum Thema Energieeffizienz informieren. In Kooperation mit der Universität Bayreuth werden Stärken und Schwächen der Region identifiziert, um die Attraktivität der Region Obermain-Jura weiter zu verbessern.

Steuerung

Das CR-Board ist das zentrale Steuerungsorgan aller CR-Maßnahmen und besteht aus der Geschäftsführung, Vertretern der Geschäftsbereiche und Tochterunternehmen sowie der CR-Koordinatorin. Wesentliche Aufgabe ist die Verifizierung der CR-Strategie auf Basis der CR-Stakeholderumfrage sowie die Analyse, Bewertung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsleistungen. Die Verantwortung für die Erarbeitung und Umsetzung der Leuchtturmprojekte liegt bei den CR-Verantwortlichen der einzelnen Geschäftsbereiche und Tochterunternehmen.



Reporting

Die BAUR-Gruppe will die CR-Maßnahmen und deren Entwicklung transparent und messbar darstellen. Auf Basis von CR-Kennzahlen erfolgt eine aktive Kommunikation über unsere Nachhaltigkeitsberichte und die CR-Inhalte auf der Corporate Website unter www.baur-gruppe.com. Mitarbeiter haben zusätzlich die Möglichkeit, sich über das Intranet, Aushänge und Schulungen weitergehend zu informieren.



Rohstoff, Verarbeitung, Endfertigung



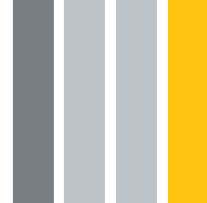
Harald Kinder
Bereichsleiter
Angebotsmanagement

43%
FSC®-Holz-
möbel
→ Seite 12

84%
eigener
Werbemittel
auf
FSC®-Papier
→ Seite 13

41%
der Lieferanten
integriert im
Sozialpro-
gramm der
Otto Group
→ Seite 12

27%
nachhaltige
Baumwolle
→ Seite 12



Nachhaltigkeit in der Textil- und Möbelstrategie – CmiA und FSC®

Ziel der Textil- und Möbelstrategie ist es, ab dem Jahr 2020 nur noch Möbelprodukte aus FSC®-zertifizierter Forstwirtschaft anzubieten sowie sämtliche Baumwollprodukte der Eigen- und Lizenzmarken aus nachhaltigen Quellen zu beziehen.

Eine besondere Bedeutung kommt dabei der Initiative Cotton made in Africa (CmiA) zu, die afrikanische Kleinbauern dazu befähigt, ihre Lebensbedingungen aus eigener Kraft zu verbessern. Gleichzeitig fördert sie den Umweltschutz. Die Bauern lernen, Baumwolle auf effiziente und umweltschonende Weise

anzubauen und profitieren von fairen Arbeitsverträgen sowie verlässlicher Bezahlung. Die nachhaltige Anbauweise verursacht weniger Treibhausgas-Emissionen als der konventionelle Baumwollanbau und spart bis zu 2.100 Liter Wasser pro Kilogramm Baumwolle. 2015 betrug der Anteil verwendeter Baumwolle aus nachhaltigen Quellen in der Otto Group bereits 27%.

Auch bei der Möbelstrategie haben wir bereits viel erreicht: Dort lag der Anteil an FSC®-zertifizierten Produkten 2015 mit 43% schon 10% höher als noch im Vorjahr.

Sozialstandards – aus Verantwortung für die Gesellschaft

Als weltweit agierendes Unternehmen bezieht die Otto Group ihre Produkte von einer Vielzahl an Zulieferern, die wiederum verschiedene, oftmals in Risikoländern ansässige Fabriken beauftragen. Um in diesen Fabriken akzeptable Arbeitsbedingungen zu gewährleisten und Transparenz über die tatsächliche Produktion unserer Waren zu schaffen, wurde im Konzern ein Sozialprogramm aufgebaut. Dieses basiert inhaltlich auf dem 1996 beschlossenen Code of Conduct und gibt mit dem BSCI (Business Social Compliance Initiative) die sozialen und ökologischen Mindeststandards für die gesamte Lieferkette vor. Wir fordern von allen Lieferanten die Offenlegung der Fabrikstrukturen und für jede Fabrik, in der für die Otto

Group produziert wird, den Nachweis zur Einhaltung der gültigen Sozialstandards. Kostenlose Trainings und Schulungen für Lieferanten bzw. deren Fabriken ergänzen das Sozialprogramm. Langfristig sollen Schulungen die Lieferanten so weit qualifizieren, dass sie nicht nur über anerkannte Zertifizierungen verfügen, sondern dauerhaft, systematisch und in Eigenregie bessere Arbeitsbedingungen sicherstellen.

2015 waren bereits 41% der Lieferanten für Eigen- und Lizenzmarken mit Fabriken in Risikoländern in das Sozialprogramm integriert. Erklärtes Ziel ist es, diesen Prozentsatz bis 2020 auf 100% anzuheben.

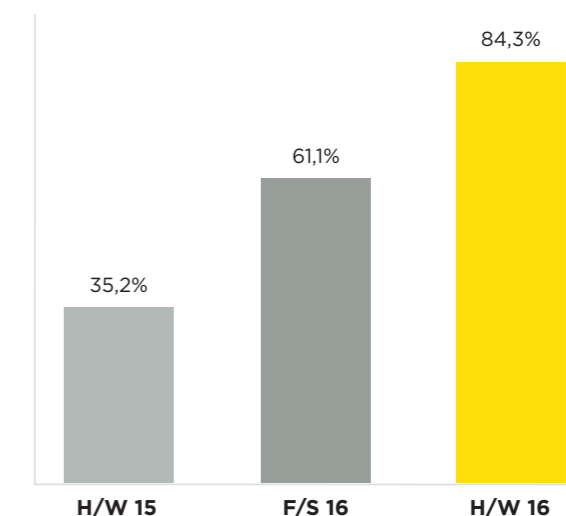
Ökologie und Ökonomie im Einklang – FSC®-Papier

Gedruckte Werbemedien entfalten eine hohe Inspirationskraft und spielen eine bedeutende Rolle in der BAUR-Kundenkommunikation. Umso wichtiger ist es, auf eine umweltverträgliche Werbemittelherstellung zu achten. So ist es Teil der Nachhaltigkeitsstrategie von BAUR, FSC®-zertifiziertes Papier einzusetzen. Was bedeutet FSC®? Der Forest Stewardship Council steht für nachhaltige Forstwirtschaft. Der Rohstoff, aus dem das Papier für unsere Werbemittel hergestellt wird, ist also nicht nur nachwachsend, sondern stammt aus umweltbewusster, sozial verträglicher und ökonomisch praktikabler Waldbewirtschaftung und ist entsprechend zertifiziert.

In unserem Leuchtturmprojekt ist es erklärtes Ziel, den Einsatz von FSC®-Papier in Mailings und anderen Verkaufsförderungsmedien (VKF)

wie zum Beispiel Flyer und Katalogaufleger **kontinuierlich auf über 70% zu steigern und auf diesem hohen Niveau zu halten.**

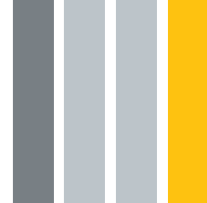
FSC®-Papiereinsatz in der Verkaufsförderung



Das umweltfreundliche Leichtgewicht – Volumenpapier

Beim Thema Innovationsfähigkeit spielen wir unsere Stärken aus und setzen verstärkt Volumenpapier ein. Die Vorteile von Volumenpapier, das derzeit voll im Trend liegt, ist zum einen die unvergleichliche Haptik: Es fühlt sich beim Blättern einfach angenehm an und ist gleichzeitig äußerst stabil. Zum anderen geht die Rechnung auf, wenn man den

Umweltaspekt betrachtet: So erlaubt das höhere Volumen den Einsatz von leichteren Papieren bei gleichbleibender Dicke. Dadurch reduzieren sich die benötigte Papiertonnage und damit auch die Kosten. So können wir beim Einsatz von Volumenpapier im Vergleich zum Standardpapier bis zu 50 Tonnen beim Sommer-Schlussverkauf-Katalog sparen.



Nachhaltigkeit

40.000
Leuchtmittel
an den
Standorten

→ Seite 17

48%
CO₂-
Einsparung
am Standort
(Kalenderjahr 2015)

→ Seite 18

77%

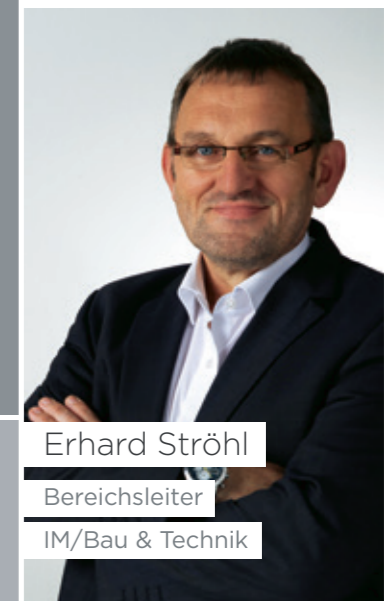
der Abfälle
sind
Wertstoffe
(Kalenderjahr 2015)

→ Seite 16

1/3

des
benötigten
Strombedarfs
selbst erzeugt
(Kalenderjahr 2015)

→ Seite 17

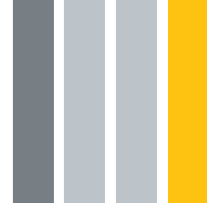


Erhard Ströhl
Bereichsleiter
IM/Bau & Technik

IMS

= Einführung
integriertes
Umwelt-
und Energie-
management-
system

→ Seite 16



Das integrierte Umwelt- und Energiemanagementsystem

Umweltschutz und nachhaltige Energieversorgung sind wichtige Unternehmensziele der BAUR-Gruppe. Aufgrund der Änderungen im Energiedienstleistungsgesetz haben wir uns entschieden, unser bereits bestehendes Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 um ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 zu erweitern.

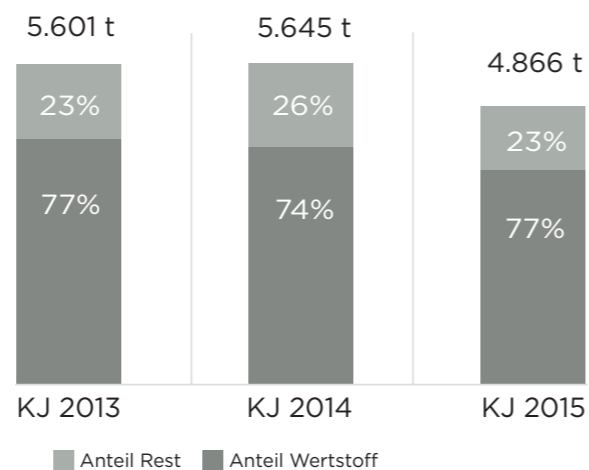
So wollen wir kontinuierlich die Auswirkungen auf die Umwelt an unseren Standorten vermindern. Beim Strom- und Gasverbrauch geht es darum, Einsparpotenziale frühzeitig zu erkennen und auch zu nutzen. Im August 2016 bestätigte eine externe Zertifizierungsgesellschaft unser funktionierendes Umwelt- und Energiemanagementsystem für BAUR und die Tochtergesellschaften BFS, 2. HTS, octobo und empiriecom.

Wussten Sie schon, dass ...?

ISO steht für „Internationale Organisation für Normung“. In ISO-Normen werden Anforderungen an Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren festgelegt. Für das Umweltmanagementsystem ist die ISO 14001 ein weltweit akzeptierter Standard, für das Energiemanagement ist es die ISO 50001.

Wertvoll für uns – Abfall

Die Zeiten ändern sich: Was früher noch Abfall war, zählt heute zu den Wertstoffen. Im Jahr 2015 fielen bei BAUR 4.866 Tonnen Abfälle an. Von diesen sind rund **77% Wertstoffe** wie Papier, Folien oder Alteisen. Durch regionale Entsorgungsfachbetriebe werden diese Wertstoffe der Verwertung zugeführt und finden so den Weg zurück in den Wirtschaftskreislauf. Durch standortbezogene Abfallkonzepte und Schulungen werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv in das Abfallmanagement eingebunden.

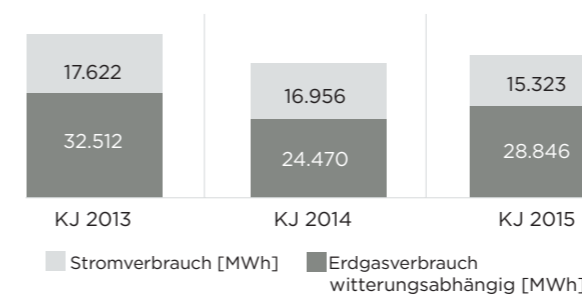


Energieverbrauch in der BAUR-Gruppe kontinuierlich gesenkt

Der Energieverbrauch bei BAUR setzt sich an den Standorten hauptsächlich aus den beiden Energieträgern Erdgas und Strom zusammen. Erdgas wird sowohl für den Betrieb der Heizungsanlagen als auch für den Antrieb der Gasmotoren in den beiden Blockheizkraftwerken in Altenkunstadt und Weismain benötigt. Der Stromverbrauch lässt sich grob auf drei große Verbrauchstypen aufteilen. Mehr als die Hälfte des Stroms wird bei uns für die Beleuchtung benötigt, da an allen Standorten insgesamt mehr als 40.000 Leuchtmittel im Einsatz sind. Knapp 45% des Stroms werden für die Technik benötigt. Hierzu zählen etwa die Fördertechnik, die Heizungspumpen oder Lüfter sowie das Rechenzentrum. Mit etwa 5% des Stromverbrauchs entfällt auf die Bürotechnik (PCs, Monitore, Drucker) der vergleichsweise geringste Anteil.

Unseren Stromverbrauch konnten wir in den vergangenen drei Jahren kontinuierlich senken, da vor allem auch in der Beleuchtungstechnik zahlreiche effizienzsteigernde Umbauten durchgeführt werden konnten. Zudem konnte in den vergangenen drei Jahren durch den Einbau neuer Toranlagen der Wärmeverlust gesenkt werden.

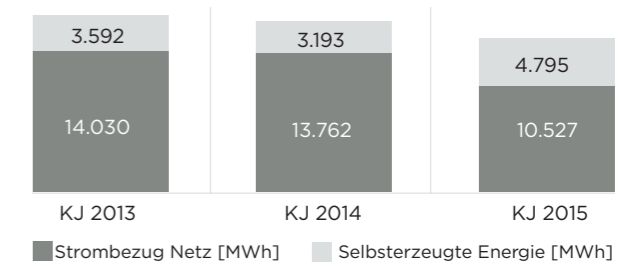
Energieverbrauch



BAUR erzeugt selbst Energie

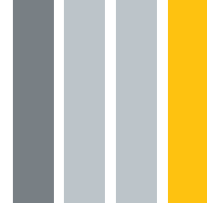
Unser Einsatz von regenerativen Energien erhöhten wir durch die Erweiterung der bereits bestehenden Photovoltaikanlage auf dem Frachturnschlagszentrum, eine Neuinstallation auf der Möbelhalle sowie dem Bau eines weiteren, erdgasbetriebenen Blockheizkraftwerkes. **So erzeugen wir mittlerweile ein Drittel unseres Stromverbrauches selbst.** Wir sparen dadurch jährlich bis zu 1.500 Tonnen CO₂.

Anteil selbsterzeugte Energie



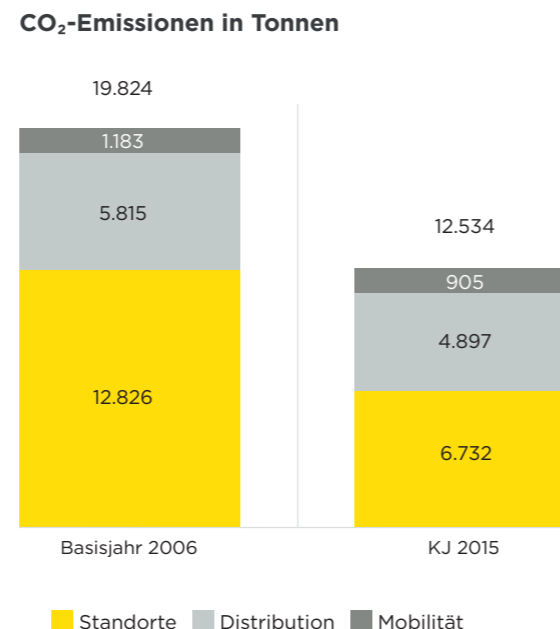
Ziel der Klimastrategie: Emissionen reduzieren

Die CR-Klimastrategie umfasst die Bereiche Beschaffung, Distribution, Mobilität und Standort. Die Otto Group hat sich das Ziel gesetzt, die CO₂-Emissionen (mengen- und flächenbereinigt) in diesen Bereichen bis 2020 um 50% (auf Basis des Kalenderjahres 2006) zu senken. Die Beschaffungslogistik wird zentral über OTTO abgewickelt. Wir unterstützen hier aktiv bei der Erreichung des Konzernziels. Die Distribution, also die Auslieferung der Päckchen, erfolgt über HERMES. Mit einer derzeitigen Reduktion von 16% besteht hier ein deutlicher Handlungsbedarf, den wir gemeinsam mit den Kollegen aktiv angehen. →



Im Bereich der Mobilität liegen wir mit einer derzeitigen Reduktion von 23% im Zielkorridor. Durch den Ausbau der Elektromobilität erwarten wir eine deutliche Reduktion in den kommenden Jahren. Am Standort erzielten wir durch zahlreiche Maßnahmen im KJ 2015 bereits eine Reduktion von 48%. Das ehrgeizige Ziel der BAUR-Gruppe lautet deshalb: **70% Einsparung bis 2020**. Insgesamt konnte BAUR – im Vergleich zum Basisjahr 2006 – somit 37% der gesamten CO₂-Emissionen reduzieren.

Im Rahmen des Energiemanagements liegt ein detaillierter Plan mit einem breitgefächerten Spektrum an Umbau- und Effizienzmaßnahmen vor.



Neugestaltung des Verwaltungsstandorts Burgkunstadt

Seit 2016 wird unser Verwaltungsstandort in Burgkunstadt komplett neugestaltet und saniert. Diese Maßnahme beinhaltet unter anderem den Abriss von drei alten Bürogebäuden. An deren Stelle gestalten wir für unsere Mitarbeiter einen neuen Grün- und Erholungsbereich direkt am Mühlbach. Auch unser neues Mitarbeiterrestaurant mit Dachterrasse sowie die Relax- und Active Area laden zu einer kurzen Auszeit ein. Bei einem so großen Projekt macht es natürlich Sinn, auch die Energieeffizienz zu berücksichtigen. So werden für die neuen Photovoltaikanlage Carports mit Ladestationen gebaut, an denen unsere firmeneigenen Elektroautos geladen werden können.

Zusätzlich zu diesen Veränderungen werden auch die bestehenden Gebäude modernisiert, darunter die Heizungsanlage. Hierbei wird ein alter Heizungskessel außer Betrieb gesetzt und

durch ein weiteres effizientes Blockheizkraftwerk ersetzt. Dieses wird den Standort Burgkunstadt in den Wintermonaten mit Wärme und Strom versorgen. Insgesamt können wir durch diese Maßnahmen unseren CO₂-Ausstoß um mehr als 150 Tonnen pro Jahr senken und kommen damit unserem ehrgeizigen Ziel in der Klimastrategie wieder einen Schritt näher.



Modernisierung des Rechenzentrums

Bis Februar 2017 wird in Altenkunstadt ein weiteres Großprojekt umgesetzt. Das bereits im Jahr 1993 errichtete Bestandsrechenzentrum wird komplett umgebaut und in diesem Rahmen umfangreich modernisiert.

Viele Komponenten der Bestandsanlage waren technisch überholt und demensprechend auch bei der Energieeffizienz bei Weitem nicht mehr auf dem aktuellen Stand. Auch die räumliche Auslastung war nicht mehr zeitgemäß, da die

Größe der (gekühlten) Fläche noch auf IT-Systeme der 1990er Jahre abzielte. Aus diesem Grund werden im Rahmen des Umbaus die Flächen für die IT-Systeme deutlich verkleinert und viele technische Komponenten wie beispielsweise die Klimatisierung oder die Notstromversorgung durch neue energieeffiziente Anlagen ersetzt. Durch die Kombination der zuvor genannten Umbaumaßnahmen können zukünftig jährlich bis zu 200 Tonnen CO₂ eingespart werden.

Automatische Wannenlager

In Altenkunstadt haben wir ein automatisches Wannenlager installiert. Es besteht aus zwei Gassen mit je zwei Wannenregalen, in das die Wannen mittels zweier automatischer Regalbediengeräte ein- und ausgelagert werden. Die Regalzeilen sind 13 und 15 Meter hoch und bieten Platz für 1192 Wannen. Kommissionierwannen, die über Förderbänder vom Lager zu den beiden Packsortern transportiert werden, sollen gepuffert werden. Das ist notwendig, um trotz saisonaler Schwankungen von Warenmenge und -volumen einen gleichmäßigen Wannenzufluss zu den Sortern zu gewährleisten. Bei dem neuen System wurde auf hohe Energieeffizienz geachtet. So sind beide Regalbediengeräte mit einer Bremsenergie-rückgewinnung ausgestattet, die elektrische Energie erzeugen. Diese wird entweder direkt an der Anlage durch das jeweils andere Regalbediengerät verbraucht oder ins Stromnetz zurückspeist.





WASH – das Trinkwasserprojekt von OTTO Österreich in Simbabwe

Nachdem OTTO Österreich bereits 2012 ein Bildungsprojekt der Aid by Trade Foundation für Baumwollbauern in Burkina Faso unterstützt hat, folgt in Simbabwe ein weiteres Hilfsprojekt. Mit sauberem Trinkwasser und Sanitäranlagen sollen die Lebensbedingungen von Baumwollbauern in Simbabwe verbessert werden.



Simbabwe zählt laut dem Human Development Index der UNO zu den am geringsten entwickelten Staaten der Welt. Neben einer enorm hohen Rate an HIV-Infektionen und AIDS-Erkrankungen stellt der unzureichende Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitärer Grundversorgung eine große Belastung für das Gesundheitssystem in Simbabwe dar. In Kooperation mit der Aid by Trade Foundation und der Baumwollgesellschaft Alliance Zimbabwe produzieren ca.

10.000 Baumwollbauern in der Region Gokwe-Süd gemäß den nachhaltigen Standards der Initiative Cotton made in Africa. Nur 61% der in dieser Baumwollanbauregion lebenden Menschen haben Zugang zu sauberem Wasser. Ausreichende Sanitäranlagen stehen nur 18% der Bevölkerung zur Verfügung.

Sauberes Trinkwasser

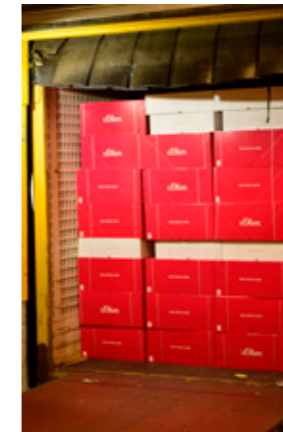
Ziele des von OTTO Österreich unterstützten Kooperationsprojektes sind es, die Bereitstellung von sauberem Trinkwasser durch die Errichtung von Brunnen zu optimieren, bestehende Sanitäranlagen zu verbessern oder neue Sanitäreinrichtungen zu bauen und Hygienemaßnahmen zu fördern. Diese Maßnahmen werden ab sofort bis Juli 2017 in insgesamt 20 Dörfern in der Baumwollanbauregion Gokwe-Süd umgesetzt. Rund 5.000 Schüler werden durch das Projekt zu „Hygienebotschaftern“ ausgebildet und geben ihr Wissen an ihre Familien weiter. Davon sollen möglichst viele Baumwollbauern profitieren und auch nach Projektende selbstständig die Infrastruktur zur Förderung von Hygiene und Gesundheit nutzen.

Ein Prüfsystem sichert soziale und ökologische Standards

Um die Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards bei allen Geschäftspartnern zu gewährleisten, definierte die Otto Group im August 2012 einen gesonderten Verhaltenskodex für Dienstleistungen und Nicht-Handelswaren. Mithilfe stichprobenartiger Kontrollen überprüfen alle Konzernunternehmen, zu denen auch die BAUR-Gruppe gehört, die

Umsetzung des Kodex. Eine externe Prüfgesellschaft führt die Audits auf der Grundlage eines Prüfsystems durch, das speziell zu diesem Zweck entwickelt wurde. Themenbereiche der Auditierung sind z. B. Kinder- und Jugendschutz, Diskriminierung, Arbeitnehmerrechte und Umweltschutz.

Lose Verladung als innovatives, umweltfreundliches Logistikkonzept



Die Pakete werden jetzt

BFS, der Fulfillment-Spezialist der BAUR-Gruppe, hat sein Logistikkonzept verändert: Im letzten Quartal des Jahres 2015 hat BFS im Warenausgang des Logistikzentrums Weismain für seine Kunden von der Verladung auf Roll-

bis zu zwei Meter hoch direkt auf der Wechselbrücke gestapelt anstatt wie früher erst auf Corletten. Die Beladezeit einer Brücke beträgt damit zwei Stunden.

Durch die direkte Stapelung der Pakete auf die Wechselbrücke steht außerdem ein Drittel mehr Volumen zur Verfügung – dadurch kann auf jede vierte Wechselbrücke verzichtet werden. Der Vorteil liegt auf der Hand: BFS spart täglich bis zu drei LKW-Fahrten zum Verteilerzentrum, im Jahr entspricht dies rund 625 Fahrten.

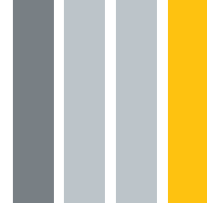
Zusätzliche Lagerflächen durch Logistikumbau in Weismain

Die Logistik von BFS kann in Weismain seit 2016 durch eine Lagerverdichtung mehr Ware aufnehmen und so die gestiegenen Mengen der Mandanten bewältigen. Dadurch ergibt sich eine deutliche Effizienz unserer Strom- und Heizkosten.

installierte Hängesysteme die bisher genutzten mobilen Gestelle abgelöst. Die Hängeware lässt sich jetzt übersichtlich und leicht zugänglich einlagern.



Auf Initiative von BFS wurden neue Einlagerungsmöglichkeiten geprüft – eine Entscheidung, die von unseren Kunden am Standort begrüßt wurde. In der Kommissionierung ermöglicht uns jetzt ein neues Regalsystem mit flacheren, teilweise breiteren Warenkartons einen schnelleren, übersichtlicheren Zugriff auf die Ware. Im Gegensatz zum Vorjahr kann so 20% mehr Ware unserer Mandanten eingelagert werden. Im Hängelager werden durch fest



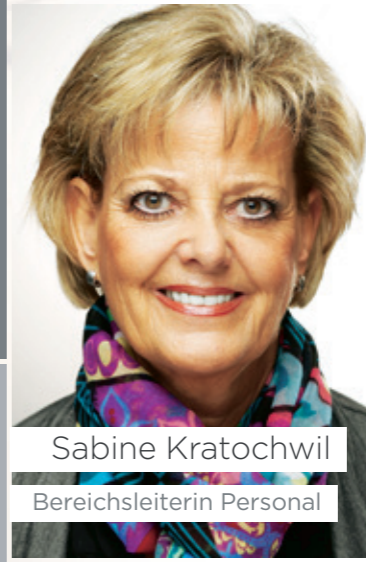
Mitarbeiter



18
 verschiedene Ausbildungsberufe und duale Studiengänge
 → Seite 24

58
 Kinder nutzten die BAUR-Ferienbetreuung
 → Seite 26

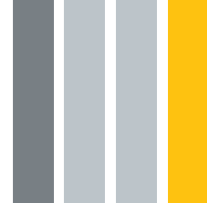
„Sicher mit System“
 Einführung Arbeitsschutzmanagement
 → Seite 30



90%
 barrierefreie Standorte
 → Seite 29

5%
 höhere Beschäftigungsquote von Mitarbeitern mit Handicap
 vgl. Bundesdurchschnitt
 → Seite 29

Kaufleute für E-Com
 neuer Ausbildungsberuf ab 2018
 → Seite 24



Bestens ausgebildet und fit für die Zukunft – Azubis bei BAUR

Von traditionell bis fortschrittlich, von kaufmännisch bis kreativ – eine Ausbildung in der BAUR-Gruppe hat viele Gesichter. 101 junge Leute waren am 1. September 2016 in **18 verschiedenen Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen** bei uns beschäftigt. Damit bietet die BAUR-Gruppe ein in der Region einmaliges Spektrum an Entwicklungsmöglichkeiten für junge Leute. 75% der 32 Ausbildungsabsolventen beendeten ihre Lehrzeit mit den Abschlussnoten „sehr gut“ oder „gut“. Wir freuen uns darüber, nahezu 70% der frischgebackenen Fachleute

übernommen zu haben. Die Zahl der Bewerbungen um einen Ausbildungsplatz zum 1. September 2016 liegt mit knapp 700 zwar noch auf einem guten Niveau, spiegelt aber mit leicht abnehmender Tendenz den demografischen Wandel und den Trend zur Akademisierung wider. Bei 27 Neueinstellungen kommen damit knapp 26 Bewerbungen auf einen offenen Ausbildungsplatz: Dieses Verhältnis unterstreicht die hohe Attraktivität der BAUR-Gruppe als Ausbildungsstätte. In Deutschland kommt im Durchschnitt ein Bewerber auf eine offene Ausbildungsstelle.

Die neuen Profis für den Online-Handel – ab 2018 Kaufleute für E-Commerce

Nach jahrelanger Überzeugungsarbeit ist es der BAUR-Gruppe gelungen, ein neues Berufsbild für den Online-Handel auf den Weg zu bringen. Dank eines breiten Unterstützerkreises, bestehend aus den Verbänden HDE und bevh, dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag, der IHK für Oberfranken, von Politik und auch Partnerunternehmen innerhalb und außerhalb der Otto Group konnte es nach zwei Jahren erfolgreich abgeschlossen werden.



Voraussetzungen geschaffen, eine fundierte Diskussion auf Bundesebene anzustoßen. Beteiligte wie z. B. das Kuratorium der deutschen Wirtschaft für Berufsbildung oder die Gewerkschaft ver.di unterstützten den Vorstoß für ein neues Berufsbild.

Ende August 2016 gab das Bundesministerium für Wirtschaft grünes Licht für die offizielle Erarbeitung des neuen Ausbildungsberufes unter dem Arbeitstitel „Kaufleute im E-Commerce“. Ab dem 1. August 2018 gibt es ein neues Berufsbild für den boomenden E-Commerce-Markt.

Ausschlaggebend für den Erfolg waren unsere Auszubildenden und Ausbildungsbeauftragten. Im Rahmen einer Projektarbeit trugen unsere Azubis Ausbildungsinhalte zusammen und erarbeiteten eine umfassende Diskussionsgrundlage. Diese ermöglichte den Bildungsexperten eine Bewertung und Abgrenzung zu anderen Berufsbildern. Ausbildungsbeauftragte aus den BAUR-Marktbereichen und von empiricom begleiteten die Überzeugungsarbeit mit fachlicher Expertise. Damit waren die

Von zu Hause aus arbeiten – Home Office

Die Arbeitswelt hat sich in den vergangenen Jahren durch zunehmende Vernetzung und rasanten technischen Fortschritt enorm verändert und damit ungeahnte Möglichkeiten für alternative Arbeitsmodelle eröffnet. Heutzutage ist es besonders jungen, gut qualifizierten Arbeitskräften wichtig, eine Balance zwischen Beruf und Privatleben zu finden. Um den geänderten Anforderungen gerecht zu werden und ihre Attraktivität als Arbeitgeber zu erhalten, rief die BAUR-Gruppe ein eigenes Leuchtturmprojekt ins Leben. Unter der Prämisse, die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verbessern, bauen wir die organisatorischen und technischen Voraussetzungen für Home



Office und „Anywhere Office“ kontinuierlich aus. In jedem Bereich ist das leider nicht möglich; so können in der Logistik viele Aufgaben nur in Präsenzarbeit erledigt werden. Ganz anders sieht es im Call-Center und an den Büroarbeitsplätzen aus: Hier arbeiten bereits mehrere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmäßig von zu Hause aus.

We link Family – ein UNITO-Programm zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie

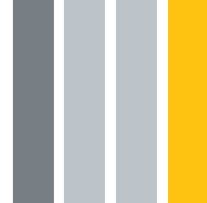


Familienfreundlichkeit ist in der Nachhaltigkeitsstrategie bei UNITO fest verankert. Seit 2010 werden im Rahmen des Programms „We link Family“ Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie entwickelt und in Zusammenarbeit mit Führungskräften, Mitarbeitern und Betriebsräten umgesetzt. Seit 2013 unterzieht sich UNITO auch einer externen Begutachtung durch das Audit „berufundfamilie“. Im Verwaltungs-

bereich von UNITO sind Gleitzeitmodelle mit flexiblen Arbeitszeiten Standard. Außerdem bietet UNITO allen Kollegen die Möglichkeit, tageweise im Flex Office zu arbeiten. Bei veränderten privaten Umständen – beispielsweise die Betreuung von pflegebedürftigen Angehörigen oder private Weiterbildung – wird nach Möglichkeit die Arbeitszeit flexibel gestaltet. Im Customer-Care-Bereich werden die Arbeitszeiten im Bedarfsfall individuell im Halbjahresrhythmus angepasst. Durch individuelle und gruppenspezifische Aus- und Weiterbildungen, Coachings

und Teambuildingmaßnahmen auf Mitarbeiter- und Führungskräfteebene deckt UNITO das breite Spektrum der Qualifizierung von Mitarbeitern ab.

Seit Herbst 2013 werden Kollegen in Karenz regelmäßig zu einem „Eltern-Kind-Brunch“ eingeladen und über aktuelle Themen informiert. Während der Karenzzeit haben die Kollegen E-Mail- und Intranet-Zugriff. An beiden UNITO-Verwaltungsstandorten wurden sogenannte Familienbeauftragte gewählt, die bei allen Fragen über Beruf und Familie den Mitarbeitern zur Verfügung stehen.



Familienfreundlichkeit wird bei BAUR großgeschrieben

Job und Kinder unter einen Hut zu bringen, ist nicht immer leicht für berufstätige Eltern. Sie stehen vor der Herausforderung, Berufsleben und Familienaufgaben miteinander zu vereinbaren. Eltern dabei zu unterstützen, liegt auch in unserem Interesse. Gerade im Zeitalter von Globalisierung, rasantem technischem Fortschritt und demografischem Wandel gewinnt die Work-Life-Balance immer mehr an Bedeutung. Um eine noch bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu gewährleisten, bieten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Nutzung von flexiblen Arbeitszeitmodellen an. Während man sich in den Verwaltungsbereichen seine Arbeitszeit weitgehend selbst einteilen kann, nutzen in Logistik und Kundenkontakt viele Mitarbeiter die Möglichkeit, in Teilzeit zu arbeiten.

Ferienbetreuung für Kinder und Eltern-Kind-Zimmer

In den Ferien stellt sich die Betreuung der Kinder als Engpass dar. Seit Februar 2015 besteht die Möglichkeit, die Kinder bei einem Anbieter vor Ort während der Ferien betreuen zu lassen. Sehr erfreulich ist, dass **rund 58 Kinder von Mitarbeitern der BAUR-Gruppe bereits die altersgerechte Ferienbetreuung** nutzen. Die Kosten dafür teilen sich BAUR und die Eltern.



Die Tagesmutter wird krank, in der Kita wird gestreikt oder andere unvorhersehbare Ereignisse treten ein. Für solche Notfälle steht unseren Verwaltungsmitarbeitern seit Dezember 2015 ein Eltern-Kind-Zimmer zur Verfügung. Die liebevolle Einrichtung und die vielen Spielsachen machen den Aufenthalt abwechslungsreich. Da der Raum einen Computer-Arbeitsplatz bietet, kann die Kollegin oder der Kollege der Arbeit nachgehen. Es ist beruhigend zu wissen, dass man im Notfall sein Kind mit ins Büro nehmen kann und nicht bei seinem Nachwuchs zu Hause bleiben muss.

BAUR – familienfreundliches Unternehmen

Unser Angebot zeigt, wie wichtig die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist. Es verhilft berufstätigen Eltern zu mehr Flexibilität. Durch unser Eltern-Kind-Zimmer werden Mitarbeiter mit Kindern entlastet, und es hilft Fehlzeiten der berufstätigen Eltern zu vermeiden. So gehen wir mit gutem Beispiel voran und erfahren auch öffentliche Würdigung unseres Engagements – im Dezember 2015 durch die Initiative „Oberfranken Offensiv“. Bei der Preisverleihung „Familienfreundliches Oberfranken“ wurden wir in der Kategorie **„Familienfreundliches Unternehmen“ von der Bayerischen Staatsministerin Melanie Huml ausgezeichnet**. Seit Kurzem steht unser Eltern-Kind-Zimmer als Best-Practice-Beispiel im Online-Austauschportal von Familienpakt Bayern, einer Initiative des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Soziales für Unternehmen von Unternehmen. Eines steht fest: Betriebliche Kinderbetreuung zahlt sich aus. Ist der Nachwuchs gut betreut, können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hochmotiviert arbeiten.

Ideen, Impulse, Inspirationen – die „Jahresreise“ der BAUR-Gruppe



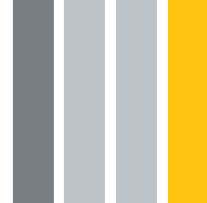
Leben bedeutet ständige Veränderung, und es verändert sich viel: Arbeitswelt, Gesellschaft und auch die BAUR-Gruppe. Klassische Weiterbildungsmaßnahmen greifen oft zu kurz, weil sie eher gezielt bestimmte Fachthemen behandeln. Was kann man für sich tun? Für

etwas mehr Wohlfühl und Zufriedenheit? Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BAUR-Gruppe gibt es seit 2016 eine „Reise durch das Jahr“. Was bedeutet das genau? Unser Unternehmen möchte seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das ganze Jahr über begleiten und ihnen jeden Monat interessante und hilfreiche Tipps, Anregungen und Weiterbildungen anbieten, mit denen sie leichter durch ihr Arbeits- und Privatleben gehen. Ob Veränderung, Motivation, Gesundheit oder Körpersprache – jeder Monat befasst sich mit einem speziellen, spannenden Thema. Passend dazu wird jeweils ein Zitat, eine Kurzgeschichte, Rezepte, Buchempfehlungen und ein Special vorgestellt.

Klick für Klick zum Erfolg

Weiterbildung gibt es jetzt auch online: Die Personalentwicklung geht mit dem neuen Online-Weiterbildungsangebot den Print-to-Web-Weg mit Begeisterung mit. Durch die vielfältigen Möglichkeiten des Intranets entstand im ersten Halbjahr die Akademie der BAUR-Gruppe. Dort finden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bewährte Trainings zu den Themen Kommunikation, Selbstorganisation und Zeitmanagement sowie Sprach- und EDV-Kurse. Auch aktuelle Themen wie „Agiles Führen“, „Business Intelligence“ und „Next Level Thinking for Leaders“ sowie auch andere Lernformen wie Apps und Videos haben Einzug gehalten.





Fördern, fordern, Vorbild sein – Personalentwicklung bei BFS

Professionelle Führung erfordert vielfältige Kompetenzen, die systematisch weiterentwickelt werden müssen. Einerseits wird viel Verantwortung den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gegenüber gefordert, andererseits darf man sich selbst und seine Aufgaben nicht aus den Augen verlieren.

Das neue Entwicklungsprogramm unterstützt die Führungskräfte der BFS-Logistik in diesem Prozess. **Sie setzen sich damit auseinander, was Führung für sie bedeutet und welche Werte ihrem Kommunikationsverhalten zugrunde liegen.** Sie lernen Führungsstile und -instrumente in ihren Arbeitsalltag zu integrieren, mit schwierigen Gesprächssituationen

umzugehen sowie konstruktiv Feedback zu geben und zu erhalten. Dazu kommen regelmäßige Praxisphasen zu Gesprächssituationen und Arbeitsrecht. Dieser Wechsel von Training und Praxis mit regelmäßigen Feedbacks ermöglicht eine Weiterentwicklung.

Das zweijährige Programm für Teamleiter im Kundendialog beinhaltet Schulungen zu den Themen Kommunikation und Führung, Coaching sowie betriebswirtschaftliche und arbeitsrechtliche Grundlagen. Dazu gehören regelmäßige Praxisphasen. Ziel ist es, den Nachwuchs-Teamleitern eine gemeinsame Führungskultur und einen einheitlichen Führungsstil zu vermitteln.

Die besten Talente für BAUR – Hochschulmarketing

35 km sind die Hochschulen entfernt, die Burgkunstadt, Altenkunstadt und Weismain am nächsten sind. Ob an der Uni Bayreuth, Uni Bamberg oder FH Coburg, um Studenten auf die BAUR-Gruppe aufmerksam zu machen, ist einiges an Aufwand erforderlich. Unsere Unternehmensgruppe befindet sich mitten im „War for Talents“. 2015 konnten wir uns bei Hochschülern sehr gut behaupten und die Bewerberzahlen für Praktika, Bachelor- oder Masterarbeiten und Werkstudenten um über 40% steigern. Die Einstellungen stiegen um 25% – und das trotz der Mindestlohneinführung Anfang 2015.

Rund 30 offene Praktika für Studenten schreibt die BAUR-Gruppe jedes Semester aus. Die Bewerber kommen zum Großteil aus der Region, teilweise aber aus ganz Deutschland und anderen Ländern. Um Hochschulabsolventen zu erreichen, war BAUR auch auf der akademika in Nürnberg vertreten, Bayerns größter Jobmesse. Den 4.600 Besuchern präsentierten sich 150 Unternehmen. Unter 462 ausgewählten Messebesuchern wurde nach der Messe vom Veranstalter eine Umfrage durchgeführt. Laut dieser war BAUR unter den Top 5 und damit vor Konkurrenten wie Amazon, Media-Saturn, Conrad und auch den anderen der 150 Unternehmen.

We link Generations – zur noch besseren Zusammenarbeit der Generationen

Im Rahmen des Auditierungsprozesses Beruf und Familie wurde das Generationenmanagement als besonders relevantes Thema für UNITO identifiziert. Generationengerechtes Führen und die erfolgreiche Zusammenarbeit unterschiedlicher Altersgruppen bei UNITO waren Schwerpunkte, die im Zuge zweier Zukunftsworkshops von älteren Kolleginnen und Kollegen erarbeitet wurden.

Die Kommunikation zwischen den verschiedenen Generationen bei UNITO soll im Zuge dieses Programms verbessert werden. Erste Maßnahmen wurden in Form eines „Buddy-Programms“ bereits umgesetzt. Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden von einer

langjährigen Kollegin oder einem Kollegen als Buddy begleitet. Dieser leistet Unterstützung in allen nicht-fachlichen Bereichen und gibt hilfreiche Informationen, wie man z. B. ein Dienstauto oder Videoräume bucht, welche Massageangebote es gibt und vieles mehr. Im regelmäßigen Austausch stehen die Buddys neuen Mitarbeitern auch für andere Fragen zur Verfügung und begleiten die jungen Kollegen, solange diese das wünschen.

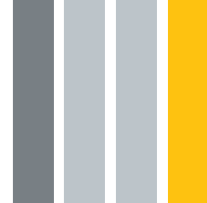


Im Job alle Hürden nehmen – barrierefreies Arbeiten

Die Integration von Menschen mit Behinderung ist uns ein wichtiges Anliegen. Der Anteil der Kolleginnen und Kollegen mit einem Handicap lag 2016 bei 10%. Mit dieser überdurchschnittlich hohen Quote nimmt die BAUR-Gruppe eine deutliche Vorreiterrolle ein. Um diesen Kollegen den Zugang zu den Arbeitsstätten

zu erleichtern, haben wir uns das Ziel gesetzt, vollständige Barrierefreiheit an allen relevanten BAUR-eigenen Betriebsstätten zu schaffen. Im Zuge von Umbau- oder Renovierungsmaßnahmen werden die verschiedenen Gebäudeteile entsprechend ihrem Alter und ihrer Nutzung behindertengerecht umge-

baut. So wurden zum Beispiel am Standort Altenkunstadt selbstöffnende Eingangstüren mit Lichtschranken und weitere behindertengerechte Toiletten eingebaut. Mit rund 90% Barrierefreiheit haben wir bereits viel erreicht – weitere Maßnahmen sind bereits geplant.



Sicher mit System – 2. HTS ausgezeichnet

Die Tochtergesellschaft hat im Juli 2016 als erstes Logistikunternehmen im Aufsichtsbezirk Bamberg/Coburg das Gütesiegel „Sicher mit System“ erhalten. Der zuständige Unfallversicherer, die Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik (BGHW), bestätigt damit den hohen Arbeitsschutzstandard im Unternehmen. Prozesse von A wie Anlernen von Aushilfen bis Z wie Zuordnung von Verantwortlichkeiten und Aufgaben sind innerhalb der 2. HTS gut organisiert, werden mit hoher Qualität beherrscht und weiterentwickelt.

Wir konnten die Auditoren durch eine motivierte Mannschaftsleistung von Führungskräften, Beschäftigten und Arbeitnehmervertretern überzeugen. Die konstruktive Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen aus den BAUR-Servicebereichen Bau & Technik sowie Personal hat uns geholfen, diese Auszeichnung zu erhalten. Das Zertifikat ist Auszeichnung und Ansporn zugleich, den eingeschlagenen Weg weiterzuentwickeln.

Das externe Zertifizierungsverfahren hilft uns, nationale und internationale Standards einzuhalten.

Und ganz nebenbei führt die prozessorientierte Herangehensweise von „Sicher mit System“ dazu, unsere Arbeitsabläufe weiter zu optimieren.

Das Zertifikat der Berufsgenossenschaft signalisiert Bestandskunden und potenziellen Neukunden den hohen Stellenwert, den der Arbeitsschutz im Unternehmen einnimmt. Schließlich sind sichere Arbeitsbedingungen eine wesentliche Grundlage für die reibungslose Versendung der bei BAUR bestellten und in der Hauptumschlagsbasis der 2. HTS „auf die Straße gebrachten“ Waren.

Die 2. HTS arbeitet aber nicht nur für BAUR, sondern ist auch Dienstleister für weitere Versandhändler innerhalb und außerhalb der Otto Group. Darüber hinaus sorgen die Beschäftigten der 2. HTS in der Hauptumschlagsbasis Altenkunstadt dafür, dass die Pakete, die private Kunden bei den Hermes-Paketshops in Oberfranken aufgeben, auf Transport-LKWs umgeladen und innerhalb von 24 Stunden dem Kunden ausgehändigt werden. Pro Jahr werden rund 45 Millionen Sendungen sortiert und umgeschlagen.



v. l.: Erich Zipfel, Hartmut Kopp, Jürgen Lehmann, Tobias Hümmel, Wolfgang Seib, Georg Scharadt, Roland Borschlegel.

Bei BAUR im Mittelpunkt – gesunde Mitarbeiter

Bei BAUR nimmt das Thema Mitarbeitergesundheit eine wichtige Stellung ein. Zur Prävention bieten wir im Rahmen unseres Gesundheitsprogramms ein breitgefächertes Programm gesundheitsfördernder Maßnahmen an. Bei der Vielzahl der angebotenen Vorträge, Aktionen und Betriebssportgruppen ist für jeden etwas dabei. Die Veranstaltungen dienen nicht nur der Fitness der Mitarbeiter, sondern fördern auch das Miteinander. Besonders neue Kolleginnen und Kollegen können in zwangloser Atmosphäre neue Kontakte knüpfen.

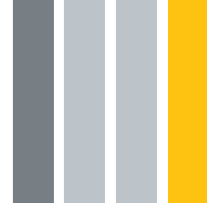
Zusammengefasst werden alle Aktionen der Gesundheitsförderung im alljährlichen Sport- und Gesundheitsprogramm der Abteilung Personal Soziales. **Im Mittelpunkt stehen die Themen Sport, Gesundheit, Ernährung und Vorsorge.** Bei der Vorsorge spielt die Aktion „Quick Check“ eine große Rolle: Es handelt sich um einen 3-minütigen Gesundheitscheck mit Blutdruck- und Blutzuckerwertmessung sowie die Ermittlung des BMI (Body-Mass-Index). Im Rahmen eines Gesprächs wird auch auf individuelle Gesundheitsgefahren hingewiesen. Die Ergebnisse liefern den Mitarbeitern wichtige Erkenntnisse über ihren Gesundheitszustand. Dieser stimmt nicht immer mit der eigenen Wahrnehmung überein: So wurden bei den Quick-Checks in den Logistikbereichen der BAUR-Gruppe von 169 untersuchten Mitarbeitern rund 5% mit bedenklich hohen Normabweichungen an den Hausarzt weiterverwiesen.

Um der Volkskrankheit Rückenleiden entgegenzuwirken, bietet BAUR seit 2011 eine Rückensprechstunde an. Mitarbeiter mit orthopädischen Problemen der Wirbelsäule, des Schulter-Nacken-Gürtels, der Arme, Beine, Hüfte, Knie oder der Füße haben zudem die

Möglichkeit, an einer orthopädisch-rehabilitativen Rückenschule (ORS) teilzunehmen. Darunter versteht man ein Bewegungsprogramm, mit dem man aktiv Rückenbeschwerden lindern kann. Das benötigte Privat Rezept mit Diagnose stellt nach Prüfung der medizinischen Voraussetzungen der Betriebsarzt der BAUR-Gruppe aus. Mit diesem Rezept führen Kooperationspartner (derzeit das Theramed-Zentrum für Therapie und Gesundheit, Bad Staffelstein) eine zehnwöchige medizinische Trainingstherapie durch. Zudem geben die Physiotherapeuten Verhaltenstipps für Beruf und Privatleben. Neben der anteiligen Kostenübernahme durch die Krankenkassen beteiligt sich auch BAUR mit 25% an den Kosten der ORS.



In den Logistikbereichen von BFS wurde eine „Aktivpause“ eingeführt. In dieser zehnminütigen, bezahlten Zusatzpause führen Multiplikatoren in Kommissionierung, Packerei, Retouren und Wareneingang einfache Lockerungsübungen durch. Jeder kann damit Verspannungen lockern, die Beweglichkeit verbessern, die Rumpfmuskulatur kräftigen und die Konzentration erhöhen. Die vielen Rückmeldungen führten dazu, dass es jetzt auch im Kundendialog Aktivpausen gibt. Ergänzt wird dieses Angebot durch „bewegte Mittagspausen“ für die Verwaltungsbereiche.



Gemeinsam schaffen wir es – Betriebliches Eingliederungsmanagement

Das Betriebliche Eingliederungsmanagement (BEM) ist das wichtigste Instrument für die Rehabilitation und die Integration von kranken und behinderten Menschen. Der Gesetzgeber schafft damit Rechte und Gestaltungsmöglichkeiten für ein BEM bei gesundheitlichen Beschwerden und Erkrankungen.

Gesundheitsförderung bei BAUR

BAUR tut sehr viel bei der Gesundheitsförderung:

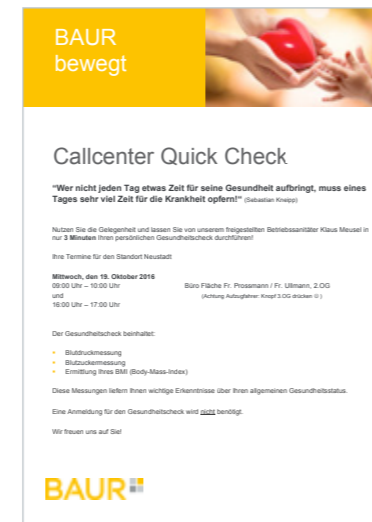
1-Euro-Training im Fitnessstudio, Ausbau des Betriebsports, Grippeimpfung, Gesundheitschecks und vieles mehr. Das BEM gibt es bei BAUR nunmehr seit zehn Jahren, und BAUR war eines der ersten Unternehmen in Oberfranken, die es eingeführt haben.

Dieses Engagement wurde vom Integrationsamt Bayreuth ausdrücklich gewürdigt.

Eine Betriebsvereinbarung regelt bei BAUR die Vorgehensweise. So gibt es ein BEM-Team, dem ein Vertreter des Personalbereichs, der Betriebsratsvorsitzende und im Bedarfsfall weitere Personen wie Betriebsarzt, Schwerbehindertenvertretung und Vertreter der Rehabilitationsträger angehören. Dieses Team erörtert zusammen mit dem betroffenen Mitarbeiter, wie eine Unterstützung zur Überwindung bzw. Vorbeugung von Seiten des Betriebes aussehen kann. Häufig ist es uns gelungen, den Mitarbeiter durch entsprechende Maßnahmen wie z. B. Umsetzung, Anpassung des Arbeitsplatzes sowie Arbeitszeit-

reduzierung zu unterstützen und im Arbeitsleben zu halten. Gelingt eine Wiedereingliederung nicht, bleibt keine andere Möglichkeit, als das Arbeitsverhältnis zu beenden. Bei BAUR hat es nur wenige solcher Fälle gegeben – alle in beiderseitigem Einvernehmen.

Das BEM bietet eine gute Chance, die Beschäftigungsfähigkeit insbesondere älterer Mitarbeiter zu sichern. Es kann Arbeitslosigkeit oder Frühverrentung von Kollegen verhindern. Das BEM-Verfahren beruht auf dem Prinzip der Freiwilligkeit und kann daher immer nur mit Zustimmung des Beschäftigten durchgeführt werden. Sorgfältiger Datenschutz der ausgewerteten Daten und der Dokumentation sind sichergestellt.



Diverse Aktionen für Mitarbeiter.

Leichter, wendiger, sicherer – neue Kommissionierwagen in der BAUR-Logistik

Im Dezember 2015 begann die Verteilung der neuen Kommissionierwagen für die Mitarbeiter des Kommissionierlagers in Altenkunstadt. Die bislang eingesetzten Wagen waren veraltet und wiesen teilweise Verletzungsrisiken auf.

Ziel war es, einen ergonomisch ausgereiften und leicht zu handhabenden Wagen zur Verfügung zu stellen. Das wurde erreicht: Alle Wagen haben jetzt die gleichen Standards.

Der Auslieferung ging eine lange Entwicklungs- und Testphase voraus. Von Anfang an wurden Betriebsrat, Sicherheitsingenieur, Betriebsarzt und möglichst viele Mitarbeiter in die Entwicklung einbezogen. Die Mitarbeiter nannten ihre Anforderungen, und die vier Anbieter fertigten daraufhin Testmodelle an.

Die neuen Modelle wurden im täglichen Kommissionierbetrieb auf Herz und Nieren geprüft.

Eine besondere Herausforderung war die Konstruktion einer sicheren und trotzdem leichtgängigen Leiter.



Madeleine Kannengießer freut sich, dass die Leiter des neuen Wagens ein sicheres Kommissionieren auf höheren Regalebenen ermöglicht.

Neuer Vakuumheber erleichtert die tägliche Arbeit im HUB

Seit 2015 wird den Mitarbeitern der Hauptumschlagbasis (HUB) in Altenkunstadt die Arbeit erleichtert: Der Prototyp eines Vakuumhebers. Mit ihm können bis zu 40 kg schwere Pakete durch Unterdruck angesaugt, gehoben und auf das Förderband aufgelegt werden. Das hilft beim Be- und Entladen der LKWs und beim Abschichten schwerer Packstücke von Paletten. Das Prinzip: Zwischen der Scheibe des Vakuumhebers und der glatten Fläche des Paketes entsteht ein Unterdruck. Der Saugheber ist mit einem

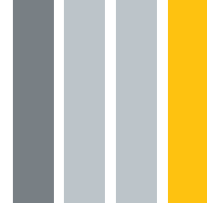
Kettenzug an einer Krananlage befestigt. Das Greifen des Paketes übernimmt der Vakuumheber und das Anheben der Last der entsprechende Kettenzug.

Die Vorteile:

Durch den Einsatz von Luftdruck bleiben die Pakete weitestgehend unversehrt. Außerdem funktioniert der Saugheber energieunabhängig und spart Stromkosten. Dank der guten Erfahrungen im HUB wird der Einsatz von Vakuumhebern auch an anderen Stellen in der Logistik geprüft.



Sergei Shikov freut sich, dass die tägliche Arbeit leichter wurde.



Neue Techniken in der Logistik

In den vergangenen Jahren wurden am Logistikstandort in Altenkunstadt verschiedene Umbauten durchgeführt. Schwerpunktmäßig wurde das Kommissionierlager zentralisiert und der zweite Kommissionierstandort in der Möbelhalle in Burgkunstadt aufgelöst. Dies hatte zur Folge, dass die Retouren-Mischwannen, die die BAUR-Logistik von den Konzernretourenstellen erhält und in der Möbelhalle eingelagert hat, sofort an den Standort Altenkunstadt verlagert werden mussten.



Ein Teil des neu gestalteten Kommissionierlagers in Altenkunstadt.

Um die nötige Kapazität zur Zentralisierung zu schaffen, wurden am Standort Altenkunstadt im 3. Obergeschoss die Fächer zur Lagerung von artikelreinen Packstücken zu Lagerplätzen für Retourenmischwannen umgebaut.

Damit die am Standort Altenkunstadt steigende Menge an Retourenmischwannen von den Entladetoren effizient und ergonomisch in das 3. Obergeschoss transportiert werden kann, wurde das Projekt „Aufzug für blaue Wann“ ins Leben gerufen.

Nach Gesprächen mit unterschiedlichen Anbietern fiel anhand verschiedener Kriterien die Wahl auf die Firma Gebhardt Fördertechnik

als Partner. Im Laufe des Projekts wurden Deckendurchbrüche vom Erdgeschoss bis in das 3. Obergeschoss durchgeführt, mit Stahlträgern stabilisiert, Sprinklerleitungen versetzt und Einhausungen für den Aufzug eingezogen. Mitte Januar 2015 konnte der Aufzug einschließlich vorgelagerter Fördertechnik in Betrieb genommen werden. Die Kolleginnen und Kollegen aus der Wareneingangs- und der Aufsortierung sind sehr zufrieden mit der Investition.

Im Zuge des Projekts wurde auch ein sogenannter Manipulator in Betrieb genommen. Dieses Gerät unterstützt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Wareneingangs- und der Entstapelung der Retourenmischwannen. Die angelieferten Stapel mit einer Höhe von zehn bis zwölf Wann pro Stapel werden jetzt vor dem Transport in die Zieletage ergonomisch und sicher auf eine einheitliche Höhe von acht Wann pro Stapel entstapelt. Dieser Arbeitsschritt erleichtert den Mitarbeitern im Kommissionierlager ihre tägliche Arbeit mit den Retourenmischwannen.



Erich Manser bedient gerade den Manipulator.

Start des neuen Intranets der BAUR-Gruppe

Ende Januar 2016 ging das neue Intranet der BAUR-Gruppe online. Seit dem Frühjahr 2015 befasste sich ein sechsköpfiges Projektteam mit der Planung und Umsetzung des internen Kommunikationsmediums. Der strategische Wandel zu einem Online-Unternehmen vollzog sich damit auch in der Kommunikation. Ziel war es, die Plattform interaktiver und flexibler zu gestalten und zur zentralen Informationsquelle in der internen Kommunikation der BAUR-Gruppe zu machen. **Entstanden ist ein „Mitmach-Intranet“, das durch zahlreiche neue Funktionen offen, transparent und aktuell ist.** Zudem zeichnet sich das neue

Intranet durch eine erhöhte Nutzerfreundlichkeit aus. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können ihre Startseite individuell gestalten und Neuigkeiten aus für sie besonders interessanten Intranet-Seiten abonnieren.

Bereichsredakteure informieren direkt aus ihren Abteilungen – Anmerkungen, Ideen und Kritik können ihnen die Kolleginnen und Kollegen über ein Online-Formular zukommen lassen. Nun gilt es, das bisher Erreichte weiterzuentwickeln. Für die Zukunft planen wir eine stärkere Einbindung und Vernetzung der einzelnen Bereiche.

Lösungen vor Ort entwickeln – der Gemba Walk in der BFS-Logistik

Das Wort Gemba kommt aus dem Japanischen und bedeutet „Ort des Geschehens“. Seit ein paar Monaten gehört der Gemba Walk zum Tagesablauf in der BFS-Logistik Weismain. Er findet jede Woche von montags bis donnerstags um 13:00 Uhr statt. Dabei begehen alle Führungskräfte und Mitarbeiter aus der Logistik, aber auch aus allen anderen Bereichen die Abteilungen Retoure, Wareneingang, Kommissionierung und Versand. Dahinter verbirgt sich die Idee, Schwierigkeiten vor Ort zu erkennen, Lösungen zeitnah zu finden und umzusetzen.

Sehen lernen – das ist die Devise.

Für Führungskräfte ist es oft schwierig, Probleme direkt vor Ort zu erkennen. Sie müssen dabei auf Details achten und sich selbst Fragen stellen: Welchen Standard haben wir? Nutzen die Mitarbeiter alle Hilfsmittel, die ihnen zur Verfügung stehen? Was könnte die Ursache der Probleme sein?

Da durch den Gemba Walk diese Fragen direkt vor Ort beantwortet werden können, lassen sich die Abläufe stetig verbessern. Ziel ist es, immer eine zeitnahe Lösung zu finden. Denn ein Chef, der sich nicht dort bewegt, wo eine Arbeit tatsächlich erledigt wird, riskiert, falsche Entscheidungen zu treffen.



Kulturwandel 4.0 – Herausforderung und Chance für die BAUR-Gruppe

Kulturwandel aus gutem Grund

Die Digitalisierung hat alle Bereiche unserer Gesellschaft und Wirtschaft erfasst, der Wettbewerb wird zunehmend härter. Das bedeutet auch für die BAUR-Gruppe, ständig wachsende Herausforderungen zu meistern, um weiterhin in unseren Märkten zu bestehen. Der Kulturwandel bildet die Grundlage für unsere zukünftige Wettbewerbsfähigkeit in der digitalen Welt. „Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen“, sagt ein chinesisches Sprichwort. Die BAUR-Gruppe hat sich im übertragenen Sinn für den Bau von Windmühlen entschieden und geht den wichtigen und notwendigen Weg des Kulturwandels.

Am Anfang war das Du

Als Symbol und Startsignal für den Wandel der Unternehmenskultur hat die Geschäftsführung allen Mitarbeitern das „Du“ angeboten. Es wurde ein Team gegründet, das sich aus 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aller Bereiche und Hierarchieebenen – vom Azubi bis zum Bereichsleiter – zusammensetzt und den Veränderungsprozess bei BAUR steuert und begleitet. **Dieser Kulturwandel soll zu einer offeneren, schnelleren und mutigeren Unternehmenskultur führen**, die alle Mitarbeiter gemeinsam gestalten können und leben wollen. So wurden auf Basis einer qualitativen Mitarbeiterbefragung des Kulturwandel-Teams die drei Schwerpunkte #Empowerment, #Collaboration und #Speed definiert und entsprechende Arbeitsgruppen gebildet. Diese haben aus den Erkenntnissen der Befragung verschiedene Initiativen entwickelt und im Rahmen einer Tagung den Führungskräften vorgestellt. Diese Initiativen – zum Beispiel der

Aufbau einer Vertrauenskultur, die Optimierung von Prozessen, Wissenstransfer und eine neue Meeting-Kultur – werden weiterentwickelt und umgesetzt.

Der Kulturwandel lebt

Um die Mitarbeiter der BAUR-Gruppe zu informieren und in den Kulturwandelprozess einzubeziehen, wurde zum Beispiel eine eigene Seite im Intranet eingerichtet. Hier bietet ein Forum jedem die Möglichkeit, sich aktiv einzubringen, Wünsche, Ideen und Anregungen zu äußern und zu diskutieren. Weiterhin werden regelmäßig Vorträge von internen und externen Experten gehalten; Newsletter und Aushänge sind zusätzliche Informationsmedien. Das Veranstaltungsformat „Kulturwandel + Kommunikation + Kaffee to stay“ informiert unsere Mitarbeiter im großen Rahmen



Konzernvorstand Alexander Birken überreicht dem Kulturwandel-Team den Empowerment Award.

einmal im Quartal und lädt zum Dialog ein. Der Weg in eine erfolgreiche Zukunft wird kein leichter sein. Manche Veränderungen können relativ schnell durchgeführt werden – für andere Veränderungen werden wir einen langen Atem benötigen. Wichtig für sowohl die kleinen als auch die großen Schritte ist es, dass alle Mitarbeiter den Weg gemeinsam gehen und jeder Einzelne seinen Beitrag dazu leistet

– getreu dem Motto: **Sei die Kultur, die du sehen möchtest**. Ein Motivationsschub und eine lobende Anerkennung dafür, dass die BAUR-Gruppe auf dem richtigen Kulturwandel-Weg ist, war die Verleihung des Empowerment Awards durch die Otto Group.

ändern sollte, um die Wahrnehmung der Kulturwerte positiv zu beeinflussen. So lässt sich die Entwicklung der Unternehmenskultur gut abbilden; eine Unternehmenskultur, in der Werte nicht nur eingerahmt an der Wand hängen, sondern gelebt werden.

Das Kultur-Rad dreht sich bei BAUR

Als einfache Methode, das subjektive Empfinden der Mitarbeiter in Bezug auf unsere Kulturwerte – **ehrlich, wertschätzend, kunden- und erfolgsorientiert** – zu messen und über die Zeit vergleichen zu können, wurde anlässlich einer Führungskräfte Tagung das Kultur-Rad eingeführt und ein aktuelles Stimmungsbild ermittelt. Das Kultur-Rad führen die Führungskräfte in sinnvollen, regelmäßigen Abständen mit ihren Teams durch. Sie treffen Vereinbarungen, welche Maßnahmen getroffen und vor allem, welche Verhaltensweisen der Einzelne



Regine Siemann vor dem Kultur-Rad.

empiriecom und octobo werden agil

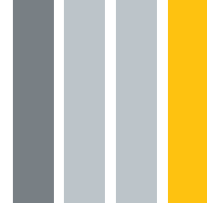
Die internen E-Commerce-Dienstleister der BAUR-Gruppe wappnen sich im Rahmen des Kulturwandels, um den steigenden Herausforderungen der digitalen Transformation proaktiv zu begegnen. Vor diesem Hintergrund sollen die definierten Thesen von Agilität nach und nach in der Organisation umgesetzt werden: menschliche Interaktion über starre Prozesse, funktionierende Software über detaillierte Dokumentation, partnerschaftliche Zusammenarbeit über langwierige Vertragsverhandlungen

und flexible Reaktion auf Veränderungen über das starre Verfolgen eines Plans.

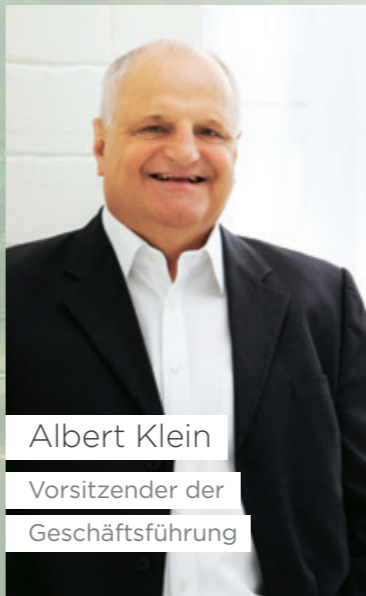
Kundenzufriedenheit erheblich verbessert

Ein wichtiger Schlüssel ist dabei die Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und Mitarbeitern. Neu für das Management ist die Rolle als Coach im Team, der Verantwortung abgeben kann und den Experten größere Freiräume einräumt, um Unternehmensziele zu erreichen.

Ein erstes agiles Pilotprojekt wurde für den Kunden UNITO bereits mit sehr positivem Ergebnis umgesetzt. Der Entwicklungsaufwand und -anteil konnte um ca. 25% gesenkt werden; ebenso konnten die Umsetzungsdauer um ca. 40% und damit auch die Kosten für den Kunden entscheidend gesenkt werden. Bei diesem Test gab es gleichzeitig eine Qualitätssteigerung um ca. 15%. Zwei weitere Kernergebnisse: Die Kundenzufriedenheit konnte signifikant verbessert werden, und die Arbeit hat dem Team mehr Spaß gemacht.



Region



Albert Klein
Vorsitzender der
Geschäftsführung

Verant-
wortungs-
kompass
In Kooperation
mit der
Universität
Bayreuth
→ Seite 41

Obermain-
Jura
das regionale
Wirtschafts-
forum
→ Seite 40

We link
People
→ Seite 45

b.sales
Vertrieb
Regens-
Wagner-Artikel
→ Seite 42



BAUR auf dem Bayreuther Ökonomiekongress

Die Teilnahme der BAUR-Gruppe am Bayreuther Ökonomiekongress ist feste Tradition. Auch 2016 haben wir die Veranstaltung als Sponsor unterstützt. Erhard Ströhl, Bereichsleiter Informationsmanagement/Bau und Technik, ließ sich nicht zweimal bitten, als es darum ging, einen praxisnahen Vortrag aus der BAUR-Welt zu halten. Vor interessierter

Zuhörerschaft referierte er zum Thema „Verantwortung für heute und morgen – Corporate Responsibility in der BAUR-Gruppe“. Außerdem waren wie bereits in den vergangenen Jahren Vertreter der BAUR-Gruppe mit einem Messestand vor Ort, um Studentinnen und Studenten über Berufschancen innerhalb der Unternehmensgruppe zu informieren.



Monja Vogl, Referentin Hochschulmarketing & Personalentwicklung.

„Obermain Jura“ soll die regionale Wirtschaft stärken

Die Stärkung der regionalen Wirtschaft ist eines der Ziele, die die CR-Strategie der BAUR-Gruppe verfolgt: Wir wollen als treibende Kraft aktiv zur Stärkung der Region beitragen. Im April 2015 hat BAUR deshalb als Initiator ein Wirtschaftsforum für die regionalen Partner ins Leben gerufen und zusammen mit 16 anderen Unternehmern der heimischen Wirtschaft offiziell gegründet. Mittlerweile zählt der Verein „Obermain-Jura – Das Wirtschaftsforum e. V.“ 31 Mitglieder und wächst kontinuierlich weiter.

Die Mitglieder haben sich die Aufgabe gestellt, **die Mitarbeiter in den heimischen Betrieben und die Öffentlichkeit mehr und besser als bisher über die aktuellen wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Fragen der Region aus Unternehmersicht zu informieren.**



Die Identifikation mit dem Wirtschaftsstandort und dem Lebensraum Obermain Jura soll gestärkt werden. Deshalb werden der Kontakt und das offene Gespräch mit allen gesellschaftlichen Gruppen und Institutionen gesucht.

Obwohl der Verein noch nicht lange besteht, konnte er schon eine Vielzahl von Projekten unterstützen und verwirklichen. Dazu gehört u. a. der „Business-Führerschein“ an den Schulen der Region, um zukünftige Arbeitskräfte schon frühzeitig in Kontakt mit den Unternehmen zu bringen. Ein weiteres Leuchtturmprojekt des Vereins ist die Durchführung des Projekts „Verantwortungs-Kompass“ für die Region.

Sie befinden sich hier im Kapitel „Region“.

Das Projekt „Verantwortungs-Kompass“

Die BAUR-Gruppe widmet sich in enger Zusammenarbeit mit der Universität Bayreuth der Aufgabe, die Region am Obermain – speziell Burgkunstadt, Altenkunstadt und Weismain – attraktiver zu gestalten. Die Region Obermain Jura wurde 2014 von der Bayerischen Staatsregierung als „Raum mit besonderem Handlungsbedarf“ klassifiziert.

Die Partner entwickelten gemeinsam ein Konzept, das von den Kommunen und anderen regionalen Unternehmen unterstützt wird.

Der „Verantwortungs-Kompass“ soll Wege aufzeigen, wie Maßnahmen schnell verwirklicht werden können und die Region langfristig attraktiver wird.

Es werden Stärken und Schwächen sowie Herausforderungen und Risiken erörtert. Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen regionalen Akteuren werden aufgezeigt und sogenannte „Quick Wins“ ermittelt. Mittelfristig strebt man ein einheitliches Regionalmarketingkonzept und eine Außenstelle der Universität an.



Alle gesellschaftlichen Gruppen werden eingebunden, um ein innovatives, zukunftsorientiertes Konzept zu entwickeln. Als bundesweite Modellregion zieht der „Verantwortungs-Kompass“ nicht nur die Aufmerksamkeit auf sich, sondern ist bislang auch einzigartig.

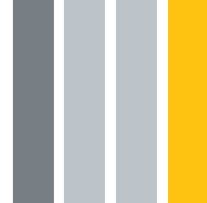
Gemeinsames Projekt mit Gymnasium Burgkunstadt



Im Rahmen der langjährigen Bachpatenschaft für die Weismain taten sich 2015 die Umwelt- und Ausbildungsverantwortlichen von BAUR mit Andreas Schmitt, Chemie- und Biologie-Lehrer am Gymnasium Burgkunstadt, zusammen, um die zukünftigen Maßnahmen zum

Erhalt des Flusses auf wissenschaftlicher Basis zu verbessern. Andreas Schmitt führte mit unserer finanziellen Unterstützung ein Praxis-Seminar durch, in dessen Verlauf seine Schüler selbstständig den Zustand des Baches untersuchten und Maßnahmen aus ihren Ergebnissen ableiteten. Mit den sechs Forschungsprojekten nahmen die Schüler außerdem am naturwissenschaftlichen Forschungswettbewerb „Jugend forscht“ teil und konnten sogar einen Sonderpreis gewinnen. Mit dem Schuljahr 2016/17 geht das Projekt in die zweite Runde – man darf gespannt sein!

Ausführlichere Informationen erhalten Sie unter baur-gruppe.com/nachhaltigkeit



Lernen und dabei Gutes tun – Regens-Wagner-Artikel jetzt bei b.sales

Seit 2009 gibt es die Azubi-Plattform b.sales, auf der Musterartikel zum Schnäppchenpreis an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BAUR-Gruppe versteigert oder verkauft werden. Der Onlineshop wurde seinerzeit von BAUR-Auszubildenden konzipiert, aufgebaut und in Betrieb genommen. Mittlerweile betreiben ihn die Azubis der achten Folgegeneration. Jeweils für ein Jahr kümmern sich unsere Auszubildenden aus den Ausbildungsberufen Kaufleute im Groß- und Außenhandel, Informatikkaufleute und Mediengestalter um den Shop, bevor sie ihre Aufgaben an das nächste, also das zweite Ausbildungsjahr, übergeben. Dabei kümmern sie sich um Warenbeschaffung, Angebotspräsentation im Shop, Verkaufsabwicklung mit Logistik, Bezahlung und Verbuchung ebenso um Shop-Design und Informationstechnik im Backend – Beispiele dafür sind Versteigerungs-Software und Schnittstellenprogrammierung.

Neu ist seit diesem Jahr die Erweiterung des Sortiments. Erstmals werden auch Artikel der Regens-Wagner-Stiftung angeboten. Diese werden in Handarbeit von Menschen mit Behinderung hergestellt. Vor allem Korb- und Flechtwaren bereichern damit das Angebot bei b.sales. Damit verfügt Regens Wagner neben dem kleinen Ladengeschäft direkt bei den Werkstätten über einen weiteren Vertriebskanal. Die Unikate erfreuen sich bei Mitarbeitern der BAUR-Gruppe großer Beliebtheit und werden in einem eigenen Lager verwaltet. Die Auszubildenden haben damit eine ideale Möglichkeit, die betriebswirtschaftlichen Grundlagen eines Onlineshops kennenzulernen und seine Prozesse zu verstehen. Gleichzeitig unterstützen sie den Absatz der Artikel aus den Werkstätten der Behinderteneinrichtung.



v. l. Fabian Kolb, Johannes Richter, Lingyun Hu, Arthur Roth, Alex Nachajew vom b.sales-Team.

Neue Heimat gesucht – BAUR hilft Asylsuchenden

Tatsache ist, dass viele geflüchtete Menschen – aus welchen Gründen auch immer – zu uns gekommen sind und Unterstützung brauchen.

Mehrere unserer Mitarbeiter engagieren sich ehrenamtlich, um die Asylsuchenden aus der Region beim Ankommen und der Integration zu unterstützen. Ein schönes Beispiel für ein solches Engagement ist BAUR-Kollegin Ulla Milz-Ghaly. Sie arbeitet als Kreativtexterin im Bereich Werbung. Seit Anfang 2016 engagiert sie sich ehrenamtlich bei den Aktiven Bürgern Lichtenfels und kümmert sich vor allem um Flüchtlinge in dezentralen Unterkünften in Altenkunstadt.



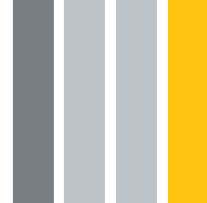
Hochmotiviert: Mehrmals wöchentlich wird fleißig Deutsch gelernt.

In der Tageszeitung wurden Freiwillige für Deutschunterricht im Rahmen des Projekts „Neue Bürger im Landkreis Lichtenfels“ gesucht. Sprachbegeistert und seit langem sozial engagiert, war es für sie klar, dass sie die gewünschte „Stunde pro Woche“ erübrigen würde.

Nach einem kurzen Vor-Ort-Termin in einer Unterkunft in Altenkunstadt, gemeinsam mit anderen Freiwilligen und Neubürgern aus u. a. Syrien, Afghanistan, Palästina und dem Iran, ging es in Zweiertteams los: Die Schützlinge – Familien und junge Männer – erhielten vier Mal pro Woche je eine Stunde Unterricht. Die Voraussetzungen der Schüler sind sehr unterschiedlich: Einige haben selbst in ihrer Muttersprache geringe Sprach- und Schreibkenntnisse, andere haben zu Hause ein Studium erfolgreich abgeschlossen. Vor allem wichtige Alltagssituationen werden thematisiert: Wie läuft eine Begrüßung ab? Was sind Jahreszeiten, Monate, Wochentage und Tageszeiten? Was kann ich wo kaufen? Es gibt unerschöpflich viele Themen, und viele Fragen werden dann gleich als Unterrichtsthemen genutzt. Zusätzlich ist immer wieder auch Unterstützung gefragt, z. B. bei der Suche nach einer Ausbildungs- oder Arbeitsmöglichkeit.

Deshalb hat Ulla Milz-Ghaly eines Tages einige BAUR-Bewerbungsbögen gemeinsam mit den Interessenten ausgefüllt. Die Kolleginnen im BAUR-Recruiting waren sehr engagiert und haben sich erfolgreich durch den deutschen Formular-Dschungel gekämpft. Weitere Bewerbungen aus Burgkunstadt und Weismain folgten. Die ersten neuen Kollegen haben schon ihre Arbeit aufgenommen.

„Wir können nicht die Welt retten, aber unseren Beitrag dazu leisten, dass sie ein bisschen besser wird.“ Unsere neuen Kollegen können für BAUR zum echten Erfolgsfaktor werden“, meint Ulla Milz-Ghaly.



Soziales Engagement in der Region

Die BAUR-Gruppe ist tief verwurzelt in ihrer Heimatregion. Verantwortung zeigen wir in unserem gesellschaftlichen Engagement und unterstützen insbesondere an unseren oberfränkischen Standorten vorbildliche soziale Initiativen und Projekte. Beispiele dafür sind:

Die Burgkunstadter Tafel

2010 wurde die Tafel in Burgkunstadt eröffnet. Seitdem leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Versorgung Bedürftiger mit Lebensmitteln, aber auch mit Bekleidung und weiteren Haushaltsartikeln. Von Beginn an unterstützt die BAUR-Gruppe diese gemeinnützige Einrichtung, deren Angebot von 300 Menschen genutzt wird. So stellte BAUR der Tafel eine große Auswahl an Süßwaren zur Verfügung. Dadurch konnte das Angebot der Tafel deutlich bereichert werden, da diese vorwiegend nur mit Grundnahrungsmitteln versorgt wird. Weiterhin beteiligte sich die BAUR-Gruppe im August 2015 an der Anschaffung eines neuen Kühlfahrzeuges für den Transport von Lebensmitteln. Finanziert wurde das Fahrzeug von insgesamt 25 Unternehmen, Geschäftsleuten und Stiftungen aus der Region.



Süßwarenspende an die Burgkunstadter Tafel.

Computer-Spende

Mit einer Spende von acht Computern aus dem Bestand der BAUR-Gruppe unterstützten wir im März 2015 die Grundschule in Stadelhofen. Die Computer können im Unterricht in vielen Fächern zum Einsatz kommen; zudem versprechen sie Lernen mit Spaß und Abwechslung. Auch die Schüler der Grund- und Hauptschule in Küps freuten sich im Dezember 2016 über zehn gespendete Computer.



Übergabe der Computer in der Grundschule Stadelhofen.

BAUR-Schulshirts

Über ihre von BAUR und der Friedrich-Baur-Stiftung gespendeten Schul-T-Shirts freuten sich die 171 Schülerinnen und Schüler der Friedrich-Baur-Grundschule in Burgkunstadt. Im Rahmen der Weihnachtsfeier der Grundschule wurden die Shirts im Dezember 2015 von uns überreicht.

Schustermuseum Burgkunstadt

Die BAUR-Gruppe ist Fördermitglied des Schustermuseums in Burgkunstadt. Jährlich im Juli veranstaltet der Verein der Freunde und Förderer des Deutschen Schustermuseums die traditionelle Schusternacht. Die BAUR-Gruppe stellte Waren für die Tombola zur Verfügung, mit deren Erlös die Arbeit des Fördervereins unterstützt wird.

Bürgerbus Altenkunstadt

Im Rahmen unseres regionalen Engagements haben wir die Anschaffung eines Bürgerbusses für Altenkunstadt finanziell unterstützt. Seit Mai 2016 ist der Bürgerbus auf den Straßen Altenkunstadts unterwegs, um Bürgerinnen und Bürger, die selbst nicht mehr mobil sind, zu ihren gewünschten Zielorten zu fahren.

We link People - UNITO-Mitarbeiter engagieren sich für andere



UNITO stellt Kolleginnen und Kollegen für gemeinnützige Tätigkeiten frei, damit diese sich mit ihrer Kompetenz und ihrer Arbeitskraft für gemeinnützige Projekte oder Einrichtungen engagieren können. Seit 2014 werden in der Vorweihnachtszeit soziale Engagement-Tage in Graz und Salzburg organisiert. An

diesen Tagen unterstützen verschiedene Teams von UNITO gemeinnützige Organisationen in einem Aufgabenbereich, der von der eigentlichen Tätigkeit im Unternehmen abweicht.

Die Mitarbeiter werden in ungewöhnlichen Situationen zusammengeführt, in denen Teamarbeit gefragt ist, beispielsweise bei der Renovierung einer Sozialeinrichtung, bei der Betreuung von Sport- und Freizeitaktivitäten

benachteiligter Menschen, beim gemeinsamen Kochen mit Menschen mit Migrationshintergrund, am Weihnachts-Flohmarkt für bedürftige Kinder und vieles mehr.

Die hohe Teilnehmerzahl und das bemerkenswerte Engagement, das Kolleginnen und Kollegen hier jährlich unter Beweis stellen, haben das Projekt bereits zu einem festen Bestandteil der CR-Aktivitäten bei UNITO werden lassen.



Kunde



Vision
2025

die neue
BAUR-Strategie

→ Seite 48

17.000

Bäume
gepflanzt

→ Seite 51

61%

unserer Kunden
empfehlen
uns weiter

→ Seite 49

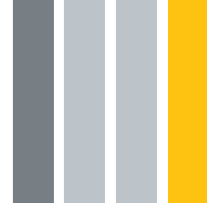
10
Jahre

Zusammen-
arbeit Kaeser
Kompressoren

→ Seite 50



Olaf Röhr
Geschäftsführer
Abwicklung &
Dienstleistungen



Die BAUR-Vision 2025 – Strategie für den nachhaltigen Unternehmenserfolg

Nachhaltigkeit in der Geschäftspolitik bedeutet für BAUR eine klare, nachvollziehbare und erfolgversprechende Unternehmensstrategie. **Die Vision 2025 beschreibt die strategische Ausrichtung und ebnet den Weg für die künftige Wettbewerbsfähigkeit.** Sie ist unsere Antwort auf die rasanten Veränderungen in unserem Marktumfeld und gibt uns klare Orientierung, wohin sich BAUR in den nächsten Jahren entwickeln wird. Die Umsetzung begann 2016 und zielt insbesondere darauf, den nachhaltigen Bestand des Unternehmens für den unbedingt notwendigen digitalen Wandel voranzutreiben und für uns positiv zu gestalten. Welche Ziele verfolgen wir mit der Vision 2025?

- BAUR wird sich als Online-Händler zu einem exzellenten Zielgruppen-Spezialisten für die selbstbewusste und wertorientierte Frau von Anfang 40 bis Mitte 50 entwickeln. Wir forcieren deutlich die Kunden- und Serviceorientierung und setzen entsprechende Maßnahmen um. Unser Anspruch dabei lautet: **Wir werden unsere Zielkundin in ihrem täglichen Leben begleiten.** Wir verstehen sie am besten, beraten sie persönlich und bieten ihr einen Austausch in einer lebendigen Community.
- BAUR wird der Zielkundin eine inspirierende Shoppingwelt für Fashion, Home und das neue Thema Lifestyle bieten. In den beiden ersten Kategorien betreuen wir unsere Zielkundin bereits mit Erfolg und verfügen über viel Erfahrung und Kompetenz. Für beide Warengruppen prognostizieren Marktbeobachter weiterhin überdurchschnittliche Zuwächse im Online-Handel. An diesem Wachstum wollen wir teilhaben.

- BAUR wird schneller und innovativer. Wir werden mit deutlich mehr Tempo auf Veränderungen im Markt reagieren und in moderne Technologien investieren.



Die BAUR-Zielkundin.

- Besonders spannend gestaltet sich das Thema Lifestyle. Hier entsteht etwas völlig Neues: Wir entwickeln eine Angebotswelt mit allen damit verbundenen Funktionen und Abläufen, die es bei BAUR bislang noch nicht gibt. Lifestyle ist für die Marke BAUR der ideale Türöffner. Wir schaffen uns damit einen zusätzlichen Zugang zu unserer Zielgruppe und sprechen gerade auch Frauen an, die wir bislang noch nicht als Stammkundinnen gewinnen konnten. Zudem binden wir unsere bisherigen Kundinnen noch enger an unser Unternehmen. Mit der Lifestyle-Welt begleiten wir unsere Zielkundin künftig durch den Tag und unterbreiten ihr ein attraktives und individuelles Angebot aus ständig wechselnden und saisonal abgestimmten Themen. Mit anderen Worten: **Lifestyle bedeutet täglich anregende Tipps und Neuigkeiten mit persönlicher Beratung, individuellem Service und einer lebendigen Community.**

Guter Service, zufriedene Kunden

„Service“ bedeutet „Dienst“ und wird von modernen Unternehmen wie BAUR besonders als Dienst am und für den Kunden gesehen und ist wichtige Säule des Geschäftserfolgs. Wir sind mit Rat und Tat für unsere Kunden da und finden für jedes Anliegen Lösungen. So fühlen sich Kunden bei uns immer in besten Händen, ob vor, während oder nach dem Kauf. Ein paar typische Beispiele, wie guter, kundenorientierter Service aussieht:

- Service vor dem Kauf:**
Kundin: „Ich bin mir nicht ganz sicher, ob das ausgewählte Sofa auch wirklich passt.“
BAUR: „Wir finden bestimmt eine Lösung. Unsere Fachberatung für Möbel steht Ihnen gern zur Seite.“

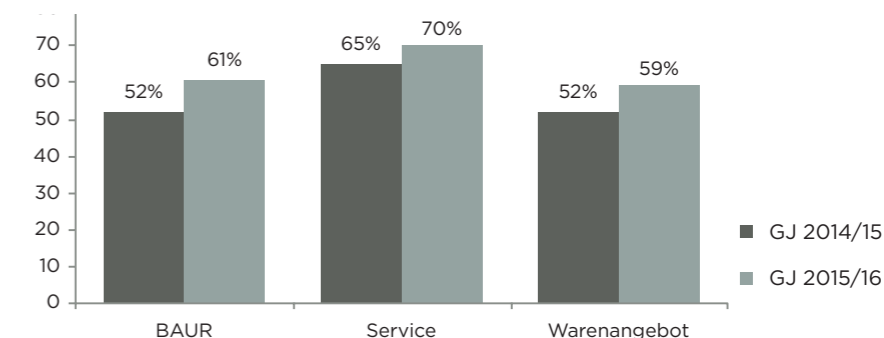
- Service während des Kaufs:**
Kundin: „Ich hab' ein paar tolle Sneaker gesehen. Welche Größe ist die richtige für mich?“
BAUR: „Nutzen Sie einfach unsere Größenberatung für Schuhe – da sind Sie auf der sicheren Seite.“

- Service nach dem Kauf:**
Kundin: „Ich würde gerne Teilzahlung und Zahlpause nutzen. Leider habe ich vergessen, das bei meiner Bestellung mit anzugeben.“
BAUR: „Das macht nichts. Wir ändern Ihre Rechnung auch nachträglich, so wie Sie es wünschen.“

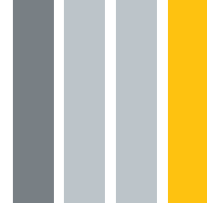
Ob per E-Mail, Telefon oder per Post, wir sind auf vielen Wegen erreichbar. Service und Beratung sind zukunftsorientiert. Informationen dazu gibt es unter baur.de/service

Kunden empfehlen uns gerne weiter

Kundennähe, Freundlichkeit und Kompetenz in Beratung und Betreuung – das sind wesentliche und auf Dauer festgeschriebene Serviceziele. Um die Umsetzung dieser Ziele besser nachzuvollziehen, wurde im Jahr 2010 der Weiterempfehlungsmonitor (WEM) eingeführt, der mit monatlichen Befragungen die Zufriedenheit unserer Kunden misst. So geben die Befragten auf einer Skala von 1 („auf gar keinen Fall“) bis 10 („auf jeden Fall“) Auskunft, ob sie BAUR



insgesamt sowie besonders das BAUR-Service- und -Warenangebot im Freundes- und Bekanntenkreis weiterempfehlen werden. Im Geschäftsjahr 2015/2016 konnten die schon sehr guten Zufriedenheitswerte des Vorjahres in allen Parametern deutlich übertroffen werden. BAUR erzielte so die höchste prozentuale Steigerung aller Konzernfirmen der Otto Group.



Erfolge feiern – 2016 ist das Jahr der Jubiläen für BFS

Am 3. Mai 2006 verließ die erste Lieferung des BFS-Kunden Kaeser Kompressoren die Logistik in Grub am Forst. Im Jahr 2016, zehn Jahre später, feierten die BFS-Kolleginnen und -Kollegen und die Kaeser Kompressoren-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter dieses Jubiläum. Das weltweit aktive Unternehmen weitete in den vergangenen zehn Jahren die Zusammenarbeit mit BFS kontinuierlich aus. Inzwischen übernehmen wir am Standort Grub am Forst nicht nur die Versorgung mit Ölabscheidpatronen, sondern unter anderem auch die Konfektionierung der sogenannten Wartungs- und Reparatur-Kits. Die Jubiläumsfeierlichkeiten im Juni 2016 wurden mit einem Besuch der Bewohnerinnen und Bewohner der betreuten Wohneinrichtung Regens Wagner, die die Kartons für die Kaeser-Abwicklung falten, sowie einem gemeinsamen Grillfest abgerundet.



v. l.: Michael Kaiser (Geschäftsführer Kaeser Logistik), Jens Wolf (Bereichsleiter Logistik BFS), Herbert Spörl (Strategie, Einkauf Kaeser).

200 Kollegen am Standort Neustadt

Auch der BFS-Standort in Neustadt bei Coburg feierte dieses Jahr ein Jubiläum: sein 5-jähriges Bestehen. Am 11. Juni 2011 wurde der Standort von der Geschäftsführung, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie dem Neustadter Bürgermeister eröffnet. In nur acht Wochen hatten damals die Techniker aus dem Bereich Informationsmanagement/Bau & Technik das Gebäude in der Austraße zum Call-Center ausgebaut. Während im Juni 2011 rund 80 Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter in Neustadt bei Coburg arbeiteten, sind dort mittlerweile rund 200 Kolleginnen und Kollegen beschäftigt.

In die Liste unserer Jubilare reihen sich auch 23 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von BFS ein. Sie feiern dieses Jahr ihr 10-jähriges Betriebsjubiläum. Die Feierlichkeiten fanden im Oktober in gemütlicher Runde im Fränkischen Hof in Baiersdorf statt. Bei einem leckeren Abendessen mit der Geschäftsführung wurde in entspannter Atmosphäre auf die vergangenen Jahre zurückgeblickt.

BFS auf Erfolgskurs mit Fulfillment und Customer Service

Steigende (End-)Kundenanforderungen, schneller technologischer Wandel und dominante Wettbewerber auf dem Markt – in diesem Umfeld braucht die Fulfillment-Tochter BFS ein klares Profil und eine überzeugende Positionierung, um sich erfolgreich abzugrenzen und auch künftig im Markt bestehen zu können. Mit der Unterstützung von Marktexperten hat BFS eine Strategie entwickelt, die all dies ermöglicht: Künftig wird BFS klar fokussiert in den beiden Märkten Fulfillment (bestehend aus Logistik, Zahlungsmanagement und Kundendialog) und auch isoliert im Customer Service aktiv sein. In einem Markt, in dem die Wettbewerber ein vergleichbares Leistungsspektrum anbieten, präsentiert sich BFS nicht als reiner Abwickler, sondern als Anbieter von passgenauen und individuellen Lösungen.

Diese umfassen neben den marktüblichen Basisleistungen auch sog. Value Added Services, die den Kunden einen besonderen Mehrwert bieten. In Abgrenzung zu den zahlreichen Wettbewerbern profiliert sich BFS fortan als ein Dienstleister, der das Beste aus zwei Welten verkörpert: einerseits die Agilität und Flexibilität eines mittelständischen Dienstleisters und andererseits die Vorteile einer großen Unternehmensgruppe, die über Stabilität, Know-how und Ressourcen verfügt, wie sie nur wenige Wettbewerber bieten können.

Die größte Herausforderung steht BFS noch bevor: Nur die konsequente Umsetzung aller definierten strategischen Maßnahmen über die Jahre hinweg wird zu den anvisierten Erfolgen führen. Eine Herausforderung, der sich BFS mit Nachdruck stellt.

Über 17.000 Bäume gepflanzt – fünf Jahre Klimawaldprojekt bei Universal

Universal hat im **Jahr des Waldes 2011** gemeinsam mit dem österreichischen Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft ein Waldprojekt ins Leben zu gerufen. Im Rahmen des Projekts wird für jedes verkaufte, energiesparende Haushaltsgerät der Energieeffizienzklasse A+++ ein Baum gepflanzt. Die Flächen dafür werden vom Ministerium zur Verfügung gestellt. Sie befinden sich in unterbewaldeten Regionen Österreichs, in der Nähe von Autobahnen und Quellschutzgebieten sowie in Gebieten, wo Monokulturen durch klimastabile Mischkulturen ersetzt wurden.

Um Kunden und Mitarbeitern für den Klimawandel zu sensibilisieren, werden laufend Schwerpunktaktionen organisiert. In Werbemitteln, auf Social Media-Plattformen und im Onlineshop von Universal wird regelmäßig über aktuelle Baumpflanzaktionen berichtet. „Wussten Sie“-Botschaften auf Facebook oder Newsletter am Tag des Waldes fördern das Bewusstsein für den Wald. Am Verwaltungsstandort Salzburg wurde ein besonderes „Waldzimmer“ eingerichtet. Bis 2016 konnten bereits fünf Aufforstungsprojekte realisiert und über 17.000 Bäume gepflanzt werden.

Unsere Ergebnisse – auf einen Blick informiert

Ziel	Maßnahme	Status
Rohstoff & Verarbeitung		
Reduktion der Umweltauswirkungen der Katalog- und Mailingproduktion	Ausbau des FSC*-Anteils der gedruckten Katalogseiten und Mailings	fortlaufend – 86% (HW 16) bei eigenen VKF
Handel & Standort		
Nachhaltigkeit		
Zertifizierung des Umweltmanagementsystems	Aufrechterhaltung des Umweltmanagementsystems nach DIN EN ISO 14001	umgesetzt, Einführung integriertes Umwelt- und Energiemanagementsystem
Reduktion standortbezogener CO₂-Emissionen um 70% bis 2020 (vgl. KJ 06)	Verschiedene	fortlaufend, 2015: -48%, 2016: -54%
Mitarbeiter		
Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben	Ausbau organisatorischer und technischer Voraussetzung für Home- bzw. Anywhere Office	umgesetzt
	Einführung einer Kinderferienbetreuung und Einrichtung eines Eltern-Kind-Zimmers	umgesetzt, Ausbau nach Bedarf
Ausbildung	Schaffung eines neuen Ausbildungsberufes für den Online-Handel	umgesetzt, „Kaufleute für E-Commerce“ ab August 2018
Personalentwicklung	Optimierung des Personalentwicklungsprogramms	fortlaufend, Erweiterung Weiterbildungsprogramms
Integration von Menschen mit Behinderung	100% Barrierefreiheit an allen relevanten BAUR-eigenen Betriebsstätten	fortlaufend, derzeit 90%
Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Zertifizierung des Arbeitsschutzmanagements in der 2. HTS	umgesetzt, Juli 2016
Kommunikation	Schaffung eines neuen, multifunktionalen Intranets	umgesetzt, Einführung Januar 2016
Region		
Beitrag zur regionalen Wirtschaft	Initiierung eines Wirtschaftsforums für regionale Unternehmen	umgesetzt, Gründung Wirtschaftsforum Obermain Jura
Soziales Engagement im Bereich Bildung	Durchführung P-Seminar mit regionalem Gymnasium	fortlaufend, Teilnahme „Jugend forscht“
	BAUR öffnet Schulungsprogramm für Mitglieder des Wirtschaftsforums	fortlaufend, Einzelmaßnahmen
Soziales Engagement am Standort für Familien	Analyse der Schwächen der Region, Identifikation von Initiativen	fortlaufend, Start „Verantwortungs-Kompass“
Soziales Engagement für Menschen mit Behinderung	Einführung Regens-Wagner-Shop	umgesetzt, b.sales
	Weitere Mitarbeiterbindung von Regens-Wagner in betriebl. Abläufe	fortlaufend, Einzelmaßnahmen
Soziales Engagement für Menschen mit Migrationshintergrund	Unterstützung des Asylbewerberheims in Weismain	fortlaufend, Einzelmaßnahmen
	Aktive Integration in die Arbeitsprozesse der BAUR-Gruppe	fortlaufend, Einzelmaßnahmen

Sie befinden sich hier im Kapitel „Ergebnisse, Ziele und Maßnahmen“.

Unsere Ziele – auf einen Blick informiert

Ziel	Maßnahme	Termin
Rohstoff & Verarbeitung		
Reduktion der Umweltauswirkungen bei Katalog- und Mailingproduktion	Ausbau des Anteils der auf FSC*-Papier-gedruckten Katalogseiten und eigenen Verkaufsförderungsmedien	fortlaufend
Handel & Standort		
Nachhaltigkeit		
Optimierung des Abfallmanagements	Aufrechterhaltung der sehr guten Abfalltrennung. Anteil des verwertbaren Abfalls an der gesamten Abfallmenge > 98%	fortlaufend
Reduktion der standortbezogenen CO₂-Emissionen um 70% bis 2020 (vgl. KJ 06)	Verschiedene, z. B. Beleuchtungsumbauten an mehreren Standorten, Umbau Rechenzentrum, Bau weiterer Photovoltaikanlage Zielwert 2017: -61% Zielwert 2018: -64%	fortlaufend
Förderung klimafreundlicher Produkte und Verkehrsmittel	Information und Vorstellung neuer Produkte und Anwendungen im Rahmen von „E-Days“ für BAUR-Mitarbeiter	Start GJ 17/18, mind. jährlich
	Ausbau der organisatorischen und technischen Nutzung von klimafreundlichen Verkehrsmitteln der Mitarbeiter	Start GJ 17/18
Mitarbeiter		
Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben	Implementierung Home/Anywhere Offices in Bereichen, in denen es die Arbeitsabläufe zulassen	fortlaufend
Personalentwicklung	Intensivierung der Angebote für individuelle und zielgruppenspezifische Weiterbildungen	GJ 18/19
Integration von Menschen mit Behinderung	Weiterer Ausbau der Barrierefreiheit an den relevanten BAUR-eigenen Betriebsstätten	fortlaufend
Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	Ausweitung der Arbeitsschutzertifizierung „Sicher mit System“ auf weitere Bereiche und Tochtergesellschaften	2020
	Mitarbersituationsanalyse im BFS-Kundendialog	fortlaufend
Kulturwandel	Unterstützung bei Implementierung des Kulturwandels mittels zielgruppenspezifischer Schulungen und Workshops	fortlaufend
Region		
Beitrag zur regionalen Wirtschaft	Fortführung Engagements des Wirtschaftsforums	fortlaufend
Soziales Engagement im Bereich Bildung	Durchführung P-Seminar mit regionalem Gymnasium Öffnen des BAUR-Schulungsprogramms für Mitglieder des Wirtschaftsforums	fortlaufend
Soziales Engagement am Standort für Familien	Fortführung „Verantwortungs-Kompass“ in Kooperation mit Universität Bayreuth	2017
Soziales Engagement für Menschen mit Behinderung	Stärkere Einbindung von Regens-Wagner-Mitarbeitern in betriebliche Abläufe	fortlaufend
Soziales Engagement für Menschen mit Migrationshintergrund	Unterstützung des Asylbewerberheims Weismain Ausbau der Integration in die Arbeitsprozesse der BAUR-Gruppe	fortlaufend

Ausführlichere Informationen erhalten Sie unter baur-gruppe.com/nachhaltigkeit

Impressum

BAUR Versand (GmbH & Co KG)

Bahnhofstraße 10 | 96224 Burgkunstadt
baur-gruppe.com | baur.de

Hauptverantwortung:

Erhard Ströhl

Koordination:

Ute Staufer-Pümmerlein

Redaktion:

Ute Staufer-Pümmerlein,
Hanna Beierwaltes
Manfred Gawlas

Die Texte haben die Tochtergesellschaften
und Fachabteilungen beigesteuert.

Konzeption | Art Direction:

Melanie Baier

Grafik:

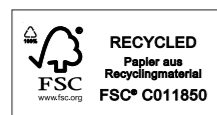
Lucie Kleinschmidt
Christian Söhnlein
Niklas Bayreuther
Vera Rauch
Ellen Hollfelder

Haftungsausschluss:

Dieser Nachhaltigkeitsbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung beruhen. Obwohl die Unternehmensleitung annimmt, dass die Erwartungen dieser vorausschauenden Aussagen realistisch sind, kann sie nicht dafür garantieren, dass die Erwartungen sich auch als richtig erweisen. Die Annahmen können Risiken und Unsicherheiten bergen, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den vorausschauenden Aussagen abweichen. Falls der Nachhaltigkeitsbericht redaktionelle Fehler enthält oder in einigen Gesichtspunkten unvollständig ist, übernimmt die BAUR (GmbH & Co KG) dafür keine Haftung oder Garantie. Eine Aktualisierung der vorausschauenden Aussagen oder eine Korrektur bzw. Ergänzung des Nachhaltigkeitsberichts ist weder geplant noch übernimmt die BAUR (GmbH & Co KG) die Verpflichtung dafür. Die BAUR (GmbH & Co. KG) behält sich jedoch vor, den Nachhaltigkeitsbericht jederzeit ohne besondere Ankündigung zu aktualisieren.

Bildnachweis:

BAUR-Bildmaterial
Shutterstock
iStock



Umweltfreundlich hergestellt:

RECYSTAR POLAR – Recyclingpapier aus 100% Altpapier. Hergestellt ohne Zusatz optischer Aufheller und ohne Chlorbleiche. Zertifikat Umweltzeichen UZ12 "Blauer Engel", FSC®-Recycling und EU-Blume

Ihre Meinung ist uns wichtig!



Liebe Leserinnen und Leser,

wir hoffen, Ihnen hat das Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichts Spaß gemacht. Gerne können Sie uns mitteilen, wie er Ihnen gefallen hat. Sollten Sie die eine oder andere Information vermisst haben, rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns.

Kontakt:

Ute Staufer-Pümmerlein
Umwelt- & CR-Koordinatorin

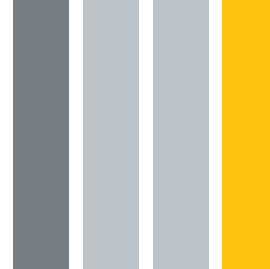
T: 09572 91 2963
umwelt@baur.de

Auch für Anregungen, wie wir den Bericht in Zukunft verbessern können, sind wir jederzeit offen. Ob Kritik, Lob, Wünsche oder Fragen, wir freuen uns auf Ihre Nachricht.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Ihr BAUR-Team





BAUR GRUPPE

 *A member of the otto group*

BAUR Versand (GmbH & Co KG)

Bahnhofstraße 10
96224 Burgkunstadt

baur-gruppe.com