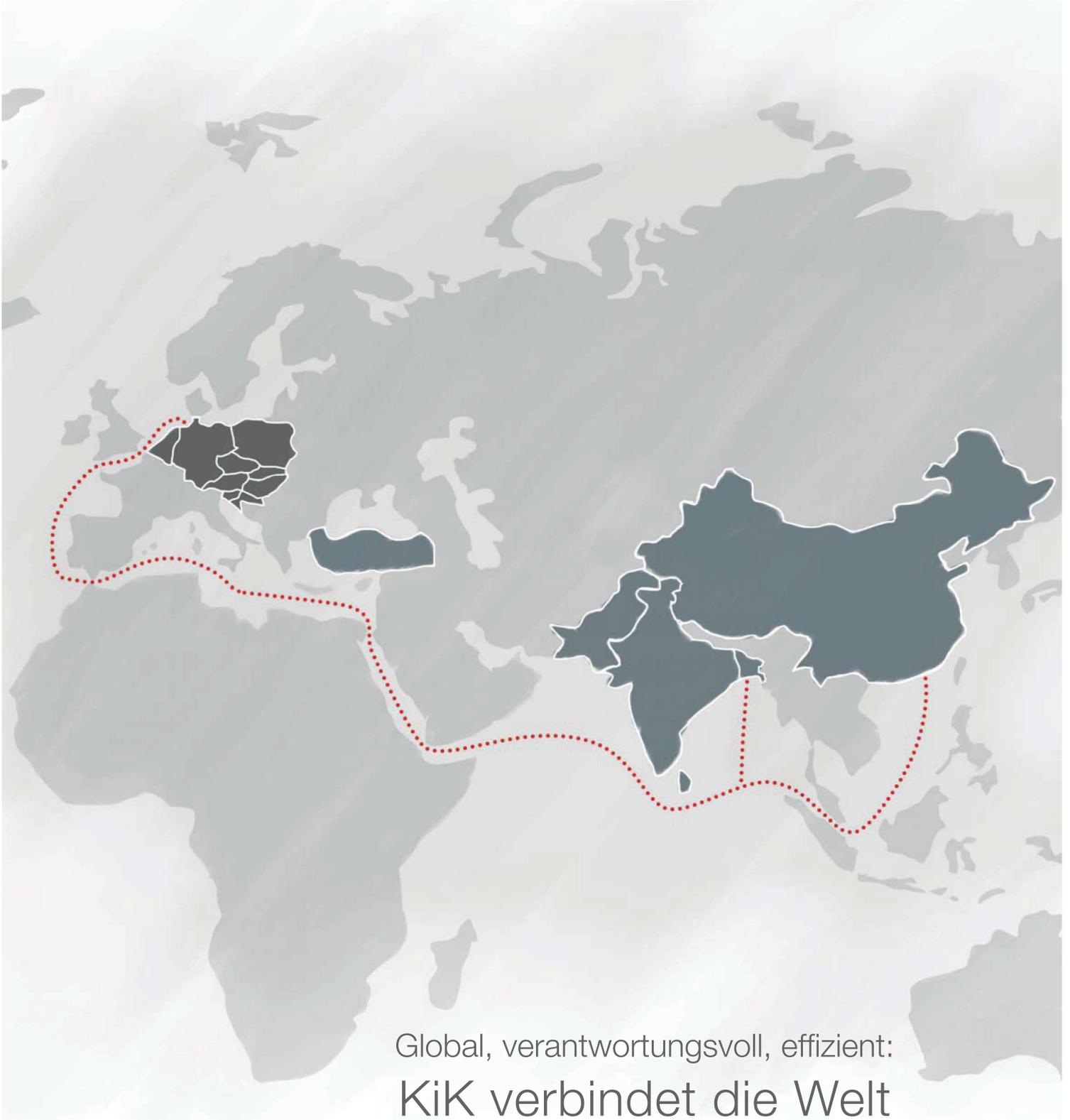


3. NACHHALTIGKEITSBERICHT

KiK Textilien und Non-Food GmbH



Global, verantwortungsvoll, effizient:
KiK verbindet die Welt

Über diesen Bericht

Der vorliegende Bericht ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht der KiK Textilien und Non-Food GmbH. Er beschreibt die Aktivitäten des Unternehmens in Bezug auf die nachhaltige Ausgestaltung der Handelstätigkeit in den Jahren 2013 und 2014 sowie aktuellere Sachverhalte und Entwicklungen aus dem Jahr 2015.

Der dritte Nachhaltigkeitsbericht wurde nach den Richtlinien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erstellt. Die darin formulierten 20 Kriterien fassen die Leistungsindikatoren aus dem Katalog der Global Reporting Initiative (GRI) sinnvoll zusammen. Somit nimmt dieser Bericht die wesentlichen Themen stärker in den Fokus und garantiert trotz des Wechsels des Berichtsrahmens die inhaltliche Kontinuität der Berichtsinhalte.

Im Mittelpunkt des Berichtes steht der Managementansatz des Unternehmens für eine nachhaltige Steuerung der relevanten Unternehmensbereiche sowie die Darstellung der Maßnahmen und Aktivitäten in den Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit. Im Vorfeld der Berichterstattung wurde eine Materialitätsanalyse durchgeführt, aus der eine Konzentration auf drei Handlungsfelder resultiert und eine inhaltliche Zuspitzung auf die Themen „Lieferkette und Produkt“, „Ressourceneffizienz und Klimaschutz“ sowie auf mitarbeiterrelevante Themen.

Die Grenzen des vorliegenden Berichtes in Bezug auf die Warenbeschaffung und die Logistik sind definiert durch die KiK Textilien und Non-Food GmbH, die KiK Logistik 1 GmbH mit Sitz in Bönen und die Tochterunternehmen im europäischen Ausland. Die Daten der Emissionsbilanz und der Logistik beziehen sich auf KiK Deutschland mit Filialen, Lager

und Zentrale sowie auf alle weiteren europäischen Standorte. Alle mitarbeiterbezogenen Aussagen beziehen sich – sofern kein ausdrücklicher Verweis auf europäische Zahlen vorliegt – stets auf die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der KiK Textilien und Non-Food GmbH Deutschland. Die Berichterstattung über die Produktion der Textilien findet im Bericht statt, bezieht sich jedoch nur auf die Konfektion und betrachtet keine weiteren Vorstufen der Produktion.

Die Erhebung der Daten resultiert aus den Angaben der jeweiligen Fachbereiche. Als externe Quellen wurden die Angaben von Versorgungsunternehmen übernommen; ökonomische Daten stammen aus den Geschäftsberichten des Mutterkonzerns, der Unternehmensgruppe Tengelmann. Die Klimabilanz wurde erstellt durch die Tengelmann Energie GmbH. Alle Aussagen in diesem Bericht wurden von den beteiligten Fachabteilungen freigegeben.

Eine Begutachtung der Berichtsinhalte in Bezug auf inhaltliche Konsistenz ohne Prüfung der Primärdaten erfolgte durch eine externe Gutachterin, deren Bewertung gleichermaßen veröffentlicht wird.

Der Bericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Im Bericht wird die männliche Sprachform verwendet. Gemeint sind damit stets Männer und Frauen. Redaktionsschluss für den vorliegenden Bericht war der 15. Juli 2015.

Der nächste Bericht erscheint voraussichtlich im Jahr 2017. ■

KiK Nachhaltigkeitsbericht 2015

- 2** Über diesen Bericht
- 3** Inhalt und Impressum
- 4** Vorwort
- 6** KiK im Blick
- 8** Managementansatz
- 14** Stakeholderdialoge
- 18** Lieferkette und Produkt
- 22** Ressourceneffizienz und Klimaschutz
- 26** Mitarbeiter
- 29** Gutachten



Impressum

KiK Textilien und Non-Food GmbH
Siemensstraße 21
59199 Bönen

Herausgeber:
Patrick Zahn, Vorsitzender der Geschäftsführung
Ansgar Lohmann, Bereichsleiter Corporate Social Responsibility

Kontakt:
Unternehmenskommunikation
Telefon 02383 / 95 41 16

Haftungsausschluss:
Dieser Bericht enthält Aussagen über zukünftige Entwicklungen, die auf Annahmen beruhen. Für diese Aussagen können wir keine Garantie für ihr sicheres Eintreten übernehmen. Für daraus resultierende Abweichungen sowie für mögliche Fehler übernimmt die KiK Textilien und Non-Food GmbH keine Haftung. Bei Widersprüchen zwischen den deutschen und englischen Versionen des Berichtes gilt die deutsche Version.

Liebe Leserin und lieber Leser,

seit einigen Jahren beschäftigen wir uns intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit und haben bereits viel erreicht. Wir haben unser Verständnis von Nachhaltigkeit formuliert und uns zu einer nachhaltigen Ausgestaltung unserer Handelstätigkeit verpflichtet. Daran orientieren sich unsere Ausführungen und Erläuterungen im vorliegenden dritten Nachhaltigkeitsbericht. Den Darstellungen der Handlungsfelder sind die jeweiligen Paragraphen aus unserem Nachhaltigkeitsverständnis einleitend vorangestellt. Wie ein roter Faden ziehen sich diese unternehmerischen Überzeugungen durch unseren Bericht. Sie sind handlungsleitend und halten unsere vielfältigen Aktivitäten und Maßnahmen zusammen. So stellen wir sicher, dass transparent und nachvollziehbar über den Umgang mit den Themen der Nachhaltigkeit berichtet wird.

Im Mittelpunkt unserer Bemühungen standen im Berichtszeitraum Maßnahmen zur Verbesserung der Produktionsbedingungen in den Herstellungsländern. Nicht zuletzt die Fabrikunglücke in der asiatischen Textilindustrie haben gezeigt, dass wir einen breiten Ansatz zur nachhaltigen Entwicklung von Lieferanten brauchen und branchenübergreifende Allianzen, um etwas zu bewegen!

Mit unserem Beitritt zum „Bündnis für nachhaltige Textilien“ setzen wir auf eine solche Allianz der Kräfte. Diese Initiative,

die von Wirtschaftsunternehmen, Nichtregierungsorganisationen, staatlichen Organisationen und Gewerkschaften getragen wird, beruht auf der Überzeugung, dass die Verbesserung von Produktionsbedingungen in Ländern wie Bangladesch oder Pakistan nicht von einzelnen Unternehmen allein realisiert werden kann.

Doch auch in anderen Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit haben wir innovative Strategien und Maßnahmen entwickelt. Mit Hilfe einer Materialitätsanalyse, die wir in diesem Bericht erläutern, haben wir Themen neu bewertet und geordnet. Zukünftig werden wir neben den Ansätzen zur Risikominimierung in der textilen Konfektion insbesondere effizienzsteigernde Maßnahmen umsetzen – sei es beim Energieverbrauch, beim Einsatz von Transportmitteln oder der Nutzung von Ressourcen. Ein solches Vorgehen vereint im besten Sinne die Stärken des Discounterhandels – Effizienz und Minimierung – mit den Prinzipien der Nachhaltigkeit. Wer Ressourcen schont, handelt ökologisch und ökonomisch sinnvoll!

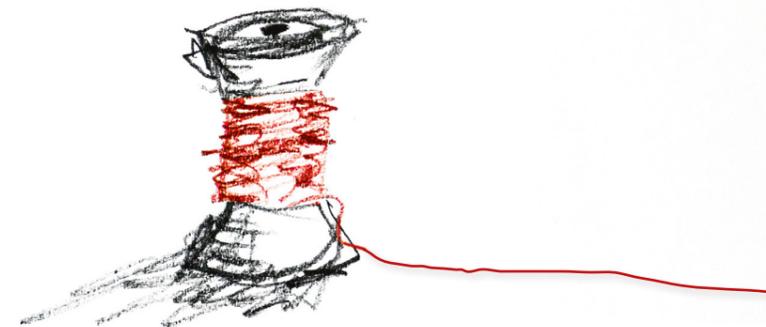
Um unsere Nachhaltigkeitsstrategien so präzise wie möglich, so ausführlich wie nötig und so transparent wie gefordert darzustellen, haben wir den „Deutschen Nachhaltigkeitskodex“ als Berichtsrahmen gewählt. Dieser ist übersichtlich und erleichtert die Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen. So ist

Transparenz und Nachvollziehbarkeit für unsere interessierten Anspruchsteller gewährleistet.

Liebe Leserin und lieber Leser, ich hoffe, dass wir Sie mit unserer Herangehensweise an die Themen der Nachhaltigkeit überzeugen. Ich freue mich über Ihr Interesse an unserem dritten Nachhaltigkeitsbericht und Ihre Rückmeldungen. ■



Ihr Patrick Zahn

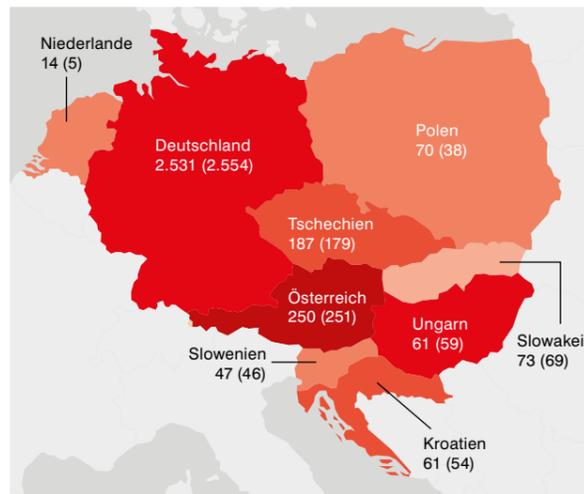


„Durch Mengenbündelung, Direktimporte, effiziente Logistik, zentrale Verwaltung sowie einfache Filialgestaltung realisieren wir Kostenvorteile, die wir an unsere Kunden weitergeben.“

(Präambel unseres Verständnisses für Nachhaltigkeit)

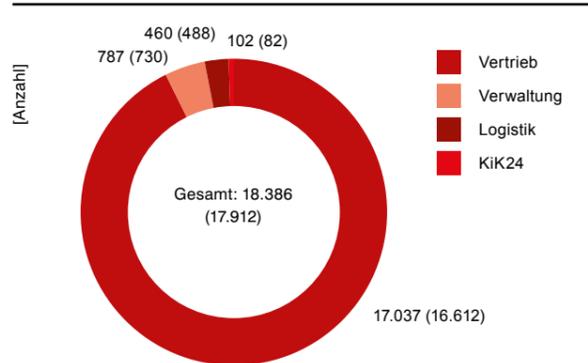
Die KiK Textilien und Non-Food GmbH ist im Berichtszeitraum weiter expandiert. Mit 14 Neueröffnungen in den Niederlanden seit 2013 hat sich das Filialnetz im europäischen Raum weiter nach Westen ausgebreitet. Zum 31. Dezember 2014 war KiK in 9 Ländern mit insgesamt 3.294 Filialen vertreten – allein in Deutschland mit 2.531 Filialen.

Abbildung 1: Filialnetz von KiK 2014 (Vorjahr in Klammern).



Die gegenüber dem letzten Bericht geringfügig gesunkene Anzahl an Filialen in Deutschland und Österreich erklärt sich durch die Expansionsstrategie in ausschließlich gute und innenstadtnahe Lagen. In allen anderen europäischen Ländern überwogen die Neueröffnungen deutlich gegenüber den Filialschließungen. Entsprechend gestiegen ist auch die Zahl der Mitarbeiter. Zum 31.12.2014 waren europaweit 22.994 Arbeitnehmer bei KiK beschäftigt - davon 18.386 in Deutschland.

Abbildung 2: Mitarbeiter von KiK in Deutschland (Vorjahr in Klammern).



Der Trend zur Digitalisierung des Einkaufsverhaltens hat auch den Discounterhandel erreicht. Dieser Herausforderung begegnete KiK mit der Einführung eines Online-Shops im Februar 2013. „KiK 24“ wird mit rund 10 Millionen Besuchen pro Jahr von unseren Kunden sehr gut angenommen. Ergänzt um diesen digitalen Vertriebsweg erwirtschaftete KiK in Europa im Jahr 2014 einen Umsatz von 1,68 Milliarden Euro.

UMSATZPLUS GEGEN DEN TREND

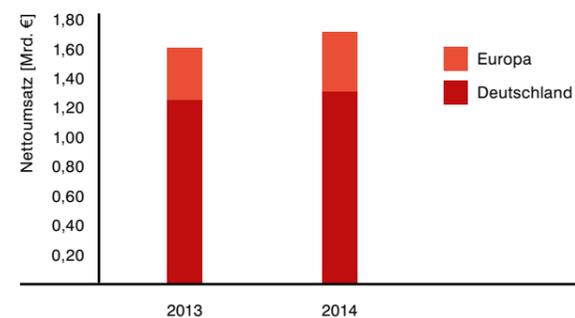
Die Umsatzentwicklung der KiK Textilien und Non-Food GmbH war auch im aktuellen Berichtszeitraum – vom 1. Januar 2013 bis zum 31. Dezember 2014 – auf Wachstum ausgerichtet. Dies gelang trotz der schwierigen Marktbedingungen, von denen die vergangenen beiden Geschäftsjahre geprägt waren.

Die allgemein geringere Wirtschaftsleistung im Jahr 2013 schlug sich in einem zurückhaltenden Konsumverhalten nieder. Diese Ausgangslage verschärfte sich für die Textilindustrie noch zusätzlich durch einen lang anhaltenden Winter und ein besonders kaltes Frühjahr. Die Verkäufe im ersten Halbjahr blieben aufgrund dieser Witterungslage deutlich hinter

den Erwartungen zurück, wurden jedoch durch den gesteigerten Abverkauf von Saisonware in den sonnenreichen Sommermonaten wieder ausgeglichen. Trotz der schwierigen Ausgangslage gelang es KiK, das Geschäftsjahr 2013 im Heimatmarkt Deutschland mit einem Umsatzplus von 4,8 % (flächenbereinigt 4,6 %) abzuschließen. International betrug das Umsatzplus 7,0 % (flächenbereinigt 4,6 %).

Obwohl sich im Jahr 2014 das Konsumklima im Vergleich zum Vorjahr deutlich steigerte, blieben die Konsumenten zurückhaltend und gaben insgesamt weniger Geld für Textil-

Abbildung 3: Der Umsatz von KiK Deutschland und KiK Europa ist gestiegen.



Im Jahr 2013 erfolgte eine Änderung bei der Bilanzierung, seither werden die Umsätze netto ausgewiesen.

einkäufe aus. Und wieder gelang es KiK, sich gegen diesen allgemeinen Markttrend erfolgreich zu behaupten und den Umsatz in Deutschland um 5,6 % (flächenbereinigt 6,4 %) auf 1,29 Mrd. Euro zu steigern. In den 8 Expansionsländern wurde ein Zuwachs von 7,4 % (flächenbereinigt 6 %) erreicht.

Ursachen für die gelungenen Umsatzsteigerungen sind die qualitative Expansion in gute Lagen, eine zielgenaue Erweiterung des Sortiments und die dezente optische Modernisie-

Abbildung 4: Die Geschäftsführung der KiK Textilien und Non-Food GmbH im Jahr 2016.



rung der Filialen nach dem Konzept KiK-17. Aktuell präsentiert sich bereits gut die Hälfte aller Filialen in diesem neuen Look. Bis 2017 wird die Neugestaltung abgeschlossen sein. Dass dieses Gesamtkonzept von unseren Kunden sehr gut angenommen wird, zeigt die Entwicklung des durchschnittlichen Kundenbons. Dieser zeigt, dass die durchschnittliche Einkaufssumme pro Kunde in den letzten vier Jahren kontinuierlich gestiegen ist.

Mit dem Angebot von Online-Einkäufen und der Neugestaltung der Filialen hat sich KiK im 20. Jahr seiner Unternehmensgeschichte vom Discount-Filialisten hin zum sympathischen Familiendiscouter für alle Altersgruppen entwickelt.

NEUORDNUNG DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Die Organisation der Geschäftsbereiche der KiK Textilien und Non-Food GmbH wurde im Berichtszeitraum neu geordnet. Dabei wurde das Nachhaltigkeitsmanagement direkt an die oberste Ebene der Geschäftsführung angebunden und der Bereich Einkauf in einer einzigen Position gebündelt.

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2016 hat sich Heinz Speet auf eigenen Wunsch von der obersten Ebene der Geschäftsleitung zurückgezogen. Den Vorsitz der Geschäftsführung übernahm sein Stellvertreter Patrick Zahn.

Die KiK Textilien und Non-Food GmbH ist in die Struktur der Unternehmensgruppe Tengelmann eingebunden. Zahlen, Daten und Fakten zur Unternehmensgruppe Tengelmann sind dem aktuellen Geschäftsbericht zu entnehmen. <http://tengelmann.de/home/presse/presse-aktuell/geschaeftsbericht.html>

„Wir betrachten Nachhaltigkeit als einen fortlaufenden Verbesserungsprozess. Dafür setzen wir uns kurz-, mittel- und langfristig erreichbare Ziele. Wir erheben Kennzahlen, um die Maßnahmen steuern zu können.“

(Schlussformel unseres Verständnisses von Nachhaltigkeit)

In den vergangenen Jahren haben wir unser Nachhaltigkeitsmanagement Schritt für Schritt systematisiert und so auf eine breite, tragfähige Basis gestellt. Alle Prozesse, die tagtäglich in unserem Unternehmen ablaufen, wurden analysiert und auf ihre Relevanz für das Thema Nachhaltigkeit hin überprüft. Aus diesen Analysen wurden die wichtigsten Inhalte für das Nachhaltigkeitsmanagement abgeleitet, Ziele definiert und Strategien entwickelt, um diese Ziele zu erreichen. Mittels Kennzahlen, die alle wichtigen Parameter abbilden, können wir die Prozesse fortlaufend steuern.

ORGANISATION VON NACHHALTIGKEIT

In der alltäglichen unternehmerischen Praxis haben wir festgestellt, dass die zentralen Themen der Nachhaltigkeit noch

stärker in das Kerngeschäft integriert werden müssen. Um dies zu erreichen, wurde die Organisation von Nachhaltigkeit im Unternehmen deutlich umstrukturiert. Die Themen Energie, Sozialverantwortung in der Lieferkette, Produkt- und Produktionsökologie sowie die für die Kommunikation mit Stakeholdern zuständige Abteilung „Wirtschaftspolitischer Dialog“ sind mit der Auflösung des Geschäftsbereiches „Nachhaltigkeitsmanagement“ im April 2014 zu eigenständigen Einheiten geworden. Sie sind den umsetzungsverantwortlichen Fachbereichen zugeordnet.

Die strategische Abstimmung zwischen den Themen, die Erfolgskontrolle der Maßnahmen und die Berichterstattung obliegen dem CSR-Bereich, der koordinierend und beratend tätig ist. Der Bereich berichtet direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung und berät die gesamte Leitungsebene bei

Abbildung 5: Organisation von Nachhaltigkeit bei KiK

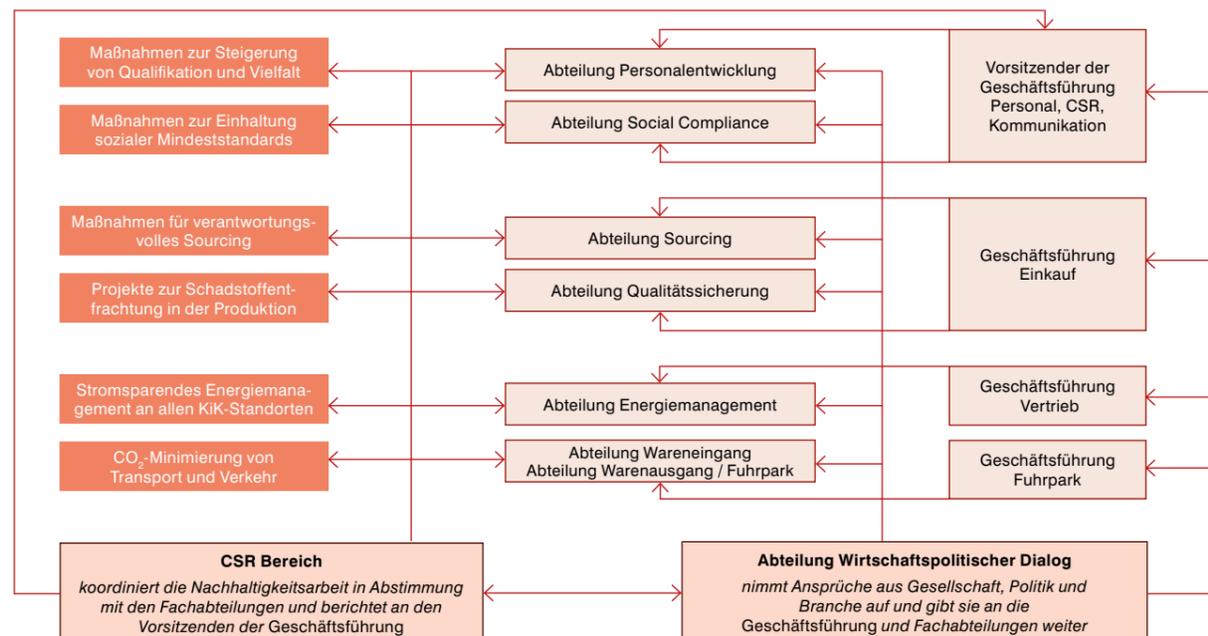


Abbildung 6: Der Entwicklungstrend bei den Kennzahlen ist überwiegend positiv.

	Einheit	Basisjahr 2009	Ziel bis 2017	2013	2014	Trend zum Basisjahr
Ökonomie						
Umsatz	Mrd. €	1,56		1,57	1,68	+
Filialanzahl	Anzahl	2.437		3.255	3.294	+
Verkaufsfläche	qm	1.474.923		1.650.918	1.660.063	+
Sortimentsanteil Textil am Verkaufswert	%	78		71	70	-
Sortimentsanteil Non-Food am Verkaufswert	%	22		29	30	+
Ökologie Ressourcen						
Transportverpackung	g / Stk	39	halten der 31 g / Stk	31	31	+
Produktverpackung	g / Stk	10		13	12	-
Direkter Primärenergieverbrauch Deutschland	GWh	154		153	130	+
Stromverbrauch Deutschland absolut	GWh	101		108	105	-
Stromverbrauch Deutschland pro m ² Verkaufsfläche	kWh / m ²	85	-13 %	82	82	+
Papierverbrauch Deutschland	Mio. Blatt	25		14	15	+
Anteil Recyclingpapier an Marketingmaterial und Werbeprospekten	%	79	erreichen von 100 %	84	91	+
Ökologie Sortiment						
Oeko-Tex-Anteil Textil	%	2		49	51	+
Artikel aus Bio Baumwolle mit GOTS Siegel	Stück	144.000		227.744	382.974	+
Beanstandungsquote	%	4,4	< 0,5 %	0,3	0,4	+
Ökologie Emissionen						
Transportemissionen Wareneingang absolut	kt CO ₂ e	25		35	38	-
Transportemissionen Wareneingang	kg CO ₂ e / t Produkt	226		238	241	-
Anteil der Luftfrachtemissionen an den direkten Importen	%	-	< 5 %	4	3	+
CO ₂ -Emissionen KiK Deutschland absolut bei konstantem Emissionsfaktor seit 2009	kt CO ₂ e	91		94	86	+
CO ₂ -Emissionen KiK Deutschland absolut bei konstantem Emissionsfaktor mit Ökostrom seit 2009	kt CO ₂ e	91	-25 %	49	42	+
CO ₂ -Emissionen KiK Deutschland pro m ² Verkaufsfläche bei konstantem Emissionsfaktor seit 2009	kg CO ₂ e / m ²	74		74	68	+
Soziales Mitarbeiter						
Mitarbeiter Europa	Anzahl	18.129		22.119	22.994	+
Mitarbeiter Deutschland	Anzahl	14.951		17.912	18.386	+
Frauenanteil in Führungspositionen (Basisjahr 2010)	%	58	> 50 %	57	58	konstant
Auszubildenden-Übernahmequote (Basisjahr 2010)	%	74	> 70 %	71	72	-
Auszubildenenquote an der Gesamtbelegschaft (Basisjahr 2010)	%	10	bei 9 % halten	9	9	-
versicherungspflichtige Arbeitsverhältnisse (Basisjahr 2010)	%	75	75 %	77	82	+
Soziales Beschaffung						
Abverkauf „Produkte, die helfen!“ kumuliert	Stück	436.698		3.121.880	3.776.972	+
Anzahl aktiver Textillieferanten	Anzahl	n.a.	bei < 400 halten	n.a.	< 400	
Quote der Lieferantenbeziehung > 5 Jahre	%	n.a.	> 50 % halten	n.a.	51	

der strategischen Ausrichtung des Themas Nachhaltigkeit. So ist sichergestellt, dass die strategischen Weichen nach wie vor auf der geschäftsführenden Ebene gestellt werden. Gleichzeitig sind jedoch die betroffenen Fachbereiche und -abteilungen in ihrer eigenverantwortlichen Umsetzungskompetenz deutlich gestärkt.

Konzernübergreifend sind die leitenden Mitarbeiter der Fachbereiche weiterhin in dem Arbeitskreis Umwelt und dem CSR Roundtable der Unternehmensgruppe Tengemann organisiert.

MATERIALITÄTSANALYSE

Nachdem die organisatorischen Weichen für eine größere Effektivität in den Kernpunkten des Nachhaltigkeitsmanagements gestellt waren, galt es auf der inhaltlichen Ebene Kernthemen zu fokussieren, um Relevanz und Wesentlichkeit unserer Nachhaltigkeitsstrategie sicherzustellen. Welche Aspekte unserer unternehmerischen Tätigkeit haben aus unserem Blickwinkel die größten Auswirkungen in der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension? Welche Interessen vertreten unsere Anspruchsgruppen? Wie

verhalten sie sich zu den Interessen unseres Unternehmens? Und wie stark beeinflussen diese Themen das Bild des Unternehmens in der öffentlichen Wahrnehmung? Eine Materialitätsanalyse, die wir zu Beginn des Geschäftsjahres 2015 in einem fachbereichsübergreifenden Prozess mit leitenden Mitarbeitern aus den Bereichen Beschaffung, Einkauf, Energiemanagement, Personalwesen, Kommunikation, CSR und Wirtschaftspolitischer Dialog durchgeführt haben, lieferte Antworten auf diese Fragen.

Ausgangspunkt der Analyse waren dabei die wesentlichen Interessen und Erfolgsparameter des Unternehmens:

- Kostenbewusste Unternehmensführung
- Angebot von umsatzstarken Sortimenten
- Qualitative Expansion
- Sicherung stabiler Arbeitsverhältnisse
- Ausbildung von Nachwuchskräften

Ergänzend dazu wurden die Interessen der wichtigsten Anspruchssteller aus dem direkten Arbeitsumfeld, dem wirt-

schaftlichen Umfeld und dem gesellschaftlichen Umfeld analysiert.

Dabei hat sich in der Vergangenheit gezeigt, dass folgende Forderungen nicht nur eine besonders hohe Bedeutung für unser Unternehmen haben, sondern auch wesentlich für die Anspruchssteller und prägend für die öffentliche Wahrnehmung der Textilbranche im Allgemeinen sind.

- Sichere Produktionsstätten in den Herstellungsländern
- Faire Arbeitsbedingungen bei der Herstellung
- Umwelt- und Klimaschutz in der Lieferkette
- Entlohnung an den eigenen Standorten
- Qualitätssicherung bei Produkten

Weniger wussten wir hingegen über die Einstellung unserer Kunden zum Thema Nachhaltigkeit. Zu dieser großen und wichtigen Anspruchsgruppe besteht ein reger Kontakt über das soziale Netzwerk facebook. Deshalb haben wir dieses

Forum für eine Umfrage genutzt, an der sich 5.456 KiK-Kunden beteiligt haben. Laut ihrer Auskunft sind dies die Kriterien, auf die unsere Kunden beim Einkauf von Kleidung den größten Wert legen:

- Optimale Passform
- Modisches Design
- Hoher Tragekomfort
- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis

Da der überwiegende Teil der KiK-Kunden im monatlichen Haushaltsbudget wenig Geld für den Einkauf von Textilien zur Verfügung hat, sind solche Kriterien, die direkt mit dem Produkt zu tun haben, allen voran ein niedriger Preis, ausschlaggebende Kaufargumente. Qualitätssiegel oder die Herkunft der Artikel sind von untergeordnetem Interesse.

Die folgende Matrix zeigt die sich aus den unterschiedlichen Interessen ergebenden Themen, angeordnet nach ihrer Bedeutung für den Erfolg des Unternehmens und nach ihrer Relevanz im gesellschaftlichen Diskurs:

Abbildung 7: Die Anspruchsgruppen von KiK

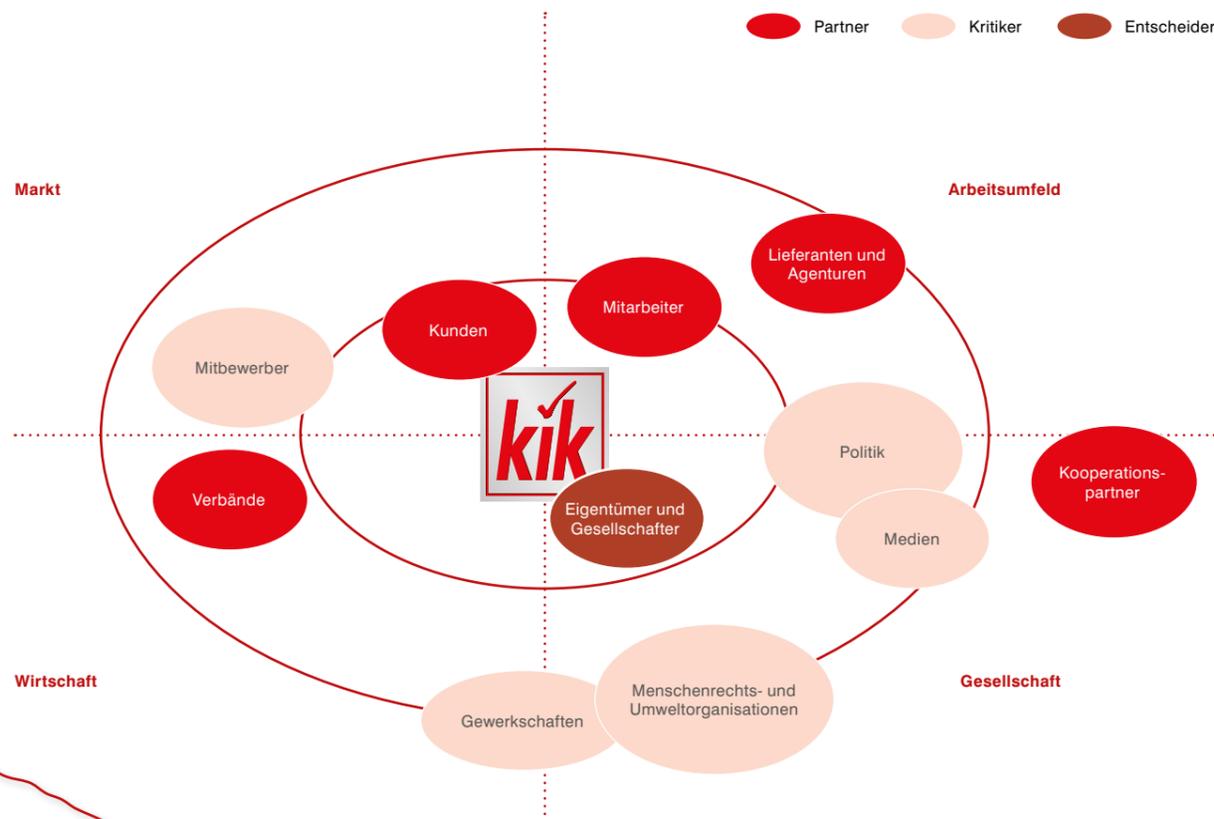
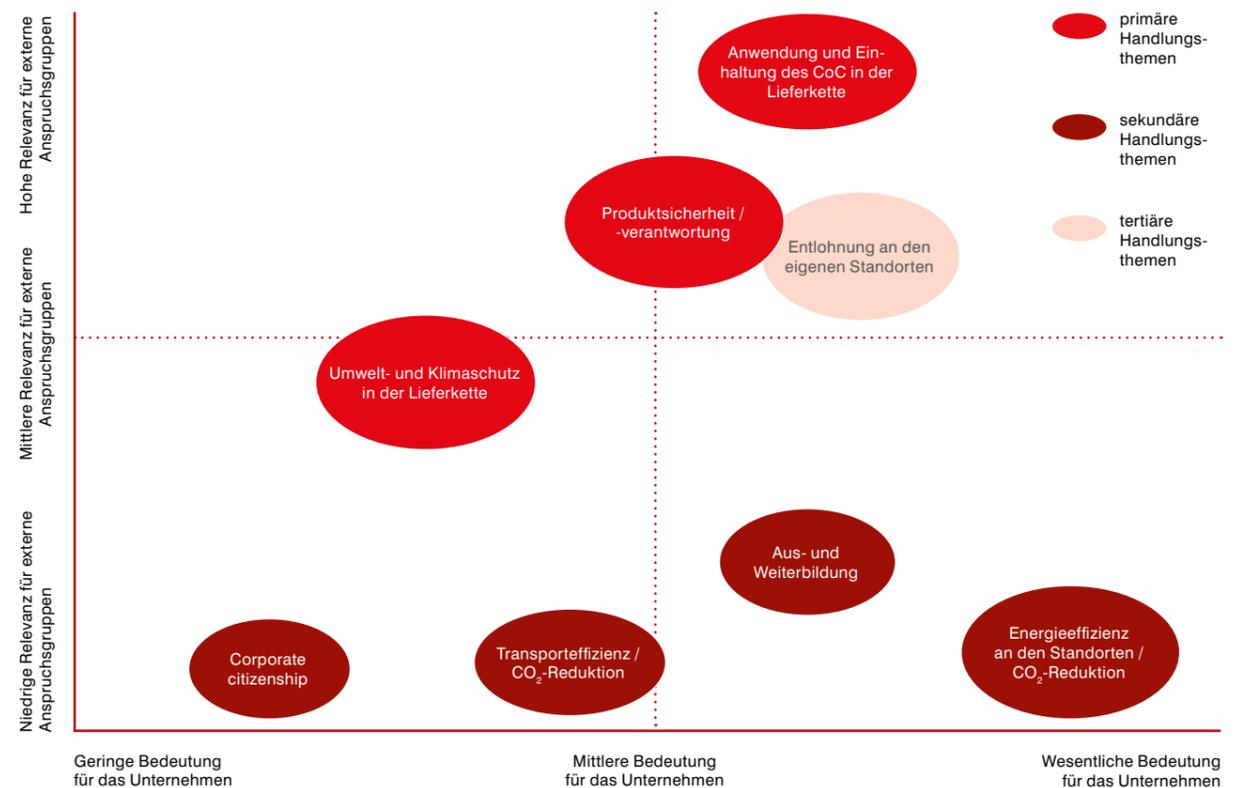


Abbildung 8: Relevanzmatrix



NACHHALTIGKEIT RICHTET SICH NACH DEM WESENTLICHKEITSPRINZIP

Ein auf Kernthemen fokussiertes Nachhaltigkeitsmanagement konzentriert sich auf die Themen, die von größter Bedeutung für die Entwicklung des Unternehmens sind, auf die das Unternehmen den größten Einfluss hat und die von größtem Interesse für die Anspruchssteller sind. Demnach lassen sich aus dieser Relevanzmatrix zwei wesentliche strategische Ausrichtungen für das Nachhaltigkeitsmanagement bei KiK ableiten.

1. Alle Themen, die wichtig für die positive Entwicklung des Unternehmens sind, münden in eine Effizienz-Strategie. Dazu gehören:

Transporteffizienz: Bei allen Transporten nutzen wir das jeweils umweltverträglichste Verkehrsmittel, sofern dies mit den zeitlichen Vorgaben vereinbar ist.

Unsere Ziele:

- Den Anteil der durch Luftfracht entstehenden Emissionen unter 5 % halten.
- Die Importe aus der Türkei auf umweltfreundliche Verkehrsmittel umstellen.

Reduzierung Stromverbrauch: Wir senken den Verbrauch an den Standorten kontinuierlich.

Unser Ziel:

- Den Stromverbrauch pro m² Verkaufsfläche bis 2017 um 13 % bezogen auf 2009 zu reduzieren.

Einsparen von Verpackungsmaterialien: Wir setzen so wenig Verpackungsmaterial wie möglich ein und achten dabei auf eine nachhaltige Materialauswahl.

Unsere Ziele:

- Das reduzierte Gewicht von Transportverpackungen bei durchschnittlich 31 gr / Artikel halten.
- 100 % Einsatz von Recyclingqualität bei Büro-, Werbe- und Marketingmaterialien sowie bei Verpackungen erreichen.

Erschließung von Produktionsreserven: Für einen ökonomisch und ökologisch sinnvollen Verbrauch von Materialien und Ressourcen kooperieren wir mit unseren Lieferanten.

Unser Ziel:

- 90 aktive Lieferanten pro Jahr in das CPI2-Projekt einbinden.

Personal: Wir stehen für eine mitarbeiterorientierte und fördernde Personalpolitik.

Unsere Ziele:

- Den Anteil der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze bei mindestens 75 % halten.
- Die Auszubildendenquote bei 9 % halten.
- Die Übernahmequote bei Auszubildenden bei über 70 % halten.
- Den Anteil von Frauen in Führungspositionen bei mindestens 50 % halten.*

2. Die Themen, die im öffentlichen Diskurs von hoher Bedeutung sind, liegen außerhalb unseres direkten Einflussbereiches und begründen damit das größte Risikopotenzial unseres unternehmerischen Handelns. Deshalb bündeln wir diese Themen in einer Risikominimierungs-Strategie:

Anlage und Pflege des Lieferantenstamms: Wir halten die Anzahl unserer Lieferanten überschaubar, setzen auf langfristige Lieferantenbeziehungen und überprüfen die Produktionsstätten in regelmäßigen Intervallen. Zusätzlich kooperieren wir bei der Überprüfung mit unabhängigen Dritten.

Unsere Ziele:

- Die Anzahl aktiver Textillieferanten expansionsunabhängig bei unter 400 halten.
- Mit mindestens 50 % des Lieferantenstamms länger als 5 Jahre zusammenarbeiten.
- Die Auditquote in Bangladesch bei 95 % halten.
- Einer Multistakeholderinitiative beitreten.

* Bezirksleiterin, Verkaufsleiterin, Abteilungsleiterin, Bereichsleiterin, Geschäftsleiterin

Produktqualität: Wir sichern alle Sortimente durch umfassende Qualitätskontrollen ab. Wir entwickeln Projekte zur Reduzierung des Chemikalieneinsatzes im Textilherstellungsprozess.

Unsere Ziele:

- Die Beanstandungsquote über alle Sortimente bei unter 0,5 % halten.
- Den Anteil an humanökologisch geprüften Textilien (Ökotex 100 und Toxproof Siegel) über alle Sortimente bei über 50 % halten.
- Engagement in der Arbeitsgruppe Chemikalieneinsatz im Bündnis für nachhaltige Textilien.

KONZENTRATION AUF DREI HANDLUNGSFELDER

Um die formulierten Entwicklungsziele zu erreichen, werden in den zuständigen Fachabteilungen in Zusammenarbeit mit der Stabsstelle CSR Maßnahmen und Umsetzungsplanungen erarbeitet und zur Steuerung entsprechende Kennzahlen implementiert. Zur strategischen Umsetzung der Ziele werden die Herausforderungen drei Handlungsfeldern zugeordnet:



Risikominimierungsstrategien, die vor allem Themen der Herstellung betreffen, werden in Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen Beschaffung und Einkauf erarbeitet und im Handlungsfeld „Lieferkette und Produkt“ dargestellt.



Alle auf Einsparung zielenden Maßnahmen werden in Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen Energiemanagement, Vertrieb und Logistik umgesetzt und werden im Handlungsfeld „Ressourceneffizienz und Klima“ gebündelt.



Alle für die eigenen Mitarbeiter relevanten Themen werden vom Personalbereich gestaltet und im Nachhaltigkeitsmanagement im Handlungsfeld „Mitarbeiter“ abgebildet.

„Unsere Kommunikation nach außen ist sachlich und angemessen. Wir sind jederzeit für Kritik offen.“

(§ 5 unseres Verständnisses für Nachhaltigkeit)

Die im letzten Bericht beschriebene Systematisierung der Stakeholderdialoge wurde in den vergangenen zwei Jahren konsequent fortgesetzt. Die zuständige Stabsstelle „Wirtschaftspolitischer Dialog“, die direkt dem CEO berichtet, sucht insbesondere mit kritischen Anspruchstellern aktiv den Dialog. Sie vermittelt die Interessen der Anspruchsteller ins Unternehmen hinein und arbeitet mit den jeweils betroffenen Abteilungen an deren Umsetzung. Veränderungen, Anregungen und Ergebnisse werden über die Stabsstelle sodann wieder nach außen kommuniziert. Zahlreiche Gespräche mit Nicht-Regierungsorganisationen, Regierungsorganisationen, politischen Entscheidungsträgern und Branchenvertretern aus dem Handel wurden im Berichtszeitraum geführt. Dabei waren es insbesondere die komplexen Themen entlang der Lieferkette, bei denen die Positionen der kritischen Anspruchsteller mit den Interessen des Unternehmens abgeglichen werden mussten. Priorität hatte dabei das Engagement in den wichtigen Multistakeholderinitiativen der letzten Jahre.

BRANDSCHUTZ UND GEBÄUDESICHERHEIT IN BANGLADESCH

The Bangladesh Fire and Safety Accord ist eine umfassende und unabhängige Vereinbarung, die darauf abzielt, alle Bekleidungsfabriken in Bangladesch zu sicheren Arbeitsplätzen zu machen. Es wurde von einheimischen und internationalen Gewerkschaften zusammen mit anderen Arbeitnehmerorganisationen konzipiert und mittlerweile von gut 200 internationalen Markenherstellern und Einzelhandelsunternehmen unterzeichnet. KiK hat sich im Mai 2013 als zweites deutsches Handelsunternehmen dem Accord angeschlossen. Mit der Unterzeichnung verpflichten sich die am Accord beteiligten Unternehmen über einen Zeitraum von fünf Jahren zur Finanzierung von Fabrikinspektionen durch geschulte Brandschutzexperten, gestalten Maßnahmenpläne aus und geben Hilfestellungen bei Renovierungs- und Reparaturarbeiten, zum

Beispiel durch Unterstützung bei der Kreditbeantragung. Über den Fortgang in der Sache wird öffentlich berichtet. <http://bangladeshaccord.org/>

Im Austausch mit dem „Interims-Steuerkreis“ des Accord hat KiK in etlichen Meetings bei der Erarbeitung der praktischen Umsetzung des Abkommens mitgewirkt. Insbesondere hat KiK die Zusammenarbeit durch Vorschläge zur Etablierung von „Regionalgruppen“ geprägt. Alle unsere Lieferanten in Bangladesch haben wir zur Prüfung nach den Richtlinien des Accords angemeldet. KiK nimmt aktiv an allen Mitgliederversammlungen teil und tauscht sich auch mit den Gewerkschaftsvertretern und dem operativen Accordteam anlassbezogen intensiv aus.

ENTSCHÄDIGUNGSVERHANDLUNGEN ZU RANA PLAZA UND ALI ENTERPRISE

Die im September 2013 unter Federführung der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) getroffene „Vereinbarung über Entschädigungszahlungen an die Opfer des Rana Plaza Unglücks und deren Familien“ – das sogenannte Arrangement – stellt einen einheitlichen Ansatz zur Etablierung eines Hilfsfonds dar, der dazu dient, den Opfern des Unglücks finanzielle und medizinische Unterstützung zukommen zu lassen. Dieser Ansatz wendet den Standard der Konvention 121 der ILO über Leistungen bei Arbeitsunfällen und Berufskrankheiten an. Zur Finanzierung der nach diesem Ansatz berechneten Entschädigungssummen konnten u. a. Unternehmen, Verbände, Gewerkschaften, Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen freiwillig und in beliebiger Höhe in den Fonds einzahlen.

KiK beteiligte sich an der Ausarbeitung des Arrangements durch einen intensiven Austausch mit Branchenvertretern und Nichtregierungsorganisationen und zahlte als erstes deutsches Unternehmen zunächst 500.000 US Dollar in den Fonds ein. Diese Summe wurde im Zuge unseres andauernden Engagements in der Sache auf 1 Million US-Dollar er-

höht. Unter den deutschen Unternehmen hat KiK damit den höchsten Beitrag geleistet, obwohl zum Zeitpunkt des Unglücks keine der Fabriken im Rana Plaza einen KiK-Auftrag produzierte.

<http://www.ranaplaza-arrangement.org/fund/donors/donors>

Zusätzlich unterstützt KiK das vielfältige Engagement der deutsch-bengalischen Hilfsorganisation „Meena“ für die Opferfamilien. Das gemeinsame Projekt reicht von der Versorgung mit Lebensmitteln, über medizinische und traumatherapeutische Hilfe – u. a. durch das Angebot von Kreativtagen für Kinder bis hin zu Alphabetisierungsprogrammen für deren Mütter. Nach der Maßgabe „Hilfe zur Selbsthilfe“ hilft die Fördersumme von knapp 100.000 US-Dollar den betroffenen Familien, in ein selbstständiges und selbstbestimmtes Leben zurückzukehren.

<http://www.meena-support.de/index.php/de/>

Für die Opfer und Hinterbliebenen des Brandunglücks in der pakistanischen Textilfabrik Ali Enterprises wurden im Jahr 2012 unmittelbar nach dem Unglück Hilfsgelder in Höhe von 1 Million US-Dollar zur Deckung der akuten Notwendigkeiten bereitgestellt. Darüber hinaus sollte das für die Opfer des Rana Plaza-Unglücks entwickelte Hilfsmodell auch auf die Situation der Betroffenen des Brandunglücks bei Ali Enterprises angewendet werden. In Anlehnung an die bewährten Kriterien der ILO Konvention 121 hätte dies die transparente Ermittlung der individuell erlittenen Schäden ermöglicht und die Festlegung der notwendigen Hilfszahlungen gewährleistet. KiK hatte zugesagt, sich an der Finanzierung eines solchen Hilfsfonds zu beteiligen und für die Zeitdauer der Schadensermittlung finanzielle Hilfe zum Lebensunterhalt der betroffenen Familien zugesichert.

Leider gelang hierüber – trotz vielfacher Gespräche und intensiver Diskussionen mit allen Beteiligten – bis heute keine Einigung. Daher werden die offenen Fragen nunmehr in einem voraussichtlich langjährigen Prozess geklärt. Vordergrundig geht es in dem angestrebten Prozess um Schmerzensgeldzahlungen an vier Betroffene. Im Mittelpunkt des politischen Interesses an diesem Verfahren steht jedoch die Frage nach der Haftbarkeit von Auftraggebern im Kontext internationaler Lieferketten. KiK wehrt sich gegen diese Klage, da dem Unternehmen in dem Verhältnis zu seinen

Lieferanten weder Sorgfaltspflichtverletzungen noch andere Versäumnisse vorgeworfen werden können und deshalb keine Haftung besteht.

OECD-VERFAHREN ZU TAZREEN

Zur Klärung der Frage nach einer Mitverantwortung von KiK und zwei weiteren Handelsunternehmen im Falle des Brandes in der bangladeschischen Fabrik Tazreen im Jahr 2012 wurde die Nationale Kontaktstelle der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit (OECD) zur Vermittlung ange-rufen.

Geklärt werden sollte, ob die Unternehmen bei der Auswahl der Produktionsstätte die OECD-Leitlinien berücksichtigt haben und ob es gegebenenfalls eine Mitverantwortung für den Brand gäbe. Die Nationale Kontaktstelle kam nach Prüfung beider Sachverhalte zu dem Schluss, dass seitens KiK keinerlei Mitverantwortung für den Brand besteht, die Fragen nach einer möglichen Sorgfaltspflichtverletzung jedoch in einem Vermittlungsansatz geklärt werden sollten. In zwei Mediationsverhandlungen und in umfangreichen Schriftsätzen hatten wir Gelegenheit, unseren Umgang mit der Prüfung und Absicherung von Produktionsstätten zu beschreiben und zu erläutern. Dies führte dazu, dass KiK weder eine Vernachlässigung der Sorgfaltspflicht vorgeworfen wurde noch Verstöße gegen die Menschenrechte. So empfahl die OECD einen einvernehmlichen Abschluss des Verfahrens und veröffentlichte diese Empfehlung in ihrer abschließenden Erklärung.

<https://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/A/abschlusserklaerung-kekeritz,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>

Unabhängig davon hatte KiK auch in diesem Fall direkt und unmittelbar nach dem Unglück in Zusammenarbeit mit der Caritas ein Projekt initiiert, das die Betroffenen unterstützt und ihnen neue Perspektiven zur Sicherung ihres Lebensunterhaltes eröffnet. Im Mittelpunkt dieses mit gut 160.000 Euro geförderten Hilfsprogramms steht die berufliche Qualifizierung der Familienernährer durch Aus- und Fortbildung.

BÜNDNIS FÜR NACHHALTIGE TEXTILIEN

Auf Initiative des Bundesentwicklungsministeriums wurde im Jahr 2014 ein branchenübergreifender Ansatz für bessere Produktionsbedingungen in den Herstellungsländern – das „Bündnis für nachhaltige Textilien“ – ins Leben gerufen. Ziel dieser Allianz ist es, die sozialen, ökonomischen und ökologischen Standards in der Textil- und Bekleidungsindustrie

konkret zu verbessern und Deutschland zum Vorreiter für die internationalen Bemühungen um angemessene Produktionsbedingungen in den globalen Lieferketten zu machen. Wir haben das Zustandekommen des Bündnisses seit den Anfängen unterstützt und in Arbeitsgruppen – vor allem in der „Kernarbeitsgruppe Wirtschaft“ – konstruktive Beiträge zu dessen Umsetzung geleistet. Als Mitglied der Verhandlungsdelegation der Wirtschaft haben wir für die Berücksichtigung der Anforderungen der unterschiedlichsten Unternehmenskonzepte in einem solchen Bündnis geworben und damit den Beitritt von KiK und vielen weiteren Unternehmen im Juni 2015 ermöglicht.

<https://www.textilbuendnis.com/index.php/de/>

TEILNAHME AM GESELLSCHAFTLICHEN DIALOG

Neben diesen ergebnisorientierten Verhandlungen und Abstimmungsprozessen wurden von der Stabsstelle „Wirtschaftspolitischer Dialog“ zahlreiche Gespräche angeregt, um mit größtmöglicher Transparenz über das Geschäftsmodell des direktimportierenden Discounts und die Möglichkeiten einer sozialen und umweltgerechten Unternehmenspolitik zu informieren. In diesem Zusammenhang haben wir u. a.

im Rahmen einer Reise des developmentpolitischen Ausschusses der Bundestagsfraktionen nach Pakistan einen Fabrikbesuch bei einem unserer Lieferanten ermöglicht und begleitet, uns mit den developmentpolitischen Sprechern verschiedener Fraktionen getroffen, gezielt das Gespräch mit kritischen NGOs aus dem Bereich Umwelt und Soziales gesucht sowie Kooperationen zwischen unseren Fachbereichen mit potenziellen Projektpartnern in die Wege geleitet.

AUSBLICK

Zukünftig sollen Lieferanten als wesentliche Stakeholdergruppe verstärkt in die Entwicklung von Maßnahmen und Projekten eingebunden werden. Auf diese Weise soll auf beiden Seiten das Verständnis für die Ansprüche und Herausforderungen an eine sozial angemessene und umweltgerechte Produktion vertieft werden.

In der internen Kommunikation wird der Austausch mit den betroffenen Fachabteilungen Sourcing, Einkauf und CSR gefördert und institutionalisiert.

Die Kommunikation mit den Kunden über nachhaltige Themen wird intensiviert und die gewonnenen Erkenntnisse und Strategien in Feedbackschleifen überprüft.

Darüber hinaus werden die entwickelten Kontakte mit der Politik und der Branche weiter ausgebaut und gepflegt. ■

Soziale Projekte und gesellschaftliches Engagement

„Wir engagieren uns für die Gesellschaft, indem wir national und international Projekte unterstützen, deren Ziel es ist, die Lebensbedingungen von Menschen, insbesondere von Kindern zu verbessern.“

(§ 6 unseres Verständnisses für Nachhaltigkeit)

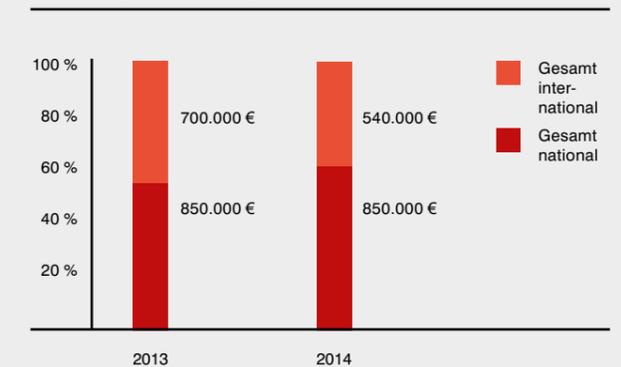
Während die wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Dialoge mit einem klaren unternehmenspolitischen Ziel geführt werden, dient die Förderung von sozialen Projekten ausschließlich wohltätigen Zwecken im Sinne eines gesellschaftlichen Engagements. Hierfür stehen jährlich rund 1,5 Millionen Euro zur Verfügung.

In Deutschland unterstützen wir über die Stiftung „help and hope“ sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche. Mit Sachspenden unterstützen wir seit 2003 den Malteser Hilfsdienst. Als Unternehmen der Region sind wir förderndes Mitglied der Initiative pro Ruhrgebiet e. V. Seit vielen Jahren arbeiten wir mit dem Deutschen Roten Kreuz und der Deutschen Knochenmarkspenderdatei zusammen.

Bei den internationalen Projekten konzentrieren wir unsere Aktivitäten auf Bangladesch. Sie dienen dazu, die Lebensbedingungen der Fabrikarbeiter und ihrer Familien zu verbessern. Wir finanzieren Kindergartenplätze und Schulunterricht, fördern Projekte für Hygiene und sauberes Trinkwasser, unterstützen mehrere Arztstationen und bieten Programme an, die Textilarbeiterinnen über ihre Rechte am Arbeitsplatz aufklären.

Die begonnenen Aktivitäten werden auch im nächsten Berichtszeitraum mit gleichen Mitteln weitergeführt.

Abbildung 9: Verteilung der Fördersummen



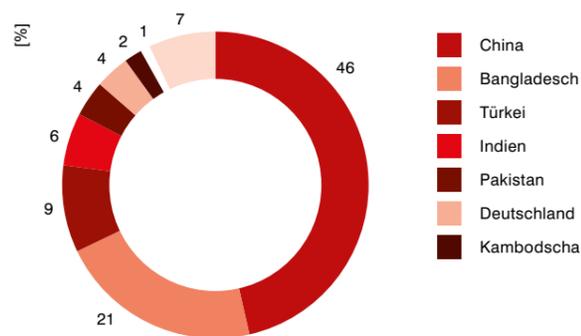


„Die Grundlage für jegliche Geschäftsbeziehung ist die Einhaltung sozialer und arbeitsrechtlicher Mindeststandards.“

(§ 3 unseres Verständnisses für Nachhaltigkeit)

In unseren Filialen und über unseren Online-Shop KiK 24 bieten wir unseren Kunden ein breites Sortiment an preisgünstigen Textilien und Non-Food-Artikeln an. Die Waren werden überwiegend in Asien hergestellt, vor allem in China und Bangladesch.

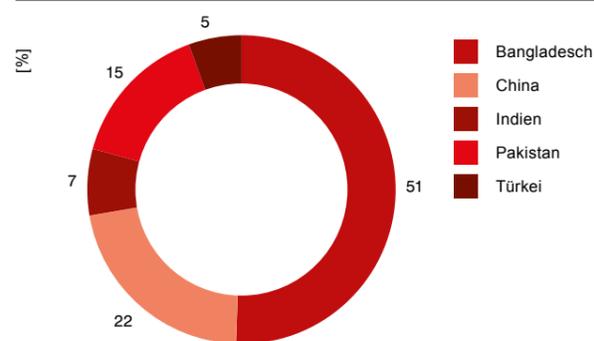
Abbildung 10: Beschaffungsmärkte 2014



Mit den meisten unserer Lieferanten verbindet uns eine langjährige Geschäftsbeziehung. So arbeiten wir mit 51 % unserer Lieferanten länger als 5 Jahre zusammen. Grundlage jeder Geschäftsbeziehung ist stets unser Verhaltenskodex. http://www.kik-textilien.com/unternehmen/fileadmin/media/blaetterkataloge/CoC_DE/index.html

Er beruht auf den Kernarbeitsnormen der internationalen Arbeitsorganisation und enthält elementare Prinzipien, die von allen Lieferanten in der Zusammenarbeit mit KiK zu berücksichtigen sind. Bei angekündigten und unangekündigten Besuchen der Produktionsstätten durch KiK-Mitarbeiter oder durch unsere Einkaufsagenturen sowie bei offiziellen Audits durch zertifizierte Auditunternehmen wird die Einhaltung der Sozialstandards überprüft. Im Berichtszeitraum wurden 1.069

Abbildung 11: Die Fabrikbesuche konzentrieren sich auf die fünf wesentlichen Beschaffungsmärkte.



Fabrikbesuche in den Hauptbeschaffungsmärkten zur Überprüfung der Einhaltung der festgelegten Standards durchgeführt.

Darüber hinaus haben wir im Rahmen des sogenannten „Sustainable Supplier“-Programms mit ausgesuchten Lieferanten in den Hauptbeschaffungsmärkten China und Bangladesch intensiv an der Verbesserung der sozialen und arbeitsrechtlichen Standards gearbeitet. Infolge der Fabrikunglücke in Bangladesch und Pakistan wurde das „Sustainable Supplier“-Programm in Bangladesch jedoch zugunsten einer breit angelegten Kampagne für Brandschutz zunächst beendet. Maßgeblich für diese Entscheidung war, dass grundlegende Sicherheitsaspekte erst auf einer breiten Basis durchgesetzt werden müssen, bevor weiter an der Qualifizierung einzelner Lieferanten gearbeitet werden kann. Für Bangladesch und Pakistan etablierte KiK im Jahr 2013 daher stattdessen die sogenannte „Fire safty campaign“ und bot auf dem chinesischen Markt als Alternative zum „Sustainable Supplier“-Programm

Workshops zu den Themen Brandschutz und Arbeitssicherheit für Einkaufsagenturen an. Nach dem Motto „Train the Trainer“ wird das auf diese Weise vermittelte Wissen nunmehr bei Fabrikbesuchen an die Lieferanten weitergeben.

KONZENTRATION AUF BRANDSCHUTZ UND GEBÄUDESICHERHEIT

Die folgenschweren Industriefälle in Pakistan und Bangladesch haben darüber hinaus aber auch gezeigt, dass das bislang branchenüblich praktizierte System von unternehmerischen Einzelstrategien nicht ausreichend war, um sichere Arbeitsbedingungen in den Textilfabriken durchzusetzen. Daher standen unter dem Eindruck der Fabrikunglücke von der ganzen Branche getragene Möglichkeiten für einen verbesserten Brand- und Gebäudeschutz im Fokus der Aufmerksamkeit der gesamten Textilindustrie. Dies führte schließlich zur Gründung des „Bangladesh Fire and Safety Accord“. Diese kurz Accord genannte Vereinbarung haben wir im Mai 2013 als eines der ersten Unternehmen unterzeichnet, um gemeinsam mit anderen Unternehmen und in Zusammenarbeit mit den Gewerkschaften die baulichen Gegebenheiten in den Fabriken zu verbessern und so für die notwendige Sicherheit der Arbeiter zu sorgen.

Im Rahmen des Accord werden Inspektionen durch unabhängige, zertifizierte Dritte in den folgenden drei Kategorien durchgeführt:

- Brandschutz
- Elektrische Sicherheit
- Gebäudesicherheit

Jedes Mitglied des Accord übernimmt für eine gewisse Anzahl an Fabriken eine Koordinierungsfunktion (Lead Brand), um in Abstimmung mit den anderen dort produzierenden Unternehmen die notwendigen Arbeiten zu koordinieren. KiK hat derzeit für 64 Fabriken die Lead Brand-Funktion übernommen.

Für diese Lead Brand-Funktion hat KiK eigens ein Intensivprogramm entwickelt, bei dem die jeweiligen Fabriken durch unser in Dhaka ansässiges Büro Hilfestellung bei der Behebung der Mängel erhalten. Um die Verbesserungen effizient voranzutreiben, stehen die Kollegen vor Ort in engem Kontakt zu diesen Fabriken. So wurden inzwischen 63 % der Mängel in den Fabriken, in denen KiK eine Lead Brand-Funktion hat, be-

hoben oder stehen kurz davor. An der Beseitigung der noch ausstehenden Mängel wird intensiv mit dem Accord-Team gearbeitet. Grundsätzlich gilt allerdings, dass alle einkaufenden Unternehmen einer Fabrik gemeinsam die Verantwortung für die Umsetzung der Inspektion haben.

Darüber hinaus steht KiK in engem Kontakt zum Management des Accord und den Gewerkschaften. In regelmäßigen Telefonkonferenzen wird der aktuelle Zustand der Fabriken diskutiert und Lösungsansätze für noch bestehende Mängel gefunden.

Außerdem finden mehrfach im Jahr sogenannte Regional Meetings statt, um den Austausch zwischen der Organisation des Accord und den Mitgliedern zu gewährleisten.

Bei KiK beschäftigen sich jeweils vier Personen aus Dhaka und Deutschland damit, die Anforderungen des Accord zu bearbeiten und umzusetzen.

Um die langfristige Einhaltung der Sicherheitsstandards sicherzustellen, werden sogenannte „Occupational Safety & Health Committees“ sowie ein vertrauliches Beschwerdesystem in den Fabriken implementiert. Diese Ausschüsse, in die die Mitarbeiter bei Fragen der Sicherheit und des Gesundheitsschutzes am Arbeitsplatz einbezogen sind, werden mit Hilfe des Accords schrittweise in den Fabriken implementiert.

AUSWEITUNG DER ACCORD-ANFORDERUNGEN AUF ANDERE BESCHAFFUNGSMÄRKTE

Analog zu dem Abkommen, das für Bangladesch erarbeitet wurde, wollen wir auch unsere Textillieferanten in Pakistan und Indien für die Themenbereiche Brandschutz, Gebäudesicherheit und Elektrik sensibilisieren und zu konkreten Verbesserungen anregen. In einem ersten Schritt wurden in den Fabriken Evakuierungs- und Brandschutztrainings mit dem Management und den Arbeiterinnen und Arbeitern durchgeführt. Zusätzlich haben wir in beiden Ländern ein extern zertifiziertes Auditinstitut mit der Überprüfung des Brandschutzes beauftragt. Dabei wurde der Fokus auf die folgenden Themenbereiche gelegt:

- Ausreichende funktionstüchtige Brandschutzausrüstung
- Ausreichende Notausgangsbeleuchtung mit externer Notstromquelle
- Ausreichender Feueralarm mit externer Notstromquelle
- Freie Notausgänge in ausreichender Anzahl

Es ist unser Ziel, dass alle Betriebe, mit denen wir in Bangladesch, Pakistan und Indien zusammenarbeiten, sämtlichen im Accord formulierten Anforderungen vollständig entsprechen.

KONZENTRATION, LANGFRISTIGKEIT UND TRANSPARENZ

Unsere Erfahrungen belegen, dass es gerade bei einem stetig steigenden Bedarf an Textilien und Konsumgütern sinnvoll ist, mit Lieferanten zusammenzuarbeiten, mit denen uns eine langjährige, etablierte und damit verlässliche Geschäftsbeziehung verbindet. Unser Ziel ist es, den Lieferantenstamm überschaubar zu halten und eine größtmögliche Transparenz über die Leistungen jedes einzelnen zu gewinnen. Deshalb haben wir zur Auswahl der Lieferanten im Jahr 2012 eine zentrale Abteilung Sourcing International etabliert. Die hier beschäftigten Fachleute haben die Risiken und Chancen der verschiedenen Beschaffungsmärkte analysiert und ein Auswahl- und Bewertungssystem für Lieferanten weltweit erarbeitet. Neben kaufmännischen Kriterien werden auch die CSR-relevanten sozialen und ökologischen Faktoren zur Bewertung der Produktionsstätte berücksichtigt. Nur wenn in beiden Bereichen akzeptable Ergebnisse vorliegen, wird ein Lieferant zugelassen und kann einen ersten Testauftrag erhalten.

Für alle Produktionsstätten entsteht so eine sogenannte „Set-Card“, die neben allen produktrelevanten und kaufmännischen Faktoren auch Informationen zur Social Compliance enthält und regelmäßig aktualisiert wird. Die Set-Cards dienen dem Einkauf als Empfehlung, wo welche Ware am besten – und sichersten – geordert werden können.

Für das Jahr 2016 ist die Einführung eines Software-Systems geplant, das die Vergleichbarkeit der Daten vereinfachen und Entwicklungen nachvollziehbarer machen soll.

Auch im Bereich CSR wird ein neues Software-System eingeführt, das eine noch detailliertere Beurteilung der Produktionsstätten im Hinblick auf die Social Compliance erlaubt. Ziel dieser genaueren Beurteilung ist es, die Motivation und Kooperationsbereitschaft der Produzenten zu erhöhen.

IMMER BESSERE QUALITÄT BEI GLEICHBLEIBEND NIEDRIGEM PREIS

Fortlaufend arbeiten wir daran unsere Textilien und Non-Food-Sortimente so attraktiv anzubieten, wie unsere Kunden es von uns kennen und erwarten. Die ständige Optimierung der Produktqualität gehört dabei auch zu unseren Zielen.

Abbildung 12: Innerhalb des Berichtszeitraumes wurde das für 2015 gesetzte Ziel, den Anteil von Artikeln aus Bio-Baumwolle um 40 % gegenüber 2009 zu erhöhen, erreicht und sogar übererfüllt.

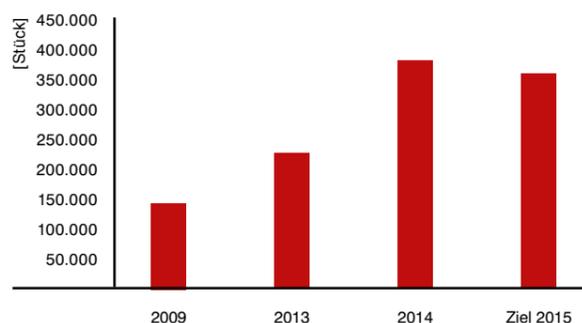
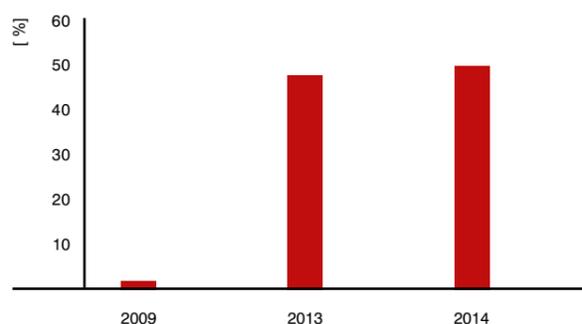


Abbildung 13: Der Anteil der nach Öko-Tex-Standard 100 geprüften Artikel am Textilsortiment konnte im Berichtszeitraum auf über 50 % erhöht werden.

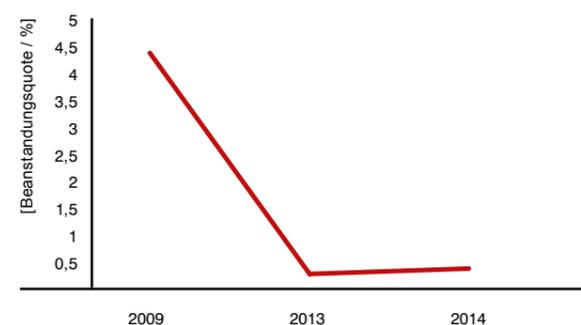


MEHRFACH GEPRÜFT – KAUM BEANSTANDUNGEN

Nahezu alle Artikel, die in unseren Filialen oder im Online-Shop verkauft werden, sind mehrfach nach hohen Qualitätsstandards geprüft. Schon vor Produktionsbeginn werden die Produktmuster durch unabhängige Institute oder durch unsere Service-Unit in Dhaka textilphysikalisch und textilchemikalisch geprüft. Während der Herstellung und direkt nach Produktionsende werden weitere Muster in Laboren

geprüft und schließlich führt auch die Qualitätssicherung in der Zentrale in Bönen bei Wareneingang stichprobenartige Kontrollen durch. Dieses System hat dazu geführt, dass die Beanstandungsquote bei Kontrollen durch deutsche Ämter kontinuierlich gesunken ist. 2014 lag sie bei nur 0,4 %.

Abbildung 14: Die amtliche Beanstandungsquote konnte im Berichtszeitraum auf 0,4 % gesenkt werden.



Auch zur Verbesserung der Produktqualität werden wir ein neues Softwaresystem einführen. Es soll den Datentransfer erleichtern und so helfen, bei der Spezifizierung von Aufträgen Fehler zu vermeiden.

Abbildung 15: Die kumulierten Verkaufszahlen der „Produkte, die helfen“ konnten in 2014 um 21 % gesteigert werden.

	Gesamtstückzahl	Teppiche	Körbe
2013	3.121.880	2.784.589	337.291
2014	3.776.972	3.343.236	433.736

BESSERE UMWELTLEISTUNGEN IN DER LIEFERKETTE

Bereits seit 2011 ist KiK Mitglied der „Carbon Performance Improvement Initiative“ – kurz CPI 2. Diese Initiative von Marken- und Handelsunternehmen hat das Ziel, die Umweltauswirkungen der Textilwirtschaft bereits bei der Herstellung deutlich zu reduzieren. Dabei gilt es vor allem, den Einsatz von Energie, Wasser und Chemikalien zu optimieren. CPI 2 bietet den Lieferanten einen Ansatz zur systematischen Analyse der Verbräuche, zur anschließenden Reduzierung und zur Kontrolle des Fortschritts im Prozess. Durch einfache

Weniger Plastik – unserer Umwelt zuliebe

Allein in Deutschland werden jährlich mehr als 6 Milliarden Plastiktüten verbraucht. Und ein Großteil davon landet nach einmaliger Benutzung auf dem Müll. Da es je nach eingesetztem Kunststoff 100 bis 150 Jahre dauert, bis Plastiktüten vollständig zerfallen, führt dieser unachtsame Verbrauch zu wachsenden Müllbergen und belastet Mensch und Umwelt. Dagegen wollen wir etwas tun. Ab November 2014 haben wir sechs Monate lang in ausgewählten Filialen den Verkauf von Baumwoll- und Permanenttragetaschen getestet. Die Resonanz unserer Kunden war so positiv, dass ab dem 01.10.2015 bei KiK in Deutschland, Österreich und den Niederlanden keine Plastiktüten mehr angeboten werden.

Maßnahmen, die oftmals nur geringe Initialkosten verursachen – wie der Austausch von Leuchtmitteln oder von Motoren in den Nähmaschinen –, erzielen die Textilfabriken einen spürbaren positiven Effekt für die Umwelt, der sich zudem auch finanziell rentiert. Derzeit sind 85 unserer Lieferanten an das System angebunden. Erste Ergebnisse erwarten wir im Jahr 2016.

Über den Link www.cpi2.org können Sie sich über das Projekt informieren und die Liste der daran teilnehmenden Unternehmen einsehen.

AUSBLICK

Wir werden unser Engagement im Bündnis für nachhaltige Textilien vorantreiben und durch unsere Mitarbeit in den verschiedenen Arbeitsgruppen unsere Gestaltungsmöglichkeiten für eine ergebnisorientierte Umsetzung der Bündnisziele nutzen. Dabei wird es verstärkt darum gehen, die verschiedenen Aspekte von Umwelt, Soziales und Brandschutz als Fokusthemen nicht nur auf Ebene der Konfektion zur Umsetzung zu bringen, sondern auch in der gesamten Lieferkette zu adressieren. ■



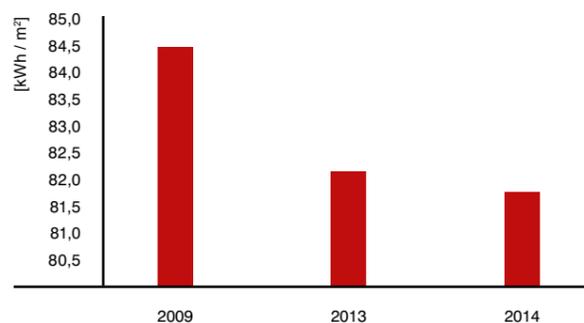
„Wir streben danach, die durch unsere Handelstätigkeit entstehenden Umweltbelastungen weiter zu verringern und Ressourcen zu schonen.“

(§ 4 unseres Verständnisses für Nachhaltigkeit)

Der Betrieb der Unternehmenszentrale, des Zentrallagers sowie der knapp 3.300 europäischen Filialen haben ebenso Auswirkungen auf die Umwelt, wie die Warentransporte zum Zentrallager und den Filialen. Der Verbrauch von Strom, Erdgas, Heizöl, Benzin und Diesel erzeugt Treibhausgasemissionen. Durch die Nutzung von fossilen Brennstoffen werden zudem Ressourcen verbraucht. Zur Herstellung von Papiermaterialien, die am Verwaltungsstandort von KiK in großen Mengen zum Einsatz kommen, werden Holz und Holzprodukte verwendet. Und schließlich ist auch Wasser eine Ressource, die es sparsam zu nutzen gilt.

In den vergangenen Jahren haben wir bei der Reduzierung der CO₂-Emissionen bereits eine große Etappe zurückgelegt. Durch die Umstellung der Stromversorgung auf Ökostrom in allen deutschen und österreichischen Filialen sowie in der Unternehmenszentrale sind die Emissionen rein rechnerisch über 50 % gesunken. Damit haben wir unser selbstgestecktes Klimaziel erreicht und arbeiten nun fortlaufend an der effektiven Reduzierung des Stromverbrauchs. Im Geschäftsjahr 2014 wurden in den deutschen Filialen bereits

Abbildung 16: Der Stromverbrauch sinkt kontinuierlich.



3 % weniger Strom pro m² Verkaufsfläche verbraucht als im Jahr 2009. Weitere 10 % sollen bis zum Jahr 2017 eingespart werden.

ENERGIEMANAGEMENT FÜR DIE FILIALEN

Im April 2014 wurde die Abteilung Energiemanagement im Unternehmen KiK gegründet, deren Aufgabe es ist, den Energieverbrauch in den deutschen Filialen zu erfassen, zu analysieren und zu optimieren. So genannte Smart Meter, also „intelligente“ Zähler, die den tatsächlichen Stromverbrauch über eine bestimmte Nutzungszeit messen, stellen zunächst Transparenz bezüglich des Stromverbrauchs jeder einzelnen Filiale her. Anschließend werden die Lastgangdaten analysiert, um „Stromfresser“ zu lokalisieren und die Ursachen für den hohen Verbrauch aufzufindig zu machen. Anschließend werden eine Optimierungsplanung vorgenommen und die erforderlichen Maßnahmen umgesetzt. Das kann zum Beispiel durch die Behebung von technischen Problemen geschehen oder durch Schulung der Filialmitarbeiter in Bezug auf konkrete Maßnahmen, die den Stromverbrauch in den Filialen deutlich senken. Zum Beispiel:

- die korrekte Einstellung von Zeitschaltuhren für Außenbeleuchtung und Werbung
- eine bedarfsorientierte Steuerung und Regelung von Lüftungs-, Heizungs- und Klimaanlage (z. B. durch Einsatz einer CO₂-Steuerung bei Lüftungsanlagen)
- Fernüberwachung von Klimaanlage

Zum 31.12.2014 war der Energiebedarf von 200 deutschen Filialen mit der Smart Metering-Technologie ermittelt worden, wobei bei 75 % der untersuchten Filialen Optimierungspotenzial nachgewiesen wurde. Zum Ende des Ge-

schäftsjahres 2015 sollen fast alle deutschen Filialen in das Energiemanagementkonzept eingebunden sein. Das durch Smart Meter ermittelte Gesamteinsparpotenzial beläuft sich auf mehrere Millionen kWh.

FERNWARTUNG

Eine weitere Möglichkeit, den Energieverbrauch in den Filialen zu senken, ist die Einführung einer Mess-, Steuerungs- und Regelungstechnik (MSR), die eine zentrale, computerbasierte Steuerung von Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage erlaubt. Die Fernabfrage erfolgt durch Mitarbeiter der Abteilung Energiemanagement in der Europazentrale. Mittlerweile verfügen über 100 Filialen über eine entsprechende MSR-Technik.

MEHR LICHT – WENIGER STROM

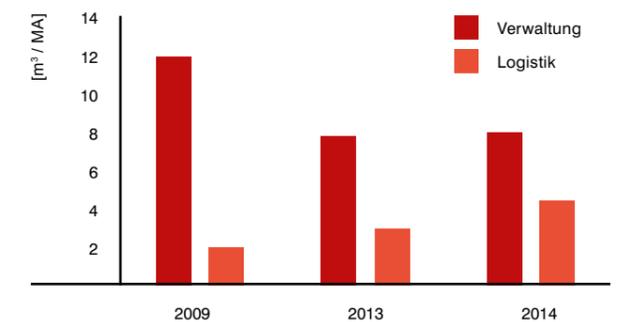
Das aktuelle KiK-Beleuchtungskonzept beruht auf einer Kombination von T5-Leuchten (35 Watt) und LED-Strahlern (40 Watt), die mittlerweile 20 % der Gesamtbeleuchtung ausmachen. Dieser Anteil soll schrittweise zu einer 100 %-Ausstattung ausgebaut werden. Seit dem 1.11.2015 werden dafür alle Filialen bei Renovierungen oder Neueröffnungen vollständig mit LED-Beleuchtung ausgestattet. Im Vergleich zu dem bisher eingesetzten Beleuchtungssystem halbiert sich dadurch der Stromverbrauch. Geplant ist, dass im Jahr 2016 mehr als 500 Filialen von KiK mit einer derart optimierten Beleuchtung ausgestattet werden. In der Europazentrale wird bis Ende 2015 die komplette Bürobeleuchtung durch moderne LED-Panels erfolgen. Hierfür werden über 2.000 Leuchten ausgetauscht und jährlich 200.000 kWh Strom eingespart. Und nach der erfolgreichen Umrüstung einer Halle des Zentrallagers auf LED-Beleuchtung wird nun auch geplant, weitere Hallen entsprechend umzurüsten. Das jährliche Einsparpotenzial läge in etwa bei 300.000 kWh.

UMWELTMANAGEMENTSYSTEM IN DER EUROPA-ZENTRALE ERNEUT ZERTIFIZIERT

Zur Verbesserung der Umweltleistungen in der Europazentrale und der Lagerlogistik von KiK haben wir im Jahr 2010 ein Umweltmanagementsystem (UMS) aufgebaut. Es dient dazu, die wichtigsten Umweltaspekte am Standort in Bönen zu optimieren: die Reduzierung des Verbrauchs von Strom, Wasser, Büromaterialien und Papier sowie die Vermeidung und Entsorgung von Abfall sind dabei die zentralen Aufgaben. Nach dem Prinzip „Reduzieren, Substituieren und Recyceln“ wurde für jeden Aspekt ein Umweltprogramm entwickelt. So wurde beispielsweise der Wasserverbrauch pro Mitarbeiter in der Verwaltung durch den Einbau von Wassersparperlatoren deutlich gesenkt und ist seither annähernd stabil auf diesem geringeren Niveau.

Auf dem Weg zu einer zu 100 % mit LED-Beleuchtung ausgestatteten Filiale hat das KiK-Energiemanagement gemeinsam mit einem ostdeutschen Lampenhersteller eine innovative T5-Leuchtstoffröhre mit nur 27 Watt entwickelt. Die Idee dazu entstand im März 2014 – bereits zwei Monate später wurden die ersten Prototypen dieser Neuentwicklung in einer Filiale getestet. Zum Ende des Geschäftsjahres 2015 sind 200 Filialen mit insgesamt 40.000 dieser Leuchtstoffröhren ausgestattet. Der Vergleichstest durch ein unabhängiges Lichtlabor ergab eine Stromersparnis von 20,3 % gegenüber den handelsüblichen T5-Markenleuchten.

Abbildung 17: Der Wasserverbrauch pro Mitarbeiter in der Verwaltung konnte in 2014 konstant auf Vorjahresniveau gehalten werden. Ein leichter Anstieg in der Logistik begründet sich durch die Bewässerung von Neuanpflanzungen auf dem Betriebsgelände.



Im Bereich der Entsorgung der verschiedenen Abfallmengen, die am Standort in Bönen anfallen, gab es im zurückliegenden Jahr einen Anstieg des Gesamtvolumens. Dieser ist auf die durch den Umbau der Filialen entstandenen Müllfraktionen zurückzuführen, die über die Zentrale entsorgt wurden.

Positiv hervorzuheben ist der Einsatz von Recyclingpapier und FSC-Papier bei den Werbe-, Marketing- und Büromaterialien. Beim Büromaterial konnten wir die Quote von 100 % Recyclingpapier halten, bei den Werbeprospekten auf 92 % Recyclinganteil steigern und beim Marketingmaterial ist 96 % des Papiers FSC-zertifiziert.

Abbildung 18: Der Einsatz von Papier in Recyclingqualität wurde gesteigert.

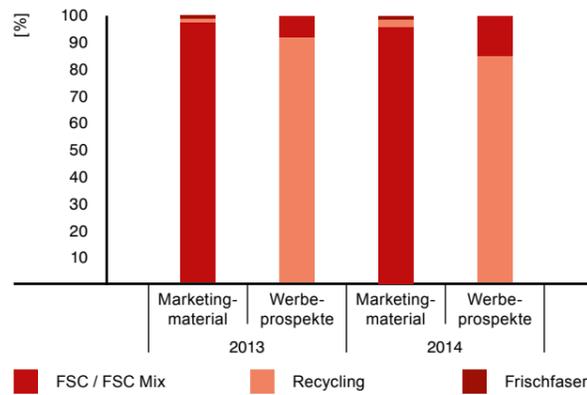
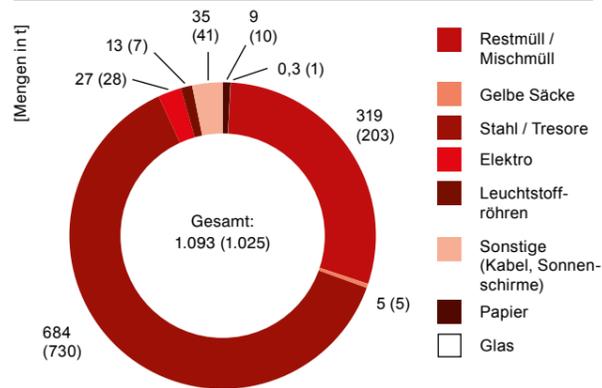


Abbildung 19: Die Abfallmenge ist im Berichtszeitraum um 7 % gestiegen (2012 in Klammern).



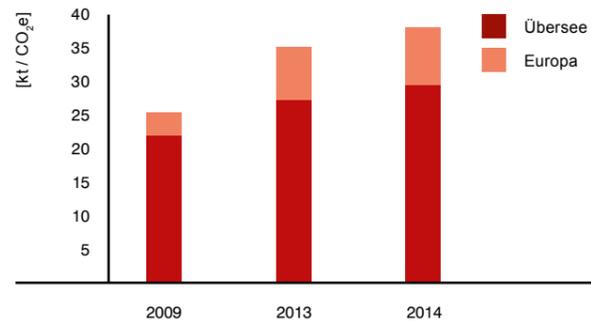
Die regelmäßige Erhebung von Kennzahlen erlaubt die Kontrolle und Steuerung des Verbesserungsprozesses. Das UMS wurde nach seiner Einführung erstmals im Jahr 2011 vom TÜV Nord nach der Norm DIN ISO14001:2009 zertifiziert. 2014 wurde das Zertifikat nach erfolgreicher Überprüfung erneuert.

EFFIZIENTER TRANSPORTIERT

Im Jahr 2014 betragen die durch Wareneingangstransporte verursachten Treibhausgasemissionen 38 Kilotonnen CO₂e. Davon wurden 77 % durch die Übersee Transporte verursacht, die bereits heute zu über 99 % per Seeschiff erfolgen.

Optimierungspotential besteht daher bei den Transporten innerhalb von Europa. In diesem Zusammenhang soll die Umstellung der aus der Türkei stammenden Ware, die bislang mit dem LKW in das Zentrallager transportiert werden, auf alternative Transportmittel angegangen werden. Hierdurch ist eine signifikante Einsparung von CO₂-Emissionen zu erzielen.

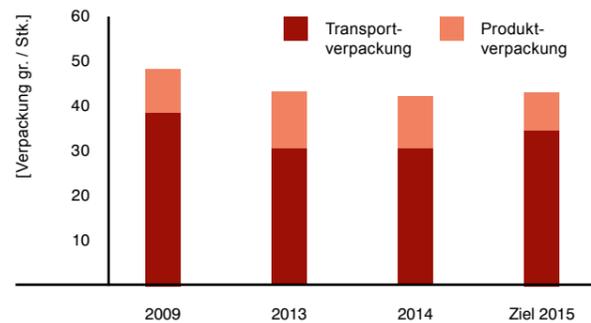
Abbildung 20: Obwohl die per Flugzeug transportierten Aufträge konstant unter 0,5 % lagen, wurden die geflogenen Strecken länger und verursachten so einen leichten Anstieg der CO₂-Emissionen.



SPARSAMER VERPACKT

Erweiterungen des Sortiments und eine stetige Expansion bedingen auch einen Anstieg im Bereich der Transport- und Produktverpackungen. Um den damit einhergehenden

Abbildung 21: Das Gewicht pro Stück im Bereich der Transportverpackungen konnte um 20 % gesenkt werden. Der Anteil an Produktverpackungen stieg sortimentsabhängig um 18 %.

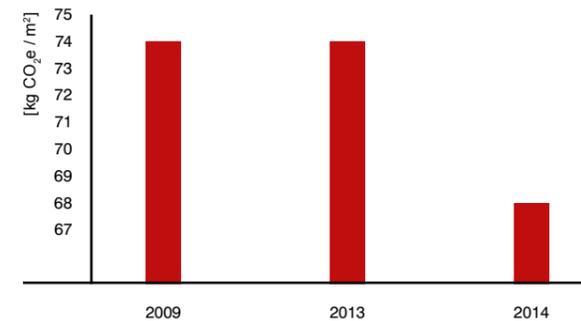


Ressourcenverbrauch zu reduzieren, bemühen wir uns seit Jahren darum, durch geringere Kartongestärken so wenige Rohstoffe wie möglich einzusetzen.

EMISSIONSBILANZ

Bereits seit 2009 erfolgt die Bilanzierung der Treibhausgasemissionen der KiK Textilien und Non-Food GmbH. Die Bilanz der direkten und indirekten Emissionen wird seither

Abbildung 22: Die Emissionen pro m² Verkaufsfläche sind gesunken.



in einem jährlichen Rhythmus von der Tengelmann Energie GmbH gemäß den Grundsätzen des Greenhouse Gas Protocols durchgeführt und erstellt. In der Gesamtbetrachtung konnten auch im aktuellen Berichtszeitraum die an den Standorten verursachten relativen CO₂-Emissionen um 8 % reduziert werden.

AUSBLICK

Auch zukünftig werden wir im Handlungsfeld Ressourceneffizienz und Klimaschutz an der Reduzierung von Transportemissionen, von Stromverbrauch und von Verpackungsmaterialien arbeiten. Für die nahe Zukunft haben wir uns konkret die Umstellung des Transportkonzeptes auf umweltfreundliche Verkehrsträger bei Importen aus der Türkei vorgenommen. Dadurch kann ein relevanter Beitrag zur Einsparung von Treibhausgas-Emissionen geleistet werden. In den Filialen soll bis zum Jahr 2017 der Stromverbrauch pro m² Verkaufsfläche um 10 % gesenkt werden.



„Unsere Mitarbeiter in ihrer Entwicklung zu unterstützen, ist Ausdruck für die Wertschätzung, die wir Ihnen entgegenbringen.“

(§ 2 unseres Verständnisses für Nachhaltigkeit)

KiK hat in Deutschland 18.386 Mitarbeiter – es ist eine verantwortungsvolle Aufgabe, dafür zu sorgen, dass sie sich im Unternehmen sowohl persönlich als auch beruflich weiterentwickeln können. Dies gilt umso mehr, weil die Belegschaft von KiK sehr heterogen ist. Sie umfasst 87 Nationalitäten, ein breit gefächertes Altersspektrum, unterschiedliche Ausbildungsgrade und grundverschiedene Lebenssituationen.

Positiv hervorzuheben ist, dass der Anteil an sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen ebenso stetig ansteigt, wie die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit der Mitarbeiter. In jedem Bereich unseres Unternehmens ist die Fluktuationsrate gesunken.

Abbildung 23: Der Anteil an sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen ist auf 82 % angestiegen.

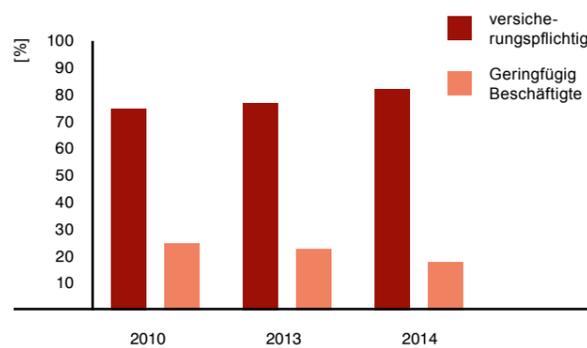
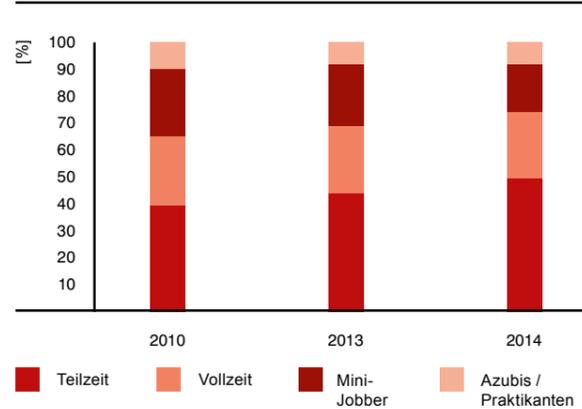


Abbildung 24: Der Anteil der Minijobber konnte kontinuierlich auf 18 % verringert werden.



KiK DER CHANCENGEBER

Die Förderung unseres Nachwuchses und die Weiterbildung unserer Mitarbeiter sind zentrale Elemente unserer Personalstrategie. KiK ist ein beliebtes und anerkanntes Ausbildungsunternehmen, das jährlich mehr als 700 Ausbildungsplätze in 18 verschiedenen Berufsgruppen anbietet. Seit der Unternehmensgründung haben wir bereits 5.000 Menschen erfolgreich ausgebildet und sind dabei mit den Jahren immer flexibler geworden. Wir bieten auch älteren Bewerbern und – bei besonderer Eignung – Mitarbeitern ohne Schulabschluss die Möglichkeit zu einer qualifizierten Berufsausbildung.

Durch unser intensives und umfassendes Ausbildungskonzept wird es möglich, den überwiegenden Teil unserer Nachwuchskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren. Die Übernahmequote ist im Berichtszeitraum noch einmal gestiegen. Sie lag 2014 mit 72 % deutlich über dem Durchschnitt bundesdeutscher Unternehmen. Von den Auszubildenden, die heute noch im Unternehmen tätig sind, arbeiten 59 % in Führungspositionen.

Abbildung 25: Die Übernahmequote der Auszubildenden und die Entwicklungsquote der Nachwuchskräfte in Führungspositionen liegen in 2014 über den Unternehmenszielen.

	2013		2014	
	Anzahl	%	Anzahl	%
Azubis seit 1994	4.290	100	4.794	100
ausgeschieden	2.699	63	3.053	64
noch im Unternehmen	1.591	37	1.741	36
davon in Führungspositionen	986	62	1.027	59

Abbildung 26: Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit bei KiK liegt bei 4,6 Jahren.

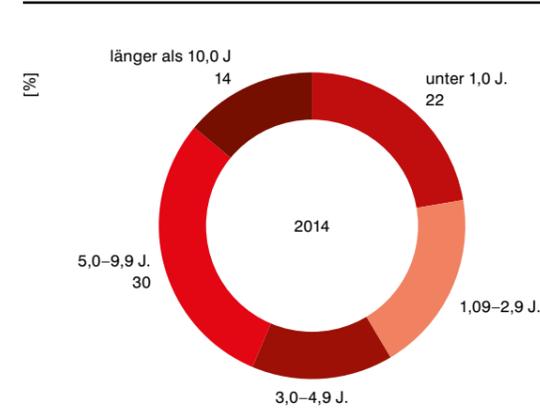
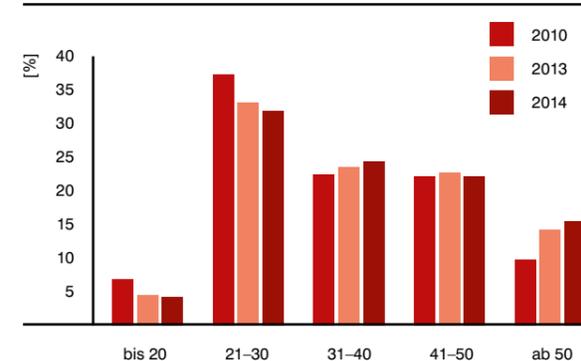


Abbildung 27: Der Altersdurchschnitt der Mitarbeiter liegt in 2014 bei 37 Jahren.



Seit dem Jahr 2013 bieten wir erstmals auch länderübergreifende Ausbildungsmodulare an. Ausgewählte Handelsassistenten konnten während ihrer Fortbildung in Filialen in Kroatien und den Niederlanden arbeiten und zwei junge Menschen aus Spanien absolvieren ihre Ausbildung derzeit bei KiK in Deutschland.

WISSEN NACH WAHL

In Zusammenarbeit mit der Volkshochschule, die in Deutschland an 1.000 Standorten Kurse zu den vielfältigsten Themen anbietet, unterstützen wir unsere Mitarbeiter darin, die eigenen Kompetenzen zu stärken. Jeder KiK-Mitarbeiter in Deutschland kann Kurse seiner Wahl belegen, zu deren Finanzierung das Unternehmen 100 Euro netto pro Halbjahr beisteuert. Zunehmend nutzen unsere Mitarbeiter dieses Angebot: 2014 wurden 415 Kurse besucht, vor allem aus den Bereichen Sport, Entspannung, Sprachen und berufliche Kompetenzen.

WEITERBILDUNG NACH WUNSCH

Daneben gibt es zahlreiche betriebliche Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Hierzu gehören neben Seminaren zu Work-Life-Balance und praktischer Arbeitsorganisation auch Präsentationstrainings, Computerkurse, Sprachkurse sowie Coachings zur Führung von Mitarbeitern und zum Leiten von Teams. Im Jahr 2014 wurden von 37 % der Mitarbeiter insgesamt 70.711 Aus- und Weiterbildungsstunden in Anspruch genommen.

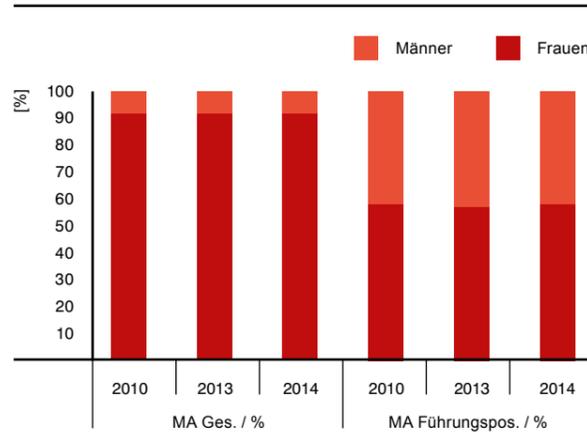
FOKUS FAMILIE UND BERUF

Neben dem Thema Ausbildung ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein wichtiges Anliegen unserer Personalpolitik. Mit verschiedenen Teilzeitarbeitsmodellen bieten wir unseren Mitarbeitern in den Filialen und in der Europazentrale die Möglichkeit, familiäre und berufliche Ansprüche miteinander zu vereinbaren – und das bereits am Anfang der beruflichen Laufbahn. Die „Ausbildung in Teilzeit“ ist ein Angebot,

Die Personalkampagne – Staffel 2

Unter dem Motto „KiK – Der Chancengeber“ haben wir 2014 zum zweiten Mal ein großes Casting unter unseren Mitarbeitern veranstaltet. Gesucht wurden Persönlichkeiten mit Ausstrahlung und Selbstbewusstsein, die Lust hatten, nicht nur hinter den Kulissen zu agieren, sondern selbst im Rampenlicht zu stehen. Von den insgesamt 220 Bewerbern wurden 31 als „Botschafter“ ausgewählt, die nun im Rahmen einer breit angelegten Medienkampagne unserem Unternehmen ein Gesicht verleihen. Die Kampagne zeigt, dass die Möglichkeiten für einen Einstieg und eine Karriere bei KiK ebenso vielfältig sind, wie die Menschen, die hier arbeiten.

Abbildung 28: Der Anteil der Frauen in Führungspositionen liegt 2014 bei 58 %.



das vor allem junge Eltern in Anspruch nehmen, die nach der Geburt eines Kindes eine Ausbildung beginnen oder fortsetzen wollen. Von dieser Option wird mit zunehmender Tendenz Gebrauch gemacht: 2013 absolvierten 26 Mitarbeiter ihre Ausbildung in Teilzeit, 2014 waren es bereits 53.

Für alle Mitarbeiter der Europazentrale bieten wir zusätzlich eine optimale Betreuung von Kindern unter 3 Jahren an. Gemeinsam mit benachbarten Unternehmen unterstützen wir eine Großtagespflege in unmittelbarer Nachbarschaft mit weitgehend flexiblen Öffnungszeiten. Die Einrichtung „Die Merschzwerge“ wird von unseren Mitarbeitern in Bönen für die Betreuung der Kinder gerne in Anspruch genommen.

Auch wer eine Führungsposition anstrebt, kann dies mit dem Familienleben vereinbaren. Im Jahr 2013 arbeiteten 157 Teamleiter bei KiK in Teilzeit, 2014 nutzten bereits 183 Mitarbeiter dieses Angebot.

OFFEN FÜR ANREGUNGEN UND KRITIK

Das Betriebsklima bei KiK ist von einem offenen und wertschätzenden Umgang miteinander geprägt. Regelmäßige Mitarbeitergespräche und institutionalisierte Gesprächsrunden für Führungskräfte bieten die Möglichkeit, auftretende Fragen unmittelbar und zeitnah zu klären. Jeder Mitarbeiter, der das Bedürfnis hat, einen vermittelnden Dritten zur Klärung eines Problems hinzuzuziehen, kann einen „Kummer-Brief“ an die Geschäftsführung oder an einen Vorgesetzten richten. Diese Briefe, die grundsätzlich vertraulich behandelt werden, erfahren eine umgehende Bearbeitung zur Klärung der Vorkommnisse. In den meisten Fällen lässt sich die Ursache durch ein vermittelndes Gespräch beheben.

Auch Anregungen werden in Briefform bei der Abteilung Filialbetreuung eingereicht.

EIN UMFASSENDES MEINUNGSBILD

In regelmäßigen Abständen möchten wir von allen Mitarbeitern in Europa erfahren, wie sie die Stimmung im Unternehmen wahrnehmen, wo Verbesserungspotenziale liegen und womit sie zufrieden sind. Die Mitarbeiter erhalten dazu einen vom Meinungsforschungsinstitut gevea erarbeiteten Fragenkatalog, den sie anonym ausfüllen und zur Auswertung dorthin zurücksenden können. Im Jahr 2013 ergab die Befragung eine hohe allgemeine Zufriedenheit mit der Stimmung im Unternehmen. Besonders hervorgehoben wurden das Betriebsklima, die gute Information und Kommunikation im Unternehmen sowie die Sicherheit des Arbeitsplatzes. Deutlich positiver nehmen unsere Mitarbeiter gegenüber der Befragung aus dem Jahr 2011 ihr direktes Arbeitsumfeld, also ihren Arbeitsplatz wahr. Dies ist u. a. auf die veränderte Filialgestaltung des KiK-17-Konzeptes zurückzuführen und zeigt den Erfolg der Umgestaltung auch auf der Ebene der Mitarbeiter.

Verbesserungspotenziale sahen unsere Mitarbeiter im Jahr 2013 neben dem Wunsch nach einem höheren Lohn, der im Handel traditionell als zu niedrig empfunden wird, in der weiteren Flexibilisierung der Arbeitszeiten und beim Ausbau von Weiter- und Fortbildungsmöglichkeiten. Mit der Ausweitung der KiK-Akademie auf ganz Deutschland im Jahr 2013 haben wir diesem Wunsch bereits entsprochen.

Wir freuen uns besonders darüber, dass die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen KiK unverändert hoch bei 78 % liegt.

AUSBLICK

Im Zusammenhang mit unserem thematischen Schwerpunkt „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ haben wir uns für die Zukunft vorgenommen, die Flexibilisierung der Arbeitszeiten noch weiter auszubauen. Auch für die persönliche und berufliche Förderung aller Mitarbeiter durch die KiK-Akademie setzen wir uns weiterhin verstärkt ein. Durch gezielte kommunikative Maßnahmen werden wir unsere Mitarbeiter auf alle bestehenden Möglichkeiten noch intensiver hinweisen, damit diese in Zukunft noch häufiger in Anspruch genommen werden. Und wir wollen auch in Zukunft im Zweijahresrhythmus erfahren, wie zufrieden unsere Mitarbeiter bei KiK sind und in welchen Punkten wir noch besser werden können. Deshalb wird die Mitarbeiterbefragung kontinuierlich fortgesetzt.

Wesentlichkeit im Fokus

Der dritte Nachhaltigkeitsbericht der KiK Textilien und Non-Food GmbH über die Jahre 2013 und 2014 wurden nach den Vorgaben des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erstellt. Für eine kritische Begutachtung des Berichtes und die Feststellung von Konformität hinsichtlich der DNK-Kriterien zu Strategie und Prozessmanagement wurde Dr. Ulrike Eberle corsus – corporate sustainability, Hamburg beauftragt.

Dabei wurde Transparenz in der Darstellung, weitgehende Vollständigkeit bei der Anwendung der Vorgaben und grundsätzliche Relevanz in den Themen der Nachhaltigkeit festgestellt.

GENERELLE WÜRDIGUNG

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht der KiK GmbH wurde nach den Vorgaben des DNK erstellt. Basis dieses Critical Review-Berichts ist die endgültige Version des „Nachhaltigkeitsbericht 2015“ in der Version vom 26. November 2015 ohne endgültiges Layout, die angepasste Kennzahlentabelle aus dem Nachhaltigkeitsbericht vom 14. Januar 2016 sowie die DNK-Entsprechenserklärung vom 6. Januar 2016. Die Prüfung erfolgt nach den Vorgaben der DNK-Kriterien Eine Prüfung der berichteten Indikatoren sowie der bei KiK erhobenen Primärdaten war nicht Gegenstand des Critical Reviews.

Der Bericht fokussiert die Nachhaltigkeitsstrategie auf die für das Geschäftsmodell eines Textildiscounters wesentlichen Themen. Die Vorgehensweise ist detailliert beschrieben und plausibel, relevante Themen sind identifiziert. Die als relevant identifizierten Themen wurden vollständig berichtet. Der Bericht liest sich flüssig, die Sprache ist offen, klar und gut verständlich.

Mit der Vorlage des dritten Berichtes ging eine Neufokussierung der Nachhaltigkeitsstrategie einher und eine Neudefinition der für KiK wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen. Diese Analyse ist detailliert beschrieben, relevante Nachhaltigkeitsaspekte vor dem Hintergrund des Kik-Geschäftsmodells wurden identifiziert. Die Auseinandersetzung mit den für Kik relevanten Nachhaltigkeitsthemen und die klare Fokussierung auf Themen, die für Kik als Discounter prioritär sind, ist grundsätzlich positiv.

Durch die Fokussierung der Betrachtungstiefe (von der Konfektionierung über den Handel bis zu den Kund/innen) und die Neufokussierung der Strategie, erfolgt auch eine Neufokussierung bei den adressierten Nachhaltigkeitsthemen. Die Neuausrichtung der Strategie hat laut Unternehmen gezeigt, dass die bisherigen Ziele zu anspruchsvoll gesetzt waren. Aus Sicht des Unternehmens sind die jetzt gesetzten Ziele realitätsnäher. Es werden jedoch nicht alle in der Strategie als wesentlich erkannten Themen direkt adressiert. Zukünftig können daher Maßnahmen und Kennzahlen noch systematischer an die Strategie angebunden werden.

Wie schon die beiden Vorgängerberichte ist auch der zweite Fortschrittsbericht - jetzt hinsichtlich der vom DNK geforderten Kriterien - weitgehend transparent. Die DNK-Kriterien werden weitgehend vollständig berichtet. Nicht-Offenlegungen werden in der DNK-Entsprechenserklärung erläutert.

Vor diesem Hintergrund ist der vorliegende Report ein Fortschrittsbericht, der die kritischen Handlungsfelder und Antwortstrategien von KiK transparent benennt, die ursprünglichen Ansprüche von KiK jedoch mit Blick auf wesentliche Themen reduziert hat. In Zukunft wird es darum gehen, die Wirksamkeit des sehr fokussierten Engagements in Richtung Nachhaltigkeit darzustellen und die gesetzten Ziele zu erreichen. Positiv hervorzuheben ist der offene Umgang und die Professionalisierung von KiK bei der Etablierung von Dialogen mit Anspruchsgruppen.



Dr. Ulrike Eberle
corsus – corporate sustainability, Hamburg
www.corsus.de