



STARK
DEUTSCHLAND



DEN HEBEL UMLEGEN - ZEIT ZU HANDELN

Nachhaltigkeitsbericht **2020**



INHALT

VORWORT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG 3

Allgemeine Angaben 4

WIR SIND STARK 5

1 UNSERE STRATEGIE 7

Strategieentwicklung 8
 Nachhaltigkeitsrahmen 9
 Organisation 11
 Governance 12
 Anpacken und durchziehen 14

2 UNSERE PRODUKTE 15

Wertschöpfungskette 16
 Nachhaltigkeitsrisiken 17
 Weil uns Umwelt am Herzen liegt 18

3 UNSERE TÄTIGKEITEN 19

Mitarbeitende 20
 Wissen und Erfahrung gewinnt 23
 Arbeitssicherheit und Gesundheit 24
 Ständiger Dialog und Sorgfalt 25
 Umwelt 27
 Ressourcenschonend gebaut 29

4 UNSER MARKT 30

Produkte und Beratung 31
 STARK aufgestellt 33

5 UNSER ENGAGEMENT 35

Verantwortung vor Ort 36
 Unser Engagement 37

Impressum 38



Michael Knüppel, CEO von STARK Deutschland

VORWORT

der Geschäftsführung

Sehr geehrte Damen und Herren,

den Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaft zu ermöglichen ist die wohl größte Aufgabe unserer Generation. Der Bausektor ist aufgrund seines immensen Ressourcenverbrauchs und CO₂-Fußabdrucks besonders in der Pflicht. Auch humanitäre Fragen müssen wir uns stellen: Woher kommen unsere Rohstoffe und unter welchen Bedingungen werden sie gewonnen? Wir müssen beginnen, die ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Branche entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu betrachten und hier neue Wege zu beschreiten.

Die Nachfrage nach Wohngesundheit und nach nachhaltigen Gebäuden steigt in Deutschland seit Jahren. 2019 wurden rund 11,5 Milliarden Euro in umweltschonende, ressourceneffiziente Ge-

bäude investiert. Nachhaltiges Bauen mindert zudem die Kosten des Gebäudebetriebs und hilft, gesetzliche Nachhaltigkeitsanforderungen zu erfüllen, die immer umfassender werden.

In der Folge steigt auch die Nachfrage nach ökoeffizienten Baustoffen. Für STARK Deutschland ist dieses Marktsegment hochinteressant und ein wesentlicher Aspekt unserer Zukunftsstrategie, die unter dem Motto „Wir sind Zukunftsbauer“ steht. Wir werden nicht nur unser Produktportfolio zunehmend an Nachhaltigkeitskriterien ausrichten, sondern gleichzeitig unsere Mitarbeitenden so aus- und weiterbilden, dass sie Kunden kompetent in Nachhaltigkeitsfragen beraten und sie bei der konkreten Planung umfassend unterstützen können. Neben der per-

sönlichen Beratung werden digitale Präsentations- und Beratungsformen sowie virtuelle Planungstools bis hin zum Building Information Modelling (BIM) dabei eine ganz entscheidende Rolle spielen.

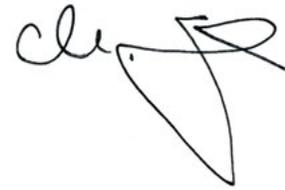
Gemeinsam mit unseren Kunden und Partnern aus der Bauindustrie werden wir Nachhaltigkeit und Digitalisierung in der Bauwirtschaft vorantreiben. Wir sind bereit, hier Pionierarbeit zu leisten. Angestoßen wird diese Ausrichtung auch durch die Einbindung in die internationale STARK Group, zu der wir seit 1. Oktober 2019 gehören. Die STARK Group engagiert sich seit vielen Jahren für Nachhaltigkeit und treibt das Thema bisher in Dänemark, Schweden, Norwegen und Finnland voran.

Im September 2020 ist unsere Unternehmensgruppe dem UNGC, dem Global Compact der Vereinten Nationen, beigetreten. Damit verpflichten wir uns, uns im täglichen Geschäft aktiv für Menschenrechte, gute Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung einzusetzen.

Das Jahr unserer Integration in die STARK Group war auch das Jahr der Covid-19-Pandemie, mit erschwerten Arbeits- und Lebensbedingungen. Hier haben alle Kolleginnen und Kollegen Übertreffendes geleistet. Der Betrieb bei STARK Deutschland konnte auch deshalb aufrechterhalten werden, weil unser Krisenmanagementsystem hervorragend funktionierte und sich alle unter anderem gemäß den AHA-Regeln verhielten. Im Sinne der Gesundheit aller müssen wir uns die Frage einmal mehr stellen: Wie wollen wir künftig leben? Nachhaltigkeit ist dabei essenziell.

Für uns bei STARK Deutschland steht fest: Wir müssen den Hebel Richtung Nachhaltigkeit umlegen. Mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht legen wir unser Engagement für alle, die sich für unser Unternehmen interessieren, offen. Unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten werden wir in den kommenden Jahren weiter verstärken. Begleiten Sie uns auf diesem Weg!

Ihr



Michael Knüppel

Allgemeine Angaben

Seit dem 1. Oktober 2019 gehört STARK Deutschland, ehemals Saint Gobain Building Distribution Deutschland GmbH, zur internationalen STARK Group mit Sitz in Dänemark. Mit der Übernahme durch die STARK Group geht ein veränderter Berichtszyklus einher. Daher behandelt der Nachhaltigkeitsbericht von STARK Deutschland das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Oktober 2019 bis zum 31. Juli 2020. Falls nicht anders ausgewiesen, beziehen sich Kennzahlen auf diesen Zeitraum.

Obwohl STARK Deutschland nicht berichtspflichtig ist, orientiert sich der Nachhaltigkeitsbericht an den Anforderungen der EU-Direktive 2014/95/EU zur nichtfinanziellen Berichterstattung. Damit unterstreichen wir unseren Anspruch, STARK Deutschland als nachhaltiges Unternehmen auszurichten.

WIR SIND **STARK**

Wir sind der führende Baustoff-Fachhändler in Deutschland.

Mit über 5.000 Mitarbeitenden an mehr als 200 Standorten ist STARK Deutschland einer der größten Vollsortimenter im Baustoff-Fachhandel. Im Geschäftsjahr 2020 haben wir einen Jahresumsatz von über 2 Mrd. Euro erwirtschaftet.

STARK Deutschland verfügt über ein Netzwerk von elf erfolgreichen Marken, darunter neun Generalisten und zwei Spezialisten. Das Sortiment umfasst über 105.000 Produkte allein im Online-Shop. Unser Kundenstamm ist breit gefächert, darunter Handwerksbetriebe, Bauunternehmen, Endverbraucher und die Öffentliche Hand.



STARK Deutschland richtet seine Strategie auf die Zukunftsthemen Nachhaltigkeit und Digitalisierung aus. Mit dem Anspruch „Wir sind Zukunftsbauer“ wollen wir in diesen Feldern Standards setzen und Lösungen rund um Bau und Wohnumfeld mit Kunden und Partnern gemeinsam vorantreiben.

Wir sind Teil der internationalen STARK Group mit Sitz in Kopenhagen. Sie ist ein führender Baustoff-Fachhändler in Nordeuropa und in sechs Ländern vertreten: Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen, Grönland und Deutschland.

Seit September 2020 treten alle Marken von STARK Deutschland mit einem einheitlichen Signet auf, das sie als Teil der STARK Group ausweist: dem „STARKEN Menschen“.



WIR SIND ZUKUNFTSBAUER



UNSERE KENNZAHLEN

für das Geschäftsjahr 2020*



5.052 Mitarbeitende
mit **39** Nationalitäten,
davon **311** Auszubildende



214 Vertriebsniederlassungen



2,046 Mrd. € Umsatz



11 Baustoffmarken

* zum 31.7.2020

1

UNSERE STRATEGIE

Für uns bei STARK Deutschland steht fest: Wir wollen den Hebel Richtung Nachhaltigkeit umlegen.

Strategieentwicklung

Nachhaltigkeitsrahmen

Organisation

Governance



1

Strategieentwicklung

Wir beschäftigen uns nicht erst seit heute mit Nachhaltigkeit.

STARK Deutschland war in den zurückliegenden Jahren Teil der französischen Saint-Gobain-Gruppe, mit einer zentral gesteuerten Nachhaltigkeitsstrategie. Wir verfügen über etablierte Prozesse in den Kernbereichen der Nachhaltigkeit, die wir nun in die Strukturen der STARK Group integrieren. Dazu gehören insbesondere Managementprozesse in den Bereichen Arbeitssicherheit, Umweltschutz, Menschenrechte und Anti-Korruption.

Für den Zeitraum 2020 bis 2024 hat sich die STARK Group Nachhaltigkeitsziele gesetzt. Die einzelnen Landesgesellschaften legen in diesem Rahmen eigene Ziele fest, um die Erreichung der übergeordneten Ziele gemeinsam herbeizuführen. STARK Deutschland optimiert ab 2021 seine Reporting-Strukturen, um alle benötigten Daten erfassen und auswerten zu können.

Die Nachhaltigkeitsziele der STARK Group für den Zeitraum 2020 bis 2024

Thema	Ziel	Zielquote
CO ₂ -Ausstoß	 CO ₂ -Ausstoß von Gebäuden	-16,8%
	CO ₂ -Ausstoß im Transport	-16,8%
Abfall	 Abfallaufkommen	-20%
	Abfalltrennung	80%
Produkte	 FSC- und PEFC-zertifizierte Holzprodukte	Zielformulierung 2021
	öko-zertifizierte Produkte	Zielformulierung 2021
Gesundheit und Arbeitssicherheit	 Verletzungsrate	0,7 pro 100.000 Arbeitsstunden
	Arbeitsausfalltage	4 pro 100.000 Arbeitsstunden
Personalbefragung	 Zufriedenheit, Umfragewerte:	Motivation 76 / Loyalität 82
	Teilnahmequote	85%
Geschlechtergerechtigkeit	 Frauenanteil	25%
	Frauen in Führung	20%
	Frauen in der Unternehmensführung	30%
Kundenberatung	 Mitarbeitende, die in Nachhaltigkeit weitergebildet sind	3%
	Niederlassungen mit jährlichen Kundenveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsfragen	10%

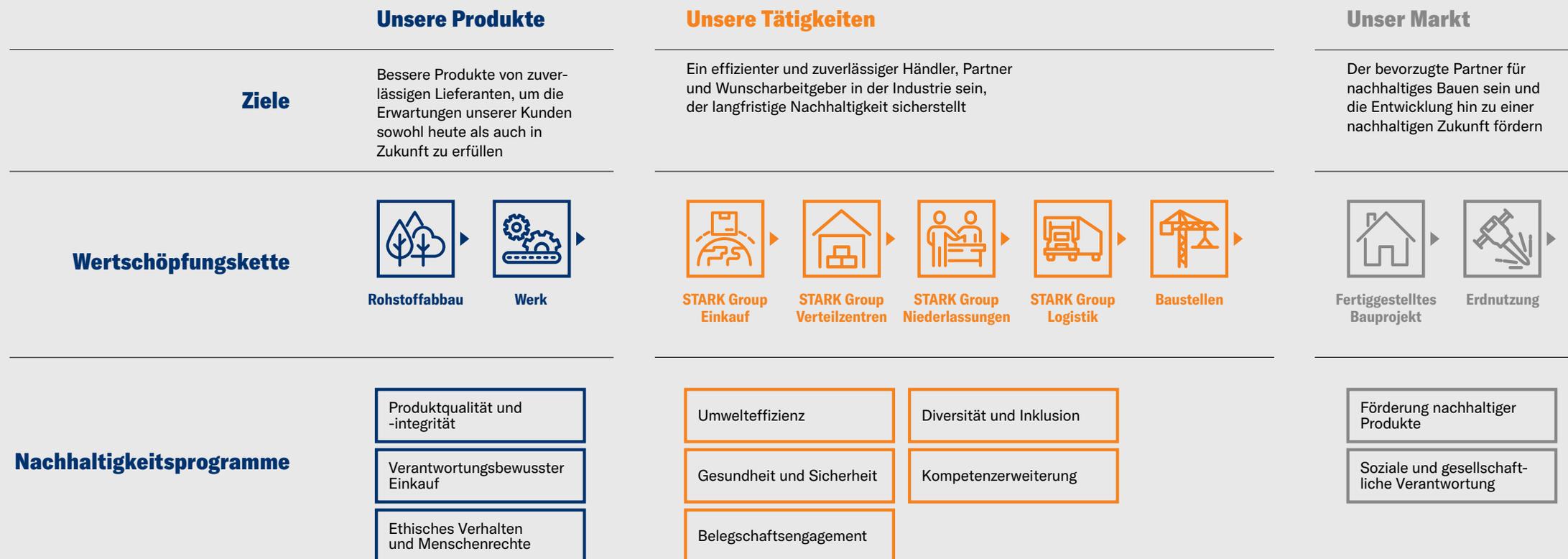
1

Nachhaltigkeitsrahmen

Wesentliche Themen sind unternehmensweit definiert und ihre Bearbeitung in der Geschäftstätigkeit verankert.

Wir wollen nach besten Möglichkeiten zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung beitragen, wie sie durch die Vereinten Nationen beschrieben und gefordert ist. Dafür konzentrieren wir uns auf Arbeitsfelder, die sich unmittelbar aus unserer Geschäftstätigkeit ergeben. Um bei diesen Themen Fortschritte zu erzielen, haben wir Nachhaltigkeitsprogramme implementiert, deren Erfolg wir messen. Dabei

betrachten wir unsere gesamte Wertschöpfungskette, die wir in drei Abschnitte unterteilen: Produkte, Tätigkeiten und Markt. Die Abschnitte spiegeln vorgelagerte, eigene und nachgelagerte Prozesse unserer Wertschöpfung. Jeder Abschnitt der Wertschöpfung ist mit eigenen Nachhaltigkeitsrisiken behaftet. Die von der STARK Group definierten Nachhaltigkeitsprogramme adressieren diese Risiken.





Unsere Leitlinien sind die
17 NACHHALTIGKEITZIELE
der Vereinten Nationen (SDGs)
sowie der
UN GLOBAL COMPACT,
an dem wir seit September 2020
als Unterzeichner teilnehmen.

1

Organisation

Wir arbeiten über Ländergrenzen und Hierarchien hinweg gemeinsam an der Ausrichtung unseres Unternehmens.

Die STARK Group hat einen Nachhaltigkeitsbeirat, der sich aus Vertretern der Ländergesellschaften zusammensetzt. Der Beirat definiert den Nachhaltigkeitsrahmen, legt Ziele fest, unterstützt die Unternehmenseinheiten bei der Umsetzung und validiert die Fortschritte. Eine Nachhaltigkeitsbeauftragte überwacht die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele und berichtet an den Exekutiv-ausschuss der Unternehmensgruppe, der die Gesamtverantwortung trägt. Der Nachhaltigkeitsbeirat tagt alle sechs Monate, in der Regel per Videokonferenz.

STARK Deutschland hat sein nationales Nachhaltigkeitsnetzwerk im September 2020 ins Leben gerufen. Dort arbeiten Vertreterinnen und Vertreter aus verschiedenen Unternehmensbereichen zusammen, um Nachhaltigkeit in allen Prozessen zu etablieren und messbare Ergebnisse zu generieren. Das Netzwerk trifft sich seither alle zwei Monate. Zudem wurden Arbeitskreise gebildet, die sich mit einzelnen Themen vertiefend beschäftigen.

Alle Landesgesellschaften der STARK Group orientieren sich an einer gemeinsamen Nachhaltigkeitsrichtlinie.



In der Nachhaltigkeitsrichtlinie der STARK Group ist unter anderem festgelegt:

- Wir führen Produkte mit Öko-Label im Sortiment
- Wir beraten Kunden bei Fragen zu nachhaltigen Produkten und Umweltauswirkungen kenntnisreich
- Wir setzen uns in Netzwerken für Nachhaltigkeit und geschlossene Materialkreisläufe ein
- Wir integrieren Nachhaltigkeit über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg in alle Prozesse des Unternehmens
- Wir bilden unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Thema Nachhaltigkeit weiter

1

Governance

Wir möchten, dass alle Menschen, die unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern begegnen, STARK Deutschland als rechtschaffenes Unternehmen erleben.

Unsere Werte machen wir in einem Verhaltenskodex transparent, auf den sich alle Mitarbeitenden, Geschäftspartner und Lieferanten verpflichten. Für besonders komplexe Themen haben wir Verhaltensrichtlinien entwickelt, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Orientierung geben und helfen, unsere Vorstellungen von ethischem Wirtschaften in die täglichen Abläufe zu integrieren.

Die STARK Group hat solide Governance-Strukturen. Dazu gehört ein gruppenweites Compliance Management System, das konzernweit die Einhaltung von Gesetzen und internen Vorschriften unterstützt, unter anderem solchen zur Verhinderung von Korruption und Kartellrechtsverstößen.

Es geht darum, **wirtschaftliches Handeln** an grundlegenden **ETHISCHEN WERTEN** auszurichten, die über gesetzliche Vorgaben hinausgehen.

Compliance ist eine wesentliche Grundlage für unser Ansehen als Unternehmen und für das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden. Dabei geht es nicht allein um die Einhaltung nationaler und internationaler Gesetze, sondern auch darum, unser wirtschaftliches Handeln an grundlegenden ethischen Werten über gesetzliche Vorgaben hinaus auszurichten.

WAS **FÜHRUNG** FÜR UNS BEDEUTET



Führungskräfte von STARK Deutschland gehen mit gutem Beispiel voran. Sie fördern eine Kultur, in der gesunder Menschenverstand und ethisches Verhalten zählen.



Führungskräfte stellen sicher, dass die ihnen unterstellten Mitarbeitenden die Bedeutung des Verhaltenskodex verstehen und ihn in der täglichen Arbeit berücksichtigen.



Führungskräfte auf allen Ebenen engagieren sich dafür, dass Kultur und Werte der STARK Group im Unternehmen gelebt werden. Dies ist ein wesentlicher Bestandteil ihrer Führungsaufgaben.

Unsere Werte



ANSTAND

Wir sind bodenständig, unser Handeln ist durch Integrität geprägt – gegenüber Kunden, Kollegen und Marktpartnern. Wir wollen ihr Vertrauen verdienen.

Vertrauen erfordert Integrität, und Integrität basiert auf Anstand. Wir sind der Marktführer, bei allen unseren Aktivitäten steht der Erfolg unserer Kunden an erster Stelle. Nur wenn wir uns in allen unseren Handlungen voll engagieren, werden uns Kunden, Mitarbeitende und Marktpartner als vertrauenswürdigsten Baustoff-Fachhandel ansehen.



LEIDENSCHAFT

Uns liegt das Wohl der Menschen und der Gesellschaft am Herzen.

Leidenschaft für unsere Kunden und unser Geschäft – das zeichnet uns aus. Unsere Mitarbeitenden gehen auch ungewöhnliche Wege, damit andere erfolgreich sein können, und wir wollen damit auch einen gesellschaftlichen Beitrag leisten. Wir sind neugierig und freundlich, und wir ermutigen uns gegenseitig, jeden Tag besser zu werden; Erfolge feiern wir gemeinsam.



STOLZ

Wir sind stolz darauf zu liefern, was wir versprechen.

Ein Teil der STARK Group zu sein, erfüllt uns mit Stolz: ein Netzwerk starker Marken, das sich das Vertrauen der Kunden, Mitarbeitenden und Marktpartner verdient, jeden Tag aufs Neue. Durch Kompetenz und Verantwortung, auch gegenüber künftigen Generationen. Die Unternehmen von STARK Deutschland haben seit ihren Anfängen im 19. Jahrhundert einen langen Weg zurückgelegt. Unsere Marken genießen ein hohes Vertrauen. Stolz leben wir, wofür wir einstehen: Wir liefern, was wir versprechen – kompetent, verfügbar, zuverlässig.

ANPACKEN UND DURCHZIEHEN

Im August 2020 rief STARK Deutschland ein bereichsübergreifendes Nachhaltigkeitsnetzwerk ins Leben. Anfang September kamen die Netzwerker zum ersten Mal virtuell zusammen. Die Umstellung aller Niederlassungen auf Ökostrom wäre eine gute Idee, sagte Andreas Müller, Leiter M&A. Kaum vier Wochen später war alles in trockenen Tüchern. Bereits im ersten Schritt werden über 95 Prozent der Niederlassungen auf Ökostrom umgestellt.

Ein Gespräch

Herr Müller, wie kamen Sie auf die Idee mit dem Ökostrom?

Andreas Müller: Mit Strom habe ich bei STARK Deutschland nichts zu tun, sondern bin für M&A zuständig, „Mergers and Acquisitions“. Ich kümmere mich also um die Zukäufe von anderen Unternehmen. Aber ich komme aus der Energiebranche und weiß, dass es kein großer Aufwand ist, auf Ökostrom umzustellen.

Naja, STARK Deutschland hat die Umstellung innerhalb von nur vier Wochen hinbekommen. Das ist schon ein bisschen ungewöhnlich ...

Andreas Müller: Bei uns ist der Strom- und Energieeinkauf streng zentralisiert, insofern hatten wir das Heft in der Hand. Günstig war, dass die Verträge gerade

erst abgeschlossen waren und wir sie sogar rückwirkend, zum 1. September, in Grünstrom umwandeln konnten.

Haben Sie im Nachhaltigkeitsteam noch andere Themen auf der Agenda?

Andreas Müller: Das Nachhaltigkeitsteam hat der Unternehmensleitung unter anderem vorgeschlagen, auf Ökopapier umzustellen. Einer der Kollegen hat die Kosten berechnet, wir haben über den positiven Imagefaktor gesprochen und tatsächlich ist auch das bereits verabschiedet.

Das klingt, als wollten Sie dicke Bretter bohren.

Andreas Müller: Wir wollen etwas bewegen. Für manche Themen müssen wir



Andreas Müller, Leiter M&A, engagiert sich im Nachhaltigkeitsteam von STARK Deutschland

allerdings erst Berichtsstrukturen aufsetzen, bevor wir Initiativen entwickeln können. Dass wir aber so schnell auf Ökoenergie und Umweltpapier umstellen konnten, zeigt, dass schon mit geringem Aufwand einiges machbar ist.

2

UNSERE PRODUKTE

Wir haben in allen Produktkategorien nachhaltige Alternativen im Angebot.

Wertschöpfungskette

Nachhaltigkeitsrisiken von Produkten



2

Wertschöpfungskette

Wir tragen Mitverantwortung dafür, dass unsere Lieferanten Nachhaltigkeitsstandards erfüllen.

STARK Deutschland hat eine umfangreiche vorgelagerte Wertschöpfungskette. Die Zusammenarbeit mit Lieferanten unterliegt diversen Richtlinien und Rahmenwerken, mit denen wir die Einhaltung von Gesetzen und ethischen Normen absichern. Ein Großteil unserer Lieferanten verpflichtet sich auf die in unserer Lieferanten-Charta definierten Werte.

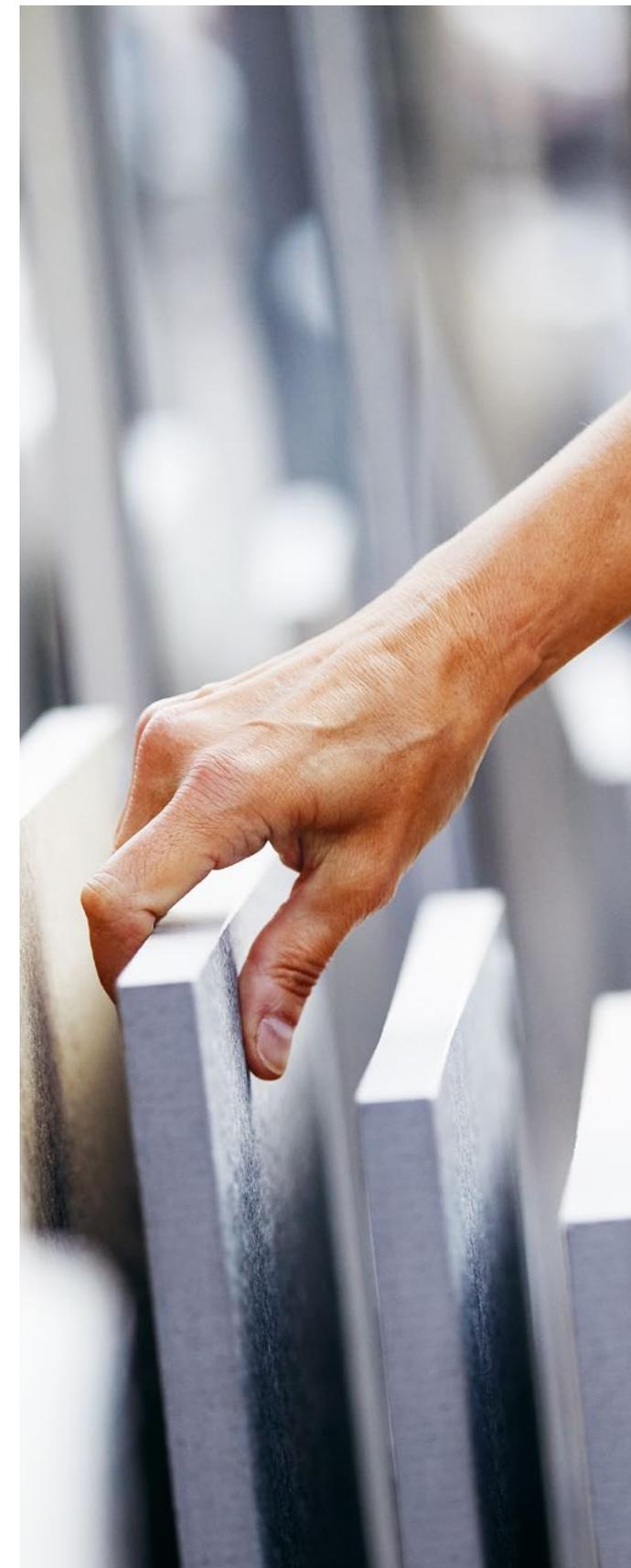
Der Schwerpunkt liegt auf der Einhaltung von Menschenrechten, Umweltstandards, Mitarbeiterrechten, der Einhaltung nationaler und internationaler Gesetze sowie der aktiven Prävention von Korruption.

Unsere mehr als 5.000 Lieferanten sind zu über 80 Prozent in Europa zu Hause, ein Großteil hat seinen Sitz in Deutschland. Langjährige Beziehungen zu unseren Lieferanten schaffen eine stabile Basis für Produktqualität. Unser sehr breites Netzwerk umfasst neben Marktführern in den Produktkategorien auch Lieferanten für anspruchsvolle Spezialfragen, so dass wir für alle Aspekte auch nachhaltige Lösungen anbieten können.

Um Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette zu minimieren, erstellen wir zum Beispiel für die Produktkategorie Holz Risikoprofile, die je nach Land unterschiedlich ausfallen. Falls nach unserer Einschätzung erforderlich, ergreifen wir Maßnahmen zur Minderung von Lieferantenrisiken.

Bei der Prüfung von Lieferanten gehen wir nach einem einheitlichen Verfahren vor, um höchstmögliche Produktintegrität zu erreichen. Die Überprüfung umfasst neben finanziellen Belangen ein Screening der Organisation auf Fehlverhalten, Verbindungen zu politisch exponierten Personen und negativer Presse.

Das **Qualitätsmanagementsystem** von **STARK Deutschland** ist an allen Standorten nach **ISO 9001 ZERTIFIZIERT.**



2

Nachhaltigkeitsrisiken von Produkten

Wir setzen uns für nachhaltige, hochwertige Produkte ein, die Kunden langfristig an uns binden und unsere eigenen Markt- und Haftungsrisiken minimieren.

STARK Deutschland ist ein Vollsortimenter. Unsere Hauptumsatzgruppen sind Ausbau, Hochbau, Bauelemente, Holz, Tiefbau, Fliese, Garten- und Landschaftsbau sowie Dach.

Neben FSC®- und PEFC™-zertifizierten Hölzern vertreiben wir weitere Produkte mit Öko-Labels. Dazu gehören Pflastersteine, Kleber, Mörtel, Farben oder Dämmelemente. Diese Angebote bauen wir weiter aus. Viele weitere Produkte in unserem Sortiment bestehen teilweise oder ganz aus Recyclingmaterial, etwa Rigipsplatten oder bestimmte Betonprodukte.

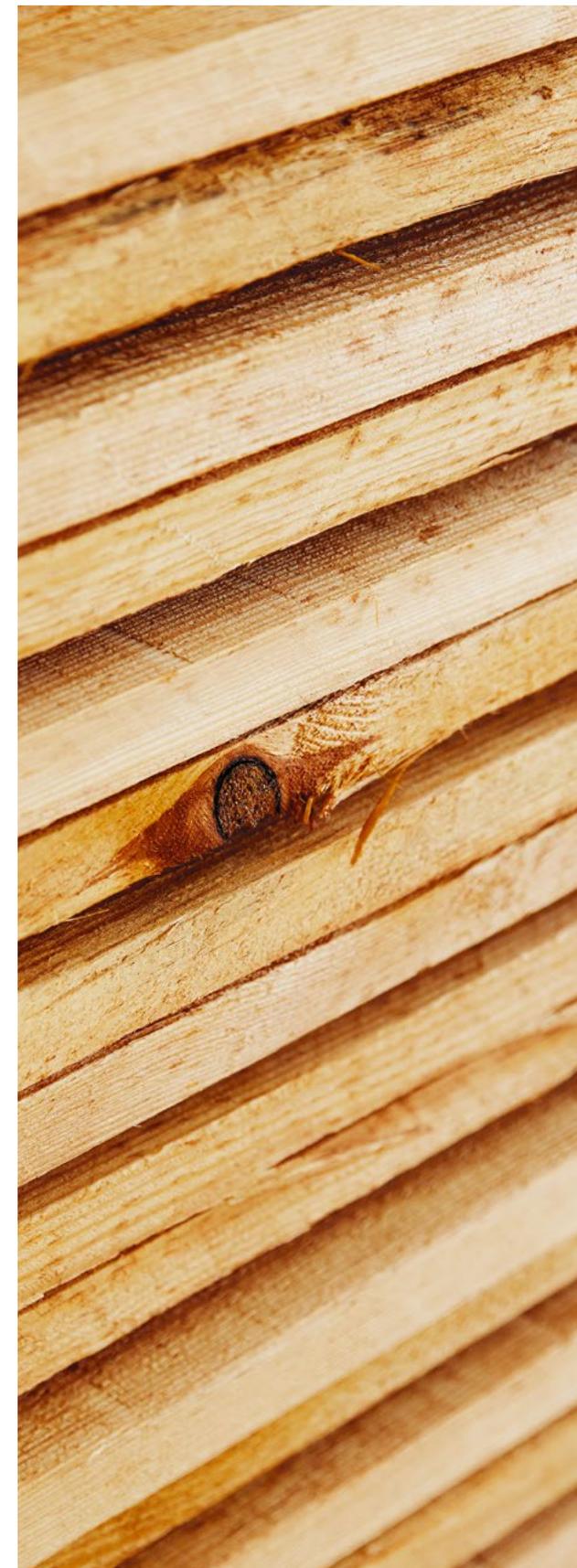
Von 2018 auf 2019 haben wir bei zertifizierten Hölzern einen Umsatzanstieg um 20 Prozent verzeichnet. In Zukunft wollen wir das Angebot an öko-zertifizierten Produkten einschließlich FSC®- und PEFC™-zertifizierten Holzprodukten steigern. Im Berichtszeitraum haben wir begonnen zu analysieren,

welche technischen Voraussetzungen wir schaffen müssen, und welches Kriterien-Set erarbeitet werden muss, damit wir unsere Nachhaltigkeitsziele erreichen können. Unter anderem wird untersucht, welche Zertifikate für uns künftig im Fokus stehen sollen. Eine weitere Analyse und die Zielsetzung für dieses Thema ist für das kommende Geschäftsjahr geplant.

Eine Analyse spezieller Nachhaltigkeitsrisiken von Produkten führt die STARK Group im Laufe des kommenden Geschäftsjahres durch. Schon jetzt folgen wir einer internen Richtlinie zur verantwortungsvollen Beschaffung von Holz und Holzprodukten, die unter anderem Due-Diligence-Prozesse festlegt, um bei allen relevanten Lieferanten sicherzustellen, dass Holz legal geschlagen und in Übereinstimmung mit der EU-Holzverordnung (EUTR) beschafft wird.

Richtlinien zur Sicherstellung nachhaltiger Lieferketten

- Verhaltenskodex
- Richtlinie zur Einhaltung von Handelsbestimmungen und Sanktionen
- Risikomanagementrichtlinie
- Nachhaltigkeitsrichtlinie
- Richtlinie zur verantwortungsvollen Holzbeschaffung
- Produktintegritätsrichtlinie
- Richtlinie zu Vertragsgestaltung, Rechtsstreitigkeiten, Anti-Trust und Datenschutz
- Anti-Korruptionsrichtlinie





Michael Bürger ist Produktmanager Category Management bei STARK Deutschland und kennt sich mit zertifizierten Hölzern aus



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft



Förderung nachhaltiger Waldwirtschaft

www.pefc.de

Achten Sie bitte beim Kauf auf die mit FSC®- oder PEFC™-Logo gekennzeichneten Produkte

FSC®- und PEFC™: Zwei Siegel für höchste Öko-Standards in der Holzproduktion

STARK Deutschland vertreibt FSC®- und PEFC™-zertifizierte Holzprodukte schon seit über einem Jahrzehnt. Dazu gehören Schnittholz, Holzwerkstoffe oder Holzfaserdämmstoffe. Holzprodukte mit einer solchen Zertifizierung kommen aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Gerade Bauträger, die Immobilien nach internationalen Nachhaltigkeitsstandards wie DGNB oder LEED entwickeln, haben Bedarf an solchen Produkten.

Der Nachweis, dass Holzprodukte tatsächlich aus nachhaltigen Quellen stammen, ist nicht ganz einfach. Schon im Sägewerk müssen die Stämme aus herkömmlicher und nachhaltiger Ernte getrennt gehalten werden. Das Muster zieht sich durch, über sämtliche Verarbeitungsschritte bis in den Handel. Entlang der gesamten Lieferkette wird immer wieder von unabhängigen Prüfgesellschaften verifiziert, ob die Produkte tatsächlich aus der angegebenen Quelle kommen.

Um Kunden Brief und Siegel darauf geben zu können, hat STARK Deutschland solche Produkte nicht nur im Sortiment, sondern ist an 26 Standorten selbst FSC®- oder PEFC™-zertifiziert. Die Materialien werden gekennzeichnet und separat gelagert und geliefert. Kunden erhalten mit der Rechnung auch den Nachweis der „geschlossenen Produktkette“, wie es im Fachjargon heißt.

STARK Deutschland ist der wohl einzige Baustoff-Fachhändler, der deutschlandweit an so vielen Standorten zertifiziert ist. Damit ist das Unternehmen auch für die Öffentliche Hand ein interessanter Partner, denn mit der Beschaffung von Holzprodukten für die Bundesverwaltung oder auch für Bundesländer wie Berlin dürfen nur noch Unternehmen beauftragt werden, die entweder selbst FSC®- oder PEFC™-zertifiziert sind oder die im Einzelnen nachweisen können, dass ihre Produkte aus gleichwertig nachhaltigen Beständen stammen.

WEIL UNS UMWELT AM HERZEN LIEGT

STARK Deutschland ist an 26 Standorten FSC®- und PEFC™-zertifiziert – ein Alleinstellungsmerkmal.

3

UNSERE TÄTIGKEITEN

Über 5.000 Kolleginnen und Kollegen leisten ihren Beitrag als Zukunftsbauer.

Mitarbeitende

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Umwelt



3

Mitarbeitende

Unser Unternehmen hat flache Hierarchien, die Entwicklungschancen sind hervorragend.

Dass STARK Deutschland als vertrauenswürdiges, kundenfreundliches Unternehmen wahrgenommen wird, verdanken wir dem Fachwissen, der Service-Orientierung und der Freundlichkeit aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir verstehen uns als Team, das über Abteilungs- und Standortgrenzen hinaus gemeinsam agiert. Insbesondere im Covid-19-Jahr, wo der Austausch untereinander durch Hygieneregeln, Heimarbeit, Reisebeschränkungen und viele mit der Pandemie verknüpfte Herausforderungen auch im Privatleben erschwert war, hat sich diese Kultur bewährt. Wir haben nicht nur die Pandemie, sondern auch den herausfordernden Carve-Out-Prozess aus der Saint-Gobain-Gruppe sowie den Integrationsprozess in unser neues Mutterunternehmen, die STARK Group, in einem gemeinsamen Kraftakt bewältigt.

Um Talente an uns zu binden, investieren wir in Weiterbildung. Obwohl im Berichtsjahr wegen Covid-19 viele Präsenzseminare ausfallen mussten, haben wir über 250 Trainingstage durchgeführt, sowohl in unserer hauseigenen Akademie als auch bei kooperierenden Bildungseinrichtungen oder als E-Learnings. Wir verfolgen ein standortübergreifendes Weiterbildungskonzept, das wir in unserer Akademie bündeln. Die Schwerpunkte lagen im Geschäftsjahr auf Vertrieb, Führung, der Vermittlung von Fachkenntnissen sowie Weiterbildungen in den Bereichen Compliance und Arbeitssicherheit. Unser Ziel ist es, in den kommenden Jahren zusätzliche Weiterbildungsangebote speziell im Bereich Nachhaltigkeit zu entwickeln, die sich insbesondere an unsere Mitarbeitenden richten, aber auch für Kunden interessant sein könnten.



Unsere über **5.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** kommen aus **39 Ländern**: Diese **VIELFALT BEREICHERT** uns.

Der Anteil von Frauen im Unternehmen lag zum 31.7.2020 bei 28,6 Prozent, wobei die Anzahl von Mitarbeiterinnen in den Verwaltungspositionen der Zentrale erheblich höher lag (46,4 Prozent). Führungspositionen hatten 15,7 Prozent inne. Diesen Anteil wollen wir weiter ausbauen.

Auch auf die Qualifizierung junger Menschen und ihre Bindung an unser Unternehmen legen wir großen Wert. Hier sehen wir unser Ausbildungsprogramm als besondere Chance. Im Geschäftsjahr haben wir 311 Auszubildende in sieben Ausbildungsberufen sowie in Dualen Studiengängen beschäftigt. Unsere Übernahmequote lag bei rund 70 Prozent.

Die STARK Group bekennt sich ausdrücklich zu den Kernarbeitsnormen der International Labor Organization (ILO). Die Arbeitsverträge unserer Mitarbeite-

rinnen und Mitarbeiter sind hauptsächlich angelehnt an die Tarifverträge im Groß- und Außenhandel, die je nach Bundesland variieren. Wir verfügen über einen Gesamtbetriebsrat sowie 83 örtliche Betriebsräte, die rund die Hälfte aller Niederlassungen vertreten. Mit ihnen arbeiten wir vertrauensvoll zusammen. Wesentliche Fragen regeln wir in Betriebsvereinbarungen.

Wir führen regelmäßig qualifizierte Mitarbeiterbefragungen durch. Die jüngste Befragung fand im Winter 2020 statt, die Teilnahmequote betrug 70 Prozent.

Im „Focus Business Ranking“ waren wir 2019 unter den Top 100 deutschen Arbeitgebern. Die Studie erstellt Focus Business in Zusammenarbeit mit Xing, dem deutschen Netzwerk für berufliche Kontakte, und Kununu, einem Portal zur Bewertung von Arbeitgebern.

„Wir tragen Verantwortung für alle Mitarbeitenden, auch über das Tagesgeschäft hinaus“, sagt Marc-Oliver Windbacher, Geschäftsführer Personal STARK Deutschland, Vorsitzender des Wolfgang Günzel Hilfsfonds



Wir bilden aus

Ausbildungsberufe

- Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement
- Fachkraft für Lagerlogistik
- Berufskraftfahrer/in
- Kaufmann/-frau im Einzelhandel
- Kaufmann/-frau im E-Commerce
- Fachinformatiker/in für Systemintegration
- Kaufmann/-frau für Büromanagement
- Fliesen-, Platten- und Mosaikleger/in

Duales Studium (DHBW Mosbach)

- Warenwirtschaft und Logistik
- Wirtschaftsinformatik, Schwerpunkt SAP

Hilfsfonds für Kolleginnen und Kollegen in Not

Geschäftsführung und Betriebsrat haben vor einigen Jahren gemeinsam den Wolfgang Günzel Hilfsfonds e.V. geschaffen, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu unterstützen, die unverschuldet in Not geraten. Wenn Notfälle zu finanzieller Hilfsbedürftigkeit führen und durch die Sozialversicherung oder individuelle Vorsorgemaßnahmen nicht abgedeckt sind, können Betroffene oder deren Angehörige einen Antrag auf Unterstützung beim Wolfgang Günzel Hilfsfonds stellen.



STARK Deutschland *hilft!*
WOLFGANG GÜNZEL HILFSFONDS E.V.



Zum Stichtag waren **28,6 %** der Mitarbeitenden **Frauen**. **15,7 %** der Führungspositionen waren mit **Frauen** besetzt.

Mitarbeitende in den Niederlassungen und der Zentrale



WISSEN UND ERFAHRUNG GEWINNT

Ines Volk leitet die Niederlassung Dessau von Raab Karcher, einem Beteiligungsunternehmen von STARK Deutschland.

Ein Gespräch

Frau Volk, wie lange arbeiten Sie schon bei Raab Karcher?

Ich bin seit 1993 im Unternehmen. Studiert habe ich Betriebswirt der Bauindustrie – das war ein praxisorientiertes Studium, noch zu DDR-Zeiten.

Seit Anfang 2019 leiten Sie die Niederlassung in Dessau. Mal ehrlich: Ist der Baustoffhandel nicht eher etwas für Männer?

Bei uns im Geschäftsfeld Mitte nicht, wir haben ziemlich viele Frauen in solchen Positionen. Aber insgesamt betrachtet: ja. Früher war ich im Außendienst und Kunden waren erstaunt, wenn ich auf der Baustelle eintraf. Manchmal ist das sogar heute noch so. Aber am Ende zählen Wissen und Erfahrung, nicht das Geschlecht.

Ihre Niederlassung wirtschaftet besonders erfolgreich. Wie schaffen Sie das?

Wir haben eine gute Kundenstruktur. Wir nutzen die Netzwerke in der Region, sind auf Baustellen unterwegs – das ist schon Arbeit! Aber wir sind eben auch ein Team. Gerade während der Pandemie habe ich gesehen, wie ich mich auf Kolleginnen

Ines Volk ist Niederlassungsleiterin von Raab Karcher in Dessau und setzt auf ihr Team

und Kollegen verlassen kann. Jeder weiß, was er zu tun hat, worauf es ankommt. Wir sind 13 Leute, alle fest angestellt, dazu eine Auszubildende. Die meisten von uns arbeiten schon seit 15, 20 Jahren hier in der Niederlassung. Jeder hat seine Fachgebiete. Auch für Kunden ist das eine große Hilfe.

Wie haben Sie Covid-19 bisher überstanden?

Das war wirklich stressig, denn wir mussten strenge Hygiene-Auflagen umsetzen. Gleichzeitig war weit mehr Betrieb als sonst, weil viele Privatleute während des Lockdowns anfangen, Haus und Garten zu sanieren. Schön war, dass unsere Kunden Verständnis für die Pandemie-bedingten Umstände hatten. So hat uns zum Beispiel ein Tischler sofort seine Hilfe zugesagt und eben mal schnell Trennwände aus Plexiglas montiert. So ist das eben, man unterstützt sich gegenseitig. Nächstes Mal sind wir wieder dran.



3

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Im Gesundheitsmanagement liegt der Fokus zunehmend auf Prävention.

Die Gesundheit von Mitarbeitenden und Kunden an unseren Standorten ist ein wichtiges Thema. Insbesondere da, wo schwere Lasten gelagert, ausgestellt und transportiert werden, oder wo Kunden mit wenig Sicherheitswissen verkehren, sind Unfallrisiken gegeben. Dafür sensibilisieren wir unsere Führungskräfte und Mitarbeitenden gleichermaßen.

Das Sicherheitsmanagement von STARK Deutschland umfasst an allen Standorten verbindliche Sicherheitsanweisungen und -prozesse. Dafür wurden die jeweiligen Risiken identifiziert und

Programme für optimalen Arbeitsschutz definiert. Unfälle erfassen und bewerten wir monatlich. Sie werden außerdem in den vierteljährlichen Sitzungen der Arbeitssicherheitsausschüsse diskutiert. Unser Ziel ist es, ausnahmslos alle Unfälle zu vermeiden.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ermöglichen wir arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen, die wir gemeinsam mit dem arbeitsmedizinischen Dienst anbieten. An unseren Standorten verfügen wir über ein Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagement nach DIN ISO 45001. In Zukunft wollen wir

den Fokus noch stärker auf Präventionsmaßnahmen legen. Dazu gehört es auch, die Beschäftigten in Überlegungen für gesundheitserhaltende Maßnahmen einzubeziehen und ihnen Raum für eigene Ideen zu geben. In alle Analysen und Maßnahmen werden zukünftig auch Leiharbeitnehmer einbezogen.

Eine besondere Herausforderung seit Anfang 2020 ist der Ausbruch von Covid-19. Der bestmögliche Schutz von Belegschaft und Kunden bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung der Geschäftsprozesse ist für uns von elementarer Bedeutung. Deshalb haben wir im Einklang mit den unterschiedlichen Gesetzen, Verordnungen und Erlässen umfangreiche Schutzmaßnahmen in den Niederlassungen getroffen sowie Homeoffice-Regelungen in den Verwaltungsbereichen eingeführt.

Mit Covid-19 hat **unser Gesundheitsmanagement** **NEUE DIMENSIONEN** angenommen.





Jürgen Bauhahn ist bei STARK Deutschland für Arbeitssicherheit zuständig. Jennifer Knieschan arbeitet in seinem Team.

Covid-19 kann Bundeskanzlerin Angela Merkel zwar Vorschläge machen, aber keine Vorschriften, denn für den Infektionsschutz sind die einzelnen Landesregierungen, Kommunen und rund 400 Gesundheitsämter zuständig. Sie haben die Freiheit, die Gesundheitskrise unterschiedlich zu managen.

Jürgen Bauhahn, Leiter EHS (Environment, Health and Safety), kann davon ein Lied singen. Er ist bei STARK Deutschland unter anderem zuständig für Arbeitssicherheit und Gesundheit und muss den Boden bereiten, damit all die unterschiedlichen, sich ständig wandelnden Covid-19-Anweisungen an den rund 220 Standorten implementiert werden. Insbesondere jedoch ist er für die rechtssichere Dokumentation all dieser Bemühungen zuständig. Wenn man ihn fragt, wie er dieses Mammutprojekt stemmt, dann klingt er ein bisschen wie Angela Merkel: So eine Aufgabe bewältigt man nur gemeinsam.

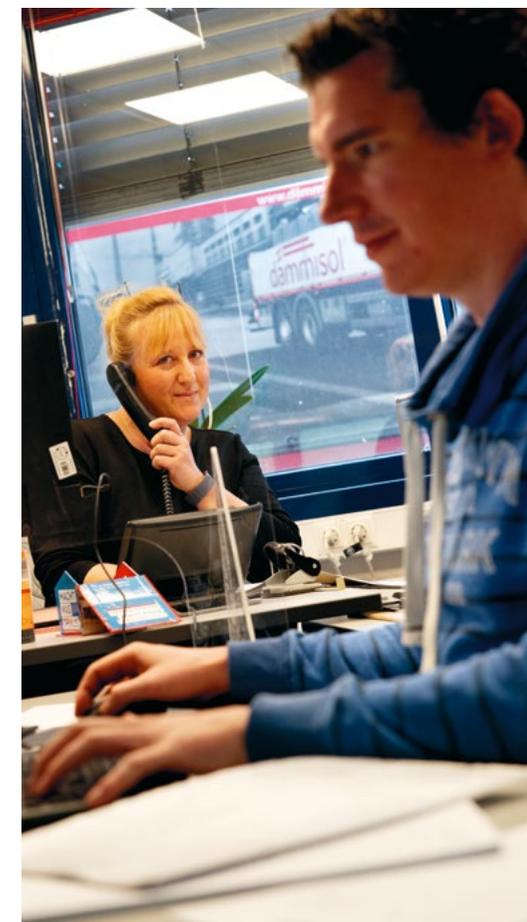
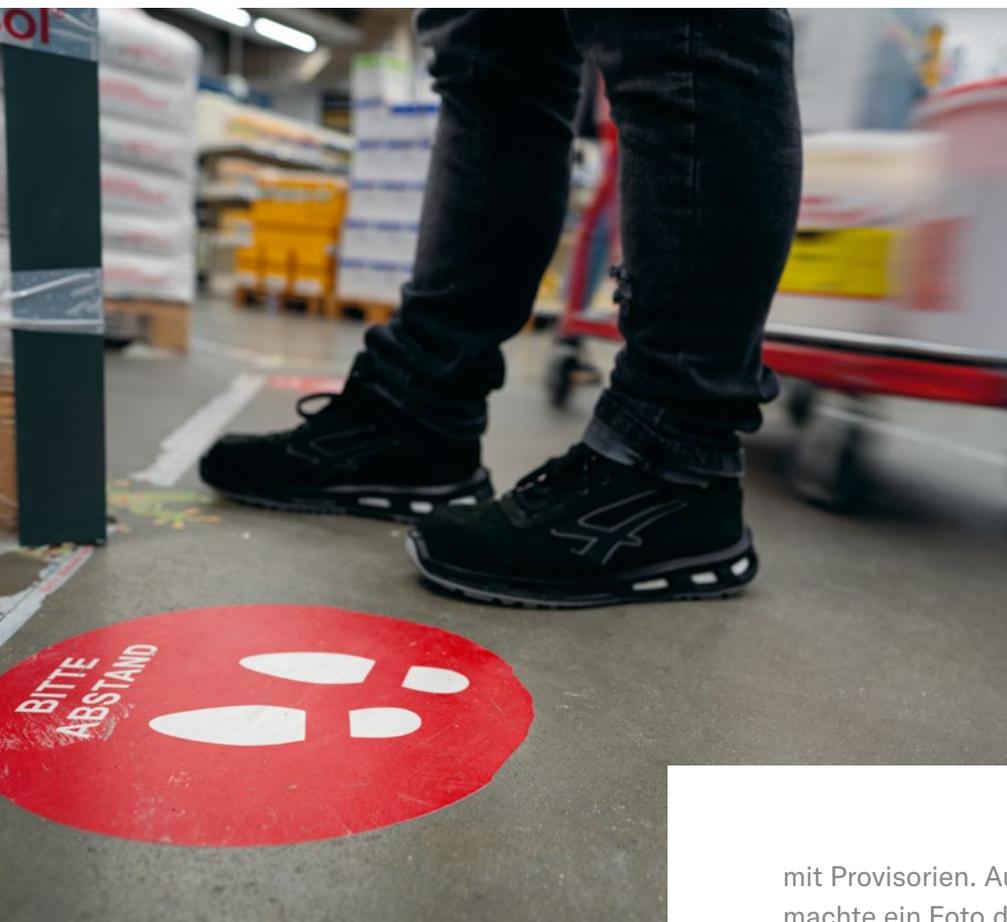
Seit Beginn der Pandemie erarbeitet Bauhahns Team, gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen aus Geschäftsführung, Personalbereich, Unternehmenskommunikation und Vertrieb, Strategien und Anweisungen für die Niederlassungen.

STÄNDIGER DIALOG UND SORGFALT

Herausforderung Covid-19:
Wie wir den Betrieb aufrechterhalten.

Bei STARK Deutschland sind die Hierarchien flach, die internen Strukturen durchlässig. So gelingt es dem Unternehmen, die Herausforderungen der Pandemie gut zu meistern.

Deutschland ist föderal organisiert, selbst im Krisenfall. Auch für den Umgang mit



Neben Unmengen von Informationsmaterial und Erläuterungen zur jeweils aktuellen Lage gehören dazu insbesondere Schutz- und Hygienekonzepte sowie eine Gefährdungsbeurteilung speziell für Covid-19, die es ermöglicht, Gesundheitsrisiken für Mitarbeitende und Kunden systematisch zu minimieren.

Vor Ort sorgen die Niederlassungen für die praktische Umsetzung der Vorgaben: Verkaufsflächen in Einbahnstraßen umorganisieren, Abstandhalter und Plexiglasscheiben montieren, Informationsschilder für Kunden platzieren. Zu Anfang der Krise, als Desinfektionsmittel landesweit ausverkauft waren, half man sich

mit Provisorien. Aus Berlin-Zehlendorf machte ein Foto die Runde, auf dem eine an der Toilettentür befestigte Schlaufe zu bestaunen ist, mit der sich die Tür per Fuß öffnen lässt, quasi kontaktlos. Auch die Beschaffung von Masken war anfangs schwierig, deshalb übernahm das die Einkaufsabteilung von STARK Deutschland in der Zentrale. Seither kommt der Nachschub aus dem Zentrallager in Osterweddingen bei Magdeburg.

„In den ersten Wochen war es schwierig, heute haben unsere Niederlassungen das Thema im Griff“, sagt Jennifer Knieschan, die als Fachkraft für Arbeitssicherheit 70 Standorte von Berlin bis Nordrhein-Westfalen betreut und die Bedingungen vor Ort gut kennt. Andere Unternehmen hätten während der Pandemie schließen müssen. Bei STARK Deutschland dagegen

seien die Kontrolleure der Gesundheitsämter immer hoch zufrieden gewesen: „Kein einziges Mal mussten wir nachbessern, das kann man ruhig herausheben“, sagt Jennifer Knieschan.

Seit Herbst tauscht sich die Geschäftsführung regelmäßig in einem Krisen-Team mit Kollegen relevanter Fachabteilungen zu Covid-19 aus. Die Ergebnisse werden, je nach Bedeutung, mit allen Mitarbeitenden geteilt oder durch die Niederlassungsleitungen kommuniziert. Alle wichtigen Informationen können zudem aus der „Corona-Box“ im Intranet abgerufen werden.

Mit der zweiten Pandemie-Welle schaltete STARK Deutschland ab November 2020 eine interne Hotline, die von vier Kollegen im Wechsel betreut wird: Chef-

Pandemie-Alltag: Laufender Betrieb unter Einhaltung der Hygiene- und Abstandsregeln in den Niederlassungen

sache übrigens, denn sowohl Jürgen Bauhahn als auch die Personalleiter von STARK Deutschland übernehmen Schichten, morgens von 6 Uhr bis 12:30 Uhr oder nachmittags von 12:30 Uhr bis 19 Uhr.

Stolz und auch Erleichterung schwingt mit, wenn Jürgen Bauhahn die letzten Monate zusammenfasst: „Wir haben alles gemeinschaftlich beraten und umgesetzt. Dass es jetzt läuft, ist Ergebnis dieser gemeinsamen Kraftanstrengung.“

3

Umwelt

Wir arbeiten daran, unsere Wertschöpfungskette nachhaltig auszurichten und unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern.

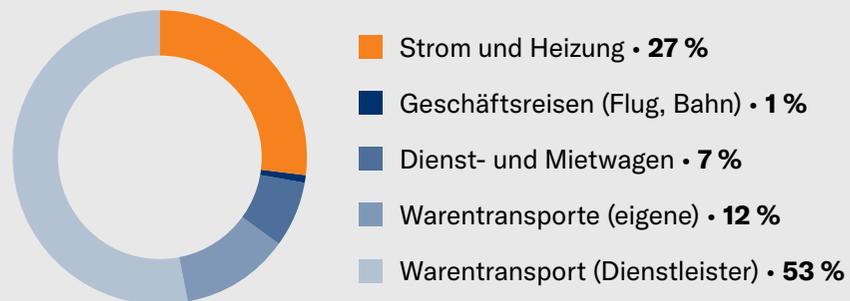
Der Schutz von Umwelt und Klima sowie der verantwortliche Umgang mit natürlichen Ressourcen bilden eines unserer zentralen Handlungsfelder. Alle unsere Standorte verfügen über nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsysteme. Die für unsere Geschäftstätigkeit wichtigsten Umweltauswirkungen erfassen wir kontinuierlich. Diese sind insbesondere der Treibstoffverbrauch unserer Flotte, der Strom- und Wärmeverbrauch an unseren Niederlassungen und Verwaltungsstandorten sowie das Abfallaufkommen.

Die STARK Group hat für den Zeitraum 2020 bis 2024 verbindliche Ziele zur Verringerung von Umweltauswirkungen formuliert. STARK Deutschland optimiert ab 2021 seine Reporting-Strukturen, um alle benötigten Daten zentral erfassen und auswerten zu können. Insbesondere Abfallkennzahlen wollen wir in Zukunft detaillierter erheben und berichten.

Die drängendste Umweltherausforderung ist der Klimawandel. Als Unternehmen tragen wir eine Mitverantwortung dafür, dass die Ziele des Pariser Klimaabkommens erreicht werden. Im März 2021 hat sich die Stark Group deshalb im Rahmen der „Science Based Targets Initiative“ auf das 1,5-Grad-Ziel verpflichtet. Bis 2050 wollen wir klimaneutral werden. Für uns ergeben sich daraus mehrere Arbeitsfelder: Wir müssen den CO₂-Ausstoß unserer Standorte, Prozesse und Produkte analysieren und wirksam reduzieren. Die Standorte von STARK Deutschland haben wir bereits im Herbst 2020 auf Öko-Strom umgestellt, was zur Verringerung unseres CO₂-Ausstoßes um 8.400 Tonnen bis 31.12.2021 führt.



Der CO₂-Fußabdruck von STARK Deutschland, Geschäftsjahr 2020



Die Grafik zeigt den Anteil verschiedener Emissionsquellen am CO₂-Fußabdruck von STARK Deutschland. Mit gut 72 Prozent hat der Kraftstoffverbrauch für den Transport von Gütern und Personen den größten Anteil. Dabei betrachten wir nicht nur unsere eigenen Warentransporte (Scope 1), sondern auch solche, die wir extern vergeben (Scope 3).

Quelle: STARK Group Environmental Data Reporting 2020, Details: STARK Group Basis of Reporting FY 2020: <https://starkgroup.dk/sustainability>. Die Daten für Warentransporte durch Dienstleister wurden für STARK Deutschland hochgerechnet.

Wir wollen dazu beitragen, dass die **KLIMAERWÄRMUNG** auf **1,5 Grad Celsius** begrenzt wird.

Im Jahr 2020 haben wir erstmals kalkuliert, welche Umweltauswirkungen der Transport unserer Waren hat. Dafür haben wir auch solche Transporte einbezogen, die durch externe Dienstleister erbracht werden, also Speditionen und andere Versanddienstleister wie DHL, UPS oder Hermes. Es ergibt sich, dass über 70 Prozent der durch unsere Geschäftstätigkeit verursachten CO₂-Emissionen mit dem Transport insbesondere von Waren verknüpft sind, und über die Hälfte der von uns verursachten CO₂-Emissionen bei externen Dienstleistern anfallen. Auch wenn unsere Berechnungen noch lückenhaft sind, machen sie deutlich, dass wir über unsere eigenen Unternehmensgrenzen hinausdenken müssen, um einen wirksamen Beitrag zur Reduktion von Treibhausgasen leisten zu können. Unsere Vorgehensweise wollen wir ab 2021 gemeinsam mit der STARK Group entwickeln.

Abfälle entsorgen wir der Gesetzgebung entsprechend. Wir verfügen über einen Abfallleitfaden, der regelmäßig aktualisiert wird. Der Leitfaden erläutert die gesetzlichen Rahmenbedingungen und gibt Mitarbeitenden Hilfestellung, damit Abfälle optimal sortiert und einer möglichen Wiederverwertung zugeführt werden können. Der weit überwiegende Anteil unseres Abfallaufkommens ist rezyklierbar, muss also nicht verbrannt oder deponiert werden. Einen erheblichen Anteil haben Verpackungen und Umverpackungen. Teil unserer Analysen und perspektivischen nächsten Schritte ist, besonderes Augenmerk auf Abfallströme zu legen und uns intensiv mit Konzepten zu Abfallvermeidung, Recycling und Wiederverwertung zu beschäftigen. Wir wollen geschlossene Materialkreisläufe fördern. In den kommenden Jahren werden wir darüber hinaus untersuchen, in welchem Umfang wir beim Bezug von Rohstoffen auf Sekundärrohstoffe ausweichen können.

RESSOURCENSCHONEND GEBAUT

Hauptsitz von STARK Deutschland erhält Umweltsiegel LEED Gold für Gebäude

Für STARK Deutschland ist der Hauptsitz in Offenbach ein Schaufenster. Hier kann man sehen, wie nachhaltiges Bauen funktioniert, von außen, aber insbesondere von innen. Es ist ein modernes Gebäude, ressourceneffizient, nutzerfreundlich, erstellt mit hochwertigen Baumaterialien – wie auch STARK Deutschland sie vertreibt.

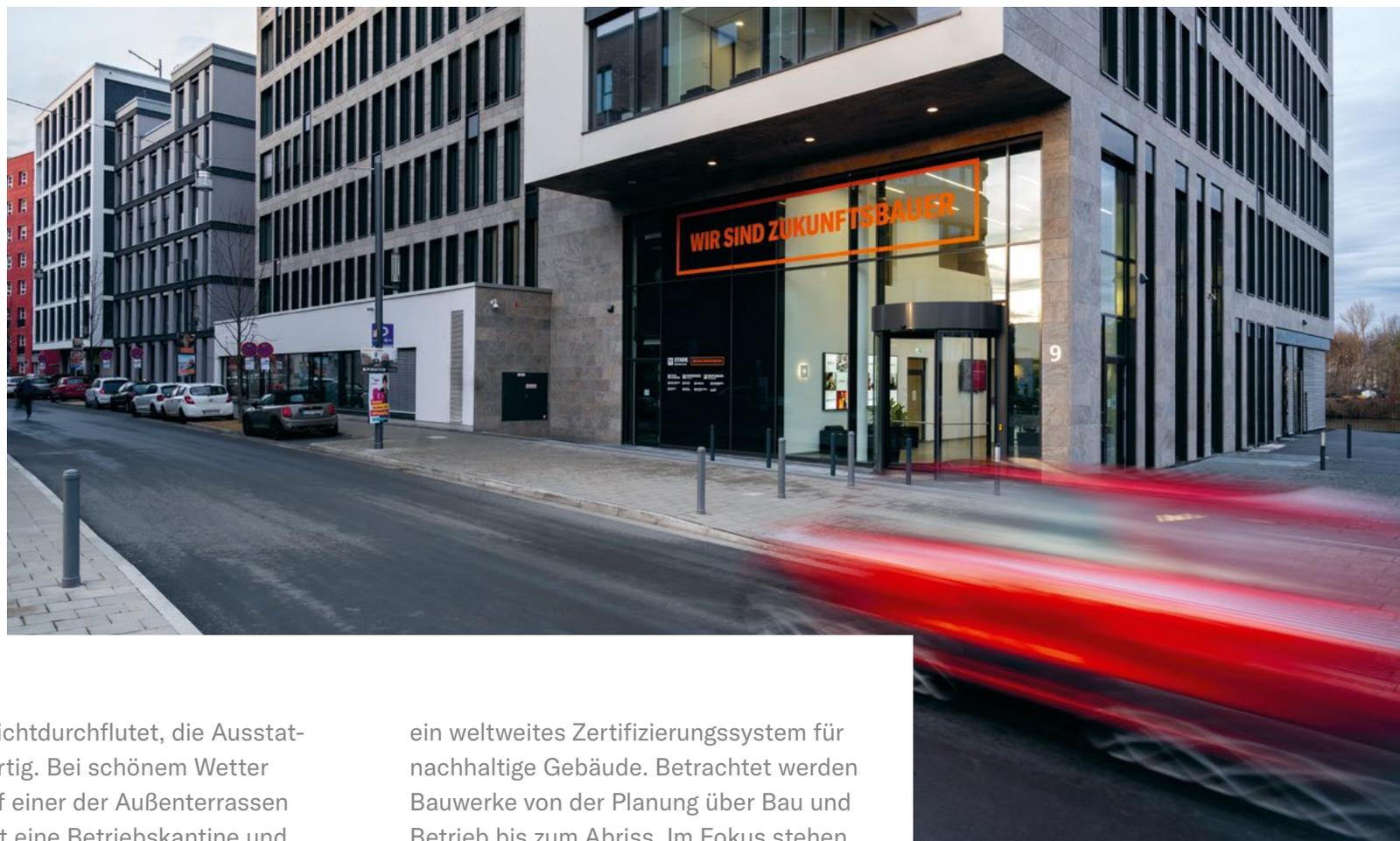
Dass sich die 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hier wohl fühlen, liegt nicht nur an der Umgebung im modernen Hafenviertel. Die meisten haben Arbeitsplätze mit Aussicht auf den Main, die

Räume sind lichtdurchflutet, die Ausstattung hochwertig. Bei schönem Wetter kann man auf einer der Außenterrassen sitzen, es gibt eine Betriebskantine und ein Bistro, einen Fahrradkeller und für radelnde Kolleginnen und Kollegen eine Dusche. Das Gebäude trägt ein LEED-Zertifikat in Gold. LEED steht für „Leadership in Energy and Environmental Design“,

ein weltweites Zertifizierungssystem für nachhaltige Gebäude. Betrachtet werden Bauwerke von der Planung über Bau und Betrieb bis zum Abriss. Im Fokus stehen nachhaltiges Baustellenmanagement, Wasser- und Energieeffizienz, umweltfreundliche Baustoffe, eine emissionsarme Innenraumausstattung, Behaglichkeit sowie die Qualität des Designs und des Standorts.

Um eine LEED-Zertifizierung zu erhalten, muss eine bestimmte Gesamtpunktzahl erreicht werden. Die Bewertung erfolgt in vier Stufen, wobei Gold und Platin die Königsklasse sind. Um diese zu erreichen, setzen Immobilienentwickler auf einen möglichst hohen Anteil an Materialien, die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Sie sollen aus regionalen Quellen kommen, einen hohen Recyclinganteil haben oder schnell nachwachsen. Holz sollte FSC®-

oder PEFC™-zertifiziert sein, Böden, Farben, Lacke, Kleber und andere Stoffe, die im Innenraum verwendet werden, müssen nachweislich emissionsarm und damit gesundheitlich unbedenklich sein. Beim Abriss des Gebäudes, am Ende des Lebenszyklus, sollte ein möglichst hoher Anteil der Baustoffe recycelt werden können. Der Offenbacher Hauptsitz von STARK Deutschland macht vor, wohin die STARK Group insgesamt steuert: Hin zu einem Bauen, bei dem der sparsame Umgang mit Ressourcen, Wohngesundheit und eine jeweils optimale Balance von Funktionalität und Ästhetik im Mittelpunkt stehen.



Der **Wasserverbrauch** am Hauptsitz ist **45 % NIEDRIGER** als in vergleichbaren Gebäuden. Der Grund dafür sind insbesondere wassersparende Armaturen. Der **Energieverbrauch** ist um gut **20 % NIEDRIGER**.

4

UNSER MARKT

Als Marktführer im Baustoff-Fachhandel wollen wir alle Marktteilnehmer des Baustoffmarkts in Deutschland zusammenbringen.

Produkte und Beratung



4

Produkte und Beratung

Wir analysieren unser gesamtes Sortiment und bilden uns weiter, damit wir unsere Kunden beim nachhaltigen Bauen optimal unterstützen.

Ob Öffentliche Hand oder privatwirtschaftliches Unternehmen, alle unsere größeren Kunden beschäftigen sich mit dem Thema Nachhaltigkeit. Die Dringlichkeit des Klimawandels sowie politischer und gesellschaftlicher Druck sind offensichtlich: Es ist Zeit zu handeln. Jetzt.

STARK Deutschland begreift diese Entwicklung als Chance. Als Baustoff-Fachhandel mit einem Portfolio von über 105.000 Produkten allein im Online-Shop läuft bei uns die Expertise aus unterschiedlichen Gewerken zusammen. Diese Schnittstelle wollen wir nutzen, um Kundinnen und Kunden verstärkt beim nachhaltigen Bauen zu beraten und sie bei der konkreten Planung zu unterstützen. Auch digitale Präsentationsformen und virtuelle Planungstools werden dabei eine wichtige Rolle spielen. Wir möchten nachhaltiges Bauen vereinfachen.

STARK Deutschland hat schon jetzt ein umfangreiches Sortiment an Produkten mit Öko-Labels. Dazu gehören Hölzer und Holzprodukte ebenso wie Pflastersteine, Kleber, Mörtel, Farben oder Dämmelemente. Dieses Angebot bauen wir weiter aus. Auch viele andere Produkte unseres Sortiments erfüllen Nachhaltigkeitsansprüche: Rigipsplatten oder bestimmte Betonprodukte bestehen teilweise oder ganz aus Recyclingmaterial. Und viele unserer Dämmmaterialien basieren auf nachwachsenden Rohstoffen wie Hanf, Holz, Jute oder Schafwolle.



Warum unsere Kunden uns gut finden: Vertrauen zählt

KERAMUNDO wurde 2019 und 2020 zum besten deutschen Fliesenhändler gewählt. Dafür hatte das Handelsblatt gemeinsam mit dem Forschungsinstitut ServiceValue die größten Unternehmen der Branche ausgewählt und Kunden befragt. Im Jahr 2020 befragte die „Wirtschaftswoche“ gemeinsam mit dem Forschungsinstitut ServiceValue über 500.000 Kunden. Profis aus Bau und Handwerk bestätigten KERAMUNDO „höchstes Kundenvertrauen“ im Bereich Fliesenmärkte.

Wir möchten **NACHHALTIGES BAUEN vereinfachen.**

Unser Gesamtsortiment werden wir ab 2021 unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten analysieren und weiterentwickeln. Unsere Mitarbeitenden in den Niederlassungen schulen wir so, dass sie Kunden die Vor- und Nachteile einzelner Produkte erläutern können. Bis 2024 wollen wir einen Teil unserer Mitarbeitenden zu Nachhaltigkeitspezialisten weitergebildet haben.

Auch unsere internen Reporting-Strukturen bauen wir mittelfristig so aus, dass wir Kunden Rechenschaft darüber ablegen können, wie wir unseren CO₂-Ausstoß managen und welchen Beitrag wir zur Kreislaufwirtschaft leisten. Insbesondere für Kunden, die unter die CSR-Berichtspflicht und die Taxonomie im Rahmen des europäischen „Green Deal“ fallen, sind solche Informationen relevant. Details erarbeiten wir 2021.

Im Jahr 2020 haben wir ein Key-Account-Managementsystem eingeführt, um Großkunden besser betreuen zu können. Unser Beteiligungsunternehmen Muffenrohr verfügt zudem über ein ausgewiesenes technisches Key Account Management (T-KAM),

das kaufmännische Kompetenz mit ingenieurtechnischem Fachwissen verknüpft. So ist Muffenrohr in der Lage, Kunden im Bereich Tiefbau ganzheitlich zu beraten – auch zu wirtschaftlichen Alternativvorschlägen und technischen Sonderlösungen.

Mit Kunden sind wir durch Außendienst und Vertrieb, aber auch an unseren Standorten ständig in Kontakt. Wir beraten sie so umfassend wie möglich. Seit Mai 2020 erfassen wir die Kundenzufriedenheit mit einer neuen Kennzahl, dem „Net Promoter Score“ (NPS). Beim NPS werden Kunden per Mail nach ihrer Weiterempfehlungsbereitschaft gefragt. Ein positiver NPS verdeutlicht, dass mehr Kunden uns potenziell weiterempfehlen würden, bei einem negativen NPS überwiegt die Kritik. Im November 2020 lag unser Wert bei sehr guten 55,0. Seit Beginn der Erhebung konnten wir bereits einen Anstieg verzeichnen. Unsere Kundinnen und Kunden hoben in der Befragung vor allem das Produktsortiment sowie die Freundlichkeit und Beratung durch unsere Mitarbeitenden hervor. Das ist Ansporn für unsere Entwicklung.

UNSERE **NACHHALTIGKEITSPRINZIPIEN**



Haltung

Wir integrieren Nachhaltigkeit in alle Prozesse über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg und schulen unsere Mitarbeitenden darin, sozial, wirtschaftlich und ökologisch nachhaltig zu handeln.



Sortiment

Wo es wirtschaftlich sinnvoll ist, bieten wir ein Sortiment an Produkten mit Öko-Labels an. Damit stellen wir sicher, dass unser Angebot den Markterwartungen entspricht und aktuellen Produktentwicklungen folgt.



Beratung

Wir verfügen über kommerziell relevantes Wissen, um nachhaltige Produktalternativen zu empfehlen und bevorzugter Partner für nachhaltiges Bauen zu werden.



Produktdokumentation

Wir unterstützen die gestiegene Nachfrage unserer Kunden bezüglich der Umweltauswirkungen von Produkten über ihren gesamten Lebenszyklus durch effiziente Produktdokumentation.



Vernetzung

Wo es wirtschaftlich sinnvoll ist, sind wir in Nachhaltigkeitsnetzwerken aktiv und offen für Partnerschaften, die Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft fördern.



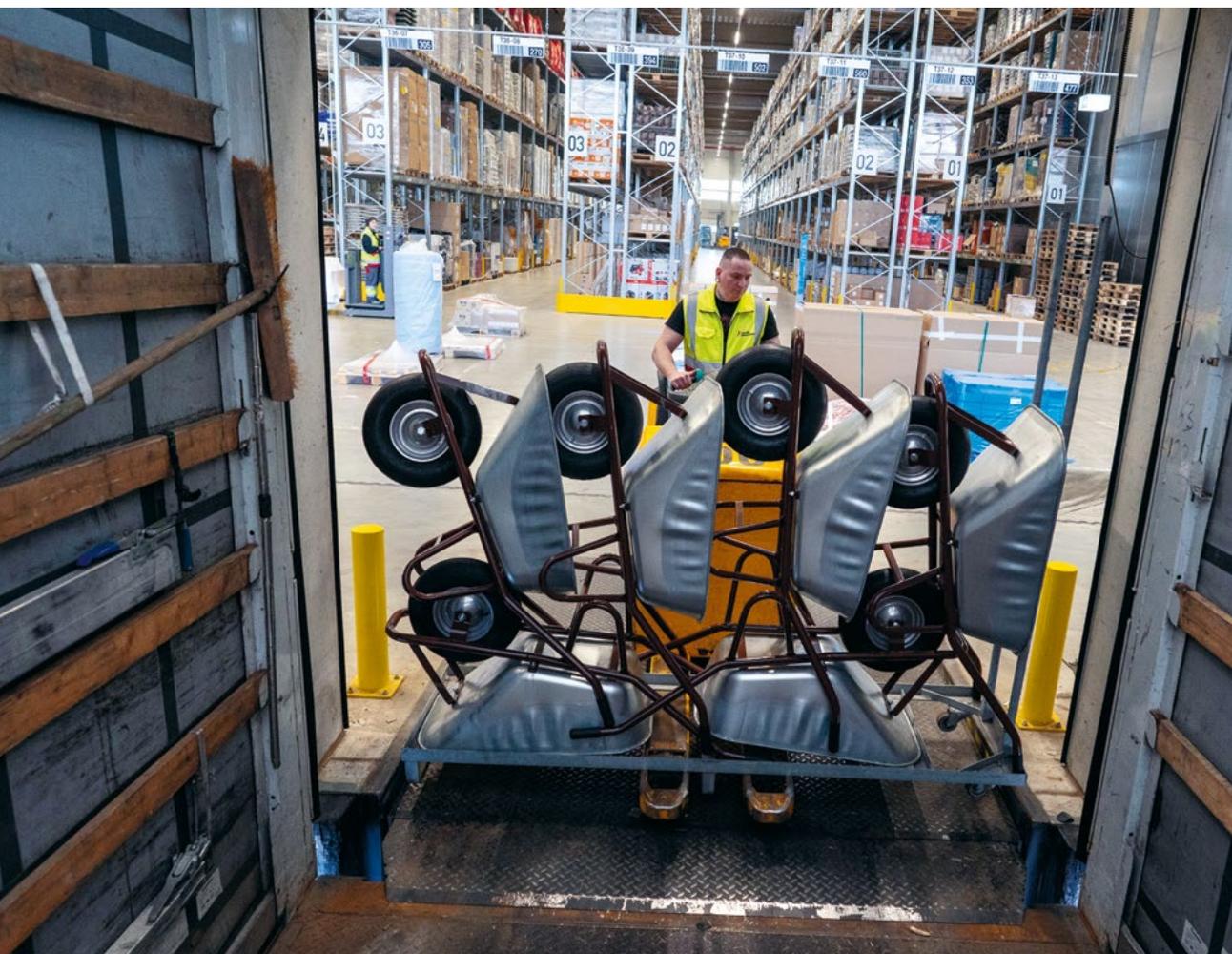
Im hochmodernen Logistikzentrum von STARK Deutschland werden Lieferungen elektronisch verfolgt

STARK AUFGESTELLT

Neues Logistikzentrum als Eckpfeiler der Digitalisierungsstrategie

In Osterweddingen bei Magdeburg hat Mitte 2019 das neue Logistikzentrum von STARK Deutschland eröffnet. Hier lagern Profi-Baustoffe und -werkzeuge, die das Unternehmen als Eigenmarken unter den Namen „Raw“ und „Raptor“ vertreibt, aber auch Fliesen von KERAMUNDO sowie Artikel von Lieferanten, die nicht in

allen Niederlassungen vorgehalten werden können. Vom Wareneingang über Lagerung, Umverpackung und Abtransport wird jede Sendung elektronisch verfolgt. Für das Packen von Paletten und Kartons müssen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter keine Häkchen mehr auf Listen setzen, sondern werden durch „Pick-by-Voice“



Alexander von Weinzierl, Director Supply Chain Management STARK Deutschland, im Zentrallager in Osterweddingen

unterstützt, eine Sprachsoftware, die Bestellungen per Headset kommuniziert, direkt aus dem elektronischen Workflow heraus. Ist eine Ladung besonders schwer, gibt das System die Information aus, dass zwei Personen zur Kommissionierung gebraucht werden.

Trotz aller Technik arbeiten rund 150 Menschen im Logistikzentrum, zehn davon sind Auszubildende. In der Region ist STARK Deutschland ein stabiler Arbeitgeber und einer, der geschätzt wird: Als mit dem Neubau die veralteten Lager in Magdeburg, Halle und Schwanenbeck

geschlossen wurden, kamen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit nach Osterweddingen, trotz teilweise längerer Anfahrtswege. Das hochmoderne Lager ist Teil der Digitalisierungsstrategie des Unternehmens. IT-gestützte Prozesse reduzieren Fehler und steigern die Effizienz. Waren sind schneller und zuverlässiger verfügbar. Kunden wissen das zu schätzen, ergab eine 2019 durchgeführte Zufriedenheitsanalyse: 98 Prozent aller Produkte seien immer sofort verfügbar, bescheinigten die Kunden. Und 80 Prozent von ihnen sind mit dem Lieferservice von STARK Deutschland zufriedener oder

„Unser **LOGISTIKZENTRUM** in Osterweddingen ist mit Abstand der **modernste Standort** der gesamten STARK Group“

Alexander von Weinzierl

deutlich zufriedener als mit dem des Wettbewerbs. Die große Zufriedenheit der Kunden schlug sich im Geschäftsjahr auch gleich wieder im Logistikzentrum nieder, in „erheblich gestiegenen Waren-

bewegungen“, wie Alexander von Weinzierl es ausdrückt. Will sagen: Die Mitarbeitenden dort hatten trotz IT immer alle Hände voll zu tun.

5

UNSER ENGAGEMENT

Das gesellschaftliche Engagement von STARK Deutschland spiegelt unser Selbstverständnis als nachhaltiges Unternehmen wider.

Verantwortung vor Ort, heute und morgen



5

Verantwortung vor Ort, heute und morgen

Wir übernehmen Verantwortung für unsere wirtschaftlichen Aktivitäten und unterstützen das Umfeld, in dem wir arbeiten.

Die Ausrichtung unseres Kerngeschäfts ist unser größter Hebel, wie wir zu einer fairen, ökologischen und nachhaltigen Entwicklung beitragen können. Als Marktführer für den Baustoff-Fachhandel haben wir eine besondere Verantwortung in der Baustoffbranche. Ende 2020 haben wir begonnen, Konzepte für mehr Nachhaltigkeit in unserem Produktportfolio, in unseren Lieferketten, beim Betrieb unserer Standorte und der Gestaltung unserer Flotte zu erarbeiten. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden wir in den kommenden Jahren so schulen, dass sie Kunden kompetent bei der Auswahl umweltfreundlicher und sozial produzierter Produkte beraten können.

Details und Ziele unserer Maßnahmen publizieren wir im Nachhaltigkeitsbericht 2021.

Doch alleine den großen strategischen Hebel zu bedienen, ist nicht genug. An unseren über 200 Standorten sind wir eng mit den Menschen vor Ort verbunden, daraus erwächst soziales Engagement. Bei Not reagieren wir schnell. So haben wir zu Anfang der Covid-19-Krise der Hessischen Landesregierung 5.000 Atemschutzmasken überlassen, um sie an Kliniken und medizinisches Fachpersonal weiterzuleiten – als Baustoff-Fachhändler führen wir Schutzmasken für den Einsatz auf Baustellen im Sortiment.

„Wir **UNTERSTÜTZEN** vor Ort, wo wir können. Das ist uns ein Anliegen.“

Mario Gerstner,
Geschäftsleiter Geschäftsfeld Mitte, STARK Deutschland



Unser größtes soziales Engagement jedoch ist die Kinderhospizarbeit. Seit 2012 fördern wir sowohl den Bundesverband Kinderhospiz e. V. als auch einzelne Einrichtungen in der Nähe unserer Niederlassungen. Wir engagieren uns vor Ort für die wichtige Arbeit der Kinderhospize und spendeten allein im zurückliegenden Geschäftsjahr 25.000 €.

Auch das Kinderhospiz Bärenherz in Leipzig, wo dauerhaft 400 Kinder und deren Angehörige Unterstützung finden, haben wir 2020 gefördert.



UNSER ENGAGEMENT

Gesellschaftliches Engagement ist Teil unseres Selbstverständnisses als nachhaltiges Unternehmen.

Frau Kraft, das Wort „Hospiz“ verbindet man mit dem Sterben. Betreut ihr Verband nur Kinder am Lebensende?

Nein. Wir begleiten Familien über ihren gesamten Lebensweg und oft noch viele Jahre über das Sterben ihres Kindes hinaus. Wir haben 200 ambulante Einrichtungen, wo Eltern und Kinder Unterstützung finden. Daneben haben wir 20 teil- und vollstationäre Kinderhospize mit Pflegebetten und Appartements. Hier können Familien einige Wochen im Jahr einen kleinen Urlaub vom Alltag machen, der oft anders nicht möglich wäre.

Die häufigsten tödlichen Kinderkrankheiten sind Stoffwechsel- und Muskelstörungen. Die Kinder bauen jahrelang immer weiter ab.

Das mit anzusehen ist für Familien kaum auszuhalten. Dazu kommt oft finanzielle Not. Eltern können nicht arbeiten, weil sie zuhause pflegen, die Ehen scheitern, manche Therapie wird von Krankenkassen nicht übernommen, das Pflegegeld gestrichen. Eltern und Kinder leben

in permanentem Ausnahmezustand. Es sind die Schwächsten, die durchs Raster fallen.

Hospize schließen da eine große Lücke, aber wie finanzieren Sie Ihre Arbeit?

Wenn ein Hospiz einmal aufgebaut ist, schießen die Krankenkassen pro Patient einen Teil zu. In ganz überwiegendem Maß aber decken wir unsere Ausgaben durch Spenden, und das ist keine Dauerlösung. Wir brauchen eine bessere Finanzierung durch die Krankenkassen. Dafür machen wir uns stark.

Der Hospizverband hat ein Sorgentelefon, Chats und eine eigene Jugendorganisation. Werden solche Angebote genutzt?

Das Sorgentelefon „Frag' Oskar“ ist rund um die Uhr besetzt. 30 Beraterinnen und Berater teilen sich die Aufgabe und ja, sie haben zu tun. Die Chats sind moderiert, wir haben einen für Eltern und einen für Jugendliche.



Timo Kirstein, CSO STARK Deutschland, und Katja Steinweg, CHRO STARK Deutschland (bis 31.12.2020), mit Sabine Kraft, Geschäftsführerin Bundesverband Kinderhospiz

Und was macht Ihre Jugendorganisation?

Sie heißt „Grüne Bande“ und liegt mir besonders am Herzen. Hier kommen kranke Kinder und Geschwisterkinder nicht nur digital, sondern auch zu Ausflügen und Veranstaltungen zusammen. Im letzten Jahr hat die „Grüne Bande“ sogar ein eigenes Lied aufgenommen. Im Refrain heißt es: „Wir sind nicht normal, aber völlig normal.“

Das klingt nach ziemlich viel Energie.

Ja, genau diese Energie zu fördern ist unsere Aufgabe. Wir wollen Kinder, Eltern und Geschwister so stärken, dass sie es schaffen, ihren Weg gemeinsam zu gehen. Spender wie STARK Deutschland ermöglichen uns das.

Wir freuen uns über Fragen und Anregungen zu unserem Nachhaltigkeitsengagement und über Feedback zu diesem Bericht.

Impressum

Verantwortlich für den Inhalt

STARK Deutschland GmbH
Dr. Katharina Janke
Leiterin Unternehmenskommunikation
Hafeninsel 9
63067 Offenbach/Main
Tel.: +49 69 668110-0
katharina.janke@stark-deutschland.de
www.stark-deutschland.de

Alle Rechte vorbehalten.
Eine Verbreitung jeglicher Art, auch auszugsweise, bedarf der Genehmigung der Herausgeberin.

Text und Redaktion

Dr. Daniela Simpson,
Agentur für Nachhaltigkeit

Gestaltung

Bohm und Nonnen
Büro für Gestaltung GmbH,
Darmstadt

Fotos

STARK Group A/S,
STARK Deutschland GmbH
Adobe Stock (S. 7, 10)
Shutterstock (S. 27)
Diasporahaus Bietenhausen e.V. (S. 35)
Kinderhospiz Bärenherz Leipzig e.V. (S. 36)