



Nachhaltigkeit in der MERKUR GROUP

Unternehmerfamilie Gauselmann

Warum Nachhaltigkeit ein
Generationenthema ist

ESG

Die Dimensionen
der Nachhaltigkeit im
MERKUR Kontext

Worauf es ankommt

Zentralbereich Nachhaltigkeit
positioniert sich zu
den nächsten Schritten

„Wir müssen die großen und
globalen Herausforderungen
jetzt entschlossen angehen
und können sie nicht
auf unsere Kinder und Enkel-
kinder verlagern.“

Paul Gauselmann



Nachhaltigkeit in der MERKUR GROUP

Als familiengeführtes Unternehmen sehen wir uns besonders in der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie der Umwelt. Deshalb ist der Themenkomplex *Nachhaltigkeit* (ESG – Environment, Social, Governance) seit vielen Jahren fester Bestandteil unseres betrieblichen Alltags – auch ohne gesetzliche Regelungen und Auflagen. Die ESG-Themen sind in unserer Unternehmerfamilie sowie im Vorstand fest verankert und werden hier unterstützt und vorangetrieben.

„Nachhaltig ist, in Generationen zu denken und den Unternehmenserfolg zu teilen. Wir müssen die großen und globalen Herausforderungen jetzt entschlossen angehen und können sie nicht auf unsere Kinder und Enkelkinder verlagern.“

Der Unternehmensgründer und Vorstandssprecher *Paul Gauselmann* ist besonders stolz darauf, dass diese Prämisse von den nachfolgenden Generationen seiner Familie unterstützt wird. ■



ENVIRONMENT
Umweltverschmutzung, Treibhausgasemissionen etc.

SOCIAL
Arbeitssicherheit, gesellschaftliches Engagement etc.

GOVERNANCE
Unternehmenswerte, Kontrollprozesse etc.

Über uns

Um den wachsenden sozialen, ökologischen und ökonomischen Anforderungen – sowie auch den hohen Ansprüchen der Unternehmerfamilie selbst – noch besser gerecht zu werden, wurde 2022 der Zentralbereich Nachhaltigkeit (ZBN) geschaffen. Dieser ist unter anderem damit betraut, umfassende Strategien für ein nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Wirtschaften zu entwickeln und zu etablieren.

Der Bereich agiert als Stabsstelle und ist den Vorstandsbereichen Finanzen sowie Marketing, Kommunikation und Politik unterstellt. Das Team wird von SEBASTIAN KITZELMANN und NILS RULLKÖTTER geleitet. Als Projektmanagerinnen sind JOSEPHINE ROSEMEIER und LOUISA PFEIL Ansprechpartnerinnen für gruppenweite ESG-Themen und werden dabei durch MANUELA BLOEDORN als Teamassistentin unterstützt. ■



V. l. n. r.: Nils Rullkötter, Louisa Pfeil, Josephine Rosemeier, Sebastian Kitzelmann

Nachhaltigkeit als Vorstandsthema

Neben der Unternehmerfamilie sind die treibenden **Projektsporen** im Vorstand LARS FELDERHOFF, zuständig für den Finanzbereich, und MANFRED STOFFERS, der die Bereiche Marketing, Kommunikation und Politik verantwortet. Mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unterstützen sie maßgeblich den Aufbau und die Etablierung des neuen Zentralbereichs Nachhaltigkeit in der gesamten MERKUR GROUP.



Lars Felderhoff, Vorstand Finanzen



Manfred Stoffers, Vorstand Marketing, Kommunikation, Politik

„Wir sehen aktuell, dass der Finanzsektor treibende Kraft bei dem gesellschaftlich wichtigen Thema Nachhaltigkeit ist. Das erfahren wir auch unmittelbar in den Gesprächen mit unseren Banken. Dort gibt es eine ganz klare Erwartungshaltung, dass das Nachhaltigkeitsmanagement professionell aufgesetzt wird.“

„In der politischen Diskussion kommt niemand um das Thema Nachhaltigkeit herum. Auch deshalb freue ich mich, dass die Unternehmerfamilie Gauselmann und die gesamte Unternehmensgruppe das Thema so hoch priorisiert.“

Verankerung im Unternehmen

Ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement kann nur mithilfe von vertikaler, horizontaler und funktionsübergreifender Integration in die Organisationsstruktur gelingen, die im letzten Jahr erfolgreich in die Unternehmensgruppe implementiert wurde. Um dabei stets die Interessen der Unternehmerfamilie im Blick zu haben, hat mit JANIKA GAUSELMANN eine Enkelin des Unternehmensgründers die Projektpatenschaft übernommen. Sie steht im aktiven Austausch mit dem Zentralbereich Nachhaltigkeit und begleitet die unterschiedlichen Prozessphasen. Darüber hinaus wurde im vergangenen Jahr der Lenkungsausschuss für Nachhaltigkeit gegründet, der aus den Vorständen der MERKUR GROUP besteht. Der Ausschuss agiert als zentrales Entscheidungsgremium und steuert unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Ein einheitliches gruppenweites Nachhaltigkeitsverständnis kann nur durch die Unterstützung aus den verschiedenen Unternehmensbereichen und den Zentralabteilungen gelingen. Dies haben wir als Anlass genommen, um ein Strategieteam zusammenzustellen, das gemeinsam mit dem Zentralbereich Nachhaltigkeit an den wesentlichen Aufgaben des Nachhaltigkeitsmanagements arbeitet und zudem als beratende Instanz zur Verfügung steht.

Das Strategieteam umfasst dabei Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Leitungsebenen (Geschäftsführende, Zentralbereichsleitungen und weitere Vertreterinnen und Vertreter der Leitungsebenen) sowie Expertinnen und Experten aus den jeweiligen Fachbereichen. Wie bei allem gilt, dass unser Erfolg durch die Anstrengungen von all unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vorangetrieben wird. Die Projektfortschritte werden zudem regelmäßig im Beirat der Gauselmann Familienstiftung präsentiert. ■

STIFTUNGSBEIRAT

Lenkungsausschuss Nachhaltigkeit

- Treffen von übergreifenden Entscheidungen
- Überprüfung und Freigabe von Ergebnissen
- Beratende Funktion

Mitglieder: Vorstandsmitglieder der MERKUR GROUP

Zentralbereich Nachhaltigkeit

- Vorbereitung und Implementierung der Strategie
- Koordination und Organisation des Gesamtprojekts
- Interne und externe Kommunikation

Mitglieder: Sebastian Kitzelmann, Nils Rullkötter, Louisa Pfeil, Josephine Rosemeier

Strategieteam Nachhaltigkeit

- Begleitung der Strategie und Umsetzung (Patenschaftsprinzip)
- Multiplikatorenfunktion
- Entwicklung von Zielen und Maßnahmen

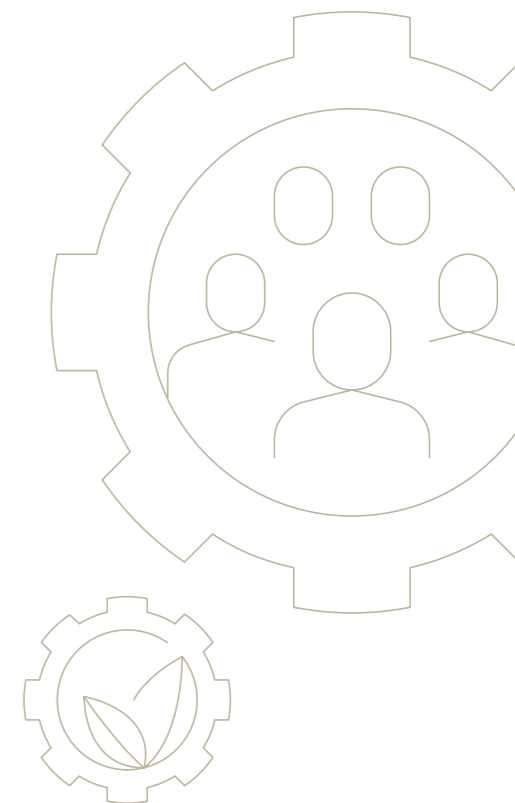
Mitglieder: Geschäftsführende, Zentralbereichsleitungen und andere Vertreterinnen und Vertreter der Leitungsebene

Fachbereiche

- Einkauf
- Personal
- Energiemanagement
- Arbeits- und Umweltschutz
- Geschäftsführung
- Internal Audit
- Qualitätsmanagement
- Prävention
- Recht
- Compliance

Janika Gauselmann

- Projektpatenschaft
- Interessenvertretung der Unternehmerfamilie





Umweltschutz

Im Gespräch erläutert Jürgen Wesemann, Umwelt- und Arbeitsschutzmanagementbeauftragter der adp MERKUR GmbH, das langjährige Umweltengagement der MERKUR GROUP in der Produktion.

Welchen Stellenwert nimmt Ihrer Meinung nach der Umweltschutz in der MERKUR GROUP ein?

Als Wirtschaftsunternehmen ist sich die MERKUR GROUP ihrer Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt bewusst. Daher ist der Schutz von Natur und Umwelt zu einem festen Bestandteil des betrieblichen Alltags geworden. Ich bin seit 45 Jahren Teil der Unternehmensgruppe und kann aus eigener Erfahrung berichten, dass sich das Umweltmanagement stetig weiterentwickelt hat und nachhaltige Projekte zahlreicher und vielfältiger geworden sind.

Wo sehen Sie die Stärken einer ISO-14001-Zertifizierung im Produktionsbereich?

Mit der freiwilligen ISO-14001-Zertifizierung im gesamten Produktionsbereich der MERKUR GROUP haben wir es 2013 geschafft, einen internationalen Nachhaltigkeitsstandard zu implementieren. Dieser ermöglichte es uns, eine Umweltpolitik und entsprechende Zielsetzungen unter Berücksichtigung der rechtlichen Verpflichtungen und Informationen über wesentliche Umweltaspekte am Produktionsstandort zu etablieren. Für uns bedeutet dies nicht nur die Unterstützung bei der Minimierung von Umweltrisiken, sondern auch den Anstoß zur Entwicklung eigener Ideen wie bspw. des Einsatzes umweltschonender LED-Technik beim Betrieb von SPIEL-Geräten und die Wiederaufbereitung von Miet- und Leasinggeräten.

ENVIRONMENT

Unter dem Stichwort „Environment“ betrachten wir die Umweltaspekte, die wir als Unternehmensgruppe beeinflussen können.

Zentraler Punkt wird dabei der strategische Klimaschutz sein, aber auch der Umweltschutz innerhalb unserer Produktion sowie schonendes Ressourcenmanagement und der Einsatz erneuerbarer Energien bilden für uns wichtige Säulen bei der Ausgestaltung des Kriteriums „Environment – Umwelt“.

Welche Perspektiven sehen Sie im Umweltschutz für die MERKUR GROUP?

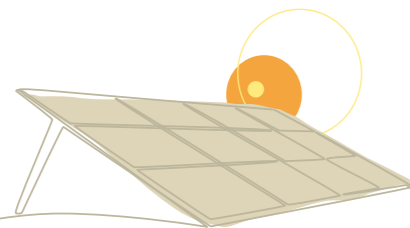
Das Thema Nachhaltigkeit wird aktuell gesamtgesellschaftlich vorangetrieben und findet nun in allen Unternehmen Platz, somit eröffnen sich auch für den Umweltschutz ganz neue Perspektiven. Es freut mich, zu sehen, dass sich der Umweltschutz innerhalb unseres Unternehmens zu einem gruppenweiten Thema entwickelt und noch mehr Tragweite gewinnt. Mithilfe der Implementierung eines ESG-Datenmanagements und der Etablierung einer Nachhaltigkeitsstrategie können wir künftig mit dem Umweltschutz gruppenweit dort ansetzen, wo er die meiste Wirkung entfaltet. ■



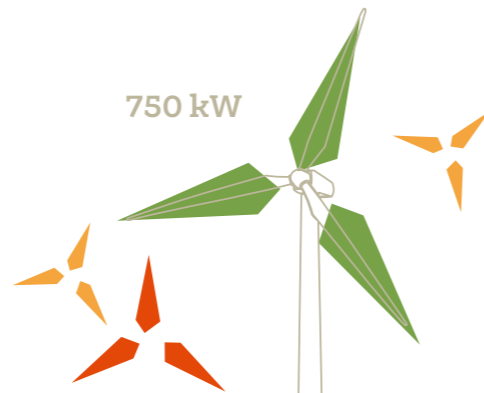
PV- und Windkraftanlagen

SCHWERPUNKT UMWELT

2,3 Mio. kWh



750 kW



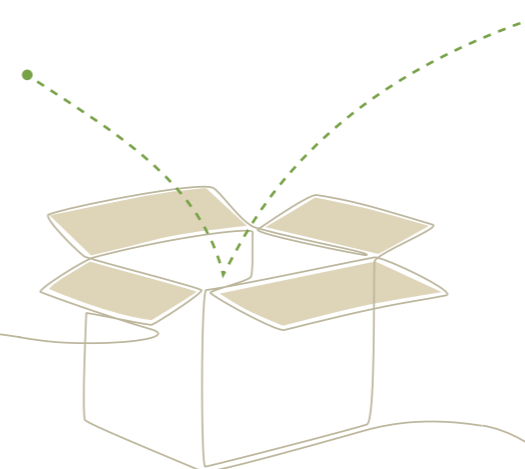
Bereits seit über 20 Jahren setzt die MERKUR GROUP auf eine nachhaltige Stromerzeugung. 1999 wurde am Produktions- und Entwicklungsstandort in Lübbecke die erste Anlage zur Erzeugung erneuerbarer Energie in Betrieb genommen. Die Windkraftanlage mit einer Leistung von 750 kW trägt einen wichtigen Teil zur Stromversorgung unseres Werks bei und auch zukünftig wird weiter in diese Technologie investiert. Darüber hinaus setzt unser Unternehmen auf den Betrieb von eigenen Blockheizkraftwerken. In Lübbecke sowie an unserem Schloss Benkhausen in Espelkamp sind insgesamt gleich drei dieser innovativen Anlagen mit einer elektrischen Gesamtleistung von 181 kW installiert.

Aber auch Sonnenenergie wird zur Stromerzeugung genutzt: Die MERKUR GROUP verfügt über 18 Photovoltaik-Anlagen mit

einer Leistung von ca. 1.250 kW auf den Dächern eigener Immobilien in ganz Deutschland. Allein in Lübbecke befinden sich dabei auf einer Dachfläche von ca. 3.500 m² rund 500 kW der Anlagenleistung. Durch die Gesamtheit aller zur Produktion erneuerbarer Energie verwendeten und hocheffizienten Anlagen werden jährlich über 2,3 Millionen kWh Strom erzeugt.

Zudem gewinnt der Bereich Ladeinfrastruktur immer weiter an Bedeutung. Aktuell werden drei Ladesäulen durch die MERKUR GROUP betrieben, an denen im Jahr 2021 insgesamt über 600 Ladevorgänge durchgeführt wurden. Weitere Lademöglichkeiten befinden sich bereits in Planung bzw. Umsetzung. ■

Geräterecycling



Die Weltwirtschaft ist darauf angewiesen, dass die Unternehmen angesichts des globalen Drucks mit neuen Formen der Innovation und Wertschöpfung vorankommen. Ein wichtiges Element des Fortschritts bildet dabei das Konzept der Kreislaufwirtschaft.

Das Ziel der Kreislaufwirtschaft ist es, im Gegensatz zur „Wegwerfwirtschaft“ den Lebenszyklus eines Produktes zu verlängern, indem bestehende Materialien und Produkte so lange wie möglich geteilt, geleast, wiederverwendet, repariert, aufgearbeitet und recycelt werden.

Mithilfe von verschiedenen Geschäftsmodellen, bspw. durch die Implementierung von Product-as-a-Service (PaaS), ist es uns gelungen, erste Ansätze einer Kreislaufwirtschaft zu etablieren. Darüber hinaus betrachten wir den Einsatz von Technologien als treibende Kraft für eine erfolgreiche Kreislaufwirtschaft. Mithilfe unseres Produktdesigns und dem Einsatz eines schonenden Trockeneis-Reinigungsverfahrens können wir bereits heute 50 Prozent der Bestandteile von nationalen Miet- und Leasinggeräten aufbereiten, recyceln und wiederverwenden. ■

50 %
aufbereiten,
recyceln,
wiederverwenden.



Bildungs- angebot

Im Gespräch erläutert Konrad Ostermeier, Ausbildungsleiter der MERKUR GROUP, den Stellenwert von Chancengleichheit und qualitativ hochwertiger Bildung für die MERKUR GROUP.

Welchen Beitrag leistet das Thema Bildung zur Nachhaltigkeit?

Die vielfältigen gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen und Chancen, die das Thema Nachhaltigkeit mit sich bringt, betreffen insbesondere die jungen Menschen. Sie sind diejenigen, die den größten Einfluss auf künftige Entwicklungen haben und im Gegenzug auch am längsten davon betroffen sein werden. Ich sehe Bildung als ein Schlüsselement, denn sie hat losgelöst von ihrem konkreten Gegenstand den Effekt, das Bewusstsein für die Bedeutung von Zusammenhängen zwischen eigenen Handlungen, der Gesellschaft und der Umwelt zu erkennen und zu verstehen. Der Ansatz der dualen Ausbildung in Deutschland schafft dabei die Vermittlung von Handlungskompetenzen, die junge Menschen befähigt, zukunftsorientierte Lösungen für diese Herausforderungen zu finden.

Welche Bereiche umfassen Bildungsangebote der MERKUR GROUP?

Bei der MERKUR GROUP setzen wir mit unseren Bildungsangeboten nicht nur bei unseren Auszubildenden, sondern auch bei Schülerinnen und Schülern an. Dies reicht von Projekten mit Kooperationsschulen bis zu Angeboten für Berufsorientierung. So bekommen Schülerinnen und Schüler spielerisch beim Bau einer Drohne nicht nur Verständnis für IT und Technik vermittelt, sondern trainieren parallel Teamwork und projektbezogenes Arbeiten. Hier geht es gar nicht darum, jeden Schüler und jede Schülerin für die MERKUR GROUP zu gewinnen, sondern auch einen Beitrag zur Berufsorientierung im Gesamtkontext der Region OWL zu leisten. Darüber hinaus beteiligen wir uns mit jährlich rund 100 Tagespraktika am Programm KAoA des Landes NRW. Auch dieses hat den Sinn, junge Menschen langsam und strukturiert darauf vorzubereiten, den Beruf und den Bildungsgang zu wählen, der am besten zur jeweiligen Persönlichkeit und zu den Zielen passt.

SOCIAL

Der Gedanke, dass wir als Unternehmen etwas an die größere Gemeinschaft zurückgeben, wird durch die Familie Gauselmann stetig gelebt und gefördert.

Unter dem Schwerpunkt „Social“ verpflichten wir uns deshalb, gerechte und sichere Arbeitsbedingungen zu schaffen, den Zugang zu Aus- und Weiterbildungen zu ermöglichen und die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern.

Als Unternehmen der Glücksspielbranche legen wir zudem großen Wert darauf, **SPIEL**-Freude für unsere Gäste zu ermöglichen und unser **SPIEL**-Angebot deswegen unter strengen Qualitätskriterien am besten Spieler- und Verbraucherschutz auszurichten.

Wie werden Auszubildende bei der MERKUR GROUP gefördert?

Sowohl die Vermittlung konkreter Lerninhalte als auch der projektbezogene Ansatz finden sich ebenfalls in der Ausbildung bei der MERKUR GROUP wieder, bspw. durch Business-Sprachangebote und die Mitarbeit bei berufsübergreifenden Projekten wie der Azubi-Homepage. Flexibilität gehört zu den Kernkompetenzen, die junge Menschen für ihr weiteres Berufsleben entwickeln müssen. Dem werden wir gerecht, indem wir unsere Auszubildenden mit Einsätzen auf Messen oder dem Tausch des Arbeitsplatzes innerhalb Deutschlands sowie international auf stetige Veränderungen vorbereiten. Diese Sonderprojekte und auch Ortswechsel passieren optimalerweise im 2. Ausbildungsjahr. Im letzten Ausbildungsjahr verschiebt sich der Fokus auf das Identifizieren einer Übernahmeperspektive und das entsprechende Training auf diese Funktion. ■



Spielerschutz

Ein wesentlicher Bestandteil von sozialer Nachhaltigkeit umfasst die Gewährleistung eines gesunden Lebens und die Förderung des Wohlbefindens, denn nur wer den Fortbestand, die Form und eine Verbesserung unseres sozialen Miteinanders als Gesellschaft nicht aus den Augen verliert, handelt wirklich nachhaltig. Deshalb fühlen wir uns dem Verbraucherschutz sowie dem sensiblen Umgang mit den Risiken der stationären und onlinebasierten Spielangebote verpflichtet.

Um sowohl den gesetzlichen Vorgaben als auch unseren eigenen unternehmerischen Qualitätsansprüchen bei den Themen Spieler- und Jugendschutz gerecht werden zu können, wurde bereits im Jahr 2010 der Zentralbereich Prävention gegründet. Dies erfordert auch wissenschaftliche Unterstützung, die wir von einem international anerkannten Expertenteam erhalten, zu dem neben Vertretern des Managements und des Zentralbereichs Prävention unabhängige, externe Fachleute gehören. ■



Caroline Bückendorf und Tassia Giannopoulos freuen sich über die Auszeichnung als „Gesunder Arbeitgeber“.



Betriebliches Gesundheitsmanagement

Nachhaltiges Wirtschaften funktioniert nur unter gesundheitsverträglichen Arbeitsbedingungen, daher hat die psychische und physische Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für uns höchste Priorität. Ein wichtiges Element bildet dabei unser betriebliches Gesundheitsmanagement, das eine zielgruppengerechte Ansprache verfolgt. Während Führungskräften regelmäßig speziell konzipierte Check-ups zur Verfügung stehen, werden Auszubildende anders sensibilisiert. So versuchen wir unsere Azubis zum Beispiel zum Thema Ernährung abzuholen, da dies in ihrer von Social Media geprägten Lebenswelt eine große Rolle spielt. Natürlich möchten wir auch die Pers-

pektive unserer jungen Mitarbeitenden mit einfließen lassen und haben daher ein eigenes „BGM-Azubi-Team“ ins Leben gerufen. Unsere Maßnahmen reichen von Hautscreenings und physiotherapeutischen Akutsprechstunden über Fitnesskurse wie Yoga, Pilates und Rückenfit bis hin zu Neuroathletik-Trainings und Massagen am Arbeitsplatz.

Um auch die mentale Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu stärken, haben sie die Möglichkeit, sich bei Sorgen und Nöten, die den Alltag betreffen, an eine soziale Ansprechperson zu wenden. ■



Kanalisierungsauftrag

Im Gespräch erläutert Bastian Scholz, Senior Manager Public Affairs der MERKUR GROUP, welche Rolle die MERKUR GROUP bei der Umsetzung des gesetzlich vorgeschriebenen Kanalierungsauftrags einnimmt

Was hat denn die Kanalierung mit dem Thema Nachhaltigkeit zu tun?

Tatsächlich steht die Kanalierung im Zentrum unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Denn der Gesetzgeber hat sich selbst und den erlaubten Glücksspielanbietern einen gesetzlichen Kanalierungsauftrag erteilt, der besagt: Wir (und niemand sonst) sollen durch unser legales sicheres Angebot den natürlichen Spieltrieb der Bevölkerung in geordnete und überwachte Bahnen lenken, um Schwarzmärkten vorzubeugen. Ein starkes Mandat: Ohne uns geht es nicht!

Indem wir im legalen Bereich wirksam Spieler- und Jugendschutz, Sucht- und Betrugsprävention betreiben, treffen wir den Kern des Megathemas Nachhaltigkeit: Wir übernehmen Verantwortung für die gute Entwicklung unserer Gesellschaft. Und zwar genau dort, wo unsere Kernkompetenzen liegen und wir besonders viel Gutes bewirken können.

Welchen Stellenwert hat dieser Kanalierungsauftrag bei der MERKUR GROUP?

Motor erfolgreicher Kanalierung ist der Spielspaß – unser Markenkern. Nur wenn das legale Angebot die Spielgäste durch Spaß und Qualität für sich gewinnt, kann es seine Schutzaufträge erfüllen. Beim Spielangebot enden die Verpflichtungen aus unserem gesetzlichen Kanalierungsauftrag aber nicht: Im steten Dialog mit Politik, Behörden und Wissenschaft identifizieren wir Kanalierungshemmnisse der Glücksspielregulierung und regen zielorientierte Verbesserungen an. Restriktive Regulierung macht unser Angebot gegenüber dem Schwarzmarkt unattraktiv. Die Gäste reagieren: Der Wirtschaftswissenschaftler Justus Haucap hat beim Automatenspiel eine Schwarzmarktquote von 30–46 Prozent ermittelt – Tendenz steigend. Nimmt der Gesetzgeber sein Kanalierungsziel ernst, muss er die Rahmenbedingungen für die legalen Anbieter anpassen.

GOVERNANCE

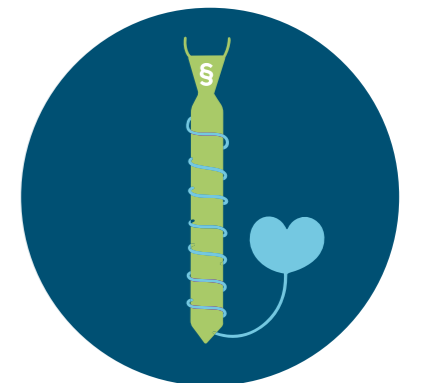
Unter dem Begriff „Governance“ wird im Kontext der Nachhaltigkeit die Einhaltung rechtlicher Vorgaben verstanden. Die Umsetzung der verantwortungsvollen Unternehmensführung ist für uns insbesondere in den Bereichen Compliance, Anti-Korruption und Datenschutz selbstverständlich.

Auch die Wahrung und Förderung von Menschenrechten können wir mit einer gewissenhaften Einbettung in unser Lieferantenmanagement umsetzen. Aus dem durch die Glücksspielgesetzgebung vorgegebenen Kanalierungsauftrag verstehen wir zudem die bestmögliche Umsetzung von Jugend- und Spielerschutz als unseren Beitrag zu verantwortungsvoller Unternehmensführung.

Steht die Kanalierung der Spielbedürfnisse in den legalen Markt durch möglichst attraktive Spiele denn nicht im Widerspruch zum Spielerschutz?

Das genaue Gegenteil ist der Fall: Kanalierung ist nicht alles – aber ohne Kanalierung ist alles nichts! Der Glücksspielstaatsvertrag definiert eingangs fünf gleichrangige Ziele der Glücksspielregulierung in Deutschland – darunter ist die Kanalierung eines.

Tatsächlich aber ist sie den anderen Zielen sachlogisch vorgeschaltet: Suchtprävention, Jugend- und Spielerschutz, Betrugs- und Kriminalitätsbekämpfung können doch logischerweise nur im legalen Markt – also unter der Voraussetzung erfolgreicher Kanalierung – gelingen. Für uns sind Kanalierung und Spielerschutz daher immer zwei Seiten derselben Medaille: Wer das Spiel der Menschen durch hochwertige Angebote erfolgreich in den legalen Markt lenkt, kann dort – und nur dort! – effektiven Spielerschutz betreiben. ■



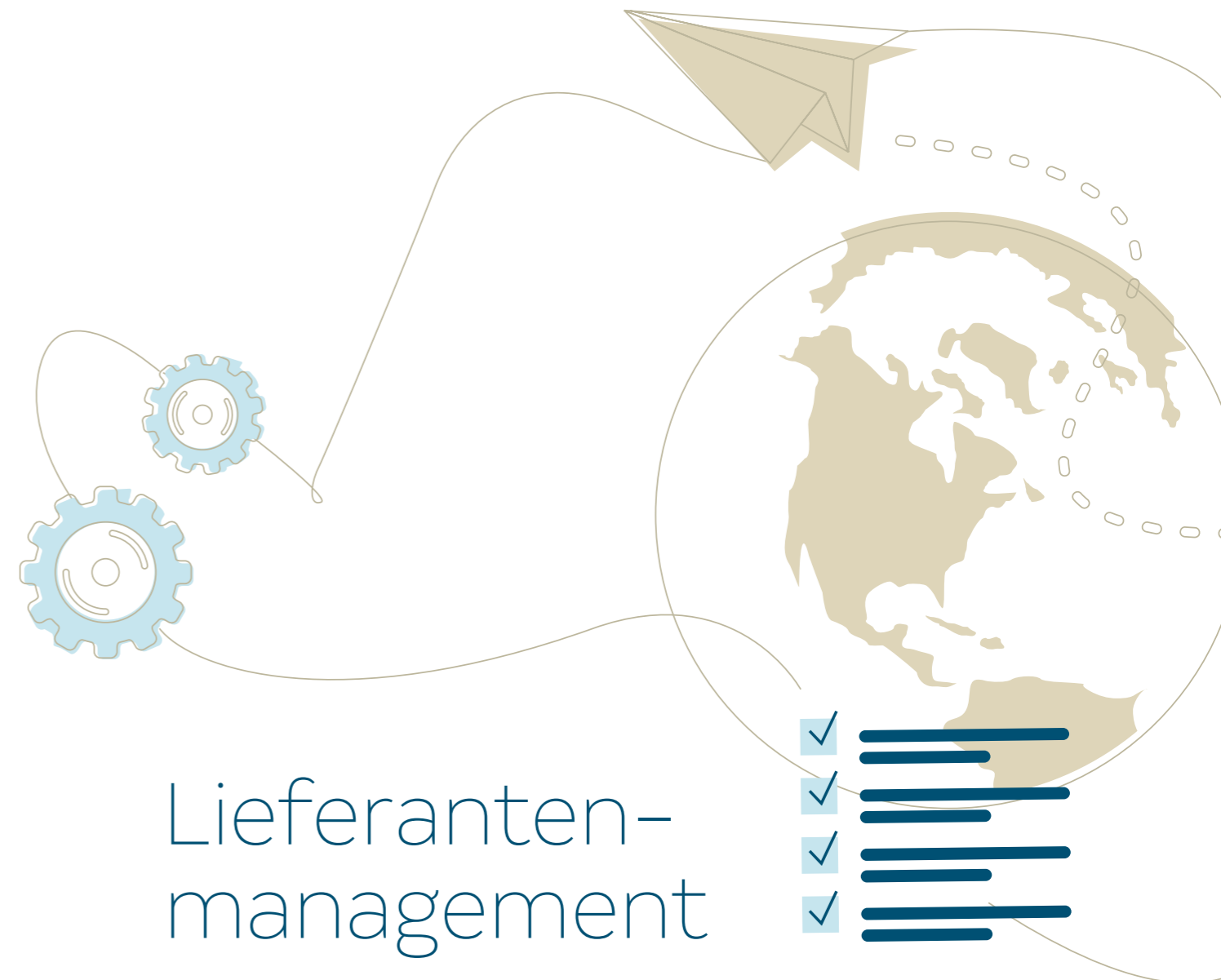
Netzwerk Compliance Officers

Hinter dem Begriff Compliance verbergen sich viele Themen, die vom Datenschutz über die Wahrnehmung von Geschäftsgeheimnissen bis hin zur Beobachtung von Lizenzierungs- und Gesetzesentwicklungen reichen. Als global agierende Unternehmensgruppe werden wir mit vielfältigen internationalen Gesetzgebungen konfrontiert, daher fordern wir von unseren Compliance-Beauftragten große Aufmerksamkeit und eine kontinuier-

liche Beobachtung, um diese Herausforderungen zuverlässig und rechtskonform meistern zu können. Seit 2014 veranstalten wir regelmäßige Compliance-Officer-Workshops, in denen wir Kernpunkte der weltweit stetig wachsenden Zahl von Gesetzen und Vorschriften, Rechtsquellen zur Vermeidung von Risiken sowie neue Handlungsoptionen diskutieren. Das Netzwerk umfasst dabei zwölf Nationen und 37 Compliance Officers. ■



37 Compliance Officers der MERKUR GROUP kamen zum zweitägigen Workshop auf Schloss Benkhausen zusammen.



Lieferantenmanagement

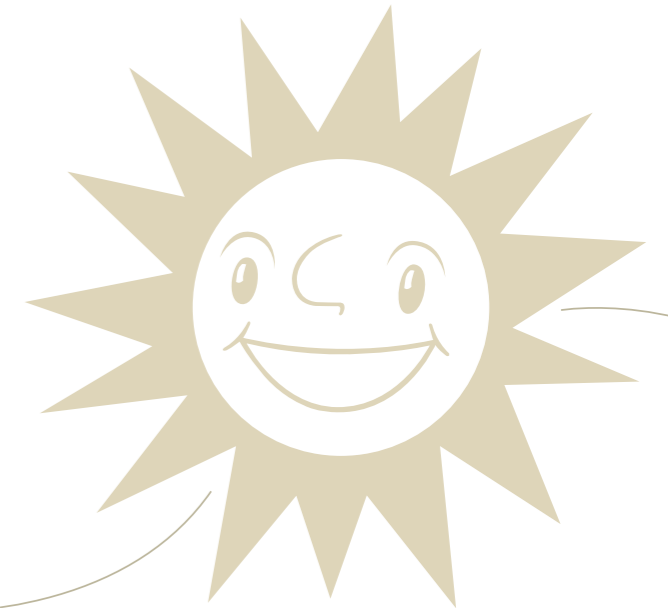
Für uns beginnt unternehmerische Verantwortung im Ursprung, daher sind nachhaltige Beschaffungsprinzipien ein integraler Bestandteil unseres Lieferantenmanagements. In Form von verschiedenen Arbeitsgruppen haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, Sozial- und Umweltstandards in

unsere Lieferketten zu implementieren. Um die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen in der Lieferkette sicherstellen zu können, führen wir regelmäßige Risikoanalysen, Lieferantenabfragen und -audits durch. Dies bildet die Grundlage für künftige Präventions- und Abhilfemaßnahmen. ■

Berichterstattung

Um unsere aktuellen Nachhaltigkeitsprojekte innerhalb der MERKUR GROUP zentral in die strategische Ausrichtung und Koordination der Nachhaltigkeitsaktivitäten einzubinden, betreut der Zentralbereich Nachhaltigkeit das nicht finanzielle Berichtswesen der gesamten Unternehmensgruppe. Hierzu

haben wir mit der Wesentlichkeitsanalyse und dem Stakeholder-Dialog bereits entscheidende Grundlagen für ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement geschaffen, die uns positiv auf nachfolgende Projekte blicken lassen.



JUNI 2022
Verabschiedung der CSRD*

AB DEZEMBER 2022
Umsetzung durch
EU-Mitgliedstaaten



JANUAR 2025
Start der Datenerhebung
für Bericht

JANUAR 2026
Start Berichtspflicht
MERKUR GROUP für 2025

Um die eigene Zielsetzung der EU, bis 2050 klimaneutral zu werden und damit den EU Green Deal zu erfüllen, ist es das Ziel der CSRD*, die Rechenschaftspflicht europäischer Unternehmen über Nachhaltigkeitsaspekte zu erhöhen und erstmals verbindliche Berichtsstandards auf Ebene der EU einzuführen. Die CSRD* soll bestehende Lücken bei den Berichtsvorschriften schließen und die Nachhaltigkeitsberichterstattung insgesamt ausweiten. ■

*CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive.

Wesentlichkeitsanalyse

79

Themen

39

Wirtschaftsaktivitäten

54

Involvierte Personen

10.783

Bewertungen

Um unser langjähriges Nachhaltigkeitsengagement an den aktuellen Herausforderungen neu auszurichten, haben wir mithilfe einer Wesentlichkeitsanalyse für die MERKUR GROUP bedeutende ESG-Themen identifiziert. Die Wesentlichkeitsanalyse bildet dabei den Grundstein für die künftige Nachhaltigkeitsberichterstattung. Darüber hinaus ist es ein entscheidender Schritt, um eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln zu können.

Die Erfassung und Bewertung der ESG-Themen folgte einem umfangreichen Prozess, um gewährleisten zu können, dass für alle Wirtschaftsaktivitäten der Wertschöpfungskette wesentliche Themen richtig ermittelt und eingeordnet werden konnten. Hierbei wurden sowohl die Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) als auch die der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) beachtet.

Ausgangspunkt des Prozesses der Wesentlichkeitsanalyse bildeten dabei die Gründung des Lenkungs Ausschusses für Nachhaltigkeit und der Aufbau des Strategieteam. Die Zusammenarbeit mit den Vorstandsmitgliedern des Lenkungs Ausschusses sowie der enge Austausch mit dem Strategieteam stellte sicher, dass alle Geschäftsbereiche im Wesentlichkeitsprozess umfassend betrachtet werden konnten. Insgesamt waren somit über 30 Personen der MERKUR GROUP in den fünfmonatigen Prozess mit eingebunden.

Im Umfang von zehn Workshops haben interdisziplinäre Teams unterschiedliche Wertschöpfungskettenbereiche betrachtet und sowohl deren tatsächliche und potenzielle positive und negative Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft als auch deren Chancen und Risiken für die MERKUR GROUP bewertet. ■

„In den Workshops konnten insgesamt über 10.000 Bewertungen erarbeitet werden. Die über den gesamten Prozess gleichbleibend hohe Motivation und das Engagement aller mitwirkenden Kolleginnen und Kollegen hat dazu geführt, dass wir so ein qualitativ hochwertiges Ergebnis erreichen konnten.“

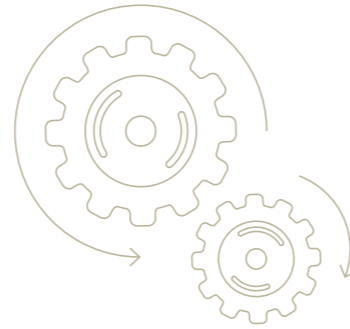
Josephine Rosemeier, Projektmanagerin Nachhaltigkeit

INTERNE BEWERTUNG

EXTERNE BEWERTUNG

EVALUIERUNG





Stakeholder-Dialog

Unsere Produkte und Dienstleistungen nehmen auf unterschiedliche Weise Einfluss auf Gemeinschaften und unsere Umwelt. Zugleich werden unser Erfolg und unsere Reputation stark von den Wahrnehmungen, Erwartungen, Bedürfnissen und Entscheidungen unserer Stakeholder beeinflusst. Um unsere Wesentlichkeitsanalyse zu vervollständigen und einen 360-Grad-Blick über die wesentlichen Themen erhalten zu können, haben wir erstmals einen Stakeholder-Dialog mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit geführt.

Der Stakeholder-Dialog fand in Form von einzelnen, strukturierten Gesprächen statt. Hierbei war das zentrale Ziel, die Anforderungen und Erwartungen von externen Stakeholdern und betroffenen Anspruchsgruppen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung zu identifizieren. Die vielfältigen Teilnehmer des Stakeholder-Dialogs umfassten u. a. die Spierschutzkommission, Umwelt- und Sozialinitiativen, Bildungseinrichtungen, Politik

und Banken. Wir planen, unser Stakeholder-Engagement in den kommenden Jahren weiter auszubauen. ■

„Durch das wertvolle Feedback unserer Stakeholder und betroffenen Anspruchsgruppen wurden uns neue Perspektiven aufgezeigt. Für uns ist dies eine wichtige Lernerfahrung, da wir Potenziale, Eindrücke und Ideen einfangen konnten. In berechtigter Kritik sehen wir Chancen, uns zu verbessern und daran zu wachsen.“

Louisa Pfeil, Projektmanagerin Nachhaltigkeit



15

Digitale Interviews

23

Involvierte Personen



Partner des Stakeholder-Dialogs

- Banken und Versicherungen
- Politik und Politikberatung
- Medien
- Verband Deutsche Automatenwirtschaft
- Bildungseinrichtungen
- Spierschutzkommission
- Kunden
- Kommunen
- Umwelt- und Sozialinitiativen

Nachhaltigkeit

– worauf es uns ankommt

„Mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung schaffen wir die Möglichkeit, dass unser Engagement messbar und bewertbar ist. Zukünftig sind wir so in der Lage, ESG-Projekte strategisch ausrichten zu können, damit sie den bestmöglichen Effekt erzielen.“

Josephine Rosemeier zur Berichterstattung



„Ein Übergang zu einem nachhaltigen Unternehmertum kann nur mithilfe der richtigen Kommunikation gelingen. Wir müssen dabei vor allem unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einbinden und die Öffentlichkeit an unserem Verbesserungsprozess teilhaben lassen.“

Nils Rullkötter zur Kommunikation



„Um eine zukunftsfähige Strategie festlegen zu können, ist die Erhebung eines Status quo unabdingbar. Ein Großteil unserer täglichen Arbeit besteht im Aufbau eines Datenmanagements, das den hohen Qualitätsansprüchen der MERKUR GROUP gerecht wird.“

Sebastian Kitzelmann zur Strategie



„Nachhaltigkeit kann nur dann ganzheitlich erfolgreich sein, wenn alle Akteure nach Verbesserung streben. Als MERKUR GROUP werden wir zielstrebig daran arbeiten, unseren Beitrag zu leisten.“

Louisa Pfeil zur ESG-Verbesserung

Nachhaltigkeit in der MERKUR GROUP

Impressum
Herausgeber:
Gauselmann AG
Zentralbereich Nachhaltigkeit
Mercur-Allee 1–15
32339 Espelkamp
www.merkur.group

V. i. S. d. P.: Mario Hoffmeister
Redaktion: Sebastian Kitzelmann, Louisa Pfeil,
Josephine Rosemeier, Nils Rullkötter
Gestaltung: MERKUR Inhouse Agency
Druck: wub-Druck GmbH, Rahden

2. Auflage, Februar 2024

