



igefa

Nachhaltigkeitsbericht 2011/12

ÜBERBLICK KENNZAHLEN DER GESCHÄFTSJAHRE 2011/12

Geschäftstätigkeit	Einheit	2011	2012	Entwicklung	
Umsatz gesamt	in Mio €	659	680	+3,27%	↗
Anteil des Umsatzes mit umweltzertifizierten Produkten	in %	17,5	18,7	+10,7%	↗
durchschnittliche Auftragswerte	in €	265,26	261,75	-1,32%	↘
Lieferbelege	in Tsd	2.229,65	2.325,13	+4,28%	↗

Papier					
Papierverbrauch gesamt	in Mio Blatt	18,33	19,08	+4,10%	↗
Papierverbrauch / Lieferbeleg	in Blatt/Lieferbeleg	8,22	8,21	-0,18%	↔
Recyclingquote	in %	0	29,56	+29,56%	↗
→ Wasser	in Tsd Liter	4.788	4.089	-14,61%	↘
→ Strom	in MWh	983	839	-14,61%	↘
→ Holz	in t	275,0	201,6	-26,67%	↘

Energie					
Energieverbrauch gesamt	in MWh	70.653	75.133	+6,34%	↗
→ für Distribution (LKW)	in MWh	30.320	31.455	+3,74%	↗
→ für PKW-Flotte	in MWh	14.212	15.415	+8,47%	↗
→ Heizenergie (Berücksichtigung Klimafaktor)	in MWh	23.754	24.648	+3,77%	↗
→ Elektrizität	in MWh	5.948	5.800	-2,49%	↔

Emissionen					
→ direkte CO ₂ -Emissionen	in t	15.896,5	16.921,3	+6,45%	↗
→ indirekte CO ₂ -Emissionen	in t	6.517,6	6.690,6	+2,65%	↗
→ direkte SO ₂ -Emissionen	in t	1,52	1,65	+8,70%	↗
→ indirekte SO ₂ -Emissionen	in t	14,99	15,94	+6,36%	↗

Wasser					
Wasserverbrauch gesamt	in Tsd m ³	12,40	11,17	-9,91%	↘

Abfälle					
Abfälle gesamt	in t	n.v.	732,15		
→ nicht gefährliche Abfälle	in t	n.v.	718,09		
→ gefährliche Abfälle	in t	n.v.	14,05		

Anzahl Mitarbeiter	
Mitarbeiter gesamt	2.276
→ Vollzeit	2.054
→ Teilzeit	222
→ Festanstellung	1.957
→ befristete Verträge	318
→ weiblich	664
→ männlich	1.612

Anzahl Auszubildende	
Auszubildende gesamt	162
→ weiblich	65
→ männlich	97

Die vollständige Auswertung und Detailinformationen finden Sie im Anhang ab Seite 62.

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Überblick Kennzahlen der Geschäftsjahre 2011/12	2
Inhaltsverzeichnis	3
Unsere Highlights	4
Unser Nachhaltigkeitsverständnis	6
Über diesen Bericht	8
Erhebungsmethoden	8
Wesentlichkeitsbetrachtung	9
GRI-Erklärung	10
Validierungsurkunde	11
Vorwort	13
Unsere Vision	14
Unser Unternehmensprofil	16
Unternehmensgruppe	17
igefa-Standorte	19
Wichtige Standortentwicklungen	20
igefa-Zentrale	20
Produkt- und Dienstleistungsportfolio	21
Unsere nachhaltige Unternehmensführung	22
Unsere Meilensteine in der nachhaltigen Entwicklung	23
Verlässlichkeit, Dynamik, Integrität	24
Stand unserer Nachhaltigkeitsleistung	25
Nachhaltigkeitsstrategie der igefa	26
Aufgaben des igefa-Nachhaltigkeitsrates	26
Einbindung der Stakeholder	27
Unsere Integrität	28
Transparenz	29
Menschenrechte	29
Gesundheit und Sicherheit	30
Unsere Produkte	31
Nachhaltige Produktentwicklung	32
Produktverantwortung und Sicherheit	33
Artikel mit gesetzlichen Vorschriften	33

	Seite
Betrieblicher Umweltschutz	34
Energieverbrauch	36
Kraftstoffverbrauch	37
Emissionen	39
Eingesetztes Material	40
Elektronische Kommunikation	41
Wasser	42
Abfall/Recycling/Entsorgung	42
Unsere Mitarbeiter	43
Kommunikation im Unternehmen	45
Entwicklung, Förderung, Weiterbildung	46
Nachwuchssicherung	47
Diversität	48
Unsere Lieferanten	49
igefa Code of Conduct	50
Systematische Lieferantenbewertung und -klassifizierung	51
Schulungen	51
Unsere Kunden	52
Qualifiziertes Management der Kundenbeziehungen	53
Kunden- und Anwenderschulungen	54
Mitgliedschaft in Verbänden	55
Kundenzufriedenheit	55
Kundenkommunikation und Werbung	55
Unser gesellschaftliches Engagement	56
Social Day	58
Ausblick	60
Anhang	62
Kennzahlen der Geschäftsjahre 2011/12 ausführlich	62
GRI-Index	64
Bescheinigung über eine unabhängige Nachhaltigkeitsprüfung	66
Impressum	67



Unsere Highlights

UNSERE HIGHLIGHTS

Energieeffiziente Neubauten

Erweiterung der Lagerflächen um gut 20.000 m²



Mehr Informationen unter:

Wichtige Standortentwicklungen

Seite 20

Unsere Produkte mit Öko-Label



Mehr Informationen unter:

Unsere Produkte

Seite 31

Mehr E-Business – weniger Papier



Mehr Informationen unter:

Elektronische Kommunikation

Seite 41

Von verantwortungsvoll beschafft bis sicher versorgt

Der Anspruch, den wir an uns selbst in puncto Nachhaltigkeit stellen, muss über die gesamte Lieferkette gelten...

Mehr Informationen unter:

Unsere Lieferanten

Seite 49

Social Day 2012



Mehr Informationen unter:

Gesellschaftliches Engagement

Seite 56

igefa Campus – für Mitarbeiter und Kunden



Mehr Informationen unter:

Entwicklung, Förderung und Weiterbildung

Seite 46/54

Nachhaltige Entwicklung

Die igefa-Inhaber haben gemeinsam beschlossen, die Anstrengungen hinsichtlich der nachhaltigen Entwicklung im Unternehmensverbund zu intensivieren, und haben gehandelt...

Mehr Informationen unter:

Unsere Meilensteine

Seite 23

Unser Nachhaltigkeitsverständnis



UNSER NACHHALTIGKEITSVERSTÄNDNIS

„Wir übernehmen Verantwortung –
im Großen wie im Kleinen.“

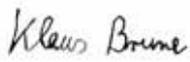
Als Familienunternehmen fühlen wir uns verpflichtet, verantwortungsbewusst und weitsichtig zu handeln – im Hinblick auf die Umwelt, die Gesellschaft, unsere Mitarbeiter und unsere Kunden.

Unser Ziel ist es, den ökonomischen Erfolg unseres Unternehmens und unsere Arbeitsplätze langfristig zu sichern und gleichzeitig einen kleinen Fußabdruck in der Umwelt zu hinterlassen.

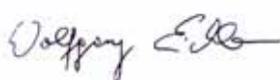
Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie.

Nun gilt es, das bewusste Handeln eines jeden Einzelnen entsprechend weiter zu fördern.

Dazu stehen wir gemeinschaftlich.



Klaus Brune



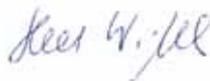
Wolfgang Eichler



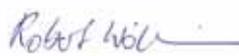
Jürgen Jarolimeck



Kai Kruse



Helmut Wittrock



Robert Wölflein



Thomas Wölflein

ÜBER DIESEN BERICHT

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde durch den igefa-Nachhaltigkeitsrat, bestehend aus Vertretern der Inhaberschaft und Geschäftsführung sowie Beauftragten für Qualität, Umwelt und Kommunikation, erstellt.

Die Angaben in unserem Nachhaltigkeitsbericht beziehen sich auf den igefa-Firmenverbund mit seinen 30 Standorten in Deutschland einschließlich der igefa-Zentrale. Der Berichtszeitraum erstreckt sich vom 01.01.2011 bis 31.12.2012.

Bei der Berichterstattung orientieren wir uns an den international anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der G3-Fassung. GRI hat die Einhaltung der GRI-Anwendungsebene B+ geprüft und bestätigt.

Der GRI-Index (s. Anhang Seite 64) gibt eine transparente Übersicht darüber, an welchen Stellen des Nachhaltigkeitsberichtes die igefa zu den GRI-Indikatoren Auskunft gibt. Detailinformationen zu sämtlichen Grafiken sind im Anhang ab Seite 62 (Kennzahlen der Geschäftsjahre 2011/12 ausführlich) zu finden.

Die vollständigen Berichtsinhalte sind auch auf www.igefa.de zu finden. Zusätzlich steht der Bericht in unserem Downloadbereich als PDF-Datei zur Verfügung.

Haftungsausschluss: Bei der Erhebung der in diesem Bericht enthaltenen Daten sind wir mit größter Sorgfalt vorgegangen. Trotzdem können wir Fehler nicht vollkommen ausschließen. Soweit Aussagen über künftige Entwicklungen enthalten sind, gehen diese von den zum Zeitpunkt der Veröffentlichung verfügbaren Informationen und Prognosen aus. Auch wenn letztere sehr sorgfältig erarbeitet wurden, können vielfältige, zum Erscheinungstermin nicht vorhersehbare Einflussgrößen zu Abweichungen führen.

Für uns steht die Verlässlichkeit der Aussagen im Vordergrund. Sofern wir zu relevanten Themen noch keine verlässliche Aussage machen konnten, wurden diese entsprechend erläutert und ggf. als Aufgabe in unseren Nachhaltigkeitsplan aufgenommen.

Die Berichtsinhalte wurden von den fachlich dafür zuständigen Mitarbeitern geprüft.

Die Vollständigkeit der Angaben gemäß GRI und deren Richtigkeit wurden durch die GUT Zertifizierungsgesellschaft für Managementsysteme validiert und bestätigt.

Hinweis: In diesem Bericht bezeichnet der Begriff Mitarbeiter die weiblichen und männlichen Beschäftigten der igefa.

Die Veröffentlichung des nächsten Nachhaltigkeitsberichtes ist in 2015 geplant.



Erhebungsmethoden

Den quantitativen Aussagen im Bericht liegen unterschiedliche Erhebungsmethoden zugrunde:

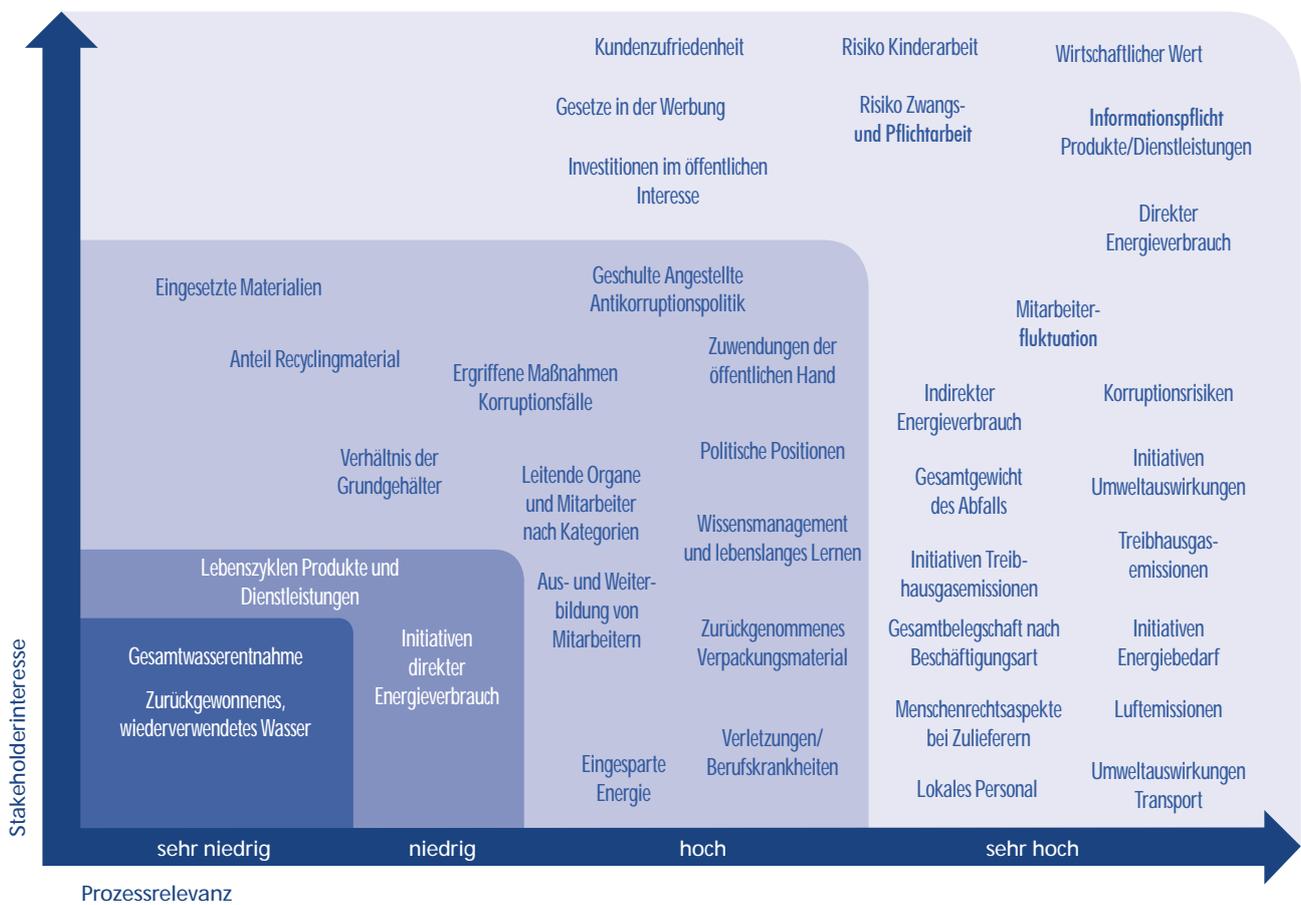
- 1) Auswertungen aus der igefa-Datenbank: Umsätze, Artikeldaten usw. werden automatisiert aus den igefa-Niederlassungen gesammelt und in einer Datenbank bei der igefa Handelsgesellschaft aggregiert.
- 2) Standardisiertes Meldewesen für ökologische Leistungskennzahlen über gemeinsames Intranet
- 3) Abfragen von Einzelinformationen außerhalb der Prozesskette durch den igefa-Nachhaltigkeitsrat bei den einzelnen Niederlassungen. Diese halten die Daten in ihren regionalen Datenbanken (z.B. Buchhaltung) vor.
- 4) Gänzlich fehlende Angaben werden ausgewiesen und, sofern verfügbar, in den Folgeberichten korrigiert kommuniziert.
- 5) Unvollständige Angaben werden als solche kenntlich gemacht und mit Hilfe einer Durchschnittsberechnung auf einen vollständigen Wert hochgerechnet.

Grundsätzlich werden die angegebenen Zahlen und Daten nach einem konservativen Ansatz angegeben.

Wesentlichkeitsbetrachtung

Bei der Bestimmung der Wesentlichkeit der einzelnen Parameter waren ausschlaggebend:

- die direkte Einflussmöglichkeit der igefa auf einen Parameter bzw. der Einfluss des Parameters auf die Geschäftstätigkeit der igefa
- die Bedeutung für unsere Stakeholder (Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter und Partner) bzw. für das Interesse der Öffentlichkeit





Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **igefa Handelsgesellschaft mbH & Co. KG** ihren Bericht „igefa Nachhaltigkeitsbericht“ (2013) den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene B+ erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt. Für die Methode siehe www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 10. Juni 2013

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Das „+“ wurde dieser Anwendungsebene hinzugefügt, weil **igefa Handelsgesellschaft mbH & Co. KG** für Teile des Berichts/den Bericht eine externe Bestätigung eingeholt hat. GRI akzeptiert dabei die Beurteilung des Berichterstatters selbst bezüglich der Auswahl seines Assurance-Anbieters und des Umfangs des Untersuchungsgegenstandes der externen Bestätigung.

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 22. Mai 2013. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.



Prüfung Nachhaltigkeitsbericht nach GRI

Nr. N-13-10940

Nach Vor-Ort-Assessment, Dokumenteneinsicht und Gesprächen mit verantwortlichen Mitarbeitern bestätigen wir die Glaubwürdigkeit, Transparenz und Plausibilität der Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2011/12, herausgegeben von der



igefa Handelsgesellschaft

am Standort 16356 Ahrensfelde, OT Blumberg, Henry-Kruse-Str. 1.

Die igefa Handelsgesellschaft erlangt für ihren Nachhaltigkeitsbericht 2011/2012 **GRI-Application Level B**.

Durch unsere unabhängige Prüfung wird dem Bericht der

Status ‚+‘

verliehen.

Die Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts ist an den AA1000 Assurance Standard (2008) angelehnt. Dies verlangt Beachtung der Grundprinzipien von Inklusivität, Wesentlichkeit und Reaktivität. Die Validierung der im Bericht dargestellten nachhaltigkeitsrelevanten Angaben ist so geplant und durchgeführt, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Prüfungssicherheit abgeben können.

Berlin, 21.08.2013

Prof. Dr.-Ing. Jan Uwe Lieback
Geschäftsführer

Urkunde

ARNDT

Julius Brune

Vorwort

 **eichler
kammerer**

K.KRUSE

toussaint

Wittrock + Uhlenwinkel

Liebe Leserin, lieber Leser,

wir verdanken unseren langjährigen Erfolg dem Vertrauen unserer Kunden, Mitarbeiter und Partner. Sie stellen nicht nur das Produkt und unsere Leistung immer wieder auf den Prüfstand, sondern auch unser ökologisch verantwortungsvolles und ethisches Handeln.

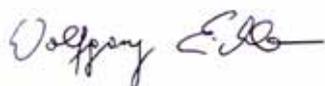
Über 2.200 Mitarbeiter igefa-weit erbringen tagtäglich Bestleistungen. Um diese und neue Mitarbeiter auch in der Zukunft für unser Unternehmen begeistern zu können, setzen wir auf attraktive Arbeitsbedingungen sowie Mitarbeiteraus- und -fortbildung.

Als Versorgungsspezialist mit 450 Kraftfahrern und 420 Außendienstfachberatern auf Deutschlands Straßen stehen der Kraftstoffverbrauch und der Ausstoß von Kohlendioxid im permanenten Fokus. Diese und andere Umweltbelastungen zu reduzieren, daran arbeiten wir konsequent.

Transparenz stärkt Vertrauen. Aus diesem Grund überreichen wir Ihnen heute unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht. Bei dessen Erstellung haben wir uns zur Erfüllung des GRI-Standards verpflichtet. Die dargestellten Kennzahlen und aufgestellten Ziele zeigen Ihnen, wo wir heute stehen und wie wir zukünftig unserer Verantwortung gerecht werden.

Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen.

Ihr Wolfgang Eichler



Vorstandsmitglied der igefa





Unsere Vision

UNSERE VISION

Als Vollversorger handeln wir mit C-Artikeln sowie Produkten des täglichen Bedarfs und sind DER Partner für alle institutionellen Großverbraucher.



„Wir wollen die Wertschöpfung bei unseren Kunden erhöhen, indem wir zusätzliche Bedarfswelder mit innovativen Produkten und Dienstleistungen abdecken. Zugleich gilt es, neue Branchen von unseren Leistungen zu überzeugen.“

Der Trend im Markt geht hin zu wesentlich schlankeren Prozessen in der C-Artikel-Beschaffung. Verbrachte man früher 80 Prozent seiner Zeit mit der Beschaffung von C-Teilen und nur 20 Prozent mit A- und B-Gütern, so hat sich dies heute stark verlagert. Das liegt daran, dass jede Bestellung immer das Gleiche kostet – egal ob der Einkäufer eine Tonne Stahl zur industriellen Verarbeitung oder das Handspülmittel für die Teeküche ordert.

Viele unserer Kunden in der Gebäudereinigung sind entsprechend aktiv geworden und haben ihre Objektversorgung vollständig in unsere Hände gelegt. So konnten sie Läger reduzieren und die eigene Logistik größtenteils auflösen.

Eine ähnliche Entwicklung findet aktuell im Gesundheitswesen statt. Aus diesem Grund fokussieren wir einen Teil unserer Bemühungen auf die Krankenhausfeinversorgung. Wir liefern unseren Kunden Verbandmaterialien und Untersuchungshandschuhe bis auf die Station, ja sogar bis in den Schrank hinein.

Wir bauen unseren Service kontinuierlich aus. So geben wir unseren Kunden mehr Freiraum, sich auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren: der Gebäudereiniger auf die Sauberkeit und Hygiene, das Pflegepersonal auf die Patienten und Bewohner, die Hoteldame auf den Gast und der Betriebsleiter auf die Produktion.



Unser Unternehmensprofil

UNSER UNTERNEHMENSPROFIL

Unternehmensgruppe

Die Interessengemeinschaft der Fachgroßhändler für Sauberkeit und Hygiene (kurz igeфа) ist ein Verbund von sechs familiengeführten Unternehmensgruppen. Die Zentrale der igeфа, die IGEFA Handelsgesellschaft mbH & Co. KG, sitzt im Norden Berlins in Ahrensfelde OT Blumberg. Ebenfalls in Blumberg befindet sich das Zentrallager der igeфа, die IGEFA Zentrallogistik GmbH & Co. KG.

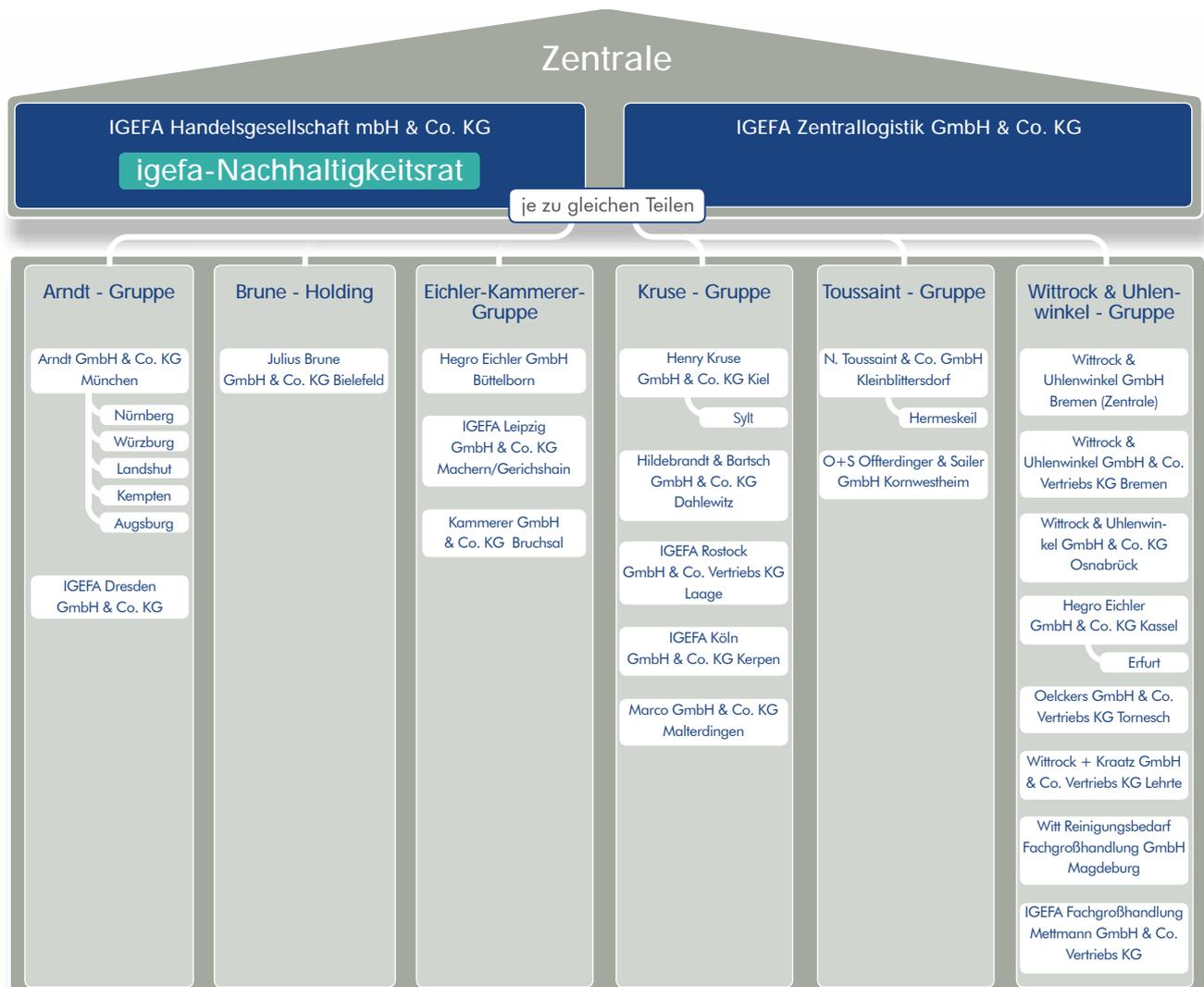
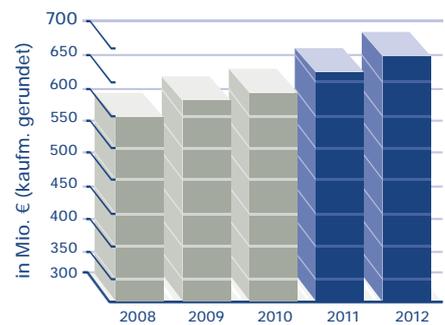
Unsere Geschäftstätigkeit beruht im Wesentlichen auf der Versorgung gewerblicher und institutioneller Großverbraucher mit hochwertigen Produkten und Dienstleistungen

des täglichen Bedarfs. Bundesweit stehen wir für eine schnelle und zuverlässige Belieferung sowie eine kompetente Beratung und Betreuung bei erstklassiger Servicequalität. Dabei unterstützen wir unsere Kunden individuell bei der Optimierung ihrer Beschaffung und bieten maßgeschneiderte E-Business-Lösungen, ein zukunftsweisendes und umfangreiches Weiterbildungsprogramm sowie einen fachkundigen technischen Kundendienst.

Die igeфа-Unternehmensgruppen schauen alle auf eine lange Tradition gesunden

Wachstums zurück, und der Fortbestand als Familienunternehmen ist ihnen ein gemeinsames Ziel.

Umsatzentwicklung 2008 - 2012



Heute ist die igefa mit ihren 2.276 Mitarbeitern der führende Versorgungsspezialist im gesamten Bundesgebiet. Um unseren Service in ganz Europa anbieten zu können, ist die igefa als *igefa international* in 23 benachbarten Ländern mit eigenen Unternehmen und assoziierten Mitgliedern aktiv. Zuletzt konnten wir neue Mitglieder in Griechenland, Kroatien, in der Ukraine und der Slowakei sowie in Rumänien, der Türkei und in Israel (in 2013) gewinnen.

Durch die Mitgliedschaft im Fachgroßhandelsnetzwerk der INPACS können Kunden in fast allen Ländern Europas und über dessen Grenzen hinaus bedient werden, u.a. in Australien und über die Mitgliedschaft an der Gruppe Network auch in Nordamerika.



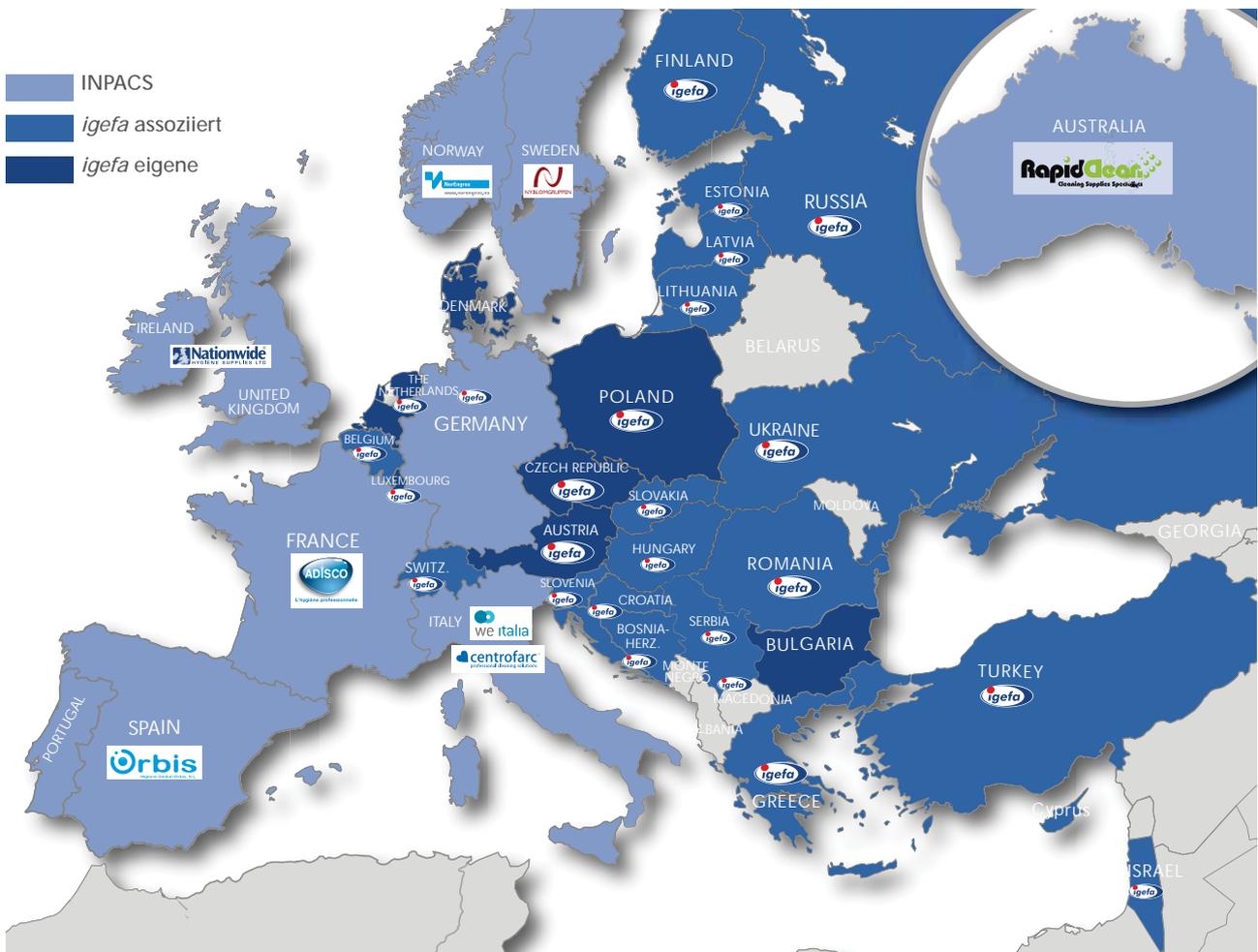
Der Inhaberkreis, bestehend aus den geschäftsführenden Gesellschaftern und teilweise externen Geschäftsführern der sechs Mitgliedsgruppen, bildet das höchste Entscheidungsgremium der igefa. Er trifft im Rahmen von Inhaberkonferenzen, die in kurzen regelmäßigen Abständen stattfinden, strategische und wichtige operative Entscheidungen für den igefa-Verbund. Die Inhaber wählen einen Vorsitzenden und einen Stellvertreter als Repräsentanten, die die igefa nach innen und außen vertreten und die Geschäfte der igefa Handelsgesellschaft und der igefa Zentrallogistik führen.

Als starker Verbund mittelständischer Familienunternehmen vereinen wir zwei Stärken: bundesweit einheitliche, hohe Servicestandards zusammen mit schnellen, flexiblen Lösungen in jeder Region. Die verlässliche Zusammenarbeit zwischen

den Partnerbetrieben wird durch ein umfassendes, integriertes Managementsystem gewährleistet, welches sich an den Vorgaben der internationalen Normen für Qualitätsmanagement (DIN EN ISO 9001) und Umweltmanagement (DIN EN ISO 14001) ausrichtet. Die igefa ist nach diesen beiden Normen zertifiziert.



Die igefa- und INPACS-Länder



igefa-Standorte

Die sechs igefa-Unternehmensgruppen sind mit ihren Niederlassungen an 30 Standorten deutschlandweit vertreten. Noch vor gut zehn Jahren bestand das igefa-Netzwerk aus 45 Standorten in Deutschland.

Seither wurden diverse Niederlassungen zusammengelegt, um Abläufe zu verschlanken und Wege zu verkürzen. Durch Neu- und Anbauten konnten gleichzeitig die Lagerkapazitäten wie auch die Energieeffizienz der Gebäude gesteigert werden.

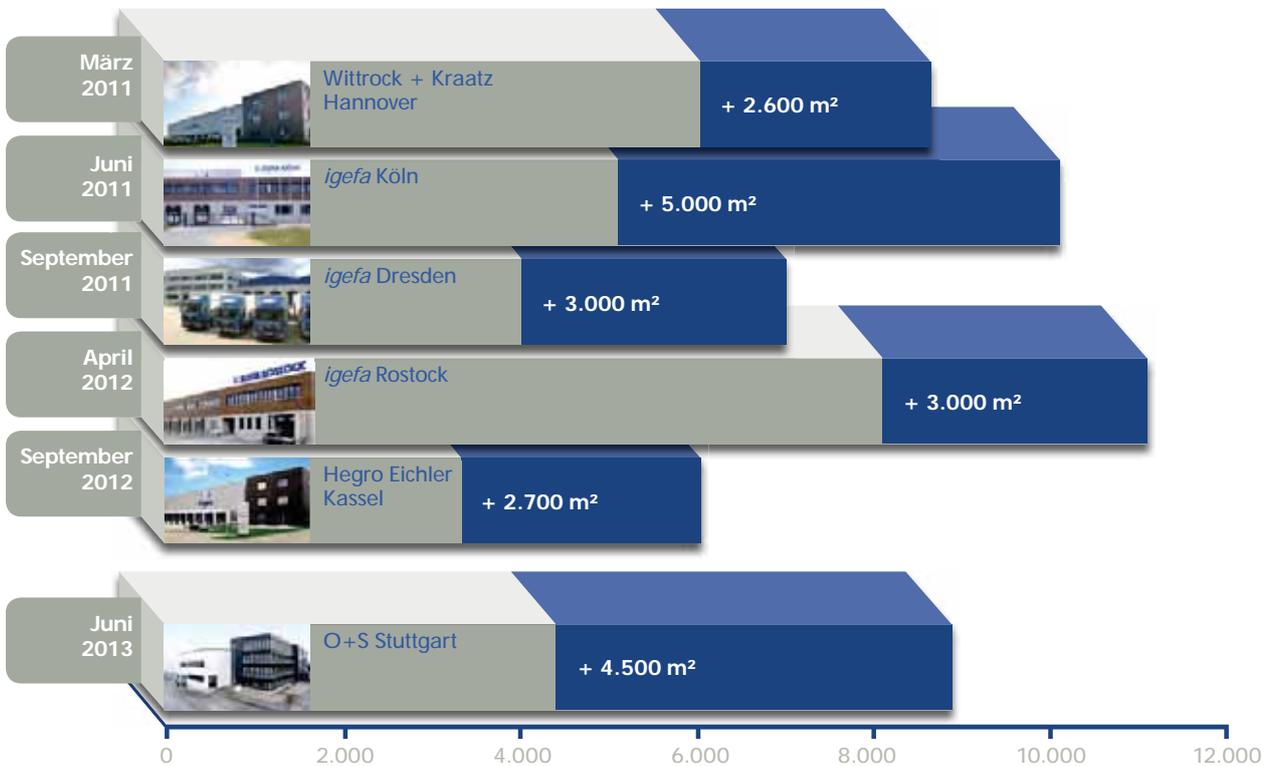
Damit wurden wichtige Weichen für das gesunde Wachstum des Unternehmensverbunds gestellt. Weitere Maßnahmen dieser Art sind in Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Memmingen, Freiburg, Erfurt, Berlin und Bruchsal geplant.



- 1 **ARNDT**
Hygiene für Profis
- 2 **igefa DRESDEN**
Hygiene für Profis
- 3 *Julius Brune*
Hygiene für Profis
- 4 **hegro**
Hygiene für Profis
- 5 **igefa leipzig**
Hygiene für Profis
- 6 **kammerer**
Hygiene für Profis
- 7 **HENRY KRUSE**
Hygiene für Profis
- 8 **HILDEBRANDT & BARTSCH**
Hygiene für Profis
- 9 **IGEFA KÖLN**
Hygiene für Profis
- 10 **IGEFA ROSTOCK**
Hygiene für Profis
- 11 **MARCO**
Hygiene für Profis
- 12 **toussaint®**
Hygiene für Profis
- 13 **O+S** OFFERDINGER & SAILER
Hygiene für Profis
- 14 **hegro**
Hygiene für Profis
- 15 **igefa Mettmann**
Hygiene für Profis
- 16 **Oelckers**
Hygiene für Profis
- 17 **Wittrock+Uhlenwinkel**
Hygiene für Profis
- 18 **Wittrock+Kraatz**
Hygiene für Profis
- 19 **Witt**
Hygiene für Profis

Wichtige Standortentwicklungen

Erweiterung der Lagerflächen um 20.800 m²



igefa-Zentrale

Aufgrund der zunehmenden Bedeutung überregionaler Tätigkeiten für Kunden, Lieferanten und die Mitglieder selbst entschlossen sich die Inhaber im Jahr 2002, erweiterte zentrale Funktionen unter dem Dach der igefa Handelsgesellschaft zu bündeln. Heute übernimmt diese folgende überregionale Funktionen für alle Standorte:

- Nationales Key Account Management
- Nationaler Kundenservice
- E-Business-Management
- Zentrale Datenbank
- Strategischer Einkauf und Importe
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Pflege des igefa-weit einheitlichen Artikelstamms
- Produktmanagement für Eigenmarken, Einweg- und Medicalartikel
- Marketing (Katalogwesen, Messen, Homepage etc.)
- igefa-interne Kommunikation (Intranet, Newsletter etc.)
- Vertragsmanagement

Die igefa Zentrallogistik wurde im Jahr 2004 gegründet und übernimmt die Zentrallagerfunktion in Bezug auf die Beschaffung, Einlagerung und den Versand von speziell ausgewählten Sortimenten für alle Standorte. Hier werden Randsortimente und Aktionswaren bevorratet und über ein tägliches Logistiksystem an die Standorte ausgeliefert. Somit gewährleisten wir für unsere Kunden eine permanente Verfügbarkeit auch von Produkten, die weniger nachfrageintensiv sind.

Produkt- und Dienstleistungsportfolio

Unser Produktportfolio orientiert sich ausschließlich an den Bedürfnissen unserer Kunden. Es wird laufend dem sich ändernden Bedarf angepasst, innovative und umweltfreundliche Produkte kommen hinzu und ganz neue Sortimente werden im Sinne des One-Stop-Shops für C-Artikel eingeführt.

Gesamtsortiment von mehr als 80.000 Artikeln

- Reinigungs-, Desinfektions- und Pflegemittel sowohl für Oberflächen und Gerätschaften als auch für den Körper
- Wäscherei- und Chemischer Reinigungsbedarf
- Hygienepapiere
- Reinigungsgeräte und Reinigungszubehör
- Maschinelle Reinigung und Ersatzteile
- Entsorgungshilfen
- Verpackungen, Einwegprodukte und Gastronomiebedarf
- Verbrauchs- und Hilfsmittel des medizinischen Bedarfs
- Arbeitsschutz / Persönliche Schutzausrüstungen
- Büromaterialien

Unsere langjährige Erfahrung und das damit verbundene Know-how nutzen wir darüber hinaus für die Entwicklung von Eigenmarkenprodukten, um unseren Kunden durch attraktive Alternativen einen Mehrwert zu bieten.

Unser Dienstleistungsportfolio wird ständig erweitert, um den Beschaffungsprozess bei unseren Kunden optimal zu gestalten. Sie können sich so noch besser auf ihre eigentlichen Kernkompetenzen konzentrieren.

Einzigartiges Dienstleistungsprogramm

- Individuelle Fachberatung durch Innen- und Außendienst
- Belieferung mit eigenem Fuhrpark frei Verwendungsstelle beim Kunden
- NEU: Innovative Versorgungskonzepte zur Stationsbelieferung in Krankenhäusern etc.
- Elektronische Bestell- und Rechnungsabwicklung
- Managementinformationen (z.B. Verbrauchsstatistiken)
- Technischer Kundendienst
- Seminarwesen

Die igefa-Eigenmarken



Professionelle Reinigung



Sichere Inkontinenzversorgung



Umfassendes Hautpflegesortiment



Attraktive Hotelkosmetik und Accessoires



Hochwertige Reinigungsmaschinen



Zuverlässige Schwimmbadreinigung

A photograph of two men in dark blue suits standing in front of a grey concrete wall. The man on the left has his arms crossed and is wearing a red patterned tie. The man on the right has his hands clasped and is wearing a striped tie. The image is framed by a large blue arc on the left side. A white horizontal bar with a blue border is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Nachhaltige Unternehmensführung'.

Nachhaltige Unternehmensführung

UNSERE NACHHALTIGE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die igefa-Inhaber haben im Herbst 2011 gemeinsam beschlossen, die Anstrengungen hinsichtlich der nachhaltigen Entwicklung im Unternehmensverbund zu intensivieren. Sie haben sich durch die Veröffentlichung einer entsprechenden Unternehmenspolitik gemeinsam der Umwelt und der Gesellschaft gegenüber offiziell verpflichtet.

Dazu gehört auch, dass wir unseren jeweiligen Entwicklungsstand kontinuierlich und konsequent durch externe Spezialisten

überprüfen, bewerten und bestätigen lassen und durch eine integriere Berichterstattung Transparenz für unsere Stakeholder schaffen.

Mit Hilfe des Prüfinstituts Underwriters Laboratories (UL) und der Unternehmensberatung Terra Consulting wurde anhand des ersten Nachhaltigkeitsstandards für Organisationen weltweit, dem Sustainability Quotient (UL/SQ), ein umfangliches Nachhaltigkeitsmanagementsystem aufgebaut. Damit war sowohl der Unterbau für

die nachhaltige Entwicklung im Unternehmen als auch die Basis für die Bewertung nach den Sustainability Reporting Guidelines der Global Reporting Initiative (GRI) geschaffen.

Im Juni 2012 veröffentlichte die igefa bereits als eines der ersten Unternehmen bundesweit ihre Nachhaltigkeits-Entsprechenserklärung und unterstützt damit den vom Deutschen Rat für nachhaltige Entwicklung (RNE) aufgestellten Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Unsere Meilensteine in der nachhaltigen Entwicklung

Juli 2011	→ Verabschiedung des igefa Code of Conduct
September 2011	→ Offizielles Commitment für Nachhaltigkeit igefa-weit
Oktober 2011	→ Gründung des igefa-Nachhaltigkeitsrates → Grundsteinlegung für die Krankenhaus-Feinversorgung durch mehrheitliche Beteiligung an der Wald-Krankenhauslogistik
November 2011 – November 2012	→ Aufbau eines umfassenden Nachhaltigkeitsmanagementsystems
November 2011	→ Implementierung eines igefa-weiten Meldewesens ökologischer Leistungskennzahlen
Mai 2012	→ Verabschiedung einer igefa-weiten Richtlinie zur Beschaffung energieeffizienter PKW, um den CO ₂ -Ausstoß zu reduzieren → Einweihung des energieeffizientesten Logistik-Standortes der igefa in Rostock
Juni 2012	→ Erstmalige Veröffentlichung der Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)
August 2012	→ Start der igefa-weiten Umstellung des Kopier- und Geschäftspapiers auf umweltfreundliche 100%-Recycling-Qualität
September 2012	→ Gründung der <i>igefa ProMedical</i> für die Krankenhaus-Feinversorgung
Oktober 2012	→ Sortimentserweiterung um den Bereich Büro- und Geschäftsausstattung
November 2012	→ Start der Weiterbildungsplattform <i>igefa Campus</i> als wichtiges Standbein für eine zeitgemäße Fachkräfteentwicklung
ab November 2012	→ Entwicklung eines Risikomanagements zur Einhaltung des igefa Code of Conduct in der Lieferkette
April 2013	→ Zertifizierung aller 30 igefa-Standorte gemäß DIN EN ISO 14001

Bundesweit steht die igefa für Verlässlichkeit, Dynamik und Integrität

Das bestätigt uns in unserem Handeln, Denken und Werteverständnis, dem wir seit Jahrzehnten folgen.

„Unsere Kunden haben die Sicherheit, dass ihre tagtägliche Versorgung verlässlich funktioniert.“

Wir bieten unseren Kunden eine schnelle zuverlässige Belieferung, kompetente Beratung und Betreuung sowie erstklassige Servicequalität.

Das nach DIN EN ISO 9001 zertifizierte Qualitätsmanagementsystem bietet den Unterbau für ein flächendeckend einheitlich hohes Liefer- und Leistungsniveau, die flexible Anpassung unserer Serviceleistungen an die Bedürfnisse von Markt und Kunden sowie effiziente Prozesse.

„Mit unserem Know-how sichern sich unsere Kunden Wettbewerbsvorteile und können dynamisch am Markt agieren.“

Daneben erfüllt das integrierte Managementsystem der igefa die Anforderungen eines Umweltmanagementsystems nach DIN EN ISO 14001. Eine entsprechende Zertifizierung über alle Standorte ist Anfang 2013 erfolgt.

„Unsere Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner können sich auf unsere Aussagen in jeder Hinsicht verlassen.“

Mit über 2.200 Mitarbeitern allein in Deutschland ist sich die igefa ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bewusst. Im Juli 2011 wurde der igefa Code of Conduct verabschiedet, der sich an den grundlegenden Prinzipien und Rechten bei der Arbeit nach ILO sowie an der UN Rio-Erklärung über Umwelt und Entwicklung orientiert.

Von den Lieferanten der igefa wird erwartet, dass sie diesen Verhaltenskodex schriftlich bestätigen und entsprechend umsetzen, auch im Hinblick auf deren Lieferkette (vgl. S. 50f. Unsere Lieferanten).

Die Prinzipien des igefa Code of Conduct sind ebenso nach innen geltend und Ausgangspunkt für die Formulierungen im internen Ethischen Kodex, der in 2013 entwickelt wird. Dieser Kodex wird für alle igefa-Mitarbeiter deutschlandweit gelten und Bestandteil der täglichen Arbeitsabläufe sein.

Innovation

Zuverlässigkeit

Fairness

Dynamik

Verlässlichkeit

Aufrichtigkeit

Transparenz

Flexibilität

Individualität

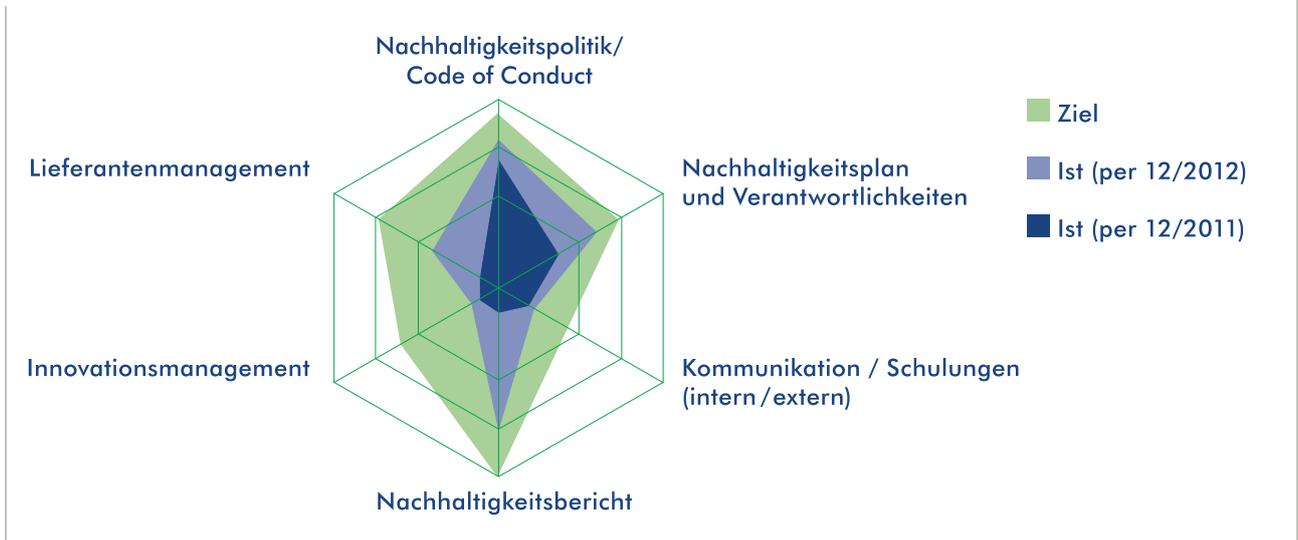
Integrität

Sicherheit

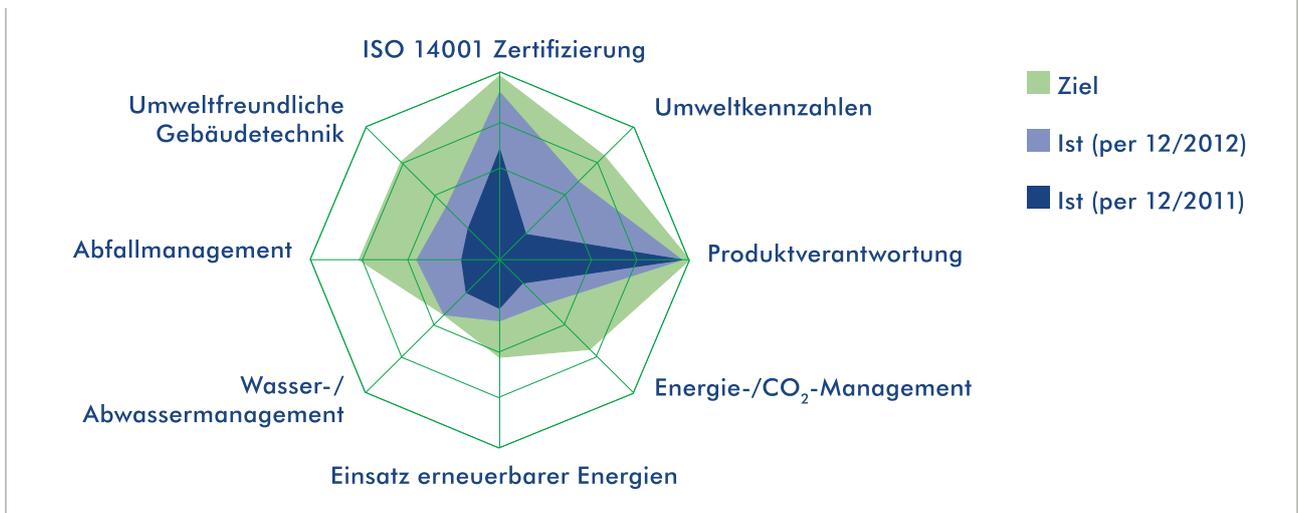
Kontinuität

Stand unserer Nachhaltigkeitsleistung

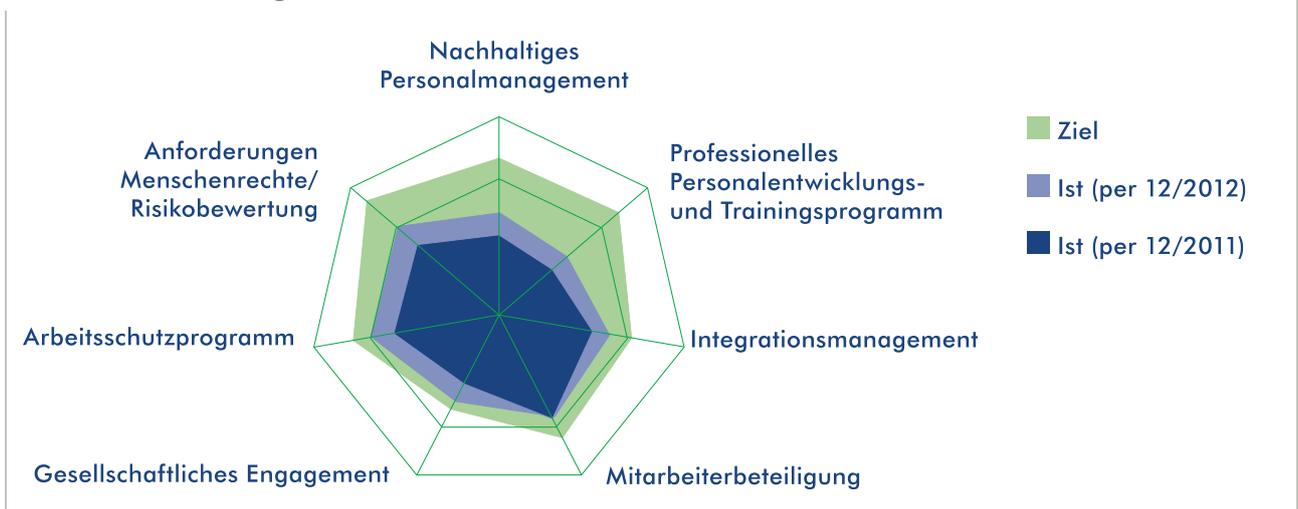
Nachhaltige Unternehmensführung



Verantwortung für die Umwelt



Soziale Verantwortung



Nachhaltigkeitsstrategie der igefa

Die Ausrichtung der Unternehmensstrategie obliegt in der igefa den Inhabern der Unternehmensgruppen. Diese übernehmen je nach Background wie Ausbildung, Erfahrungsschatz und auch persönliches Interesse bestimmte Schwerpunktthemen. So werden Kompetenzen gebündelt und durch diese Art der Arbeitsteilung die Entscheidungsfindung beschleunigt bzw. Projekte zügig vorangebracht.

Die Zuordnung der Schwerpunktthemen wird im Inhaberkreis gemeinschaftlich festgelegt.

Das Thema Nachhaltigkeit wird federführend durch den Vorstandsvertreter Wolfgang Eichler in Zusammenarbeit mit dem igefa-Nachhaltigkeitsrat vorangetrieben. Der Nachhaltigkeitsrat ist das bundesweite Steuerungsgremium für die Nachhaltigkeitsaktivitäten des Firmenverbundes und besteht aus Vertretern der Inhaberschaft und Geschäftsführung sowie Beauftragten für Qualität, Umwelt und Kommunikation.

Der Rat steht im permanenten Austausch mit den Qualitäts- und Umweltmanagement-Verantwortlichen aller Unterneh-

mensgruppen und bezieht Fragestellungen aus den Tätigkeitsbereichen Personal, IT, Einkauf, Vertrieb und Logistik aktiv mit ein. Zudem nutzt er bestehende interne Controllinginstrumente wie zum Beispiel den Managementbericht.

Aufgaben des igefa-Nachhaltigkeitsrates

Entwicklung und Vorantreiben der Nachhaltigkeitsstrategie einschließlich verbindlicher Ziele, Richtlinien, Maßnahmen und Projekte

Implementierung/Konsolidierung eines integrierten Managementsystems für Nachhaltigkeit

Aktiver Dialog mit internen und externen Anspruchsgruppen

Controlling, Benchmarks, Berichterstattung

„Nachhaltigkeit verpflichtet zu Vernunft und Verantwortung – im täglichen Handeln, bei jeder Entscheidung. Dieses Bewusstsein entsprechend zu fördern, darin verstehen wir unsere Aufgabe.“

Julia Del Pino
igefa-Nachhaltigkeitsrat (Vors.)



Einbindung der Stakeholder

Im täglichen Geschäft berühren wir die Interessen zahlreicher Menschen in unterschiedlichen Regionen Deutschlands, mit individuellem Background und eigenem Anspruch.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, stehen wir im direkten Kontakt mit unseren Stakeholdern, denn nur im Dialog mit diesen können wir Erfahrungen austauschen, Probleme angehen und gemeinsam Lösungen finden. Für die igefa stellt der Stakeholder-Dialog ein wichtiges Steuerungselement dar, das in der Nachhaltigkeitsstrategie der igefa Berücksichtigung findet.

Für unseren kontinuierlichen Austausch mit den Stakeholdern setzen wir auf unterschiedliche Dialogformen:

- Direkter Austausch von über 400 Außendienstmitarbeitern mit den Kunden. Hier werden Anregungen und Kritikpunkte direkt aufgenommen und gegebenenfalls Maßnahmen eingeleitet.
- Überregional angelegte Erhebung der Kundenzufriedenheit (nächste geplante Erhebung in 2013/14)
- Mitarbeit in verschiedenen Verbänden, Gremien und Nachhaltigkeitsinitiativen wie zum Beispiel der bundesweiten Initiative *Energie minus 15,2%*
- Unternehmensmagazin *igefa im dialog*: Informationen an Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten über Branchenaktivitäten, igefa-News, Produktinnovationen, Weiterbildungsangebote und vieles mehr
- Regelmäßig stattfindende Lieferanten- und Partnergespräche
- Mitarbeiterentwicklungs- und Feedbackgespräche

Für die igefa ist die Arbeit in Verbänden Informationsquelle, Dialog- und Einflussstelle zugleich. Über die partnerschaftliche Zusammenarbeit verbündeter Unternehmen kann bzw. soll die Diskussion in Politik, Wirtschaft und der Gesellschaft allgemein angeregt werden.

Sämtliche igefa-Niederlassungen sind Mitglieder in den jeweiligen Industrie- und Handelskammern, vertreten die Interessen des Großhandels und nehmen auf diese Weise indirekt politischen Einfluss. Über die Teilnahme an Umfragen zu aktuellen wirtschaftlichen und umweltrelevanten Themen wird der Prozess der Meinungsbildung beeinflusst. Über die Mitgliedschaft im Unternehmerverband (z.B. AGA Hamburg und Schleswig-Holstein) findet ein Informationsaustausch zu aktuellen Themen statt, u.a. über die Entwicklung und Beeinflussung von umwelt- und nachhaltigkeitsrelevanten Fragen.

Einfluss der wesentlichen Stakeholder

	Interesse / Einfluss / Unternehmensaktivität	Konfliktpotential	Öffentliche Meinungsbildung
Kunden	Hoch	Hoch	Hoch
Mitarbeiter	Hoch	Hoch	Mittel
Lieferanten	Hoch	Hoch	Mittel
Partnerfirmen	Hoch	Hoch	Mittel

Einfluss weiterer Stakeholder

	Interesse / Einfluss / Unternehmensaktivität	Konfliktpotential	Öffentliche Meinungsbildung
Öffentliche Stellen	Niedrig	Mittel	Mittel
NGO (Nicht-Regierungs-Organisationen)	Niedrig	Niedrig	Hoch

Unsere Integrität



UNSERE INTEGRITÄT

Vertrauen ist die Basis jeder Zusammenarbeit. Um auf Dauer am Markt zu bestehen und das Vertrauen bei unseren Stakeholdern zu wahren, ist integrires Handeln eine grundlegende Voraussetzung.

All unsere Geschäftsaktivitäten basieren auf dieser Überzeugung. Wir agieren im Einklang mit den geltenden Gesetzen, Vorschriften und unseren intern aufgestellten Richtlinien und erwarten dies ebenso von unseren Mitarbeitern und Geschäftspartnern im deutschen wie auch internationalen Umfeld. Unser Code of Conduct bildet dafür eine sichere Basis.

Transparenz

Transparenz schafft Vertrauen und bedeutet für uns:

- Offenheit und Klarheit im Umgang miteinander
- Direkte Kommunikation
- Unmissverständliches Leistungsangebot
- Wahrheitsgetreue Innen- und Außendarstellung
- Vollständige Berichterstattung

Durch die familiär geprägten Unternehmensstrukturen mit flachen Hierarchien findet ein permanenter und direkter Austausch mit den Mitarbeitern statt. Darüber hinaus wird kontinuierlich über aktuelle Entwicklungen im Unternehmen zum Beispiel über interne Newsletter berichtet – das schafft Vertrauen und stärkt die Identifikation.

Der igefa-Nachhaltigkeitsrat nimmt anhand unterschiedlichster Controllingmethoden wie jährliche Audits, Management- und Lieferantenbewertungen, Logistikkennzahlen und Benchmarks eine Bewertung der Leistung und der Einhaltung der Vorgaben hinsichtlich des „nachhaltigen“ Fortschritts in der igefa vor. Diese Ergebnisse, Entwicklungen und Zielstellungen werden für Führungskräfte und Inhaber einmal jährlich transparent aufbereitet (vgl. S. 25 Stand unserer Nachhaltigkeitsleistung). Der Führungskreis trägt die Informationen nicht nur ins Unternehmen weiter, sondern nutzt die gewonnenen Erkenntnisse auch zur eigenen Orientierung und leitet Maßnahmen ab.

Darüber hinaus berichtet der Nachhaltigkeitsrat in der jährlich aktualisierten Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex über die Entwicklung im Unternehmen. Dadurch wird Transparenz nach innen und außen gewährleistet.

„Als Grundsatz für alle Kommunikations- und Werbemaßnahmen gilt die Verpflichtung, ausschließlich wahrheitsgetreue Inhalte zu veröffentlichen.“

Dies sicherzustellen, liegt in der Verantwortung der zentralen Marketingabteilung und gilt für alle in der igefa-Zentrale erstellten Werbemittel und Kommunikationsinhalte inklusive aller zugekauften Inhalte – so die Regelung in der entsprechenden Verfahrensweisung und seit Jahren bewährte Praxis. Dabei findet ein grundsätzliches 4-Augen-Prinzip für alle Schriftstücke an externe Stellen statt.

Das Risiko der Korruption wird innerhalb der igefa als gering eingeschätzt. In der Vergangenheit wurden keine entsprechenden Vorfälle bekannt. Im Sinne der Transparenz und um eine Sensibilisierung zu erreichen, wird dennoch eine entsprechende Richtlinie in den Ethischen Kodex eingearbeitet, der sich derzeit im Entwicklungsprozess befindet.

Menschenrechte

Die Einhaltung der Menschenrechte auch über die Unternehmensgrenzen hinaus ist für die igefa selbstverständlich und grundlegender Bestandteil integren Geschäftsgebarens. Dies ist im integrierten Managementsystem verankert. Das Risiko eines Verstoßes wird innerhalb der igefa als sehr gering eingeschätzt.

Im Hinblick auf die Zulieferer der igefa besteht noch zu wenig Transparenz, um eine klare Aussage über das Risiko von Menschenrechtsverletzungen zu treffen.

Deshalb wurde als erster Schritt die schriftliche Verpflichtung unserer Lieferanten zum Code of Conduct eingeführt und

anschließend ein Risikomanagement zur Einhaltung des Code of Conduct in der Lieferkette entwickelt (vgl. S. 50 Unsere Lieferanten). So wollen wir zukünftig in der Lage sein, wenn nötig Maßnahmen einleiten zu können.

Gesundheit und Sicherheit

Die Sicherheit und der Gesundheitsschutz unserer Mitarbeiter und Kunden haben einen zentralen Stellenwert in der igefa und sind fest im integrierten Managementsystem verankert. Umweltmanagement- und Gefahrgutbeauftragte, Betriebsärzte, die Berufsgenossenschaft und eine Reihe weiterer interner und externer Institutionen achten allesamt

darauf, dass die Installationen und Abläufe den rechtlichen und Managementvorgaben entsprechen.

Die Managementvorgaben zum Arbeitsschutz orientieren sich an den Grundsätzen der internationalen Norm zur Arbeitssicherheit (OHSAS 18001).

Einen Schwerpunkt aufgrund des erhöhten Gefahrenpotentials bilden die Lagerung und der Transport von gefährlichen Produkten, mit denen es unsere Mitarbeiter tagtäglich zu tun haben. Hier stellen wir sicher, dass die Abläufe rund um die Gefahrstofflagerung und den sicheren Gefahrguttransport besonders überwacht und die Mitarbeiter intensiv geschult werden.

Gefährdungsbeurteilung

Alarm- und Notfallpläne

Zusammenlagerungsverbote

Schädlingsbekämpfungskonzept

Transportsicherheit

Betriebshygiene

Regelmäßige Begehungen

Unfallverhütung

Persönliche Schutzausrüstung

Auswertung von (Beinah-) Unfällen

Sicherheitsdatenblätter

Vorsorgemaßnahmen

Erste-Hilfe-Vorrichtungen

Infektionsschutz

Audits

Überprüfung und Wartung technischer Anlagen

Mitarbeiterschulungen

Brandschutz





Unsere Produkte

UNSERE PRODUKTE

„Es ist meist nicht das billigste Produkt, welches am wirtschaftlichsten ist.“

Das für den Kunden richtige Produkt zu finden, welches ökologisch vertretbar und wirtschaftlich interessant ist – darin verstehen wir unsere Kernaufgabe.

Aspekte wie die Produktsicherheit, die Entsprechung gesetzlicher Anforderungen und ein sicheres Produkthandling sind dabei ebenso wichtig wie die Produktleistung und die Verfügbarkeit.

Die hierfür notwendigen Informationen ziehen wir aus unserem hochspezialisierten Warenwirtschaftssystem.

Nachhaltige Produktentwicklung

Unsere Hersteller arbeiten kontinuierlich an neuen Rezepturen, innovativen Reinigungsverfahren und modernen Dosier-techniken, sodass der Verbrauch an Chemikalien insgesamt zurückgeht und die Umwelt weniger belastet wird. Wir begrüßen diesen Trend, der starken Einfluss auf die Gestaltung unseres Sortimentes hat.

Ständig erweitern wir unser Angebot an umweltfreundlichen Produkten und ergänzen unser Sortiment beispielsweise um Reinigungsmittelkonzentrate, die weniger Verpackungsmüll verursachen und zu Einsparungen im Transport führen. Zudem bieten wir innovative Spendersysteme an, die den sparsamen Produkteinsatz fördern. Ganz besonders die gesteigerte Nachfrage von Produkten mit Öko-Label schlägt sich deutlich in unserem Umsatz mit öko-zertifizierten Produkten nieder.

Auch in unserem Eigenmarkensortiment investieren wir in die Entwicklung ökologischer Alternativen und konnten bereits wirkungsvolle Ergebnisse erzielen.

Durch die Anwendung neuer Kompressionsverfahren bei der Herstellung verschiedener Inkontinenzprodukte der Marke Kolibri sowie von Falthandtüchern der Marke Clean & Clever konnten wir erhebliche Einsparungen im Verpackungsmaterial realisieren. Da nun pro Palette mehr Ware transportiert werden kann, sind deutlich weniger Anlieferungen durch den Lieferanten an die igefa für die gleiche Menge Ware nötig. Zugleich gewinnen wir Palettenstellplätze im Lager und auf unseren LKW.

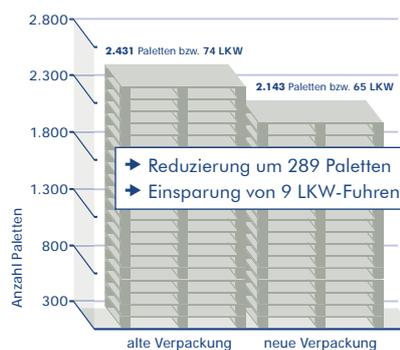
Öko-zertifizierte Produkte weisen im Gegensatz zu Vergleichsprodukten geringere Umweltbelastungen bei gleicher Wirkung auf.

Für die igefa ist diese Aussage handlungsleitend, und wir entwickeln unsere Eigenmarken entsprechend weiter.

Umsatzentwicklung mit Öko-Label-Produkten



Palettenreduzierung durch Kompressionsverfahren*



*Betrachtung von ca. 18 Mio. verkauften Einheiten Kolibri in 2012

Anzahl Öko-Label-Produkte*



*Erstmalige Erfassung Juli 2012

Produktverantwortung und Sicherheit

Die volle Verantwortung für die Produktsicherheit liegt bei den Herstellern. Entsprechende vertragliche Vereinbarungen sind mit den strategischen Lieferanten getroffen und langfristig für alle Lieferanten geplant.

Im Hinblick auf unsere Eigenmarkenprodukte, die etwa 1% des Gesamtsortiments ausmachen, nehmen wir direkten Einfluss auf die Produktgestaltung, d.h. wir definieren Rezepturen, Behälter etc. mit und machen Vorgaben zur Verpackung und Auszeichnung der Produkte. Um unserer Verantwortung gerecht zu werden, lassen wir uns von externen Spezialisten unterstützen. Insbesondere die rechtssichere Erstellung von Sicherheitsdatenblättern geben wir in Auftrag sowie die Bestätigung der Leistung ökologischer Eigenmarken-

produkte im Vergleich zu herkömmlichen Alternativen.

Bei der Verpackung legen wir ein besonderes Augenmerk auf die unmissverständliche Angabe der wesentlichen Produktinformationen, der Anwendungsanleitung und anderer Hinweise entsprechend dem Informationsbedürfnis des Kunden. Wenn möglich, stellen wir diese Informationen in verschiedenen Sprachen zur Verfügung, sodass sie auch von Verwendern verstanden werden, die der deutschen Sprache nicht vollständig mächtig sind. Darüber hinaus nutzen wir häufig einfach zu verstehende Icons und versehen viele Produkte mit einem Farbcodierungssystem, welches die Produkte verschiedenen Anwendungsbereichen zuordnet. So kann vermieden werden, dass beispielsweise ein für

den Sanitärbereich rot markiertes Produkt im Küchenbereich eingesetzt wird, für den branchenweit die Farbe Gelb gilt.

Im Übrigen unterliegen die Eigenmarkenprodukte der permanenten Beobachtung durch die Produktmanagementverantwortlichen. Geänderte Anforderungen unserer Kunden, neue technische Erkenntnisse und Möglichkeiten fließen in die Produktentwicklung ein. Veränderungen am Produkt, sei es in der Zusammensetzung, der Mengeneinheit o.ä. werden deutlich ausgewiesen und kommuniziert. Um eine saubere Abgrenzung zu gewährleisten, z.B. in Bezug auf das zugeordnete Sicherheitsdatenblatt, werden grundsätzlich neue Artikelnummern vergeben.

Artikel mit gesetzlichen Vorschriften



39% der Artikel unseres gesamten Sortimentes unterliegen besonderen gesetzlichen Regelungen.

Darunter sind 8,07% Chemieprodukte, die dem Gefahrgutrecht (5,71%) bzw. der Gefahrstoffverordnung (7,88%) unterliegen, wobei für viele Artikel beide Vorschriften gelten. Unter den Chemieprodukten befindet sich eine Reihe von Haut- und Händedesinfektionsmitteln, die darüber hinaus entweder der Biozidverordnung (1,23%) oder dem Arzneimittelgesetz (0,32%) unterliegen. Weiterhin gilt für 0,47% unserer Artikel auch die Chemikalienverbotsverordnung.

1,16% des Sortimentes sind Kosmetikartikel, ungefährliche Chemieprodukte, die aber der Kosmetikverordnung unterliegen.



Von allen betreffenden Chemielieferanten liegt außerdem eine unterschriebene Erklärung vor, dass alle Produkte aus oder mit Chemikalien, die an die igefa geliefert werden, gemäß der REACH-Verordnung registriert, bewertet und zugelassen sind.

Medizinische Verbrauchsmaterialien (z.B. Kanülen) und Gerätschaften (u.a. Gehhilfen) machen 25,82% unseres Sortimentes aus und unterliegen dem Medizinproduktegesetz.

Die im Zusammenhang mit den genannten Vorschriften relevanten Daten in Bezug auf die Lagerung, den Transport und die Anwendung übermitteln uns die Hersteller in Form von Sicherheitsdatenblättern bzw. Produktblättern. Diese werden durch den zentralen Artikelstamm im Warenwirt-



schaftssystem wie auch online bereitgestellt, so dass Mitarbeiter und Kunden jederzeit darauf zugreifen können.

Für 3,83% unserer Artikel halten wir Lebensmittelunbedenklichkeitsbescheinigungen gemäß dem Lebensmittel- und Bedarfsmittelgesetz vor. Dies betrifft in erster Linie Lebensmittelverpackungen, aber auch unter anderem Einweggeschirr und Gebrauchsartikel, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen können.

Alle Angaben sind per 15.05.13 angegeben, da keine historischen Daten per Dezember 2012 vorliegen. Für die kommenden Jahre ist eine jährliche Archivierung per 31.12. sichergestellt.

Betrieblicher Umweltschutz



Energieverbrauch

Für die Ausübung der eigentlichen Geschäftstätigkeit am Standort verwenden wir elektrische und Heizenergie zum Beispiel für Flurförderfahrzeuge, den Einsatz von IT-Installationen, für die Beleuchtung und Klimatisierung.

Dafür nutzen wir teilweise von uns gewonnene Solarenergie, die dem Ökostrom zugerechnet und nicht separat ausgewiesen wird (die Differenz wird ins örtliche Stromnetz eingespeist).

Zur Reduzierung des Energieverbrauchs wurden erhebliche Investitionen in Gebäude und innovative Technologien getätigt. Neben den Neu- bzw. Anbauten in Köln, Rostock, Kassel, Dresden und Stuttgart mit effizienteren Wärmewerten, Solartechnik, viel Glas zur Tageslichtgewinnung, modernster Klimatechnik usw. wurden an diversen Standorten vor allem Heizungsanlagen modernisiert, in intelligente Lichttechnik investiert und LED-Beleuchtungssysteme für den Lagerbereich getestet. Den Energieeffizienz-Impulsgesprächen mit Vertretern des RKW-Netzwerks konnten noch weitere Verbesserungshinweise ent-

nommen werden, die im Laufe der nächsten Berichtsperiode zum Tragen kommen. Das RKW-Kompetenzzentrum ist eine gemeinnützige Forschungs- und Entwicklungseinrichtung des Rationalisierungs- und Innovationszentrums der deutschen Wirtschaft e.V., gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Eine absolute Einsparung an Energie durch die durchgeführten Maßnahmen konnte nicht ermittelt werden, da zusammen mit den Maßnahmen auch entgegenwirkende Prozessveränderungen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit oder zur Verbesserung des Prozessablaufs bzw. des Arbeitsumfeldes umgesetzt wurden.

Somit resultiert zum Beispiel ein erhöhter Stromverbrauch aus neuen automatischen Kleinteilelagern in Freiburg und Köln, aus nachinstallierten Klimaanlage an den Berliner Standorten sowie aus der Installation einer Erdwärmepumpe in Rostock, die zwar hinsichtlich der Heizenergie enorme Einsparpotentiale bietet, jedoch einen

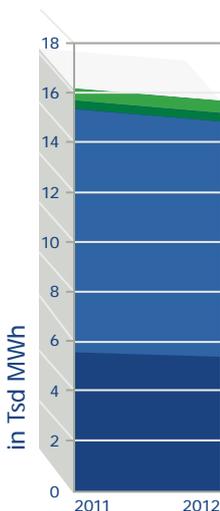
erhöhten Bedarf an elektrischer Energie aufweist. Dennoch konnte der Gesamtbedarf an elektrischer Energie deutlich reduziert werden.

Die hinzugewonnene Lagerfläche an den Standorten Dresden, Köln, Rostock und Kassel führt zwar zu einer verbesserten Lieferfähigkeit, aber auch zu erhöhten Heizenergieverbräuchen. Unter Berücksichtigung des jeweiligen Klimafaktors wird insgesamt aber eine effizientere Nutzung der Heizenergie im Vergleich zum Vorjahr deutlich. Diesen Weg wollen wir weiter vorangehen.

In den kommenden Jahren ist eine weitere Energieeffizienzsteigerung durch die geplanten Neu- und Anbauten in Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Memmingen, Freiburg, Stuttgart, Erfurt, Berlin und Bruchsal mit deutlich verbesserten Umwelt- und Energieeffizienzwerten zu erwarten.

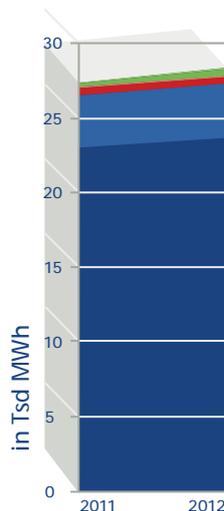
Strom

- Öko-Strom (Vorkette)
- Öko-Strom
- Dt. Strommix (Vorkette)
- Dt. Strommix



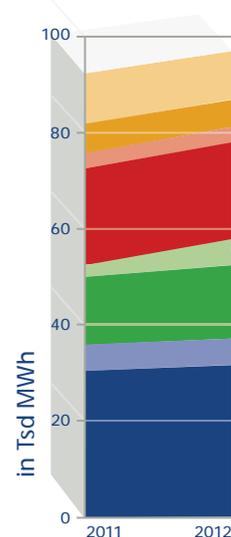
Heizenergie (mit Klimafaktor)

- Fernwärme (Vorkette)
- Fernwärme
- Heizöl (Vorkette)
- Heizöl
- Erdgas (Vorkette)
- Erdgas



Gesamt nach Verbrauchern

- Strom (Vorkette)
- Strom
- Heizung (Vorkette)
- Heizung
- PKW (Vorkette)
- PKW
- LKW (Vorkette)
- LKW



Kraftstoffverbrauch

Der Umweltbelastung, die wir durch unsere 450 Dienstfahrzeuge und 400 LKW zur tagtäglichen Beratung und Versorgung unserer Kunden zu verantworten haben, sind wir uns bewusst. Aus diesem Grund investiert die Unternehmensleitung große Summen in eine moderne Fahrzeugflotte, Tourenoptimierung, Eco-Fahrertrainings für die Kraftfahrer u.v.m. mit dem Ziel, Kraftstoff zu sparen.

Der überwiegende Großteil der LKW-Flotte entspricht mittlerweile der Euro 5 Norm (durchschnittlich ca. 70%) bzw. der Euro 4 Norm (durchschnittlich ca. 23%). Der Austausch älterer Fahrzeuge erfolgt schrittweise mit Erreichen einer vorgegebenen Kilometerlaufleistung.

Des Weiteren setzen wir vier Hybrid-LKW verschiedener Hersteller ein, um sie auf Herz und Nieren zu testen und herauszufinden, ob sich diese innovative Antriebstechnik auch im Logistikalltag bewährt. Inwiefern sich der Einsatz dieser Fahrzeuge auch in unseren Energieverbrauchszahlen niederschlagen wird, werden wir in Kürze quantifizieren können. Laut Aussagen unserer Hersteller kann eine 10%ige Kraftstoffeinsparung erzielt werden.

„Wir sind überzeugt, dass wir mit den LKW-Tests einen wichtigen Beitrag leisten können, um die Entwicklung umweltfreundlicher Logistiklösungen voranzutreiben.“

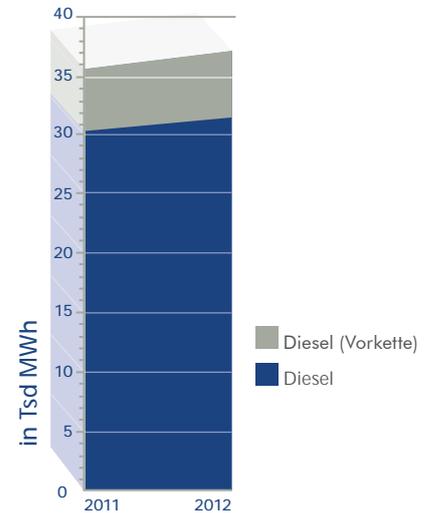
Ein weiterer Einflussfaktor im Hinblick auf den Kraftstoffverbrauch ist die Zahl der Kilometer, die jedes Fahrzeug täglich zurücklegt. Um die LKW maximal auszulasten und die Strecken optimal zu planen, wurde an verschiedenen Standorten in hochspezialisierte Software investiert.

Gute Erfahrungen haben wir darüber hinaus mit Schulungen unserer Kraftfahrer zur sparsamen und sicheren Fahrweise erzielt.

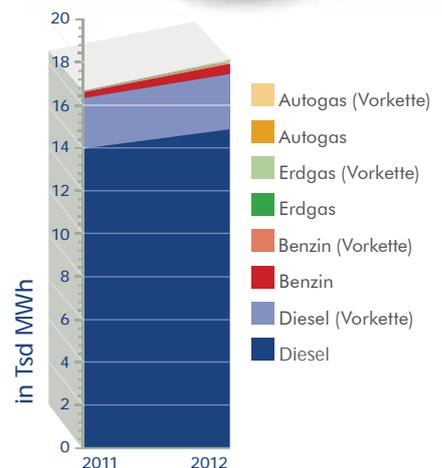
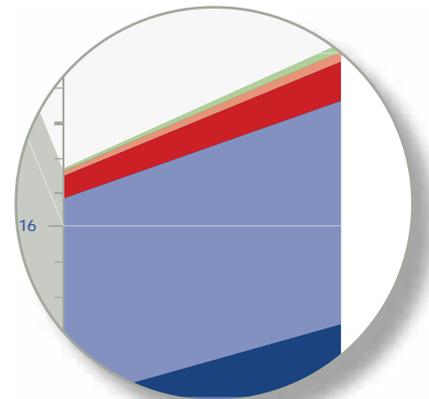
Nicht zuletzt wurde das Controlling und Benchmarking im Logistikbereich kürzlich durch einen erfahrenen Spezialisten verstärkt.

Der Kraftstoffverbrauch verhält sich äquivalent zum Umsatzwachstum und wird zudem durch die deutlich erhöhte Anzahl an Kleinstlieferungen (+ 4,3%) beeinflusst.

LKW (Transport)



PKW (Außendienst/Führungskräfte)



„Neben unserer Fuhrlogistik ist auch die PKW-Flotte eine entscheidende Einflussgröße für den Kraftstoffverbrauch.“

Unsere Außendienst-Fachberater, die in der Vergangenheit als Generalisten gebietsweise tätig waren, wurden zu Branchenspezialisten im gesamten Liefergebiet entwickelt: für das Gastgewerbe, Gesundheitswesen, die Gebäudereinigung bzw. die Industrie. Dadurch können unsere Kunden noch individueller und professioneller beraten werden. Diese grundsätzliche Neuausrichtung des Vertriebs wurde bundesweit seit Ende 2010 schrittweise vollzogen und führt gezwungenermaßen zu weiteren Wegstrecken und damit mehr Kraftstoffverbrauch.

Um dem entgegenzuwirken, haben wir im PKW-Bereich durch verschiedene Grundsatz- und Investitionsentscheidungen wichtige Weichen gestellt.

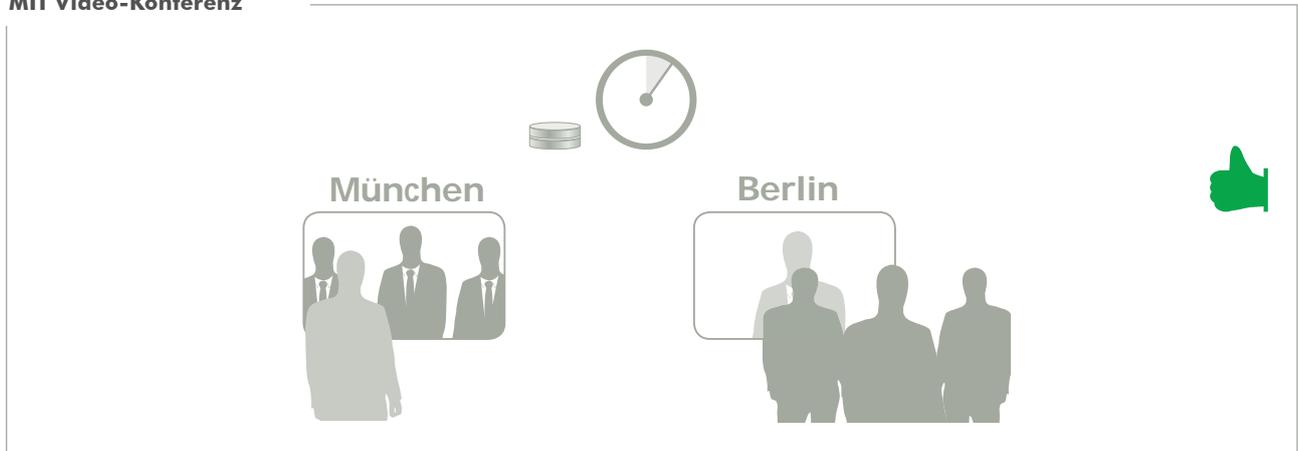
Allein circa 180.000 Euro haben wir seit 2010 in ein Videokonferenzsystem an 15 igefa-Standorten in Deutschland investiert, um Kraftstoff, Zeit und Geld für Geschäftsreisen zu sparen. Aufgrund fehlender Vergleichswerte kann keine zahlenmäßige Aussage über die Kraftstoffeinsparungen durch das Videokonferenzsystem getroffen werden; die Vorteile liegen jedoch auf der Hand (siehe Grafik).

Des Weiteren haben wir entschieden, nur noch kraftstoffsparende PKW der Effizienzklassen A+, A bzw. maximal B zu beschaffen, um auf diese Weise mittelfristig den CO₂-Flottendurchschnitt in der igefa zu reduzieren.

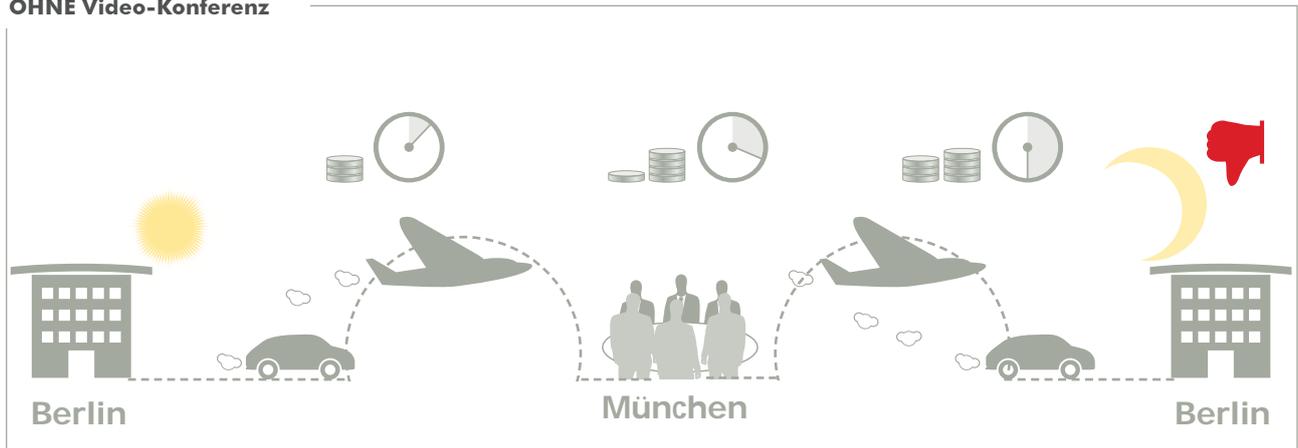
Auch die Besuchsplanung des Außendienstes spielt eine entscheidende Rolle für die Kilometeraufleistung der Fahrzeuge und damit für den Kraftstoffverbrauch. Hier konnten wir feststellen, dass die Beratung am Telefon von vielen Kunden als Alternative zum persönlichen Besuch angenommen wird. Aus diesem Grund haben wir den aktiven Telefonverkauf, d.h. die Fachberatung am Telefon, erfolgreich ausgebaut. Der Kunde wird weiterhin intensiv betreut, der Außendienst aber kann seine Effizienz steigern, was sich in der Betrachtung der gefahrenen Kilometer pro Kunde bemerkbar macht.

Parallel werden Softwareprogramme zur Routenoptimierung für den Außendienst getestet, wobei ein abschließendes Ergebnis noch nicht vorliegt.

MIT Video-Konferenz



OHNE Video-Konferenz



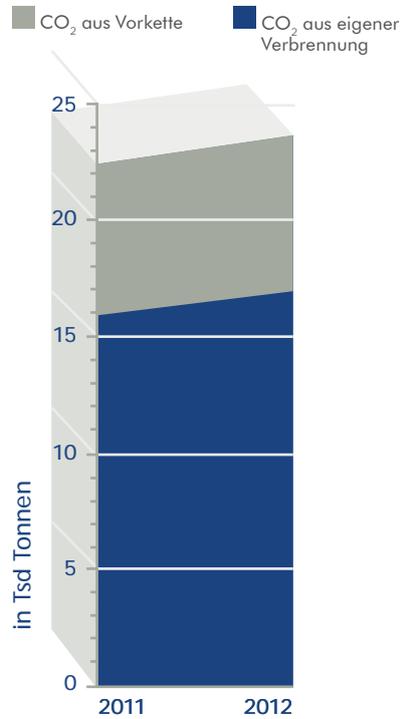
Emissionen

Der Verbrauch von Strom, Heizenergie und Kraftstoff geht mit dem Ausstoß von klimaschädigenden Treibhausgasen einher. Diesen zu reduzieren, ist definiertes Umweltziel der igefa.

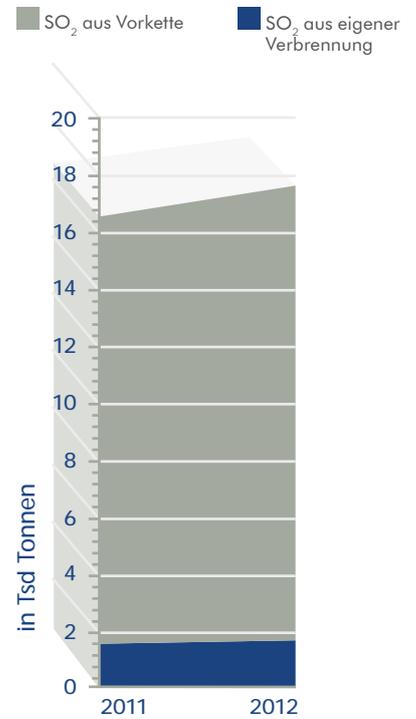
Seit Beginn des Jahres 2012 ermitteln wir die Emissionswerte auf Basis der gemeldeten Verbräuche. Dabei berücksichtigen wir sowohl die Emissionen, die die igefa selbst verursacht hat, als auch die, die in der Vorkette entstanden sind.

Beim Verbrennungsprozess werden neben Kohlendioxid außerdem Luftschadstoffe abgegeben, die über den Faktor der SO₂-Äquivalente das sogenannte Versauerungspotential abbilden.

Emissionen CO₂-Äquivalente



Emissionen SO₂-Äquivalente





Eingesetztes Material

Der Verbrauch von Büro- und Geschäftspapier kann als direkter Materialeinsatz in unserem Unternehmen verstanden werden, weil er den Geschäftsabläufen wie auch der Kommunikation mit unseren Kunden und Lieferanten dient.

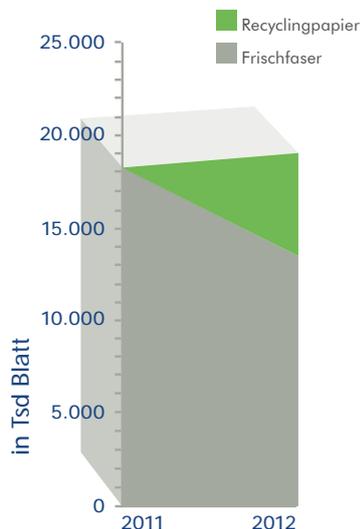
Auf das eingesetzte Material der verkauften Produkte hat die igefa als nicht produzierendes Unternehmen, sondern Logistikdienstleister und Handelspartner keinen direkten Einfluss.

Die enge Zusammenarbeit mit unseren strategischen Lieferanten nutzen wir aber, um Anforderungen hinsichtlich ressourcenschonenderer Produkte an diese heranzutragen. Darüber hinaus beraten und unterstützen wir unsere Kunden hinsichtlich einer möglichen Substitution von kritischen Produkten durch für die Umwelt und den Anwender verträglichere Produkte.

Da mit der Erfassung der Papierverbräuche erst 2012 begonnen wurde, ist eine Interpretation der Verbräuche nur vage möglich. Unter der Voraussetzung, dass die Werte aus 2011 genauso verlässlich sind wie diejenigen aus 2012, ist die wahrscheinlichste Ursache für den erhöhten Papierverbrauch in 2012 die gestiegene Zahl an Lieferbelegen um 4,3% aufgrund des Umsatzzuwachses und der Reduzierung des durchschnittlichen Auftragswerts um 1,3%.

Insgesamt konnte der Papierverbrauch je Liefervorgang jedoch gesenkt werden.

Verbrauch Büro- und Geschäftspapier

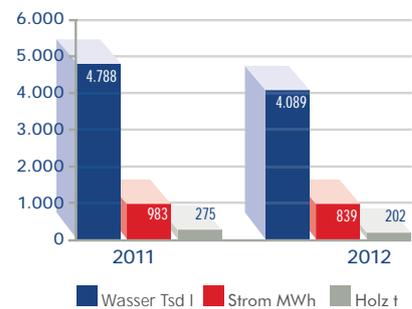


Der Entwicklung haben wir außerdem entgegenwirken können, indem wir verstärkt ein 100%iges Recycling-Papier eingesetzt haben. Dieses ist mit dem Blauen Engel und dem Nordic Swan zertifiziert und wird wesentlich ressourcenschonender produziert als Frischfaserpapier.



Ende 2012 konnten wir nach bereits sechs Monaten eine Quote an Recyclingpapier von knapp 30% des Papierverbrauchs vorweisen, welche zukünftig weiter ausgebaut werden soll.

Ressourceneinsparung durch den Einsatz von Recyclingpapier 2012



Neben dem Verbrauch von Büro- und Geschäftspapier ergibt sich auch ein Papierbedarf für Werbematerialien. Dieser wird zahlenmäßig nicht erfasst und kann daher nicht angegeben werden. Es konnte jedoch eine Verbesserung der Umweltleistungen durch den strikten Einsatz von FSC-zertifiziertem Papier erreicht werden.



Nun gilt es, die Papierverbräuche vollständig über alle Regionen transparent darzustellen, sodass messbare Ziele zur Reduzierung festgelegt werden können.

Elektronische Kommunikation

Viele unserer Kunden haben von der Möglichkeit, elektronisch zu bestellen, Gebrauch gemacht. Der Anteil der elektronischen Bestellungen ist überproportional angestiegen.

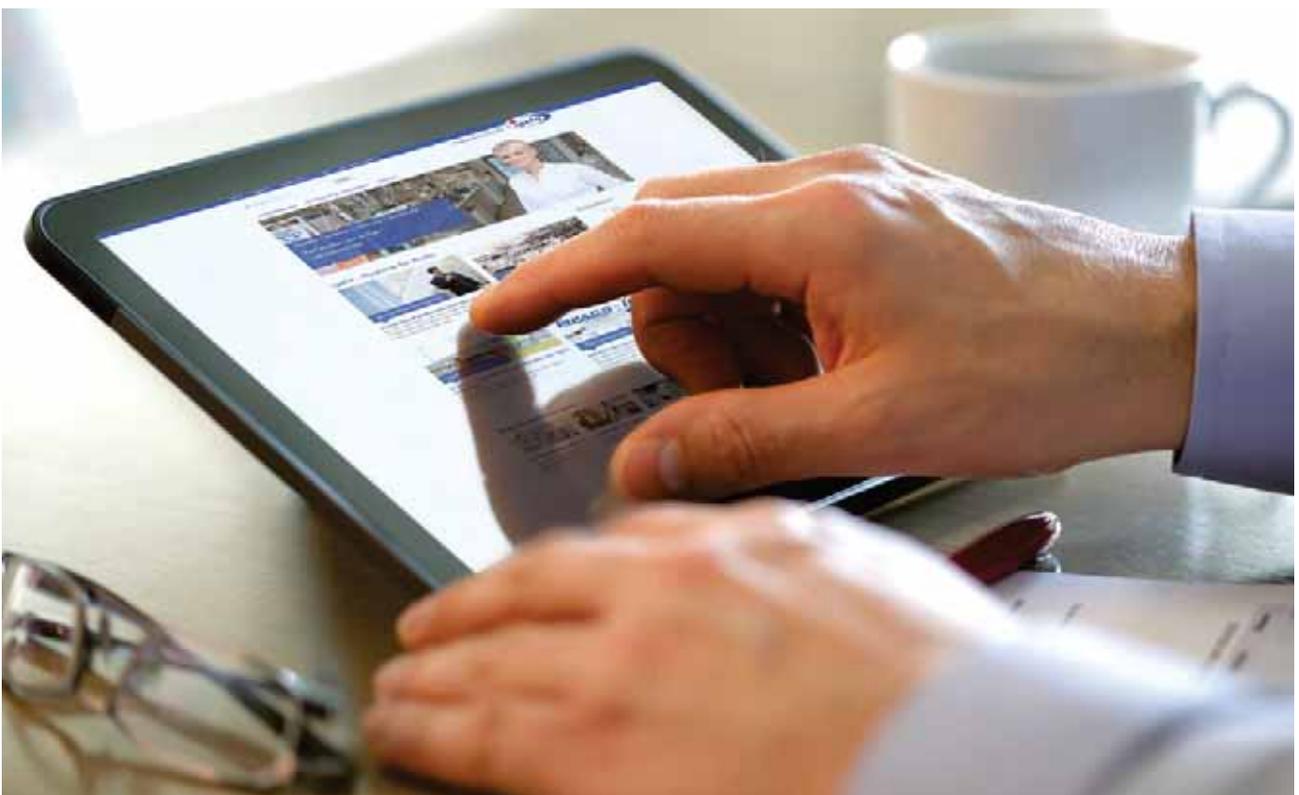
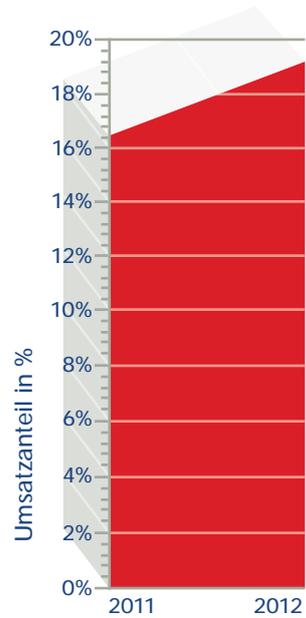
„Hier konnten wir gemeinsam mit unseren Kunden Papier sparen.“

Der Ausbau der elektronischen Kommunikation mit unseren Kunden wie auch allen anderen Stakeholdern wird stetig vorangetrieben.

Unter den weiteren geplanten Maßnahmen zur Papiereinsparung ist das sogenannte Telematik-Projekt hervorzuheben, das eine beleglose Auslieferung und Sendungsverfolgung vorsieht. Der Kunde unterzeichnet die Annahme seiner Lieferung damit nicht mehr auf dem Lieferbeleg, sondern auf der berührungssensitiven Oberfläche eines mobilen Endgerätes. Hierdurch können nach ersten Schätzungen innerhalb der igefa zwei- bis dreitausend Blatt Papier täglich durch Wegfall der Fuhrlisten eingespart werden.

Auch in anderen Bereichen sind beleglose Prozesse zunehmend tägliche Praxis.

Entwicklung des elektronisch generierten Umsatzes

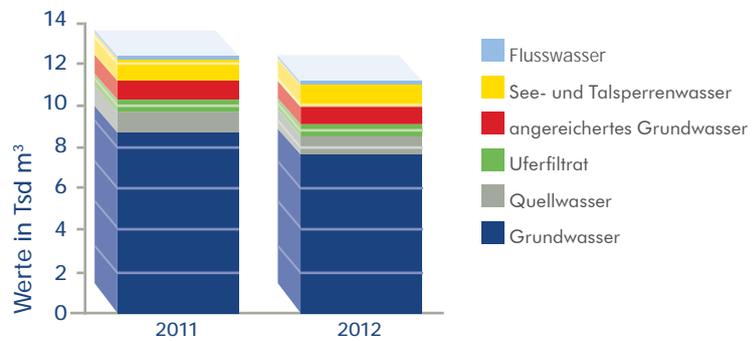


Wasser

Der Wasserbedarf der igefa liegt nur unwesentlich über dem Wasserverbrauch für den Betrieb der sanitären Anlagen für die Mitarbeiter und wird daher als nicht wesentlicher Faktor der Umweltbeeinflussung betrachtet. Dennoch werden die Werte im Rahmen des Umweltmanagements verfolgt, sodass bei einem unerwarteten Mehrverbrauch Maßnahmen eingeleitet werden können.

Das Wasser wird vollständig von regionalen Wasserversorgern bezogen.

Wasserverbrauch



Abfall/Recycling/Entsorgung

Das Abfallmeldesystem der igefa ist aktuell im Entstehungsprozess und gibt innerhalb der ersten Auswertung für 2012 nur die Tendenz der Verteilung von gefährlichen und nicht gefährlichen Abfällen wieder.

Hier gilt es, zukünftig verlässliche Werte zu ermitteln.

Zu den nicht gefährlichen Abfällen zählen im Wesentlichen Verpackungsmaterialien wie Kartons und Stretchfolie, Siedlungsabfälle und (Büro-)Papier. Gefährliche Abfälle sind im Allgemeinen zu entsorgende Chemikalien aufgrund z.B. beschädigter Verpackungen, aber auch Verbrauchsmaterialien wie Leuchtstoffröhren und Batterien.

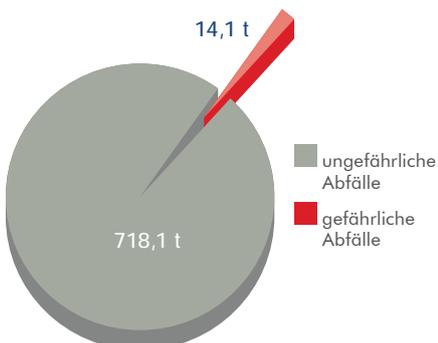
Die Entsorgung des Abfalls wird bei zertifizierten Entsorgungsfachbetrieben beauftragt. Daten über die endgültige Verwendung des Abfalls liegen der igefa nicht vor.

Sowohl unsere Lieferanten als auch die igefa selbst (bei Eigenmarken) lizenzieren Verpackungen im Dualen System, so dass unsere Kunden diese über die Sammelbehälter für Verpackungsmaterialien (gelbe Tonne) entsorgen und recyceln lassen können. Dies gilt ebenso für verwendete Umverpackungen.

Sofern Umverpackungen an uns zurückgegeben werden, verwenden die Niederlassungen diese möglichst zur Verpackung wieder. Der Anteil der zurückgenommenen Verpackungen wird innerhalb der igefa nicht erfasst.

Auf Wunsch lizenziert die igefa Serviceverpackungen im Auftrag des Kunden als Dienstleistung. Durch die Verwertung der von uns lizenzierten Verkaufsverpackungen konnten im Jahr 2012 insgesamt 1.817 t CO₂ eingespart werden. Dies entspricht der durchschnittlichen jährlichen Emission von 489 PKW (gemäß CO₂-Klimazertifikat 2012 (BV 14830.2012) ausgestellt von Belland Vision GmbH).

Abfallarten und -mengen in 2012





Unsere Mitarbeiter

UNSERE MITARBEITER

Wir setzen auf langfristige vertrauensvolle Beziehungen zu allen Mitarbeitern und sehen den Menschen als Ganzes – mit seinen Talenten und Qualifikationen, Bedürfnissen und Vorlieben.

Fairer Umgang mit allen Mitarbeitern ist dabei nicht nur ein ethischer Anspruch, sondern bei der igefa gelebte Praxis. Der jahrzehntelange Erfolg unserer Unternehmensgruppe ist ganz besonders dem Engagement unserer Mitarbeiter zu verdanken.

Nur motiviert, gut ausgebildet und mit Freude bei der Arbeit können sie tagtäglich Bestleistungen erbringen, damit wir unserer Vorreiterstellung am Markt und den hohen Erwartungen unserer Kunden gerecht werden.

Unsere Grundsätze

- Hohe Standards hinsichtlich Gesundheit und Sicherheit
- Achtung der Mitarbeitergrundrechte
- Faire Arbeitsbedingungen
- Eine angemessene Vergütung und gute Sozialleistungen
- Eine auf Kontinuität angelegte Mitarbeiterentwicklung und Weiterbildung
- Den Menschen als Ganzes sehen

Der Schutz dieser Grundsätze ist in unserer Unternehmenskultur und in unserem integrierten Managementsystem verankert. Viele unserer Mitarbeiter sind genau aus diesem Grund bereits seit langem dabei.

„Bei der igefa erhielt ich von Anfang an die Anerkennung, das Vertrauen und die notwendige Unterstützung, um meinen persönlichen Berufsweg zu gehen und an meinen täglichen Aufgaben zu wachsen.“

Seit meiner Ausbildung vor über 15 Jahren bin ich für die igefa tätig. Ich schätze die Qualifizierungsmöglichkeiten und Verbundenheit sowie insbesondere die Flexibilität, die mir geboten werden. So kann ich Beruf und Familie gut kombinieren.

Heute betreue ich das Produktmanagement unserer Eigenmarken, wobei sich auszahlt, dass ich die Strukturen und Prozesse sehr gut kenne.“

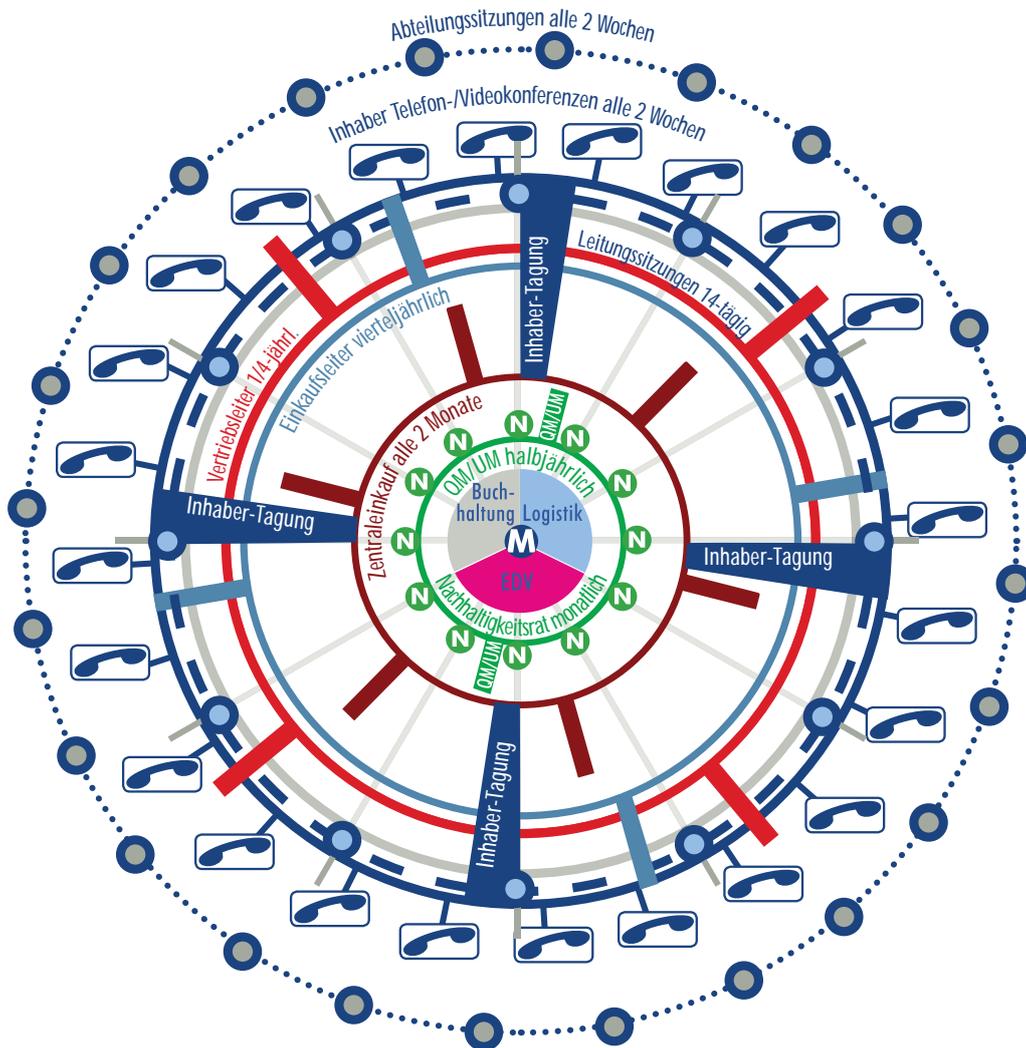


Daniela Kühne
igefa-Zentrale,
Produktmanagement

Kommunikation im Unternehmen

Die mittelständisch flachen Hierarchien und kurzen Kommunikationswege in der igefa ermöglichen den direkten Austausch zwischen Mitarbeitern, Führungskräften und den Inhabern. Der offene Umgang miteinander ist gelebte Praxis im Geschäftsalltag.

Die breite Kommunikation und Mitarbeiterbeteiligung werden darüber hinaus über verschiedene Fachtagungskreise realisiert. Hier werden Kompetenzen der einzelnen Firmengruppen aus allen Ebenen gebündelt und verschiedenste Themengebiete genauestens betrachtet.



I Inhaberkonferenzen (alle zwei Wochen)
→ Strategie, wirtschaftliche Auswertung

M Managertagung aller Führungskräfte (jährlich) → Jahresrückblick, Strategie, anstehende Projekte

V Vertriebsleiter (vierteljährlich)
→ Vertriebsstrategie, Projekte, Benchmarking

E Einkaufsleiter (vierteljährlich)
→ Lieferantenvereinbarungen, Konditionen, Sortimentsgestaltung, Warenverfügbarkeit

Z Zentraleinkauf (alle 2 Monate)
→ Category Management

EDV (jährlich)
→ Neuentwicklungen, eBusiness, Warenwirtschaft, Telekommunikation

B Buchhaltung (jährlich)

L Logistik (jährlich)
→ Kommissioniersysteme, Projekte, Benchmarking

QM/UM
Qualitäts- und Umweltmanagementverantwortliche (halbjährlich) → Neuregelungen, Projekte, Dokumentation, kontinuierliche Verbesserung

N Nachhaltigkeitsrat (monatlich) → Strategie, Nachhaltigkeitsmanagementsystem, Projekte, Berichtswesen

L Leitungssitzungen auf Niederlassungsebene (monatlich) → operative Fragen, Korrektur- und Vorbeugemaßnahmen, Projekte

A Abteilungssitzungen (ca. alle 2 Wochen)
→ Korrektur- und Vorbeugemaßnahmen, Veränderungen, Mitarbeiterbeteiligung

Entwicklung, Förderung und Weiterbildung

Neben den regelmäßigen, gesetzlich geforderten Unterweisungen und Schulungen beispielsweise zu Arbeitssicherheit und zum Umgang mit Gefahrstoffen werden die Mitarbeiter im Hinblick auf ihre Arbeitsanforderungen und auf Grundlage ihrer Qualifikation durch individuelle Schulungen unterstützt (z.B. Verkaufsförderung, Erweiterung der Produktkenntnisse, Stärkung persönlicher Fähigkeiten). Im Allgemeinen ergibt sich der individuelle Schulungsbedarf aus regelmäßigen Leistungsbewertungen und Zieldefinitionen, die die Führungskraft und der Mitarbeiter gemeinsam vornehmen.

Neue Mitarbeiter durchlaufen in der Einarbeitungsphase eine Grundausbildung, die grundsätzlich mit einer Erstbelehrung zur Arbeitssicherheit beginnt und deren Umfang von der Qualifikation und dem späteren Einsatzgebiet des Mitarbeiters abhängt.

In 2012 hat die igefa den Campus ins Leben gerufen, eine Plattform für ständiges Lernen unserer Mitarbeiter und Kunden, die dem Leitbild einer professionellen Fachkräfteentwicklung folgt.

„Mit dem igefa Campus und seinen verschiedenen Lernmöglichkeiten für Führungskräfte und Mitarbeiter haben wir die Rahmenbedingungen für eine igefa-gerechte und zeitgemäße Personalentwicklung professionalisiert.“



Die Campus-Themen für Mitarbeiter sind:

- Arbeiten bei der igefa
- Vertriebstaining
- Führungskräfteentwicklung
- Kommunikation

Aus unseren eigenen Reihen und unserem Branchennetzwerk verfügen wir über erfahrene Spezialisten, die auf unserem Campus als Dozenten agieren. Zu den ersten Schulungsmaßnahmen in diesem Rahmen in 2012 gehörten diverse Coachings für den Verkauf am Telefon und die Ausbildung zum Fachwirt für Reinigung und Hygiene. Ziel ist es, den Campus stetig weiterzuentwickeln und den Anforderungen unserer Branche entsprechend zu ergänzen.

Alle Campus-Seminare werden in einer modulartigen Seminarstruktur für verschiedene Entwicklungsstufen angeboten (siehe Kunden- und Anwenderschulungen S. 54).

Campus – Auf einen Blick



Arbeiten bei igefa

- Die Welt der igefa
- Grundlagen im Einkauf
- Grundlagen im Verkauf
- Grundlagen im Angebotswesen
- Grundlagen im Lagermanagement
- MS Excel 2010 für erfahrene Anwender



Vertriebstaining

- Wie tickt der Einkauf?
- Strategisches Key Account Management (KAM)
- KAM professionell einführen, weiterentwickeln und managen
- Neukunden gewinnen – aber wie?
- Seminare für den Außendienst – in 5 Modulen
- Seminare für den Innendienst – in 2 Modulen
- Führungskräfte im Verkauf – TBA Inhalte erfolgreich umsetzen



Führungskräfte-Entwicklung

- Die ersten 100 Tage
- Gesprächsführung
- Grundlagen der Führung
- Teams erfolgreich führen
- Coaching als Führungsinstrument



Kommunikation

- Präsentation und Moderation
- Einwandbehandlung / Beschwerdemanagement
- Kundenkommunikation am Telefon – On the Job Training

Nachwuchssicherung

„Wir bilden aus, um die Fach- und Führungskräfte von morgen zu entwickeln.“

Eine Vielzahl ehemaliger Auszubildender und Trainees in unserem Unternehmen bekleiden heute verantwortungsvolle Positionen – national und international. Die Entwicklung von Fach- und Führungskräften ist unsere wichtigste Investition in die Zukunft.



Aus diesem Grund nutzen wir bereits jetzt neue Formen der Bewerbersuche. Zum Beispiel richteten wir in 2012 erstmalig die hochkarätige Rekrutierungsveranstaltung „Karrieretag Familienunternehmen“ aus.

Zudem haben wir im vergangenen Jahr das von der Industrie- und Handelskammer angebotene Azubi-Speed-Dating erfolgreich getestet. Hier haben Firmen aus der Region die Möglichkeit, sich jungen Menschen gegenüber als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren.

„Wir haben mit diesen neuartigen Bewerbungsverfahren sehr positive Erfahrungen gemacht und die passenden neuen Kollegen finden können.“

Die Ausschreibung zu besetzender Stellen erfolgt im Allgemeinen regional. Es wird auf eine höchstmögliche Nähe des Standortes zum jeweiligen Wohnort geachtet. Ganz lassen sich längere Anfahrtszeiten allerdings nicht vermeiden, da die meisten unserer Standorte in Industriegebieten außerhalb der Stadtzentren liegen. Bei überregionalen Funktionen wie den deutschlandweit tätigen Großkundenbetreuern ist die Nähe zum Wohnort nicht realisierbar. Eine detaillierte Erhebung hat nicht stattgefunden.

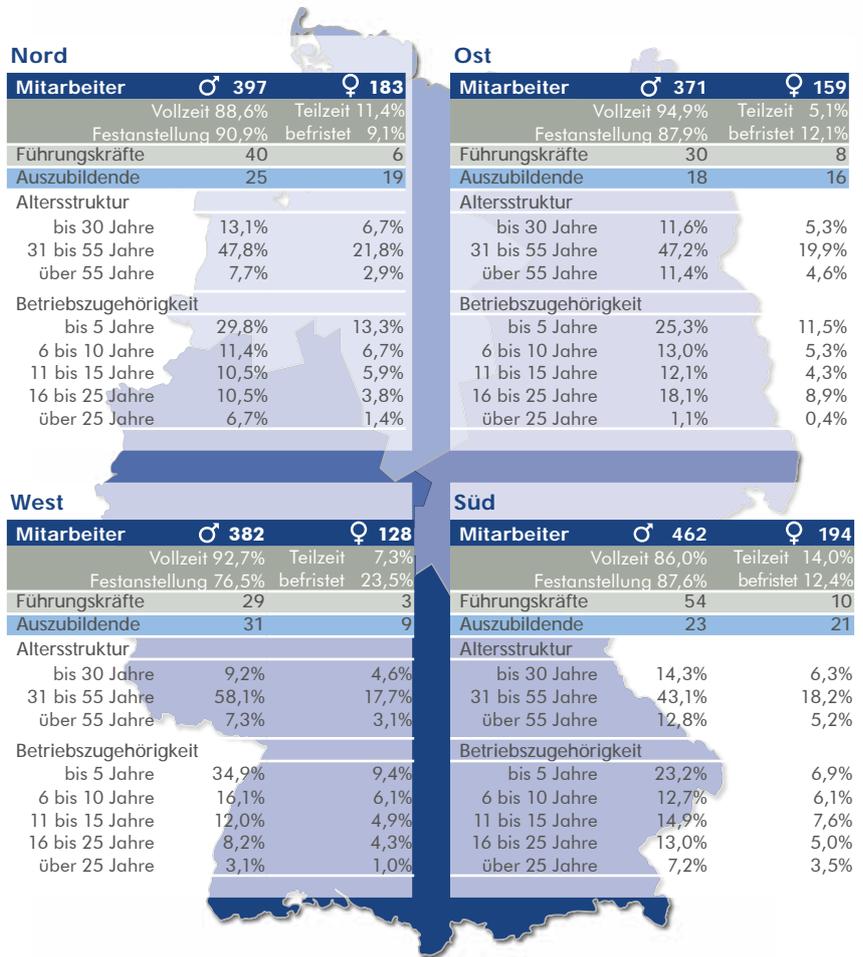
Die derzeitige Ausbildungsquote in der igefa liegt im Schnitt bei knapp sieben Prozent.

Ziel ist es, die Quote weiter auszubauen. Die Rekrutierungsmöglichkeiten werden sich allerdings aufgrund der erwarteten geburtschwachen Jahrgänge verschlechtern.



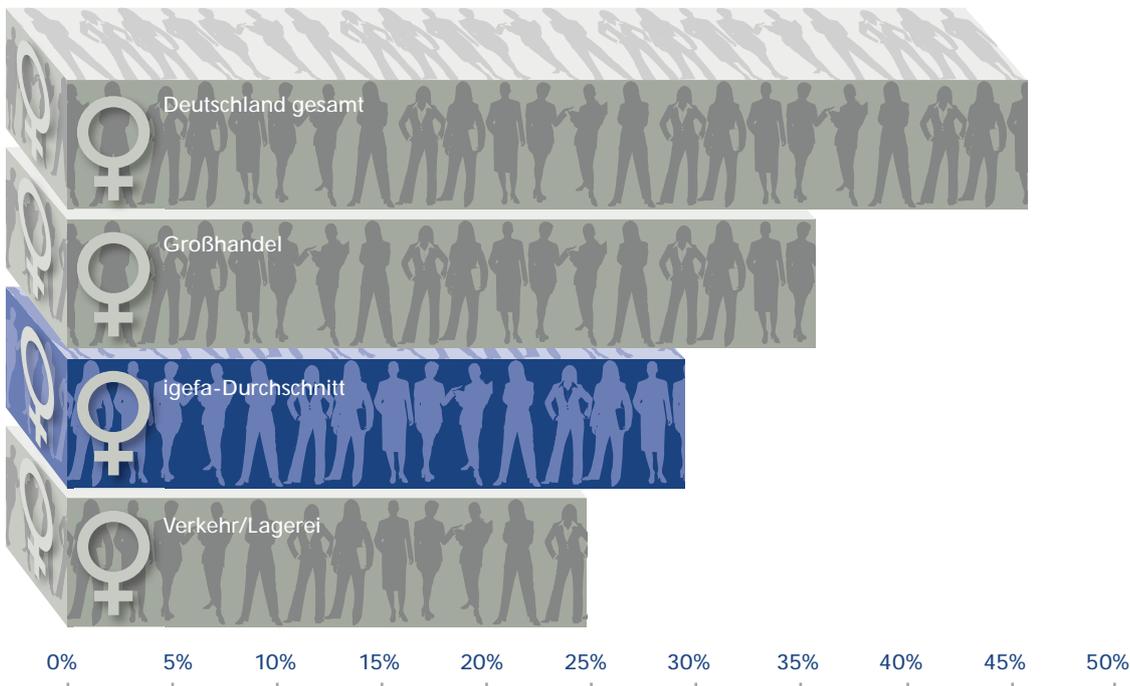
Diversität

Die Personalauswahl in der igefa erfolgt grundsätzlich strikt nach der Qualifikation für die zu besetzende Stelle, unabhängig vom Geschlecht. Da im Logistikbereich der Männeranteil an Fachkräften deutlich höher ist, sind in der igefa mehrheitlich Männer beschäftigt. Insgesamt liegt der Anteil an weiblichen Mitarbeitern dennoch im guten Durchschnitt.



Anteil weiblicher Mitarbeiter

(Quelle: Amtliche Nachrichten der Bundesagentur für Arbeit, 59. Jahrgang, Sondernummer 2 – Arbeitsmarkt 2011)





Unsere Lieferanten





UNSERE LIEFERANTEN

Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor in der igefa-Geschichte. Sie beruht auf Transparenz, gegenseitigem Vertrauen und Kontinuität. Dabei steht der Kunde stets im Fokus.

„Der Anspruch, den wir an uns selbst in puncto Nachhaltigkeit stellen, muss über die gesamte Lieferkette gelten – von der Rohstoffgewinnung bis zur Entsorgung.“

Unsere überregionalen und internationalen Lieferantenbeziehungen werden dementsprechend weiterentwickelt. Diese Aufgabe obliegt dem strategischen Einkauf der igefa-Zentrale.

- Verhandlung von Lieferkonditionen
- Sortimentsgestaltung (Category Management)
- Vertragliche Vereinbarungen

Verbindliche Regelungen zu Lieferung und Leistung, Qualität und Umwelt, zu Produktspezifikationen und -aussagen etc. schaffen Klarheit und Transparenz in der Zusammenarbeit.

Gemeinsam mit unseren Lieferanten arbeiten wir kontinuierlich an der Entwicklung nachhaltiger Produkt- und Dienstleistungsalternativen sowie an der Optimierung der Schnittstellen und Prozesse.

igefa Code of Conduct

Im Juli 2011 wurde der igefa Code of Conduct für Lieferanten verabschiedet. Dieser orientiert sich an den grundlegenden Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) für gerechte menschenwürdige Arbeits- und Sozialstandards, an der UN-Resolution 217 A (III) vom 10.12.1948 (Menschenrechtserklärung) sowie der UN Rio-Erklärung über Umwelt und Entwicklung vom 14.06.1992.

Die Grundsätze des igefa Code of Conduct:

§ Einhaltung der Gesetze
§ Verbot von Korruption und Bestechung
§ Achtung der Grundrechte der Mitarbeiter
§ Verbot von Kinderarbeit
§ Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter
§ Umweltschutz

Seit Verabschiedung des igefa Code of Conduct haben per Dezember 2012 bereits 40 der 70 strategischen Lieferanten der igefa uneingeschränkt die Einhaltung der darin genannten Grundsätze unterzeichnet. Weitere fünf strategische Lieferanten haben inhaltlich angelehnte eigene Bestätigungen unterschrieben. Die genannten Lieferanten repräsentieren ca. 62,5 Prozent des Einkaufsvolumens.

Wir erwarten von all unseren Lieferanten das schriftliche Commitment für den igefa Code of Conduct bzw. für eine entsprechend gleichlautende Verpflichtung. Innerhalb des nächsten Berichtszeitraums gilt es, dieses konsequent einzufordern.

Es ist unabdingbar, dass die Grundsätze des igefa Code of Conduct eingehalten werden – auch im Hinblick auf die gesamte Lieferkette. Andernfalls kann die Zusammenarbeit mit dem betreffenden Lieferanten grundsätzlich in Frage gestellt werden.

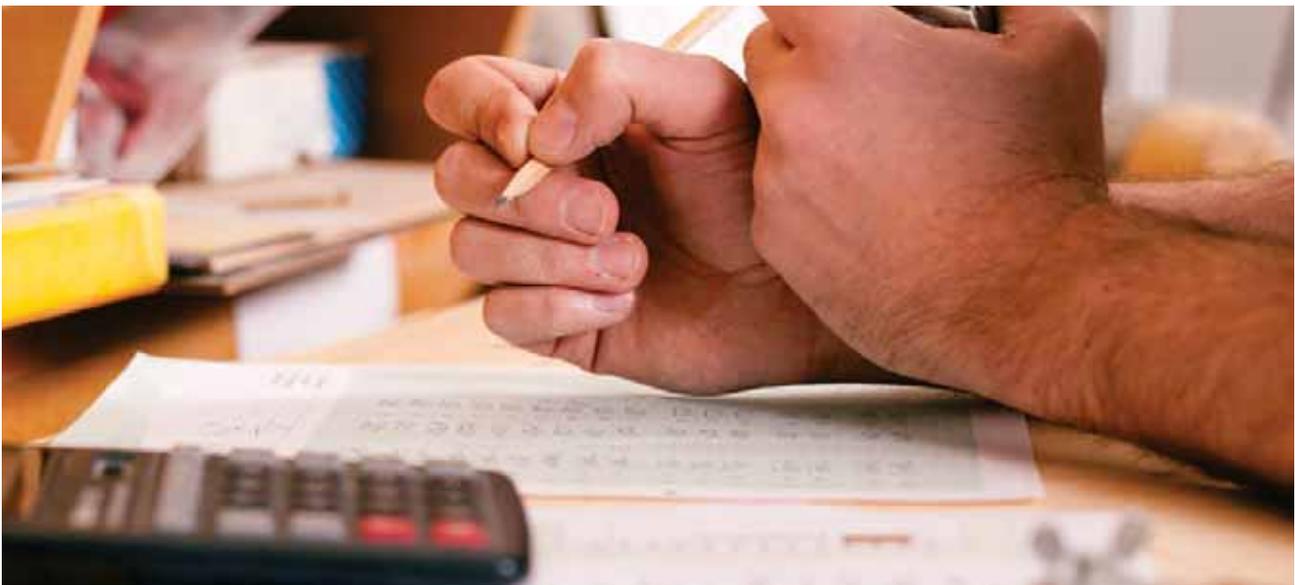
Systematische Lieferantenbewertung und -klassifizierung

„In regelmäßigen Abständen analysieren wir unsere wesentlichen Lieferanten anhand verschiedener Kriterien.“

+ Wahrnehmung der ökologischen und sozialen Verantwortung	+ Wettbewerbsverhalten
+ Servicequalität, Kooperationen, Reklamationen, Retouren	+ Liefertreue
+ Grad der elektronischen Kommunikation (Bestellungen, Preisänderungen etc.)	+ Wettbewerbsfähigkeit (Konditionen, Sortiment)
+ Vertriebsunterstützung	+ Einhaltung des igefa Code of Conduct

Die Bewertung nimmt der strategische Einkauf der igefa-Zentrale in Zusammenarbeit mit den igefa-Niederlassungen und gegebenenfalls dem igefa-Nachhaltigkeitsrat vor.

Die Ergebnisse dieser Bewertung werden mit dem jeweiligen Lieferanten erörtert und können Auswirkungen auf die Einstufung und damit die strategische Bedeutung des Lieferanten für die igefa haben.



Schulungen

Ein wichtiges Standbein der operativen Zusammenarbeit mit den Lieferanten ist das Schulungswesen. Zum einen finden an unseren Standorten laufend Produkt- und Anwendungsschulungen für unsere Fachberater im Innen- und Außendienst statt, damit diese die Kunden bestmöglich beraten können.

Zum anderen profitieren unsere Kunden von interessanten Seminarangeboten der Lieferanten, die themenspezifisch auf sie zugeschnitten sind.

Die Firma Duni beispielsweise bietet das Seminar „Kreative Tischwelten“ an, bei dem die Teilnehmer, meist aus dem Gastgewerbe, alles über perfekte Tischdekoration erlernen.

Im Rahmen unserer Hausmessen haben unsere Lieferanten zudem die Möglichkeit, direkt mit den Kunden in Kontakt zu treten, um Produktneuheiten zu präsentieren, Vorträge zu halten und Produkt- und Anwendungsschulungen anzubieten.

Unsere Kunden



UNSERE KUNDEN

Unsere Kunden sind unsere wichtigsten Stakeholder. Der Großteil unserer Bemühungen ist auf sie gerichtet.

„Mit Sicherheit gut versorgt.“

Als marktführender Versorgungsspezialist sind wir für unsere Kunden der Partner, der ihnen die Sicherheit gibt, dass ihre täglichen Beschaffungsprozesse reibungslos funktionieren, und der sogar im Notfall immer eine Lösung findet.

Im Sinne der Kontinuität ist uns dabei wichtig, langfristige partnerschaftliche Kundenbeziehungen zu etablieren.

Die Ansprüche unserer Kunden sind jeweils sehr individuell und je nach Branche und Region unterschiedlich; so stellt ein Hotel an der Zugspitze beispielsweise ganz andere Anforderungen als Gebäudereinigungsunternehmen in Berlin. Unsere Niederlassungen vor Ort sind auf die regionalen Besonderheiten eingestellt, sowohl im Hinblick auf die Produktauswahl als auch auf das Dienstleistungsportfolio.

Unsere Fachberater kommen aus der Praxis und kennen die Anforderungen ihrer Kunden sehr genau.

Zudem unterstützen wir unsere Kunden in ihrer nachhaltigen Entwicklung. Über die Gestaltung einer verantwortungsvollen Lieferkette hinaus bieten wir umweltschonende Produkt- und Anwendungslösungen an und optimieren die Beschaffungsprozesse unserer Kunden.



Qualifiziertes Management der Kundenbeziehungen

Alle Niederlassungen der igefa arbeiten mit demselben Warenwirtschaftssystem. Dieses wird seit Jahrzehnten von dem igefa-eigenen Softwareunternehmen speziell nach unseren Qualitätsansprüchen und nicht zuletzt für die Zufriedenheit unserer Kunden entwickelt.

Über 2.000 User sind damit tagtäglich miteinander vernetzt.

Dieses System ist die Basis für unser Kundenbeziehungsmanagement. Die hierin entwickelten Strategien stellen unseren hohen Standard in der Kundenbetreuung sicher.

Die zuletzt implementierte Bedarfsfeldanalyse zeigt uns beispielsweise, an welcher Stelle wir für unsere Kunden zusätzlich wirksam werden können.

Zugleich gewährleistet das System ein Höchstmaß an Transparenz im Hinblick auf Produktinformationen wie Gefahrgutkennzeichnungen, Sicherheitsdatenblätter, die Warenverfügbarkeit u.v.m.

All diese Informationen sind für die Kunden parallel auf unseren elektronischen Medien abrufbar.

Kunden- und Anwenderschulungen

Unsere Kunden sehen sich permanent mit veränderten Rahmenbedingungen und gesetzlichen Vorschriften konfrontiert. Innovative Anwendungs- und Dosiertechniken, Produktneheiten, umweltschonende Alternativen und effektivere Verfahren fordern von ihnen eine ständige Weiterentwicklung.

Mit unserem Seminarangebot geben wir unseren Kunden die Sicherheit, auch in puncto Information und Wissen gut versorgt zu sein.

Je nach Seminarthema arbeiten wir mit eigenen Spezialisten oder auch Partnern und Referenten aus der Industrie und Wissenschaft zusammen.

All unsere Seminare werden in einer modularen Struktur für verschiedene Entwicklungsstufen angeboten, sodass unsere Kunden jeweils die Angebote nutzen können, die zum eigenen Wissensstand und zur eigenen Expertise passen.

Die Seminarthemen sind spezifisch auf die Anforderungen von Gebäudereinigern, Gastwirten, medizinischen Einrichtungen und für die Industrie ausgelegt, zum Beispiel:

- Innovative Reinigungstechnik
- Modulares Objektleitertaining
- Reinigung in Gesundheitseinrichtungen
- Trends in der Lebensmittelhygiene
- und viele mehr



Seminare

Umfassend, dialogisch, gezielt

In den Seminaren wird theoretisches Wissen mit fachlichem Bezug vermittelt – orientiert an den Bedürfnissen der Teilnehmer.

Praxisseminare

Aktiv, ausführlich, einprägsam

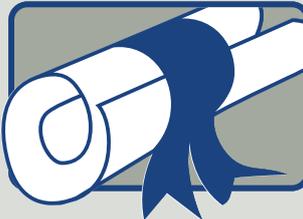
Theorie wird durch Praxis ergänzt, indem der Referent das Vermittelte direkt vorführt und die Teilnehmer beim Ausprobieren eigene Erfahrungen machen können.



Weiterbildung mit Zertifikat

Systematisch, geprüft, anerkannt

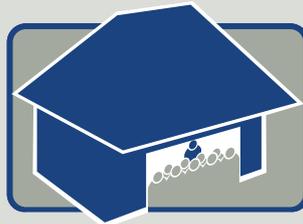
Nach der Teilnahme und einer erfolgreichen schriftlichen Prüfung werden die erworbenen Kenntnisse zertifiziert.



Inhouse-Seminare

Individuell, passgenau, persönlich

Ein spezieller Mix verschiedener Themen, bedarfsgerecht zugeschnitten auf die Bedürfnisse des Kunden. Die Schulung erfolgt vor Ort in dessen Räumlichkeiten.



Webinare

Informativ, effizient, umweltfreundlich

Es wird ein Überblick über ein Thema gegeben. Webinare können bequem am PC mit Online-Zugang durchgeführt werden und sind zeit- und kostensparend.



Mitgliedschaft in Verbänden

Um die Marktentwicklung bestimmter Kundensegmente verfolgen und ggf. unterstützen zu können, pflegt die igefa Mitgliedschaften in bestimmten Kundenverbänden, zum Beispiel im Bundesverband der Systemgastronomie e.V. (BDS), der weltgrößten Fachorganisation der Reinigungsbranche International Sanitary Supply Association (ISSA) und im Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA).



Kundenzufriedenheit

Tagtäglich stehen über 400 Außendienstmitarbeiter im direkten Kontakt mit unseren Kunden. Sie nehmen deren Wünsche auf, erfragen Feedback zu Produkten und Dienstleistungen und werden entsprechend aktiv. Im Fall von Reklamationen werden sofortige Maßnahmen ergriffen und ggf. Vorbeugemaßnahmen zur Verhinderung einer Wiederholung des Fehlers eingeleitet. Eine überregional angelegte Erhebung der Kundenzufriedenheit ist für den kommenden Berichtszeitraum geplant.

Kundenkommunikation und Werbung

Die igefa wirbt grundsätzlich nur in Medien, die für die verschiedenen Branchen aus fachlicher Sicht interessant sind. Daher ist es ausgeschlossen, dass Medien genutzt werden, die nicht im Einklang mit den Grundsätzen der igefa stehen. In unseren Print- und Banner-Anzeigen stehen das Leistungsspektrum der igefa und die Imagestärkung als Vollversorger im Mittelpunkt. Zunehmend geht es hier auch um nachhaltige Themen. So bewerben wir zum Beispiel besonders diejenigen Seminare des igefa Campus, die dieses Thema explizit aufgreifen.

Wir nutzen unterschiedlichste Wege, um unsere Kunden zu informieren. Allen voran steht natürlich der direkte Kundenkontakt durch den Fachberater vor Ort und am Telefon.

Ein weiteres direktes Medium sind unsere regionalen Hausveranstaltungen und Messen, zu denen die igefa-Niederlassungen ihre Kunden einladen, um mit ihnen wie auch Vertretern der Industrie ins Gespräch zu kommen und sie über die Marktneuheiten zu informieren.

Unser Unternehmensmagazin *igefa im dialog* informiert die Kunden über Neuigkeiten der igefa, über den Markt, Produktneuheiten, Weiterbildungsmöglichkeiten und vieles mehr.

Ein starker Fokus lag in den vergangenen Jahren zudem auf dem Ausbau digitaler Medien.

2011 Relaunch der igefa-Homepage



2012 Produktion und Veröffentlichung des igefa-Imagefilms



2012 Erste Social Media-Präsenz



Gesellschaftliches Engagement



Unser gesellschaftliches Engagement

Als mittelständisches Familienunternehmen sehen wir es als unsere Pflicht an, uns gesellschaftlich zu engagieren. Unser Anspruch ist es, dort zu wirken, wo Hilfe dringend benötigt wird und auch ankommt. Wir konzentrieren uns dabei auf soziale Projekte und Organisationen, die vor allem Kindern und benachteiligten Menschen helfen.

Jede igefa-Niederlassung steht im vielfältigen Austausch mit ihrer Region und betrachtet es als ihren Auftrag und als Chance, das gesellschaftliche Leben vor Ort aktiv mitzugestalten und zu fördern.

Die Auswahl und Durchführung der Aktivitäten obliegt jeweils der Geschäftsführung. Diese stimmt sich inhaltlich mit dem

Nachhaltigkeitsrat der igefa ab, um sicherzustellen, dass die Maßnahmen zur Unternehmensphilosophie passen, langfristig angelegt sind und vom gesamten Unternehmen getragen werden.

Wir unterstützen Projekte und Organisationen auf unterschiedlichste Weise: Durch Sachspenden wie Weihnachtsgeschenke an bedürftige Kinder oder auch Ware an Hilfsorganisationen, durch Geldspenden an Stiftungen und Vereine, aber auch durch den freiwilligen Einsatz unserer Mitarbeiter.



Aktionstag bei den „Bernauer Tafeln“, igefa-Azubis verteilen Schoko-Nikoläuse

Die Tafeln

Philipp-Lahm-Stiftung

TABALUGA-Stiftung

Kinderschutzbund

hansetour Sonnenschein

Ronald-Mc-Donald-Stiftung

Clean Water



Montage der Spender



Die Schüler präsentieren stolz ihre selbstgestalteten Türen



Das Team



Praktische Hygieneschulung



Frisch renoviert - 4. Juni 2012
14:00 Uhr

Social Day

Der Deutsche Rat für Nachhaltige Entwicklung hat in 2012 den Aktionstag für Nachhaltigkeit ins Leben gerufen. Hier sind Unternehmen aufgefordert, einen nachhaltig wirksamen Tag zu gestalten. Dieser Aufforderung ist die igefa mit ihrem Social-Day-Projekt gefolgt. Am 04. Juni 2012 haben wir zusammen mit dem Deutschen Kinderschutzbund den Sanitärbereich einer Berliner Grundschule neu gestaltet.

Punkt sieben Uhr stand dafür das 16-köpfige Team mit Schleifpapier, Malerkrepp und neuen Deckenplatten vor den Schultoren. Knapp zwei Stunden später waren die Toilettenkabinen von alter Farbe befreit und die ersten Wände erstrahlten in tollen Farben. Es wurde Hand in Hand gearbeitet, mit unglaublichem Engagement und einer gehörigen Portion Spaß. Bereits um 14 Uhr waren alle drei Räume

fertig gestrichen und die hochmoderne Sanitärausstattung mit Papier-, Seifen- und Duftspendern, beigesteuert vom Waschraumspezialisten SCA Hygiene Products, montiert. Dann war der Moment gekommen, in dem die Kinder stolz „ihre“ bunten Türen präsentierten, die sie im Rahmen eines Schulprojektes selbst gestaltet hatten.

Den gesamten Tag über war Hygiene auch Thema des Unterrichts. In Workshops konnten die Kinder zudem ihre Hände vor und nach dem Waschen unter UV-Licht anschauen und sehen, welche Wirkung richtiges Händewaschen hat. Die Kinder waren dabei so fasziniert, dass sie sich sogar mehrmals die Hände wuschen, bis unter dem Licht nichts mehr zu sehen war.

Damit alles so schön bleibt, werden die Kinder seitdem von Berti Bürste begleitet, dem igefa-eigenen Hygiene-Maskottchen.

Auf speziell entwickelten Info-Tafeln zeigt er den Kindern, worauf sie von nun an besonders achten sollen, z.B. wie man richtig Hände wäscht, und erinnert sie daran, die Toilettenräume sauber zu halten.

Für die Durchführung und Planung des Social Day hat die igefa insgesamt 14 Manntage plus Material- und Dienstleistungsaufwendungen investiert.

Hier zeigt sich, was die igefa ausmacht: Ein hervorragendes Netzwerk an Spezialisten, motivierte wie talentierte Mitarbeiter und der Wille, etwas zu bewegen. Nachdem das erste Projekt ein voller Erfolg wurde, hat der Inhaberkreis entschieden, den Social Day zur Tradition werden zu lassen. Zukünftig wird jedes Jahr ein Social Day von einer der igefa-Niederlassungen gestaltet.

Haltet unsere Toilettenräume sauber!

- 1  Deckel hoch, Toilettenbrille runter
- 2  Toilettenpapier benutzen
- 3  Toilettenpapier in die Toilette werfen
- 4  spülen
- 5  Deckel runter

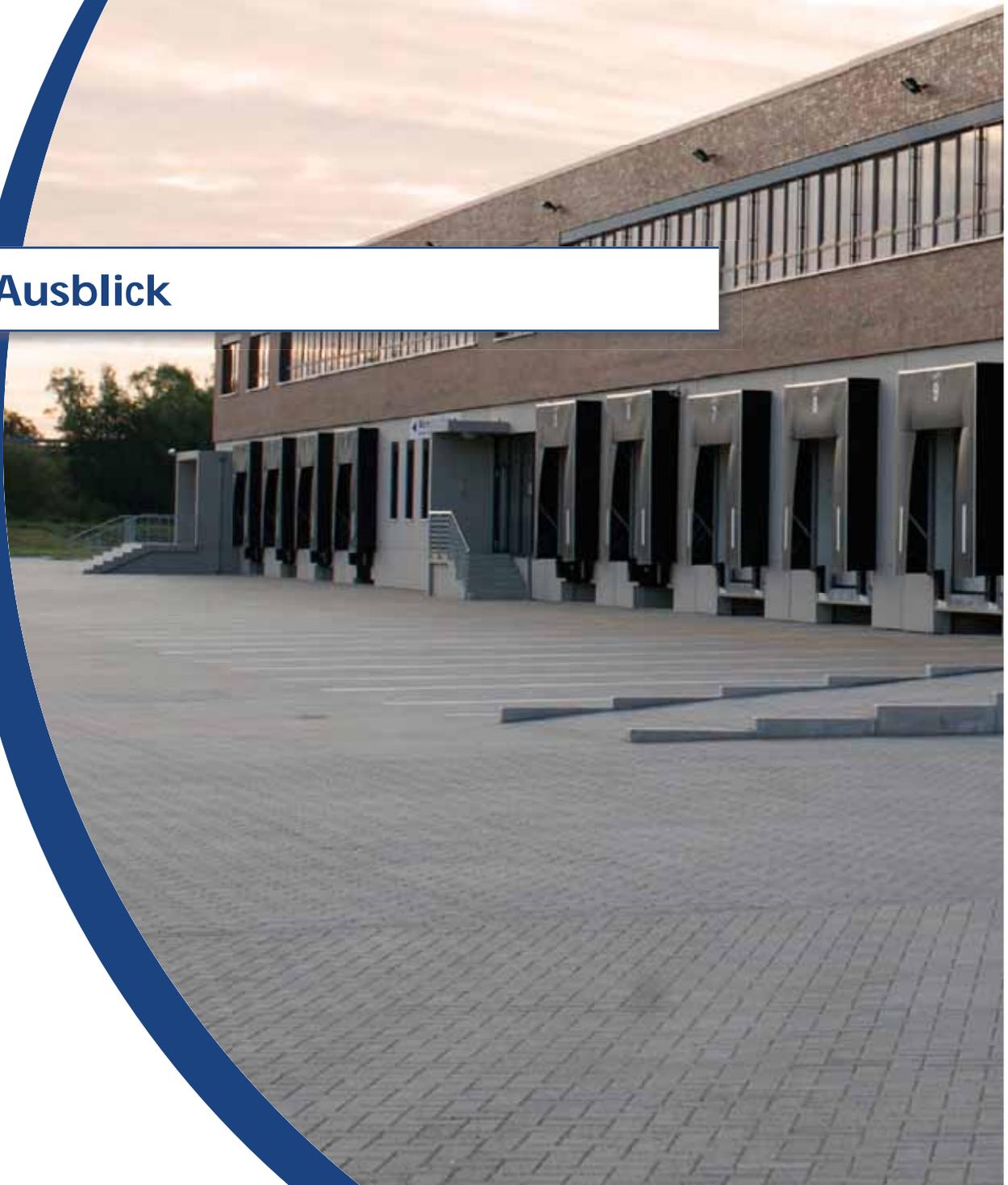


Händewaschen nicht vergessen! So geht's:

- 1  Hände mit Wasser nass machen
- 2  Seife nehmen
- 3  Seife gut verreiben
- 4  Seife abwaschen
- 5  Hände gut abtrocknen



Ausblick



AUSBLICK

Grundsätze ethischen Verhaltens	
→ Verabschiedung Ethischer Kodex	2013
→ Schriftliches Commitment für die Einhaltung des Code of Conduct bei allen wesentlichen Lieferanten einholen	2013/2014
→ Konsequente Risikobewertung zur Einhaltung des Code of Conduct	2013ff.
Umweltfreundliche Produkte	
→ Umsatzanteil auf >20% steigern	2015
→ Anzahl der Artikel mit Öko-Label erhöhen	2013ff.
Kraftstoffeinsparung	
→ Fuhrparkmodernisierung (LKW) im Hinblick auf Kraftstoffverbräuche und Eigengewicht	2013ff.
→ Anschaffung Neuwagen (PKW) nur noch aus den Effizienzklassen A+, A, max. B	2013ff.
Energieeffizienz	
→ Energieeffizienzsteigerung durch LED-Technik etc.	2013ff.
Umweltfreundliche Gebäude	
→ Neu- und Anbauten in Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Stuttgart, Memmingen, Freiburg, Berlin und Bruchsal mit optimalen Umwelt- und Energieeffizienzwerten	2013-2016
Emissionen	
→ Reduzierung CO ₂ -Ausstoß und SO ₂ -Ausstoß über Reduzierung Kraftstoff, Strom und Heizenergie	2013ff.
Papierverbrauch	
→ Recyclingquote verdoppeln	2013/2014
→ Ausbau der elektronischen Kommunikation mit allen Stakeholdern	2013ff.
→ Beleglose Auslieferung und Sendungsverfolgung	2013ff.
→ Vollständig transparente Darstellung der Papierverbräuche über alle Regionen	2013/2014
Abfall	
→ Verlässliche Werte	2013/2014
Kundenzufriedenheit	
→ Überregionale Erhebung	2013/2014
Nachhaltige Personalentwicklung	
→ Campus weiterentwickeln und den Anforderungen der Branche entsprechend ergänzen	2013ff.
→ Ausbau Ausbildungsquote auf bis zu 10% einschl. Trainees	2013ff.
Gesellschaftliches Engagement	
→ Social-Day-Projekt jährlich durchführen	ab 2013 jährlich

KENNZAHLEN DER GESCHÄFTSJAHRE 2011/12 AUSFÜHRLICH

Geschäftstätigkeit	Einheit	2011	2012	Entwicklung	
Umsatz gesamt ¹⁾	in Mio €	659	680	+3,27%	↗
Anteil des Umsatzes mit umweltzertifizierten Produkten	in %	17,5	18,7	+10,7%	↗
durchschnittliche Auftragswerte	in €	265,26	261,75	-1,32%	↘
Lieferbelege	in Tsd	2.229,65	2.325,13	+4,28%	↗
Anzahl Artikel ²⁾		83.535			

Papier					
Papierverbrauch gesamt ^{3), 17)}	in Mio Blatt	18,33	19,08	+4,10%	↗
Papierverbrauch / Lieferbeleg	in Blatt/Lieferbeleg	8,22	8,21	-0,18%	↔
Recyclingquote	in %	0	29,56	+29,56%	↗
→ Wasser ⁴⁾	in Tsd Liter	4.788	4.089	-14,61%	↘
→ Strom ⁴⁾	in MWh	983	839	-14,61%	↘
→ Holz ⁴⁾	in t	275,0	201,6	-26,67%	↘

Energie					
Energieverbrauch gesamt ^{3), 5)}	in MWh	70.653	75.133	+6,34%	↗
	in TJ	254,4	270,5		
→ Energieverbrauch Primärenergieträger (Kraftstoff, Heizöl, Erdgas)	in MWh	64.524	68.881	+6,75%	↗
	in TJ	232,3	248,0		
	durch Vorkette in TJ	39,23	41,87	+6,73%	↗
→ Energieverbrauch Sekundärenergie (Fernwärme, Strom)	in MWh	6.129	6.252	+2,00%	↗
	in TJ	22,1	22,5		
	durch Vorkette in TJ	36,98	36,04	-2,56%	↘
→ Sekundärenergie aus erneuerbaren Energiequellen (Strom) ⁶⁾	in MWh	1.517	1.531	+0,91%	↗
	in TJ	5,46	5,51		
→ Energie für Distribution (LKW)	in MWh	30.320	31.455	+3,74%	↗
	in TJ	109,15	113,24		
	durch Vorkette in TJ	19,08	19,79	+3,74%	↗
→ Energie für PKW-Flotte ⁷⁾	in MWh	14.212	15.415	+8,47%	↗
	in TJ	51,16	55,49		
	durch Vorkette in TJ	8,99	9,80	+8,95%	↗
→ Heizenergie ⁸⁾	in MWh	20.172	22.463	+11,36%	↗
	in TJ	72,62	80,87		
	durch Vorkette in TJ	11,27	12,57	+11,50%	↗
→ Heizenergie ⁸⁾ (Berücksichtigung Klimafaktor)	in MWh	23.754	24.648	+3,77%	↗
	in TJ	85,51	88,73		
	durch Vorkette in TJ	13,28	13,79	+3,87%	↗
→ Energie für Elektrizität ⁹⁾	in MWh	5.948	5.800	-2,49%	↘
	in TJ	21,41	20,88		
	durch Vorkette in TJ	36,86	35,74	-3,04%	↘

Emissionen CO ₂ -Äquivalente					
→ direkte Emissionen gesamt ¹⁰⁾ (aus Primärenergieträgern)	in t	15.896,5	16.921,3	+6,45%	↗
→ indirekte Emissionen gesamt ^{10), 11)} (aus Vorkette)	in t	6.517,6	6.690,6	+2,65%	↗
→ für Transport ¹⁰⁾	in t	8.064,1	8.365,9	+3,74%	↗
	aus Vorkette in t	1.501,7	1.557,9	+3,74%	↗
→ für PKW-Flotte ^{7), 10)}	in t	3.773,6	4.088,7	+8,35%	↗
	aus Vorkette in t	705,5	766,7	+8,66%	↗
→ für Heizenergie ^{8), 10)}	in t	4.058,9	4.466,6	+10,05%	↗
	aus Vorkette in t	921,5	1.080,8	+17,29%	↗
→ für Elektrizität ^{9), 11)}	aus Vorkette in t	3.389,0	3.285,3	-3,06%	↘

Emissionen SO ₂ -Äquivalente ^{3), 10), 16)}					
→ direkte Emissionen gesamt (aus Primärenergieträgern)	in t	1,52	1,65	+8,70%	↗
→ indirekte Emissionen gesamt (aus Vorkette)	in t	14,99	15,94	+6,36%	↗
→ für Transport	in t	0,20	0,21	+3,74%	↗
	aus Vorkette in t	9,06	9,40	+3,74%	↗
→ für PKW-Flotte ⁷⁾	in t	0,09	0,10	+7,06%	↗
	aus Vorkette in t	4,23	4,57	+8,18%	↗
→ für Heizenergie ⁸⁾	in t	1,22	1,34	+9,67%	↗
	aus Vorkette in t	1,70	1,97	+15,76%	↗

KENNZAHLEN DER GESCHÄFTSJAHRE 2011/12 AUSFÜHRLICH

Wasser	Einheit	2011	2012	Entwicklung	
Wasserverbrauch gesamt ^{2), 12), 13)}	in Tsd m ³	12,40	11,17	-9,91%	↓
→ Grundwasser	in Tsd m ³	8,67	7,62		
→ Quellwasser	in Tsd m ³	1,03	0,88		
→ Uferfiltrat	in Tsd m ³	0,54	0,58		
→ angereichertes Grundwasser	in Tsd m ³	0,91	0,85		
→ See-/Talsperrenwasser	in Tsd m ³	1,07	1,07		
→ Flusswasser	in Tsd m ³	0,14	0,13		

Abfälle					
Abfälle gesamt ^{14), 19)}	in t	n.v.	732,15		
→ nicht gefährliche Abfälle	in t	n.v.	718,09		
→ gefährliche Abfälle	in t	n.v.	14,05		

Anzahl Mitarbeiter	
Gesamt ¹⁸⁾	2.276
→ Vollzeit	2.054
→ Teilzeit	222
→ Festanstellung ¹⁵⁾	1.957
→ befristete Verträge	318
→ weiblich	664
→ männlich	1.612

Anzahl Auszubildende	
Gesamt ¹⁸⁾	162
→ weiblich	65
→ männlich	97

¹⁾ Enthält Umsätze, die im benachbarten Ausland generiert wurden.

²⁾ Angaben per Mai 2013: 114.733 aktive Artikel abzgl. 17.344 Ersatzteile abzgl. 13.854 Bürobedarfsartikel (Streckenlieferung); insgesamt 860 Eigenmarkenartikel

³⁾ Das Meldesystem für die umweltrelevanten Daten wurde 2011 neu aufgebaut. Es sind noch nicht alle Daten der Niederlassungen verfügbar, so dass teilweise Niederlassungen komplett ausgeschlossen wurden, um vergleichbare Werte für 2011 / 2012 zu erhalten. Die angegebenen Werte basieren immer auf einer Hochrechnung der gemeldeten Daten.

⁴⁾ Die Daten wurden mit Hilfe von Ressourcenangaben des Herstellers Steinbeis (Quelle lt. Steinbeis IFEU Heidelberg, 2006) auf Grundlage des ermittelten Papierverbrauchs errechnet.

⁵⁾ Die Werte für die jeweilige Vorkette wurden mit Hilfe des KEV-Faktors aus der GEMIS-Datenbank 4.8 auf Grundlage des Verbrauchs ermittelt.

⁶⁾ Die Angabe der erneuerbaren Energien wird unter Annahme eines Anteils von 20,3% an erneuerbaren Energien im deutschen Strommix errechnet.

⁷⁾ ohne Niederlassung Witt Magdeburg

⁸⁾ ohne die Niederlassungen igefa Köln, Marco Kempten, Oelckers Hamburg, W&U Osnabrück

⁹⁾ ohne die Niederlassungen Marco Kempten, W&U Osnabrück

¹⁰⁾ Die Daten wurden gemäß Leitfaden des dt. Speditions- und Logistikverbands (DSL) bzw. aus der GEMIS-Datenbank (Version 4.8) auf Grundlage des Verbrauchs erfasst, berechnet und deklariert.

¹¹⁾ Die Daten wurden mit Hilfe von Umrechnungsfaktoren aus den Leitlinien des Deutschen Speditions- und Logistikverbandes e.V. auf Grundlage des Verbrauchs ermittelt, aufgrund fehlender Versorgerabrechnungen ohne Niederlassungen Oelckers Hamburg, W&K Lehrte, W&U Bremen, W&U Osnabrück

¹²⁾ Die Daten wurden mit Hilfe von bundeslandspezifischen Bezugsquellen anhand der Publikation „Öffentliche Wasserversorgung und öffentliche Abwasserentsorgung - Fachserie 19 Reihe 2.1.1 - 2010“ des Statistischen Bundesamtes auf Grundlage des Verbrauchs ermittelt.

¹³⁾ Gewicht nach www.statistik.badenwuerttemberg.de/Datenerhebung/33_A_Umrechnungsfaktoren.pdf

¹⁴⁾ Keine Unterscheidung nach Festanstellung bzw. Leiharbeit, da innerhalb der igefa Leiharbeit unüblich ist und nur im Ausnahmefall genutzt wird.

¹⁵⁾ Emissionen an SO₂-Äquivalenten können für die Stromerzeugung auf Grund fehlender Umrechnungsfaktoren nicht ermittelt werden.

¹⁶⁾ ohne Niederlassung Brune Bielefeld

¹⁷⁾ Durchschnitt über 2 Jahre

¹⁸⁾ ohne die Niederlassungen Brune Bielefeld, Hegro Erfurt, igefa Dresden, igefa Mettmann, Oelckers Hamburg, Toussaint Hermeskeil, W&K Lehrte, W&U Osnabrück, Witt Magdeburg

GRI-INDEX

	Indikator	Status	Verweis
1.1	Erklärung Stellenwert Nachhaltigkeit für die Organisation und Strategie		6, 22
1.2	Auswirkungen, Risiken und Chancen		13
2.1	Name der Organisation		67
2.2	Wichtigste Marken, Produkte, Dienstleistungen		21
2.3	Organisationsstruktur		17
2.4	Hauptsitz der Organisation		67
2.5	Länder, in denen die Organisation tätig ist		18
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform		17f.
2.7	Märkte, die bedient werden		53
2.8	Größe der berichtenden Organisation	(partiell)*, die Gesamtkapitalisierung wird nach Beschluss der Geschäftsführung nicht kommuniziert.	17f.
2.9	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse		20
2.10	Erhaltene Preise	keine erhaltenen Preise	-
3.1	Berichtszeitraum		8
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts	Erstbericht	-
3.3	Berichtszyklus	alle zwei Jahre	8
3.4	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht		67
3.5	Die Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts		8f.
3.6	Berichtsgrenze		8
3.7	Besondere Beschränkungen des Umfangs oder der Grenzen des Berichts	Ausschluss der Wald Krankenhauslogistik, THPG und igefa ProMedical	-
3.8	Die Grundlage für die Berichterstattung und Beeinträchtigungen	keine Relevanz, da Erstbericht	-
3.9	Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen für Daten		8
3.10	Auswirkung neuer Darstellung von Informationen aus alten Berichten	keine Relevanz, da Erstbericht	-
3.11	Wesentliche Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen, etc. gegenüber früheren Berichtszeiträumen	keine Relevanz, da Erstbericht	-
3.12	GRI-Index		64
3.13	Details zur Bestätigung des Berichts durch externe Dritte		10, 11, 66
4.1	Corporate Governance/Führungsstruktur der Organisation		18
4.2	Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans/Geschäftsführer		18
4.3	Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans		18
4.4	Mechanismen für Inhaber von Anteilen und für Mitarbeiter, um Empfehlungen oder Anweisungen an das höchste Leitungsorgan zu adressieren.		45
4.5	Zusammenhang zwischen der Bezahlung und der Nachhaltigkeitsleistung der Organisation	kein Zusammenhang	-
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten		18
4.7	Qualifikation des höchsten Leitungsorgans		26
4.8	Intern entwickelte Leitbilder, die für die Leistung der Organisation von Bedeutung sind		24, 28ff.
4.9	Controlling der nachhaltigen Leistung, einschließlich maßgeblicher Risiken und Chancen sowie Einhaltung international vereinbarter Standards		24f.
4.10	Bewertung der Leistung des höchsten Leitungsorgans selbst, im Hinblick auf die nachhaltige Leistung.		25, 29
4.11	Berücksichtigung Vorsorgeprinzip		29, 30, 33, 51
4.12	Externe Initiativen		27, 29
4.13	Mitgliedschaft in Verbänden/Interessenvertretungen	jährlich 30 T€ Beiträge für 10 nationale Mitgliedschaften in Kundenverbänden; keine leitenden Ämter oder Ausschlusssteilnahme	27, 52
4.14	Einbezogene Stakeholder-Gruppen		27
4.15	Grundlage für die Auswahl der Stakeholder		27
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern		27, 45, 53f., 57f.
4.17	Fragen und Bedenken der Stakeholder	keine wesentlichen Fragen/Bedenken	-
5	Angaben zum Managementansatz	igefa-weites Controlling z.B. über Geschäftsberichte, betriebswirtschaftliche Auswertung etc.	18, 23f., 30, 45
EC 1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	(partiell)*, detaillierte Daten (neben Nettoumsätzen) stehen intern zur Verfügung	17
EC 2, 3, 5, 6, 9		keine Veröffentlichung	-
EC 4	Bedeutende finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	41 T€: Zuschüsse für Wiedereingliederung, Fortbildung und neue LKW; keine Nutzung von Förderprogrammen	-

GRI-INDEX

	Indikator	Status	Verweis
EC 7	Lokales Personal		47
EC 8	Investitionen im öffentlichen Interesse	Soziales Engagement in den Regionen wird nicht zentral erfasst	57ff.
EN 1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		40
EN 2	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz		40
EN 3	Direkter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergieträgern		36, 62
EN 4	Indirekter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergieträgern		36, 62
EN 5	Eingesparte Energie aufgrund von umweltbewusstem Einsatz und Effizienzsteigerungen	(partiell)*	36ff.
EN 6	Initiativen zur direkten Verringerungen des Energiebedarfs		36ff.
EN 7	Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs		36ff.
EN 8	Gesamtwasserentnahme aufgeteilt nach Quellen		42
EN 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 21, 23, 24, 25, 28, 30		keine Veröffentlichung	-
EN 10	Zurückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser	unwesentlich/keine Wiederverwendung/Aufbereitung	-
EN 16	Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen		39
EN 18	Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse		36ff.
EN 20	NOX , SOX und andere erhebliche Luftemissionen		39
EN 22	Gesamtgewicht des Abfalls	(partiell)*, Daten für 2011 nicht verfügbar	42
EN 26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen		35ff.
EN 27	Zurückgenommenes Verpackungsmaterial	(partiell)*	42
EN 29	Umweltauswirkungen Transport		13, 37
HR 1, 3, 4, 8, 9		keine Veröffentlichung	-
HR 2	Prozentsatz wesentlicher Zulieferer, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden		50
HR 5	Geschäftstätigkeiten mit gefährdender Vereinigungsfreiheit		29, 44, 50
HR 6	Geschäftstätigkeiten mit Risiko Kinderarbeit		29, 44, 50
HR 7	Geschäftstätigkeiten mit Risiko Zwangs- und Pflichtarbeit		29, 44, 50
LA 1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag und Region	(partiell)*, detaillierte Daten für interne Bewertungszwecke vorhanden	48
LA 2	Mitarbeiterfluktuation	(partiell)*, Transparenz für interne Bewertungszwecke vorhanden	48
LA 3, 4, 5, 6, 8, 9, 12		keine Veröffentlichung	-
LA 7	Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit, arbeitsbedingte Todesfälle nach Region	(partiell)*, den gesetzlichen Meldepflichten wird im Rahmen des Arbeitssicherheitsmanagements in den Regionen genüge getan, keine bundesweit einheitliche Erhebung, keine Veröffentlichung	-
LA 10	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl, die Mitarbeiter aus- oder weitergebildet wurden	(partiell)*, eine Erhebung der tatsächlichen Stundenzahl hat im Berichtszeitraum nicht statt gefunden	46
LA 11	Programme für das Wissensmanagement und für lebenslanges Lernen		46
LA 13	Leitenden Organe und Mitarbeiter nach Kategorien		48
LA 14	Verhältnis Grundgehalt für Männer zum Grundgehalt für Frauen	(partiell)*, die Vergütung erfolgt strikt nach Definition des Funktionsprofils, unabhängig vom Geschlecht	-
PR 1	Produkt- und Dienstleistungskategorien mit untersuchten Lebenszyklusstadien		32f.
PR 2, 4, 7, 8, 9		keine Veröffentlichung	-
PR 3	Produkte und Dienstleistungen, die Informationspflichten unterliegen		33
PR 5	Kundenzufriedenheit		55
PR 6	Befolgung von Gesetzen und Standards in Bezug auf Werbung		55
SO 1	Programme, welche die Auswirkungen von Geschäftstätigkeiten auf das Gemeinwesen bewerten und regeln	keine Veröffentlichung	-
SO 2	Geschäftseinheiten mit Korruptionsrisiken		29
SO 3	Geschulte Angestellte in Bezug auf Antikorruptionspolitik	keine strukturierte Erhebung	-
SO 4	In Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen		29
SO 5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Meinungsbildung und Lobbying		27
SO 6, 7, 8		keine Veröffentlichung	-

(partiell)*: Keine vollständige Berichterstattung. Die Erklärung wird im GRI-Index angegeben bzw. sie findet sich jeweils auf der zugewiesenen Seite im Bericht wieder.

BESCHEINIGUNG ÜBER EINE UNABHÄNGIGE NACHHALTIGKEITSPRÜFUNG

An die igefa Handelsgesellschaft, Ahrensfelde

Wir haben auftragsgemäß eine Nachhaltigkeitsprüfung zum Erlangen einer begrenzten Sicherheit der Angaben im igefa-Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 durchgeführt.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die oberste Leitung der IGEFA ist verantwortlich für das Erstellen des Nachhaltigkeitsberichtes in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 der Global Reporting Initiative (GRI):

- **Wesentlichkeit**
- **Einbezug von Stakeholdern**
- **Nachhaltigkeitskontext**
- **Vollständigkeit**
- **Ausgewogenheit**
- **Vergleichbarkeit**
- **Genauigkeit**
- **Aktualität**
- **Klarheit**
- **Zuverlässigkeit**

Diese Verantwortung umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zum Erstellen des oben genannten Berichts, Treffen von Annahmen und Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen plausibel sind. Darüber hinaus liegt in der Vorstandsverantwortung die Konzeption, Implementierung und das Aufrechterhalten von Systemen und Prozessen, soweit sie für das Erfassen des Berichtes von Bedeutung sind.

Verantwortung der Prüfer

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeiten eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die im Nachhaltigkeitsbericht dargestellten nachhaltigkeitsbezogenen Angaben für die Geschäftsjahre 2011/12 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3. (Seiten 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind. Darüber hinaus wurden wir beauftragt, auf Basis der Prüfungsergebnisse Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Berichterstattung auszusprechen.

Die Prüfung ist an den AA1000 Assurance Standard (2008) angelehnt, der eine Plattform bietet, um nichtfinanzielle Aspekte der Nachhaltigkeit mit der Finanzberichterstattung und –prüfung zu vereinen. Dies verlangt Beachtung der Grundprinzipien von Inklusivität, Wesentlichkeit und Reaktivität. Die Validierung der im Bericht dargestellten nachhaltigkeitsrelevanten Angaben ist so geplant und durchgeführt, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Prüfungssicherheit abgeben können.

Diese begrenzte Prüfungssicherheit bezieht sich darauf, dass die Nachweise ausschließlich von internen Quellen und Gruppen stammen, das Einholen von Prüfungsbeweisen sich auf Unternehmensverbund- und Managementebene beschränkt sowie die spezifischen Nachhaltigkeitsleistungen stichprobenartig kontrolliert wurden.

Die Planung der Prüfungshandlungen lag im Ermessen der Prüfer und wurde u.a. durch folgende Tätigkeiten umgesetzt:

- Einsichtnahme in die Unterlagen zur Unternehmenspolitik und –organisation, zum integrierten Managementsystem und Stakeholderdialog
- Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation der Daten bzgl. der Nachhaltigkeitsleistungen
- Persönliche Interviews mit der Vorsitzenden des Rates für Nachhaltigkeit
- Persönliche Interviews mit dem Managementbeauftragten für Qualitäts- und Umweltmanagement
- Persönliche Interviews mit den Bereichsverantwortlichen für Marketing, Presse & Öffentlichkeitsarbeit
- Persönliche Interviews mit den Bereichsverantwortlichen Artikelstamm, IT und Logistik
- Analytische Beurteilung kommunizierter Kennzahlen
- Stichprobenartiges Einholen von Nachweisen für einzelne Angaben, u.a. durch Einsichtnahme in interne Dokumente, externe Verträge und Rechnungen sowie durch die Analyse von Datensätzen, die als Berichte aus dem IT-System generiert wurden

Urteil

Auf der Grundlage unserer Nachhaltigkeitsprüfung zum Erlangen einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die nachhaltigkeitsbezogenen Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 der igefa in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien des Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3. (Seiten 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind.

Ergänzende Hinweise / Empfehlungen

Ohne das oben dargestellte Ergebnis einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der -berichterstattung aus:

- In einem ersten Schritt sollte eine nachhaltigkeitsbezogene Datenbank vervollständigt und weiterentwickelt werden. Die Regeln dazu sollten auf der Leitungsebene erstellt und in der Managementdokumentation umgesetzt werden, um künftig die vollständige Basis für die Analyse und Auswertung der Nachhaltigkeitsleistungen sicherzustellen.
- Auf Basis der gewonnenen Kenntnisse sollte in einem weiteren Schritt die strategische Ausrichtung des igefa Firmenverbundes bezüglich seiner nachhaltigen Entwicklung weiterentwickelt und mit messbaren operativen Zielen untermauert werden, um ihre Entwicklung und Erreichung nachzuvollziehen und zu analysieren.

GUT Zertifizierungsgesellschaft für Managementsysteme mbH
Umweltgutachter

Berlin, den 22.08.2013



Susanne Moosmann



Yulia Felker

IMPRESSUM

Herausgeber

IGEFA Handelsgesellschaft mbH & Co. KG
Henry-Kruse-Straße 1
16356 Ahrensfelde OT Blumberg

Verantwortlich

Wolfgang Eichler, Julia Del Pino

Redaktion/Gestaltung

Horst Rose (Leitung und Konzeption)
Jan-Ole Holst (Daten und Fakten)
Steffi Reuter (Redaktion und Text)
Anne Ludwig, Thomas Nieschmidt (Gestaltung und Illustration)

Kontakt

Julia Del Pino, Nachhaltigkeitsrat (Vors.)
Tel. 033394 51-0
Fax 033394 51-210
E-Mail: nachhaltigkeitsrat@igefa.de
www.igefa.de/Verantwortung

Bildnachweise

Seite 4: Solaranlage igefa Rostock
Seite 5, 58: Social Day
Seite 6: Inhaber der igefa Mitgliedsunternehmen
Seite 12, 34, 37, 55, 60: igefa-Imagefilm
Seite 22: Vorstand der igefa
Seite 31: Handschuh Kimberly-Clark, Reinigungsmaschine Kenter
Seite 35: ISO-Zertifikat
Seite 42: Abfallentsorgung Vileda
Seite 44, 49: igefa-Mitarbeiter
Seite 47: Karrieretag igefa Köln
Seite 56: Spende an den Kinderschutzbund
Fotolia (Seite 5: 39708057, 38216655; Seite 12: 45993318; Seite 14: 41730698; Seite 28: 30939678; Seite 31: 46620901, 43658069, 23350208, 29672548; Seite 33: 15725007, 5575109; Seite 39: 31854737; Seite 40: 21801099; Seite 41: 38216655; Seite 43: 40254095; Seite 51: 24216233; Seite 52: 5123206; Seite 53: 25960257)
iStock (Seite 16: 000004873725, Seite 33: 000004059785)

©2013 IGEFA Handelsgesellschaft mbH & Co. KG

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers und mit Bild- und Textnachweis „IGEFA Handelsgesellschaft mbH & Co. KG“

Bei der Herstellung dieses Berichts haben wir auf die Verwendung mineralölhaltiger Farbe verzichtet und umweltfreundliches FSC-zertifiziertes Papier eingesetzt.

igefa • Immer in Ihrer Nähe

igefa Handelsgesellschaft

Henry-Kruse-Straße 1 • 16356 Ahrensfelde OT Blumberg • Tel. 033394 51-0 • Fax 033394 51-210 • E-Mail info@igefa.de • www.igefa.de

igefa Dresden

Stuttgarter Straße 7 • 01189 Dresden
Tel. 0351 20780-0
Fax 0351 20780-20
E-Mail igefa.dresden@igefa.de

igefa Leipzig

Zweenfurther Straße 1a
04827 Machern OT Gerichshain
Tel. 034292 706-0
Fax 034292 706-650
E-Mail igefa.leipzig@igefa.de

Hildebrandt & Bartsch Berlin

Ludwig-Erhard-Ring 16 • 15827 Dahlewitz
Tel. 033708 57-0
Fax 033708 57-444
E-Mail hb@igefa.de

igefa Rostock

Adolf-Kruse-Straße 1
18299 Laage OT Kronskamp
Tel. 038459 615-0
Fax 038459 615-300
E-Mail igefa.rostock@igefa.de

ProMedical Lübeck

Daimlerstraße 1
23617 Stockelsdorf b. Lübeck
Tel. 04554 7050-0
Fax 04554 7057-10
E-Mail info.promed@promedical.igefa.de

Henry Kruse Kiel

Bunsenstraße 6 • 24145 Kiel
Tel. 0431 7101-0
Fax 0431 7113 84
E-Mail kruse@igefa.de

Oelckers Hamburg

Lise-Meitner-Allee 8 • 25436 Tornesch
Tel. 04120 978-0
Fax 04120 978-291
E-Mail oelckers.hamburg@igefa.de

Henry Kruse Sylt

Zum Fliegerhorst 6
25980 Sylt OT Tinnum
Tel. 04651 31028
Fax 04651 32570
E-Mail kruse@igefa.de

Wittrock + Uhlenwinkel Bremen

Hinterm Sielhof 24 • 28277 Bremen
Tel. 0421 87157-0
Fax 0421 87157-60
E-Mail w&u.bremen@igefa.de

Wittrock + Kraatz Hannover

Auf den Pohläckern 24 • 31275 Lehrte
Tel. 05132 9217-0
Fax 05132 9217-217
E-Mail wittrock+kraatz.lehrte@igefa.de

Julius Brune Bielefeld

Strothbachstraße 14 • 33689 Bielefeld
Tel. 05205 9817-0
Fax 05205 713 05
E-Mail brune@igefa.de

Hegro Eichler Kassel

Otto-Hahn-Straße 20 • 34123 Kassel
Tel. 0561 95869-0
Fax 0561 95869-44
E-Mail hegro.kassel@igefa.de

Witt Magdeburg

Ohrestraße 16-18 • 39124 Magdeburg
Tel. 0391 40487-33
Fax 0391 40487-34
E-Mail witt.magdeburg@igefa.de

igefa Mettmann

Im Uhlenwinkel 1 • 40822 Mettmann
Tel. 02104 9153
Fax 02104 915490
E-Mail igefa.mettmann@igefa.de

Wittrock + Uhlenwinkel Osnabrück

Carl-Lüer-Straße 11 • 49084 Osnabrück
Tel. 0541 957020
Fax 0541 588369
E-Mail w&u.osnabrueck@igefa.de

igefa Köln

Geigerstraße 9 • 50169 Kerpen
Tel. 02237 9790-0
Fax 02237 9790-300
E-Mail igefa.koeln@igefa.de

Toussaint Hermeskeil

Am Fohlgarten 8 • 54411 Hermeskeil
Tel. 06503 92291-0
Fax 06503 92291-31
E-Mail toussaint@igefa.de

Hegro Eichler Frankfurt am Main

Darmstädter Straße 64
64572 Büttelborn
Tel. 06152 948-0
Fax 06152 948-333
E-Mail hegro@igefa.de

Toussaint Saarbrücken

In der Lach 6a • 66271 Kleinblittersdorf
Tel. 06805 9276-0
Fax 06805 9276-26
E-Mail toussaint@igefa.de

O+S Offterdinger & Sailer Stuttgart

Heinkelstraße 5 • 70806 Kornwestheim
Tel. 07154 83636-0
Fax 07154 83636-90
E-Mail os@igefa.de

Kammerer Karlsruhe

John-Deere-Straße 13 • 76646 Bruchsal
Tel. 07251 782-0
Fax 07251 782-44 111
E-Mail kammerer@igefa.de

Marco Freiburg im Breisgau

Riegeler Straße 1 • 79364 Malterdingen
Tel. 07644 927-0
Fax 07644 927-555
E-Mail marco.freiburg@igefa.de

Arndt München

Elly-Staegmeyr-Straße 4 • 80999 München
Tel. 089 8185-200
Fax 089 8185-222
E-Mail arndt.muenchen@igefa.de

Arndt Landshut

Oskar-von-Miller-Straße 6
84051 Essenbach
Tel. 08703 9314-0
Fax 08703 9314-14
E-Mail arndt.landshut@igefa.de

Arndt Augsburg

Ulstettstraße 10a • 86167 Augsburg
Tel. 0821 74794-0
Fax 0821 74794-79
E-Mail arndt.augsburg@igefa.de

Arndt Kempten

Zeppelinstraße 3 • 87437 Kempten
Tel. 0831 575253-0
Fax 0831 779-08
E-Mail arndt.kempten@igefa.de

Arndt Nürnberg

Hundingstraße 9 • 90431 Nürnberg
Tel. 0911 993 21-0
Fax 0911 993 21-50
E-Mail arndt.nuernberg@igefa.de

Arndt Würzburg

Mainfrankenpark 7 • 97337 Dettelbach
Tel. 09302 9319-00
Fax 09302 9319-31
E-Mail arndt.wuerzburg@igefa.de

Hegro Eichler Erfurt

An der Büßleber Grenze 1 • 99098 Erfurt
Tel. 0361 6024-555
Fax 0361 6024-550
E-Mail hegro.erfurt@igefa.de

A • Otto Kaiser Wien

Johann-Steinböck-Straße 2
2345 Brunn am Gebirge
Tel. 0043 2236 31346-0
Fax 0043 2236 31346-60
E-Mail kaiser.wien@igefa.at

A • Arndt Salzburg

Hühnerauweg 3 • 5411 Oberalm
Tel. 0043 6245 739-01
Fax 0043 6245 739-03
E-Mail arndt.salzburg@igefa.at

CH • Webstar E. Weber Zürich

Industriestraße 28 • 8157 Dielsdorf
Tel. 0041 44 87087-00
Fax 0041 44 87087-20
E-Mail info@webstar.ch