sonepar
Powered by Difference

2019/2020

Sinnvoll wachsen.

Bericht zur Nachhaltigkeit 2019/2020

Inhalt

Editorial	3
Über diesen Bericht	4
Unternehmensprofil	6
Wirtschaft	16
Umwelt	27
Soziales	37
Anhang (Kennzahlen, Indizes)	45

Sinnvoll wachsen

Wachstum um seiner selbst Willen ist kein tragfähiges Geschäftsmodell für unsere Zeit. Wir streben vielmehr ein sinnvolles, qualitatives Wachstum an. Eines, das wirtschaftliche, ökologische und soziale Belange gleichberechtigt verfolgt. Damit sichern wir nicht nur die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens, sondern werden auch unserer unternehmerischen Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht.

Dazu haben wir Nachhaltigkeit als Querschnittsanforderung an all unsere Produkte, Lösungen und Dienstleistungen definiert. Ob Automatisierung, Installationstechnik, Licht oder E-Mobilität: Nachhaltigkeit ist Grundlage und Leitmotiv unseres Handelns in allen Bereichen.

Für einen Großhändler mit riesigem Produktsortiment, weit verzweigtem Hersteller- und Lieferantennetzwerk sowie komplexen Lieferprozessen bedeutet das einen großen Transformationsprozess. Mit welchen Initiativen, Projekten und konkreten Maßnahmen wir diesen Prozess in den vergangenen zwei Jahren gestaltet haben, darüber gibt dieser erste Sonepar-Nachhaltigkeitsbericht Aufschluss.

Dass wir diese Transformation auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten einer weltweiten Pandemie unverändert vorangetrieben haben, zeigt, wie ernst wir es mit der Nachhaltigkeit meinen. Entsprechend konsequent werden wir auch die ehrgeizigen Ziele angehen, die wir uns für die Zukunft gesetzt haben. Denn wir sind überzeugt, damit für unsere Beschäftigten unsere Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern und gleichzeitig einen wertvollen Beitrag zur Bewältigung drängender globaler Herausforderungen zu leisten.

Dafür arbeiten wir. Und dafür wachsen wir – sinnvoll.

Dr. Stefan Stegemann
Vorsitzender der Geschäftsführung
President Sonepar Central and
Nordic Europe

Ingolf Coers
Geschäftsführer Supply Chain
Senior Vice President Supply Chain
Sonepar Germany

Alexander Gießwein
Geschäftsführer Finanzen
Senior Vice President Finance
Sonepar Central and Nordic Europe

Bernhard Weber
Geschäftsführer Vertrieb
Senior Vice President Commercial
Sonepar Germany

GRI 102-14

Über diesen **Bericht**

Mit diesem Bericht dokumentiert die Sonepar Deutschland GmbH erstmals ihr Engagement für Nachhaltigkeit. Richtschnur unseres Handelns sind die „Sustainable Development Goals" der Vereinten Nationen. Der Bericht stellt daher nach einem einleitenden Kapitel zu Strategie und Management in den Kapiteln Wirtschaft, Umwelt und Soziales dar, mit welchen Projekten und Maßnahmen Sonepar einen Beitrag zur Erreichung dieser Ziele leistet. Eine entsprechende Referenzierung ist auf Seite 49 f. zu finden.

Die Inhalte haben wir in Anlehnung an die GRI-SRS Standards (Option „Kern") erstellt. Die Erfüllung dieser Anforderungen, die Transparenz der Informationsbeschaffung sowie die Zuverlässigkeit der Berichterstattung bestätigt die GUT Certifizierungsgesellschaft für Managementsysteme mbH, Berlin. Ferner wird damit die Erfüllung des Stakeholder-Engagement-Standards „AccountAbility" (AA1000-Reihe) bestätigt. Eine entsprechende Konformitätserklärung ist auf den Seiten 53/54 zu finden.

Der Berichtszeitraum erstreckt sich vom 01. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2020. Sonepar strebt künftig einen zweijährigen Veröffentlichungsturnus an. Dementsprechend wird der nächste Nachhaltigkeitsbericht im zweiten Quartal 2023 erscheinen. Verantwortlich für die Inhalte dieses Berichts ist der von der Geschäftsführung ernannte Nachhaltigkeitsbeauftragte Arno Elz, der für Rückfragen gerne zur Verfügung steht: **arno.elz@sonepar.de**

Redaktioneller Hinweis
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird teilweise auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

>> GRI 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56

Urkunde

Prüfung Nachhaltigkeitsbericht nach GRI SRS

Nach Remote-Assessment, Dokumenteneinsicht und Gesprächen mit verantwortlichen Mitarbeitern bestätigen wir die Glaubwürdigkeit, Transparenz und Plausibilität der Angaben im Nachhaltigkeitsbericht Berichtsjahr 2019/2020, herausgegeben von

sonepar

Sonepar Deutschland GmbH

am Standort

Peter-Müller-Straße 3, 40468 Düsseldorf

Sonepar Deutschland GmbH verfasste seinen Nachhaltigkeitsbericht 2019/2020 nach GRI Reporting Standards mit der Option ‚Kern'.

Im Fokus der Prüfung standen der Umgang mit den Stakeholdern sowie die Bestimmung wesentlicher Aspekte der Nachhaltigen Entwicklung.

Die Validierung der im Bericht dargestellten nachhaltigkeitsrelevanten Angaben ist so geplant und durchgeführt worden, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Prüfungssicherheit abgeben können.

Berlin, 15.09.2021

Prof. Dr.-Ing. Jan Uwe Lieback
Geschäftsführer

Nr. N-21-23779

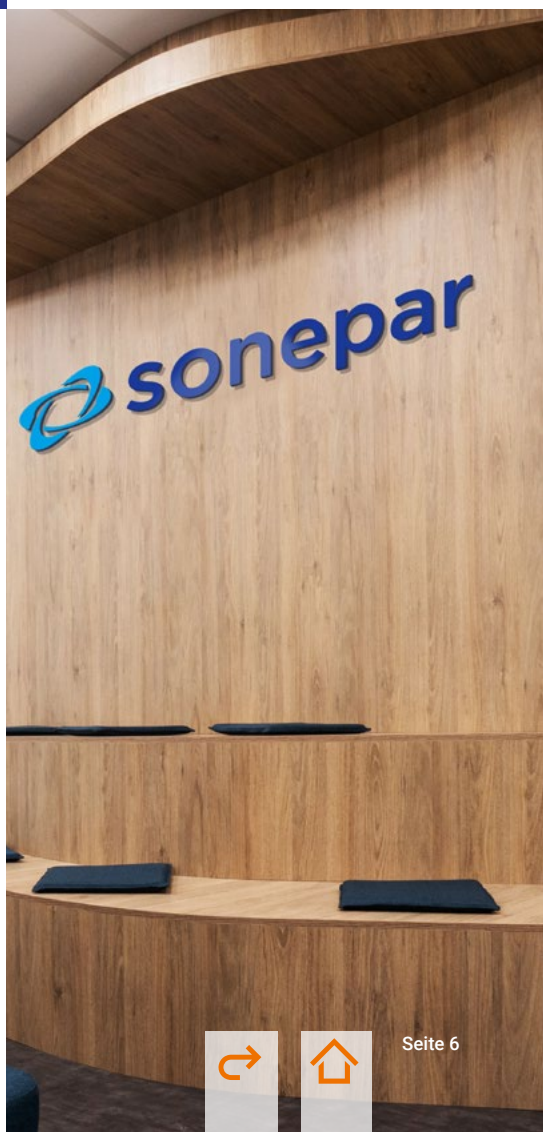
GUTcert Eichenstraße 3b • 12435 Berlin • Germany
Tel.: +49 30 2332021-0 • info@gut-cert.de • www.gut-cert.de
afnor GROUPE

Unternehmens-profil

Die Sonepar Deutschland GmbH mit Hauptsitz in Düsseldorf ist ein führendes Unternehmen im Elektrogroßhandel. Unseren Kunden aus Handel, Handwerk und Industrie sowie Kommunen liefern wir hochwertige Markenprodukte für elektrotechnische Lösungen – vom Installationsmaterial wie Kabel und Leitungen über Leuchtmittel und Elektrowerkzeuge bis hin zu vernetzten Systemen für die Haus-, Satelliten- oder Automatisierungstechnik, Elektromobilität und die Nutzung erneuerbarer Energien.

Struktur
Sonepar beschäftigt in Deutschland über 5.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diese erwirtschafteten 2020 einen Umsatz von rund 2,97 Mrd. Euro. Geleitet wird das Unternehmen von einem mehrköpfigen Geschäftsführer-Gremium, in dem einzelne Mitglieder die Bereiche Lieferkette, Finanzen sowie Vertrieb verantworten. Den Vorsitz hat Dr. Stefan Stegemann.

Die Sonepar Deutschland GmbH ist Teil der weltweit tätigen Sonepar-Gruppe. Mit mehr als 2.800 Standorten in 40 Ländern und über 45.000 Mitarbeitern sowie einem Umsatz von über 23 Mrd. Euro kann sich Sonepar heute weltweiter Marktführer im Elektrogroßhandel nennen.



Die Sonepar Deutschland GmbH fungiert als Holdinggesellschaft der in Deutschland ansässigen Gesellschaften.

Leistung

Neben unserer Lösungskompetenz heben wir uns mit praxisgerechten Services vom Wettbewerb ab. Dazu zählen digitale Hilfsmittel, die E-Handwerker bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen, beispielsweise mit Logistiklösungen, Baustellenservices und Mietgeräten sowie verlängerten Gewährleistungen. Mit umfassenden Beratungsleistungen können Gewerbe- und Industriekunden die Energieeffizienz im Unternehmen entscheidend steigern. Darüber hinaus unterstützt Sonepar seine Kunden und Partner mit einem ganzheitlichen Schulungs- und Trainingsprogramm in praktisch allen Bereichen der modernen Elektrotechnik.

Sortiment

Wir halten ständig über 100.000 vernummerte und aktive Elektro-Markenartikel von rund 2.000 nationalen und internationalen Markenherstellern auf Lager, um diese in der Regel binnen 24 Stunden an unsere Kunden in ganz Deutschland übergeben zu können – auf Wunsch direkt auf die Baustelle. Weitere 400.000 Artikel aus dem Stammsortiment sind kurzfristig bestellbar.

Kunden kaufen oder bestellen die Ware entweder online im Sonepar-Onlineshop, über die flankierende Shop-App, telefonisch oder persönlich in einer der rund 200 Niederlassungen. Jeden Tag wickelt Sonepar über seine sechs Zentrallager mehr als 150.000 Lieferpositionen ab.

>> GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-8, 102-18, 102-19, 102-22, 102-23, 102-45

Weltweites Engagement

Über diesen Code gelangen Sie zum Nachhaltigkeitsbericht der Sonepar-Gruppe.

Stakeholder-Dialog

Der intensive Austausch mit den verschiedensten Anspruchsgruppen ist uns besonders wichtig. Denn damit bekommen wir wertvolle Impulse, mit denen wir unser unternehmerisches Handeln zielgerichtet und nachhaltig verbessern können. Außerdem geben wir damit allen Anspruchsträgern die Gelegenheit, ihr Mitspracherecht bei relevanten Entscheidungen wahrzunehmen.

Wichtige Stakeholder sind neben unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vor allem unsere Kunden sowie Partner, Lieferanten und Dienstleister. Mit ihnen kommen wir über diverse Dialogformate, Medien und Kanäle ins Gespräch:

Intensiver Austausch
mit Kunden, Lieferanten, Partnern sowie Dienstleistern und den eigenen Mitarbeitern

Intern
- **Feedbackrunden:** Regel-Kommunikation mit Führungskräften sowie direkten Vorgesetzten
- **Yammer:** die zentrale Kollaborations- und Informationsplattform für alle Mitarbeiter
- **Workster:** die zentrale Kommunikationsplattform für alle Mitarbeiter
- **Schulungs- und Qualifizierungsformate** von, mit und für Mitarbeiter
- **Medien der Arbeitnehmervertretungen** und des **Konzern-Betriebsrats**

Extern
- **Sonepar-Kundenbeirat:** Beratungsgremium ausgewählter Geschäftspartner zum marktorientierten Informationsaustausch und zielgerichteter strategischer Entwicklung
- **Zusätzliche Schulungs- und Qualifizierungsformate** für Kunden
- **Online-Kommunikation** über E-Mail, Website-Chats, virtuelle Meetings und soziale Netzwerke
- **Fachberatung** (digital, telefonisch und persönlich in den Niederlassungen)
- **Events:** Sonepar-Partnertage, Roadshow Sonepar InnovationLab, Hausmessen, „Thekentage“ in den Niederlassungen etc.

Dialoginhalte
Die Dialoginhalte berücksichtigen wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte unserer Tätigkeit (s. Grafik rechts). Das Verfahren zur Auswertung der Dialogformate wurde 2020 aktualisiert und in einen zielgerichteten Management-Prozess integriert. Die Ergebnisse fließen über die internen Gremien wie zum Beispiel Vertrieb, Supply Chain, Finanzrunden und Arbeitskreise in den Prozess ein. Ein Beispiel ist das Thema „risikobasiertes Denken“, das wir in unseren Stakeholder-Dialogen erörtert haben. Wir sind uns bewusst, dass auch hierzulande durch vermehrte Extremwetterereignisse regional katastrophale Zustände eintreten können. Deshalb planen wir zukünftig, unsere lokale Präsenz zu nutzen, um schnell und unkompliziert Hilfestellung zu leisten, beispielsweise mit Spenden von technischem Gerät und Ausrüstungen. Außerdem wollen wir unseren Kunden in extremen Notlagen unkomplizierte Hilfe bieten, indem wir beispielsweise Zahlungsziele verlängern oder unser Kreditrisiko erhöhen, indem wir Lieferungen trotz ausgeschöpfter Kredite fortführen. Entsprechende Einzelfallprüfungen sollen im Bedarfsfall kurzfristig und unbürokratisch durchgeführt werden.

Für 2021 ist der Ausbau unserer virtuellen und digitalen Austausch- und Kommunikationsplattformen geplant, zum Beispiel mit einem rein digitalen Event „Sonepar-Campus“, mit dem wir in virtuellen Chats in den Dialog mit unseren Kunden und Partnern treten wollen. Außerdem hat die weitere Entwicklung unserer Mitarbeitermedien hohe Priorität.

Mitgliedschaften
Sonepar pflegt aktive Mitgliedschaften im Verband des Elektrogroßhandels (VEG) e. V. sowie ETIM Deutschland e. V. Hier hat sich unsere Tochtergesellschaft Sonepar PIM Solutions GmbH, Hannover, maßgeblich an der Erarbeitung einheitlicher Artikelstandards beteiligt.

Ein strategischer regelmäßiger Austausch mit der Politik sowie mit Nicht-Regierungsorganisationen fand im Berichtszeitraum nicht statt. Ebenso hat Sonepar keinerlei Spenden oder Sachzuwendungen an politische Parteien getätigt.

Kooperationen
Mit dem inHaus1 und dem inHaus2 hat das Fraunhofer Institut in Duisburg auf mehreren Hundert Quadratmetern Fläche ein einzigartiges Forschungszentrum mit Wohnlabor und

Innovationswerkstatt geschaffen. Als Kooperationspartner bringen wir uns mit innovativen Produktkomponenten und Energiesparlösungen ein und profitieren im Gegenzug von aussagekräftigen Anwendungsdaten und dem lebendigen Austausch mit Experten. Außerdem kooperieren wir mit ausgewählten Hochschulen, um den jungen und kreativen Nachwuchs in der Elektrobranche gezielt zu unterstützen und zu fördern (s. Seite 43). Darüber hinaus engagieren wir uns im Rahmen einer Innovationspartnerschaft mit dem Fußball-Bundesligisten VfL Borussia Mönchengladbach. Mehr dazu auf Seite 25 f.

Umgang mit Kritik

Jeder Form von konstruktiver Kritik stehen wir offen gegenüber. Stakeholder können diese über unsere zentrale E-Mail-Adresse nachhaltigkeit@sonepar.de, persönlich gegenüber unseren Mitarbeitern in den Standorten und Niederlassungen sowie über die sozialen Netzwerke äußern. Grundsätzlich sind wir jederzeit dankbar für Verbesserungshinweise und Vorschläge.

>> GRI 102-10, 102-12, 102-13, 102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 201-2, 415-1

Share- und Stakeholder

Eigentümer/Aktionäre, Mitarbeiter, Kunden, Partner, Lieferanten, Dienstleister

Behörden, Gesetzgeber, Nachbarn, Gewerkschaften, Arbeitnehmervertretungen, Verbände, Mitbewerber, Wirtschaftsprüfer, Banken, NGOs, Zertifizierer, Versicherer, Medien

Dialoginhalte

Angebot

Finanzierungsfunktionen
Innovation
Extra-Dienstleistungen
Rentabilität
Sortimentsgestaltung
Hohe Informationsqualität der Produktdaten
Preisgestaltung
Verfügbarkeit
Schnelle und fehlerfreie Lieferung
Globale Einkaufsmöglichkeit

Business und Erfolg

Kontinuität und gegenseitiger Nutzen
Risikobasiertes Denken
Erfüllung der Offenlegungsverpflichtung
Fachkompetenz
Einhaltung der Business-Planungen
Personelle Ressourcen
Vermeidung Vermögensverluste
Produktivität

Verhalten und Verantwortung

Einhaltung Verhaltenskodex
Vermeidung von Umweltschäden
Rechtssicherheit
Umweltanforderungen
Offene Kommunikation
Erfüllung von finanziellen Verpflichtungen
Vermeidung von Arbeitsunfällen
Attraktiver Arbeitgeber
Energieeffizienz
Einhaltung der ISO-Normen
Firmeneigene Regeln und Standards
Einbindung der Mitarbeiter
Sicherer Arbeitsplatz

Analyse Dialogergebnisse und -erkenntnisse, Abgleich mit internen Strategien, Erkenntnissen und Marktforschung

Wesentliche Themen

Wirtschaft

Kundenzufriedenheit
Wirtschaftliche Solidität
Innovation
Digitalisierung
Smarthome

S. 16 ff.

Umwelt

Energieeffizienz
Erneuerbare Energien
Elektromobilität
Ressourcenschonung
Klimaschutz
Umweltschutz

S. 27 ff.

Soziales

Arbeitgeberattraktivität
Gesellschaftliche Verantwortung
Ethisch korrektes Verhalten

S. 37 ff.

Wir wollen **enkeltauglich** sein ...

Was bedeutet Nachhaltigkeit für den Elektrogroßhandel und konkret für Sonepar? Ein Interview mit Bernhard Weber, Geschäftsführer Vertrieb Sonepar Deutschland GmbH.

Herr Weber, Nachhaltigkeit soll ein Schwerpunktthema bei Sonepar sein. Was bedeutet das?
Bernhard Weber: Wir werden Kunden, Partner und Mitarbeiter mit Initiativen, Aktionen und Vertriebsideen für dieses wichtige Thema sensibilisieren – und wollen so einen neuen Spirit dafür erzeugen. Denn Nachhaltigkeit ist ja nicht nur eine Frage der unternehmerischen Verantwortung, sondern auch eine große strategische Chance. Dieser Perspektivwechsel, von der Pflicht zur Chance, der ist mir wichtig – und den wollen wir besonders fördern.

Klingt gut, aber wie wollen Sie das schaffen?
Indem wir es so einfach und attraktiv wie möglich machen, sich nachhaltig zu entscheiden. Unsere Kunden sollen davon profitieren, wenn sie ihren Kunden die nachhaltigste Lösung empfehlen. Wir wollen deshalb sichtbar machen, wie sich solche Lösungen auszahlen – für unsere Kunden und den Endanwender. Daher arbeiten wir zum Beispiel an einer neuen Produktauszeichnung besonders nachhaltiger Produkte in unserem Shop. Für diese „Green Offer" analysieren wir die Klima- und Umweltwirkungen bestimmter Produkte entlang ihres gesamten Lebenszyklus, von der Rohstoffbeschaffung über die Herstellung und Nutzungsphase bis hin zum Recycling.

Also ein neues Produkt-Label?
Ja. Da geben wir aktuell mit dem Label „E+" schon eine gewisse Orientierung für energieeffiziente Produkte. Das wollen wir zu einem Label für Nachhaltigkeit ausbauen und mit zusätzlichen Anreizen noch attraktiver machen. Unsere Kunden dürfen sich noch auf einige weitere Neuerungen in Sachen Nachhaltigkeit freuen.

Nachhaltigkeit beginnt ja vor der eigenen Haustür. Wie sieht's damit denn bei Sonepar konkret aus?
In den letzten sechs Jahren haben wir unsere CO_2-Emissionen um 15 % senken können. Auch unseren Energieverbrauch sowie unsere Abfallmenge konnten wir deutlich reduzieren. An unseren Standorten tun wir eine ganze Menge für mehr Energieeffizienz, Stichworte wie Geothermie, LED-Beleuchtungen, Wärmetauscher oder großflächige PV-Anlagen und vieles mehr wären hier zu nennen. All diese Maßnahmen werden wir in Zukunft noch deutlich ausbauen.

Welche konkreten Ziele haben Sie im Visier?
Im Rahmen unseres strategischen Zukunftsprogramms „Impact“ haben wir einen 10-Punkte-Plan erstellt. Darin sind Anforderungen an unser Handeln beschrieben: Wir streben geschlossene Materialkreisläufe an, wollen plastikfrei und als Sonepar GmbH in Deutschland bis 2023 bilanziell klimaneutral sein. Für unsere Logistikfahrzeuge und Dienst-Pkw haben wir dieses Ziel übrigens bereits im letzten Jahr erreicht und eine bilanzielle Klimaneutralität realisiert.

Was heißt bilanziell?
Wir haben jedes Fahrzeug und seinen Verbrauch aus unserer internen und externen Fuhrparkflotte unter die Lupe genommen. So haben wir die Summe klima- und umweltrelevanter Emissionen ermittelt und, wo möglich, durch optimierte Prozesse reduziert. Die danach nicht mehr vermeidbaren Emissionen kompensierten wir durch Investitionen in globale Klimaschutzprojekte. Konkret ging es dabei um die Erzeugung von regenerativer Energie mit dem Wasserkraftwerk Kinnaur in Indien. Dadurch konnten wir die rund 33.000 Tonnen CO_2-Emissionen kompensieren, die durch die Firmenfahrzeuge unseres Fuhrparks und durch unsere interne und externe Logistik angefallen waren.

Was bedeutet Nachhaltigkeit für Sie persönlich?
Nachhaltigkeit bedeutet für mich Generationengerechtigkeit, manche sagen auch „Enkeltauglichkeit“. Das Wort gefällt mir. Daneben reizt mich aber auch die unternehmerische Herausforderung.

Was genau meinen Sie damit?
Nachhaltigkeit ist eine Querschnittsanforderung an alle Produkte, Lösungen und Dienstleistungen. Und zwar ganz gleich, um welches Sortiment oder welche Technologie unserer Branche es gerade geht. Ob nun Automatisierung, Installationstechnik, Licht oder E-Mobility – Nachhaltigkeit muss Grundlage und Leitmotiv unseres Handelns in allen Bereichen sein. Das ist ein gewaltiger Transformationsprozess, den wir gerne angehen. Ich bin dankbar, in solch herausfordernden Zeiten leben zu dürfen. Denn die sind besonders spannend. Und außerdem: Große Herausforderungen liegen uns …

Bernhard Weber
Geschäftsführer Vertrieb
Senior Vice President Commercial
Sonepar Germany

Strategie und **Management**

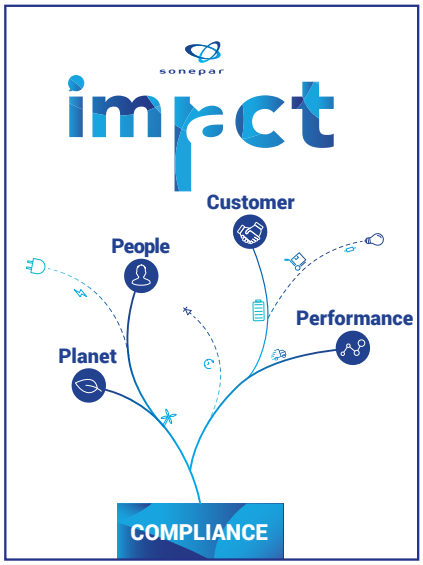
Nachhaltigkeitsstrategie

Der konzernweit gültige Zukunftsplan „Impact“ enthält vier zentrale Themen:

Performance: Steigerung der Produktivität und Gestaltung der digitalen Transformation
Menschen: Gewinnung der besten Talente, Förderung des Engagements
Kunden: Optimale Erfüllung der Kundenbedürfnisse durch strategischen Marketingansatz
Planet: Umwelt- und Klimaschutz

Im Bereich „Planet“ wird unsere Nachhaltigkeitsstrategie definiert. Die Sonepar Deutschland GmbH hat diese in ein strategisches Nachhaltigkeitsziel überführt: Bis 2023 will die Sonepar Deutschland GmbH ein bilanziell klimaneutrales Unternehmen sein. Dazu wurde ein eigenes CO_2-Programm mit 15 Arbeitsprojekten installiert, das auf Seite 30/31 näher beschrieben ist.

Als übergeordnete unternehmensinterne Richtschnur hat Sonepar 2020 dazu das Sonepar-Nachhaltigkeitsprogramm beschlossen (siehe Seiten 47/48).



Strategisch nachhaltig
Konzernweiter Zukunftsplan ist Richtschnur für das strategische Engagement für mehr Nachhaltigkeit.

Wesentliche Themen

Wir haben analysiert, welche negativen Auswirkungen unsere Geschäftstätigkeit auf unsere Umwelt und Gesellschaft hat. Gleichzeitig haben wir die Ergebnisse der Stakeholder-Dialoge 2019 und 2020 gesammelt und damit evaluiert, inwieweit diese Auswirkungen für unsere Stake- und Shareholder wesentlich sind und welche Effekte bzw. Risiken daraus für uns resultieren.

Als national tätige Organisation haben wir einen spürbaren Einfluss auf unsere Gesellschaft:

- Über 150.000 Lieferpositionen pro Tag sorgen für **logistischen Aufwand.**
- Gleichzeitig werden für die Verpackung unserer Sendungen **wertvolle natürliche Ressourcen** (Holz, Wasser) sowie ressourcen- und energieintensiv produzierte Kunststoffe verwendet.
- Für den Betrieb unserer Standorte benötigen wir **Energie und Rohstoffe.**
- Mit einem Umsatz von rund 3 Mrd. Euro haben wir einen spürbaren Einfluss auf die **wirtschaftliche Prosperität** des Landes.
- Durch unsere dezentrale Struktur mit ca. 200 Niederlassungen sowie 6 Zentrallagern und über 40 Transitpunkten stehen wir in der Verantwortung, auch im lokalen Umfeld für nachhaltiges Wachstum zu sorgen sowie verantwortungsvoll und nachhaltig zu agieren.
- Als Arbeitgeber sind wir **für über 5.000 Mitarbeiter verantwortlich** – für deren Sicherheit am Arbeitsplatz, für individuelle berufliche Perspektiven und nicht zuletzt für eine angemessene, leistungsgerechte Entlohnung, die Familien Sicherheit und Wohlstand bieten kann.

Als Elektro-Großhändler verhelfen wir Menschen und Unternehmen zu mehr Effizienz, Sicherheit und Komfort. Diese positiven sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit wägen wir kontinuierlich mit den daraus resultierenden belastenden Auswirkungen für die Umwelt ab. Dabei betrachten wir alle Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit gleichberechtigt in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit – und streben ebenso in allen Bereichen nach kontinuierlicher Verbesserung.

Diese Erkenntnisse haben wir mit unseren eigenen strategischen Zielen sowie mit den Erkenntnissen unserer Marktforschung abgeglichen. Ergebnis sind die für uns und unsere Stakeholder wesentlichen Themen. Diese sind auch folgerichtig maßgeblich für unsere Nachhaltigkeitsarbeit und somit auch strukturgebend für diesen Bericht (s. Seite 9).

>> GRI 102-15, 102-29

Werte

Mit Verlässlichkeit, Stabilität und Qualität verfolgen wir das Ziel, für Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten stets erste Wahl zu sein. Wir wollen als Lösungsanbieter profitabel sein, als Top-Arbeitgeber mit unserer Kultur begeistern und mit nachhaltigem Verhalten unserer Verantwortung gerecht werden.

Für unsere Kunden verfolgen wir dabei immer den Anspruch, Themen neu zu denken, anders als andere anzugehen. Wir wollen stets mit Leidenschaft bei der Arbeit sein und begreifen Vielfalt immer als Chance. Unser Motto „Powered by Difference" ist die Essenz dieses Anspruchs.

>> GRI 102-16

Powered by Difference
Themen neu denken und anders als andere angehen. Mit voller Leidenschaft dabei sein. Und Vielfalt als Chance begreifen.

Verhaltenskodex

Die Umsetzung unserer Werte in den betrieblichen Alltag stellen wir mit einem Verhaltenskodex sicher. Dieser ist für alle Sonepar-Mitarbeiter in allen Hierarchieebenen verbindlich und muss im Rahmen des Anstellungsvertrags verpflichtend anerkannt werden. In seinen Grundsätzen ist dieser Code of Conduct auch für unsere Geschäftspartner verbindliche Grundlage der Zusammenarbeit.

In diesem Kodex bekennen wir uns neben der selbstverständlichen Befolgung von Gesetzen zu einem respekt- und verantwortungsvollen Umgang mit Menschen und der Umwelt. Die Achtung der Menschenrechte und gerechte Arbeitsbedingungen sind für Sonepar ebenfalls selbstverständlich. Außerdem erklären wir darin, nichts zu tun, was den Mitarbeitern, dem Unternehmen, der Sicherheit Dritter oder der Umwelt schadet. Darüber hinaus verpflichten wir uns zur sozialen Verantwortung.

>> GRI 102-16

Sonepar Verhaltenskodex

Verbindlich
Der Sonepar-Verhaltenskodex gilt für jeden einzelnen Mitarbeiter.

Unternehmenspolitik

Die Einhaltung des Verhaltenskodex ist elementarer Bestandteil der Sonepar-Unternehmenspolitik, in der wir unsere Anforderungen an ein partnerschaftliches, verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Handeln definieren. Dazu beschreibt die Unternehmenspolitik unsere Ansprüche hinsichtlich Qualität, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Klima- und Umweltschutz sowie sozialer Verantwortung.

>> GRI 102-16

Sonepar Unternehmenspolitik

Integriertes Managementsystem

Um die Umsetzung der Unternehmenspolitik sicherzustellen, hat die Geschäftsführung der Sonepar Deutschland GmbH ein integriertes Management-System implementiert, das den gesteckten Qualitäts-, Sicherheits-, Energie-, Klima- und Umweltzielen unserer Kunden, Mitarbeiter und Partner gerecht wird. Mit unseren prozessorientierten, integrierten Managementsystemen erfüllen wir die Anforderungen der nachfolgenden Normen:

- Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001
- Umweltmanagement nach DIN EN ISO 14001
- Arbeitsschutzmanagementsystem nach DIN EN ISO 45001
- Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001
- Qualitätssicherung nach Regeln des Kerntechnischen Ausschusses KTA 1401

Der Geltungsbereich des Managementsystems erstreckt sich auf alle Standorte der Sonepar Deutschland GmbH in Deutschland und Luxemburg. Die Zertifizierung nach ISO 14001 und ISO 45001 ist auf die Zentrallager begrenzt. Die „KTA 1401"-Anforderungen sind auf die Standorte begrenzt, die auf der Eignungsbestätigung aufgeführt sind.

Nachhaltigkeitsorganisation

Die strategische Entwicklung des Umwelt- und Klimaschutzes haben wir auf höchster Management-Ebene etabliert. Die Geschäftsleitung der Sonepar Deutschland GmbH hat die Position eines zentralen Nachhaltigkeitsbeauftragten geschaffen und besetzt. Zu dessen Aufgaben gehört die regelmäßige Überprüfung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie deren kontinuierliche Weiterentwicklung. Über entsprechende Fortschritte berichtet der Nachhaltigkeitsbeauftragte direkt an die Geschäftsleitung und damit an das höchste Entscheidungsgremium der Sonepar Deutschland GmbH.

Für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen, die regelmäßige Evaluierung und die strategische Weiterentwicklung der Nachhaltigkeit unseres Unternehmens haben wir konzernweit den Anteil des Nachhaltigkeitsinvests am gesamten Investitionsvolumen von 10 % festgelegt. Diese Regelung tritt ab 2021 in Kraft.

Die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie ist über unser integriertes Managementsystem sowie spezielle Organisationsstrukturen – beispielsweise die Umweltorganisation sichergestellt. Konkret stellen wir über das integrierte Managementsystem sicher, dass aus geplanten Projekten auch effektive und zielgerichtete Maßnahmen werden. Dazu haben wir uns dezentral organisiert: Es gibt lokale Botschafter, regionale Energieteams sowie Bereichs- und Regionalverantwortliche. Diese vernetzen sich in thematisch strukturierten Teams, so gibt es beispielsweise ein nationales Team „Arbeitssicherheit & Umwelt". Auch die Verantwortlichen von strategischen Schwerpunktthemen wie „erneuerbare Energie & E-Mobilität" sind über Schnittstellen in das Managementsystem integriert.

Alle Informationen bündeln wir dann im zentralen Nachhaltigkeits-Management. Darin arbeiten der Nachhaltigkeitsbeauftragte, ein Energiebeauftragter, der Abfallbeauftragte sowie ein internationaler Koordinator zusammen. Gemeinsam berichten sie an den Leiter integriertes Managementsystem, der seinerseits direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung berichtet. Dieser Informationsaustausch findet regelmäßig mehrmals im Jahr statt, auf dessen Basis die Geschäftsführung Entscheidungen trifft.

Im Jahr 2019 hat Sonepar zudem das „Sustainability Leadership Committee" ins Leben gerufen – ein Netzwerk von Nachhaltigkeitsexperten aus der ganzen Sonepar-Welt, das vor Ort die Maßnahmen zur Erreichung der Sonepar-Ziele steuert.

>> GRI 102-20, 403-1, 403-8

Zertifikat

Sonepar Deutschland GmbH

ISO 9001

Zertifikat

Sonepar Deutschland GmbH

ISO 14001

Governance und Verantwortlichkeiten

Auf jeder Ebene des Unternehmens wurden spezifische Governance-Verantwortlichkeiten festgelegt, mit zusätzlich definierten Erwartungen an die Führungskräfte. Der Sonepar-Verhaltenskodex ist dabei unser Maßstab, ergänzt durch den Rat des „Legal-, Risk- & Compliance"-Netzwerks und den jeweiligen Abteilungen. Von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird erwartet, dass sie mit dem Verhaltenskodex und den damit verbundenen Richtlinien und Verfahren vertraut sind, ihre Grundsätze und Regeln einhalten und sich unter allen Umständen ethisch korrekt verhalten. Führungskräfte haben zusätzliche Verantwortlichkeiten, insbesondere sollen sie

- die im Verhaltenskodex und den damit verbundenen Richtlinien und Verfahren festgelegten Grundsätzen und Regeln mit Mitarbeitern und Teams erörtern und fördern,
- ein vertrauensvolle Klima schaffen und aufrechterhalten, in dem sich die Mitarbeiter wohlfühlen, wenn sie Fragen stellen oder Bedenken äußern,
- mit gutem Beispiel vorangehen,
- die wirksame Umsetzung des Verhaltenskodex und der damit verbundenen Richtlinien und Verfahren sowie der Beantwortung von Fragen sicherstellen,
- das Legal-, Risk- & Compliance-Netzwerk konsultieren sowie Bedenken melden und eskalieren, wenn Zweifel bestehen.

>> GRI 102-17, 102-18, 102-19

Zertifikat

Sonepar Deutschland GmbH

ISO 45001

Zertifikat

Sonepar Deutschland GmbH

ISO 50001

Wirtschaft

6
ZENTRALLAGER

ca. 200
NIEDERLASSUNGEN

ca. 3 MRD. EURO
UMSATZ

+ 150.000
LIEFERPOSITIONEN
PRO TAG

Alle Zahlen 2020

Verlässliche Partner – jederzeit

Sonepar hat, was andere nicht haben: Qualität im Regal, Vielfalt im Sortiment und vor allem Mitarbeiter, die in vernetzten Lösungen denken statt in Sortimenten oder Produkten. Mit dieser Kompetenz hat sich die Sonepar Deutschland GmbH eine Position als führender Elektrogroßhändler erarbeitet. Diese Position konnten wir zu Hochzeiten der Corona-Pandemie festigen, in denen wir trotz weltweitem Rohstoffmangel und fragiler Lieferketten stets lieferfähig waren – und somit ein verlässlicher Partner unserer Kunden.

Zur gezielten Umsetzung seiner Nachhaltigkeitsziele nutzt Sonepar im Bereich Wirtschaft sein integriertes Managementsystem, insbesondere findet hier die DIN EN ISO 9001 (Qualitätsmanagement) in den größten Niederlassungen sowie die Qualitätssicherung nach Regeln des Kerntechnischen Ausschusses Anwendung.

Wertschöpfung

Wir beziehen unsere Waren von rund 2.000 nationalen und internationalen Markenherstellern. Das Sortiment umfasst dabei die Bereiche erneuerbare Energien, Elektroinstallationsmaterial, Werkzeug, Leuchten und Leuchtmittel, Lichttechnik, Kabel und Leitungen, Elektrogeräte (Weiße Ware, Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik), Messtechnik, Sensortechnik, Schalterprogramme, Relais, Arbeitsschutz, Automatisierungstechnik, Datennetzwerktechnik, Haus- und Systemtechnik, Fernmeldetechnik, Gebäudesystemtechnik, Satellitentechnik.

Diese Produkte vertreiben wir an Fachhandwerkspartner sowie Gewerbe und Industrie in ganz Deutschland. Dazu halten wir rund 100.000 Produkte ständig auf Lager vor, weitere 400.000 sind kurzfristig bestellbar. Kunden bestellen die Ware telefonisch, persönlich in einer unserer ca. 200 Niederlassungen oder im Internet über unseren Onlineshop, die Shop-App oder weitere digitale Services zur vereinfachten Beschaffung (zum Beispiel Scan-to-Order). Wichtigste Kundengruppen sind das Elektrohandwerk (60 %) sowie die Industrie (33 %). Die Retourenquote lag 2020 bei 1,40 % (2019: 1,46 %). Selbst in Hochzeiten der Corona-Pandemie waren unsere Niederlassungen geöffnet und die Verfügbarkeit der von uns vertriebenen Produkte stets gewährleistet.

Weitere Felder unserer Wertschöpfung sind umfassende Beratungs- und Serviceleistungen, beispielsweise durch Shop-Schnittstellen für Fachhandwerkspartner, Mietgeräte für die Baustelle oder Energieeffizienzberatungen für Gewerbe und Industrie.

Markenqualität sichert Erfolg
Sonepar bezieht seine Produkte von rund 2.000 ausschließlich europäischen Lieferanten.

Unter Berücksichtigung der pandemiebedingten Maßnahmen zu COVID19 erwirtschaftete die Sonepar Deutschland GmbH 2020 einen Umsatz von 2.971 Mrd. Euro (2019 waren es 3.017 Mrd. Euro) und konnte so durch gemeinsame Anstrengungen der Mitarbeiter das Niveau der Vorjahre halten. Das spiegelt sich auch in der Investitionsquote zum Anlagevermögen wider, das in 2020 17,6 % und in 2019 16,7 % betrug. Die Daten beruhen auf den Jahres-/Konzernabschlüssen 2019 und 2020.

>> GRI 102-6, 102-9, 201-1

Nachhaltiges Lieferantenmanagement

Wir wählen unsere Lieferanten sorgfältig aus und setzen ausschließlich auf renommierte europäische Markenhersteller. Denn damit begrenzen wir die Nachhaltigkeitsrisiken auch in den Bereichen, für die wir als Großhändler keine direkte Verantwortung übernehmen können. Unsere strategische Risikoanalyse fokussiert daher wirtschaftliche Risiken. Soziale und ökologische Themen sind aus Sicht des Unternehmens für die direkte Geschäftstätigkeit der Sonepar Deutschland GmbH nicht risikobehaftet.

Strategische wirtschaftliche Risiken werden regelmäßig im Management-Team Deutschland erörtert, bewertet und ggfs. mit konkreten Maßnahmen begrenzt oder eliminiert. Außerdem nutzen wir interne Verfahren und Instrumente zur Bewertung der Integrität unserer Geschäftspartner, die für alle Unternehmen der Sonepar-Gruppe obligatorisch sind. Für 2021 rechnen wir mit deutlich steigenden Rohstoff- und Materialpreisen sowie Lieferengpässen bei unseren Lieferanten. Außerdem erwarten wir Preisanpassungen bei unseren Lieferanten. Diesem Risiko begegnen wir mit einer weiteren Diversifizierung unserer Beschaffung. Substanzielle Risiken für die Geschäftstätigkeit der Sonepar Deutschland GmbH leitet die Geschäftsleitung daraus nicht ab.

>> GRI 102-11, 412-1

Gemeinsames Engagement
Der Anteil unserer Partner, die unserem Verhaltenskodex zugestimmt haben, entspricht 80 % des gesamten Umsatzvolumens.

Richtlinien für Lieferanten

Um eventuelle Nachhaltigkeitsrisiken in der Beschaffung vermeiden zu können, verlangen wir von unseren Lieferanten neben einem Rahmenvertrag auch die schriftliche Anerkennung unseres speziellen Verhaltenskodex für Lieferanten. Darin erwartet Sonepar von seinen Geschäftspartnern, dass sie sich zu hohen Nachhaltigkeitsanforderungen bekennen, die wir an uns selbst stellen. Wir fordern darin unter anderem die Einhaltung der Gesetze, die Achtung der Menschenrechte, die Fürsorge für sichere und menschenwürdige Arbeitsbedingungen, ein ethisches Geschäftsverhalten sowie Verantwortung für Ressourcen- und Klimaschutz. 2020 haben wir auch die Lieferanten, zu denen bereits eine längere Geschäftsbeziehung besteht, zu einer schriftlichen Anerkennung aufgefordert. Dazu haben wir insgesamt 474 Lieferanten angeschrieben, 298 haben den Verhaltenskodex bereits bestätigt. Bis Mitte 2021 streben wir eine Zustimmungsquote von 100 % an. Bei einer Nicht-Zustimmung streben wir mit dem Lieferanten zunächst eine partnerschaftliche Entwicklung an, behalten uns aber vor, die Geschäftsbeziehung zu beenden. Fälle von Nichtbeachtung oder Verstößen gegen unsere Anforderungen seitens der Lieferanten und Dienstleister sind aus dem Berichtszeitraum nicht bekannt.

2020 wurden rund 100 Lieferanten zu ihrem konkreten Nachhaltigkeitsengagement befragt. Rund die Hälfte der Lieferanten haben geantwortet und interessante Projekte gemeldet. Hier eine exemplarische Auswahl:

- Dekarbonisierung mit nachhaltigem Energiewandel durch digitales Energiemanagement
- Kohlenstoffneutraler Betriebsablauf bis 2030
- Bilanziell CO_2-neutral produzierte Rohrleitung durch Pflanzung von 2.000 Bäumen
- Steigerung der Energieeffizienz (u. a. durch gasbetriebenes Blockheizkraftwerk) sowie des Energieanteils aus erneuerbaren Quellen (u. a. durch eigene PV-Anlagen)
- Kostenfreie Überlassung von Flächen zur ökologisch wirksamen Renaturierung

Ausgezeichnet
2020 erhielt Sonepar als Anerkennung für sein Nachhaltigkeitsengagement eine Bronzemedaille im Rahmen des Sustainability Ratings ecovadis.

– Intelligente Wärmenutzung, Energieeffizienz, optimierter Werksverkehr
– Deckung von rund 40 % des Strombedarfs durch eigene Stromerzeugung, Kompensation

Aus den umfangreichen Rückmeldungen haben sich gemeinsam Initiativen und Projekte für konkreten Umwelt- und Klimaschutz entwickelt, beispielsweise zur Entwicklung und Nutzung von Wechselbehältern in den Zentrallagern zur Reduzierung von Verpackungsmaterial.

>> GRI 102-9, 102-10, 308-1, 308-2

Lieferantenbewertung

Mit unserem Werkzeug „Status der Zusammenarbeit" führen wir seit 2016 über unseren zentralen und operativen Einkauf eine Bewertung der Warenlieferanten durch. 2019 und 2020 wurden dazu insgesamt 151 Unternehmen untersucht. Die Lieferantenbewertung erfasst unsere umsatzstärksten Waren-Lieferanten, sie wird künftig um soziale und ökologische Kriterien erweitert.

Die Bewertung unserer Dienstleistungslieferanten erfolgt dezentral direkt durch die Leistungsempfänger. Ökologische und soziale Kriterien sind 2021 Bestandteil der weiteren Entwicklung und sollen in die Anlieferrichtlinie eingebunden werden.

>> GRI 204-1, 308-1, 408-1, 414-1

Kunden sind zufrieden
46 % unserer Kunden würden uns uneingeschränkt weiterempfehlen.

Kundenzufriedenheit

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist Grundlage unseres wirtschaftlichen Erfolgs. Deshalb ermitteln wir diese regelmäßig über das qualifizierte Feedback aus dem Sonepar-Kundenbeirat sowie aus den Auswertungen unserer Außendienstmitarbeiter, Bereichs- und Niederlassungsleiter.

Ein weiteres strategisches Instrument zur Analyse der Kundenzufriedenheit ist der Net Promoter Score. 2019 haben 46 % der von uns befragten Kunden aktiv bestätigt, dass sie uns uneingeschränkt weiterempfehlen würden – das ist ein überdurchschnittlich guter Wert. Um diesen zu ermitteln, bitten wir unsere Kunden, eine Frage zu beantworten: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Sonepar einem befreundeten Unternehmen weiterempfehlen?" Die Antwortmöglichkeiten reichen auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich). Seit 2018 nutzt Sonepar den NPS als systematische Qualitätssicherungsmaßnahme, um daraus Optimierungen abzuleiten und maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, die die Kundenzufriedenheit positiv beeinflussen. 2020 haben wir die Erhebung des Net Promoter Scores coronabedingt ausgesetzt.

Kundeninformation

Entscheidend für die Kundenzufriedenheit ist eine offene Kommunikation. Dazu haben wir
– mit unserem **Kundenmagazin Report** 10 Mal pro Jahr rund 60.000 Leser erreicht,
– unseren **Kundennewsletter** aktualisiert,
– die **Social-Media-Kommunikation** auf Facebook, LinkedIn, Xing und YouTube intensiviert,
– über **400 produktbezogene Seminare und Webinare** pro Jahr veranstaltet,
– zahlreiche **Hausmessen und Informationsveranstaltungen** durchgeführt,
– viele **Vertriebsaktionen** und Events veranstaltet,
– einen Service-Blog für Handwerksbetriebe konzipiert, der 2021 gestartet werden soll.

Compliance

Wir sind überzeugt, dass Integrität, Fairness, Vertrauen und Respekt niemals dem Gewinnstreben geopfert werden sollten. Der Verhaltenskodex der Sonepar-Gruppe ist das Referenzdokument für globale Compliance und Integrität bei Sonepar. Somit ist dieses Dokument auch für Sonepar in Deutschland maßgeblich. Nach der Erstausgabe 2017 wurde Anfang 2020 eine aktualisierte Fassung herausgegeben. Sie wurde auf Grundlage der neuesten regulatorischen Entwicklungen, bewährten Verfahren und Sonepars Risiko-Mapping in Bezug auf Korruption und unzulässige Einflussnahme erweitert.

Alle Sonepar-Regionen und Support-Funktionen haben zu diesem leserfreundlichen Verhaltenskodex beigetragen, der von der Konzernleitung, dem Prüfungsausschuss und dem Konzernvorstand der Sonepar-Gruppe genehmigt wurde. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter hat Zugang zur digitalen Fassung des Verhaltenskodex, die in 20 verschiedenen Sprachen zur Verfügung steht. Wir sensibilisieren unsere Mitarbeiter regelmäßig für Compliance-relevante Themen. Entsprechende Pflicht-Schulungen haben bereits 3.712 Mitarbeiter erfolgreich absolviert.

Bestimmte gesetzliche Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln stellen sicher, dass Produkte und Dienstleistungen keine negativen Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit der Kunden haben. Die Einhaltung dieser Vorschriften und Regeln ist für Sonepar selbstverständlich, entsprechend hat es im Berichtszeitraum keinen Verstoß dagegen gegeben. Folglich wurden keine Bußgelder oder monetären Sanktionen auferlegt.

>> GRI 102-11, 205-1, 205-2, 416-2, 419-1

Gemeinsame Arbeit
Alle Sonepar-Regionen und Support-Funktionen haben an der Neuauflage des Verhaltenskodex mitgewirkt.

Compliance-Programm

Der Sonepar-Verhaltenskodex und seine damit verbundenen Richtlinien und Verfahren sind Teil eines umfassenden Compliance-Programms der Gruppe, das auch Bildungs- und Informationskampagnen, Risiko-Mapping, Berichterstattung, Whistleblowing, Bewertung von Geschäftspartnern, Aufzeichnungen, Bewertungen und Audits umfasst.

Verstöße gegen unsere Richtlinien in Bezug auf Korruptionsvermeidung, Datenschutz und ein ethisch korrektes Verhalten gegenüber unseren Geschäftspartnern sind für den Berichtszeitraum nicht bekannt. 2019 wurde Sonepar die Konformität zu allen Anforderungen zum Artikel 17, II des französischen Antikorruptionsgesetzes SAPIN II bestätigt.

>> GRI 102-17, 206-1, 418-1

Sonepar Compliance

Produktverantwortung

Als Großhändler können wir die Nachhaltigkeit der von uns vertriebenen Produkte nicht aktiv beeinflussen, wohl aber analysieren, kontrollieren und dokumentieren. Genau das tun wir durch eine verantwortungsvolle Auswahl unserer Lieferanten, durch eine nachhaltig orientierte Sortimentsgestaltung sowie in der Kennzeichnung unserer Produkte. Damit leisten wir einen aktiven Beitrag für den Vertrieb hochwertiger und langlebiger Produkte.

Die Einhaltung aller rechtlichen Vorgaben sowie Verordnungen zur Produktverantwortung – beispielsweise Kennzeichnungs- und Rücknahmepflichten – ist für Sonepar selbstverständlich. Verstöße dagegen aus dem Berichtszeitraum sind nicht bekannt.

>> GRI 416-1

Zukunftsthemen strategisch besetzen

Die Elektrotechnik ist als Querschnittstechnologie ein Treiber des Fortschritts. Entsprechend positiv sind die Marktaussichten der Branche. Als Großhändler will Sonepar langfristig von diesem positiven Marktumfeld profitieren. Deshalb besetzen wir zentrale Trendthemen strategisch.

Erneuerbare Energien

2020 wurden 19,3 % des Endenergieverbrauchs in Deutschland mit erneuerbaren Energien gedeckt. Damit hat Deutschland das Ziel aus der EU-Richtlinie zur Förderung erneuerbarer Energien (2009/28/EC) übertroffen. Vor allem im Stromsektor dominieren die Renewables: Ihr Anteil am deutschen Bruttostromverbrauch betrug 2020 über 45 %. Erstmals erzeugten die erneuerbaren Energieträger damit mehr Strom als die fossilen Energieträger. Dieser Trend wird sich aufgrund internationaler und nationaler politischer Vorgaben sowie unter dem Eindruck der sich verschärfenden Klimakrise und der Dekarbonisierung in den kommenden Jahren verstetigen und an Dynamik zunehmen.

Wir haben viele Maßnahmen gestartet und umgesetzt, um von diesem Trend profitieren zu können. So realisierten wir die bundesweite Veranstaltungsreihe „Energietage", auf der wir Kunden und Fachhandwerkspartner gemeinsam mit führenden Herstellern über neueste Lösungen informierten. Dabei sensibilisierten wir vor allem für ganzheitlich vernetzte Systeme im Sinne der Sektorenkopplung. Für Vertriebsimpulse sorgten wir mit zahlreichen Sonderaktionen im Onlineshop. Mit dem „Handbuch Erneuerbare Energien" lieferten wir E-Fachhandwerkern einen nützlichen Marktüberblick und gaben Produktempfehlungen. Darüber hinaus informierten wir laufend über technologische Entwicklungen auf Messen sowie über die Kanäle unserer Kunden- und Mitarbeiterkommunikation. Weiterhin forcierten wir unser Angebot der Energieberatung für gewerbliche Kunden. Für 2021 wollen wir einen Fördermittel-Navigator entwickeln, mit dem unsere Kunden

einfach und komfortabel staatliche Fördermöglichkeiten im Bereich der erneuerbaren Energien recherchieren und für die Umsetzung direkt einen Handwerkspartner kontaktieren können.

Übrigens: Natürlich leben wir in unserer Organisation vor, was wir unseren Kunden empfehlen: 77 % unseres Strombedarfs decken wir derzeit mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen.

Digitalisierung

Unabhängig vom Schub durch die Corona-Pandemie ist die Digitalisierung ein Megatrend unserer Zeit, der unsere Gesellschaft weiter verändern wird. In dieser Transformation steckt großes wirtschaftliches Potenzial, das wir mit praxisgerechten Lösungen nutzen wollen. Voraussetzung dafür ist eine stabile und ausfallsichere IT-Landschaft. Dafür unterhalten wir zwei getrennte Rechenzentren. In der Corona-Pandemie konnten wir bereits während der ersten Lockdown-Phase 4.500 mobile Sonepar-Arbeitsplätze zur Verfügung stellen.

Für unsere Kunden entwickeln wir Anwendungen, die ihnen die Digitalisierung ihrer Betriebe erleichtern und uns gleichzeitig neue Absatzchancen sowie eine deutliche Effizienzsteigerung verschaffen. Die Sonepar-Gruppe hat mit 100 Marken in 40 Ländern das ehrgeizige Ziel, als erster globaler B-to-B-Elektrogroßhändler allen Kunden ein vollständig digitalisiertes und synchronisiertes Omnichannel-Erlebnis zu bieten. Entsprechend haben wir im Berichtszeitraum unsere Angebote und Services des Digital Commerce ausgebaut:

Sonepar-Onlineshop: Vertriebs-Basis mit individualisierbaren Funktionen
Sonepar-Shop-App: das schnelle Einkaufsportal für unterwegs
e-Procurement EASY pro: Anbindung an Warenwirtschaftssysteme und Marktplätze
Scan-to-Order: Lagerorganisation mit dem Smartphone optimieren
BMECat: elektronische Kataloge für den effizienten und wirtschaftlichen Einkauf

Außerdem haben wir unsere digitalen Services weiterentwickelt**:**

Sonepar-HERO-Handwerkersoftware: Digitalisierte Organisation von Kunden, Projekten, Mitarbeitern, Einkauf und Buchhaltung inkl. Zeiterfassung
HERO-Doku-App Baustellendokumentation: mobile Dokumentation von Aufträgen und Projekten
E-Helfer: App mit Informationen zu sich laufend verändernden Normen und Vorschriften
eM1ND3R: Ausbildungs-Quiz zum spielerischen Erlernen von Elektro-Fachwissen
MeinSonepar-App: alle Informationen und Services von Sonepar auf einen Blick
E-Rechnung: digitale Rechnungsstellung nach Bedarf und System

Weiterentwickelt haben wir auch die digitalen Qualifizierungsangebote für unsere Kunden. In der neuen Sonepar-Lernwelt bündeln wir alle Angebote für zielgerichtete Weiterbildung auf einer Plattform. Vorteil: Je nach Vorwissen, verfügbarer Zeit und individueller Zielsetzung kann hier jeder die optimale Lernform für sich finden – ohne dafür umständlich und zeitaufwändig die Angebote unterschiedlicher Anbieter durchforsten zu müssen. Inhaltlich wird ein breites Spektrum abgedeckt: Ergänzend zu fachlichen Angeboten für die Profis im Elektrohandwerk gibt es Webinare, die in Zusammenarbeit mit Lieferanten auf spezielle Anforderungen einer bestimmten Branche eingehen – zum Beispiel zu elektrotechnischen Lösungen im Smarthome, in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie, Zertifizierungsschulungen oder zu den Sonepar-Energietagen.

2021 werden wir einen Schwerpunkt auf die Digitalisierung von Schulen legen, damit Schulen und kommunale Schulträger die Möglichkeiten des von der Bundesregierung ins Leben gerufenen Digitalpakts Schule bestmöglich nutzen können – und so eine zeitgemäße und hochwertige Bildung gewährleisten können.

Neue Warenwirtschaft: Unter dem Titel SNEW (Sonepar Neue Warenwirtschaft) haben wir eine grundlegende Modernisierung unserer Warenwirtschaft angeschoben. Unser bestehendes SAP FI/CO System konnten wir bereits erfolgreich auf die neuste „SAP S/4 HANA" migrieren. Vom Belegvolumen war dies zu diesem Zeitpunkt eine der bislang größten „S/4

Starker Service:
2019 wurden 99,7 % aller IT-Tickets – also Bearbeitungsfälle – erfüllt.

HANA“-Transformationen in Deutschland. Auf einer Kopie dieses Systems wurde daraufhin der Prototyp für das neue Warenwirtschaftssystem erstellt. Ein Pilotprojekt zur Einführung der neuen Warenwirtschaft konnten wir 2020 bei Sonepar Deutschland Cable Services (SDCS) umsetzen.

Neuer Onlineshop sonepar.one: Mit dem Ziel, den besten Onlineshop der Branche zu bieten, haben wir 2019 und 2020 sonepar.one weiterentwickelt. sonepar.one wird als Kombination aus Website und Shop offen für alle sein, Nutzer können darin automatisiert und personalisiert genau die Produkte und Lösungen angezeigt bekommen, die für sie relevant sind. Bei der Entwicklung des Interface-Design und der User-Experience haben wir auf Rückmeldungen unserer Kunden, beispielsweise aus dem Sonepar-Kundenbeirat, zurückgegriffen – etwa bei der Gestaltung von Taxonomien und Suchfunktionen. Nach internen Testläufen ist der Go-live der neuen Seite für Mitte 2021 geplant. Strategisch ist dieser Relaunch sinnvoll, weil wir bereits 2020 rund 48 % unseres Geschäfts online abwickelten. Wir gehen davon aus, dass sich dieser Anteil weiter vergrößern wird.

Neue Logistik-Software OSLO: OSLO (Optimierung Software + Logistik) nutzt die identische Datenbasis wie unser neuer Shop sonepar.one und die neue Warenwirtschaft SNEW. Das bringt für Sonepar und vor allem für unsere Kunden viele Vorteile: Da wir Aufträge durch alle Systeme verfolgen können, können wir Waren-, Auftrags- und Lieferinformationen noch besser mit den Prozessen beim Kunden verknüpfen. Nach erfolgreichem Test im Lager am Standort Essen wurden auch die Zentrallager in Holzwickede und Gernsheim aufgeschaltet. Weitere Zentrallager werden bis 2023 umgestellt.

>> GRI 102-6

E-Mobilität

Die Zulassungszahlen für reine Elektro- sowie Hybridfahrzeuge steigen weiter: 2020 wurden dreimal so viele E-Autos verkauft wie 2019 – fast 400.000 Stück. Nahezu jeder 7. Neuwagen war ein Plug-in-Hybrid oder ein rein batterieelektrisch angetriebenes Auto. Für die Zukunft ist – nicht zuletzt dank attraktiver Förderungen – mit einem weiteren Anstieg der E-Mobilität zu rechnen.

Wir haben zahlreiche Produkte und Lösungen ins Sortiment aufgenommen, mit denen Fachhandwerkspartner praktisch alle Installationsaufgaben in Sachen E-Mobilität meistern können – sowohl für gewerbliche Kunden als auch für Kommunen und Privatpersonen. Das umfasst nicht nur Ladelösungen, sondern auch die gesamte Peripherie sowie das entsprechende Werkzeug. Mit einer umfassenden Planungsliste geben wir Gewerbebetrieben eine wertvolle Orientierungshilfe bei der Elektrifizierung der eigenen Fahrzeugflotte. Das komplette Sonepar-Sortiment haben wir in einem neuen Produktkatalog zur E-Mobilität zusammengefasst. 2021 soll dieser von einem Applikationsteil flankiert werden, in dem wir Nutzer und Installateure über technische und rechtliche Rahmenbedingungen, sowohl im privaten als auch gewerblichen Umfeld, umfassend informieren.

Smarthome

16 % der deutschen Haushalte waren 2019 bereits ein Smarthome. Für eine vernetzte Steuerungslösung geben Familien durchschnittlich rund 1.000 Euro pro Zimmer aus. Tendenz steigend: Wie Marktforscher voraussagen, wird die Anzahl der Haushalte im Smarthome-Markt in Deutschland im Jahr 2025 bei rund 18.5 Millionen liegen.

Sonepar hat dieses Thema frühzeitig besetzt. 2019 und 2020 haben wir viele Produkte von Herstellern ins Programm genommen, die integrierte Systeme für die komplette Gebäudetechnik anbieten. Außerdem bieten wir vielfältige Lösungen für die Kommunikation der Geräte untereinander, sei es per Bluetooth, Funk, KNX oder ZigBee. In Kooperation mit der Plattform FEELSMART liefern wir Lösungsansätze, Tipps und Tools für die Beratung, Planung und unterstützen die Inbetriebnahme professioneller Smarthome-Lösungen. Damit diese sofort bestellt werden können, ist die Plattform direkt an unseren Onlineshop angeschlossen. Und mit unserem mobilen Nachschlagewerk „E-Helfer-App“ können Handwerker smarte Lösungen viel leichter installieren.

Mit nutzenorientierten Video-Clips informierten wir außerdem Endanwender über die nahezu grenzenlosen Möglichkeiten, mit Smarthome-Lösungen Komfort und Sicherheit zu steigern und gleichzeitig die Energiekosten zu senken. Für 2021 ist zudem die Entwicklung des Smarthome-Lotsen geplant, mit dem Endanwender die passende Automatisierungslösung für ihr Eigenheim recherchieren und gleich Fachhandwerker in ihrer Nähe finden können. Außerdem werden wir zusammen mit dem Unternehmen eQ-3 AG mit einem mobilen Showroom on tour gehen und dabei über 70 funk- und busbasierte Smarthome-Geräte für die Bereiche Heizung und Klima, Sicherheit und Überwachung, Wetter und Umwelt sowie Licht und Beschattung präsentieren.

>> GRI 102-6

Hygienelösungen

Wie schnell wir auf neue Trends reagieren können, zeigte sich in der Corona-Krise: Schon frühzeitig konnten wir Luftreinigungsgeräte mit effizienten Partikelabscheidern der Filterklassen H13/H14 anbieten. Diese reduzieren die Konzentration virushaltiger Aerosole in der Raumluft erheblich. Dadurch wird das Risiko einer Virusinfektion, zum Beispiel mit COVID-19, deutlich reduziert. Außerdem haben wir für unsere Kunden weitere Markenprodukte kurzfristig ins Sortiment genommen, die in einer „neuen Normalität" nach der Corona-Pandemie gefragt sein werden:

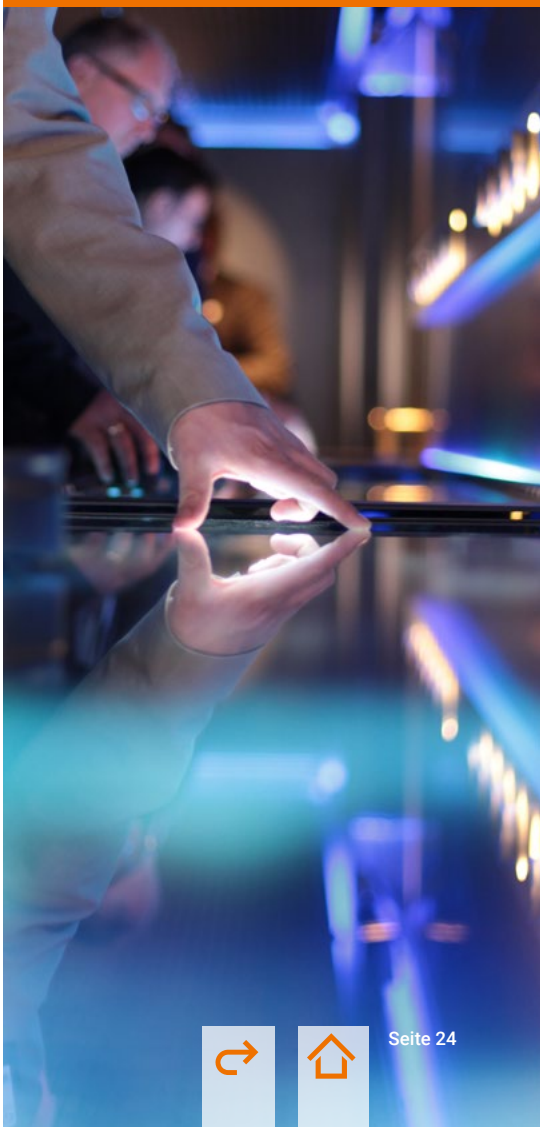
- Digitale Personenzähler zur Einlasskontrolle
- Lüftungssysteme und automatische Fensterantriebe
- UV-C-Leuchten, die mit kurzwelliger UV-Strahlung Oberflächen oder Raumluft entkeimen
- Hygienestationen, die dank integriertem Sensor und Akkus berührungslos Desinfektionsgel spenden
- Air Purifier, die Viren aus der Luft im Kfz-Innenraum eliminieren
- Mund- und Nasenmasken sowie Desinfektionsmedien

Sonepar InnovationLab

Über neue Produkte und viele weitere Innovationen informieren wir unsere Kunden mit dem Sonepar InnovationLab. Zunächst mit Tausenden Shows an 262 Stationen im gesamten Bundesgebiet. Seit Beginn der Corona-Pandemie nutzen wir das InnovationLab über dessen Online-Kanäle. Allein auf Facebook folgen bereits mehr als 23.500 Experten diesem Zukunftslabor, das elektrotechnische Innovationen anschaulich und im wahrsten Sinne des Wortes begreifbar macht.

Das Sonepar InnovationLab on tour

Nah beim Kunden
Mit dem Sonepar InnovationLab sind wir live präsent – an 262 Standorten in ganz Deutschland sowie jederzeit online



Leidenschaft für **Veränderung**

Warum sich Sonepar seit 2019 als Innovationspartner des Fußball-Bundesligavereins VfL Borussia Mönchengladbach engagiert.

Wir wollen unsere Markenbekanntheit weiter ausbauen. Zum Beispiel mit unserem Engagement im Profi-Fußball. Seit der Saison 2019/2020 sind wir offizieller Innovationspartner von Borussia Mönchengladbach. Als solcher präsentieren wir uns im exklusiven Umfeld des Vereins – auf der Bandenwerbung, auf Trikots und den Logo-Stellwänden. Darüber hinaus präsentieren wir uns bei Veranstaltungen des Vereins und produzieren gemeinsam mit Spielern Fotos oder Social-Media-Clips, die wir für unsere Werbezwecke nutzen.

Lohnt sich das?
Zugegeben: Als Elektro-Großhändler sind wir mit unserem konkreten Angebot nicht für alle Zuschauer im Stadion so relevant, wie es zum Beispiel eine Brauerei oder ein Reiseanbieter wäre. Doch haben Forscher festgestellt, dass Elektro-Artikel gerade im Fußball-Sponsoring zu den interessantesten Branchen zählen: Von 1.000 fußballbegeisterten Menschen interessieren sich 37 % für Marken dieser Branche. Außerdem: Die Relevanz des konkreten Angebots ist bei der Steigerung der Markenbekanntheit auch gar nicht das primäre Ziel. Uns geht es darum, dass möglichst viele Menschen etwas mit der Marke Sonepar anfangen können, sie mit einer Branche in Verbindung bringen – und vielleicht sogar bestimmte Werte damit assoziieren können.

Im Vergleich zu anderen Werbeformen hat Fußball-Sponsoring eine sehr hohe Reichweite, gerade unter Handwerkern: Das Top-Spiel des 14. Spieltags der Saison 2019/20 zwischen Borussia Mönchengladbach und Bayern München sahen sich 810.000 Menschen allein beim Bezahlsender Sky an – so viel wie bei keinem Spiel zuvor. Die LED-Bandenwerbung von Sonepar erzielte dabei rund 650 Millionen Werbekontakte allein am Fernseher. Schon nach einer Netto-Einblendezeit von nicht einmal vier Stunden wurde unsere Markenbekanntheit um rund 4-%-Punkte gesteigert.

Bildquelle: Sonepar Deutschland GmbH

Warum Borussia Mönchengladbach?
Borussia Mönchengladbach steht für Werte, die zu uns passen: Glaubwürdigkeit, Tradition, Bodenständigkeit. Hinzu kommen handfeste Gründe: Die Fanstruktur von Borussia Mönchengladbach und unsere Zielgruppe haben eine große Schnittmenge, insbesondere im Bereich der Handwerker. Fans von Borussia Mönchengladbach sind in der Regel regional verwurzelt, leben aber gleichzeitig auch deutschlandweit verteilt.

Warum Innovationspartnerschaft?
Innovationspartnerschaft heißt diese Kooperation deshalb, weil wir den Verein bei der Umsetzung innovativer Elektrolösungen beraten und unterstützen können, zum Beispiel bei der Steigerung der Energieeffizienz im Stadionumfeld durch smarte, vernetzte und digitale Technologien. Ein Beispiel dafür ist das innovative und energiesparende Beleuchtungskonzept, das wir gemeinsam mit der Firma Brumberg umgesetzt haben. Ein weiterer Grund dafür, dass diese Partnerschaft eine Innovationspartnerschaft ist: Sowohl der Fußball als auch unsere Branche erleben aktuell starke Veränderungen. Wir haben mit Borussia Mönchengladbach vereinbart, uns bei Bedarf strategisch auszutauschen, wie sich Transformation optimal gestalten lässt.

Neben allen strategischen Gründen ist für uns aber etwas anderes mindestens genau so wichtig: Wir lieben Fußball. Wir lieben den Spaß am sportlichen Wettkampf, die Freude am Teamplay, das Gemeinschaftserlebnis am Spielfeldrand. Fußball ist ein Bindeglied unserer Gesellschaft. Er verbindet Generationen, wenn der Opa mit dem Enkel im Garten kickt. Fußball ist Respekt, ist Leidenschaft. Und Fußball ist Tradition, denn wir lieben und pflegen unsere Rivalitäten. Fußball ist Emotion pur. Vielleicht ist der Fußball das letzte Lagerfeuer unserer Zeit. Als Sonepar setzen wir uns gerne dazu – gemeinsam mit unseren Kunden.

TIPP
Menschen für innovative Elektrolösungen begeistern – das gelingt mit dem Social-Format Elektro-Dings, das Sonepar im Rahmen der Innovationspartnerschaft produziert.

Umwelt

108 t
ELEKTROALTGERÄTE GESAMMELT (2020)

15 %
WENIGER CO_2-EMISSIONEN

9 % WENIGER WÄRMEENERGIE

19 % WENIGER STROM

7 % WENIGER KRAFTSTOFF

Vergleichszeitraum: 2014 – 2019

77 %
GRÜNSTROM-ANTEIL (2020)

7.625 t
WENIGER CO_2-EMISIONEN ALS 2019

26.000
BÄUME GEPFLANZT (2020)

Zukunft **sauber gestalten**

Alternativlos: Eine saubere Umwelt sowie ein intaktes Klima sind Grundvoraussetzungen für das Leben auf der Erde. Deshalb ist uns bei der Sonepar Deutschland GmbH die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit besonders wichtig.

Die Einhaltung geltender Umweltschutzgesetze und -verordnungen ist für Sonepar selbstverständlich. Im Berichtszeitraum hat es keinen Fall von Nichteinhaltung oder eines Verstoßes gegeben.

>> GRI 307-1

Zur gezielten Operationalisierung unserer Nachhaltigkeitsziele nutzen wir im Bereich Umwelt unser integriertes Managementsystem, insbesondere finden hier die DIN EN ISO 14001 (Umweltmanagement) für die Zentrallager, das eigene CO_2-Programm sowie DIN EN ISO 50001 (Energiemanagement) Anwendung.

Datenerfassung und Methodik

Wir erfassen unsere Umweltkennzahlen in einem dreistufigen systematischen Prozess. Zunächst sammeln wir spezifische Verbrauchsdaten aus einzelnen Abteilungen. So liefert zum Beispiel das Fuhrparkmanagement Ist-Werte zum Kraftstoffverbrauch der Dienstwagenflotte, der Logistikbereich für die Lkw-Flotte und das Finanzwesen erstellt anhand der Kilometerabrechnung eine Auswertung der tatsächlich gefahrenen Streckenkilometer unserer Dienstwagenflotte. Auch Auswertungen externer Partner, zum Beispiel für das Dienstreisen-Management mit dem Flugzeug oder dem Zug, werden gesammelt.

In einem zweiten Schritt werden Energiedaten gesammelt, beispielsweise für den Verbrauch von Strom und Wärme an unseren Standorten. Dazu nutzen wir das Controlling-System EnEffCo. Darüber werden Verbrauchsdaten entweder über elektronische Zähler automatisch übermittelt oder, wo noch keine elektronische Messstelle installiert ist, systematisch erfasst.

Alle erfassten Daten werden durch den zentralen Nachhaltigkeitsbeauftragten konsolidiert und ausgewertet. Diese Auswertungen finden Eingang in den CO_2-Footprint und in das

Energiedatenerfassung
Bis 2022 wollen wir ein komplett elektronisches Messstellenkonzept etabliert haben.

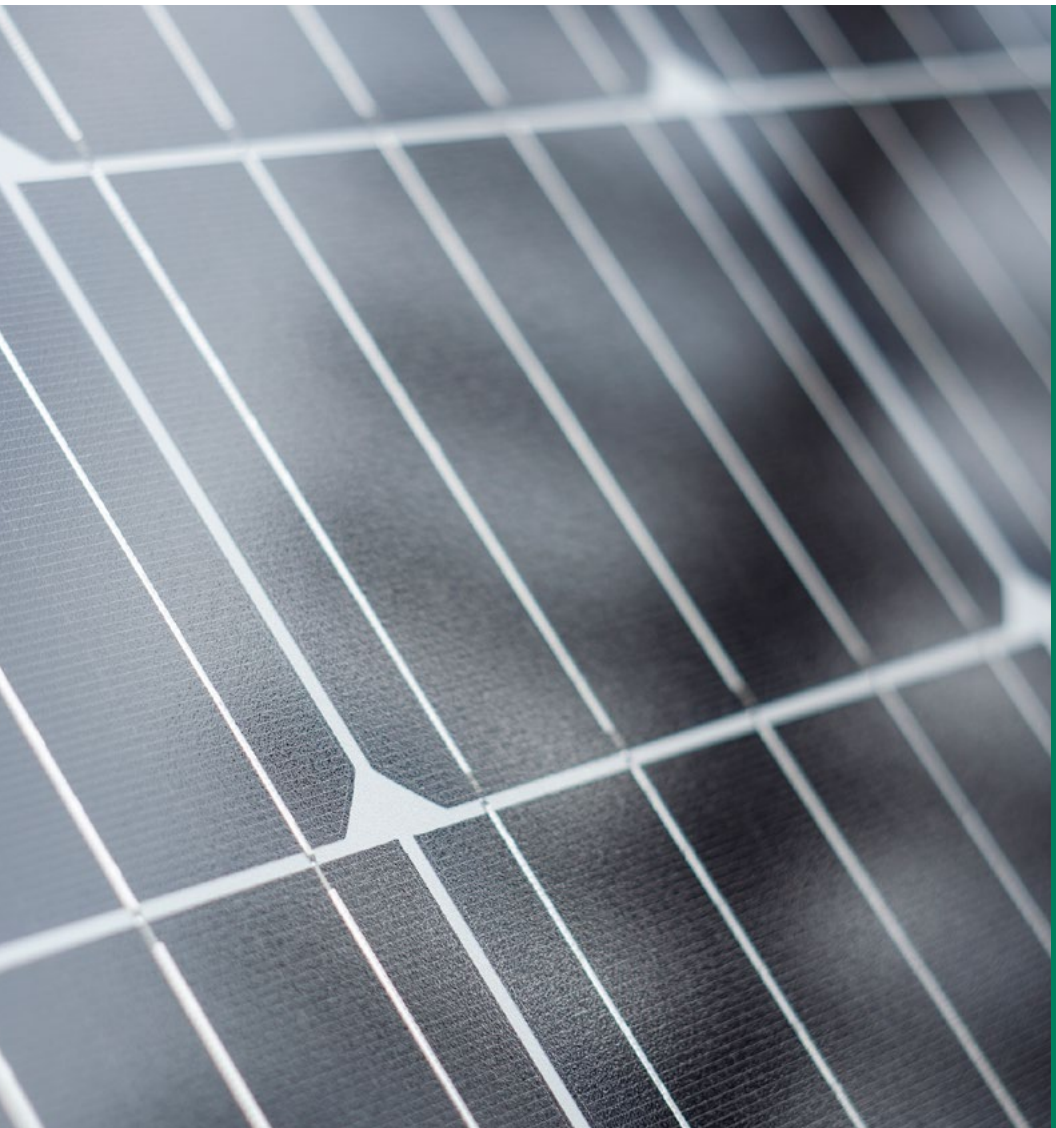
Managementreview. Es ist geplant die Auswertungen zweimal im Jahr durchzuführen, um so unterjährig reagieren zu können. Ferner dienen sie als Grundlage für Audits. Sonepar verfolgt das Ziel, bis 2022 alle Strom-Verbrauchsdaten automatisiert zu erfassen und so ein komplett elektronisches Messstellenkonzept zu realisieren.

Dekarbonisierung

Sonepar bekennt sich zu den Zielen des Pariser Klimaschutzabkommen der UN-Klimakonferenz von 2015. Darin hat sich die Weltgemeinschaft das Ziel gesetzt, die globale Erderwärmung gegenüber dem vorindustriellen Zeitalter auf deutlich unter 2 °C zu begrenzen. Damit sollen unbeherrschbare Folgen des Klimawandels vermieden werden. Das Ziel kann vor allem dadurch erreicht werden, dass deutlich weniger fossile Energieträger – also Kohle, Öl oder Erdgas – genutzt werden.

Weltweit wird seit 2019 der CO_2-Fußabdruck bei Sonepar auf Basis des GHG-Protokolls (Greenhouse Gas Protocol) erfasst und bilanziert. Dadurch werden alle direkten (Scope 1 und 2) als auch indirekten CO_2-Emissionen (Scope 3) berücksichtigt und bewertet. Das Ziel ist es, sowohl die direkten Emissionen, die durch den Betrieb der genutzten Gebäude entstehen, als auch die indirekten vor- und nachgelagerten Emissionen (zum Beispiel Transport- und Abfallmanagement) gemeinsam mit den Partnerunternehmen signifikant zu reduzieren. Unter Berücksichtigung einer positiven Geschäftsentwicklung wird der Energieverbrauch fossiler Energieträger deutlich gesenkt und die Energieeffizienz der Verbrauchseinheiten weiter verbessert. Über die internationalen Ziele hinaus ist das konkrete Anliegen der Sonepar Deutschland GmbH, bis 2023 über den Einkauf von Grünstrom und zusätzliche Kompensationsprojekte zu einem bilanztechnisch klimaneutralen Unternehmen zu werden.

Klimaneutral
Bis 2023 will die Sonepar Deutschland GmbH ein bilanziell klimaneutrales Unternehmen sein.



Sonepar Deutschland GmbH hat bereits in der Vergangenheit viele Maßnahmen vor allem im Scope 1 und 2 umgesetzt, da hier die technischen Möglichkeiten durch den direkten Einfluss auf die Emissionen vorhanden sind. Zukünftig werden Maßnahmen in einem dreistufigen Konzept in Scope 1 – 3 weiterverfolgt:

1. Reduzierung von Treibhausgasemissionen, unter anderem durch die Steigerung der Energieeffizienz sowie die Verringerung der Energieverbräuche in den Standorten und im Transportwesen.
2. Vermeidung von Treibhausgasemissionen, u. a. durch Eigenenergieerzeugung aus regenerativen Quellen und Energiebezug von Ökostrom mit entsprechenden Herkunftsnachweisen.
3. Kompensation nicht vermeidbarer Treibhausgasemissionen durch Investitionen in Klimaschutzprojekte

Die Gesamtmenge unserer CO_2-Emissionen konnte 2020 um 7.625 Tonnen von 89.752 Tonnen (2019) auf 82.127 Tonnen reduziert werden. Dabei resultiert der weitaus größte Teil der CO_2-Emissionen unserer Geschäftstätigkeiten aus Aktivitäten, die indirekt Sonepar GmbH in Deutschland zugeordnet werden können (Scope 3 mit über 75 % Anteil aller Emissionen). In Bezug auf die Reduzierung konnte der größte Anteil mit minus 14 % aus den direkt beeinflussbaren Emissionen (Scope 1 und 2) geleistet werden. Zukünftig wird weiterhin ein Schwerpunkt auf der Reduzierung des CO_2-Verbrauchs in Scope 1 und 2 liegen – mit einem zusätzlichen Maßnahmenprogramm mit den in Scope 3 CO_2 verursachenden Partnern, wie Lieferanten und Spediteure, um auch hier weitere Reduktionen erzielen zu können.

>> GRI 305-1

Energieintensität
Der interne Energieverbrauch in kWh je 1.000 € Umsatz sank von 2019 auf 2020 um 11 %.

Grünstrom
Der Anteil der regenerativen Energien wurde von 62 % (2019) auf 77 % (2020) erhöht.

CO_2-Programm

Unter den klimarelevanten Treibhausgasen ist CO_2 am stärksten für den Klimawandel verantwortlich. Deshalb hat Sonepar ein CO_2-Programm gestartet, das für eine substanzielle Reduzierung des CO_2-Fußabdrucks sorgen wird.

Energetische Maßnahmen/Sanierungen
1. LED-Beleuchtungs-Projekte
2. PV-Anlagen-Projekte
3. Stand-by-Power
4. Weiteres LED- und PV-Anlagen-Potenzial weiterer Standorte

Treibstoffe Maßnahmen
5. Mobilitätskonzept/Road Map 2021
- 5.1 Pkw-Pilotprojekt alternative Antriebe
- 5.2 Lkw-Tourenoptimierungen (Telematics)
- 5.3 Pendelverkehr/zukünftige Nutzung von Bahn und Flieger
- 5.4 Fahrertrainings
- 5.5 Meeting-Strukturen – digitale/hybride Besprechungen

Treibstoffe Kompensation
6. Bilanziell klimaneutraler Fuhrpark intern und extern
7. Wasserkraftwerk Indien

Abfall/Entsorgung
8. Transportverpackungen der Hersteller
9. Auslieferungsverpackungen: „die Verpackung der Zukunft"
10. Entsorgungskonzepte (z. B. Batterien, Lightcycle)
11. Papier-Reduzierungsprogramm
- 11.1 Sonepar-E-Rechnung
- 11.2 Sonepar-Kopierpapier
- 11.3 Sonepar-Printkatalog „go to" digitalem Katalog

Green Offer
12. Vertriebskampagnen 2021 Waldprojekte
13. Ausbau nachhaltiger Artikelkatalog

Sonstige
14. CO_2-Fußabdruck 2020
15. Patenschafts-Konzepte Ambassadore und Mentoren

Energieeffizienz

Die Steigerung der Energieeffizienz ist gelebter Klimaschutz. An unseren Standorten werden wir diesem Anspruch gerecht, indem wir einerseits unseren Strom-, Brennstoff- und Treibstoffverbrauch reduzieren und gleichzeitig den Wechsel auf regenerative Energiequellen forcieren. Dazu haben wir in den vergangenen Jahren etliche Maßnahmen realisiert. Erster Schritt war die Einführung eines Energiemanagementsystems nach ISO 50001 im Jahre 2016. Danach wurden sukzessive Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs umgesetzt. Damit konnten somit bis Ende 2020 über 5.000 Tonnen CO_2 allein im Bereich der Gebäude-Energie eingespart werden. Zusätzlich wurde durch die sukzessive Erhöhung des Grünstromanteils der CO_2-Verbrauch nochmals um ca. 4.500 Tonnen verringert. Bei der Berechnung dieser Einsparungen wurde der deutsche Strommix auf Basis der Angaben des Umweltbundesamts zugrunde gelegt.

Energieverbrauch (in MWh)

Scope 1 und 2	2020	2019	Differenz in %
Gebäudeverbrauch Wärme	26.695	29.539	-11 %
Pkw Firmenfahrzeuge und eigene Lkw	27.291	33.160	-22 %
Gebäudeverbrauch Strom	17.900	19.563	-9 %
Summe Energieverbrauch intern	**71.886**	**82.262**	**-14 %**

Lkw-Touren (Scope 3)	2020	2019	Differenz in %
Downstream Logistik	83.609	90.092	-8 %
Upstream Logistik	95.847	98.305	-3 %
Summe Energieverbrauch Lkw-Logistik	**179.456**	**188.397**	**-5 %**

>> GRI 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 305-5

Steigerung der Energieeffizienz an den Standorten

Green-IT: In unserem Rechenzentrum in Holzwickede haben wir bereits 2017 eine Geothermie-Anlage installiert: 62 Betonpfähle ragen jeweils 16 Meter tief in den Boden, wo konstant acht bis elf Grad Celsius herrschen. Diese Temperatur wird im Sommer zur Kühlung genutzt und im Winter über Wärmetauscher zur Beheizung. Die üblicherweise energieintensive Kühlung der Serverschränke erledigen wir mit modernen Free-Cooling-Kaltwassersätzen und mit Wärmetauschern aus der Außenluft. Die Abwärme der Server wird zurückgewonnen und für die Fußbodenheizung des Nebengebäudes genutzt.

Eigenstromerzeugung: Am Standort Oldenburg ist eine Photovoltaik-Anlage im Einsatz, von der jährlich ca. 26.000 kWh im eigenen Netz der Niederlassung genutzt werden. Seit 2020 ist im Logistikzentrum Gernsheim eine Anlage mit insgesamt 350 kWp Leistung in Betrieb – der Eigennutzungsanteil steigt mit dem Strombedarf der neuen Logistik sukzessive an. Am Standort Holzwickede ist für 2021 eine neue PV-Anlage mit 450 kWp geplant, mit einem Eigennutzungsanteil von ca. 80 %. Allein dadurch wird sich der CO_2-Verbrauch um über 130 Tonnen CO_2 reduzieren lassen.

Green-IT

Eigenstromerzeugung

Energieeffizienzprojekte: In allen Standorten haben wir die Energieverbräuche kritisch überprüft und bedarfsgerecht optimiert. Besonders hervorzuheben sind dabei die Logistikzentren, die von allen Standorten aufgrund ihrer Größe und Art den höchsten Energieverbrauch aufweisen. Dort konnten gleichzeitig die meisten Einsparpotenziale erkannt und realisiert werden. So konnte beispielsweise im Logistikzentrum Langweid 2016 der Stromverbrauch durch Beleuchtungsumrüstungen inklusive Lichtsteuerung, energieeffiziente Ladegeräte, ein umfangreiches Energiemonitoring, die Beseitigung von Druckluft-Leckagen und vielen anderen kleineren Maßnahmen um über 630 MWh reduziert werden.

Im gleichen Zeitraum konnte der Wärmebedarf durch die Umrüstung auf Schnelllauftore, eine intelligente Steuerung der Dachluken, die Installation von Wärmerückgewinnung bei den Druckluftkompressoren und durch die Sensibilisierung der Mitarbeiter um über 1.050 MWh reduziert werden. Allein im Logistikzentrum Langweid wurden seither über 450 Tonnen CO_2 eingespart.

LED-Beleuchtung: Unter anderem in den Niederlassungen Bad Kreuznach, Bielefeld und Oldenburg sowie in den Zentrallagern Garbsen und Holzwickede, Langweid sind bereits LED-Beleuchtungen im Einsatz, weitere Standorte werden folgen. Zusammen mit Tageslichtsensoren, Präsenzmeldern und KNX-Intelligenz reduzieren wir damit den Strombedarf erheblich – und steigern gleichzeitig die Sicherheit und den Komfort.

>> GRI 302-4, 302-5, 305-5

Steigerung der Energieeffizienz bei Kundenprojekten

Mit umfassenden Beratungs- und Serviceleistungen unterstützten wir unsere Kunden dabei, Energieeffizienz im privaten und gewerblichen Bereich umzusetzen:

Eco Leuchtenfinder: Herstellerübergreifende Suche im Onlineshop, um schnell und komfortabel eine passende energiesparende LED-Alternative zu einer konventionellen Leuchte zu finden
Eco Industry: Beratungsservice bietet Energieeffizienz-Wissen speziell für die Industrie
Eco Business: Energieaudits und -beratung für Unternehmen
EcoNext: Online-Anwendung zur Auswahl von Energieeffizienzmaßnahmen
EcoNetwork: Kompetenznetzwerk aus Herstellern, Handel und Handwerk entwickelt Ideen und Impulse für mehr Energieeffizienz inkl. Best-Practice-Austausch
Energietage: das Praxis-Forum mit konkreten Lösungen für mehr Energieeffizienz

>> GRI 302-4

Kompensation von CO_2-Emissionen

Einen Großteil der nicht vermeidbaren CO_2-Emissionen kompensieren wir durch Investition in globale Klimaschutzprojekte. So unterstützten wir 2020 die Erzeugung von regenerativer Energie mit dem Wasserkraftwerk Kinnaur Karcham Wangtoo in Indien. Das Kraftwerk fördert den Anteil der erneuerbaren Energien an der Gesamtenergieerzeugung in dieser Region. Auf diese Weise wird der Bau eines mit Kohle, Gas oder Öl befeuerten Wärmekraftwerks mit ähnlicher Kapazität für die Versorgung des vorrangig auf fossilen Brennstoffen basierenden regionalen Netzes verzögert, was zu einer Verringerung der Kohlendioxidemissionen (CO_2) in der Atmosphäre führt. Das Projekt ist vom TÜV Nord gem. des „Verified Carbon Standard" zertifiziert. Diese Kompensationsmaßnahme wurde von der Klimaschutzorganisation „nature office" organisiert und zertifiziert.

Bilanziell klimaneutrale Logistik

2020 haben wir 33.098 Tonnen CO_2-Emissionen kompensiert, die durch die Firmenfahrzeuge unseres Fuhrparks und durch unsere interne und externe Logistik verursacht wurden. Somit war unsere Logistik in diesem Jahr bilanziell klimaneutral. **>> www.natureoffice.com**

klimaneutral Mobilität
natureOffice.com | DE-077-991503

Klimaneutral mobil
2020 haben wir 33.098 Tonnen CO_2 unserer Logistik kompensiert.

Produktkennzeichnung

Um seinen Kunden die nachhaltige Produktauswahl zu erleichtern, kennzeichnet Sonepar besonders energieeffiziente Produkte und Lösungen mit dem Sonepar eigenen Label „E+“. Der Anteil energieeffizienter Produkte am Gesamtumsatz lag 2020 bei 18,8 % (2019: 17,4 %).

Zukünftig sollen Produkte, die nicht nur energieeffizient, sondern ganzheitlich nachhaltig sind, noch offensiver gekennzeichnet werden. Dazu hat Sonepar 2020 ein entsprechendes Projekt mit dem Namen „Green Offer“ gestartet. Ziel ist es, in Zusammenarbeit mit definierten Markenherstellern einen umfassenden nachhaltigen Produktkatalog zu etablieren. Dazu haben wir Kriterien zur Produktauswahl definiert. Demnach sollen nur Produkte das Green-Offer-Label tragen dürfen, die mindestens eines der folgenden Kriterien erfüllen:

- **Energiesparprodukte**, die im Vergleich zu marktüblichen Standards eine Energieeinsparung erzielen, die durch das Produkt selber generiert wird. Dazu gehören beispielsweise LED-Leuchten, Smarthome-Produkte sowie Konsumgeräte wie Kühl- und Gefriergeräte inkl. Weinlagerschränke, Geschirrspüler, Waschmaschinen inkl. Waschtrockner, elektronische Displays inkl. Fernsehgeräte, sofern diese der höchsten Effizienz-Klasse entsprechen.
- **Energiesparlösungsprodukte**, die im Vergleich zu einer nicht automatisierten Lösung in Kombination mit anderen Komponenten zu einer Energieeinsparung führen können. Dazu zählen beispielsweise Bewegungsmelder für eine bedarfsgerechte Beleuchtung oder eine Einzelraumtemperaturregelung für die effiziente Steuerung von Heizkörpern.
- **Energieerzeugungsprodukte**, die in Kombination mit weiteren Komponenten als System Energie in Form von Strom, Wärme oder Kälte aus erneuerbaren Energien produzieren. Dazu gehören zum Beispiel PV-Anlagen, Wechselrichter, Wärmepumpen oder Geothermie-Anlagen.
- **Nachhaltig konzipierte Produkte**, die gegenüber vergleichbaren Produkten eine längere Lebensdauer besitzen, recyclingfähig, reparierbar oder wiederverwendbar sind oder zu mehr als 50 % aus wiederaufbereiteten Stoffen bestehen.
- **Nachhaltig produzierte Produkte**, die unter menschenwürdigen Bedingungen entsprechend der Grundprinzipien der Internationalen Arbeitsorganisation der Vereinten Nationen hergestellt wurden, aus nachwachsenden Rohstoffen gefertigt sind oder aus klimafreundlichen Naturprodukten bestehen.

Diese Kriterien werden in einer internationalen Arbeitsgruppe gemeinsam mit Herstellern der Elektroindustrie und dem Bundesverband des Elektrogroßhandels (VEG) erarbeitet. Dieser Prozess soll bis Mitte 2023 abgeschlossen sein.

>> GRI 417-1

Abfall ist Wertstoff

2020 haben wir rund 108 Tonnen Elektroaltgeräte gesammelt und ordnungsgemäß verwertet.

Produktrücknahme

Die Sonepar Deutschland GmbH nimmt über ihre rund 200 Niederlassungen Elektroaltgeräte im Rahmen des ElektroG von ihren Kunden zurück und führt diese einem Recyclingprozess zu. Bei den zurückgenommenen Elektroaltgeräten handelt es sich zu einem Großteil um Großgeräte sowie Leuchten und Leuchtmittel aller Art. Die Menge der gesammelten Elektroaltgeräte sind der Stiftung Elektroaltgeräteregister fristgerecht gemeldet worden. 2020 waren dies rund 108 Tonnen (2019: 99 Tonnen).

Mit unserem Programm „Markenoffensive“ achten wir zusätzlich bei der Lieferantenauswahl und Sortimentsgestaltung bereits auf möglichst langlebige Qualität und bevorzugen reparatur- und recyclingfähige Produkte. Aufgrund dieser Qualitätsorientierung können wir registrierten Handwerks- und Fachhandelsbetrieben für diese Produktauswahl eine Verlängerung der Herstellergarantie auf fünf Jahre anbieten.

Rückrufaktionen seitens der Hersteller wurden 2020 ohne signifikante Besonderheiten gemäß der rechtlichen Vorgaben unterstützt.

Sensibilisierung der Mitarbeiter

Über unsere interne digitale Schulungsplattform „Sonepeople“ haben alle Mitarbeiter im Herbst 2020 an einem verpflichtenden E-Learning zum Thema Nachhaltigkeit teilgenommen. Damit sollen Mitarbeiter über den CO_2-Fußabdruck sowie über dessen Entstehung und Auswirkungen informiert werden. 3.495 Mitarbeiter haben dieses E-Learning bisher erfolgreich abgeschlossen. Für die Zukunft ist ein zentrales E-Learning zum Thema Kreislaufwirtschaft geplant.

Ressourcenschonung

Wir haben umfangreiche Maßnahmen gestartet, mit denen wir unseren Verbrauch an wertvollen Rohstoffen und natürlichen Ressourcen reduzieren können.

Papier: Seit 2018 bieten wir unseren Kunden digitalen Rechnungsempfang an. 2019 und 2020 haben wir dadurch bereits jeweils rund 8 Millionen Seiten bedruckter DIN-A4-Papiere vermeiden können. 2020 haben wir diesen Umstellungsprozess weiter vorangetrieben und unsere Kunden zum digitalen Rechnungsempfang motiviert. Bis Ende 2022 planen wir die vollständige Umstellung auf digitalen Rechnungsempfang sowie den zusätzlichen Verzicht auf die standardmäßige Erstellung von Rechnungskopien. Unsere Druckerzeugnisse drucken wir seit Anfang 2020 auf FSC-zertifiziertem Papier und kompensieren die im Druckprozess entstehenden CO_2-Emissionen. Darüber hinaus sensibilisieren wir auch unsere Mitarbeiter, Mails nach Möglichkeit nicht auszudrucken bzw. auf die tatsächlich benötigte Seitenzahl zu achten.

Verpackungsmaterial: Mit zahlreichen Maßnahmen reduzierten wir im Berichtszeitraum den Verpackungsumfang und durch Materialwechsel auch den CO_2-Verbrauch, unter anderem durch

- den Einsatz von Recyclingkunststoffen in den von Sonepar im Jahr 2020 bezogenen Versandtaschen aus Kunststoffen konnten bis zu 65 % der klimaschädlichen Treibhausgas-Emissionen im Vergleich zur Verwendung von Neugranulat aus Rohöl eingespart werden.
- vermehrter Einsatz von Luftpolsterfolie aus 50 % Regenerat (ausschließlicher Einsatz in Prüfung)
- Mehrweg-Trinkbecher für Mitarbeiter, um die Menge an Einmalbechern zu reduzieren
- bedarfsgerechter Ersatz des in der Logistik eingesetzten Plastikklebebands durch Nassklebeband

Der Anteil an recyclingfähigen Transport- und Verkaufsverpackungen, welche in den Zentrallagern anfallen, betrug 2020 90,2 % (2019: 90,2 %). Der Zielwert für diese Quote liegt bei 90 %.

Wasser: Als nicht produzierendes Unternehmen ist der Einfluss des Wasserverbrauchs auf die Gesamtumweltwirkung von Sonepar relativ gering. Der Wasserverbrauch sank von 18.550 m^3 in 2019 coronabedingt auf 14.907 m^3 in 2020. In den kommenden Jahren rechnen wir daher wieder mit steigenden Verbrauchsmengen.

>> GRI 301-3, 303-3, 303-5

Mehrfach nutzen
Rund 90 % unserer Transport- und Verkaufsverpackungen sind recyclingfähig.

Abfall

Die Gesamt-Abfallmenge der Zentrallager ist 2020 um 188 Tonnen im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Grund dafür ist eine erhöhte Verpackungsmenge aufseiten unserer Lieferanten. Abfälle zur Beseitigung oder Verwertung wurden in Kooperation mit externen Dienstleistern wie Lightcycle oder Interseroh gemäß geltender Verordnungen entsorgt. Ein erheblicher Austritt schädlicher Substanzen ist im Berichtszeitraum nicht angefallen. Gefährliche Abfälle, mit Ausnahme der AVV-Klasse 200121, wurden an keinem der Sonepar-Standorte entsorgt. Die mengenmäßig größten Abfallfraktionen, die an allen Standorten von Sonepar anfallen, sind Holz, Verpackungen aus Papier und Pappe, Folien und Kunststoffe. Alle Entsorgungs-Nachweise und -mengen der Zentrallager, in denen die Hauptmenge dieser Abfallfraktionen anfallen, werden im zentralen

Abfallmanagement der Sonepar Deutschland GmbH über Kennzahlendatenbanken dokumentiert. Für alle anderen Standorte werden fundierte Hochrechnungen erstellt. Die Vorgaben des Verpackungsgesetzes (VerpackG) werden durch eine externe Prüfungsgesellschaft (KPMG) geprüft.

>> GRI 306-1, 306-2, 306-3

Nachhaltigkeit konkret – bei der Arbeit und im privaten Bereich:
10 Empfehlungen für alle Sonepar-Mitarbeiter.

Verantwortungsvoll konsumieren
Kaufen Sie Produkte, die ethische Kriterien berücksichtigen, und achten Sie auf entsprechende Labels.

Fordern Sie eine kohlenstoffarme Logistik
Fordern Sie Lieferanten und Transporteure auf, für die Lieferung von Produkten verbrauchsarme Hybrid- oder Elektrofahrzeuge zu verwenden. Optimieren Sie Lkw-Ladungen, Lieferwege und bündeln Sie Aufträge.

Beschleunigen Sie die Energiewende mit Kunden
Fördern Sie energieeffiziente, erneuerbare, zirkuläre Produkte. Nutzen Sie Dienstleistungen wie Recycling, Reparieren und Wiederverwenden.

Nutzen Sie kohlenstoffarme Verkehrsmittel
Vermeiden Sie Flugreisen. Wählen Sie kohlenstoffarme Verkehrsmittel, z. B. den öffentlichen Personennahverkehr, Hybrid- oder Elektrofahrzeuge, Züge. Vermeiden Sie berufliche Reisen und organisieren Sie alternativ möglichst Online-Meetings.

Seien Sie plastikfrei
Kaufen Sie lose Produkte, trinken Sie Leitungswasser und verwenden Sie eine persönliche und wiederverwendbare Wasserflasche. Lehnen Sie Einwegplastik, Plastiktüten, Goodies und minderwertige Gegenstände aus Einwegplastik ab.

Kreislaufwirtschaft
Sammeln, sortieren und recyceln Sie Abfälle. Reparieren Sie kaputte Produkte. Kaufen Sie recycelte Produkte, um Ressourcen zu schonen. Mieten oder leasen Sie, wenn möglich.

Gehen Sie mit gutem Beispiel voran
Beteiligen Sie sich an lokalen Initiativen und Aktionen und setzen Sie sich für das Gemeinwohl ein. Informieren Sie sich über die Auswirkungen des Klimawandels und sprechen Sie darüber mit Ihrer Familie und Freunden.

Nutzen Sie erneuerbare Energien
Installieren Sie Photovoltaikanlagen und Wärmepumpen. Prüfen Sie Ihren Strom- und Energiebezug und wechseln Sie ggfs. auf einen Grünstrom-Tarif bzw. Energie aus regenerativen Quellen.

Energie sparen
Nutzen Sie Energiemanagement-Systeme zur Kontrolle Ihres Verbrauchs sowie beispielsweise Präsenzmelder, Stand-by-Schalter und LEDs zur gezielten Reduzierung. Schalten Sie Licht und Bildschirme aus, wenn Sie das Büro verlassen. Ersetzen Sie alte Elektrogeräte durch energieeffiziente Produkte (mindestens Energieeffizienzklasse A).

Reduzieren Sie die digitale Umweltverschmutzung
Melden Sie ungelesene Newsletter ab, bereinigen Sie Posteingang und Archive und reduzieren Sie die Qualität von Video-Streaming, um den Energieverbrauch der Server zu reduzieren.

Klimaschutz wächst nach

Als Elektrogroßhandel tragen wir zum Klimawandel bei und stehen deshalb auch in der Verantwortung, etwas dagegen zu tun. Dieser wollen wir nicht nur durch Klimaschutz im Geschäftsalltag gerecht werden, sondern auch durch zusätzliche Klimaschutz-Aktionen. Dabei ist die Aufforstung von Wäldern aktuell das effektivste Mittel, CO_2 aus der Atmosphäre zu binden, denn der jährliche Holzzuwachs fungiert als CO_2-Senke.

Nach Informationen des Bundesinformationszentrums Landwirtschaft lag der jährliche Holzzuwachs bei Buchen im bundesweiten Durchschnitt bei rund 9 Kubikmetern pro Hektar. Dabei werden von den Buchen rund 12 Tonnen CO_2 pro Jahr und Hektar gebunden. Zusätzlich ist ein Hektar Buchenwald nach Informationen der Landesforsten Rheinland-Pfalz in der Lage, jährlich etwa 50 Tonnen Staub aus der Luft zu filtern. Und so ganz nebenbei ist er auch noch ein Lebensraum für viele Tiere und Pflanzen, ein starker Wirtschaftsfaktor und ein faszinierender Erholungsraum. Auch aus diesem Grund haben wir im Berichtszeitraum unseren Partner PRACHT Lighting Solutions GmbH beim Pflanzen von Bäumen für die Initiative „Plant-for-the-Planet" unterstützt. Dabei konnten mehr als 26.000 neue Bäume gepflanzt werden.

10.000 Klimaschützer einstellen

Für das kommende Jahr haben wir uns ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: 2021 wollen wir in all unseren Vertriebsregionen insgesamt rund 10.000 Bäume in die Erde setzen. Zusätzlich planen wir, auf Messen und Veranstaltungen anstelle der üblichen Werbegeschenke eine zertifizierte Baumspende als Kundengeschenk zu übergeben. Die organisatorischen Vorarbeiten sind Ende 2020 bereits abgeschlossen worden. Dazu kooperieren wir mit der Klimaschutzagentur nature office, um eine strategische Begleitung und inhaltliche Substanz des Projekts sowie die Einhaltung bestimmter Standards sicherzustellen. Dies und der klimarelevante Effekt der geplanten Maßnahmen wird von nature office durch Zertifikate bestätigt.

Eine erste Pflanzaktion ist für März 2021 unter Einhaltung der dann geltenden Corona-Bedingungen geplant. Im rheinland-pfälzischen Idarwald wollen wir am 816 Meter hoch gelegenen Erbeskopf rund 2.400 Bäume pflanzen. Eingesetzt werden sollen die Setzlinge auf einer rund 3 Hektar großen und durch starken Schneebruch beschädigten Fläche. In dem von Fichten dominierten Waldstück kommt dadurch nun mehr Licht auf den Boden, sodass eine Aufforstung in sogenannten „Klumpen" möglich ist. Dabei sollen immer ca. 60 Jungpflanzen in einem Verbund eingesetzt werden, vornehmlich Rotbuchen. So wird Zug um Zug aus der Fichten-Monokultur ein Mischwald, der widerstandsfähiger gegen den Klimawandel, Windwurf, Schneebruch und den Borkenkäfer ist.

Soziales

+ 5.000
MITARBEITER

15.500
STUNDEN INTERNER SCHULUNGEN, TRAININGS UND QUALIFIZIERUNG

194
AUSZUBILDENDE

8,2 %
FLUKTUATIONSQUOTE

STOP **0**
TOLERANZ GEGENÜBER RASSISMUS, MOBBING UND DISKRIMINIERUNG

34,2 %
WENIGER ARBEITSUNFÄLLE

Alle Zahlen 2020

Sinn stiften

Eine Anstellung bei Sonepar soll mehr sein als nur ein Job. Vielmehr wollen wir Menschen eine sinnstiftende Perspektive geben.

Möglich wird das bei Sonepar bereits durch das Wesen unserer Arbeit: Mit dem Vertrieb von Markenprodukten der Elektrotechnik sowie einer individuellen und lösungsorientierten Beratung versetzen unsere Mitarbeiter Menschen in die Lage, ein Zuhause oder einen Gewerbebetrieb sicherer, komfortabler, nachhaltig und effizient zu gestalten. Das ist eine verantwortungsvolle und höchst sinnvolle Beschäftigung.

Darüber hinaus sorgen wir aber auch mit ganz konkreten Maßnahmen dafür, dass Menschen sich bei Sonepar wohlfühlen, Sonepar als Top-Arbeitgeber wahrnehmen und an ihrem Arbeitsplatz rundum zufrieden sind.

Über 5.000 Menschen engagieren sich in Deutschland für Sonepar – jeden Tag. Als Arbeitgeber fühlen wir uns verantwortlich, jedem einzelnen unserer Angestellten ein exzellentes Arbeitsklima zu schaffen, individuelle Perspektiven zu eröffnen und persönliche Potenziale zu entfalten. Deshalb wollen wir wissen, welche Ziele und Wünsche unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben – und was sie bewegt. Diese Rückmeldungen sind Richtschnur unserer Personalpolitik. Durch die kontinuierliche Umsetzung und Verbesserung unserer Employer-Branding-Maßnahmen konnten wir in unserer technisch geprägten Branche den Anteil der Frauen im Unternehmen bis 2020 auf rund 25 % steigern. Zur gezielten Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele nutzen wir auch im Bereich Soziales ein integriertes Managementsystem, insbesondere findet hier die DIN EN ISO 45001 (Arbeitsschutzmanagement, bis Mitte 2020 OHSAS 18001) Anwendung. Darüber schult Sonepar regelmäßig erfolgreich seine Mitarbeiter zur Vermeidung von Arbeitsunfällen, Berufskrankheiten, arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren und Bränden.

>> GRI 401-1

Mitarbeiterzufriedenheit

Um die Mitarbeiterzufriedenheit zu erfassen, führen wir im zweijährigen Turnus Mitarbeiterumfragen durch. 2016 wurden alle Mitarbeiter und 2018 alle Führungskräfte befragt. Im Jahr 2016 waren 89 % aller Sonepar-Mitarbeiter mit ihrem Arbeitgeber sehr zufrieden. Im Jahr 2018 gaben zudem 91 % der befragten Führungskräfte an, Stolz darauf zu sein, bei Sonepar zu arbeiten. 2020 haben wir die Befragung aufgrund der Corona-Pandemie ausgesetzt. Für 2021 ist erstmals die Einführung einer internationalen, systematischen Analyse der Mitarbeiterzufriedenheit geplant.

„Ich arbeite gern bei Sonepar, weil es ein Spitzenunternehmen ist, das alles für seine Mitarbeiter tut."
Anna-Lena Wolters, Vertrieb

Wertschätzung ist eine zentrale Voraussetzung für Zufriedenheit am Arbeitsplatz. Und die spüren Sonepar-Mitarbeiter vom ersten Tag an: Für neue Mitarbeiter und Auszubildende veranstalten wir „Welcome Days“. Unsere HR-Führung und unsere Geschäftsführer begrüßen dabei unsere neuen Kollegen persönlich und stellen die wesentlichen Werte und Möglichkeiten von Sonepar vor. 2020 veranstalteten wir die Welcome-Days aufgrund der Corona-Pandemie in einem digitalen Format.

Ein wichtiger Indikator für die Mitarbeiterzufriedenheit ist die Fluktuation. Die entsprechende Quote lag 2019 bei 5,8 % und damit um zwei Prozentpunkte unter dem Wert des Vorjahres. 2020 ist die Quote auf 8,2 % gestiegen, befindet sich aber weiterhin auf einem sehr guten Niveau.

>> GRI 401-1

Arbeitssicherheit

Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter zu schützen, hat bei Sonepar höchste Priorität. Deshalb kümmern wir uns um die prophylaktische Vermeidung von Unfällen oder Sicherheitsrisiken. Eine wirkungsvolle Arbeitsschutz-Ausrüstung, die regelmäßige Überprüfung von Anlagen und sicherheitsrelevanten Einrichtungen sowie die Einhaltung aller sicherheitstechnischen Normen, Richtlinien und Vorschriften sowie aller entsprechenden gesetzlichen Standards ist für Sonepar selbstverständlich.

In unserem Verhaltenskodex ermutigen wir zudem unsere Mitarbeiter, jede Arbeit ohne Angst vor Sanktionen zu unterlassen, sollte der Mitarbeiter Bedenken hinsichtlich eines Sicherheits- oder Gesundheitsrisikos haben. Ergänzend gibt es klare Verbote, gegen geltende Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften zu verstoßen. Im Berichtszeitraum hat es keine Verstöße gegen Unfallverhütungsvorschriften, spezifische Sicherheitsvorschriften oder genossenschaftliche Regeln gegeben. Die Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle lag 2020 bei 48 (2019: 73). Sicherlich ein Grund dafür ist auch unsere umfassende Sensibilisierung zur Arbeitssicherheit: 2020 haben 2.335 Mitarbeiter eine entsprechende Schulung absolviert.

>> GRI 403-1, 403-2, 403-5, 403-7, 403-9

Gesundheitsschutz

Die Krankenquote lag 2020 bei 2,3 % (2019: 2,4 %). Im Bezug auf die Sicherheit und den Gesundheitsschutz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter war die Corona-Pandemie im Berichtszeitraum das dominierende Thema. Die Geschäftsführung hat hierfür frühzeitig klare Regeln aufgestellt, um für alle Mitarbeiter eine jederzeit sichere Beschäftigung sicherzustellen. Dazu gehörte die Einführung eines eigenen Schutz- und Hygienekonzepts sowie eines zuverlässigen Meldesystems, um in der Belegschaft auftauchende Infektionen frühzeitig erfassen und Infektionsketten ggfs. nachverfolgen zu können. Für kaufmännische Mitarbeiter und Angestellte der Verwaltung wurde das mobile Arbeiten der jeweiligen regionalen Inzidenzlage angepasst, um Infektionsrisiken aufgrund voller Büros und Verkehrsflächen zu unterbinden. Für die Mitarbeiter in der Logistik haben wir von einem 3-Schicht-Betrieb auf 2-Schicht-Betrieb umgestellt. Die Zahl der pandemiebedingten Ausfälle lag bei 1,89 %.

Ein wesentliches Instrument zur Erhöhung der Arbeitssicherheit in Zeiten der Pandemie ist das regelmäßige Testen. Um die Testbereitschaft insbesondere im Logistikbereich zu steigern, ist für 2021 eine groß angelegte Informations- und Sensibilisierungskampagne geplant.

Um unsere Mitarbeiter vor gesundheitlichen Schädigungen besser zu schützen, haben wir an Arbeitsplätzen im Zentrallager in Garbsen eine Hebehilfe eingerichtet. Seit Mai 2020 unterstützt diese beim täglichen Handling von über 500 Kabeltrommeln mit einem Einzelgewicht von 10 bis 80 kg. Damit entfällt für die Kollegen das schwere Heben, Tragen, Schieben und Ziehen der Ware.

Am Büroarbeitsplatz können schmerzhafte Verspannungen im Rücken- und Nackenbereich durch einen Wechsel zwischen Stehen und Sitzen vermieden werden. Dazu können passende Untergestelle genutzt werden, mit denen wir auf einfache Art und Weise den Schreibtisch manuell heben und senken können. Die Vorteile davon sind: Erhalt und Kräftigung der Muskulatur, Motivation, Energie und bessere Konzentration.

>> GRI 403-4, 403-6

Transparenz

Als Familienunternehmen legen wir Wert auf eine offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Transparente Information ist dafür eine Grundvoraussetzung. Die realisieren wir über unsere interne Kommunikation mit unserer Kollaborations-Plattform Workster, dem internen sozialen Netzwerk Yammer sowie vielen Shopfloor-Medien wie unserem Mitarbeitermagazin „Wir“. Die nationale Redaktion für diese Medien haben wir im Berichtszeitraum intensivieren können:

Workster: interner Single-Point-of-Information, Veröffentlichung von 6 bis 10 News pro Woche, zwischen 1.000 und 3.000 Seitenaufrufe je News
Mitarbeiter-Newsletter: zweiwöchiger interner Nachrichtendienst, der die wichtigsten Workster-Themen zusammenfasst und direkt darauf verlinkt
Mitarbeiter-Magazin „Wir“: erscheint quartalsweise mit Hintergrundinformationen zu strategischen Themen
Yammer: dialogorientiertes, freiwilliges, internes soziales Netzwerk
Logistik-Zeitung: Entwicklung einer eigenen gedruckten Zeitung für Logistik-Mitarbeiter ohne Rechnerarbeitsplatz, erscheint künftig quartalsweise in Deutsch, Polnisch, Russisch und Türkisch
Führungskräfte-Newsletter: wird alle zwei Wochen versendet, teils unternehmensrelevante Themen, teils Führungs-Themen

Über gesicherte externe Zugänge konnten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch während der Corona-Pandemie von zu Hause auf diese Medien zugreifen, sodass eine aktuelle Information jederzeit gewährleistet war. Auch über unsere Mitarbeiter-Events mit bis zu 1.500 Teilnehmern halten wir unsere Belegschaft über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden. Für 2021 ist die Entwicklung einer Workster-App sowie eines Sonepar-Podcasts geplant.

Perspektiven eröffnen
2020 veranstaltete Sonepar 15.500 Stunden beruflicher Weiterbildung, Trainings und Qualifizierung.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Sonepar arbeitet kontinuierlich daran, allen Mitarbeitern jederzeit die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu ermöglichen. Deshalb bieten wir eine größtmögliche Flexibilität bei der Arbeitszeitgestaltung, viele Teilzeit- und Schichtmodelle sowie einen qualifizierten Wiedereinstieg nach Elternzeit an. Darüber hinaus ermöglichen wir unseren Mitarbeitern nach individueller Prüfung auch das mobile Arbeiten, zum Beispiel von zu Hause aus.

Ab 2021 werden wir zudem über ein Programm für den gleitenden Rentenübergang verfügen. Das sogenannte SofA-Programm (Sonepars freiwilliges Altersruhestands-Programm) ermöglicht Mitarbeitern, die dann einen Anspruch auf gekürzte Altersrente haben, den Eintritt in den Ruhestand ohne Rentenminderung.

> GRI 401-3

„Unterschiedlichste Kunden und ein umfangreiches Sortiment bieten jeden Tag positive Herausforderungen.“
Petra Grieb, Vertrieb

Vielfalt und Chancengleichheit

In unserem Unternehmen sorgen wir für Chancengleichheit und Gleichbehandlung, ungeachtet von Hautfarbe und ethnischer Herkunft, Alter, Geschlecht, Weltanschauung, sexueller Orientierung, sozialem Status oder politischer Einstellung – vorausgesetzt, diese basiert auf den Prinzipien der freiheitlich demokratischen Grundordnung und respektiert Werte wie Respekt, Toleranz

und Weltoffenheit. Ein entsprechendes Verhalten verlangt das Unternehmen von seinen Mitarbeitern, was im für alle Mitarbeiter verpflichtenden Verhaltenskodex fixiert ist. Jede Form von Diskriminierung verurteilen wir.

Sonepar begreift Vielfalt grundsätzlich als Chance. Die Zusammensetzung unserer Belegschaft, in der Menschen aus vielen Nationen erfolgreich zusammenarbeiten, ist dafür ein Beleg. Der Frauenanteil in der Belegschaft lag 2020 bei 25,5 % (2019: 25,1 %). Der Altersdurchschnitt lag 2020 bei 45,5 Jahren (2019: 44,7 Jahre). Eine Voraussetzung für Chancengleichheit ist eine faire und angemessene Entlohnung. Grundlage der Entlohnung bei Sonepar sind daher die tariflichen Vereinbarungen, an die der überwiegende Anteil unserer Mitarbeiter angeschlossen ist. Ergänzt werden die tariflichen Vereinbarungen durch Sonderleistungen, zu denen es entsprechende Betriebsvereinbarungen gibt.

>> GRI 102-41, 405-1, 405-2

„Bei Sonepar kann ich mich weiterentwickeln."
Michael Lischka, Einkauf

Nichtdiskriminierung

Sonepar erwartet von allen Mitarbeitern einen professionellen Umgang miteinander, der auf gegenseitigem Respekt, Vertrauen und der Würde des Einzelnen basiert. Entsprechend fördert Sonepar einen Arbeitsplatz ohne jegliche Form von Diskriminierung, Mobbing oder Belästigung. Vorfälle, bei denen Sonepar-Mitarbeiter gegen diese Grundsätze verstoßen haben, sind im Berichtszeitraum nicht bekannt.

>> GRI 406-1

Ausbildung

Sonepar bietet Ausbildungen in fünf unterschiedlichen Ausbildungsberufen aus den Bereichen Vertrieb, Einkauf, Logistik, IT an. 2019 waren 219 junge Menschen bei Sonepar in der Ausbildung, 2020 waren es 194. Die Übernahmequote lag 2020 bei 60 % (2019: 80,0 %). Ab 2021 ist es das Ziel, jedes Jahr mehr als 100 jungen Menschen einen Ausbildungsplatz zu geben.

2020 ist Sonepar zum fünften Mal in Folge als „Ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb" zertifiziert worden. Dieses Gütesiegel ist für Sonepar besonders wertvoll, da die zugrunde liegenden Bewertungen von den Auszubildenden selbst stammen. Diese werden von der zertifizierenden Stelle im Rahmen einer Befragung erhoben, die erforderliche Mindestbeteiligungsquote zur Vergabe des Siegels beträgt 50 %.

>> GRI 102-8

Talentmanagement und Qualifizierung

Jeder Sonepar-Mitarbeiter hat die Chance, seine individuellen Fähigkeiten mit gezielten Schulungen und Trainings weiterzuentwickeln und neue berufliche Perspektiven zu schaffen. Dazu bieten wir über die zentrale Sonepar Academy umfangreiche Qualifizierungsmöglichkeiten an. Diese decken inhaltlich das komplette Spektrum ab, von produkt- oder lösungsorientierten Angeboten über kaufmännische und vertriebliche Themen bis hin zu den sogenannten Soft Skills und Angeboten zur Persönlichkeitsentfaltung. Schulungen, Seminare und Trainings finden entweder in Präsenz oder als Webinar online statt.

Als zentrale Lernplattform für Kunden und Mitarbeiter haben wir 2020 die Sonepar-Lernwelt ins Leben gerufen. Hier bündeln wir alle Angebote für zielgerichtete Weiterbildung. Je nach Vorwissen, verfügbarer Zeit und individueller Zielsetzung kann hier jeder die optimale Lernform für sich finden. So gibt es sowohl Onlinetrainings bis zu 20 Personen als auch Sonepar-Webinare für bis zu 200 Personen. In Planung sind individuelle Webtutorials für Einzelpersonen.

Ergänzt werden diese neuen digitalen Formate – sofern das aufgrund der coronabedingten Kontaktbeschränkungen wieder erlaubt ist – durch die bewährten Sonepar-Präsenztrainings.

Sonepar-Mitarbeiter nehmen die Angebote sehr gut an. Durchschnittlich hat jeder Sonepar-Mitarbeiter im Jahr 2019 2,2 Schulungsstunden absolviert. 2020 waren es durchschnittlich 2,9. Insgesamt realisierte Sonepar 15.500 Stunden berufliche Weiterbildung, Training und Qualifizierung (2020).

Unter dem Dach der Son@cademy bietet das Talent-Management Entwicklungsmaßnahmen für verschiedene Zielgruppen an. Zur Orientierung und zum Start in die Karriere dient das Potenzialträger-Programm. In fünf Blended-Learning-Modulen beschäftigen sich die Teilnehmenden mit den Themen Zeit- und Selbstmanagement, fachliche und disziplinarische Führung, Projektmanagement sowie Kommunikation. Begleitend beschäftigen sich die Teilnehmenden mit einem Projekt, welches vom Vertrieb gestellt wird. Für die Sonepar Top-Talente gibt es die Sonepar Nachwuchsrunde (SONAR). Diese Runde bearbeitet Projekte, die sich mit strategischen Themen beschäftigen und von der Geschäftsführung beauftragt werden. Für den Führungskräfte-Nachwuchs wird das Programm Neue Führungskräfte angeboten. Grundlagen der Führung und die Begleitung bei der Übernahme der neuen Führungsverantwortung sind hier Hauptthemen.

>> GRI 404-1, 404-2

Beschwerdemanagement

Wir haben ein Whistleblowing-System eingeführt, um Verstöße oder potenzielle Verstöße gegen Menschenrechtsverletzungen, Betrug, Korruption, unerlaubte Einflussnahme, Datenschutz, Belästigungen, internationale Sanktionen und Embargos, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt, Diskriminierungen sowie Straftaten und Zuwiderhandlungen sofort zu erkennen und diesen gezielt nachgehen zu können. Die Identität des Whistleblowers und der von der Meldung betroffenen Personen sowie sämtliche für die Meldung eingereichten Dokumente werden streng vertraulich behandelt, sofern Sonepar nicht verpflichtet ist, alle oder einen Teil der Informationen einer Behörde zu melden.

Sonepar, seine Geschäftspartner und seine Mitarbeiter ergreifen keine Vergeltungsmaßnahmen gegen eine Person, die eine Meldung in gutem Glauben macht oder an einer Untersuchung teilnimmt. Gegen Personen, die Vergeltungsmaßnahmen gegenüber Personen ergriffen haben, weil diese eine Meldung in gutem Glauben vorgenommen haben oder an Nachforschungen beteiligt sind, werden Disziplinarmaßnahmen eingeleitet, die bis hin zur Kündigung reichen können.

Sonepar behält sich das Recht vor, Disziplinarmaßnahmen und andere geeignete Maßnahmen gegenüber Personen zu ergreifen, die gegen diese Richtlinie durch wissentlich falsche oder böswillige Aussagen verstoßen, mit dem Ziel, Nachforschungen fälschlicherweise einzuleiten oder in eine falsche Richtung zu lenken.

Die über das Whistleblowing-System von Sonepar erhobenen Daten werden gemäß den Vorschriften der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) verarbeitet. Es werden alle notwendigen Vorkehrungen getroffen, um den Datenschutz während der Erhebung, der Übermittlung und der Speicherung zu gewährleisten.

Im Berichtszeitraum hat es acht Meldungen über das Whistleblower-System gegeben. Alle Meldungen wurden über die Sonepar-Rechtsabteilung bewertet und allen Meldungen wurde nachgegangen. Im Berichtszeitraum gab es keine rechtlichen Verfahren mit Auswirkungen auf die Reputation des Unternehmens.

>> GRI 102-17, 203-2, 205-3

Sonepar Whistleblowing-Politik

Menschenrechte

Sonepar verpflichtet sich zur Achtung der Menschenrechte. Insbesondere verbietet Sonepar alle Formen von Kinder- und Zwangsarbeit, Menschenhandel und unrechtmäßiger Diskriminierung. Wir wollen sicherstellen, dass das Verhalten aller Mitarbeiter mit internationalen Standards übereinstimmt. Dazu gehören die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Leitsätze der Organisation für Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen und die von der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) dargestellten Grundsätze.

In unserem für alle Mitarbeiter verpflichtenden Verhaltenskodex sensibilisieren wir für diese Grundsätze. Verstöße aus der Belegschaft gegen diese Richtlinien sind im Berichtszeitraum nicht bekannt.

Gesellschaftliches Engagement

Sonepar wird seiner Verantwortung für die Gesellschaft gerecht, beispielsweise durch Spenden an wohltätige Zwecke sowie die gezielte, lokale Förderung sozialer Einrichtungen (s. Seite 44). Im Rahmen des Sponsorings und der Innovationspartnerschaft mit Borussia Mönchengladbach unterstützt Sonepar die Borussia-Stiftung, deren Zweck u. a. die Förderung sportbezogener sozialer Maßnahmen zur Integration Jugendlicher in die Gesellschaft ist. Die Stiftung unterstützt und fördert Projekte in den Handlungsfeldern Gemeinschaft und Teilhabe, Gesundheit und Prävention sowie Bildungsperspektive.

Außerdem unterstützen wir Hochschulen finanziell sowie im Rahmen von Forschungsprojekten. So kam es mit der Hochschule Düsseldorf (HSD) bereits zu mehreren smarten Projekten. Zu den jüngsten zählt das Seminar „Smart Study! Aber wie? Plakative Motive zur Digitalisierung unseres Lebens". Mithilfe von Wort, Bild, Foto, Illustration, Text oder Typo sollten die Studierenden ihre Wahrnehmung technologischer Themen als gesellschaftliche und politische Trends kreativ darstellen.

Darüber hinaus kooperieren wir mit dem Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik der Hochschule Niederrhein (HSNR) in Mönchengladbach. Im Rahmen eines Projekts mit Studierenden aus dem fünften Semester wurde beispielsweise die Emotionalisierung der Technisierung angegangen. Die Basis bildete dabei die Ausarbeitung eines Konzepts, wie Technik und Digitalisierung mithilfe von textilen Accessoires und innovativen Kleidungsstücken sicht- und erfahrbar gemacht werden können. Entwickelt wurden zwei Prototypen – ein fluoreszierender Teppich und eine interaktive Multifunktionsjacke mit integriertem Touchpad – die das digitale Potenzial der Textil- und Modewelt aufzeigen.

Zur Förderung des Nachwuchses unterstützen wir den Bundesleistungswettbewerb des elektrohandwerklichen Nachwuchses Deutschlands (BLW) des ZVEH – gewissermaßen die Deutsche Meisterschaft der E-Handwerke.

Gemeinsam mit anderen europäischen Sonepar-Gesellschaften führen wir jährlich ein Fußballturnier mit Sonepar-Mitarbeitern durch. Leider musste das Turnier 2020 aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt werden.

„Sonepar ist ein Familienbetrieb in Konzerngröße."
Ralf Krüger, Vertrieb

Spürbare Nähe **zeigen**

Sonepar übernimmt soziale Verantwortung. Als Unternehmen engagieren wir uns für kranke, behinderte oder benachteiligte Menschen. Unser Engagement ist dabei so vielfältig wie die Menschen, mit denen wir arbeiten, und die Regionen, in denen wir mit Niederlassungen vertreten sind.

So honorierten wir beispielsweise jedes vollständig ausgefüllte Formular unserer Kundenzufriedenheitsumfrage 2019 mit 10 Euro für eine soziale Einrichtung. Die Wahl fiel schließlich auf das Kinder- und Jugendhospiz Regenbogenland in Düsseldorf.

In diesem Haus werden Kinder und Jugendliche betreut, die aufgrund einer schweren Krankheit oder einer Behinderung nur noch eine eingeschränkte Lebenserwartung haben. Die Einrichtung will den Betroffenen und ihren Familien dabei helfen, die ihnen noch verbleibende Zeit möglichst erfüllt und positiv zu gestalten. Das Haus finanziert sich zu mehr als der Hälfte aus Spenden. Mit dem Erlös aus der Sonepar-Aktion konnte das Regenbogenland zwei hochwertige Pflegebetten mit umfangreichen Funktionen beschaffen. Diese neuen Betten erleichtern nun Pflege und Behandlung von jungen Patienten, die sich nicht mehr allein aufrichten können oder beatmet werden müssen.

Dezentrale Unterstützung

Damit auch andere Regionen nicht zu kurz kommen, organisieren wir unser Engagement überwiegend dezentral und überlassen es unseren Vertriebsregionen, sich in ihrem Umfeld direkt einzubringen. Schließlich wissen die Kollegen vor Ort am besten, wo Hilfe benötigt wird und auch ankommt. Wie unsere Würzburger Niederlassung: Nach dem Motto „Der Elektrofachgroßhandel und seine Partner helfen Schwächeren" organisiert sie jedes Frühjahr ein Schafkopfturnier mit Kunden und Lieferanten. Den Erlös spendet sie für soziale Zwecke.

Nicht weniger engagiert sind die Mitarbeiter unserer beiden Nürnberger Niederlassungen. Viele von ihnen starten alljährlich beim Firmenlauf der Frankenmetropole und sammeln dabei Spenden für einen guten Zweck.

Ziel in den kommenden Jahren ist es, die vielen kleinen und großen Maßnahmen in den Niederlassungen und Standorten noch gezielter zu erfassen, um ein umfassenderes Gesamtbild unseres gesellschaftlichen Engagements zu erhalten.

Anhang

Kennzahlen

Wirtschaft	2020	2019
Umsatz (Euro)	2.971 Mrd.	3.017 Mrd.
Investitionsquote (%) vom Anlagevermögen	17,6	16,7
Beschäftigungsanzahl/Gesamtbelegschaft in FTE	4.645	4.841

>> GRI 201-1

Umwelt

	GRI Red. CO_2	Verbrauch 2020	Verbrauch 2019	2020 t CO_{2e}***	2019 t CO_{2e}***	Reduktion t CO_{2e}	Reduktion %
Direkte Emissionen							
Scope 1 und 2				**18.814**	**21.907**	**-3.093**	**-14%**
Scope 1	**GRI 305-1**			**11.738**	**13.755**	**-2.017**	**-15%**
Wärme (MWh)	GRI 305-1	26.695	29.539	4.741	5.253	-512	-10%
Treibstoffe eigene Fz-Flotte (Liter)	GRI 305-1	2.787.620	3.387.177	6.997	8.502	-1.505	-18%
Scope 2	**GRI 305-2**			**7.076**	**8.152**	**-1.076**	**-13%**
Strom (MWh)	GRI 305-2	17.900	19.563	7.076	8.152	-1.076	-13%
Indirekte Emissionen							
Scope 3 upstream	**GRI 305-3**			**40.244**	**42.756**	**-2.512**	**-6%**
Treibstoffe Lieferanten (tkm*)	GRI 305-3	324.328.950	332.645.077	31.006	31.801	-795	-3%
CO_2 Personal (FTE)	GRI 305-3	4.645	4.841	3.835	3.996	-161	-4%
Geschäftsreisen (pkm **)	GRI 305-3	875.455	2.507.618	209	608	-399	-66%
Strom (MWh)	GRI 305-3	17.900	19.563	1.512	2.011	-499	-25%
Wärme (MWh)	GRI 305-3	26.695	29.539	974	1.078	-104	-10%
Treibstoffe eigene Fz-Flotte (Liter)	GRI 305-3	2.787.620	3.387.177	1.831	2.225	-394	-18%
Verpackungsmaterial (Tonnen)	GRI 305-3	362	477	425	561	-136	-24%
Abfall (Tonnen)	GRI 305-3	4.032	4.244	452	476	-24	-5%
Scope 3 downstream	**GRI 305-3**			**23.069**	**24.858**	**-1.789**	**-7%**
Lkw-Auslieferung (tkm*)	GRI 305-3	241.304.006	260.017.307	23.069	24.858	-1.789	-7%
Scope 3 company	**GRI 305-3**			**63.313**	**67.614**	**-4.301**	**-7%**
Total				**82.126**	**89.521**	**-7.394**	**-8%**

*tkm = Tonnenkilometer, ** pkm = Personenkilometer, *** tCO_{2e} = Tonnen CO_2 Äquivalent,
****Quelle: Carbon Simulator 2020 Sonepar Frankreich sustainability department

>> GRI 302-1, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-5, 306-1

Soziales

	2020	2019
Beschäftigungszahl (Gesamtbelegschaft FTE)	4.645	4.841
… davon männlich (%)	74,50	74,90
… davon weiblich (%)	25,50	25,10
… davon ohne Angabe (%)	0	0
… davon Auszubildende	194	219
Ausbildungsquote (%)	4,2	4,5
Übernahmequote Auszubildende (%)	64	84
Durchschnittsalter aller Beschäftigten	45,6	44,7
Fluktuation (%)	8,2	5,8
Meldepflichtige Arbeits- und Wegeunfälle	48	73
Unfallhäufigkeit (1.000-Mann-Quote)	9,1	14,3
Krankenquote aller Beschäftigten (%)	2,3	2,4

>> GRI 401-1, 403-2, 403-9

Ziele und Maßnahmen

Das 2020 verabschiedete Nachhaltigkeitsprogramm verbindet strategische Nachhaltigkeitsziele mit konkreten Maßnahmen. Es gliedert sich in die drei Kernthemen „Wirtschaften und Integrität“, „Dienstleistungen, Wertschöpfung und Klimaschutz“ sowie „Mitarbeiter und Gesellschaft“ und ist die verbindliche Grundlage des Nachhaltigkeitsengagements von Sonepar Deutschland GmbH. Die in dieser Übersicht für 2020 terminierten Maßnahmen sind bereits erfolgreich umgesetzt worden.

Wirtschaften und Integrität/Ökonomie

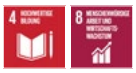
Termin	Ziel	Maßnahme	Beitrag nachhaltige Entwicklungsziele (UN)
2023	**Durchschnittliche Investitionsquote von mind. 15 % vom Anlagevermögen**	Umsetzung aller Investitionspläne/größtmögliche Beiträge zum Klimawandel	
2021	**Umsetzung der Konzern Compliance Anforderungen und Vorgaben aus Sapin II**	Ausbau des internen Kontrollsystems (Businesspartner Due Diligence) sowie Organisationsentwicklung	
Kontinuierlich	**Stärkung der Integrität und Unternehmenswerte**	Sensibilisierung der Mitarbeiter durch Schulungen und Ausbau der Markenakademie	

Dienstleistungen und Wertschöpfung/Ökologie

Termin	Ziel	Maßnahme	Beitrag nachhaltige Entwicklungsziele (UN)
2020	**National/Öko Gesamtziel Energiemanagement/Umwelt-management zum Basisjahr 2014**	– 10 % Senkung Energieverbrauch – 90 % Recyclingquote – Verfügbarkeit von Ladesystemen	
2023	**International/national/Öko Gesamtziel Reduzierung der CO₂-Emissionen Sonepar-Fußabdruck Basisjahr 2019**	Umsetzung von definierten energetischen Sanierungsmaßnahmen aus den ökologischen Kernsegmenten Energiemanagement und Umweltmanagement mit dem Facilitymanagement. Reduzierung direkte Emissionen aus Scope 1, 2 und 3.	
2023	**International/national/Öko Gesamtziel Bilanzielle Klimaneutralität bis 2023**	Umsetzung von definierten Maßnahmen aus Scope 1 und 2 Reduzierung indirekte Emissionen aus Scope 3 durch Kompensationen. U. a. nationale Grünstromverträge, Wasserkraft Indien international, begleitende Waldprojekte national, klimaneutrale Webseiten	
2023	**International/national Öko Energie CO₂ Emission Reduzierung der Geschäftsreisen um 25 %**	Die Notwendigkeit von heutigen Präsenzmeetings prüfen und durch die teilweise Verlagerung auf Skype/MS Teams ersetzen.	
2023	**International/national Öko Energie CO₂ Emission Reduzierung Stromverbrauch**	– 100 % LED-Beleuchtung in jedem Standort – 100 % Anteil Grünstrom – Absicherung durch Grünstromeinkauf-Verträge – 5 % Anteil an Wärme-Stromverbrauch mit Eigenproduktion erneuerbare Energien	
2023	**International/national Öko Energie CO₂ Emission Reduzierung Verbrennung**	– Prüfung/Einsatz alternativer Brennstoffe zu Gas/Öl bzw. Einsatz erneuerbarer Energien – Prüfung/Einführung Transportmittel alternative Pkw-Antriebe – Prüfung/Einführung Transportmittel alternative Lkw-Antriebe – u. a. Lkw-Tourenplanung optimieren – Verkehrswege optimieren, Fahrten zu Arbeitsplatz etc.	

Termin	Ziel	Maßnahme	Beitrag nachhaltige Entwicklungsziele (UN)
2023	**National Öko Umwelt CO Emission Recyclingquote bei mind. 90 % halten**	– Reduzierung durch definierte Projekte wie z. B. Projekte Papier – Go Green Reduzierung von Papierrechnungen und Kopierpapier durch digitale Prozesse – (z. B. Reisekostenabrechnung, elektronischer Versand) und Nutzung der vorhandenen elektronischen Anwendungen. – Projekte Plastik – Plastiktüten recyclen, Ökobecher benutzen – Projekt Wasser – Wasserspender statt Flaschen benutzen	
Bis 2023	**Nachhaltigkeit in den Kundenbeziehungen integrieren (Unterstützung und Begleitung der Energiewende/Energie-Systeme und Prozesse)**	– 1.500 Trainings für Mitarbeiter und Kunden – Kundenschulungen Green Products in allen Regionen mindestens 400 Veranstaltungen pro Jahr durchführen – Einbindung der Kunden in Nachhaltigkeitsthemen z. B. bei Partnertreffs	
2023	**Nachhaltigkeit in den Kunden und Lieferantenbeziehungen integrieren**	– Schulung aller Mitarbeiter in der Beschaffung um Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferantenbeziehung auszubauen – Mitarbeit an Branchenstandards zur Sicherung der Einhaltung umweltbezogener und sozialer Standards in der Lieferkette – Kundenumfrage als Ideenwettbewerb auf dem Partnertreff – Lieferantenumfrage über deren nachhaltige Aktivitäten – Zusammenarbeit/Einbindung Lieferanten zur Reduzierung eines gemeinsamen Abfallkonzepts unter Berücksichtigung der Produktsicherung	

Mitarbeiter und Gesellschaft/Soziales

Termin	Ziel	Maßnahme	Beitrag nachhaltige Entwicklungsziele (UN)
Kontinuierlich	**Methodische und inhaltliche Aktualisierung der Berufsausbildung und Weiterbildung**	– Erweiterung digitaler Lernmethoden – Inhaltliche Anpassung der Berufsausbildung und Weiterbildung in Bezug auf strategische Zukunftsthemen – Sonepar Academy Mitarbeiter Trainingsangebote ausbauen – Talentsichtung/Scouts Juniorenprojekte/Sonar Gruppe/ Technik-Offensive als Chance für Nachwuchsförderung nutzen	
2020	**Förderung der Mitarbeiter-Gesundheit**	– Weiterentwicklung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes an den Sonepar-Standorten – Ausbau digitaler Angebote in der betrieblichen Gesundheitsförderung z. B. Fit-mit-Sonepar-App und weitere Maßnahmen	
Kontinuierlich	**Vorteile für Sonepar-Mitarbeiter bereitstellen**	– Ausbau der Corporate Benefits Aktivität, um allen Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben, Einkaufsvorteile nutzen zu können – Interne Prozesse digitalisieren (Reisekostenabrechnung, Rechnungsstellung etc.)	
2020	**Kommunikation intern/extern fördern**	– Aufbau eines Botschafter-Netzwerkes als Nachhaltigkeits-Mentoren – Aufbau und Optimierung der Kommunikationskanäle zur nachhaltigen Verbesserung der Informationsqualität – Aufbau eines professionellem Vorschlagwesens zum Thema Nachhaltigkeit – Nutzung der WIR zur Berichterstattung von Erfolgsstorys/ Inhouse-Projekte aufzeigen etc.	
Kontinuierlich	**Sonepar soziales Engagement fördern**	– Soziale zentrale Eigeninitiativen, individuelle Aktionen in den Regionen und Beiträge von Mitarbeitern fördern und zukünftig auf der Sonepar Webseite veröffentlichen	

Referenzierung: Nachhaltige Entwicklungsziele der UN

Keine Armut
–

Kein Hunger
–

Gesundheit und Wohlergehen
Seite 38/39

Chancengerechte und hochwertige Bildung
Seite 41

Geschlechtergleichheit
Seite 40

Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen
–

Bezahlbare und saubere Energie
Seite 30 folgende

Gute Arbeit und Wirtschaftswachstum
Seite 16 folgende

Industrie, Innovation und Infrastruktur
Seite 21 folgende

Weniger Ungleichheiten
Seite 40

Nachhaltige Städte und Gemeinden
Seite 21 folgende

Nachhaltiger Konsum und Produktion
–

Klimaschutz und Anpassung
Seite 28 folgende,
Seite 36 folgende

Leben unter Wasser
–

Leben an Land
–

Frieden, Recht und starke Institutionen
Seite 20

Partnerschaft zur Erreichung der Ziele
–

Referenzierung: GRI-Standards

Indikator	Beschreibung	Verweis
GRI 102-1	Name der Organisation	S. 6
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 6
GRI 102-3	Hauptsitz der Organisation	S. 6
GRI 102-4	Betriebsstätten	S. 6
GRI 102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	S. 6
GRI 102-6	Belieferte Märkte	S. 6, 17, 22, 23
GRI 102-7	Größe der Organisation	S. 6
GRI 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	S. 6, 41
GRI 102-9	Lieferkette	S. 17, 18
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	S. 8, 18

Indikator	Beschreibung	Verweis
GRI 102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	S. 18, 20
GRI 102-12	Externe Initiativen	S. 8
GRI 102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	S. 8
GRI 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	S. 3
GRI 102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	S. 13
GRI 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	S. 13, 14
GRI 102-17	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik	S. 15, 20, 42
GRI 102-18	Führungsstruktur	S. 6, 15
GRI 102-19	Delegation von Befugnissen	S. 6, 15
GRI 102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	S. 14
GRI 102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	S. 8
GRI 102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	S. 6
GRI 102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	S. 6
GRI 102-29	Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen	S. 13
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	S. 8
GRI 102-41	Tarifverträge	S. 40
GRI 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	S. 8
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 8
GRI 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	S. 8
GRI 102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	S. 6
GRI 102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	S. 8
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	S. 8
GRI 102-50	Berichtszeitraum	S. 4
GRI 102-51	Datum des letzten Berichts	S. 4
GRI 102-52	Berichtszyklus	S. 4
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	S. 4
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	S. 4
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	S. 49 ff
GRI 102-56	Externe Prüfung	S. 4, 53/54

Indikator	Beschreibung	Verweis
GRI 201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	S. 17, 45
GRI 201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	S. 8
GRI 203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	S. 42
GRI 204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	S. 19
GRI 205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	S. 20
GRI 205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	S. 20
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	S. 42
GRI 206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	S. 20
GRI 301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	S. 34
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 31, 46
GRI 302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	S. 31
GRI 302-3	Energieintensität	S. 31, 46
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	S. 31, 32, 46
GRI 302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	S. 31
GRI 303-3	Wasserentnahme	S. 34
GRI 303-5	Wasserverbrauch	S. 34
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S. 29, 46
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	S. 46
GRI 305-3	Sonstige indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 3)	S. 46
GRI 305-5	Senkung der THG-Emissionen	S. 31, 46
GRI 306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	S. 34, 46
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	S. 34
GRI 306-3	Angefallener Abfall	S. 34
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	S. 28
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	S. 18, 19
GRI 308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 18
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	S. 38, 46
GRI 401-3	Elternzeit	S. 40
GRI 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 14, 39

Indikator	Beschreibung	Verweis
GRI 403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	S. 39, 46
GRI 403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 39
GRI 403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 39
GRI 403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	S. 39
GRI 403-7	Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	S. 39
GRI 403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	S. 14
GRI 403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	S. 39, 46
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	S. 41
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	S. 41
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	S. 40
GRI 405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	S. 40
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	S. 41
GRI 408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	S. 19
GRI 412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	S. 18
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	S. 19
GRI 415-1	Parteispenden	S. 8
GRI 416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	S. 20
GRI 416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	S. 20
GRI 417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	S. 33
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	S. 20
GRI 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	S. 20

>> GRI 102-55

Bescheinigung über eine unabhängige Nachhaltigkeitsprüfung

An Sonepar Deutschland GmbH, Peter-Müller-Str. 3, 40468 Düsseldorf

Wir haben auftragsgemäß eine Nachhaltigkeitsprüfung gemäß Prüfstandard AS 1000 v3 (2020) Typ 2 zum Erlangen einer begrenzten Sicherheit der Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2021 von der **Sonepar Deutschland GmbH** (entsprechend den im Bericht ausgewiesenen Grenzen) für den Berichtszeitraum vom 01.01.2019 bis zum 31.12.2020 durchgeführt.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Der Vorstand Nachhaltigkeit der Sonepar Deutschland GmbH ist verantwortlich für das Erstellen des Nachhaltigkeitsberichtes in Übereinstimmung mit den Berichtsgrundsätzen der Global Reporting Initiative Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (GRI Standards):

-

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

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 liegen 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 den Zeitraum 2019/2020 in wesentlichen Belangen nicht in Überweinstimmung mit den GRI Standards und Kriterien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung erstellt worden sind. Darüber hinaus wurden wir beauftragt, auf Basis der Prüfungsergebnisse Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und -berichterstattung auszusprechen.

Im Fokus der Prüfung stehen der Umgang mit den Stakeholdern sowie die Bestimmung wesentlicher Aspekte der nachhaltigen Entwicklung. Die Validierung der im Bericht dargestellten nachhaltigkeitsrelevanten Angaben ist so geplant und durchgeführt worden, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Prüfungssicherheit abgeben können.

Diese begrenzte Prüfungssicherheit bezieht sich ausschließlich auf Nachweise von internen Quellen und Gruppen, das Einholen von Prüfungsbeweisen beschränkt sich auf die Managementebene der Sonepar-Organisation in Deutschland, wo alle relevanten Daten gesammelt und bearbeitet werden.

Es wurden Systeme und Prozesse geprüft, die die Berichtsinhalte bestimmen, unter Anwendung des Wesentlichkeitsgrundsatzes bzw. des Prozesses zur Einbindung von Stakeholdern. Die spezifischen Nachhaltigkeitsleistungen wurden stichprobeartig kontrolliert.

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

- Einsichtnahme in die Unterlagen zum Leitbild und den Strukturen der Sonepar Deutschland GmbH, Unternehmensorganisation und des Stakeholder Dialog
- Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation der Daten bzgl. der Nachhaltigkeitsleistungen
- Persönliche Interviews mit dem Vorstand Dr. Stegemann, der die Nachhaltigkeit bei Sonepar Deutschland GmbH verantwortet, sowie mit dem Nachhaltigkeitsbeauftragten Hr. Elz, Beauftragten für Integrierte Managementsysteme Hr. Lukoschek und mit den Verantwortlichen aus den Bereichen Compliance, HR, Finanzen, Umwelt, Energie und Marketing
- Analytische Beurteilung kommunizierter Kennzahlen und Trends für den Berichtszeitraum 2019/2020
- Stichprobenartiges Einholen von Nachweisen für einzelne Angaben, u.a. durch Einsichtnahme in interne Managementdokumentation und Abrechnungen sowie durch die Analyse von Datensätzen, die als Berichte aus dem internem Daten-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 2019/2020 der Sonepar Deutschland GmbH in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Global Reporting Initiative Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung erstellt worden sind.

Ergänzende Hinweise – Empfehlungen

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

- Das Nachhaltigkeitsmanagementsystem der Sonepar Deutschland GmbH fußt auf dem Integrierten Managementsystem und dessen Dokumentation. Es wird empfohlen, bei der Analyse von Risiken & Chancen, bei der Zielsetzung sowie bei der Managementbewertung stärker die nachhaltigkeitsrelevanten Bereiche in den Fokus zu nehmen, die zum Teil nicht vollumfänglich durch die betrieblichen Managementsysteme abgedeckt worden sind – Personalthemen und Gesamtgesellschaftliches Engagement.
- Besonderes Augenmerk für die nächste Berichtsperiode sollte zudem auf die Weiterentwicklung des Nachhaltigen Lieferantenmanagement gelegt werden.

Berlin, den 15.09.2021

GUT Certifizierungsgesellschaft für

Managementsysteme mbH

Umweltgutachter

Yulia Felker

Sarah Stenzel

>> GRI 102-56

sonepar.de

Herausgeber
Sonepar Deutschland GmbH
Peter-Müller-Straße 3
40468 Düsseldorf

Kontakt
Arno Elz
E -Mail: arno.elz@sonepar.de

Schnell. Spannend. Social.
Besuchen Sie Sonepar auch auf unseren Social-Media-Kanälen.

Sonepar-InnovationLab.com

sonepar
Powered *by* **Difference**

Alle Niederlassungen und Ansprechpartner unserer Sonepar-Gesellschaften finden Sie im Internet unter www.sonepar.de/vorOrt

GRI Sustainable Reporting Standards
Validierter Nachhaltigkeitsbericht Option 'Kern'
GUTcert AFNOR Group

363840115-Änderungen und Irrtümer vorbehalten-0122-© Sonepar Deutschland GmbH