

Einrichtung & Innenarchitektur



Inhalt

1. Unsere Motivation	4
1.1. Unser Prozess	5
2. Unser Unternehmen	6
2.1. Unsere Überzeugungen	8
2.2. Unser Markt	9
2.3. Unsere Leitplanken	9
2.4. Unsere Einflussnahme	10
2.5. Unser Sortiment	10
2.6. Unsere Anspruchsgruppen	11
2.7. Unser Beitrag an die Gesellschaft	12
3. Unser Umwelteinfluss	13
3.1. Unser Wasserverbrauch	13
3.2. Unser Energieverbrauch	13
3.3. Unser Abfall	14
3.4. Unsere Wege	15
3.5. Unser CO ₂ -Ausstoss	16
4. Unser Arbeiten	17
4.1. Unser Führen	17
4.2. Unsere Bedingungen	17
4.3. Unser Team	17
4.4. Unsere Qualifizierungsmassnahmen	18
4.5. Unsere Gesundheitsfürsorge	18
4.6. Unsere Chancengleichheit	19
5. Unser Vorgehen	20
5.1. Unser Inhalt	20
5.2. Unser Kontakt	20
6. Unsere Grundlagen	21
6.1. Unsere Quellen	21
6.2. Unsere GRI-Referenz	22

1. Unsere Motivation

Die hohe Wertigkeit und die Langlebigkeit unserer Möbel in Bezug auf Design, Materialien und Verarbeitung macht unsere Produkte über Generationen hinweg nutzbar. Im Herstellungsprozess nehmen unsere Lieferfirmen ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt im Bereich der Gewinnung und Verarbeitung der Materialien und gegenüber den Menschen, die die Möbel produzieren, wahr.

Dank der Langlebigkeit der Möbel und der zunehmenden Nachhaltigkeitszertifizierung unserer Lieferfirmen handeln wir mit nachhaltigen Produkten. Allerdings sind wir als Handelsunternehmen ebenfalls gefordert, unseren Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft zu leisten. Diese Verantwortung wollen und werden wir wahrnehmen. Unsere Bestrebungen dokumentieren wir mit diesem Bericht und indem wird uns neu durch EcoVadis¹ haben zertifizieren lassen.



Simon Flückiger
CEO Teo Jakob AG



1.1. Unser Prozess

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht von teo jakob wurde im Sommer 2023 auf Basis der Daten von 2022 erstellt. Die gewählte Methodik des Berichts richtet sich nach den GRI-Kriterien².

Dieser Bericht ist der zweite, welchen wir verfasst haben. Aufgrund unseres ersten Nachhaltigkeitsberichts von 2021 hatten wir erkannt, dass wir einerseits bereits in einigen Aspekten nachhaltig handeln, andererseits aber durchaus noch ein Verbesserungspotenzial haben.

Die Erkenntnis aus der Nachhaltigkeitsanalyse von 2021 hat uns motiviert, anhand eines strukturierten Prozesses eine Nachhaltigkeitsstrategie³ zu erarbeiten. Die Verantwortung für diesen Prozess trug der CEO, welcher auch die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeit von teo jakob trägt. Geleitet wurde der Prozess durch die Nachhaltigkeitsbeauftragte Evelyne Läderach. Als Basis dienten Vorarbeiten und Musterprozess-Definitionen unserer Nachhaltigkeitspartnerin der transpat GmbH.

Anhand der Nachhaltigkeitsanalyse⁴ basierend auf unseren Daten des Jahres 2021 haben wir letztes Jahr Handlungsfelder definiert und diese in Bezug auf Dringlichkeit, Realisierbarkeit und Finanzierbarkeit bewertet.

Im Rahmen dieses Auswahlprozesses mussten wir uns auf zehn Ziele, welche den SDG⁵ zugeordnet sind, beschränken.

Den acht Handlungsfeldern sind konkrete Massnahmen, Verantwortlichkeiten und Erfüllungstermine zugeordnet. Die Umsetzung der gesamten Strategie soll bis im Jahr 2027 vollzogen sein. Bis zu diesem Jahr wollen wir als Teo Jakob AG insbesondere auch CO₂-neutral sein.

Nachfolgend nehmen wir in den jeweiligen Kapiteln Stellung zu den Zielen, Massnahmen und dem Stand der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Der vorliegende Bericht, diese aktualisierte Analyse dient uns als Kontrollinstrument, welches die Umsetzung begleitet und uns hilft, gegebenenfalls unsere definierten Ziele und Massnahmen anzupassen.

¹ <https://ecovadis.com/de/>

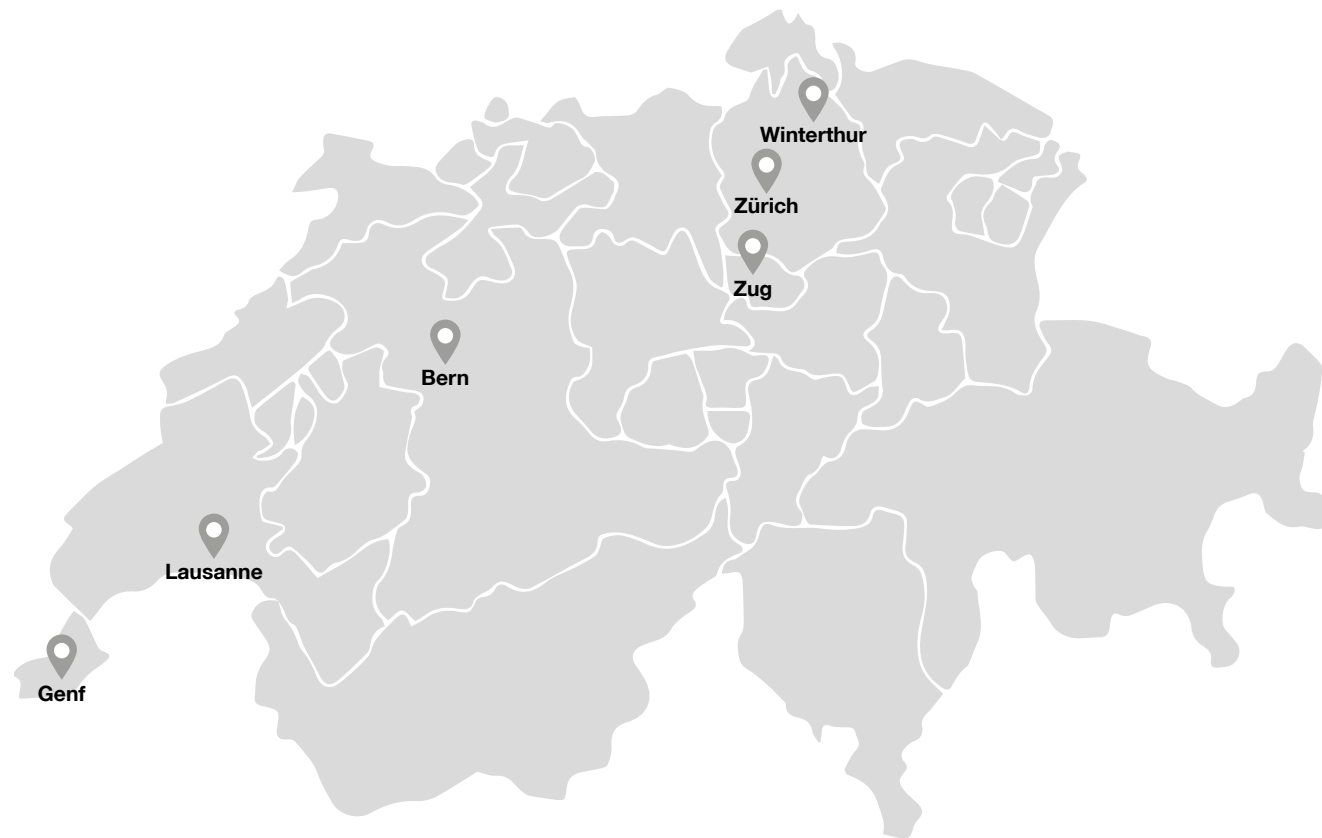
² Die GRI-Standards für Nachhaltigkeitsberichterstattung (kurz: GRI-Standards) sind ein Set miteinander verbundener Standards, die Organisationen dabei helfen sollen, einen Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen und somit Rechenschaft über ihre ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen abzulegen.

³ Quelle 01: «Nachhaltigkeitsstrategie 2022».

⁴ Quelle 02: «Nachhaltigkeitsbericht 2021».

⁵ Die Sustainable Development Goals (SDGs) umfassen 17 aktuelle globale Ziele der Vereinten Nationen (UN) für eine nachhaltige Entwicklung. Sie wurden 2015 als Kernstück der «Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung» verabschiedet und von allen UN-Mitgliedstaaten unterzeichnet.

2. Unser Unternehmen



Die Teo Jakob AG ist ein Handelsunternehmen und die Schweizer Referenz für Einrichtung und Innenarchitektur. Mit über 110 Mitarbeitenden⁶ (99,7 FTE)⁷ ⁸ verteilt auf 7 Standorte⁹ in 6 Städten ist teo jakob das einzige national tätige, unabhängige Unternehmen im Bereich der oberen Einrichtungs-Produktepalette. Zwei Logistikstandorte¹⁰ in Bern und Genf dienen als Zwischenlager für die gelieferten Waren, auf deren Weg zu unseren Kundinnen und Kunden.

Wir bieten Erzeugnisse an, welche sich durch ihr herausragendes Design auszeichnen und auf Langlebigkeit oftmals über Generationen hinweg ausgerichtet sind. So leisten unsere Produkte einen erheblichen Beitrag im Bereich der Nachhaltigkeit bei Inneneinrichtungen, indem Ressourcen geschont werden.

Die Teo Jakob AG gehört zu 100 % der EDAB-Management AG, welche wiederum zu rund 75 % der EDAB-Invest AG gehört. Die restlichen 25 % der Aktien sind in den Händen von Kleinaktionärinnen und -aktionären. Der CEO Simon Flückiger und der CFO Martin Bachofner sind Aktionäre der EDAB-Invest AG. Das bewirkt, dass Entscheide und Handlungen der Geschäftsführung auf die Kontinuität und den langfristigen Erfolg der Unternehmung ausgerichtet werden.

Der Hauptsitz von teo jakob ist seit der eigentlichen Gründung im Jahr 1950 an der Gerechtigkeitsgasse 25 in Bern. Die Gründung erfolgte, indem Theodor Jakob das seit 1914 in der Berner Altstadt bestehende Polster- und Tapeziergeschäft seines Vaters übernommen hat.

Theodor Jakob, später Teo Jakob, prägte die Werte, welche für uns noch heute gelten: Ästhetik, Qualität und die geradlinige Philosophie zeitgemässer, eleganter und zugleich funktionaler Einrichtungen: Nachhaltige, langlebige Inneneinrichtung für die Wohn- und Arbeitswelt¹¹.

Unsere Kernkompetenzen sind das eigenständige Sortiment und ein umfassendes Dienstleistungspaket für Planung, Gestaltung, Innenarchitektur sowie Serviceleistungen.

Zur Leistungserbringung nutzen wir die Vertriebskanäle «stationärer Detailhandel», «Kundenakquisition über Aussendienst/Projektleiter» und «E-Commerce».

Im Zentrum des Warenangebots stehen Produkte renommierter Kollektionen, exklusive Kollektionen und Sortimente, die höchste ästhetische und funktionale Ansprüche erfüllen.

Alle Geschäftsregionen verfügen an ihren Standorten über ein komplettes, ganzheitliches Sortiment in Breite und Tiefe, bestehend aus Möbeln, Leuchten, Teppichen, Textilien und Accessoires¹².

Mit rund 400 Lieferfirmen¹³ erzielten wir einen Verkaufserlös von 40–50 Mio. CHF¹⁴ pro Jahr. Praktisch die Hälfte des Umsatzes generieren wir mit Geschäftskunden. Mit einer Eigenkapitalquote von jeweils rund 50 %¹⁵ sind wir äusserst nachhaltig finanziert und können so unsere Geschäftstätigkeit langfristig planen und notwendige oder strategische Investitionen tätigen.

Im Jahr 2022 nutzten wir Synergien und integrierten den Standort an der Limmatstrasse 266 in den Standort Mühle Tiefenbrunnen. Alle Mitarbeitenden wechselten an den neuen Standort.

Gründungsjahr
1950

110+
Mitarbeitende

7
Standorte

40–50 Mio.
CHF Umsatz

400+
Kollektionen

50 % Geschäftskunden
50 % Privatkunden

⁶ Quelle 03: «Fragebogen_NB_Aktualisierung-2022» Antwort 241.

⁷ FTE = Full Time Equivalent (Vollzeitäquivalente).

⁸ Quelle 04: «Angaben zu Homeoffice und FTE».

⁹ Bern: Gerechtigkeitsgasse 25 und 36; Genf: Place de l'Octroi 8; Winterthur: Wülflingerstrasse 14; Mühle Tiefenbrunnen, Seefeldstrasse 231 ; Lausanne: Rue du Midi 18 ; Zug: Gotthardstrasse 3

¹⁰ Bern: Stationsstrasse 15, Liebefeld; Genf: Route du Grand-Lancy 2, Les Acacias.

¹¹ Quelle 05: <https://teojakob.ch/de/teo-jakob-geschichte/>

¹² Quelle 06: «Strategie 2019–2022».

¹³ Quelle 07: «Antworten Beschaffung und Logistik», Antwort 91.

¹⁴ Quelle 08: «Jahresrechnung 2022».

¹⁵ Quelle 08: «Jahresrechnung 2022»

2.1. Unsere Überzeugungen¹⁶

Seit 1950 schafft teo jakob kompetent im engen Austausch mit den Kundinnen und Kunden Räume mit Atmosphäre und Charakter für Menschen mit Freude an Design: zeitgemäss, langlebig, funktional und stilsicher.

- Für unsere **Kundschaft** sind wir ein schweizweit wertvoller Sparringpartner für Privat- und Geschäftskunden. Der Austausch mit unseren Mitarbeitenden inspiriert und liefert Ideen für hochstehende Einrichtungslösungen aus einer Hand. Mit unserer Designkompetenz, unserem Fachwissen und unserer Leidenschaft sorgen wir für Wohlbefinden und individuellen Ausdruck beim Wohnen und Arbeiten.
- Mit unseren **Partnern** pflegen wir einen offenen und vertrauensvollen Austausch. Wir handeln verbindlich und halten Vereinbarungen ein.
- In unserem **Team** haben wir ein offenes, respekt- und vertrauensvolles Arbeitsklima. Als Unternehmen fördern wir die Übernahme von Verantwortung, die Mitsprache sowie die kontinuierliche persönliche Weiterentwicklung und erkennen Leistung an. Wir vernetzen uns unternehmensweit und betrachten die sprachlichen und kulturellen Unterschiede als Bereicherung. Wir setzen uns für die Gleichstellung und gegen Diskriminierung in jeglicher Form ein.
- Für **Gesellschaft und Umwelt** verkaufen wir langlebige Produkte und sensibilisieren für den nachhaltigen Konsum. Wir optimieren unsere Energiebilanz schrittweise, übernehmen soziale Verantwortung und halten uns an die rechtlichen Bestimmungen.
- Wir sind ein **inhabergeführtes Unternehmen** und handeln mit dem langfristigen Ziel, Gewinne zu erwirtschaften, um die Zukunft des Unternehmens zu sichern und so die Arbeitsplätze zu erhalten. Unser Aktionariat darf darauf zählen, dass wir uns an der Strategie und an transparenten Prozessen orientieren, um Projekte und Erträge zu steuern und unsere Ziele zu erreichen.

2.2. Unser Markt

Der Schweizer Möbelmarkt beläuft sich total auf ca. 5 Mrd. CHF¹⁷. teo jakob befindet sich dabei im Premiumbereich, welcher geschätzt ca. 10 % des Marktes ausmacht.

Der Trend hin zum Onlinehandel nicht nur im Privatkunden-Segment verstärkt sich weiter¹⁸, was auch wir spüren. Deshalb wollen wir unsere Onlineplattform ausbauen.

Wir sind aber auch überzeugt, dass der persönliche Kundenkontakt und die fachliche Beratung auch zukünftig einen grossen Stellenwert haben werden. Unsere Kundschaft profitiert von einem schweizweit einheitlichen System der Akquise- und Auftragsdurchführung mit entsprechenden Tools. So stehen allen unseren Kundinnen und Kunden jeweils eine persönliche Ansprechperson zur Seite, die alle Schritte entlang der Wertschöpfungskette plant und überwacht. Die Person kann intern Spezialistinnen und Spezialisten aus allen Bereichen einbeziehen und extern auf ein umfangreiches Netzwerk erprobter Partnerinnen und Partner zurückgreifen. Somit erhält die Kundschaft einen umfassenden Service aus „einer Hand“.

Unser erprobter persönlicher Kundenservice führt dazu, dass wir bislang keine gerichtlichen Auseinandersetzungen führen mussten und vorkommende Reklamationen stets auf direktem Weg behandelt und aus der Welt geschafft werden konnten.

2.3. Unsere Leitplanken

Die Einhaltung der Gesetze und Normen ist für uns selbstverständlich. Bislang gab es keine Verstösse jeglicher Art zu verzeichnen und wir setzen viel daran, dass dies so bleibt. Geschuldet ist dieser positive Umstand nicht zuletzt unserem Verhaltenskodex im Leitbild¹⁹, welcher für uns alle verpflichtend ist. Ob neue oder bestehende Mitarbeitende, alle werden in den Mitarbeitenden-Gesprächen und mit Mitarbeitenden-Informationen²⁰ über unsere Grundsätze geschult und informiert.

Die alleinige Einhaltung der Gesetze reicht unseren Wertvorstellungen nicht. Wir wollen unsere Prozesse und unser Verhalten noch transparenter und bindender gestalten. Wir wollen gegenüber unseren Anspruchsgruppen verbindlich sein.

Im Umgang mit unseren Mitarbeitenden und Kundinnen und Kunden haben wir im Jahr 2022 Compliance Richtlinien als Zusatz zum Arbeitsvertrag erarbeitet und per 1. Januar 2023 verbindlich verankert.²¹

Diese neuen Richtlinien regeln insbesondere den Umgang mit tatsächlicher oder wahrscheinlicher Korruption, Mobbing und sexueller Belästigung, aber auch Aspekte des Datenschutzes. Die Richtlinien sind Ergebnis unserer Nachhaltigkeitsstrategie 2022. Sie wurden als erste Massnahme im Hinblick auf unsere Ziele im Bereich soziale Nachhaltigkeit umgesetzt.

Aspekte des Datenschutzes werden per 1. September 2023 mit der Einführung des neuen Datenschutzgesetzes noch verstärkt. Bisher konnte ein Datendiebstahl verhindert werden. Auch gab es bis zum heutigen Zeitpunkt keine Verstösse im Zusammenhang mit Cyberkriminalität respektive Verstösse gegen den Datenschutz.²²

¹⁶ Quelle 09: «Leitbild».

¹⁷ Quelle 10: «Statista: <https://de.statista.com/outlook/cmo/moebel/schweiz>».

¹⁸ Quelle 10: «Statista: <https://de.statista.com/outlook/cmo/moebel/schweiz>».

¹⁹ Quelle 09: «Leitbild».

²⁰ Quelle 11: «Einführungsprogramm».

²¹ Quelle 13: «Compliance Richtlinien».

²² Quelle 03: «Fragebogen_NB_Aktualisierung-2022» Antworten 329 – 336.

2.4. Unsere Einflussnahme

teo jakob ist Mitglied bei den Branchenverbänden Möbelschweiz, interieursuisse und büroszene Schweiz.



Die Übernahme von bezahlten und unbezahlten Nebenämtern oder fremden Verwaltungsratsmandaten muss durch die Geschäftsleitung respektive durch den Verwaltungsrat bewilligt werden²³. Niemand von teo jakob nimmt ein Mandat oder Nebenamt war, welches eine Einflussnahme auf unser Geschäft zulassen könnte.

Wir richten grundsätzlich keine Spenden aus an politische Parteien oder sonstige Organisationen, welche politische Einflussnahme betreiben oder mit unseren Geschäftspartnerinnen und -partnern verbunden sind.

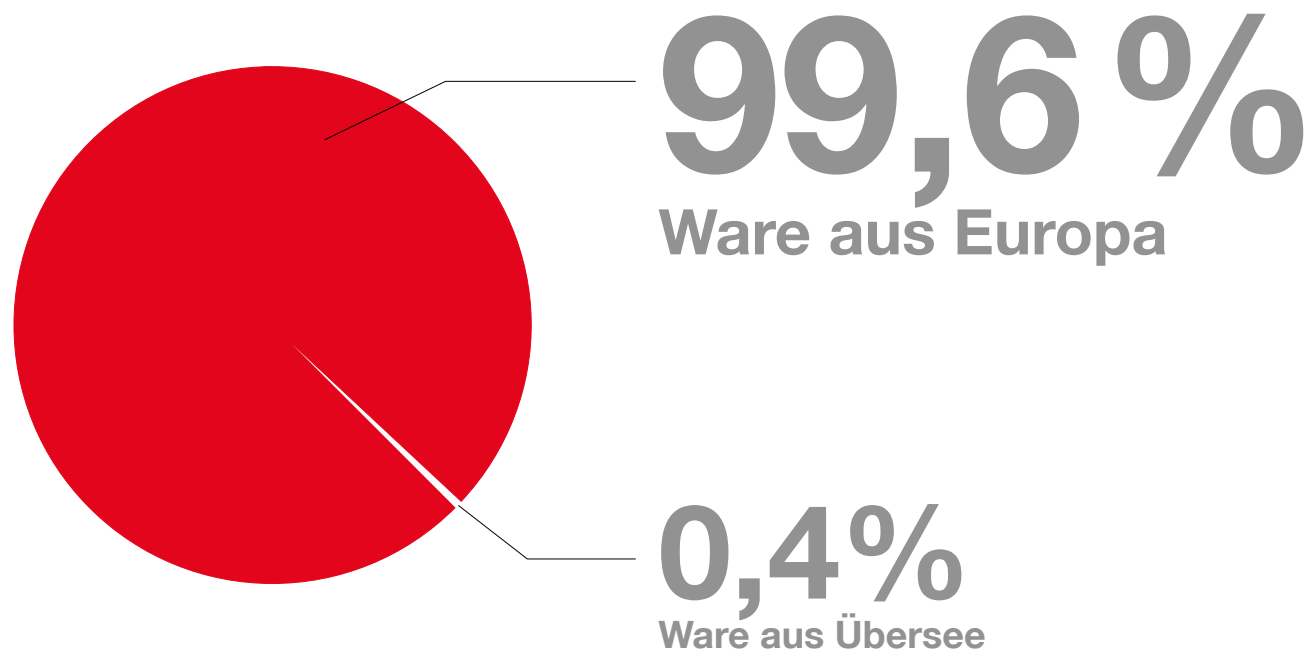
2.5. Unser Sortiment

Wir beziehen unsere Waren von über 400 Lieferanten praktisch ausschliesslich aus Europa²⁴. Lediglich 0,4 % stammt aus Übersee oder dem Nicht-EU-Raum. Der restliche Händlerumsatz, also 99,6 % teilt sich praktisch im Verhältnis 50:50 CH zu EU auf.

Das vom Verkauf massgeblich beeinflusste Angebot wird mit den gewünschten Kollektionen der Lieferfirmen bestückt, woraus der Verkauf aktiv verkaufen kann. Verkäufe von anderen Kollektionen ausserhalb des Sortiments sind auf Kundenwunsch aber auch möglich.

Die Lieferanten produzieren ihre Kollektionen in eigenen (z.B. USM, B&B Italia, Cassina), in OEM²⁵/ODM²⁶-Werken (z.B. Muuto, HAY) oder in sonstigen Werken von Partnern, welche uns nicht bekannt sind.

Die Lieferung der Ware zu uns erfolgt in der Regel mit den von den Firmen bevorzugten Speditionen. Nach Kontrolle der Ware wird diese durch teo jakob disponiert und der Kundschaft ausgeliefert.



²³ Quelle 14: «Funktionendiagramm».

²⁴ Quelle 07: «Antworten Beschaffung und Logistik».

²⁵ Original Equipment Manufacturer, OEM.

²⁶ Original Design Manufacturer, ODM.

Trotz der grossen Zahl von Lieferfirmen erzielen wir fast 40 % unseres Umsatzes mit drei herstellenden Firmen:

Mit USM, Vitra und Cassina, unseren wichtigsten Lieferfirmen, verbindet uns eine langjährige Partnerschaft und entsprechendes Vertrauen. Vitra beispielsweise ist ISO 2600, ISO 14001, «Cradle to Cradle», «GreenGuard» und «EcoVadis» zertifiziert. USM besitzt ebenfalls die «Cradle to Cradle»- und «GreenGuard» Zertifizierungen. Cassina besitzt die «GreenGuard». Aber auch alle übrigen Hersteller sind der Nachhaltigkeit verpflichtet. Praktisch alle unterstehen dem EU-Recht, welches klare Vorschriften für Firmen vorschreibt.

In unserer Nachhaltigkeitsstrategie 2022 haben wir uns zum Ziel gesetzt, mit unseren Lieferfirmen Abkommen zur Einhaltung von Nachhaltigkeitsvorgaben abzuschliessen.²⁷ Mit dem Ziel, bis Ende 2024 mit unseren wichtigsten Lieferantinnen und Lieferanten verbindliche Vereinbarungen abgeschlossen zu haben, erarbeiteten wir einen Code of Conduct²⁸ und thematisieren ihn laufend bei unseren Gesprächen. Bislang haben wir bereits 37 Premium- und A-Kollektionspartnern angefragt. Davon haben 33 entweder einen eigenen CoC oder haben unseren unterschrieben. Bei den Gesprächen haben wir festgestellt, dass die Standards unserer Partner in der EU teilweise strenger sind als unsere.

2.6. Unsere Anspruchsgruppen

Mit unserer Arbeit engagieren wir uns für und zusammen mit Menschen. Wir sind uns unseren Anspruchsgruppen bewusst und streben danach, sie noch besser einzubinden. Diesen zentralsten Gruppen sind wir verpflichtet:

- Unserer wichtigsten Anspruchsgruppe, unseren **Mitarbeitenden**, welchen wir eine sichere Existenz und eine fördernde Arbeit als Team bieten.
- Unsere **Lieferfirmen**, mit welchen wir in regem Austausch langfristige für beide Seiten optimale Partnerschaften anstreben.
- Unseren **Kundinnen und Kunden**, bei welchen wir die Loyalität zu uns noch weiter verstärken wollen und aktiv Ihre Meinung zu uns abfragen.²⁹
- Unsere **Aktionärinnen und Aktionäre**, welchen wir eine nachhaltige Rendite ermöglichen wollen.
- Unsere **Konkurrentinnen und Konkurrenten**, welchen wir mit Respekt begegnen.
- Unserer **Gesellschaft und Umwelt**, welche wir so behandeln, wie auch wir behandelt werden wollen.

²⁷ Quelle 01: «Nachhaltigkeitsstrategie 2022».

²⁸ Quelle 15: «Code of Conduct».

²⁹ Automatisches Kundenfeedbacksystem, immer drei Tage nach dem Versand der Rechnung mittels eines Formulars mit sechs Fragen und freier Texteingabe für Bemerkungen. Erreichbarkeit per Telefon, E-Mail aber auch physisch in unseren Läden ist selbstverständlich.

2.7. Unser Beitrag an die Gesellschaft

Aus unserem Umsatz von 41 Mio. CHF geben wir 10.6 Mio. CHF³⁰ in Form von Löhnen und Sozialabgaben direkt wieder an die Gesellschaft weiter. Die Lohnsumme hat sich im Vergleich zum Vorjahr trotz leichtem Umsatzrückgang nicht verändert. Dieser gesellschaftliche Beitrag bleibt also konstant.

Ein weiterer, wenn auch indirekter Beitrag an die Gesellschaft ist unser Warenaufwand. Dieser fließt über unsere Lieferfirmen wiederum zurück in die Gesellschaft.

Im Sinne der Ermächtigung von Menschen bilden wir junge Menschen aus und bestehende Mitarbeitende kontinuierlich weiter. Somit qualifizieren wir unsere Mitarbeitenden und bauen damit Fachkräfte für unsere Wirtschaft auf und erhöhen deren Wert auf dem Arbeitsmarkt.

Des Weiteren gehört die Förderung von jungen Nachwuchstalenten im Bereich Innenarchitektur mit unserem Prix teo³¹ seit 1950 alljährlich zu unserer Tradition.

Im kulturellen Bereich besteht zwischen den visuellen Künsten und teo jakob seit jeher eine enge und fruchtbare Beziehung. Deshalb besitzen wir nicht nur eine eigene Kunstsammlung mit rund 400 Werken, sondern sind auch langjähriger Partner diverser Kunst- und Designplattformen wie der artgenève oder der Solothurner Filmtage.³²

3. Unser Umwelteinfluss

Wir setzen auf Produkte, die ein Leben lang, respektive generationenübergreifend halten und so nachhaltig und sinnvoll sind.

Wir unterstützen die Langlebigkeit zusätzlich, indem wir als teo jakob oder über unsere Lieferfirmen Reparatur- und Unterhaltsservices anbieten. Wo das nicht mehr möglich ist, bestehen Rücknahmeprogramme seitens der Firmen, welche zudem immer mehr auf erneuerbare oder einfach recycelbare Materialien setzen.

Obschon unsere hochwertigen Produkte auch hochwertig verpackt sein müssen, vermeiden wir unnötige Verpackungen und optimieren unsere Lieferungen an unsere Kundinnen und Kunden durch Sammeltransporte.

Unsere Bestrebungen und die unserer Lieferantinnen und Lieferanten nachhaltiger zu werden, sind in vollem Gang, Verbesserungen suchen wir permanent und setzen sie auch um.

3.1. Unser Wasserverbrauch

Wir konnten im Berichtsjahr unseren Wasserverbrauch nicht erheben. Wir gehen von einer unveränderten Menge von rund 6,2 Mio Litern Wasser aus, dem gleichen Verbrauch wie im Vorjahr³³. Unser Abwasser wird überall über die öffentlichen Kläranlagen entsorgt.

3.2. Unser Energieverbrauch

An den zwei Standorten in Bern erfolgt die Heizung zusammen mit der Warmwasseraufbereitung mittels Erdgases und hat im letzten Jahr 183'333kWh³⁴ betragen. Damit konnten wir eine Reduktion von gut 16% gegenüber dem Vorjahr realisieren.

An den übrigen Standorten wird mit Strom geheizt. Der Stromverbrauch für alle Standorte beträgt 284'093³⁵ kWh. Er ist damit rund 2,5% höher als im Vorjahr. Dies kann insbesondere mit dem Wegfall der Lockdown-Zeiten erklärt werden. Unser Ziel ist es jedoch, per Ende 2024 15% des Stromverbrauchs eingespart zu haben.³⁶

Es werden insgesamt 5'660 m² Laden-/Bürofläche und 2'413 m² Lagerfläche beheizt³⁷. Die Teo Jakob AG besitzt direkt keine Liegenschaften und somit ist unser Handlungsspielraum im Bereich Heizen sehr beschränkt.

16%
weniger
Erdgasverbrauch

³⁰ Quelle 08: «Jahresrechnung 2022».

³¹ Vergabe für Diplomierte an der HEAD Genève.

³² <https://teojakob.ch/de/engagement/>

³³ Quelle 02: «Nachhaltigkeitsbericht 2021».

³⁴ Quelle 16: «Antworten Fragebogen Teil FRW» Tabelle Erdgas.

³⁵ Quelle 16: «Antworten Fragebogen Teil FRW» Tabelle Strom.

³⁶ Quelle 01: «Nachhaltigkeitsstrategie 2022».

³⁷ Quelle 17: «Mietspiegel».

3.3. Unser Abfall

Wir konnten im Berichtsjahr unsere Abfallmenge um 60 Tonnen auf aktuell 100 Tonnen Abfall³⁸ pro Jahr senken. Mit der Einsparung von über einem Drittel unserer Abfallmenge haben wir unsere Zielsetzung in unserer Nachhaltigkeitsstrategie³⁹, welche eine Reduktion unserer Abfallmenge per 2026 um insgesamt 30 Tonnen bereits um das doppelte übertroffen.

Dieser grosse Erfolg steht im Zusammenhang mit den Entwicklungen bei unseren Lieferfirmen, welche ihrerseits bemüht sind, Verpackungsmaterialien zu reduzieren und zu recyceln. Die Einsparung von Material ist auch Gegenstand unserer Vereinbarungen mit unseren Lieferantinnen und Lieferanten⁴⁰ und wir sind überzeugt, die Abfallmenge weiter reduzieren zu können.

Die verbliebene Abfallmenge besteht weiterhin hauptsächlich aus Verpackungsmaterial.

Die Menge des Nicht-recyclbaren Abfalls hat sich mit 50 Tonnen jedoch stark reduziert. Selbstverständlich versuchen wir alle Stoffe, wenn immer möglich wiederzuverwerten, wie dies teilweise beim Karton der Fall ist.

Die Reduktion unseres Papierverbrauchs ist ebenfalls ein Ziel unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir wollen zunehmend auf Printprodukte verzichten und unsere internen Abläufe weiter digitalisieren. Diese Massnahmen sollen unseren Papierverbrauch bis im Jahr 2025 um 25 % senken. Unser aktueller, erstmals erhobener Verbrauch beträgt für das Jahr 2022 1'034,5 kg Papier.

Druckerpatronen und Toner werden über Serviceverträge mit den Geräte-Lieferanten von diesen fachgerecht recycelt. Wir verbrauchen über alle Standorte hinweg ca. 22 Toner⁴¹.

Wir haben eine Recycling-Quote von annähernd 50 % und sammeln Karton/Altpapier, Metall, Styropor, Plastik, Glas, Batterien und Elektroschrott und führen diese Wertstoffe dem öffentlichen Recycling zu.

Die Recycling-Quote ist gegenüber dem Vorjahr unverändert. Wir wollen gemäss unserer Nachhaltigkeitsstrategie unsere Quote bis 2025 um 25 % erhöhen. Dies könnte gelingen, sofern an unseren Standorten das Plastikrecycling von den Gemeinden ermöglicht wird.

60
Tonnen
weniger Abfall
als im Vorjahr

3.4. Unsere Wege

Die Nähe zu unseren Kundinnen und Kunden ist zentral. Sei es bei der Beratung und Verkauf vor Ort oder am Schluss bei der Lieferung der Produkte, die Wege hin zu unserer Kundschaft sind für unser Geschäft unerlässlich und oftmals nicht zu vermeiden. Deshalb unterhalten wir eine Fahrzeugflotte von 14 Lieferwagen und 10 Personenwagen⁴².

Wir konnten mit dem Ersatz von 5 Lieferwagen mit sparsameren Dieselmotoren eine Einsparung von über 20 % beim Dieserverbrauch für Logistikkfahrten erzielen. Dieser beträgt neu 27'533 Liter Diesel.⁴³ Die absolvierten Kilometer sind mit rund 320'000 km identisch zum Vorjahr.

Auch bei den Fahrten für Beratung und Verkauf mit firmeneigenen PW konnten wir unseren Verbrauch um 14 % gegenüber dem Vorjahr senken. Die PW-Firmenfahrzeuge verbrauchten im Berichtsjahr 7'203 Liter Diesel⁴⁴. Auch diese Einsparung ist aufgrund unserer Ersatzinvestition von zwei neuen Firmen-PW (1 Diesel-, 1 Elektrofahrzeug) erzielt worden. Auch hier ist die Anzahl der zurückgelegten Kilometer mit rund 135'000 km gleich wie im Vorjahr.

Aufgrund der zentralen Lagen der Filialen benutzen unsere Mitarbeitenden für ihren Arbeitsweg praktisch ausschliesslich den öffentlichen Verkehr oder ihr Fahrrad.

Die technologische Entwicklung hilft uns zukünftig unsere Mobilität auf ein Minimum zu beschränken. Mit stabiler und ausgebauter Software können unsere Mitarbeitenden ihre Aufgaben auch ortsunabhängig erfüllen und unsere Kundinnen und Kunden können auf ein immer umfangreicheres digitales Angebot von uns zugreifen. Mit diesem stetigen Ausbau können wir und unsere Kundschaft Ressourcen im Sinne der Nachhaltigkeit und Zeit sparen. So nutzen wir vermehrt Online-Sitzungen anstatt physischer Sitzungen.

20%
weniger
Dieserverbrauch
als im Vorjahr

38 Quelle 07: «Antworten Fragebogen Beschaffung und Logistik» Antwort 125.

39 Quelle 01: «Nachhaltigkeitsstrategie 2022».

40 Quelle 15: «Code of Conduct» Artikel 2.2.3.

41 Quelle 18: «Teo Jakob Toner»

42 Quelle 16: «Antworten Fragebogen Teil FRW» Tabelle Flottenübersicht.

43 Quelle 16: «Antworten Fragebogen Teil FRW» Tabelle Diesel.

44 Quelle 16: «Antworten Fragebogen Teil FRW» Tabelle Diesel.

3.5. Unser CO₂-Ausstoss

Da wir kein Produktionsbetrieb, sondern eine Handelsunternehmung sind, fallen bei uns keine Verunreinigungen des Bodens oder des Wassers an.

Unsere Luftbelastung wird erzeugt, einerseits über die Heizung, aber insbesondere über den Treibstoffverbrauch unserer Firmenfahrzeuge. Im Geschäftsauftrag legen unsere Fahrzeuge etwa 455'000 km pro Jahr zurück und stossen so 196.5 t CO₂ aus⁴⁵.

42%

weniger CO₂ Verbrauch pro Jahr

im Vergleich zu einem durchschnittlichen Unternehmen mit derselben Raumfläche.

Als teo jakob verbrauchen wir insgesamt rund 463.7 Tonnen CO₂ pro Jahr⁴⁶. Das ergibt einen CO₂-Verbrauch pro Vollzeitäquivalent (99,7 FTE) von 4,65 Tonnen pro Jahr.

Im Vergleich verbraucht eine durchschnittliche Firma ebenfalls mit 99,7 Vollzeitäquivalenten und gleicher benutzter Raumfläche durchschnittlich 808 Tonnen⁴⁷ oder 8.1 Tonnen pro Vollzeitäquivalent. In dieser Berichterstattung ist der CO₂-Ausstoss, gegenüber der letzten Berichterstattung leicht angestiegen. Dies aus dem Grund, weil neu auch die verbrauchte Datenmenge für Server, E-Mail-Kommunikation, Streaming, etc. miteinkalkuliert werden.

4. Unser Arbeiten

Unsere Mitarbeitenden sind unsere Stärke. So ist es nur schlüssig, dass diese Anspruchsgruppe auch in unserer Nachhaltigkeitsstrategie als erste von Verbesserungsmassnahmen profitiert. Verbindlichkeit, Vertrauen und Zufriedenheit in Bezug auf unsere Mitarbeitenden sind die Hauptpunkte, welche wir noch verstärkt entwickelt haben. Dazu haben wir im 2022 neue Leitlinien erarbeitet und sie in unseren Compliance Richtlinien zusammengefasst. Die Themen reichen von Weisungen zur Annahme und Vergabe von Geschenken über Grundsätze zu Persönlichkeitsschutz und sexueller Belästigung bis hin zu Datenschutz und Anlaufstellen bei Verstössen oder sonstigen Problemen.

Unsere Ideen und unser Verhalten lassen wir in einer jährlichen Zufriedenheitsumfrage von unseren Mitarbeitenden überprüfen.⁴⁸ Alle zwei Jahre wird eine 360°-Umfrage⁴⁹ gemacht, welche von der HR-Abteilung ausgewertet wird. Die wichtigsten Ergebnisse werden vom CEO den Mitarbeitenden kommuniziert.

4.1. Unser Führen

Wir haben flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege⁵⁰. Wir wollen, dass alle Mitarbeitenden Freiräume selbstbewusst und intelligent nutzen. Dabei dürfen Fehler passieren. Wir verstehen Fehler als Chancen zur Weiterentwicklung. Unsere verbindlichen Führungsgrundsätze basieren auf unseren hohen moralisch-ethischen Ansprüchen und leiten sich aus unserem Leitbild und insbesondere aus unseren Compliance Richtlinien ab. Sie werden jährlich bei den Mitarbeitendengesprächen sowohl Top-Down⁵¹ als auch Bottom-up⁵² überprüft. Bei Bedarf werden individuell Weiterbildungen für Führungskräfte zu einem für sie relevanten Thema vereinbart. Neue Mitarbeitende werden mit einem Einführungsprogramm⁵³ über unsere Werte geschult.

Neben den üblichen Teambesprechungen bieten wir all unseren Mitarbeitenden Halt und Orientierung in standardisierten halbjährlichen Gesprächen⁵⁴, in welchen neben den gemeinsamen Zielen auch individuelle Entwicklungsperspektiven definiert resp. überprüft werden.

4.2. Unsere Bedingungen

Unsere Arbeitsbedingungen⁵⁵ richten sich grundsätzlich nach den gesetzlichen Vorschriften und bewegen sich im oberen Bereich des Branchendurchschnitts. So gilt bei uns die 42,5-Stundenwoche und wir bieten allen Mitarbeitenden 5 Wochen Ferien.

Die Arbeitsbedingungen werden für alle Mitarbeitenden schriftlich in einem Einzelarbeitsvertrag⁵⁶ basierend auf den Anstellungsbedingungen⁵⁷ festgehalten. Ergänzt werden diese vertraglichen Bestandteile durch verschiedene integrierende Reglemente.

Mitarbeitende der Geschäftsleitung, des Kaders, des Verkaufs sowie der Bereiche Objekt und Innenarchitektur erhalten neben ihrem Fix-Lohn-Anteil einen erfolgsabhängigen variablen Lohnanteil. Die Bedingungen sind in einem Reglement⁵⁸ verankert. Auch die Vorsorge erfolgt nach den gesetzlichen Vorschriften. Alle unsere pensionskassenpflichtigen Mitarbeitenden sind entsprechend versichert mit Ausnahme des Kaders, welches auch den überobligatorischen Lohn versichert hat. Die Pensionskasse weist aktuell einen Deckungsgrad von 100 % (Stand Juni 2022) aus.

45 Quelle 19: «Berechnungen myclimate».

46 Quelle 19: «Berechnungen myclimate».

47 Berechnungen auf myclimate mit Eingabe: «Erfahrungswerten».

48 Quelle 20: «Mitarbeitendenumfrage».

49 Quelle 21: «3600-Umfrage».

50 Quelle 22: «Organigramm».

51 Quelle 23: «Führungsgrundsätze Top-Down».

52 Quelle 24: «Führungsgrundsätze Bottom-up».

53 Quelle 11: «Einführungsprogramm».

54 Quelle 20: «Mitarbeitendenumfrage».

55 Quelle 25: «Anstellungsbedingungen».

56 Quelle 26: «EAV».

57 Quelle 25: «Anstellungsbedingungen».

58 Quelle 27: «variables Lohnsystem».

4.3. Unser Team

Unser Team hat sich im Vergleich zum Vorjahr um acht Personen erhöht und besteht per 31.12.2022 aus 111 Mitarbeitenden⁵⁹ verteilt auf 99,7 FTE. Insgesamt konnten wir 16 neue Kolleginnen und Kollegen bei uns begrüßen. Zusätzlich sehr gefreut haben wir uns über unsere mit 11,2 % im Gegensatz zu 20 % im Jahr 2020 wesentlich geringere Fluktuation. Unsere verschiedenen Massnahmen scheinen Früchte zu tragen.

Mit einem Verhältnis von 54 Frauen zu 57 Männern ist das Geschlechterverhältnis nahezu ausgeglichen und hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht zugunsten der Frauen verschoben. Es beträgt 48,7 % Frauen zu 51,3 % Männer.

18,9 % (16,5 % im VJ) unserer Mitarbeitenden sind unter 30 und 35,1 % (35,92 % im VJ) Personen über 50 Jahre alt. Damit haben wir einen guten Altersmix, welcher Erfahrung und Zukunft sichert.

Zusätzlich zu den 99,7 FTE beschäftigen wir im Durchschnitt 4,9 FTE in Form von temporär Mitarbeitenden zur Überbrückung von krankheitsbedingten Ausfällen oder Auftragsspitzen. Diese Mitarbeitenden sind über Personalverleiher angestellt. Von den 111 Mitarbeitenden haben 14 Personen, neun Männer und 5 Frauen eine Kaderfunktion ohne Geschäftsleitungsfunktionen. Die Erhöhung des Kaders um 4 Personen erfolgte ausschliesslich über die Beförderung von Frauen. teo jakob wird auch im Kader weiblicher, was wir im Sinne der Chancengleichheit auch wollen. Mit der Geschäftsleitung von teo jakob sind 5 Männer und 1 Frau beauftragt⁶⁰.

4.4. Unsere Qualifizierungsmassnahmen

Die Qualifizierung unserer Mitarbeitenden ist für teo jakob ein zentrales Anliegen. Nur gut qualifizierte Mitarbeitende können unsere Werte leben und für unsere Kundschaft die besten Lösungen finden. So werden alle unsere Mitarbeitenden zwischen 30 bis 35 Stunden pro Jahr intern über unsere Produkte und Lieferfirmen eingehend geschult. Neben den internen Schulungen, welche wir finanziell nicht beziffern können, sind für uns

externe Weiterbildungen mit anerkannten Diplomen zentral. Im Moment besuchen 5 Mitarbeitende eine Diplomweiterbildung. Unsere Kosten für externe Weiterbildungen schwanken je nach Bedarf der Mitarbeitenden von Jahr zu Jahr.

Im Berichtsjahr haben wir rund CHF 18'000.–⁶¹ gegenüber CHF 43'000.– im Vorjahr aufgewendet. Im Bereich der Berufsausbildung bieten wir neu in drei Berufen⁶² fünf gegenüber bislang zwei Lernende aus.

Mit drei ausgebildeten Berufsbildenden⁶³ können wir mit einem Betreuungsschlüssel von 1,2:1 die optimale Weitergabe von Fachwissen an die nächste Generation gewährleisten.

4.5. Unsere Gesundheitsfürsorge

Einrichtung leistet einen wichtigen Beitrag zur Gesundheit und zum Wohlbefinden von Menschen. teo jakob nimmt seine Aufgabe nicht nur bei seinen Projekten wahr, wir kümmern uns bewusst um das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden.

Die Teo Jakob AG ist Mitglied der ASA Branchenlösung interieursuisse und hat pro Standort eine Kontaktperson für Arbeitssicherheit⁶⁴ bestimmt. Diese Personen arbeiten eng mit unserem Sicherheitsbeauftragten (SIBE), welcher Mitglied der Geschäftsleitung ist, zusammen. Die Position des SIBE unterstreicht die Wichtigkeit, welche teo jakob der Unversehrtheit der Mitarbeitenden beimisst.

Im Logistik-Bereich begegnen wir den Hauptrisiken Stolpern und Ausrutschen, Überbelastung des Rückens und Sich-Schneiden, indem alle Mitarbeitenden ihre persönliche Schutzausrüstung (Schuhe, Handschuhe) tragen und Lasten grundsätzlich zu zweit und mit Hilfsmitteln transportiert werden und selbstverständlich alle Vorschriften gemäss ASA Branchenlösung eingehalten werden. Glücklicherweise hatten wir bis heute keine gravierenden Arbeitsunfälle, welche eine längere Abwesenheit bedingt hätten, zu verzeichnen.

Um Haltungsschäden oder Augenleiden vorzubeugen, hat teo jakob ergonomische Büroinfrastruktur und flimmerfreie Bildschirme allen Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt. Dem Risiko von psychischen Erkrankungen begegnen wir einerseits durch die Schulung unserer Führungskräfte und alljährliche Mitarbeitenden-Gespräche, welche auf die Person abgestimmte persönliche und geschäftliche Zielsetzungen beinhalten, andererseits durch das Angebot von Aus- und Weiterbildungen oder der Option von Urlauben und grundsätzlich im Gespräch mit der Personalabteilung und neu auch mit der Möglichkeit, externe Beratungsstellen aufzusuchen.⁶⁵

Trotz aller Bemühungen mussten wir im 2022 7'668 Stunden krankheitsbedingte Absenzen verzeichnen. Mit einer Krankheitsquote von 3,08 %⁶⁶ im Berichtsjahr liegen wir allerdings massiv unter dem schweizerischen Durchschnitt, welcher für den Wirtschaftsabschnitt Handel und Reparaturen mit einer Quote von 4,4 % beziffert wird.⁶⁷

4.6. Unsere Chancengleichheit

Durch unser klares Lohnsystem ist bei uns Lohn-gleichheit zwischen den Geschlechtern verwirklicht. Dies wird regelmässig durch die Kontrollen mit Logib⁶⁸ offiziell bestätigt. Mit einem Frauenanteil von nahezu 50 % herrscht in unserem Personal Ausgeglichenheit. Im Verwaltungsrat mit 25 % und in der Geschäftsleitung mit 16 %. erfüllen wir unsere Ziele noch nicht. Im Bereich des Kaders konnten wir unseren Frauenanteil um 20 % auf gut über 30 % steigern.

Im Bereich Mutter- und Vaterschaft halten wir uns an die gesetzlichen Vorschriften, bieten aber nach Möglichkeit den Wiedereinstieg nach dem Unterbruch an. Erfahrungsgemäss arbeiten rund 40 % aller betroffenen Frauen nach ihrer Schwangerschaftspause wieder bei uns. Den gesetzlichen Vaterschaftsurlaub von 14 Tagen und dem einem von teo jakob zusätzlich angebotenen Tag haben im Jahr 2022 drei Väter bezogen. Im Vorjahr waren es zwei Männer.

Die Teo Jakob AG setzt ihre Werte bezüglich Gleichstellung konsequent und erfolgreich um. Dies zeigt einerseits die Geschlechterverteilung, andererseits die Tatsache, dass bislang keine Fälle von Diskriminierung, Belästigung oder Mobbing zu verzeichnen waren.

Wie in unserer Nachhaltigkeitsstrategie⁶⁹ definiert, arbeiten wir an einem Betriebsklima, in welchem unsere Mitarbeitenden auch zukünftig geschützt sind und sich respektiert fühlen. Dazu dient neu neben den Compliance Richtlinien⁷⁰ auch ein neuer Sprachleitfaden.⁷¹

Wir respektieren Menschen für ihr Menschsein. Bei der Einstellung oder Beförderung zählen für uns einzig die Qualifikation – unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Aussehen, körperlichen Beeinträchtigungen, politischer Einstellung und sexueller Orientierung.

59 52 Personen in Bern, 23 in Genf und 36 in Zürich/Winterthur.

60 Quelle 28: «Mitarbeitendenstruktur».

61 Quelle 08: «Jahresrechnung 2022».

62 Detailhandelsfachmann/-frau EFZ Fachrichtung Möbel; Zeichner/-in Fachrichtung Innenarchitektur EFZ, neu: Logistiker; Logistikerin EFZ.

63 Quelle 28: «Mitarbeitendenstruktur».

64 Quelle 29: «Organigramm Sicherheit».

65 Quelle 13: «Compliance Richtlinien».

66 Quelle 03: «Fragebogen_NB_Aktualisierung-2022» Antwort 286.

67 Quelle 30: «Krankheitsquote CH 2022».

68 Quelle 31: «Logib», Prüfung alle zwei Jahre.

69 Quelle 01: «Nachhaltigkeitsstrategie 2022».

70 Quelle 13: «Compliance Richtlinien».

71 Quelle 32: «Sprachleitfaden».

5. Unser Vorgehen

Der vorliegende Bericht wurde von teo jakob in Zusammenarbeit mit transparat GmbH im Sommer 2023 verfasst.

Die meisten Informationen wurden nach einem Fragekatalog basierend auf den GRI-Kriterien bei teo jakob beschafft. Buchhaltung, Reglemente, Verträge und eigene Analysen bildeten die Quellen.

5.1. Unser Inhalt

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bildet die aktuelle Situation bei teo jakob für das Jahr 2022 ab. Er umfasst unsere Firma als ökonomischer Akteur, zeigt unsere Werte und legt Rechenschaft über unser ökologisches und soziales Verhalten ab.

Es ist uns wichtig festzuhalten, dass sich dieser Bericht ausschliesslich auf uns als Handelsunternehmen bezieht und nicht auf unsere Handelswaren selber, bei welchen Nachhaltigkeitsaspekte vielfach durch die Kundinnen und Kunden respektive von den Herstellerfirmen bestimmt werden.

5.2. Unser Kontakt

Weitere Auskünfte oder Einsicht in die Quellen gibt Ihnen gerne:

Evelyne Läderach
Leitung HR & Nachhaltigkeitsverantwortliche

Teo Jakob AG
Gerechtigkeitsgasse 25
3000 Bern 8
Tel. +41 31 327 57 14
evelyne.laederach@teojakob.ch

6. Unsere Grundlagen

6.1. Unsere Quellen

Quelle 01: «Nachhaltigkeitsstrategie 2022».

Quelle 02: «Nachhaltigkeitsbericht 2021».

Quelle 03: «Fragebogen_NB_Aktualisierung-2022».

Quelle 04: «Angaben zu Homeoffice und FTE».

Quelle 05: <https://teojakob.ch/de/teo-jakob-geschichte/>

Quelle 06: «Strategie 2019 - 2022».

Quelle 07: «Antworten Beschaffung und Logistik».

Quelle 08: «Jahresrechnung 2022».

Quelle 09: «Leitbild».

Quelle 10: «Statista».

Quelle 11: «Einführungsprogramm».

Quelle 12: «Revisionsbericht».

Quelle 13: «Compliance Richtlinien».

Quelle 14: «Funktionendiagramm».

Quelle 15: «Code of Conduct».

Quelle 16: «Antworten Fragebogen Teil FRW»

Quelle 17: «Mietspiegel».

Quelle 18: «Teo Jakob Toner»

Quelle 19: «Berechnungen myclimate».

Quelle 20: «Mitarbeitendenumfrage».

Quelle 21: «360°-Umfrage».

Quelle 22: «Organigramm».

Quelle 23: «Führungsgrundsätze Top-Down».

Quelle 24: «Führungsgrundsätze Bottom-up».

Quelle 25: «Anstellungsbedingungen».

Quelle 26: «EAV».

Quelle 27: «variables Lohnsystem».

Quelle 28: «Mitarbeitendenstruktur».

Quelle 29: «Organigramm Sicherheit».

Quelle 30: «Krankheitsquote CH 2022».

Quelle 31: «Logib», Prüfung alle zwei Jahre.

Quelle 32: «Sprachleitfaden».

6.2. Unsere GRI-Referenz

Kapitel	GRI-Referenz
1. Unsere Motivation	102.15.6; 102.45; 102.47
1.1. Unser Prozess	102.5; 103.2.1; 103.2.2; 103.3; 102.15.9
2. Unser Unternehmen	102.1; 102.18.1; 102.7.4; 102.18.2; 102.19; 102.16; 102.24; 102.26; 102.27; 103.2.3; 413.1 ii.; 413.1 iii.
2.1. Unsere Überzeugungen	102.14; 102.20.1; 102.20.2; 102.22.1; 102.22.2; 102.22.3
2.2. Unser Markt	102.2.1; 102.2.2; 102.7.5102.6.1; 102.6.2; 201.2418.1 a.; 418.1 b.; 418.1 c.; 418.1.a.i.; 418.1.a.ii.
2.3. Unsere Leitplanken	102.30; 205.1 a.; 205.1 b.; 205.2 a.; 205.2 b.; 205.2 d.; 205.2 e.; 205.3 b.; 206.1a.; 206.1 b.; 207.1a.; 207.1.a.i.; 207.1.a.ii.; 207.1.a.iii.; 207.1.a.iv.; 207.1 b.; 207.1c.; 207.4 a.; 207.4 b.; 207.4.b.i.; 207.4.b.ii.; 207.4.b.iii.; 207.4.b.iv.; 207.4.b.v.; 207.4.b.vi.; 207.4.b.vii.; 207.4.b.viii.; 207.4.b.ix.; 207.4c.; 307.1 a.; 307.1.a.i.; 307.1.a.ii.; 307.1.a.iii.; 307.1 b.; 412.1 a.; 412.3 a.; 412.3b.; 416.2 a.; 416.2.a.i.; 416.2.a.ii.; 416.2.a.iii.; 417.3 a.; 417.3.a.i.; 417.3.a.ii.; 417.3.a.iii.; 417.3 b.; 419.1 a.; 419.1.a.i.; 419.1.a.ii.; 419.1.a.iii.; 419.1 b.; 419.1 c.;
2.4. Unsere Einflussnahme	102.13; 102.25.1; 102.35.1; 102.36; 413.2 a.; 413.2 i.; 413.2 ii.; 415.1a.; 415.1 b.
2.5. Unser Sortiment	102.10; 102.9; 204.1 a.; 204.1 b.; 204.1 c.; 205.2 c.; 308.1 a.; 308.2a.; 308.2b.; 308.2 c.; 308.2 d.; 308.2 e.; 407.1 a.; 407.1.a.i.; 407.1.a.ii.; 407.1 b.; 408.1 a.; 408.1 ai.; 408.1 aii.; 408.1 b.; 408.1 bi.; 408.1bii.; 408.1 c.; 409.1 a.; 409. 1.a.i.; 409. 1.a.ii.; 411.1 a.; 411.1 b.; 411. 1.b.i.; 411. 1.b.ii.; 411. 1.b.iii.; 411. 1.b.iv.; 414.1 a.; 414.2 a.; 414.2 b.; 414.2 c.; 414.2 d.; 414.2 e.; 412.3 a.;
2.6. Unsere Anspruchsgruppen	102.40; 102.42; 102.43; 102.44; 102.21.1; 102.21.2; 102.29; 102.37; 207.3 a.; 207.3a i.; 207.3a ii.; 207.3a iii.
2.7. Unseren Beitrag an die Gesellschaft	102.45; 102.7.3; 201.1; 201.2; 203.2 b.; 203.1 a.; 203.1 b.; 203.1 c.; 203.2 a.
3. Unser Umwelteinfluss	
3.1. Unser Wasserverbrauch	303.1 a.; 303.1 b.; 303.1 c.; 303.1 d.; 303.2 a.; 303. 2.a.i.; 303. 2.a.ii.; 303. 2.a.iii.; 303. 2.a.iv.; 303.3 a.; 303.3 ai.; 303.3 aii.; 303.3 AIIB.; 303.3 aiv.; 303.3 av.; 303.3 b.; 303.3 bi.; 303.3 bii.; 303.3 biii.; 303.3 biv.; 303.3 bv.; 303.3 c.; 303.3 ci.; 303.3 cii.; 303.3 d.; 303.4 a.; 303.5 a.; 303.5 b.; 303.5 c.; 303.5 d.; 304.1 a.; 304.1 i.; 304.1 ii.; 304.1 iii.; 304.1 iv.; 304.1 v.; 304.1 vi.; 304.1 vii.; 304.2 a.; 304.2 ai.; 304.2 aii.; 304.2 aiii.; 304.2 aiv.; 304.2 av.; 304.2 avi.; 304.2 b.; 304.2 bi.; 304.2 bii.; 304.2 biii.; 304.2 biv.; 304.3 a.; 304.3 b.; 304.3 c.; 304.3 d.; 304.4 a.; 304.4 i.; 304.4 ii.; 304.4 iii.; 304.4 iv.; 304.4 v.; 306.5 a.; 306.5 i.; 306.5 ii.; 306.5 iii. 306.2 avi. ; 306.1 a. ; 306.1 b. ; 306.1.a.i. ; 306.1.a.ii.; 306.1.a.iii.; 306.2.b.vi.
3.2. Unser Energieverbrauch	302.1.e; 302.1.f
3.3. Unser Abfall	301.1 a.; 301.1 i.; 301.1 ii.; 301.2; 301.3 a.; 301.3 b.; 306.2 a.; 306.2 Ai.; 306.2 aii.; 306.2 AIIB.; 306.2 aiv.; 306.2 aix.; 306.2 av.; 306.2 avi.; 306.2 avii.; 306.2 aviii.; 306.2 b.; 306.2 bi.; 306.2 bii.; 306.2biii.; 306.2 biv.; 306.2 bix.; 306.2 bv.; 306.2 bvi.; 306.2bvii.; 306.2 bviii.; 306.2 c.; 306.2 ci.; 306.2 cii.

3.4. Unsere Wege	305.1 a.
3.5. Unser CO ₂ -Ausstoss	302.1.a; 302.1.b; 302.1.c; 302.1.d; 302.1.e; 302.1.f; 302.1.g; 302.2.a; 302.2.b; 302.2.c; 302.3.a; 302.3.b; 302.3.c; 302.3.d; 302.4.a; 302.4.b; 304.2 a.; 304.2 Ai.; 304.2 aii.; 304.2 AIIB.; 304.2aiv.; 304.2av.; 304.2 avi.; 304.2 b.; 304.2 bi.; 304.2 bii.; 304.2 biii.; 304.2 biv. 304.2.c; 304.2.d; 304.2.a; 304.2.b; 304.2.c; 304.3 a.; 305.1 a.; 305.1 b.; 305.1 c.; 305.1 d.; 305.1 e.; 305.1 f.; 305.1 g.; 305.1.d.i.; 305.1.d.ii.; 305.1.d.iii.; 305.2 a.; 305.2 b.; 305.2 c.; 305.2d.; 305.2 e.; 305.2 f.; 305.2 g.; 305.2.d.i.; 305.2.d.ii.; 305.2.d.iii.; 305.3 a.; 305.3 b.; 305.3 c.; 305.3 d.; 305.3 e.; 305.3 f.; 305.3 g.; 305.3.e.i.; 305.3.e.ii.; 305.3.e.iii.; 305.4 a.; 305.4 b.; 305.4c.; 305.4 cc.; 305.4 d.; 305.5 a.; 305.5 b.; 305.5 c.; 305.5 d.; 305.5 e.; 305.6 a.; 305.6 b.; 305.6 c.; 305.6 d.; 305.7 a.; 305.7.a.i.; 305.7.a.ii.; 305.7.a.iv.; 305.7.a.v.; 305.7.a.vi.; 305.7.a.vii.; 305.7 b.; 305.7 c.; 306.3 a.; 306.3 b.; 306.3 c.; 306.3.b.i.; 306.3.b.ii.; 306.3.b.iii.
4. Unser Arbeiten	102.16
4.1. Unser Führen	102.38; 102.39
4.2. Unsere Bedingungen	102.11 ; 102.41; 201.3.1 ; 201.3.2 ; 201.3.3202.1.1; 202.1.2; 202.1.3; 401.2 a.; 401.2 i. ; 401.2 iii.401.2 iv.; 401.2 v. ; 401.2 vi.; 401.2 vii.; 401.3 a.; 401.3 b.; 401.3 c.; 401.3 d.; 401.3 e.; 402.1 a.; 402.1 b.; 404.2 b.
4.3. Unser Team	102.7.1 ; 102.8.1 ; 102.8.2 ; 102.8.3 ; 102.8.4 ; 102.8.5 ; 202.2 ; 401.1 a. ; 401.1 b. ; 401.2 b. ; 405.1 a. ; 405.1 Ai. ; 405.1 aii. ; 405.1aiii. ; 405.1 b. ; 405.1 bi. ; 405.1 bii. ; 405.1 biii.; 403.8 b.; 403.8 c.; 403.8.a.i.; 403.8.a.ii.; 403.8.a.iii.; 403.9 av.; 403.9 b.; 403.9 bi.; 403.9 bii.; 403.9 biii.; 403.9 biv.; 403.9 bv.; 403.9 c.; 403.9 ci.; 403.9 cii.; 403.9 ciii.; 403.9 d.; 403.9 e.; 403.9 f.; 403.9g.; 404.1 a.; 404.1 i.; 404.1 ii.; 404.2 a.; 404.2 b.; 404.3 a.; 410.1 a.; 410.1 b.
4.4. Unsere Qualifizierungsmassnahmen	404.2 a.; 404.1 a.; 404.1 i.; 404.1 ii.; 404.2 b.; 404.3 a.; 412.2 a.; 412.2 b.
4.5. Unsere Gesundheitsfürsorge	401.2 ii.; 403.1 a.; 403.1.a.i.; 403.1.a.ii.; 403.1 b.; 403.2 a.; 403.2 b.; 403.2 c.; 403.2 d.; 403.2.a.i.; 403.2.a.ii.; 403.4 a.; 403.4 b.; 403.5a.; 403.6 a.; 403.6 b.; 403.7a.; 403.8 a.; 403.8 b.; 403.8 c.; 403.8.a.i.; 403.8.a.ii.; 403.8.a.iii.; 403.9 a.; 403.9 ai.; 403.9 aii.; 403.9 AIIB.; 403.9 aiv.; 403.9 av.; 403.9 b.; 403.9 bi.; 403.9 bii.; 403.9 biii.; 403.9 biv.; 403.9 bv.; 403.9 c.; 403.9 ci.; 403.9 cii.; 403.9 ciii.; 403.9 d.; 403.9 e.; 403.9f.; 403.9 g.; 403.10 a.; 403.10 ai.; 403.10 aii.; 403.10 aiii.; 403.10 b.; 403.10 bi.; 403.10 bii.; 403.10biii.; 403.10 c.; 403.10 ci.; 403.10 cii.; 403.10 ciii.; 403.10d.; 403.10 e.; 413.1 vii.; 413.1 viii.
4.6. Unsere Chancengleichheit	405.2 a.; 405.2 b.; 406.1 a.; 406.1 b.; 406.1 i.; 406.1 ii.; 406.1 iii.; 406.1 iv.; 406.1 a.; 406.1 b.; 413.1 a.; 413.1 i.
5. Unser Vorgehen	102.15.4; 102.15.5; 102.15.10; 102.15.11; 102.17.1; 102.17.2; 102.31
5.1. Unser Inhalt	102.47; 102.45; 203.2 b.; 303.1 c.
5.2. Unser Kontakt	102.53
6. Unsere Grundlagen	102.46
6.1. Unsere Quellen	102.45; 203.2 b.; 303.1 c.
6.2. Unsere GRI-Referenz	102.55

