

# Von „CSR-compliant“ zu „ESG Prime“

Die Evolution der Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis

BAFIT Online-Panel Nachhaltigkeitsberichterstattung

11.05.2021 - Moritz Bühner, Teamleader Corporate Sustainability

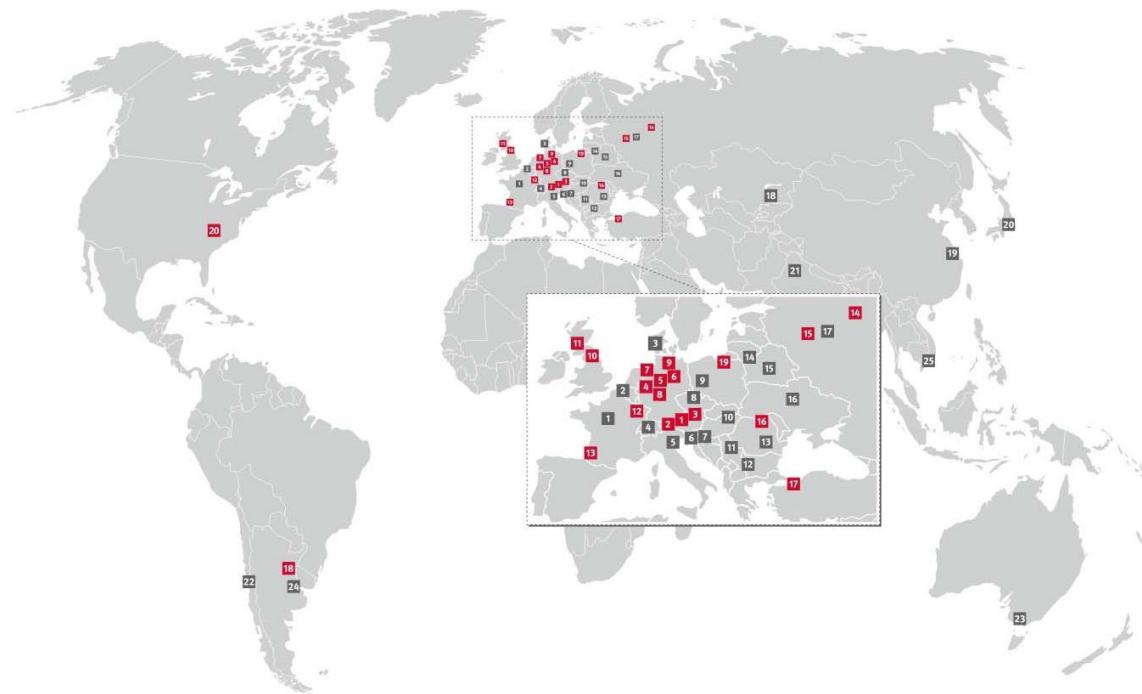
MEHR AUS HOLZ.



**Wir sind EGGER.**



## Unsere Vision



**Wir sind die  
führende Marke  
für Lösungen rund  
um das Leben und  
Arbeiten mit Holz.**

# Unsere Kunden

Wir bieten für jede Zielgruppe die richtige Lösung.



Möbelindustrie



Handel / Handwerk /  
Architektur

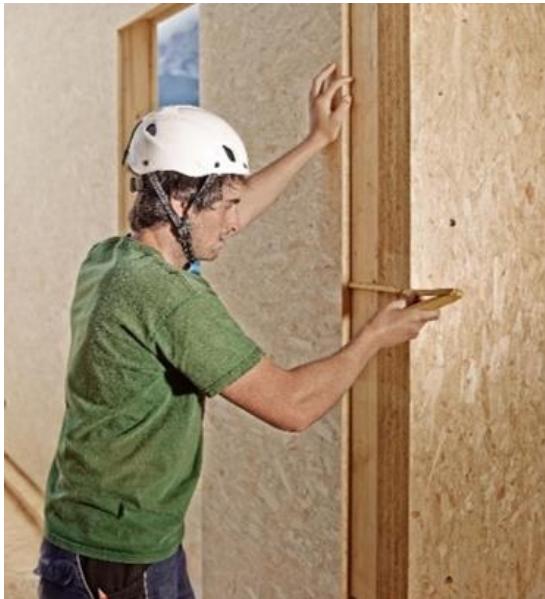


DIY

Produkte für den Möbel-  
und Innenausbau



## Bauprodukte



**OSB 4 TOP:** die Holzbauplatte mit optimalen statischen und bauphysikalischen Eigenschaften gemäß CE-Leistungserklärung



**DHF:** die diffusionsoffene und feuchtebeständige Holzfaserplatte



**Schnittholz:** frisch, technisch getrocknet oder gehobelt verfügbar

MEHR AUS HOLZ.

E EGGER

# Fußboden



Laminat-Boden



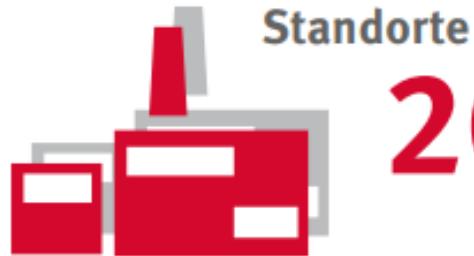
Comfort-Boden



Design-Boden Green Tec



## Zahlen & Fakten



Standorte

20

Werke weltweit

ca. 10.100  
Mitarbeiter



ca. 2,83  
Mrd. € Umsatz



Zahlen und Fakten  
Geschäftsjahr 2019 / 2020

# Zahlen & Fakten

## Unsere Rohstoffe

60 % des eingesetzten Holzes  
stammen aus Nebenprodukten oder

Recycling.



72 % des Frischholzes werden  
**regional**  
eingekauft.



## Unsere Energie

81 % des Brennstoffverbrauchs sind



**erneuerbar.**

## Unsere Mitarbeiter

Führungsfunktionen werden zu 76 % mit

**internen  
Kandidaten**

neu besetzt.



## Unsere Produkte

88 % aller in der Herstellung unserer Produkte  
eingesetzten Materialien sind aus  
nachwachsenden  
Rohstoffen.



Für 80 % der Produkte liegt  
eine extern verifizierte  
**Umweltpunkt-  
deklaration**  
(EPD) vor.



# Nachhaltigkeit bei EGGER

Mehr aus Holz heißt mehr Transparenz.

## Produkte



## Produktion



## Mitarbeiter & Gesellschaft



*Wir sorgen für  
nachhaltige  
Produkte.*

*Wir sorgen für eine  
umweltfreundliche  
Produktion.*

*Wir nehmen  
unsere soziale  
Verantwortung wahr.*

## Unser Anspruch

- Wir übernehmen Verantwortung für die Lieferkette. Wir fördern die regionale Wertschöpfung und sorgen für eine nachhaltige Holzherkunft.
- Wir nehmen unsere soziale Verantwortung wahr. Wir fördern menschenwürdige, sichere Arbeit von zufriedenen Mitarbeitern und sorgen für gute Ausbildung und Vielfalt.
- Wir sorgen für eine umweltfreundliche Produktion. Wir fördern Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft und erhöhen die Ressourceneffizienz.
- Wir halten uns an Gesetze und Vereinbarungen und motivieren andere, es uns gleichzutun.
- Wir sorgen für nachhaltige Produkte. Wir fördern nachhaltigen Konsum und gesunde Lebensbedingungen.

WITH EVERY TREE WE PLANT, WE OFFSET  
SOME OF THE CARBON FROM ALL THE  
HOT AIR WE PRODUCE TALKING ABOUT  
HOW SUSTAINABLE THIS MAKES US.



## Das gesellschaftliche Umfeld

- Die Legitimation für unternehmerisches Handeln findet zunehmend weniger Konsens, wenn sie sich auf Steuern zahlen und Arbeitsplätze schaffen begrenzt
  - Besonders die produzierende Wirtschaft wird zur Rechenschaft gezogen für ihren Anteil an Umweltproblemen, Ressourcenknappheit und Wohlstandgefälle
  - In immer mehr reichen Gesellschaften wird Industrie als Problem, nicht als Lösung wahrgenommen
- 
- Unternehmen sind in der Defensive
  - Bei Egger stehen die Holzernte in Ländern mit hohem Korruptionsindex und der Einsatz von Chemikalien im Zentrum der Kritik



Unsplash, Markus Spiske  
<https://unsplash.com/photos/5sh24a7m0BU>

## Egger-Strategie, um Vertrauen aufzubauen

- An existierender Grundüberzeugung und langfristig orientierter Strategie festhalten
- Volle Transparenz schaffen, sowohl über die eigene Organisation, als auch über die Auswirkungen des eigenen Handelns auf Gesellschaft und Umwelt
- Etablierte Formate bedienen: Nachhaltigkeit in standardisierter, glaubwürdiger, zielgruppengerechter Form messen und kommunizieren

### Die EGGER Unternehmensgrundsätze

#### Unsere Werte als Familienunternehmen

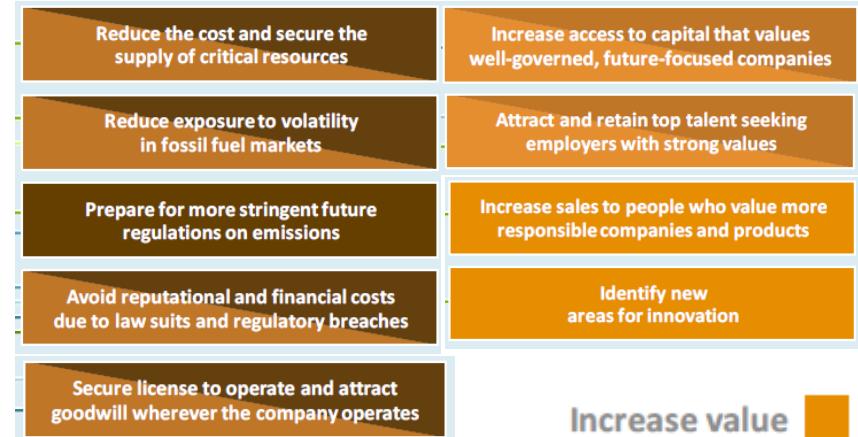


Wir verstehen uns als transparentes und modernes Familienunternehmen und präsentieren uns so am Arbeitsmarkt.  
Die nachhaltige Sicherung und die Weiterentwicklung des Unternehmens zur Generationsweitergabe stehen bei unseren Entscheidungen im Vordergrund.  
Menschlichkeit, Vertrauen, respektvoller Umgang miteinander und Loyalität prägen unser tägliches Handeln.  
Wir stehen zu unserem Wort (Handschlag).

# Mehrwert durch Nachhaltigkeit

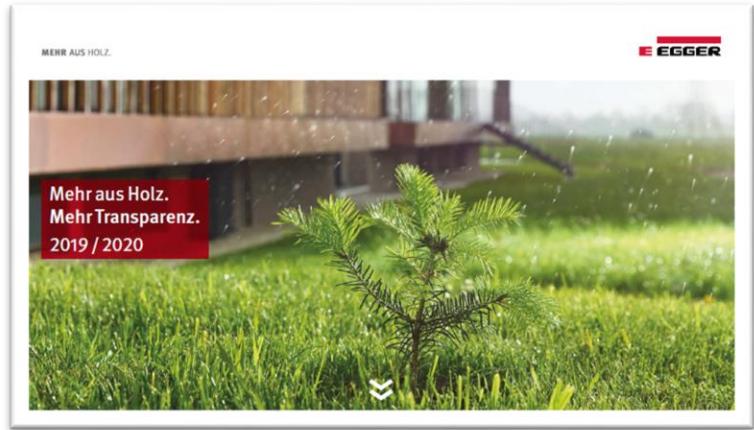
- Unabhängigkeit von kurzfristigen Marktdynamiken durch stabile Kunden- und Lieferantenbeziehungen mit geringer Tiefe
- Frühe Vorbereitung auf verschärfte Regularien (z.B. „Green Deal“)
- Geringere Reputationsrisiken (bei Kunden, in Region, bei Greenfield Investments)
- Potentiell breiterer Zugang zu Personal und Kapital
- Ganzheitlicher Blick beugt frühzeitig Compliancerisiken vor und erweitert Potential für Produktinnovationen

## Potential Business Benefits



## Unsere Ansätze

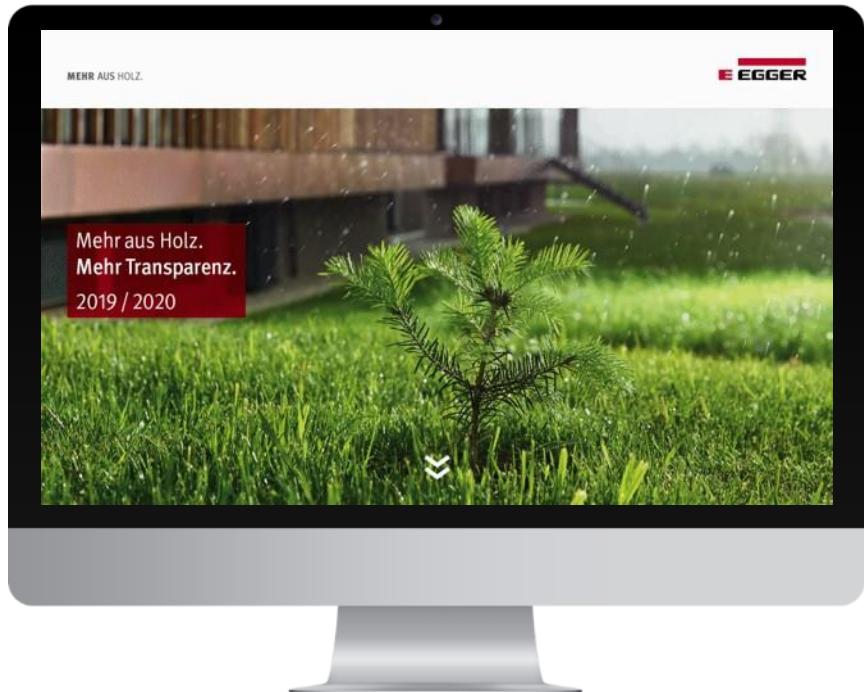
- Nachhaltigkeitsbericht als Dreh- und Angelpunkt zur Positionierung von EGGER als verantwortungsbewusstes Unternehmen
  - Jährlich aktualisiert
  - Positive Beiträge und selbstkritische Reflexion ausgewogen
  - Extern geprüft auf Einhaltung von
    - GRI
    - NaDiVeG
- Über Wesentlichkeitsanalyse wird angestrebt, alle wesentlichen Themen, auch aus Sicht von externen Stakeholdern, abzubilden



## Mehr Transparenz

Nachhaltigkeitsbericht  
online verfügbar

[www.egger.com/nachhaltigkeit](http://www.egger.com/nachhaltigkeit)



## Unsere Ansätze (2)

- Nachhaltigkeitsbericht dient
  - als Werkzeug an sich
  - als Fundus für andere Formate, um unsere Nachhaltigkeits-Leistung zielgerichtet zu kommunizieren:
    - Zum Kapitalmarkt
    - Zum Arbeitsmarkt
    - Zum Kunden



# Standards und Formate zum Messen von Nachhaltigkeit, auf die EGGER baut (Auswahl), nach Zielgruppe



# Errungenschaften

## Unsere Energie

81% des Brennstoffverbrauchs sind  
erneuerbar.



## Unsere Produkte

88 % aller in der Herstellung unserer Produkte  
eingesetzten Materialien sind aus

nachwachsenden  
Rohstoffen.



## Unsere Rohstoffe

60 % des eingesetzten Holzes  
stammen aus Nebenprodukten oder

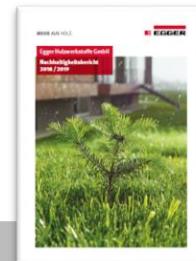
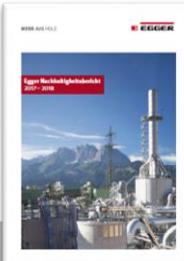
Recycling.



72 % des Frischholzes werden  
regional  
eingekauft.



# Nachhaltigkeitsberichte Egger



Bericht	2018	2019	2020
<b>Standard-konformität angestrebt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einhaltung NaDiVeG</li> <li>- „In Anlehnung“ an GRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einhaltung NaDiVeG</li> <li>- „In Anlehnung“ an GRI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einhaltung NaDiVeG</li> <li>- In Übereinstimmung GRI Kern</li> <li>- UN Global Compact</li> </ul>
<b>Standard-konformität tatsächlich</b>	29% der GRI-Angaben voll standardkonform (28/97)	63% der GRI-Angaben voll standardkonform (91/145)	100% der GRI-Angaben voll standardkonform (119/119) (inkl. begründete Auslassungen)
<b>Ambition</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compliance mit NaDiVeG (Minimalvariante), aber „nicht schämen vor Kunden“</li> <li>- Keine Awards gewinnen</li> </ul>	Bericht als Tool zur Positionierung von Egger als verantwortungsvolles Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bericht als Basis für Prime-Rating</li> <li>- Nicht nur Finanz-Zielgruppe, sondern <b>ganzheitliche Darstellung des Unternehmens nach außen</b></li> <li>- Durch Transparenz proaktiv kritischen Themen entgegnen</li> </ul>
<b>Externe Prüfung</b>	Nur Gap-Analyse	Nur Gap-Analyse	<b>Prüfung mit begrenzter Sicherheit:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- GRI-Compliance</li> <li>- NaDiVeG-Compliance</li> </ul>
<b>Ausrichtung medial</b>	print-optimiert	print-optimiert	<b>bildschirmoptimiert, interaktiv</b>
<b>Kapitelstruktur</b>	frei	teilweise einheitlich	<b>einheitlich</b>