



•• firmenportrait

KARSTADT Bremen



Eine Erfolgsgeschichte

Die Karstadt Warenhaus AG ist ein Unternehmen mit über hundertjähriger Tradition. Im Jahr 1881 eröffnete der Kaufmann Rudolph Karstadt sein erstes Geschäft: das »Tuch-, Manufactur- und Confektionsgeschäft Karstadt«. Damit legte er den Grundstein für eine der wohl erfolgreichsten Karrieren im deutschen Einzelhandel. Sein für damalige Verhältnisse revolutionäres Geschäftsmodell, Kunden nicht feilschen zu lassen, sondern mit festen, aber niedrigen Preisen zu locken, eroberte den Markt. Über Jahre hinweg und auch in schwierigen Zeiten konnte sich Karstadt gegen die Konkurrenz behaupten und sein Angebot mit dem Einstieg in die Reisebranche sowie der Eröffnung von Einrichtungs- und Sporthäusern sogar noch ausbauen. Grund des Erfolgs – damals wie heute: eine visionäre, zukunftsorientierte Geschäftspolitik.

Umweltgerechtes Wirtschaften groß geschrieben

Ein Beispiel dafür ist der Umweltschutz, den das Unternehmen bereits seit 1989 in seinen 180 Filialen betreibt – so auch im Haus Bremen. »Als führendes Handelsunternehmen in Deutschland trägt Karstadt eine große Verantwortung für den Erhalt natürlicher Lebensräume. Dieser Verantwortung stellen wir uns mit vielen Aktivitäten, Kooperationen und strengen Richtlinien, die auf nur ein Ziel ausgerichtet sind: auf ein umweltgerechtes Wirtschaften. Um unsere Erfahrungen in diesem Bereich mit anderen umweltorientierten Unternehmen auszutauschen, nehmen wir in Bremen am Projekt 'partnerschaft umwelt unternehmen' teil«, sagt Heinz-Jürgen Wagner, Geschäftsführer der Karstadt Bremen AG. Im Zusammenschluss mit anderen engagierten Unternehmen will Karstadt Bremen weiterhin nachhal-

weiter ausbauen zu können«, so Wagner.

Seit langem arbeitet das Unternehmen nach einem »Leitfaden für den Umweltschutz«, der festlegt, dass die Angebote umweltverträglicher Produkte in Zusammenarbeit mit den Lieferanten beständig erweitert werden. Auch eine sinnvolle Reduzierung von Verpackungen ist darin vorgesehen.

Der von der Unternehmensführung vorgegebene, auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Umweltgedanke wird von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in die Praxis umgesetzt. »Wir legen Wert darauf, dass jede Abteilung ihr Möglichstes zum Umweltschutz beiträgt, beispielsweise mit Kampagnen für Bio- und TransFair-Lebensmittel sowie für Energie sparende Elektrogeräte. So wollen wir das Bewusstsein der Kunden für

*Partnertreffen bei
Karstadt mit
Blick über die Dächer
von Bremen*



tige, umweltgerechte Lebens- und Arbeitsformen entwickeln und sich um einen Ausgleich zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Interessen bemühen. »Von der Allianz 'partnerschaft umwelt unternehmen' erhoffen wir uns, den Gedanken der Nachhaltigkeit im Umweltschutz gemeinsam mit Partnern

die Umwelt wecken. Unsere besondere Aufmerksamkeit gilt dabei Kindern und Jugendlichen. Mit speziellen Aktionen, wie zum Beispiel der Vorstellung umweltfreundlicher Schulmaterialien, geben wir den Verbrauchern von morgen Anstoß, an ihre Zukunft zu denken«, erklärt der Geschäftsführer des Bremer Hauses.



Daten und Fakten

● ● Adresse:

Karstadt Bremen
Obernstraße 5-33
28195 Bremen
Telefon 0421/30 71-0

● ● Kennzahlen:

Karstadts Marktanteil am deutschen Kauf- und Warenhausgeschäft liegt bei 38 Prozent. Das Unternehmen ist Marktführer in den Sortimentfeldern Mode und Sport. Täglich besuchen rund 2,5 Mill. Kunden die Filialen. Im Jahr 2002 erzielte Karstadt einen Umsatz von 6,3 Mrd. Euro.

● ● Mitarbeiter:

Die Karstadt Warenhaus AG beschäftigt rund 60.000 Mitarbeiter. In der Filiale in Bremen sind zu Stoßzeiten bis zu 1.000 Mitarbeiter tätig.

● ● Kontakt für Umweltfragen:

Harald Schmidt
harald.schmidt@karstadt.de

Heinz-Jürgen
Wagner,
Geschäftsführer
Karstadt
Bremen



Ausgezeichnetes Umweltengagement

2003 wurde Karstadt beim Wettbewerb »Nachhaltigkeit kommunizieren, Media-börse 2003« für folgende Aktionen ausgezeichnet: TransFair, die Bio-Wochen, den Öko-Schulanfang und das Malbuch »Clemens Clever«. Ein Jahr zuvor erhielt das Unternehmen den Umweltschutzpreis der Industrie 2001/02 durch den Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) für umweltorientierte Unternehmensführung. In 2001 bekam Karstadts damaliger Umweltschutzbeauftragter Klaus Wilmsen das Bundesverdienstkreuz für seine Umweltaktivitäten und ehrenamtliche Tätigkeiten in Verbänden und Institutionen überreicht.

Umweltschutz mit System

Ob im Einkauf, bei der Entsorgung oder der Verpackung von Waren, beim Transport oder der Gebäudetechnik – Umweltschutz findet bei Karstadt in allen Bereichen große Beachtung. So hat das Unternehmen speziell ausgesuchte, besonders umweltfreundliche Produkte im Sortiment, die der Kunde an einem firmeneigenen Umweltsymbol erkennt. Das Angebot reicht von Elektrogeräten über Haushaltswaren bis hin zu Spielzeug. Produkte aus der Umweltreihe tragen – bestätigt von anerkannten Forschungsinstituten – Prädikate wie »Abfall sparend«, »Wasser sparend«, »aus nachgewachsenen Rohstoffen«, »Energie sparend« oder »schadstoffarm«. Auch die allgemein gültigen Standards werden bei Karstadt berücksichtigt. Der Öko-Tex Standard 100 beispielsweise ist Bestandteil der Einkaufsbedingungen.

Die Rücknahme ausgedienter Artikel wie Kühlschränke, Computer, Leucht-röhren sowie Matratzen zur Wiederverwertung oder Entsorgung, ist für das Unternehmen selbstverständlich. Der Reduzierung von Abfällen und der Trennung von über 25 verschiedenen Abfallarten für eine nachfolgende Verwertung im Betrieb kommt dabei eine besondere Be-

deutung zu. »Dadurch können wir die Umwelt in nennenswertem Maße entlasten und verhindern – zumindest teilweise – die Inanspruchnahme neuer Ressourcen. Mit unserem System lassen sich rund 95 Prozent der gesammelten Wertstoffe weiterverarbeiten«, erklärt Klaus Wilmsen, Abteilungsleiter Qualitätssicherung-Umweltschutz bei Karstadt.

Für einen niedrigen Benzin- bzw. Dieserverbrauch hat das Unternehmen eine ausgefeilte Logistik: Insgesamt 14 regionale Verteilzentren sorgen dafür, dass die Lieferanten nicht jede Filiale einzeln beliefern. Dadurch können viele Einzeltransporte gebündelt und vom LKW auf Schiff und Bahn verlagert werden. Um lange Wege über die Filialen zu vermeiden, liefert Karstadt auch direkt beim Kunden an. Auf Initiative des Unternehmens wurde für den Warenversand von Verkaufshäusern ein Gemeinschaftsversand entwickelt: Karstadt, Kaufhof und Horten beliefern Kunden, die in der gleichen Straße wohnen, aber in verschiedenen Häusern gekauft haben, mit nur einem LKW. Die Vorteile dieses einzigartigen Logistik-Konzeptes liegen auf der Hand: Es reduziert Schadstoffemissionen und entlastet den Straßenverkehr.

Karstadt: Ein engagierter Partner

Karstadts Kooperation mit Mitarbeitern zum Schutz der Umwelt ist nur eine von vielen Partnerschaften. So ist die Warenhaus AG Mitglied des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. und unterliegt damit dem strengen Umwelt-Kodex der Organisation. Als Partner des größten Umweltverbands Deutschlands, des

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), entwickelt Karstadt Projekte und Konzepte für umweltgerechtes Wirtschaften mit. Darüber hinaus leistet das Unternehmen in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Verpackungsinstitut (dvi) einen wesentlichen Beitrag zu Verpackungsgestaltung, -optimierung und -recycling.