



## MODEHAUS EBBERS

Modehaus ebbers e.K.  
Münsterstraße 3  
48231 Warendorf  
www.modeerlebnis.de

Textileinzelhandel  
Mitarbeiterzahl: 71  
Gründungsjahr: 1900

Kontakt:  
Christoph Berger  
Tel. 02581 78402-20  
christoph.berger@modeerlebnis.de

## UNSER CSR-ENGAGEMENT



*„Kurzfristiger Gewinn war noch nie Hauptziel unseres Denken & Handelns, vielmehr war es immer unser Bestreben, unser Wirtschaften auf nachhaltiges Bestehen am Markt auszurichten. Doch nicht nur in unserer strategischen Ausrichtung ist CSR verankert, sondern vor allem in unserem alltäglichen Tun. Wir nehmen Gesellschaftsverantwortung schon seit Langem vielfach wahr. Zum Stillstand kommen wir nie.“*

Christoph Berger, Geschäftsführer

### Unser Kerngeschäft

Mit einer rund 120-jährigen Unternehmensgeschichte setzt das Modehaus ebbers markante Zeichen im Kern der Warendorfer Innenstadt. Das Modeerlebnishaus ist seit der Gründung in 1900 in Familienhand und wird bereits in vierter Generation geführt. Auf über 3.000 Quadratmetern und in zwei separaten Stores für Kinderoberbekleidung und Young Fashion – unmittelbar in der Nähe der Hauptfiliale – gibt es alles, was das Modeherz höherschlagen lässt.

### Warum CSR?

Unser Ziel ist es, gegenüber der Öffentlichkeit Transparenz über unsere CSR-Strategie zu schaffen und die Auswirkung unserer Geschäftstätigkeiten auf die Umwelt herauszustellen. Im Austausch mit anderen Betrieben und vor dem Hintergrund erweiterter Methodenkompetenz, erarbeiteten wir im Rahmen der Workshops des Kompetenzzentrums Münsterland einen individuellen CSR-Fahrplan. Dabei konnten wir die Themenfelder identifizieren, bei denen unser Engagement die größte Wirkung zeigt.





## WAS WIR SCHON GESCHAFFT HABEN

- 2016 – Klimaschutzpreis der Stadt Warendorf für die Werbekampagne „Wir gehen den Stromfressern an den Kragen“ (Umrüstung der Beleuchtung auf LED)
- 2017 – Energetische Optimierung des Modehauses & Neueröffnung nach umfangreichen Umbaumaßnahmen
- 2018 – Auszeichnung „Energiesparpreis.NRW 2018“
- 2019 – Kundenbefragung im Mai
- 2019 – Interne Gesundheitswochen im Juni
- 2020 – Klimaschutzprojekte aufgrund der Strahlkraft und dem hohen Innovationsniveau vom Land NRW als „Innovationsobjekt Klimaschutz“ ausgezeichnet
- 2020 – Werbekampagne „Grün steht mir“

## Energieeffizienz

Durch die umfangreiche Modernisierung unseres Modehauses in den Bereichen Beleuchtung, Heizung, Klima und Raumluft sparen wir jährlich 34.000€ an Energiekosten ein. Der Energieverbrauch des Modehauses ebbers liegt 40% unter dem Bundesdurchschnitt des Non-Food-Handels.





## Die CSR-Selbstbewertung

Mittels der CSR-Selbstbewertung haben wir die Relevanz der CSR-Themen bewertet sowie den Status Quo unserer bisherigen CSR-Aktivitäten erfasst und die Wirkung möglicher Maßnahmen analysiert.

Auf dieser Grundlage haben wir den Handlungsbedarf festgestellt und zeitlich priorisiert. Um unterschiedliche Blickwinkel zu berücksichtigen, wurden neben der Geschäftsleitung Mitarbeiter aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen eingebunden.

Die untenstehende Grafik „Unsere wesentlichen Themen“ zeigt die mit einer sehr hohen Relevanz bewerteten Themen unter Ausweisung ihres Status Quo und des zeitlich priorisierten Handlungsbedarfs.

## UNSERE WESENTLICHEN THEMEN



### Top-Themen

1. Arbeitsplatz und Mitarbeiterzufriedenheit
2. Betrieblicher Umweltschutz
3. Produktverantwortung und Markt
4. Gemeinwesen und bürgerschaftliches Engagement

### Das Ergebnis unserer CSR-Selbstbewertung

Der Grafik „Unsere wesentlichen Themen“ ist zu entnehmen, dass wir den Themenfeldern CSR und Nachhaltigkeit bereits vielschichtig und aktiv nachgehen. Übernahme von Verantwortung für Mitarbeiter, Umwelt und Produkte war für uns schon immer essenziell. CSR ist seit jeher ein tägliches Aktionsfeld. Dennoch sind Verbesserungspotenziale zu identifizieren und neue Maßnahmen zu entwickeln, welche die bestehenden Handlungsfelder erweitern.

Mit Hilfe der Selbstbewertung lassen sich Alleinstellungsmerkmale erkennen, welche nicht zuletzt zu einem positiven Image in der Öffentlichkeit, einer hohen Arbeitgeberattraktivität sowie zu einer größeren Mitarbeiterzufriedenheit beitragen. Voraussetzung ist, dass die Handlungsfelder kontinuierlich präsent sind und die Unternehmenskultur bestimmen.

## Unser Leitbild / Unsere Werte / Unsere Leitsätze

*„Ohne Ziele, Maßnahmen und messbare Kennzahlen bleibt der Weg zum Erfolg verschlossen. Nur wer sich selbst ständig in Frage stellt, handelt progressiv nachhaltig.“*

Mit dem nachfolgenden Maßnahmenbündel sind wir in einen Leitbildprozess eingestiegen, um die bestehenden Leitsätze zu einem übergeordneten Leitbild zu vereinen.

## Unsere CSR-Strategie

Unser Ziel ist die Ausschöpfung von Potenzialen, welche in der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung liegen. Wir sehen die vier Handlungsfelder als Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie; es gilt, die Stärken zu stärken. Anhand derer war es uns möglich – über den Status Quo hinaus – übergeordnete Ziele zu definieren, welche eine langfristige Gültigkeit aufweisen und sich wiederum in greifbare Maßnahmenbündel herunterbrechen lassen. Dazugehörige Zielwerte und Kennzahlen machen den Erfolg messbar. Grundsätzlich stellt CSR für uns kein einmaliges Projekt dar, vielmehr erfordert CSR eine feste Verankerung in allen Unternehmensbereichen. Wir verstehen es, den Rahmen für nachhaltige Lebensstile zu setzen, damit unser Zukunftsbild Realität werden kann. Allen voran eine intakte Umwelt, eine hohe Lebens- und Arbeitsqualität unserer Mitarbeiter und Kunden, ein schonender Ressourcenverbrauch und globale Fairness. Nachhaltig handelt bzw. wirtschaftet nur, wer sich Gedanken darüber macht, welche regionalen und globalen Auswirkungen das eigene Handeln auf andere hat – alles nicht nur am Heute, sondern auch am Morgen ausgerichtet.

## Unser CSR-Programm – Erläuterung der Maßnahmen

### 1. Arbeitsplatz und Mitarbeiterzufriedenheit

Verantwortung beginnt für uns im eigenen Modehaus mit der Pflege der Mitarbeiterzufriedenheit durch stetige Weiterentwicklung des Gesundheits- und Weiterbildungsmanagements.

Damit unsere Mitarbeiter an den täglichen Herausforderungen wachsen und immer einen Schritt voraus sind, unterstützen wir sie durch regelmäßige Trainings. Darunter fallen nicht nur Fortbildungsangebote mit Fokus auf Ware, sondern auch Seminare im Bereich „Gesunde Führung“. Wir schulen unsere Mitarbeiter in Einzel- und Gruppenarbeit durch Trainerinput, Diskussion sowie Reflexion, um die Qualität der Aus- und Weiterbildung zu erhöhen. Es ist uns ein Anliegen, die Nachhaltigkeit unserer Schulungen stets zu verbessern, indem wir unsere Mitarbeiter über einen längeren Zeitraum bei ihrem Lernprozess durch vor- und nachgelagerte Schulungseinheiten begleiten. Der Arbeit an persönlichen Fallbeispielen wird dabei ausreichend Raum gegeben.

Wir feilen stetig an unserem Angebot zur Gesundheitsförderung. Im Rahmen interner Gesundheitswochen im Juni 2019 drehte sich alles um die Themen Gesundheit, Ernährung und Fitness. Aufgrund des Erfolgs der internen Gesundheitswochen bieten wir unseren Mitarbeitern nun ein regelmäßiges Sportangebot, welches durch eine interne Gesundheitsmanagerin durchgeführt wird. Die ge-

meinsame Bewegung fördert nicht nur die Gesundheit, sondern stärkt zugleich den Teamgeist. Das Sportangebot wird ergänzt durch Vorträge zum Thema „Gesunde Ernährung“, einer Freibad-Flatrate für die warmen Sommermonate sowie einem wöchentlichen Obstkorb.

Uns ist bewusst, dass der familiäre Hintergrund für ein erfolgreiches Berufsleben von zentraler Bedeutung ist und ein Großteil an Kreativität, Belastbarkeit und Motivation im Beruf direkt von privaten Einflussfaktoren abhängt. Aus diesem Grund ist es unser Ziel, in unserem Unternehmen noch weitere Voraussetzungen dafür zu schaffen, die es ermöglichen, das berufliche und familiäre Leben optimal miteinander zu vereinen. Schulungen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie sorgen für die erforderliche Sensibilisierung aller Führungskräfte. Dieses gilt nicht nur in Bezug auf Familien mit Kindern, sondern auch in Bezug auf die Pflege Angehöriger. Wir sind dem Netzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ beigetreten, um über den Austausch mit anderen Unternehmen die eigenen Leistungen zu optimieren. Grundsätzlich regeln wir die flexible Gestaltung von Arbeitsort und -zeit individuell und bedarfsgerecht mit unseren Mitarbeitern.

Als familiär geprägtes Unternehmen leben wir eine Kultur des Miteinanders, welche die persönliche Verbundenheit stärkt. Kurze Entscheidungswege und direkter Kontakt unabhängig von Verantwortungsstufen werden bei uns täglich gelebt und



erfordern eine offene Kommunikation. Ein Jahreskalender sowie ein monatlicher Informationsbrief geben unseren Mitarbeitern Orientierung und gelten als Leitfaden für das tägliche Handeln.

## 2. Betrieblicher Umweltschutz

Wir setzen schon seit Jahren auf die energetische Optimierung des Modehauses, wobei sich die in Summe 6702 Quadratmeter über fünf Gebäude und acht Ebenen erstrecken. Im Rahmen des Umbaus wurde ein benachbartes Gebäude mit dem Stammhaus verbunden. Ziel war es, die Energiesparerfolge, die mit der energetischen Sanierung des Stammhauses bereits erzielt wurden, auf das neue Ladenlokal auszuweiten. Die Haustechnik verteilte sich in 2014 auf sechs Heizzentralen mit zehn Wärmeerzeugungen, drei Lüftungssysteme und 18 Klimageräte. Inzwischen wurde die Haustechnik einschließlich Wärme, Kälte, Klima, Licht und Luft zentralisiert und aufeinander abgestimmt. Sämtliche Beleuchtungsanlagen wurden auf LED-Technik umgestellt und auch die vorhandenen Aufzüge sind dank neuer Antriebstechnik energieeffizienter. Seit 2015 wird die Wärmeversorgung durch ein modernes Erdgas-Blockheizkraftwerk (BHKW) unterstützt. In unserem Modehaus wird das einzige BHKW eingesetzt, das mit dem Umweltsiegel „Blauer Engel“ ausgezeichnet ist, da es über einen hohen Wirkungsgrad bei geringen Emissionen verfügt. Das Lüftungssystem mit Wärmerückgewinnung und ebenen-gesteuerten Ventilkappen wurde in die neue Fläche erweitert. Das Ergebnis: Eine mehrfach prämierte Haustechnik. Die Auszeichnungen bedeuten für uns Bestätigung und Ansporn zugleich. Wir sehen diese als Anerkennung für unsere Investitionen in den Klimaschutz und werden weiterhin zukunftsgerichtet agieren.

In Kooperation mit dem Handelsverband Nordrhein-Westfalen luden wir im April 2019 – als Botschafter der Klimaschutzoffensive des Handels – zum „Klimafrühstück für Einzelhändler“ ein. Bei einer Führung durch unser Modehaus gaben wir Wissen wirksam weiter und erläuterten, welche Herausforderungen auf dem Weg zu einem energieeffizienten Modehaus zu meistern waren. Die Teilnehmenden erfuhren, wo Energiesparpotenziale im eigenen Geschäft schlummern.

Bis 2022 wollen wir den Energiebedarf des Unternehmens (Strom, Wärme) nochmals um 20% senken (EE 2022). Dazu soll das Nahwärmenetz mit seiner Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) erweitert werden. Auch der Einsatz von Photovoltaik ist geplant, welches zu einer Reduktion des Strombezugs dienen und ein Zeichen setzen soll, dass wir als Modehaus unseren ökologischen Fußabdruck durch Nutzung regenerativer Ressourcen reduzieren. Eine Energieberatung ist bereits beauftragt, weitere Einsparpotenziale ausfindig zu machen.

Unseren Vorsätzen folgend, möchten wir vor allem die Arbeitswelt grüner gestalten. So feilen wir derzeit an unserem Mobilitätskonzept. Erstmals wird damit auch das Thema Mitarbeitermobilität mit in die Energiebilanz gezogen. Um das Fahrrad zu stärken, wird eine Fahrradgarage mit Auflademöglichkeit für e-Bikes gebaut. Darüber hinaus soll das Aufkommen von Abfall- und Wertstoffen verringert und die Recyclingquote erhöht werden. Hierzu wird dieser Bereich systemisch erfasst und die Anzahl der Trennungsfaktoren erhöht.

## 3. Produktverantwortung und Markt

Da der Mut zur Veränderung, die Offenheit gegenüber Neuem, die Entwicklung konkreter Lösungskonzepte und eine aktive Zusammenarbeit erforderliche Voraussetzungen zur nachhaltigen Entwicklung in den Regionen und Kommunen sind, ist es uns ein besonderes Anliegen, der Thematik Nachhaltigkeit – im Zuge der Werbekampagne „Grün steht mir“ – besondere Aufmerksamkeit zu schenken. Nachhaltigkeit muss so kommuniziert und gelebt werden, dass immer mehr Menschen erkennen: Nachhaltigkeit ist attraktiv und bestimmt unser Leben. Die Kunden erfahren, wie die Elemente einer zukünftigen nachhaltigen Gesellschaft bereits in der Gegenwart im Modehaus ebbens gelebt werden. Konkrete Umsetzungskonzepte stehen hierbei im Fokus. Flankierend werden auch die CSR-Aktivitäten des Unternehmens präsentiert.

Der Anspruch an Mode und Textilien hat sich gewandelt; das Thema Nachhaltigkeit hat Einzug gehalten. Daher haben wir damit begonnen, den Anspruch an die Produkte, die wir verkaufen, neu zu definieren. Es gibt eine Vielzahl an Siegeln und Zertifikaten. Aufgrund der Unübersichtlichkeit des Marktes wird diese Thematik verstärkt in die Schulungszirkel eingebaut. Wir stehen nicht nur im engen Kontakt mit den Lieferanten, sondern setzen ebenfalls auf transparentes und authentisches Produktmarketing sowie offene und ehrliche Kommunikation mit unseren Kunden. Dabei weisen wir auf nachhaltig produzierte Ware, auf Arbeitsverhältnisse und Umweltstandards bei unseren Lieferanten hin. Wir wollen an drei Stellen etwas bewegen: In den eigenen Geschäften, in der Industrie und im Haushalt der Kunden. Je mehr Händler die standardisierten Prozesse hinterfragen, umso eher wird die Industrie umdenken. Vor allem im Blickpunkt: Verpackungen. Das fängt bei Tüten an und hört bei Entsorgung auf. Eine Papier-Tasche ist für uns auf Dauer kein ökologisch tragfähiges Modell. Künftig wollen wir in unseren Geschäften eine Alternative bieten. Eine Banderole aus Seidenpapier soll Produkte schützen und die Umwelt noch mehr schonen. Mitten aus der Praxis entwickeln sich folgende Fragen, für die wir derzeit Lösungsansätze entwickeln: Warum werden fehlerhafte Produkte grundsätzlich an den Hersteller zurückgesendet? Wenn wir sie bei uns im Haus reparieren und preisreduziert in den Verkauf bringen, wäre das nachhaltiger. Muss wirklich jedes Produkt in Folie geschweißt werden? Wie lässt sich der

Anteil an recycelten Fasern in den Produkten erhöhen? Wir denken auch darüber nach, dass Kunden Kleidungsstücke nach einer gewissen Gebrauchszeit zurückgeben können und wir die Textilien einer Zweitverwertung zuführen.

Aus der Region, für die Region: Passend zu unserer Werbekampagne „einmalig by ebbers“ veranstalten wir jährlich im Oktober gemeinsam mit lokalen Kooperationspartnern einen Genießabend im Modehaus ebbers. An diesem Abend bieten wir unseren Gästen eine Vielzahl an regionalen Produkten aus den Bereichen Essen, Trinken und Kunsthandwerk. Damit leisten wir einen Beitrag zu einer lokalen Produktion und dem regionalen Direktvertrieb. Nicht zuletzt regen wir zum Umdenken des Käuferverhaltens an.

Die Entwicklung und Durchführung von Bildungsprojekten mit Schulen liegt uns am Herzen. Schulprojekte zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung finden bei uns im Haus eine Präsentationsfläche. Kürzlich wurden im Rahmen des Schulprojekts „Weggeworfen“ Materialien zu neuem Leben erweckt. Aus Alt mach Neu war die Devise.

#### 4. Gemeinwesen und bürgerschaftliches Engagement

Für uns gehört soziales Engagement seit jeher zur Firmenkultur. In der Weihnachtszeit sammeln wir im Rahmen eines Einpack-Services für Geschenke Spenden, um Paten-Auszubildenden in Burkina Faso die Ausbildung zur Schneiderin zu finanzieren. Mit der Spende ermöglichen wir ihnen bessere Zukunftschancen. Unter dem Motto „Jeder Kilometer zählt“ nehmen wir darüber hinaus in jedem Jahr als Team am Hoffnungslauf für Kinder in Not teil.

Es ist unser Ziel, verstärkt Verantwortung in der Öffentlichkeit zu übernehmen und einen Beitrag zu einer besseren Gesellschaft zu leisten. Neben unseren feststehenden Initiativen im Bereich des sozialen Engagements, motivieren wir unsere Mitarbeiter, sich ehrenamtlich zu engagieren und so nicht nur Verantwortung im Beruf, sondern auch als Teil der Gesellschaft zu übernehmen. Geplant ist, jedem Mitarbeiter ein Spendenbudget in Höhe von 120€ zur Verfügung zu stellen, die er/sie einem gemeinnützigen Zweck bzw. einer lokalen Initiative zukommen lassen kann.

Auffüllen, trinken, wiederverwenden. Das ist der Ansatz, der in Hamburg gestarteten Bewegung „Refill“, die deutschlandweit aktiv ist. Seit August 2019 ist das Modehaus ebbers Tankstelle für Wasserfalschen. Wir sind das erste Geschäft, welches es Durstigen ermöglicht, ihre mitgebrachten Trinkgefäße vor Ort mit Leitungswasser kostenlos aufzufüllen. Die Idee zum Vorhaben kam nicht von ungefähr, denn damit findet sich in Warendorf eine nachhaltige Innovation, die die Produktion von unnötigem Müll verhindern soll.

Seit November 2019 engagieren wir uns als Sponsor des Warendorfer Bürgerbusses. Eine Bürgerinitiative, die mit ehrenamtlichen Fahrern jene Routen abdeckt, die vom öffentlichen Nahverkehr nicht bedient werden. Damit tragen wir zur Verbesserung des Nahverkehrs bei und beteiligen uns an der Optimierung der lokalen Infrastruktur.

## UNSERE AKTUELLEN HANDLUNGSFELDER IM ÜBERBLICK

Handlungsfeld	Thema	Maßnahmen	Nutzen	Termin
 Betrieblicher Umweltschutz	EE 2022 (Senkung des Energiebedarfs um 20%)	Erweiterung des Nahwärmenetzes mit KWK-Technik und Einsatz von Photovoltaik	CO <sub>2</sub> -Reduktion	Ab sofort, Ziel 2022
 Betrieblicher Umweltschutz	Verringerung des Aufkommens von Abfall- und Wertstoffen	Abfallwirtschaftskonzept und Erhöhung der Anzahl der Trennungsfraктuren	Erhöhung der Recyclingquote	Ab sofort
 Arbeitsplatz und Mitarbeiter	Gesundheitsförderung & Weiterbildung	Ausweitung des Sport- und Vortragsangebots, Interne und externe Weiterbildungsseminare	Gesundheitsförderung, Erhöhung der Aus- und Weiterbildungsqualität	Kontinuierlich
 Arbeitsplatz und Mitarbeiter	Mitarbeitermobilität	Bau einer Fahrradgarage mit Auflademöglichkeit für e-Bikes	Gesundheitsförderung und Umweltschutz	2020
 Produktverantwortung und Markt	Label/ Siegel und Zertifikate	Kontakt mit Lieferanten und Abfrage	Kundennutzen durch Informationen der Modeberater auf der Verkaufsfläche, Authentizität	Ab sofort
 Gemeinwesen & bürgerschaftliches Engagement	Gemeinnütziger Zweck	Spendenbudget für jeden Mitarbeiter, Spende für Ausbildungs-Patenschaft in Afrika	Unterstützung einer (lokalen) Initiative	2020