

HORN BACH
NACHHALTIGKEITSMAGAZIN
2020

KEIN QUATSCH

MIT VERANTWORTUNG BAUEN
UND GESTALTEN

HORN BACH.
 Holding

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

Das vergangene Jahr war geprägt von Meldungen rund um die klimatischen Veränderungen auf unserem Planeten: Starkregen, Stürme, anhaltende Hitze und damit einhergehend Dürre und verheerende Brände. Globale Klimastreiks haben weite gesellschaftliche Kreise gezogen und brachten Millionen Menschen auf die Straße. Sie alle eint nicht der Wunsch etwas Gutes zu tun, sondern das Ziel, die eigene Zukunft und Lebensqualität zu sichern.

Unsere Lebensqualität sichern – im Privaten, Gesellschaftlichen und Wirtschaftlichen. Im Grunde ist es auch genau das, was uns das beherrschende Thema des Jahres 2020 vor Augen führt: Wie können wir gut, gesund und gemeinschaftlich mit dem Corona-Virus leben, das plötzlich so massive Auswirkungen auf unser Leben hat? Wie sich Unternehmen in diesen Wochen verhalten, wie sie mit ihren Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern umgehen – das macht den Unterschied. Passen Anspruch und Wirklichkeit nicht zusammen, wirkt sich das auf die Reputation aus. Nun stehen also die Art der Unternehmensführung und die Belange der Arbeitnehmer im Vordergrund der Wahrnehmung – nicht mehr nur das Umweltsverhalten. Vielleicht trägt das Virus damit ein wenig dazu bei, Nachhaltigkeit aus der „Öko-Ecke mit dem Greta-Effekt“ zu holen.

Derzeit verlieren Klima- und Umweltdebatten zwar an Präsenz – nicht aber an Bedeutung. Uns ist klar, dass der Klimawandel, der Verlust an Artenvielfalt und die Schäden, die wir Mensch und Natur zufügen, auf Dauer das größte Problem sein werden, viel größer noch als Corona. Ver-



stärkt durch die Pandemie wird vermehrt nur Notwendiges konsumiert und viel regionaler gekauft. Das Bewusstsein der Verbraucher ändert sich zunehmend.

Bewusstsein ist der Schlüssel zu Nachhaltigkeit.
Kein Quatsch.

**In diesem Sinne wünsche ich Ihnen
viel Freude beim Lesen.**

A handwritten signature in blue ink that reads "A Krall".

Anna Krall
CSR-Sprecherin und
Chefredakteurin

*Im Nachhaltigkeitsmagazin sind Begriffe wie „Mitarbeiter“ oder „Kunden“ zur leichteren Lesbarkeit neutral genannt. Diese Begriffe beziehen sich auf alle Geschlechter gleichermaßen.

INHALT

ABREISSEN – AUFBAUEN

DAS GARTENHAUS



Irgendwann muss auch das langlebigste Produkt ausgetauscht werden. Die Gelegenheit, ein paar der HORNBACH-Möglichkeiten selbst zu testen.

06

SOZIALES ENGAGEMENT

DIE HORNBACH-LANDKARTE

Zahlen zum HORNBACH-Konzern verbunden mit unserem regionalen Engagement.

14

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

HELFEN MIT DEM, WAS UNS AUSMACHT

Bei „Kids an die Knolle“ begeistert die Pfälzer Kartoffel-Erzeugergemeinschaft Schulklassen für das Gärtnern und Zubereiten der selbst angebauten Kartoffeln.

16



EIN GESPRÄCH

AUS DER HALTUNG HERAUS GESTALTEN

Interview mit HORNBACH Baumarkt-CEO Erich Harsch zu Nachhaltigkeit.



22

EIN VIRUS UND SEINE FOLGEN

HERAUSFORDERUNG CORONA



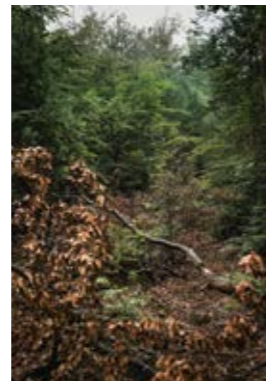
Die Krise stellt das Unternehmen vor große Aufgaben und macht zugleich den Weg frei für innovative Lösungen.

28

EUROPÄISCHE WÄLDER

HEY WALD! WIE GEHT'S DIR EIGENTLICH?

Der Klimawandel setzt vielen Baumarten mächtig zu. HORNBACH setzt auf nachhaltige Holzwirtschaft.



38

VOM POLARSCHIFF ZUM PASSIVHAUS

MIT UMWELTFREUNDLICHER BAUWEISE DIE ENERGIEBILANZ VERBESSERN



Welche Möglichkeiten gibt es, die Energieeffizienz von Einzelhandelsimmobilien zu verbessern? Das prüfen die HORNBACH-Experten regelmäßig.

46

MEILENSTEINE FÜR NACHHALTIGES HANDELN

DER WEG IST DAS ZIEL

Schritt für Schritt wird HORNBACH immer besser – auch im Sinne der Nachhaltigkeit.



52

UNSERE KOLLEGEN

GRENZEN GIBT ES NUR IM KOPF



„Es gibt immer einen Weg“: Dass er im Rollstuhl sitzt, hindert Denny Ertel aus dem Hamburger HORNBACH-Markt nicht daran, im Wareneingang zu arbeiten.

54

SORTIMENTS-GESTALTUNG

NACHHALTIGE PRODUKTE HABEN IHREN PREIS

Müssen sie deshalb teurer sein als ihr herkömmliches Pendant? Keinesfalls!



58

ABREISSEN – AUFBAUEN

DAS GARTENHAUS

Irgendwann muss auch das langlebigste Produkt ausgetauscht werden. Bei uns war das in diesem Frühjahr das Gartenhaus. Hinter dem Neubau steckt viel planerischer Aufwand und eine ganze Menge Material. Die Gelegenheit, ein paar der HORNBACH-Möglichkeiten selbst zu testen.

Anna Krall

Die alte Blechhütte im Garten stand schon, als wir das Haus vor ein paar Jahren gekauft hatten. Sie war groß genug, um alles das zu verstauen, was man üblicherweise für die Gartenarbeit braucht. Und der wilde Wein des Nachbarn hatte sie bereits so zugewuchert, dass man ohnehin nur noch die Türen sah. Für mich war alles fein. Für meinen Mann nicht. Nicht nur, dass die Hütte das Gesamtbild störte – nein, er musste sich auch immer bücken, wenn er rein wollte und schlug sich unzählige Male den Kopf an. Für 2020 stand ein neues Gartenhaus auf dem Plan. Gefühlt verbrachte er schon jede freie Minute des Weihnachtsurlaubs damit, sein neues Projekt zu planen. Nachdem wir uns auf „Gartenhaus Cubo 2 mit Fußboden und Schleppdach 359x234 cm natur“ geeinigt hatten, begann er zu zeichnen, schaute Produktvideos und ließ sich von der HORNBACH-Meisterschmiede nochmal all das erklären, was er ohnehin schon von unseren beiden Terrassenbau-Projekten wusste. Vorfreude pur!

HORNBACH-DRIVE-IN FÜRS STARTMATERIAL

Bewaffnet mit unseren Smartphones und dem Anhänger machen wir uns im März auf den Weg zum Bornheimer HORNBACH-Markt. Dort geht's ab in den Drive-In – denn die HORNBACH-App bestätigt: Dort lagert all das, was wir

für die ersten Schritte brauchen. Wir hatten zu Hause alle Artikel auf die Merkliste gepackt: Randsteine und Zement brauchen wir heute. Und genau die laden wir nach und nach auf. Einscannen, rein in den Markt zum Bezahlen und nach einer kurzen Kontrolle ab nach Hause. „Warum habt ihr nicht Reservieren und Abholen gemacht?“, war die erstaunte Frage meiner Kollegen. Berechtigter Einwand, aber eigentlich ganz einfach erklärt: Ich habe diesen Service schon genutzt. Bei Projekten, bei denen ich viele Einzelteile hätte zusammensuchen müssen. Allesamt Produkte, mit denen ich mich nicht auskannte. Ich bin sicher, meine Zeitersparnis dabei war enorm. Und genau dafür ist dieser Service ja auch gedacht. Aber für ein paar Sack Zement und Randsteine meinen Kollegen extra Arbeit machen? Genau.

ABRISS DER ALTEN BLECHHÜTTE

Als die lästige Arbeit endlich getan und alle Geräte im Keller verstaut waren, folgte der spaßige Teil: Die Schrauben waren so verrostet und fest, dass wir freudig grinsend abwechselnd den Vorschlaghammer schwingen. Falls Sie das noch nie ausprobiert haben – unbedingt nachholen!

Links: Nur noch ein paar letzte Handgriffe und die Zierleisten verdecken die Dachpappe. Fertig!





Der therapeutische Effekt ist nicht zu unterschätzen. Allerdings bin ich unsicher, ob unsere Nachbarn das auch zu schätzen wussten... Über die handlichen Einzelteile hat sich der Schrotthändler des Vertrauens jedenfalls sehr gefreut. Ein kurzer Anruf reicht meistens und am nächsten Tag ist der Haufen Metall vom Hof verschwunden.

SCHÜTTGÜTER VON DER HBU

Ausspaten, ausmessen, Schnüre spannen, nachmessen, Randstein für Randstein setzen. Alles das passiert so nebenbei. Mal vor der Arbeit, mal danach. Es drängte uns ja keiner, schnell fertig zu werden. Und während mein Mann den letzten Stein setzte, rief ich bereits einen Kollegen in der Billigheimer Niederlassung der HORNBACH Baustoff Union (HBU) an. Schotter und Splitt brauchten wir als nächstes. „Frau Krall, da nehmen wir üblicherweise 10 Prozent mehr, als Sie ausgerechnet haben. Durch das Verdichten brauchen Sie das“, erklärt mir mein Kollege Omid Ostad. Gleichzeitig sucht er einen Liefertermin für mich und eine Möglichkeit, mir beide Schüttgüter gleichzeitig zu bringen. Niederlassungen der HORNBACH Baustoff Union gibt es nur in Süddeutschland und im angren-

zenden Elsass-Lothringen. Die kleine Schwester der HORNBACH Baumarkt AG ist spezialisiert auf die Zusammenarbeit mit Handwerkern, aber auch für private Kunden zugänglich, so wie wir es sind. Bei den vorangegangenen Terrassenprojekten hatten wir bereits sehr gute Erfahrungen gemacht. Aber auch die große Baumarktschwester hätte beides liefern können. Der Onlineshop zeigt: Auch im Big Bag oder lose. Und das sogar deutschlandweit. Nur eben nicht wie bei der HBU auf dem „kurzen Dienstweg“, bei dem ein Anruf genügt.

SCHIPPEN, SCHÜTTEN – RÜTTELN

Pünktlich: Montag, 11 Uhr, steht der LKW vor dem Hof. Den Big Bag mit Splitt setzt der Kran ab. Den Schotter kippt er lose in den Hof und auf den Gehweg. Nur in die Grube schaffen müssen wir das Material selbst. Schade eigentlich – denn da müssen fast fünf Tonnen mit der Schubkarre in den Garten geschafft werden. Aber ein paar Stunden später ist auch das geschafft. Und weil das noch nicht genug Arbeit war, verdichten wir das Material auch gleich. Denn mein Mann hatte die freie Zeit am Vormittag genutzt, um in Bornheim einen Rüttler auszuleihen. Seit



Linke Seite: Wo ist die bestellte Lasur vorrätig? Und von wo ist der Lieferweg der kürzeste? Darum kümmert sich die HORNBACH-Bezugsquellenfindung.

Oben links: Pünktlich und perfekt ausgestattet bringt die HORNBACH Baustoff Union Schotter und Splitt.

Oben rechts: Schweißtreibende Arbeit: Das Material für den Untergrund muss in den Garten geschafft werden. Und später auch noch verdichtet.

Unten links: Eigenhändige Qualitätsprüfung. Kein Harz zu sehen und sauber verarbeitet. Tipptopp.

fast zwanzig Jahren arbeiten HORNBAACH und Boels zusammen. Praktisch für alle, die sich nicht jedes Werkzeug oder Hilfsmittel selbst kaufen wollen. „Die 80-Kilo-Rüttelplatte sollte für Ihr Projekt ausreichen“, meint der nette Herr von Boels, der das Gerät nicht nur auf unseren Anhänger auflud, sondern sogar noch fachmännisch sicherte.

PLATTENLEGEN UND WAS MAN NICHT IM KOPF HAT

Endlich verschwinden nun auch die alten Waschbetonplatten aus dem Hof, die hier seit drei Jahren auf ein neues Leben warteten. Oder auf die nächste Fahrt zum Baustoffhof. Das neue Gartenhaus wird einen Holzboden haben, darunter werden sie wohl niemanden stören. Auf der holzbodenfreien Seite des Schleppdachs verlegen wir die gleichen Platten wie auf den Terrassen. Fürs Gesamtbild. Ein Glück, hatten wir damals ein paar mehr liefern lassen. Das Verlegen kann also losgehen. Die Markierungen für den Plattenwechsel hatten wir auf den Randsteinen bereits eingezeichnet. Kleine Herausforderung: Die Waschbetonplatten sind doppelt so dick wie die Terrassenplatten. Aber einfach kann ja jeder. Zwischenzeitlich hatte ich Cubo 2 bestellt; zum ersten Mal einen Artikel online bestellt und im Markt bezahlt. Ich musste sowieso hin, da bot sich das an. Ging reibungslos. Wieder zu Hause stellte ich fest, dass ich die Lasur vergessen hatte. Nochmal nach Bornheim fahren? Dort wäre sie verfügbar, sagt die App. Wir entscheiden uns trotzdem für die Onlinebestellung und sparen uns den Weg.

DAS IST ALSO SPERRGUT!

Kaum sind die Platten fertig verlegt, ruft auch schon eine Spedition aus der Umgebung an. Wann mir denn die Anlieferung des Gartenhauses recht sei, fragt mich eine freundliche Frauenstimme am Telefon. Dienstag wäre toll. Ich sollte zwischen 8 und 16 Uhr zu Hause sein, ihr Fahrer würde sich dreißig Minuten vor Anlieferung nochmal bei mir melden. Wie gut, dass ich derzeit ohnehin von zu Hause aus arbeite. Ich frage mich, wie das Arbeitnehmer mit weniger flexiblen Arbeitgebern oder Schichtplänen wohl machen? Angerufen hat der Fahrer leider nicht, bevor er kam. So holte er mich etwas unvermittelt aus einer Videokonferenz mit sehr verständnisvollen Kollegen. Er begrüßt mich ungläubig, als ich die Tür öffne: Wie breit denn die Hofeinfahrt sei? Er befürchtete, dass das Gartenhaus nicht zwischen den Hopfpfosten durchpasste. Im Ess-





Oben: Mehrtägiges Lasieren = aufwändig und meditativ.

Rechte Seite: Eingerichtet ist das Gartenhaus schnell – alles hat seinen Platz.

Vorherige Seite: So viele Elemente... Wo fangen wir also an?

zimmer lag noch ein Maßstab und schnell war klar: 2,45 Meter hat unsere Hofeinfahrt. 2,40 ist das Quer-Maß von zwei Paletten. Seither weiß ich auch, was meine Logistik-Kollegen mit Sperrgut meinen. Der Fahrer jedenfalls hat die Paletten mit Bravour in unseren Hof geschafft. Trotz anfänglicher Skepsis hat das keine zehn Minuten gedauert.

SINNVOLL VERPACKT

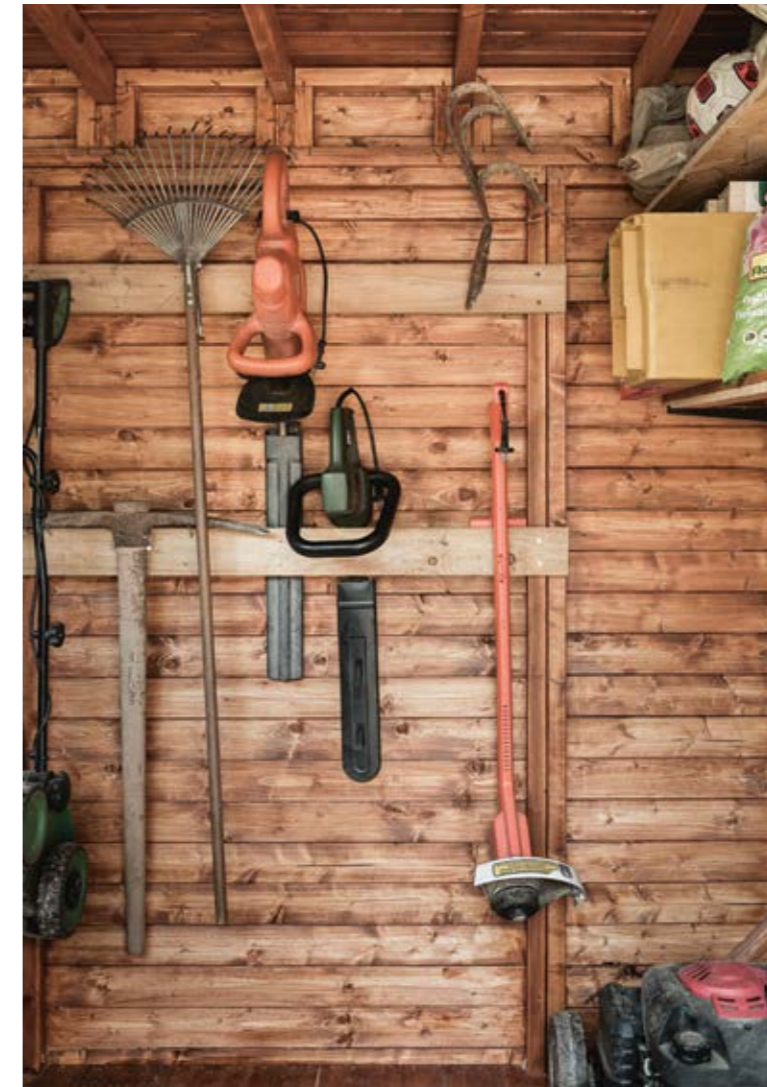
Gemeinsam packen mein Mann und ich die Einzelteile des Gartenhauses aus. Über sie ist eine Folie gespannt und an den Stirnseiten ans Holz getackert. Die Kanten sind mit harter Pappe geschützt. Ziemlich fix stehen die Einzelteile von Haus und Schleppdach also im

Hof verteilt, sind die Tackernadeln mit einer Zange gezogen und Folie und Pappe in die entsprechenden Tonnen entsorgt. Der Lieferant hat ganze Arbeit geleistet: Die Ware ist absolut unbeschädigt bei uns angekommen und das mit erstaunlich wenig Verpackung. So muss das sein. Auch die Lasur hat mittlerweile ihren Weg zu uns gefunden. Den Karton ziert ein neon-oranger Aufkleber „Bruchgefahr! Nicht werfen!“ – nicht zu übersehen. Ich öffne ihn dennoch vorsichtig und stoße auf eine Lage zerknülltes Pack-Papier und einen HORN BACH-Werbeprospekt. Darunter gebettet liegt die 5-Liter-Farbdose. Klammern auf der Dose und stabiler Kunststoffbeutel um die Dose hätten sicher jedes Malheur verhindert. Und während der Beutel in die Plastiktonne wandert, machen es sich die Kater abwechselnd auf dem Papier im Karton gemütlich. Upcycling in einem Katzenhaushalt.

RATZFATZ AUFBAUEN

Entgegen der Empfehlung des Gartenhaus-Herstellers lasieren wir die Einzelteile bevor wir sie zusammenbauen. Zweimal. Garten und Hof sind also vollgestellt mit Böcken, auf denen Boden-, Dach- oder Seitenelemente liegen und entweder darauf warten, lasiert zu werden oder bereits vor sich hin trocknen. Es dauert ein paar Tage, bis der Aufbau beginnen kann. Die Mauersperrbahn ist zwar schnell ausgelegt, aber den Fußboden auszurichten, ist eine mühselige Arbeit. Denn natürlich sind weder Untergrund noch Holz völlig eben. Aber als das erledigt ist, geht's Schlag auf Schlag: bohren, schrauben, bohren, schrauben...

Nach zwei Nachmittagen steht das Ding! Die Fenster sind drin, die Tür ist montiert, alle Zierleisten sind dran. Und weil Übung bekanntlich den Meister macht, geht's beim Schleppdach noch etwas schneller. Teamarbeit par excellence. Nach einem weiteren Tag sind nicht nur die Gartengeräte wieder verstaut, sondern auch alle Rechnungen gescannt und im Kundenkonto abgelegt. Unser Projekt 2020 war damit abgeschlossen. HORN BACH hat's uns leicht gemacht. «



DIE HORNBACH-LANDKARTE

160 35 11 7



In der Metropolregion Rhein-Neckar findet alle zwei Jahre der „Freiwilligentag“ statt. HORNBACH unterstützt diese Aktion nicht nur mit Baumarkt Gutscheinen für die Projektanbieter, sondern hilft auch als Team tatkräftig mit. In den letzten Jahren wurden so beispielsweise Betonier- und Streifarbeiten im Zoo umgesetzt oder auch der Garten einer Palliativstation auf Vordermann gebracht.

DEUTSCHLAND

96 33 3 6

NIEDERLANDE

15 1

In den Niederlanden gibt es eine eigene Stiftung: „HORNBACHhelp“. Hier unterstützen Kollegen aus den Bau- und Gartenmärkten lokale Wohltätigkeitsorganisationen und soziale Initiativen, indem sie selbst die Ärmel hochkrempeln und mit Rat und Tat bei Garten, Bau- oder Renovierungsprojekten zur Seite stehen.



Lachen ist die beste Medizin“ – diese Aktion der CliniClowns wurde von HORNBACH Österreich unterstützt. Pro verkaufter Dose Lack oder Grundierung der Marke TIGER gab es Unterstützung für die CliniClowns. Innerhalb eines halben Jahres kamen so 10.000 Euro zusammen und wurden mit Stofftigern für die kleinen Patienten gespendet.

ÖSTERREICH

14 1 1

HONG KONG

1



- Bau- und Gartenmärkte
- Baustoffniederlassungen
- Logistikstandorte
- Verwaltungsstandorte



Das smartmatte.se ist ein realitätsbasiertes Mathematikbuch für die Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft. Hiervon profitieren Schülerinnen und Schüler zwischen 14 und 17 Jahren. Ziel ist es, die im Arbeitsalltag benötigte Mathematik verständlich und anwendbar zu machen. Denis Zjajo, Marktmanager in Malmö, ist dabei sehr engagiert: Er besucht Schulen und hilft den Schülern mit realitätsnaher Mathematik und den Aufgaben im digitalen Lehrbuch.

7 1

SCHWEDEN

10 1

TSCHECHIEN

Seit 2017 unterstützt HORNBACH das Programm „Ort, wo wir leben“ der Stiftung „VIA“. Ziel ist die Wiederbelebung nicht mehr genutzter oder veralteter öffentlicher Treffpunkte durch Ortsansässige. So entstehen wieder Plätze für ein aktives Miteinander in der Gemeinde. In Zusammenarbeit mit HORNBACH konnten bereits mehr als zehn Projekte realisiert werden, darunter zum Beispiel Kinderspielplätze.

LUXEMBURG

1

FRANKREICH

2

SLOWAKEI

4 1

RUMÄNIEN

6 1



Die Kolleginnen und Kollegen in Affoltern am Albis schenkten dem Pflegepersonal des örtlichen Krankenhauses Taschen mit der Aufschrift „Heldentaschen“. Weil sie zu Recht der Meinung waren, dass sie die Helden der Corona-Zeit sind.

7 1

SCHWEIZ

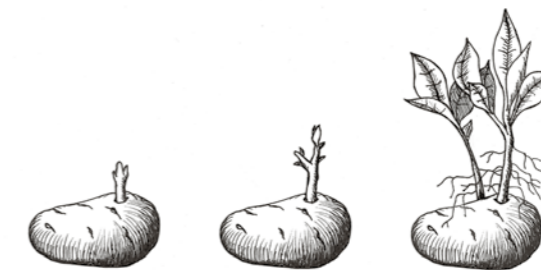


GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

HELFFEN MIT DEM, WAS UNS AUSMACHT

Ein Baustein unternehmerischer Verantwortung ist das gesellschaftliche Engagement. Neben aktiven Mitgliedschaften in Vereinen oder Verbänden zählt HORNBACH hierzu vor allem auch seine Unterstützung gemeinnütziger Institutionen. So wie das Projekt „Kids an die Knolle“, mit dem die Pfälzer Kartoffel-Erzeugergemeinschaft „Pfälzer Grumbeere“ Schulklassen für das Gärtnern begeistert.

Petra Spilker und Anna Krall



Abgewohnte Möbel, wackelige Spielgerüste, fehlender Sonnen- oder Sichtschutz. Jeder, der Kindergärten, Schulen oder soziale Einrichtungen besucht, kennt solche Fälle. Es fehlt an Geld für notwendige Sanierungen oder Renovierungen. An Neuschaffungen, ein „Grünes Klassenzimmer“ oder eine Werkstatt für Kinder ist oft erst gar nicht zu denken. Was würde besser zu einem Bau- und Gartenmarkt passen, als die ortsansässigen Vereine und Institutionen mit den Materialien zu unterstützen, die für das anstehende Projekt gebraucht werden? HORNBACH hilft mit seinem umfangreichen Sortiment.

Im Mittelpunkt stehen für das Familienunternehmen seit jeher Projekte, die Kindern und Jugendlichen zugutekommen. Oder auch Vereine, die sich durch besonderes ehrenamtliches Engagement auszeichnen – Repair Cafés oder Nachbarschaftshilfen. Nachhaltige, beständige Vorhaben sollen es sein – damit das, was entsteht, auch bleibt.

„KIDS AN DIE KNOLLE“

Seit 2011 organisiert die Pfälzer Grumbeere in Kooperation mit dem Deutschen Kartoffel-Handelsverband (DKHV) die Aktion „Kids an die Knolle“. „Wir bekamen immer häufiger die Rückmeldung, dass Schulen zwar gerne teilnehmen würden, aber gar nicht über einen Schulgarten verfügen. Also gingen wir auf die Suche nach einem Partner, der Abhilfe schaffen konnte: die Hochbeete von HORNBACH waren die Lösung“, erklärt Hartmut Magin, Vorsitzender des Erzeugerverbands. So ist HORNBACH seit zwei Jahren mit an Bord. Weil auch der Bedarf an Arbeitsmaterialien wie Schaufeln, Handschuhen und Harken immer größer wird, können sich die teilnehmenden Schulen sowohl für ein Hochbeet als auch für einen Warengutschein von HORNBACH bewerben. Am Ende entscheidet das Los. ➤



Fantastische Knolle: Seit Projektstart haben sich bereits über 700 Schulklassen in Rheinland-Pfalz am Schulgarten-Projekt beteiligt und ihre eigenen Kartoffeln gepflanzt. Unter dem Motto „Ackern für die Grumbeere“ erleben die Schulklassen selbst, wieviel Arbeit und Zeit im Anbau der Kartoffeln stecken, bis sie als leckere Kartoffelsuppe, Reibekuchen oder Pommes frites auf den Tisch kommen.

Die Kinder lernen Verantwortung zu übernehmen für ihre Kartoffeln und teilweise auch mit Rückschlägen umzugehen, gerade wenn das Wetter mal nicht mitspielt. In manchen Schulen werden die Kinder auch zu kleinen Forschern: Wer weiß schon, wie sich Stärke aus Kartoffeln gewinnen lässt?



EIN GESPRÄCH

AUS DER HALTUNG HERAUS GESTALTEN

Bewusstsein und Bildung. Auf diese zwei Begriffe legt sich Erich Harsch, Vorstandsvorsitzender der HORNBACH Baumarkt AG, fest, wenn es um Nachhaltigkeit geht. Unternehmen haben die Verantwortung, für ihre Kunden sinnvolle und nachhaltige Lösungen anzubieten. Letztlich entscheidet immer der Kunde mit seinen Bedürfnissen. Oliver Lotz

HORNBACH BETONT IMMER WIEDER, EIN FAMILIEN- UNTERNEHMEN ZU SEIN, DAS IN GENERATIONEN DENKT UND NICHT IN QUARTALEN. WIE SPIEGELT SICH DAS BEIM THEMA NACHHALTIGKEIT WIDER?

Ich erlebe das schon seit vielen Jahren – früher als Aufsichtsratsmitglied, jetzt als Teil der HORNBACH-Familie: Bei allen Beteiligten steht immer das mittel- und langfristige Denken im Vordergrund und nie das kurzfristige. Das ist eine Haltungsfrage. Es geht im Unternehmen stets um die längerfristige Entwicklung und daraus entsteht viel Positives. Genau das ist Nachhaltigkeit: das langfristige Werthaltige. Es ist großartig, dass diese Haltung und die entsprechenden Werte wie Ehrlichkeit und Offenheit – eben ein ehrbarer Kaufmann sein – bei HORNBACH so gedacht werden.

WELCHE BEDEUTUNG HABEN SOLCHE STARKEN WERTE, UM EIN UNTERNEHMEN ERFOLGREICH ZU NAVIGIEREN?

Man braucht immer eine gewisse Orientierung, und die kommt am besten aus einer wertorientierten Haltung heraus. Deswegen ist es wichtig, dass diese auch gelebt

wird und nicht nur auf dem Papier steht. Stabile Grundsätze sind entscheidend, um sich in einer gemeinsamen Ausrichtung zu bewegen und zu entwickeln. Ohne beständige Werte wird das Verhalten beliebig.

Aber Nachhaltigkeit darf kein Dogma sein. Man muss stets hinterfragen, was gerade im aktuellen Zusammenhang angemessen oder notwendig ist. Wenn ein Unternehmen eine Entscheidung treffen muss, um das eigene Überleben zu sichern, diese Entscheidung aber unter ökologischen Aspekten nicht die nachhaltig beste ist, kann das dennoch vernünftig sein, wenn die ökonomische Nachhaltigkeit gesichert wird. So kann man später wieder mit ganzer Kraft ökologische Ziele verfolgen.

WAS BRAUCHT ES, UM EIN UNTERNEHMEN NACHHALTIG ZU WANDELN?

Nachhaltig wandeln klingt so nach Schalter umlegen – und das geht nicht. Ein Unternehmen ist ein sozialer Organismus, der sich entwickelt. Die Kernfragen lauten: Wie kann ich die richtigen Entwicklungsschritte setzen für das, was ich als vernünftig erkannt habe? Und wie



kriege ich das ökonomisch Notwendige mit dem nachhaltig Sinnvollen gut zusammen? Das generiert sich immer wieder neu. Da ist es wichtig, dass Nachhaltigkeitswerte idealerweise in jedem einzelnen Menschen verinnerlicht sind, nicht nur in einer Stabsabteilung. Wichtig sind Wahrnehmungen mit Nachhaltigkeitsbewusstsein – von möglichst vielen im Unternehmen. Denn Wahrnehmung ist Voraussetzung für Gestaltung.

WAS KANN HORNBACH BEIM THEMA NACHHALTIGKEIT SCHON GUT?

Die ethische Grundhaltung stimmt. Aus dieser heraus fallen viele vernünftige Entscheidungen wie etwa der Verzicht auf handbehauene Natursteine im Jahr 2013 und auf Glyphosat zwei Jahre später. Es wird oft über Optimierungen bei Verpackungen und Transporten gesprochen – da paart sich das Eigeninteresse am besten. Man tut sich selbst einen Gefallen, wenn man unnötigen Ressourcen-

» *Hohe Ambitionen sind sehr wichtig, aber gegen das Kundeninteresse zu handeln, kann gefährlich sein. Langfristig sinnvoll kann nur sein, was für Mensch und Erde gut ist.* «

verbrauch reduziert. Dann wird es auch wirtschaftlicher. Wir haben gerade fast alle Märkte auf LED-Beleuchtung umgestellt und sparen dadurch mehr als zehntausend Tonnen CO₂ jährlich. Das ist zwar erstmal ein ordentliches Investment, zahlt sich aber im reduzierten Strom- und Ressourcenverbrauch schnell aus – und rechnet sich nach verhältnismäßig kurzer Zeit. Ein schönes Beispiel, dass

sich Ökonomie und Ökologie nicht gegenseitig ausschließen. Es läuft schon viel richtig, aber wir können auch noch vieles besser machen.

ZUM BEISPIEL?

Wir können bei den Vereinbarungen mit Lieferanten noch verbindlicher werden. Speziell auch, was die Nachhaltigkeitsaspekte bei den Eigenmarken angeht. Da hat man von Haus aus mehr Spielraum als bei anderen Marken. Entscheidend ist auch, wie konsequent man agiert, wenn man ungesunde Dinge wahrnimmt. Das riesige Sortiment von HORNBACH bietet unendlich viele Anknüpfungspunkte. Aber Vorsicht: Wenn wir Produkte aus nachhaltiger Sicht auslisten, diese jedoch breit nachgefragt werden, gehen die Kunden zum Wettbewerber. Und das kann sich kein stationärer Händler auf absehbare Zeit erlauben. Hohe Ambitionen sind sehr wichtig, aber gegen das Kundeninteresse zu handeln, kann gefährlich sein. Jedoch müssen wir dem Verbraucher stets Alternativen anbieten, sodass er sich bei uns für nachhaltige Produkte und damit für nachhaltiges Handeln entscheiden kann.

WENN ES UM NACHHALTIGE VERPACKUNGEN, TRANSPORTE UND RETOURENVERWERTUNG GEHT, BIETET DER ONLINEHANDEL GROSSES KONFLIKTPOTENTIAL.

Vieles ist nicht zwingend nachhaltig. Bei 200.000 Artikeln im Onlineshop haben wir jede Menge Produkte, die wir noch weiter optimieren können in der Nachhaltigkeit. Als Handelsunternehmen sind wir allerdings zuerst unseren Kunden verpflichtet. Wenn sie diesen Service nachfragen, wenn die Entwicklung der Welt dorthin geht, dann werden wir uns dem nicht verschließen und sagen „wir machen das nicht“. Im Gegenteil: Man muss diese Entwicklungen so gut wie möglich gestalten. Es geht weder um Vergötterung noch um Verteufelung von einzelnen Dingen. Der Lauf der Welt ist stets ein neuer. Daher braucht es eine ambitionierte Mitgestaltung dieses Laufs – immer situativ angepasst und wertorientiert ausgerichtet. Je nachdem, was notwendig und von den Menschen gewollt ist.

WIE KÖNNEN KUNDEN NACHVOLLZIEHEN, DASS HORNBACH NACHHALTIG WIRTSCHAFTET?

Bei der Kommunikation nach außen haben wir tatsächlich noch Potenzial. Andererseits: In den sozialen Medien fanden Nachhaltigkeitsthemen vor Greta Thunberg und Fridays for Future kaum statt. Das ist jetzt besser geworden. Es hat sich vorher ja nicht nichts entwickelt – nur



vielleicht langsamer. Die Dynamik hat zugenommen, da stellt sich die Frage: Gestaltest du oder verwaltest du? Es gibt aus meiner Sicht zu viele, die nur verwalten, und zu wenige, die wirklich mitgestalten.

Es kommt darauf an, das Thema mit konkreten Beispielen zur Wirkung zu bringen. Nicht über Nachhaltigkeit an sich sprechen, sondern die Vorteile eines nachhaltigen Produktes hervorheben. Aber dabei muss man auch aufpassen: Je lauter man brüllt, desto höher wird auch der Anspruch der Kunden, und den sollte man dann auch erfüllen können.

ZUR PERSON

Erich Harsch, 58, ist seit Januar 2020 Vorstandsvorsitzender der HORNBACH Baumarkt AG. Vorher war er 38 Jahre lang bei der Drogeriemarktkette dm tätig – seit 2008 als Vorsitzender der Geschäftsführung. Der gebürtige Österreicher kennt HORNBACH seit Anfang 2014, als er in den Aufsichtsrat der HORNBACH Baumarkt AG berufen wurde. Erich Harsch ist verheiratet und Vater von zwei Kindern.

WIE DEFINIEREN SIE FÜR SICH DEN BEGRIFF NACHHALTIGKEIT?

Es stört mich, wenn Nachhaltigkeit pauschal und einseitig als ökologische Forderung genannt wird. Wenn das individuelle, situativ angemessene Element flöten geht und Aussagen einseitig dogmatisch dargestellt werden. Da reagiere ich allergisch. Es geht um das Bewusstsein für sinnhafte Entwicklung. Je mehr Bewusstsein ich habe, desto besser treffe ich nachhaltige Entscheidungen.

» *Die Kernfrage ist: Wie kriege ich das ökonomisch Notwendige mit dem nachhaltig Sinnvollen gut zusammen?* «

Selbstverständlich achte ich auch privat darauf, keine Ressourcen zu verschwenden und Produkte nicht im Überfluss anzulegen, sondern nur das zu haben, was wirklich benötigt wird. Nachhaltigkeit – wie ich sie verstehe – ist das, was ganzheitlich ist und möglichst viele Aspekte mit einbezieht. Soziale Vielfalt beispielsweise ist für mich eine Grundvoraussetzung, dass man sich als Mensch nachhaltig aufstellen kann. Langfristig sinnvoll kann nur sein, was für Mensch und Erde gut ist.

WELCHER ÜBERZEUGUNG FOLGEN SIE ALS UNTERNEHMER?

Die wichtigste Qualität ist die Menschenorientierung. Das heißt, die Orientierung Richtung Kunde ist für einen Händler essenziell. Aber ebenso in Richtung Kollegen – also der Menschen, die in einem Boot sitzen und gemeinsam rudern, damit unsere Kunden gut versorgt werden. Da kommt alles zusammen: Wie kann ich mich bestmöglich am Kunden orientieren und mich gleichzeitig bestmöglich für die Mitarbeiter einsetzen? Natürlich verbunden mit

der wirtschaftlichen Komponente. Die betriebswirtschaftliche Realität muss man als Unternehmer immer im Auge haben, sonst macht man einen schlechten Job.

WIE HABEN SICH DIE ANSPRÜCHE DER KUNDEN AN NACHHALTIGE PRODUKTE, ABER AUCH NACHHALTIG AGIERENDE UNTERNEHMEN VERÄNDERT?

Die Ansprüche der Menschen und der Gesellschaft steigen. Das Thema Qualitätsbewusstsein – und damit auch langlebigere Produkte – hat einen Wertzuwachs erfahren. Dass sich diese Haltung nach wirtschaftlichen Krisen wie Corona wieder ändert, ist leider nicht auszuschließen. Trends und Entwicklungen verlaufen oftmals wellenförmig. Das macht es künftigen Unternehmern nicht einfacher. Andererseits entwickeln sich großartige Technologien, die es zu nutzen gilt. Und mit besserer Technologie kann man besser und nachhaltiger wirtschaften. Entscheidend ist, dass man sich bei jedem einzelnen Thema, das man bearbeitet – sei es Qualitätsanspruch, Klimawandel oder Fachkräftemangel – fragt: Welche Wege sind gesünder für die Zukunft? Und welche Aspekte werden diesen Ansprüchen weniger gerecht?

WIE STELLT HORNBAACH SICHER, FÜR DIE KÜNFTIGEN ANFORDERUNGEN GERÜSTET ZU SEIN?

Zukunft kann man niemals sicherstellen, man kann nur Wahrscheinlichkeiten bilden. Niemals war das deutlicher als in Tagen wie diesen. Die wichtigste Maßnahme ist, dass die Menschen ermächtigt und befähigt werden, eigenverantwortlich Dinge anzupacken und zu gestalten. Ihr Bewusstsein zu steigern für die Frage: „Was ist sinnvoll für unsere Zukunft?“ Je mehr Menschen bei HORNBAACH unternehmerisch vernünftig gestalten und handeln, desto mehr wird sich der Organismus richtig entwickeln und desto besser sind die getroffenen Entscheidungen. Da kann man sich eifrig darum bemühen – eine Erfolgsgarantie gibt es leider nicht. Ich werde meinen Teil dazu beitragen, bei HORNBAACH dafür die Erfolgswahrscheinlichkeit zu erhöhen. «



EIN VIRUS UND SEINE FOLGEN

HERAUSFORDERUNG CORONA

Das Jahr 2020 steht auch für HORNACH im Bann der weltweiten Corona-Pandemie. Die Krise stellt das Unternehmen an allen Ecken und Enden vor neue Herausforderungen. Zugleich setzt sie eine ungeahnte Tatkraft frei und schafft Raum für innovative Lösungen. Dieses Spezial wirft ein Schlaglicht auf die Monate Januar bis Mai. Florian Preuß

TEIL 1

AUS DEM KRISENSZENARIO WIRD DER ERNSTFALL

Am Anfang stand die Sorge vor einer großen Lücke in der Warenversorgung. Doch schnell werden Schutzmaßnahmen für Mitarbeiter und Kunden zum wichtigsten Thema in der Corona-Krise. HORNACH handelt. Entschlossen.

Das neue Jahr ist gerade wenige Wochen alt, da kommt in der Zentralverwaltung der HORNACH Baumarkt AG im pfälzischen Bornheim ein Thema auf, das in den kommenden Monaten alles andere überlagern sollte: Corona. Eine der Ersten, die sich damit befasst, ist Susanne Jäger, im Vorstand verantwortlich für den Einkauf. Die Kollegen im Hongkonger Importbüro haben Alarm geschlagen. Immer mehr Fabriken in China mussten die Produktion komplett einstellen, zahlreiche Häfen sind bereits geschlossen, etliche Container mit bestellten Waren kommen nicht raus aus dem Land. Und dann gibt es da noch ganz andere Sorgen: Die Zahl der Infektionen mit SARS-CoV2 steigt auch in Hongkong stark an, Hamsterkäufe sorgen für leere Regale in den Supermärkten der Metropole und Atemschutzmasken sind dort nicht mehr verfügbar.

Trotz vereinzelter Medienberichte erscheint das Krisenszenario aus Fernost vielen Menschen in Europa zu diesem Zeitpunkt noch fremd und ohne Bezug zum eigenen Leben. „Für uns war aber schnell klar, dass wir uns sehr ernsthaft mit dieser Situation auseinandersetzen müssen“, sagt Susanne Jäger. Auf ihre Einladung hin finden sich bereits am 31. Januar Führungskräfte und Mitarbeiter aus verschiedenen Fachbereichen zu einer Art Krisenstab in der Zentralverwaltung zusammen. Und neben Sofortmaßnahmen für die betroffenen Kollegen in Hongkong und präventiven Aktionen zur Sicherstellung der Warenversorgung für das wichtige Frühjahrsgeschäft befasst sich die Runde auch mit der Frage, welche Auswirkungen eine Ausbreitung des Virus in Europa für das Unternehmen, seine Mitarbeiter und Kunden haben könnte.

FRÜHZEITIG ERSTE EMPFEHLUNGEN FÜR DIE MITARBEITER

Mit dabei sind von Anfang an die Kollegen von der Arbeitssicherheit. Das Team erarbeitet in der ersten Februarwoche zusammen mit dem Betriebsarzt Dr. Achim Weisbrod einen Hygieneleitfaden für alle Mitarbeiter des Unternehmens, mit ersten Empfehlungen zum Abstandhalten, zum Verzicht auf körperlichen Kontakt, zur Reinigung von häufig benutzten Gegenständen und zur Handhygiene. Die Reinigungsintervalle werden zügig erhöht und große Mengen Desinfektionsmittel für die Märkte, Logistikzentren und Verwaltungen des Unternehmens geordert. Nachdem sich jetzt auch Infektionsfälle in Norditalien häufen, sind Dienstreisen und der Besuch von Messen für viele Mitarbeiter weitestgehend eingestellt. Zum Monatsende verschickt die Arbeitssicherheit ein weiteres Informationsblatt: „Wie verhalte ich mich beim Verdacht auf eine mögliche Infektion?“

In den Folgetagen stehen die Telefone nicht mehr still. Neben ersten Verdachtsfällen gibt es auch eine Vielzahl von Nachfragen, die als Zeichen großer Verunsicherung verstanden werden können. „Es haben sich auch Kollegen gemeldet, bei denen die Tochter der Freundin erkrankt war und die nun wissen wollten, wie sie sich verhalten sollen“, erinnert sich Julia Wittig, die als Referentin in der Arbeitssicherheit tätig ist. „Einiges war sicherlich übertrieben und auch der umfassenden Berichterstattung in den Medien geschuldet, aber unterm Strich haben die Maßnahmen sicher dazu beigetragen, alle Kollegen zu sensibilisieren und für die Einhaltung der Hygiene- und Schutz-

Vorherige Seite: Bereits Mitte März waren die Kassenzonen und viele Beratungszonen in den HORNBAACH-Märkten mit einem selbstgebauten „Spuckschutz“ ausgerüstet worden.

Unten links: Um das Einhalten von Abständen zu erleichtern, hat Alessandro Pellegrini zusammen mit den Schweizer Markt-Teams Abspermarkierungen auf Böden geklebt.

Unten rechts: Christina Selbach (links) und Julia Wittig vom Team Arbeitssicherheit hatten schon Anfang Februar erste Hygiene- und Schutzkonzepte für das Unternehmen erarbeitet.

maßnahmen zu gewinnen.“ Und von diesen Maßnahmen gibt es mittlerweile immer mehr. Viele Teams werden aufgeteilt, Pausenräume nur noch eingeschränkt genutzt, Besprechungen durch Videokonferenzen ersetzt, in der Verwaltung wird zunehmend mobil gearbeitet und beim Kundenkontakt im Markt auf Abstände geachtet.

SCHNELLE MASSNAHMEN ZUM ABSTANDHALTEN IN DEN MÄRKTEN

Doch die Abstände lassen sich in Anbetracht der stetig steigenden Nachfrage immer schwerer einhalten. Zu Beginn der zweiten Märzwoche steht Alessandro Pellegrini, HORNBAACH-Landesgeschäftsführer in der Schweiz, im Hauptgang des Marktes Etoy, oberhalb des Genfer Sees gelegen, recht nah an der Grenze zu den Corona-Hotspots in Norditalien. Obgleich die Medien seit Tagen von steigenden Infektionen berichten und an das Abstandhalten appellieren, strömen die Kunden in

Massen in den Markt herein, als gäbe es kein Morgen mehr. „Viele hat da sicherlich schon die Sorge umgetrieben, dass die Bau- und Gartenmärkte schließen könnten. Die wollten sich vor dem kommenden Lockdown einfach noch schnell mit Material eindecken“, erklärt Alessandro Pellegrini. „Für einige Kollegen war das eine tolle Herausforderung, bei anderen habe ich die pure Angst in den Augen gesehen.“ Kurzerhand schnappt er sich rotweißes Absperrband aus dem HORNBAACH-Sortiment und klebt damit in den Beratungszonen des Marktes Abstandsmarkierungen auf den Fußboden. Zusammen mit dem Marktteam verlängert er die Beratungstheken mithilfe einer flink zusammenschraubten Holzkonstruktion, sodass auch hier immer mindestens zwei Meter Abstand zwischen Kunde und Mitarbeiter eingehalten werden. Überall im Markt werden Hinweisschilder und auch mobile Desinfektionsmittelpender für die Kunden aufgebaut. Die Maßnahmen werden später einfließen in das offizielle Sicherheits-



konzept des Schweizer Handelsverbandes, doch eine vorübergehende Schließung der Bau- und Gartenmärkte können sie nicht mehr verhindern, zu hoch ist die Infektionsrate mittlerweile im Land der großen Berge und Seen. Ab dem 17. März ist hier vorerst Schicht im Schacht.

POLIZEI UND ORDNUNGSÄMTER ZOLLEN ANERKENNUNG

Doch die Vorarbeit der Schweizer Kollegen – anschaulich dokumentiert in Text und Bild – ist in den anderen Regionen Gold wert. In Deutschland beispielsweise vereinbarten Bundesregierung und Bundesländer am 16. März, dass Bau- und Gartenmärkte aufgrund ihrer wichtigen Versorgungsfunktion geöffnet bleiben dürfen, aber gezielte Maßnahmen zur Hygiene, zur Steuerung des Zutritts und zur Vermeidung von Warteschlangen ergreifen müssen. Schon vor Bekanntwerden dieser Vereinbarung hatten die Teams an den 96 deutschen Standorten damit begonnen, die Maßnahmen der Schweizer Kollegen zu adaptieren. Mit Erfolg! „Wir hatten ja gerade in der Anfangszeit regelmäßige Kontrollen von Ordnungsämtern und Polizei in unseren Märkten. Und dabei gab es durchweg Lob und Aner-

kennung für die Umsetzung“, erzählt Julia Wittig. „Und sicherlich hat die konsequente Umsetzung der Schutzmaßnahmen auch dazu beigetragen, dass wir bis zum heutigen Tage keine Infektionswelle im Unternehmen verzeichnen mussten.“

Genau 23 von insgesamt rund 22.000 Kolleginnen und Kollegen hatten sich in den ersten sechs Monaten der Pandemie* nachweislich mit dem Coronavirus infiziert. „Nach unseren Erkenntnissen hatte keine einzige Infektion ihren Ursprung im Markt, oft handelte es sich um Kollegen, die frisch aus dem Skiurlaub zurückgekehrt und aufgrund unserer frühzeitigen Kommunikation gleich bei ersten Krankheitsanzeichen daheim geblieben waren. Wir haben jeden einzelnen Fall nachverfolgt und bei Bedarf auch Kollegen aus den entsprechenden Abteilungen sicherheitshalber in Quarantäne gebeten“, erklärt Julia Wittig und fügt hinzu: „Alle betroffenen Kollegen sind mittlerweile wieder wohlauf, es waren zum Glück fast immer milde Krankheitsverläufe.“ ➤

*Stand: Anfang Juli 2020



LÖSUNGEN IM LOCKDOWN

Während die Nachfrage der Kunden im Frühjahr 2020 regelrecht explodiert, müssen zeitgleich in immer mehr Ländern Bau- und Gartenmärkte komplett oder teilweise schließen. Ein Dilemma? Nein, eher eine Art Turbo-Booster für neue Ideen und tatkräftige Umsetzungen.

In der zweiten Märzwoche überschlugen sich für HORNBAACH die Ereignisse. Nachdem bereits bekannt geworden ist, dass die Bau- und Gartenmärkte in Tschechien und der Slowakei zum 14. März für Privatkunden schließen müssen, verfolgen die Führungskräfte in der österreichischen Verwaltung am 13. März gebannt eine Pressekonferenz des Bundeskanzlers. Unter dem Eindruck der stark steigenden Sterberate im Nachbarland Italien verkündet Sebastian Kurz einen weitreichenden Lockdown in der Alpenrepublik, die Baumärkte sollen ab Montag, 16. März, komplett geschlossen bleiben. Während die Kollegen aus der Operative umgehend in allen 14 Märkten Vorbereitungen für den zu erwartenden Rekord-Samstag anstoßen, stellen sich Michael Hyna und dem E-Business-Team ganz andere Fragen: „Welche Information stellen wir auf die Startseite? Wo müssen wir die Schließung überall sichtbar machen? Und wie können wir sicherstellen, dass wir den bevorstehenden Boom der Onlinebestellungen zur Zufriedenheit der Kunden bearbeitet bekommen?“

Auch in der Zentralverwaltung in Bornheim beobachtet man die Entwicklungen im Süden und Osten aufmerksam. Nachdem feststeht, dass nun auch noch die Märkte in Luxemburg und der Schweiz zum Wochenbeginn schließen müssen, werden kurzerhand sämtliche Besprechungsräume im Erdgeschoss von Gebäude 3 zum Projektbereich erklärt. Kollegen aus Logistik, Technologie, E-Business und Operating kommen nun täglich zusammen – oft auch zugeschaltet per Videokonferenz. Gemeinsam werden Notfallkonzepte entwickelt für jene Regionen, in denen Märkte schließen müssen: Welche Möglichkeiten gibt es noch, die Kunden mit der benötigten Ware zu versorgen?

DURCH DIE SCHLEUSE ZUR HEISS BEGEHRTEN WARE

Dort, wo der Kunde zwar nicht mehr in den Markt darf, aber eben noch an ihn heran, setzt das erste „Notfallkonzept“ an. Bereits im Jahr 2011 hatte HORNBAACH in nahezu sämtlichen Regionen das Modell „Online reservieren und Abholen im Markt“ eingeführt. Diese sogenannten R+A-Aufträge gehen jetzt regelrecht durch die Decke. An etlichen Standorten ist das Volumen mehr als doppelt so hoch wie im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Die Kunden reservieren über den Onlineshop, aber weiterhin auch telefonisch und per E-Mail. „Die Zahl der Aufträge ist bereits im März so massiv gestiegen, dass wir unsere Zielsetzung, die Waren innerhalb von zwei Stunden zur Abholung bereitzustellen, nicht mehr halten konnten“, erklärt Olga Hahn, die mit der Leitung einer Projektgruppe betraut ist. „Um Abstände einhalten zu können, haben wir schließlich Zeitslots geplant und die Kunden eingeteilt. An vielen Märkten mussten auch Schleusen aufgebaut werden, mit einer Einbahnstraße und nur jeweils einem Ein- und Ausgang. Später haben wir auch Abholstationen eingerichtet.“ Beim Bezahlen setzt HORNBAACH verstärkt auf kontaktlose Möglichkeiten. Kunden, die weiterhin bar bezahlen wollen, können in den Schleusen und an den Warenausgaben sogenannte Cash-Recycler nutzen. Erstmals wird bei den R+A-Aufträgen aber auch eine Bezahlung im Voraus angeboten und sofort stark in Anspruch genommen.

Während es in Schweden und einigen anderen Staaten Europas zu diesem Zeitpunkt noch keinerlei Einschränkung für den Betrieb der Bau- und Gartenmärkte gibt, wird in



anderen Ländern bereits der komplette Lockdown vollzogen. In Österreich etwa kann nun kein Kunde mehr im Markt einkaufen, auch Handwerker und Gewerbetreibende nicht. Da zugleich die Möglichkeit entfällt, reservierte Waren am Markt abzuholen, explodieren die Onlinebestellungen. Das Volumen liegt in der dritten Märzwoche mehr als 200 Prozent über dem Vorjahr. „Wir hatten in der Vorwoche zwar mit einem deutlichen Anstieg gerechnet, solch ein Ausmaß jedoch nicht erwartet“, sagt E-Business-Leiter Michael Hyna. Vorsorglich war bereits die Zahl der Mitarbeiter in den beiden Marktversandzentren (MVZ), die seit einigen Jahren einen erheblichen Anteil der Onlinebestellungen bearbeiten, erhöht worden. Kollegen aus den geschlossenen Märkten kommen nun hier zum Einsatz.

MIT EURO-PALETTEN ENTSTEHEN ZUSÄTZLICHE ARBEITSFLÄCHEN

Das stellt das Unternehmen wieder vor neue Herausforderungen. Um Abstände untereinander einhalten zu können, müssen weitere Arbeitsflächen geschaffen werden. Die MVZs werden kurzerhand in den jeweiligen Markt hinein verlängert, in Bad Fischau bauen Mitarbeiter inmitten des Drive-In und anderer Abteilungen mit Euro-Paletten neue

Packtsche auf. Auch die stark steigende Zahl der Waren wird nun an allen möglichen Ecken und Enden des Marktes zwischengelagert. „An einigen Tagen haben wir über den MVZ-Betrieb genauso viel Ware aus den Regalen herausgeholt wie sonst an manchen Verkaufstagen im Marktbetrieb“, sagt Michael Hyna und schiebt hinterher: „Gereicht hat das nicht. Irgendwann mussten wir den Not-Aus-Knopf drücken und die Bestellmöglichkeiten reduzieren.“

Mittlerweile sind rund 40 Prozent aller HORNBAACH-Märkte ganz oder teilweise geschlossen, auch in den deutschen Bundesländern Bayern, Sachsen und Niedersachsen. Für Handwerker, Gewerbetreibende und Landwirte gibt es vereinzelt Ausnahmen, mancherorts ist auch noch R+A möglich für Privatkunden, doch einem Großteil bleibt nur noch die Bestellung über den Onlineshop. Die hohe Nachfrage treibt den Kollegen in etlichen Fachabteilungen die Schweißperlen auf die Stirn. Die Logistikzentren arbeiten unter Voll-Last, die Transportdienstleister haben kaum noch freie Kapazitäten, im Kundenservice schnellen die Anfragen massiv in die Höhe und die Technologie kämpft angesichts der geradezu explodierenden Zugriffe auf den Onlineshop mit einer deutlichen Aufstockung der Prozessoren für eine angemessene Rechenleistung. Kaum zu glauben,

dass auch noch Zeit bleibt, um Innovationen aus jüngerer Zeit weiter voranzutreiben – zum Beispiel die Selfscan-Funktion der HORNBACH-App, mit der Kunden ihre stationären Einkäufe via Smartphone selbst erfassen und so Kontakte vermeiden und Wartezeiten reduzieren. Dort, wo Märkte noch geöffnet sind, steigen die Zugriffe auf App und Selfscan rasant. Also wird die Funktion mit Blick auf mögliche Wiedereröffnungen kurzerhand an den geschlossenen Standorten ausgerollt, in sämtlichen Schweizer Märkten etwa ab Ende März.

NEUE VERSANDZENTREN IM WOCHENTAKT AUFGEBAUT

Die bestehenden Marktversandzentren arbeiten derweil schon längst oberhalb ihrer Kapazitätsgrenzen. Es gibt keinen freien Platz mehr, um weitere Kundenaufträge bearbeiten zu können. In der Bornheimer Zentralverwaltung hat eine Projektgruppe um Logistik-Entwickler Jochen Pohnert aus diesem Grund ein Konzept für den schnellen Aufbau weiterer MVZs entwickelt, vorrangig in aktuell geschlossenen Märkten. Innerhalb weniger Wochen wird konzernweit eine Reihe weiterer Notfall-MVZs aus dem Boden gestampft, in jedem Land mindestens eines. „Eine gigantische Geschwindigkeit, wenn man bedenkt, dass wir in normalen Zeiten für den Aufbau eines neuen MVZs mehrere Monate veranschlagen“, sagt Jochen Pohnert. Alte Tugenden, die das Unternehmen einst groß gemacht hatten, erleben jetzt in allen Bereichen eine neue Blütezeit. In der Coronakrise entstehen Freiräume für Innovationen, wachsen die Tatkraft jedes Einzelnen und die schnelle, unkomplizierte Zusammenarbeit über Grenzen hinweg. Im Fall der Notfall-MVZs werden die Standorte aus der Verwaltung heraus nach Kräften unterstützt, bei der technischen Vorbereitung, der Auswahl der Transportdienstleister, der Materialversorgung und der Qualifizierung neuer Mitarbeiter etwa.

Der eigentliche Kraftakt ist aber vor Ort zu stemmen. Kollegen, die vorher im Wareneingang, im Verkauf oder an der Kasse eines nun geschlossenen Marktes gearbeitet haben, bauen neue Arbeitsplätze im Notfall-MVZ auf, oft improvisiert und mit Material aus dem Markt. Und dann gilt es, die neuen Aufgaben zu bewältigen: Kommissionierung, Verpackung, Retourenabwicklung und vieles mehr. „Schwierigkeiten entstanden oft bei größeren Aufträgen mit vielen verschiedenen Positionen. Deshalb haben wir zusätzlich zu den vollwertigen Notfall-MVZs auch noch sogenannte ‚MVZs light‘ entwickelt, in denen die Prozesse

deutlich vereinfacht wurden“, erklärt Jochen Pohnert. Mehrere dieser MVZs light wurden im April und Mai in Deutschland und Luxemburg in Betrieb genommen. Außerdem wurde kurzerhand noch ein Direktversandzentrum in Essingen aufgebaut, das Artikel aus dem Zentrallager direkt an die Endkunden versenden konnte. All das hat geholfen, das hohe Bestellvolumen einigermaßen in den Griff zu bekommen.

MARKTMITARBEITER LIEFERN WARE IM MIETTRANSPORTER AUS

Auch die Projektgruppe „Notfallkonzepte“ leistet dazu einen weiteren Beitrag. Das Team um Olga Hahn hat innerhalb einer Arbeitswoche ein weiteres Konzept entwickelt: „Reservieren und Liefern“. In Österreich, Rumänien und einigen deutschen Bundesländern wird der Kunde nun aus dem Markt heraus beliefert. Seine online reservierte Ware wird dort kommissioniert, ihm dann per Zufuhr zugestellt und direkt vor Ort oder per Prepayment bezahlt. Im Idealfall kommen lokale Spediteure zum Einsatz, oftmals wird die Ware aber auch von Mitarbeitern des Marktes zugestellt, im Miettransporter oder einem Fahrzeug aus dem Fuhrpark. Und da in den jeweiligen Regionen beständig neue Corona-Verordnungen erlassen werden, müssen bei der Zufuhr auch noch kuriose Hürden genommen werden. In Österreich dürfen zum Beispiel zeitweise nur noch Personen aus einem gemeinsamen Haushalt in einem Fahrzeug Platz nehmen. Das hat zur Folge, dass bei der Lieferung besonders schwerere oder sperriger Waren nun zusätzlich zum Spediteur im LKW auch noch ein Marktmitarbeiter im PKW zum Kunden fährt, um die Ware dort auszuladen. Ein Riesenaufwand, in puncto Wirtschaftlichkeit durchaus kritisch zu hinterfragen. Aber für viele Kunden eben auch ein Strohalm, an den sie sich in einer schwierigen Situation klammern konnten.

Für all die Gärtner und Heimwerker, die jetzt Material für ihre Gemüsebeete, für Reparaturen oder für Projekte im Innen- und Außenbereich benötigen, entspannt sich die Lage erst im Laufe des Aprils wieder. Angesichts sinkender Infektionszahlen wird der Lockdown in immer mehr Staaten gelockert. In Tschechien dürfen die Baumärkte ab dem 9. April wieder öffnen, in Österreich ab dem 14., in Deutschland sind am 20. wieder alle Bundesländer auf einem Stand und in der Schweiz geht es am 27. wieder los. Anfang Mai folgt noch die Slowakei. Damit sind sämtliche 160 HORNBACH-Märkte wieder geöffnet. ➤



Oben: In Österreich verzeichneten Michael Hyna und seine Kollegen ab Mitte März rasant wachsende Onlinebestellungen. Die Marktversandzentren wurden kurzerhand mit improvisierten Arbeitsflächen erweitert.

Vorherige Seite: In der Bornheimer Zentralverwaltung erarbeiteten die Teams um Olga Hahn und Jochen Pohnert Notfallkonzepte für den Betrieb der Märkte und Onlineshops – oft in virtueller Zusammenarbeit.

„DAS IST JETZT ERNST, DAS BETRIFFT UNS ALLE“

Für die 160 Marktmanager des HORNBACH-Konzerns war die Corona-Krise eine immense Herausforderung mit vielen neuen Aufgaben und Entscheidungen. Dass sie dabei auch über sich hinauswachsen mussten, zeigt das Beispiel aus Bielefeld.

Ein milder Frühlingstag, mitten im März 2020: Hans-Jörg Specka steht nachdenklich im Eingangsbereich seines Marktes. Er hat die Medienberichte in den vergangenen Tagen aufmerksam verfolgt. Vom Abstandhalten ist jetzt überall die Rede. Und hier, in Bielefeld, strömen gerade unablässig Kunden in den HORNBACH-Markt. Dabei steht der Höhepunkt noch aus, die richtig sonnigen Tage kommen ja erst. In normalen Zeiten wäre der Marktmanager nun am Frohlocken. Endlich startet die Saison, endlich steigt die Nachfrage wieder. Doch 2020 ist alles anders. Für Specka ist klar: „Das ist jetzt ernst, das betrifft uns alle. Ich muss was unternehmen, um meine Mitarbeiter und Kunden zu schützen.“

Einige Maßnahmen hatte er in seinem Markt schon frühzeitig angestoßen, ein neues Hygienekonzept etwa und das ausgeklügelte Schichtsystem für das Team. Gerade erst haben sie den Spuckschutz im Kassensbereich aufgebaut. Das örtliche Gesundheitsamt war bereits da und hat Zustimmung signalisiert. Auch die Vertreter vom Amt für Arbeitsschutz, die etwas später hereinschauen, sprechen von vorbildlichen Lösungen. Aber das wird nicht reichen. Wenn die Kunden weiter so in den Markt strömen, dann werden Abstände untereinander und auch zu den Mitarbeitern keinesfalls eingehalten werden können. Hans-Jörg Specka entscheidet sich in diesem Moment – wie viele andere Kollegen auch – zu einem radikalen Schritt, den es so in der über 50-jährigen Geschichte des Unternehmens noch nicht gegeben hat: Ab jetzt wird der Zutritt zum Markt reguliert. Nur noch 70 Kunden dürfen zeitgleich herein, alle weiteren müssen warten.

EIN STAU RUFT DAS ORDNUNGSAMT AUF DEN PLAN

Um Herr der Lage zu werden und auch ein klares Signal zu senden, ändert der Marktmanager kurzerhand die Verkehrsführung. Es gibt jetzt nur noch eine Ausfahrt und eine Einfahrt. Und an der kommt es prompt zu einem ordentlichen Rückstau. Das ruft das Ordnungsamt auf den Plan, später hat Specka auch die Polizei am Telefon. Ruhig und sachlich erklärt er die Hintergründe, kann überzeugen. Das gelingt ihm und seinem Team auch im Kontakt mit den Kunden. Specka stellt sich Mitte März immer wieder für einige Stunden zu den Wachleuten, die er gerade engagiert hat, um den Kundenstrom zu regulieren. „Mir war es wichtig, zu sehen, wie die mit unseren Kunden umgehen. Und ich wollte auch wissen, wie unsere Kunden sich in der neuen Situation verhalten, wie groß das Verständnis ist.“ Er wird positiv überrascht. Abgesehen von wenigen Einzelfällen gibt es doch ganz überwiegend Zustimmung. Die Kunden warten geduldig und kaufen dann schnell und zielgerichtet ein. Gebummelt wird nicht und einen Ausflug mit der ganzen Familie macht hierher auch niemand mehr.

Um diese Botschaften zu unterstreichen, nimmt Hans-Jörg Specka sich zusätzlich zu den vielen neuen Herausforderungen noch Zeit für Gespräche mit den örtlichen Journalisten. Innerhalb von zehn Tagen gibt er vier Interviews und führt Redakteure durch den Markt. Fotografieren lässt er sich notgedrungen auch. „Ich halte mich wirklich nicht für fotogen und finde es auch grausam, für ein Foto zu posieren. Aber es war mir eben auch wichtig, dass die Leser

erfahren, dass sie hier bei uns guten Gewissens einkaufen können, weil wir unsere Maßnahmen konsequent umsetzen“, erinnert er sich rückblickend.

IN DER KRISE ÜBER SICH SELBST HINAUSGEWACHSEN

In den vergangenen Wochen konnte er viele Maßnahmen in seinem Markt wieder zurückfahren, der Einkauf ist für Kunden und Mitarbeiter ein Stück weit normaler geworden. „Wir sind bislang gut durch diese Krise gekommen, hatten noch keine Infektion in unserem Markt und generell nur einen geringen Krankenstand in den vergangenen Monaten. Alle haben toll mitgemacht und ich weiß, dass ich mich

auf mein Team verlassen kann. Falls die Situation nun in Deutschland doch nochmal ernster wird, dann sind wir gut vorbereitet und können schön dosiert auf die Bremse treten.“ Neben dieser Zuversicht stellt der langjährige Marktmanager auch in der persönlichen Rückschau positive Aspekte in den Vordergrund: „Am Anfang war es schon sehr stressig, das habe ich auch körperlich gespürt. Aber ich bin in dieser Krise auch gewachsen, habe neue Erfahrungen gemacht und von meinem Team und auch im Unternehmen viel Anerkennung erfahren. Das hat gut getan.“ ◀

Unten: Um einen Eindruck zu erhalten, wie die Kunden auf die neuen Hygiene- und Schutzmaßnahmen reagieren, hat Marktmanager Hans-Jörg Specka in Bielefeld immer wieder das Gespräch gesucht.



EUROPÄISCHE WÄLDER

HEY WALD! WIE GEHT'S DIR EIGENTLICH?

Schon oft wurde dem deutschen Wald sein baldiges Ende vorhergesagt. Bereits der berühmte Naturforscher Alexander von Humboldt warnte im 19. Jahrhundert vor den Folgen einer zunehmenden Abholzung. Auch in den 80er-Jahren schien das Ende erneut nahe, als saurer Regen als Folge von Auto- und Industrieabgasen große Flächen des deutschen Waldes schädigte. Totgesagte leben länger. Endgültig gestorben ist unser Wald bis heute nicht. Aber er leidet wieder zunehmend – besonders unter dem Klimawandel. Wie können wir den Wald heute schützen? Und wie geht HORNBACH mit dem Thema Holz um? Eine Bestandsaufnahme.

Tilman Sanner

Rund 90 Milliarden Bäume wachsen in Deutschland auf einer Fläche von über elf Millionen Hektar. Damit ist laut Bundeswaldinventur ein knappes Drittel der Bundesrepublik mit Wald bedeckt. Kein anderes Land in Mitteleuropa besitzt mehr Wald. Auf sieben Bundesbürger kommt durchschnittlich ein Hektar. Die häufigsten Baumarten in Deutschland sind die Nadelbäume Fichte (25 %) und Kiefer (23 %), gefolgt von den Laubbäumen Buche (16 %) und Eiche (11 %). Seit der letzten großen Debatte um das Waldsterben in den 80er-Jahren werden Zustand und Entwicklung des deutschen Waldes flächendeckend beobachtet. Die Waldzustandserhebung 2019 zeigt leider: Unserem Wald geht es nicht gut. Genau genommen ging es ihm seit Beginn des Langzeitmonitorings im Jahr 1984 noch nie so schlecht.

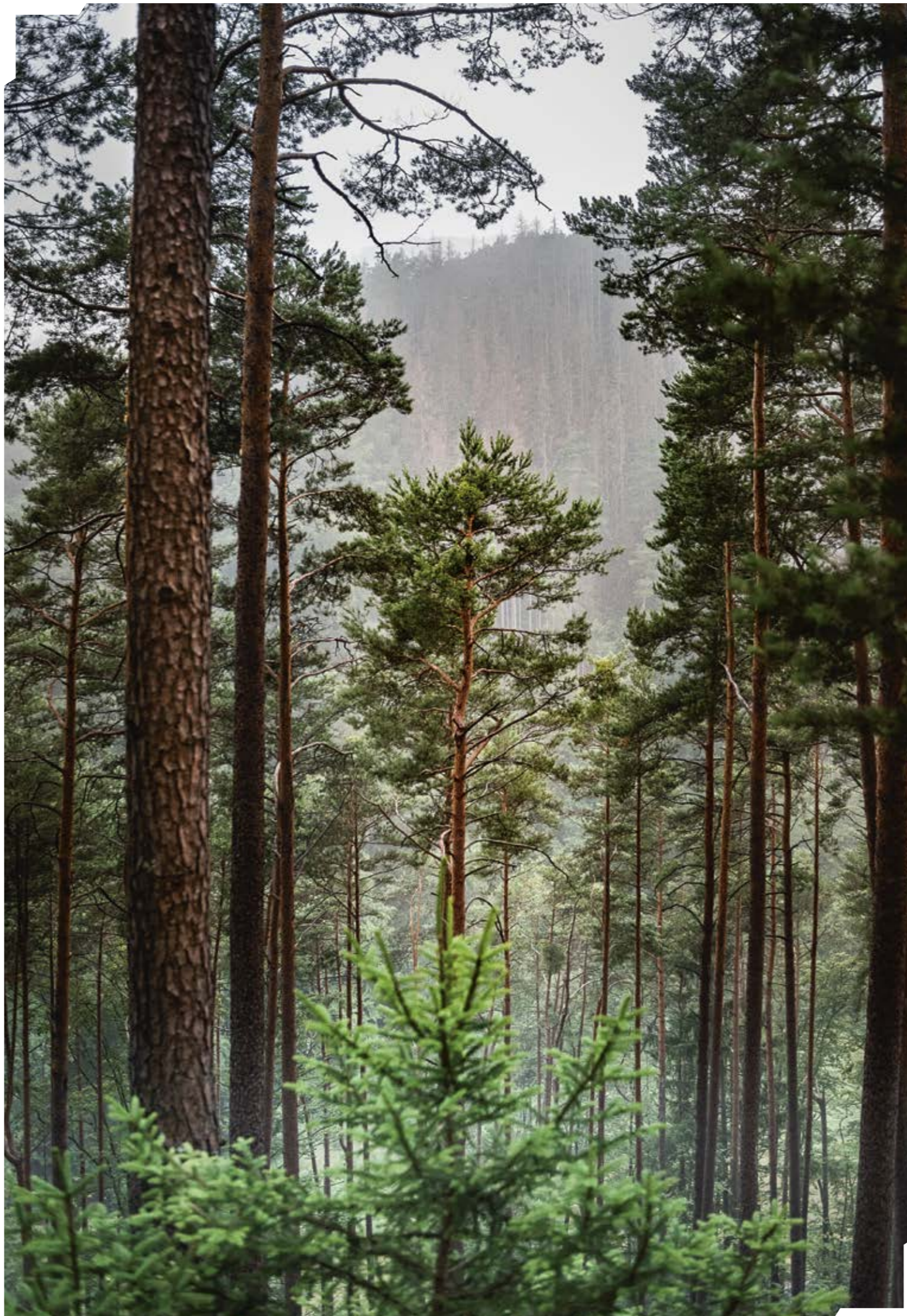
HITZE UND TROCKENHEIT SETZEN DEM WALD MASSIV ZU

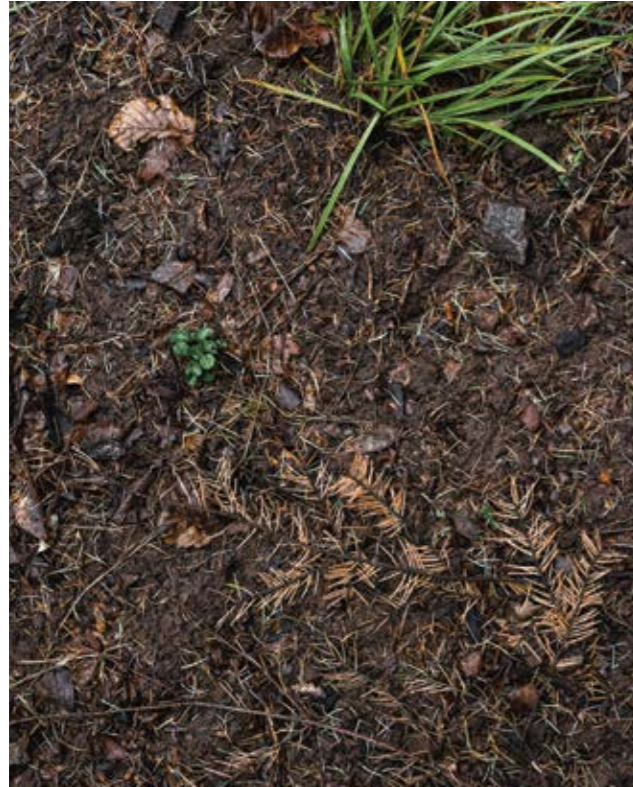
Der extreme Wassermangel in zwei aufeinander folgenden trockenen Sommern hat die Widerstandskraft der Bäume massiv geschwächt. 2018 war das wärmste Jahr seit Beginn der Wetteraufzeichnungen 1881. Neben den zunehmend lichter werdenden Kronen hat sich 2019 auch die Sterberate bei Laub- und Nadelbäumen drastisch erhöht.

Sie war mehr als doppelt so hoch wie in den Vorjahren. 180.000 Hektar Wald sind bereits abgestorben. Schädlinge wie der Borkenkäfer fanden ideale Bedingungen, um sich weiter massenhaft auszubreiten. Besonders die vorgeschädigten Fichtenbestände wurden stark befallen. Aber auch die Buche, die bisher weniger auffällig war, ist von Hitze- und Trockenstress gezeichnet.

Forscher rechnen im Zuge des Klimawandels künftig vermehrt mit solch extremen Witterungslagen, die dem Wald massiv zusetzen. Aber der Wald reagiert nicht nur sensibel auf den Klimawandel, sondern spielt zugleich eine große Rolle im Klimaschutz. Die deutschen Wälder leisten hierzu einen wichtigen Beitrag. Sie gehören laut Kohlenstoffinventur 2017 mit 358 Kubikmetern Holz pro Hektar zu den vorratsreichsten in Europa. In lebenden Bäumen und im Totholz sind derzeit rund 1,26 Milliarden Tonnen Kohlenstoff gebunden. Der Waldboden bindet laut Bodenzustandserhebung (2006–2008) in etwa noch einmal die gleiche Menge. Allerdings könnten die derzeitigen Waldschäden die Verhältnisse verändern.

Weitet man den Blick auf Europa, ergibt sich ein ähnliches Bild in Bezug auf den Zustand der Wälder. Rund 43 Prozent der Landmasse der Europäischen Union sind mit Wald





Oben links: Aufgrund der großen Trockenheit werfen viele Bäume ihre Nadeln ab, um ihre Verdunstungsfläche zu verkleinern.

Oben rechts: Die Hitze hat auf der Sonnenseite dieses Baumes die Rinde geschädigt. Das beeinträchtigt den Wassertransport unter der Rinde, erleichtert das Eindringen von Schädlingen und kann zum Absterben führen.

Vorherige Seite: Ein idyllischer Blick in den südlichen Pfälzer Wald. Doch im Hintergrund weisen die Bäume bereits kränkliche Verfärbungen auf.



bedeckt. Aber es gibt auch gute Nachrichten: Nach aktuellen Angaben der Vereinten Nationen, die alle fünf Jahre eine entsprechende Studie veröffentlichen, sank die global jährlich abgeholzte Fläche von zwölf auf zehn Millionen Hektar. Grund sei die nachhaltige Forstwirtschaft. Immer mehr Waldgebiete würden langfristig bewirtschaftet, so dass sich die Vernichtung der Wälder verlangsamt habe.

DIE NACHFRAGE NACH HOLZ STEIGT

Als Baustoff und Energieträger spielt Holz seit jeher eine wichtige Rolle in der menschlichen Ökonomie. Die moderne Holzwirtschaft ist sehr vielfältig: Dabei reicht die Wertschöpfungskette vom Rohholz, das von der Säge-, Holzwerkstoff- sowie Zellstoff- und Papierindustrie bearbeitet wird, über die Weiterverarbeitung von Holz und Holzprodukten in der Möbel- und Packmittelindustrie sowie in den Handwerksbetrieben und im Holzbau, bis hin zum Vertrieb durch den Handel.

Auch HORN BACH setzt jährlich rund 350.000 Kubikmeter Holz um – davon entfallen etwa 200.000 Kubikmeter auf die Produktgruppen Massivholz, Bauholz und Terrassenholz und weitere 150.000 Kubikmeter auf Holzwerkstoffe und Platten. Hinzu kommen pro Jahr noch einmal etwa 12 Millionen Quadratmeter Parkett und Laminat. Bezüglich der Holzarten dominieren im Sortiment die Nadelhölzer Kiefer und Fichte, aber auch Lärche und Douglasie. Im Bereich der Laubhölzer spielen Eiche und Buche eine große Rolle. „Tropenholz verkaufen wir nur noch sehr wenig, es wird hauptsächlich für Terrassen nachgefragt“, sagt Klaus Götz, Konzerneinkaufsleiter Bau bei der HORN BACH Baumarkt AG. Die Liste der HORN BACH-Produkte, die Holz enthalten, ist lang: Von Zäunen und Gartenhäusern über Fenster, Türen und Treppen bis hin zu Werkzeugstielen und Möbeln für Küche und Bad. „Trends wie gesundes Wohnen lassen die Nachfrage nach Holz steigen. Auch in der Corona-Krise haben wir registriert, dass Holzprodukte für DIY-Projekte verstärkt nachge-



Links: Durch Trockenheit oder Schädlinge geschwächte Bäume können stärkerem Wind schlechter standhalten und knicken leichter ab.

fragt wurden. Den größten Absatz verzeichnen wir im Bereich Bauholz“, erklärt Götz.

KURZE WEGE, KONTROLLIERTE LIEFERKETTEN

Nachhaltigkeitskriterien spielen bei HORN BACH im Holzeinkauf eine große Rolle. Das meiste Holz bezieht das Unternehmen aus verantwortungsvollem europäischem Anbau, hauptsächlich aus Deutschland und Tschechien sowie Schweden und Finnland. „In der Logistik achten wir besonders auf kurze Transportwege. Die HORN BACH-Märkte beziehen ihre Holzware von Sägewerken, die in der Regel in einem Umkreis von maximal 150 Kilometern liegen“, sagt Götz. Alle Hölzer, die HORN BACH außerhalb Europas und des Geltungsbereichs der europäischen Holzhandelsverordnung einkauft, müssen das FSC-Siegel tragen (Forest Stewardship Council). In Europa gilt dies auch für Rumänien. HORN BACH hat im Jahr 2007 als erste international tätige Baumarktkette das FSC-Handelsketten-

zertifikat erhalten. Es gewährleistet eine kontrollierte Lieferkette vom Ursprungsort des Holzes bis zum Endprodukt. Eine jährliche Auditierung durch ein unabhängiges Prüfinstitut stellt die Berechtigung zum Tragen des Zertifikats sicher. In allen HORN BACH-Baumärkten können Handwerksbetriebe und Heimwerker aus einem Angebot von mittlerweile mehreren tausend Holzprodukten mit dem FSC-Warenzeichen auswählen. Bereits 1996 hatte sich HORN BACH freiwillig gegenüber dem WWF und Greenpeace verpflichtet, keine nicht-zertifizierten Tropenhölzer zu importieren. HORN BACH garantiert heute, dass alle angebotenen Holzprodukte aus zertifizierten Beständen stammen.

Der Forest Stewardship Council hat weltweit einheitliche Grundprinzipien für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft definiert. Für deren Umsetzung werden auf nationaler Ebene Indikatoren nach einem einheitlichen Verfahren entwickelt. Bei dem Zertifizierungsprozess geht es jedoch nicht nur um den Wald. Auch

Nächste Seite: Förster Karlheinz Bosch prüft Trockenschäden in seinem Revier. Der Geschäftsführer der Rinnthaler Wald GmbH ist Revierleiter für zwei Gemeindewälder im südlichen Pfälzer Wald.

Arbeitnehmerrechte und Arbeitsbedingungen spielen eine wichtige Rolle. FSC-zertifizierte Forstbetriebe sind dazu angehalten, die soziale und wirtschaftliche Situation ihrer Beschäftigten zu erhalten oder sogar zu verbessern. Insgesamt soll der FSC-Standard Waldbesitzer auch dabei unterstützen, ihren Wald durch eine angepasste Bewirtschaftung resistenter gegen die Folgen des Klimawandels zu machen. Im Fokus steht eine nachhaltige Forstwirtschaft, welche die Artenvielfalt, Produktivität und ökologischen Prozesse des Waldes erhält.

WAS BEDEUTET NACHHALTIGE FORSTWIRTSCHAFT IN DER PRAXIS?

„Der Begriff Nachhaltigkeit kommt ursprünglich aus der Forstwirtschaft“, sagt Förster Karlheinz Bosch, Geschäftsführer der Rinnthaler Wald GmbH, und Revierleiter für zwei Gemeindewälder im südlichen Pfälzer Wald. Seine Forste liefern unter anderem waldfrisches Brennholz zum regionalen Verkauf durch die HORNBACH Forst GmbH (siehe Bericht S. 44/45). Eine nachhaltige Forstwirtschaft ist in Deutschland gesetzlich vorgeschrieben. In der Praxis bedeutet das, dass mittelfristig die innerhalb von zehn Jahren in einem Forst nachwachsende Baummenge gemessen und notiert wird. „Nur die Menge, die nachwächst, darf dann auch geerntet werden“, sagt Bosch. Diese nachhaltige Form der Bewirtschaftung wird von den örtlichen Forstbehörden überwacht. Wenn durch Schädlinge, Stürme oder Trockenheit viel Schadholz im Forst anfällt, muss die Menge des gehauenen Holzes entsprechend reduziert werden. So bleibt die Grundmenge an Holz innerhalb eines Forstes langfristig erhalten.

Doch klimabedingte Waldschäden machen auch vor nachhaltig bewirtschafteten Forsten keinen Halt. „Die größte Gefahr für den Wald ist die große Trockenheit, die wir jetzt schon im dritten Jahr in Folge erleben. Das Immunsystem der Bäume leidet darunter sehr, sie werden anfälliger beispielsweise für Pilzbefall oder Borkenkäfer. Letztlich brechen die Kreisläufe der Bäume zusammen und sie sterben ab“, sagt Bosch. Die Trockenheit beobachtet der Revierförster auch in seinen Wäldern: „Buchenkronen beginnen abzusterben, aber es sind bisher noch wenige. Stärker betroffen ist aktuell schon die Fichte durch den Borkenkäfer.“ Kann man überhaupt etwas unternehmen, um der großen Trockenheit entgegenzuwirken? „Hoffen, dass es regnet“, sagt Bosch. Ein Wald ist eben kein Garten, den man einfach wässern kann. „Ein zusätzliches Problem ist,

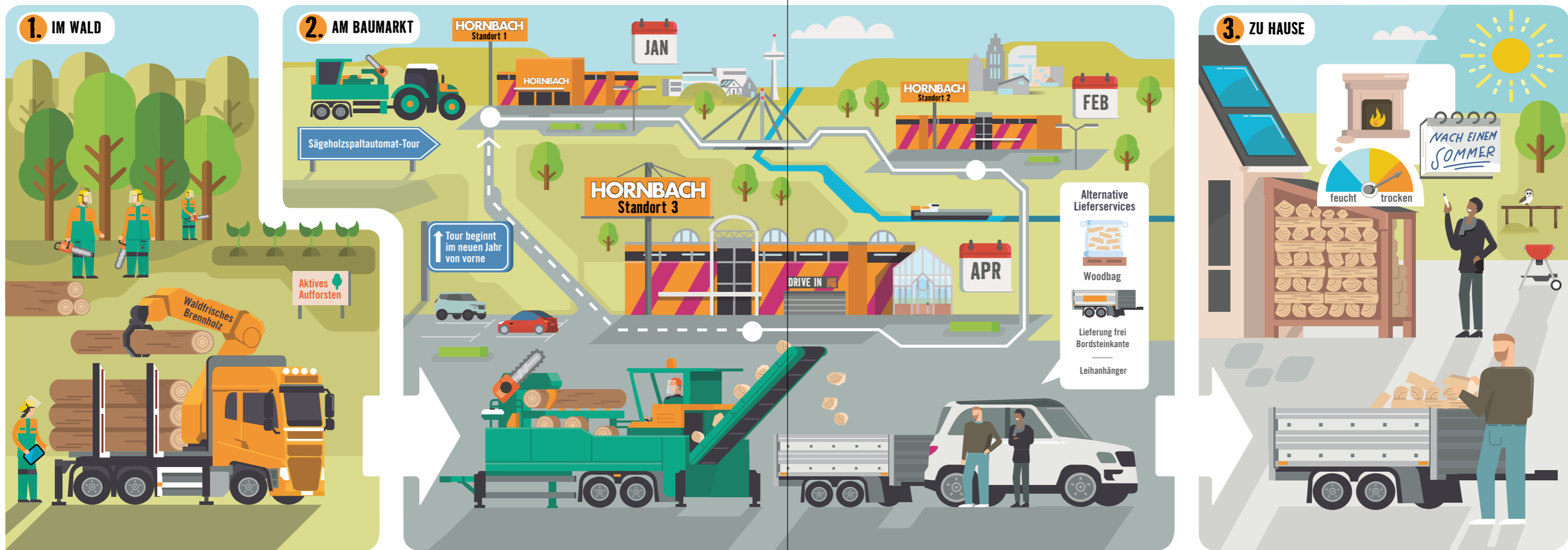
dass Niederschläge immer häufiger als Starkregen auftreten, die an der Oberfläche abfließen und nicht langsam in den Boden eindringen können. Es müsste also auch nachhaltig regnen.“

MISCHWÄLDER SIND GESÜNDER ALS MONOKULTUREN

Wärme und Trockenheit, auch in Verbindung mit Sturm Schäden, begünstigen zusätzlich die millionenfache Vermehrung des Borkenkäfers. Insbesondere für die Fichte ist dies der größte Schädling. Kann denn wenigstens der Borkenkäfer nachhaltig bekämpft werden? „In der Form, wie er jetzt auftritt, eigentlich nicht. Es müssten riesige Mengen Gift eingesetzt werden, und das wäre der falsche Weg. Die Natur muss versuchen, selbst damit klar zu kommen und die Folgen müssen die Menschen tragen“, sagt Bosch. „Wenn es noch möglich ist, sollten befallene Bäume natürlich dennoch schnell entfernt werden, damit sich der Käfer nicht weiter ausbreiten kann.“ Der ökologische Druck, unter den viele Bäume zunehmend geraten, wird an verschiedenen Stellen sichtbar. „Früher trat die Buchenmast etwa alle 7 bis 10 Jahre auf, heute sehen wir sie eher alle 2 bis 3 Jahre. Das ist ein typisches Zeichen für Stress. Die Bäume produzieren mehr Nachkommen, um zu überleben“, sagt Bosch. Lässt sich also gar nichts tun gegen die wachsenden Waldschäden? „Grundsätzlich sind Mischwälder weniger anfällig als Monokulturen, wie sie beispielsweise nach den beiden Weltkriegen mit Fichten-Beständen verstärkt in Deutschland angelegt wurden“, sagt Bosch. Insbesondere bei der Wiederbewaldung von geschädigten Flächen solle deshalb darauf geachtet werden, einen der Region entsprechenden Mischwald anzulegen.

Doch nicht nur die Natur wird beeinträchtigt durch die klimabedingten Waldschäden. Auch auf das Angebot auf dem Holzmarkt wirkt sich der verschlechterte Zustand der Wälder aus. Es fällt aktuell viel mehr Schadholz an, als verwertet werden kann. Die zunehmenden Waldschäden vergrößern also erst einmal das Holzangebot. „Wenn sich die Lage hoffentlich irgendwann wieder normalisiert, wird dann aber insgesamt weniger Holz zur Verfügung stehen. Denn im Rahmen der Nachhaltigkeit darf dann auch weniger geerntet werden“, sagt Bosch. Wie sich der Zustand der Wälder weiter entwickle, sei völlig offen. ◀◀





NACHHALTIG UND REGIONAL

WALDFRISCHES BRENNHOLZ VON HORNBACH

Heizen mit Holz liegt im Trend – Immer mehr Bundesbürger halten ihre Häuser und Wohnungen mit gemütlichen Kaminfeuern warm, häufig auch als zusätzliche Heizquelle. Wer in größerem Umfang Holz verbrennt, schlägt seinen Vorrat oft auch selbst im Wald um die Ecke. Seit gut einem Jahr bietet die HORNBACH Forst GmbH eine ebenso nachhaltige Alternative: waldfrisches Brennholz aus der Region, das in praktischen Scheiten direkt zum Kunden kommt. Tilman Sanner

Sanftes Knistern und ein lodernder Feuerschein – für viele ist das Heizen mit einem Kaminofen der Inbegriff von Gemütlichkeit. Außerdem gilt Holz als nachhaltiger Energieträger beim Heizen. Doch wer sein Holz nicht selber schlägt, sollte auch beim Kauf von Scheiten auf Nachhaltigkeit achten. Bei importiertem Holz verhängeln lange Transportwege und oft auch eine energieintensive künstliche Trocknung schnell die Ökobilanz.

Wem das eigenhändige Fällen, Sägen und Spalten von Brennholz zu mühsam ist oder wem schlicht die Zeit dazu fehlt, dem bietet der Service der HORNBACH Forst GmbH eine nachhaltige Alternative. Der Weg des Holzes aus den Waldgebieten rund um die HORNBACH Bau- und Gartencenter in den heimischen Kamin ist einfach und kurz: Die frisch geschlagenen Stämme werden von einem Sägeholzspaltautomaten zu kamingerechten Scheiten verarbei-

tet. Ein Stapler legt die Baumstämme in den Maschineneinzug. In einer ersten Station längt eine Kettensäge den Stamm in 25 cm oder 33 cm große Stücke. Diese Stücke werden an einer zweiten Station von einem Variospalter mit einer Kraft von 16 Tonnen in viereckige Stücke gespalten. Über ein Förderband landen diese Scheite dann in den Anhängern der Kunden. Der Sägeholzspaltautomat macht das ganze Jahr über an verschiedenen deutschen HORNBACH-Märkten Station.

UND WAS MACHT DIESES ANGEBOT JETZT BESONDERS NACHHALTIG?

Es beginnt mit der Herkunft des Holzes aus regionalen Wäldern mit nachhaltiger Forstwirtschaft. Dort wird nicht mehr Holz gehauen, als nachwachsen kann; wo Bäume gefällt werden, wird aktiv wieder aufgeforstet. Besonders vorteilhaft sind auch die sehr kurzen Transportwege: Vom Wald zum HORNBACH-Markt und von dort zum Kunden – alles liegt nahe beieinander, in derselben Region. Die direkte Lieferung ermöglicht auch den Verzicht auf zusätzliche Verpackungen. Das spart Müll und Energie. Nicht zuletzt verzichtet die HORNBACH Forst GmbH auf eine

extrem energieintensive künstliche Trocknung der Holzscheite. Diese Trocknung übernehmen Wind und Sonne, während das Holz den Sommer über beim Kunden lagert.

Die kurzen Transportwege und die natürliche Trocknung sorgen für eine positive CO₂-Bilanz im gesamten Herstellungsprozess. Bei der Verbrennung gibt das Holz nur so viel CO₂ wieder ab, wie es in der gesamten Wachstumsphase aus der Luft absorbiert hat. Zur Wahrheit gehört jedoch auch, dass beim Verbrennen Feinstaub übrigbleibt. Dafür gibt es Öfen und Kamine mit modernen Filteranlagen – auch bei HORNBACH.

Doch nicht nur die Umwelt, auch der Verbraucher profitiert vom Modell der HORNBACH Forst GmbH. Der einfache Produktionsprozess ohne künstliche Trocknung, Verpackung und lange Distributionswege ermöglicht niedrige Kosten. Außerdem haben die quadratisch gespaltenen Holzscheite dank ihrer Form einen besonders hohen Brennwert. ◀

VOM POLARSCHIFF ZUM PASSIVHAUS

MIT UMWELTFREUNDLICHER BAUWEISE DIE ENERGIEBILANZ VERBESSERN

Eine besondere Wärmedämmung, eine luftdichte Außenhülle, geregelte Frischluftzufuhr – das sind Merkmale eines in Passivbauweise errichteten Gebäudes. Passivhäuser verbrauchen weniger Energie als herkömmliche Bauten, weshalb dieser Gebäudestandard als besonders umweltfreundlich gilt. Aber eignet sich diese Bauweise auch für große Einzelhandelsimmobilien? Die HORNBACH-Baumärkte und die HORNBACH Baustoff Union beschäftigen sich intensiv mit der Frage, ob ihre Standorte durch die Passivbauweise an Energieeffizienz gewinnen – oder ob es wirksamere Alternativen gibt. Sonja Korte

Im Fram Museum in Oslo können Besucher bewundern, was heute als erster Einsatz der Passivbauweise gilt: das Polarschiff Fram. Als der Norweger Fridtjof Nansen 1893 damit in Richtung Nordpol aufbrach, dürfte er sich für die Expedition gut gerüstet gefühlt haben: Im Gegensatz zu anderen Forschungsschiffen, die oft nicht von ihrer Reise in die Arktis zurückgekehrt waren, war die Fram so konstruiert, dass sie im Packeis treiben konnte. Im Inneren des Schiffs richtete Nansen behagliche Unterkünfte für die Mannschaft ein, wie das Fram Museum zeigt: Die Außenhülle war mit einer Mischung aus Pech, Teer und Sägemehl mehrfach gedämmt. An der Außenseite des Schiffes waren die Spanten mit zwei Schichten Eichenholz bedeckt, an der Innenseite mit Kiefer. In den Wohnräumen wurden die Planken zusätzlich mit geteertem Filz gedeckt, auf dem wiederum drei Lagen Holzvertäfelung mit dazwischenliegender Isolierung angebracht wurden.

Die Fram wird heute als Vorreiter für die Passivbauweise bezeichnet, da sie bereits viele der dafür charakteristischen Eigenschaften aufwies. Ein Passivhaus muss zwar nicht im arktischen Meer driften, seine Außenhülle ist mit der des Polarschiffes aber durchaus vergleichbar. „Besondere Fenster und eine Hülle aus hochwirksamer Wärmedämmung in Außenwänden, Dach und Bodenplatte halten die Wärme schützend im Haus“, fasst das Passivhaus Institut Darmstadt die wesentlichen Merkmale auf seiner Homepage zusammen. „Das Passivhaus nutzt die in seinem Inneren vorhandenen Energiequellen wie die Körperwärme von Personen oder einfallende Sonnenwärme – die Heizung wird dadurch grundlegend vereinfacht.“ Die Frischluftzufuhr erfolgt über eine Lüftungsanlage: Frische Luft von außen wird kontrolliert zu- und verbrauchte Luft von innen abgeführt, wobei die Wärme der Abluft wiederum zurückgewonnen wird. Durch diese Maßnahmen verbraucht





Oben: Komplexe Verkabelung, zahlreiche Schalter. Ein Blick in die Gebäudeleittechnik des HORNBACH-Markts in Heidelberg.

Vorherige Seite: Das Dach der HBU-Niederlassung in Kaiserslautern ist extensiv begrünt. Das sorgt für zusätzliche Dämmung, schützt vor UV-Strahlung und bietet Lebensraum für Insekten.

ein Passivhaus laut Berechnungen des Passivhaus Instituts Darmstadt deutlich weniger Heizwärme: bis zu 90 % gegenüber einem konventionellen Gebäude aus dem Baubestand und bis zu 75 % gegenüber einem Neubau nach heutigen Energiestandards.

AUFWENDIGE PLANUNG UND AUSFÜHRUNG ERHÖHEN BAAUKOSTEN

Demgegenüber stehen jedoch die Nachteile der Passivbauweise, die sich vor allem in den höheren Baukosten zeigen: Ein Passivhaus-Neubau kostet circa 10 % mehr als ein regulärer Bau. Dabei schlägt auch die aufwendige Planung zu Buche: „Um Wärmebrücken in der Außenhülle zu verhindern und eine sehr hohe Luftdichtigkeit des Gebäudes zu erreichen, müssen alle Bauteilanschlüsse detailliert ge-

plant werden“, erläutert Roland Träger. Der Architekt und Geschäftsführer der Träger Architekten GmbH ist Spezialist für die energetische Gebäudesanierung. Seit einigen Jahren unterstützt er die HORNBACH Baustoff Union (HBU) dabei, die Energieeffizienz der Niederlassungen zu verbessern. Er hebt hervor: „Auf der Baustelle ist unbedingt auf eine korrekte Ausführung der Baupläne zu achten.“ Denn Mängel in der luftdichten Außenhülle können zu Schäden durch Feuchtigkeit und Schimmelbildung führen.

Trotzdem: Die Passivbauweise kann sowohl für Privat- als auch für Bürogebäude sinnvoll sein – aus ökologischer und wirtschaftlicher Sicht. Doch lässt sich das Passivhaus-Prinzip auch auf große Einzelhandelsimmobilien wie beispielsweise Baumärkte übertragen? Bei



HORNBACH leitet Bernd Wambsganß das Team Bauwesen. „Warehouse-Stores wie unsere Märkte zeichnet die kosten-nutzeneffiziente Hallenbauweise aus“, erklärt der Experte. „Im Vergleich zu Büro- und Privatgebäuden weisen sie zwangsläufig Elemente auf, die kritisch sind, wenn man in Passivbauweise bauen will. Die großen Sektionaltore in der Warenlieferung oder die Kundenzugänge zum Beispiel werden häufig geöffnet und geschlossen. Das führt zu ständigen Wärmeverlusten.“

ANNÄHERUNG AN PASSIVBAUWEISE DURCH VIELE KLEINE MASSNAHMEN

Stärken und Schwächen von Warehouse-Stores in Passivbauweise zeigen sich am HORNBACH-Markt in Heidelberg, der in Anlehnung an die Passivbauweise errichtet wurde. „Die

Passivbauweise wurde hier nahezu erstmalig auf einen Warehouse-Store angewendet“, so Wambsganß. „Die Luftdichtigkeit der Fassaden, Dächer und Übergänge von Bauteilen zu Türen und Toren ist deutlich besser als bei anderen Märkten.“ In Annäherung an die Passivhausbauweise wurde die gesamte Wärmedämmung verbessert und verstärkt. Die Sektionaltore sind mit sogenannten „Thermo-Frame“-Zargen gedämmt und mit Folien-schnelllauf-Toren ausgestattet, um den Luftaustausch zu verringern. Denselben Zweck haben die Torschleieranlagen, die innen an den Automattüren installiert sind. „Den fertiggestellten Markt haben wir einem Blower-Door-Test unterzogen. Damit konnten wir Undichtigkeiten feststellen und korrigieren“, beschreibt Wambsganß den letzten Schritt vor der Inbetriebnahme des Gebäudes.

Oben: Die HBU in Kaiserslautern nutzt regenerative Energien: Das Dach des Lagers ist großflächig mit Solarpanels ausgestattet.

Neben der luftdichten Außenhülle reduzieren der Einsatz einer Sommernachtlüftung zur Kühlung des Marktes mit Außenluft sowie eine Wärmerückgewinnungsanlage den Energieverbrauch des Heidelberger Marktes. Und auch die extensive Dachbegrünung trägt zur Energieeffizienz bei: Einerseits haben die Pflanzen eine zusätzliche Dämmwirkung, andererseits schützen sie die Dachfolie vor UV-Strahlen, was die Lebensdauer der Dichtfolien verlängert. „Trotz aller Maßnahmen haben wir jedoch festgestellt, dass der höhere Baustandard in Bezug auf die Energiereduzierung im Vergleich zu unseren anderen Märkten nicht so effektiv ist, wie wir gehofft hatten“, resümiert Wambsganß.

» *Wo immer es möglich ist, setzen wir Energie aus regenerativen Quellen ein. Nicht nur in Heidelberg findet sich auf dem Dach neben einer Solaranlage auch eine Begrünung.* «

Bernd Wambsganß

Auch unabhängig von der Passivbauweise sucht HORN-BACH beständig nach Wegen, um die Energieeffizienz der Märkte zu verbessern. Einer davon ist der flächendeckende Austausch der Leuchtmittel: Bis zum Herbst 2020 sollen 125 Märkte komplett auf LED umgestellt werden. Die künstliche Beleuchtung schaltet sich zudem automatisch ab, wenn über die Oberlichtbänder ausreichend Tageslicht einfällt. Auch effektive Lüftungskonzepte, die Wertstoff-Trennung sowie die Pflanzung heimischer Bäume auf dem Außengelände verbessern die Energiebilanz. „Wo immer es möglich ist, setzen wir Energie aus regenerativen Quellen ein“, fügt Wambsganß hinzu. „Nicht nur in Heidelberg findet sich auf dem Dach neben einer Solaranlage auch eine Begrünung. Dasselbe gilt für Lüftungsanlagen mit Wärmerückgewinnung und die Sommernachtlüftung, die wir in fast allen Märkten einsetzen – nur bei unseren Standorten in Ländern mit mediterranem Klima ist sie leider nicht wirkungsvoll.“

Im Gegensatz zu den großen SB-Hochregallagern der HORN-BACH-Märkte betreibt die HBU deutlich kleinere Niederlassungen. Um ihre Energieeffizienz zu steigern, hat die HBU zusammen mit Roland Träger bereits einige Maßnahmen umgesetzt. „Bei allen Neubauten von Büro- und Verkaufsgebäuden haben wir in den letzten Jahren einen Vollwärmeschutz von 16 cm angebracht. Außerdem sind alle Fenster dreifach verglast, die Dächer extensiv begrünt und teilweise mit Sonnenkollektoren versehen“, berichtet Träger. „Die komplette Beleuchtung ist auf dem neuesten Stand der Technik. Darauf wird auch bei den Bestandsniederlassungen geachtet: Hier werden die Leuchtmittel nach und nach modernisiert.“ Damit erreichen die HBU-Niederlassungen zwar nicht den Passivhaus-Standard – doch ihre Energiebilanz hat sich deutlich verbessert.

VERBESSERUNG DER ENERGIEBILANZ WIRD STETIG VORANGETRIEBEN

Es zeigt sich: Was Fridtjof Nansen vor über 100 Jahren auf einem Polarschiff ausprobierte, funktioniert bei Wohnhäusern im Wesentlichen auch heute noch. Durch eine gute Wärmedämmung und kontrollierte Lüftung lässt sich der Energieverbrauch senken. Für Warehouse-Stores kann jedoch lediglich eine Annäherung an den Passivbau-Standard erreicht werden: Zu groß ist der Unterschied der Hallenbauweise; zu wenig lässt sich der Wärmeaustausch aufgrund von Kunden- und Warenströmen kontrollieren. Doch HORN-BACH zeigt, es gibt auch andere Wege: Viele, nur scheinbar kleine Einzelmaßnahmen – wie der Einsatz regenerativer Energien, das Ausnutzen von Tageslicht oder die Dachbegrünung – führen im Großen und Ganzen zur Verbesserung der Energiebilanz. Mit dem Aufspüren und Umsetzen der Möglichkeiten für solche Maßnahmen werden sich Roland Träger und Bernd Wambsganß mit seinem Team weiter beschäftigen. «

Rechts: Effektive Lüftungskonzepte sind für die Energieeffizienz entscheidend. Im HORN-BACH-Markt in Heidelberg wird Wärme über die Be- und Entlüftungsanlage zurückgewonnen.



DER WEG IST DAS ZIEL

Wenn es um das Engagement für Umwelt, Soziales und eine verantwortungsvolle Unternehmensführung geht, stehen für HORN BACH als Handelsunternehmen die eigenen Produkte und Mitarbeiter im Fokus. Aber auch beim Betrieb der Baumärkte hat sich in den vergangenen Jahrzehnten einiges getan. Anne Spies



2015 Kein Glyphosat und keine Neonicotinoide

HORN BACH nimmt alle hochkonzentrierten, glyphosathaltigen Mittel aus dem Sortiment sowie alle Mittel mit Insektiziden, die als bienengefährdend eingestuft werden (Neonicotinoide). Auch die Gärtnereien, die für die Eigenmarke Floraself züchten, setzen keines dieser Mittel mehr ein.



2015 Wertstoff-Liner

Wertstoffe werden mit eigenen LKWs aus den Filialen abgeholt. Um Leerfahrten zu vermeiden, sind die Wertstoff-Liner zudem in das Marktbelieferungsnetz eingebunden. Zur weiteren Vereinfachung der Entsorgung entsteht zudem ein eigenes internetbasiertes Recyclingportal.

2013 Keine handgehauenen Natursteine

Die HORN BACH Baumarkt listet handgehauene Natursteine aus und kontrolliert regelmäßig das Einhalten der Vorgaben.

2018 Bio-Zertifizierung

Um Pflanzen in Bio-Qualität anbieten zu können, unterzieht sich HORN BACH einer unabhängigen Bio-Zertifizierung.

2018 Elektro-Ladesäulen

In Kooperation mit dem Energieversorger Pfalzwerke beginnt HORN BACH seine Baumarktstandorte in Deutschland mit Ladesäulen für Elektroautos auszustatten.



2020 LED-Beleuchtung

125 HORN BACH-Märkte werden mit energiesparender und langlebiger LED-Beleuchtung ausgerüstet.

2020 Aus für Feuerwerksverkauf

HORN BACH verzichtet zum Jahreswechsel 2020 europaweit auf den Verkauf von Feuerwerksartikeln.

UNSERE KOLLEGEN

GRENZEN GIBT ES NUR IM KOPF

Seit seiner Geburt lebt Denny Ertel mit einer spastischen Behinderung und Schwerhörigkeit. Das hält ihn nicht davon ab, im Hamburger HORNBACH-Markt zu arbeiten. Stefan Wolf

Dass HORNBACH einen Markt im Hamburger Stadtteil Eidelstedt baut, erfuhr Denny Ertel damals von seiner Mutter. Sie hatte gehört, das Familienunternehmen und die Hamburger Arbeitsagentur böten Schulungen an, um Arbeitssuchende fit für die Fläche zu machen. „Alter und Aussehen spielen keine Rolle. Für uns zählt allein die Qualifizierung“, verspricht der damalige Marktmanager in einem Zeitungsartikel. Denny Ertel ist zu der Zeit bereits fünf Jahre arbeitslos. Vom Einzelhandel hat der gelernte Bürokaufmann zwar nur eine ungefähre Ahnung, doch er ergreift seine Chance. Die Bewerbung ist schnell geschrieben. Das wird sein Leben verändern. Denn HORNBACH hält Wort: Mehr als die Hälfte der insgesamt rund 120 Stellen im Markt werden mit Arbeitslosen besetzt. Einer von ihnen ist Denny Ertel. Im Herbst 2008 startet er bei HORNBACH. Im Januar 2009 öffnet der Markt.

FÜR ZWEI JAHRE UNTERSCHRIEBEN, SEIT ELF JAHREN BEI HORNBACH

Im Einstellungsgespräch mit dem Marktmanager reden beide offen darüber, wo der Rollstuhlfahrer im Markt eingesetzt werden kann. „So viele Möglichkeiten habe

ich ehrlicherweise nicht gesehen“, erzählt Denny Ertel. „Verkauf war eher nichts für mich, weil ich die Artikel zu wenig kannte. Kasse hätte vielleicht funktioniert, dafür hätte sie aber umgebaut werden müssen.“ Angefangen hat er letztlich im Sonderbestellwesen. Zudem kümmerte er sich um die Warenausgabe und ist damit von Anfang an Teil des Logistikteams im Markt. Ein Rollstuhlfahrer in der Logistik? Denny Ertel lacht. „Ich gebe zu, das hatte ich auch nicht auf dem Schirm. Gabelstapler fahren war das Einzige, was mir zu Logistik einfiel.“ Mit HORNBACH einigt er sich zunächst auf einen Zweijahresvertrag. „So konnten wir ausprobieren, ob es funktioniert. Das ist elf Jahre her“, sagt Denny Ertel nicht ohne Stolz.

BRAUCHT JEMAND SEINE HILFE, IST ER DA

Vor sechs Jahren wechselte er in den Wareneingang, wo er erster Kontakt für Lieferanten ist, sich um die Avisierung kümmert, Reklamationen und Retouren bearbeitet und Pakete für den Postversand fertig macht. Die Strecken im Wareneingang kennt er mittlerweile in- und auswendig. „Ich bin Sportler und spiele seit 30 Jahren Rollstuhlbasketball. Ich bin also ziemlich beweglich“, sagt er und



lacht. Und steht doch mal etwas im Weg, räumen es die Kollegen meistens schnell weg. Jeder im Marktteam sei hilfsbereit und freundlich, sagt Denny Ertel. „Wir stehen zueinander. Braucht jemand meine Hilfe, bin ich auch da. Ist doch logisch.“ Sonderbehandlung lehnt er ab. „Ich bin ein Mensch, der gerne selbst seine Aufgaben löst“, sagt er selbstbewusst. „Meine Motivation ist es, Grenzen auszutesten. Es gibt immer einen Weg.“ Vermutlich hätte keiner gedacht, er könnte im Rollstuhl Paletten umherfahren. Bis Denny Ertel sich den Hubwagen schnappte und es einfach getan hat. „Ich habe auch schon alleine die Lieferung im Zentrallager abgeladen, weil Not am Mann war“, erzählt er. Der 40-Jährige mag es, seine Mitmenschen damit zu überraschen, was mit seiner Behinderung alles möglich ist. Und wenn er doch mal nicht weiterkommt, weiß er: Auf seine Kolleginnen und Kollegen ist Verlass. „Wenn man miteinander redet, geht alles.“ So wurde beispielsweise die Theke an der Warenausgabe abgesenkt und vor Jahren schon ein Treppenlift in den Markt eingebaut, damit er zum Pausenraum kommt. „Da muss mir nur jemand den Rollstuhl hinterhertragen. Das ist aber nie ein Problem.“

» *Wir stehen zueinander. Braucht jemand meine Hilfe, bin ich auch da. Ist doch logisch. Wenn man miteinander redet, geht alles.* «

Und wie reagieren die Kunden auf ihn? Denny Ertel denkt kurz nach: „Anfangs gab es hier und da sicherlich ein paar Berührungsängste. Die verfliegen aber meistens schnell, wenn die Kunden merken, dass sie von mir so freundlich beraten werden wie von jedem anderen auch.“ Gerade wenn Rollstuhlfahrer den Markt besuchen, sei er erster Ansprechpartner. Auch bei der Beratung von gehörlosen Kunden unterstützt Denny Ertel, der die Gebärdensprache beherrscht. „Ich freue mich, wenn ich helfen kann. Klar gibt es Tage, an denen man nicht so gut drauf ist. Doch wichtig ist, dass sich die Kunden bei uns immer wohlfühlen.“ «

ROLLSTUHLBASKETBALL

Spieler, Trainer, Schiedsrichter: Denny Ertels Herz schlägt für den Rollstuhlbasketball. Sein Team, der BG Hamburg West, spielt in der Oberliga. „Wir sind eine bunte Mischung. Bei uns spielen Behinderte und Nichtbehinderte, Jung und Alt, Migranten und Deutsche, Männer und Frauen. Alle gemeinsam, wir sind für jeden offen.“ Im Alter von zehn Jahren fing er an, Rollstuhlbasketball zu spielen – unter anderem beim HSV. Schwimmen, Leichtathletik und Tischtennis probierte er gleichzeitig auch aus. Doch mit 15 Jahren musste sich Denny Ertel für einen Sport entscheiden. Ausbildung plus vier verschiedene Sportarten waren dann doch zu viel. Seine Wahl fiel

auf Basketball. „Weil das ein Team- und kein Einzelsport ist.“ Vor sechs Jahren machte er seinen Trainerschein und gründete eine eigene Abteilung für Rollstuhlbasketball bei der BG Hamburg West. „Ich fand es wichtig, dass es neben dem HSV einen zweiten Verein in Hamburg gibt, der diesen Sport anbietet. Damit die Menschen, die gerne Basketball spielen, eine Wahl haben.“ Für Denny Ertel bedeutet Rollstuhlbasketball pure Leidenschaft und Emotion. „Es ist auch ein sehr familiärer und fairer Sport. Das respektvolle Miteinander wird von allen Beteiligten gelebt. Gewalt gibt es bei uns nicht. Nach dem Spiel gibt man sich immer die Hand.“



Zur Person:

Denny Ertel, 40, arbeitet seit elf Jahren bei HORNBAACH. Der gebürtige Hamburger ist Fan der Serie „Game of Thrones“, hört Rammstein, mag Autos und besitzt eine Dauerkarte vom HSV. Seine große Leidenschaft ist Rollstuhlbasketball.



SORTIMENTSGESTALTUNG

NACHHALTIGE PRODUKTE HABEN IHREN PREIS

*Aber müssen sie deshalb teurer sein als ihr konventionelles Pendant?
Ein Blick ins HORNBACH-Sortiment zeigt, dass es anders geht.* Florian Preuß

Wird die Corona-Krise das Bewusstsein vieler Verbraucher noch einmal schärfen und den Trend zu nachhaltigem Konsum weiter fördern? Einer im Juli 2020 veröffentlichten Studie der Unternehmensberatung Capgemini zufolge überdenken gerade 80 Prozent der europäischen Verbraucher ihr Kaufverhalten, wollen künftig noch mehr Wert auf Umweltfreundlichkeit und soziale Verantwortung legen. Demgegenüber steht die Einschätzung vieler Ökonomen, dass Einkommen und Kaufkraft infolge der Krise zumindest zeitweise sinken werden und die Nachfrage nach teureren Bio- und Fairtrade-Produkten infolgedessen zurückgehen könnte. Im Blick haben sie dabei vermutlich die deutlichen

Preisunterschiede im Supermarktregal, wo man für den Preis von sechs Bio-Freilandeiern auch zehn Eier aus Bodenhaltung bekommt oder statt eines halben Pfundes Fairtrade-Kaffee auch die doppelte Menge herkömmlicher Art. Aber sieht das im Bau- und Gartenmarkt genauso aus?

BIO-ZERTIFIZIERTE KRÄUTER, SAMEN UND CO.

Ob Dünger, Erden, Pflanzen oder Samen: Bio-Produkte mit entsprechendem Siegel sind bereits seit einigen Jahren eine feste Größe in den Gartenabteilungen der HORNBACH-Märkte. Nachdem das Unternehmen bereits 2016 freiwillig

auf den Einsatz von Glyphosat und bienengefährdenden Neonicotinoiden verzichtet hatte, unterzog es sich 2018 einer unabhängigen Bio-Zertifizierung und verpflichtete sich damit, bei den entsprechenden Produkten auf den Einsatz von chemischen Pflanzenschutzmitteln, synthetischen Düngern oder Unkrautvernichtungsmitteln zu verzichten. Stattdessen wird bei der Schädlingsbekämpfung auf Nützlinge gesetzt, das Unkraut mechanisch bekämpft und organischer Dünger verwendet. Kunden, die gerne mit frischen Kräutern kochen oder würzen, haben heute die Qual der Wahl: Im Topf kostet beispielsweise die herkömmlich gezüchtete Petersilie 2,44 Euro, die Bio-Variante ist in gleicher Größe sogar 19 Cent günstiger.

EIN TAGESLICHTROLLO AUS RECYCELTEN PET-FLASCHEN

Doch Nachhaltigkeit nur am Bio-Zertifikat festzumachen, wäre deutlich zu kurz gedacht. Ein Megatrend in jüngerer Zeit ist Recycling und auch das sogenannte Upcycling. Dabei werden Abfallprodukte wiederverwertet oder gar in neu- und höherwertige Stoffe umgewandelt. Kunden, die einen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen leisten möchten, finden in nahezu allen HORNBACH-Warenbereichen geeignete Produkte. In der Tapetenabteilung führt das Unternehmen beispielsweise eine Raufaser-Variante des renommierten Herstellers Erfurt, die ausschließlich aus Recyclingpapier und zertifizierten Holzfasern aus nachhaltiger Forstwirtschaft hergestellt wird. Eine 20-Meter-Rolle kostet 8,28 Euro und ist damit nur geringfügig teurer als die klassische „Avantgarde“-Variante des gleichen Herstellers mit 7,98 Euro.

Ein paar Gänge weiter finden Kunden ein neues Tageslichtrollo der Eigenmarke Soluna. Es wird zu 100 Prozent aus recycelten PET-Flaschen hergestellt – mit dem Nebeneffekt, dass bei der Produktion der Energie- und Wasserverbrauch deutlich reduziert wird. Das Rollo kostet in einer Breite von 60 Zentime-

tern 24,32 Euro und ist damit 5,90 Euro teurer als das herkömmlich produzierte Pendant in gleicher Größe und Verdunkelungsklasse. Übrigens macht der Upcycling-Trend auch vor Technik nicht halt. Seit Kurzem führt HORNBACH die Funk-Türklingel Bamboo von Avidsen. Ihre Vorderseite ist aus recycelbarem Bambus gefertigt, das Gehäuse komplett aus recyceltem Kunststoff. Das Produkt kostet 34,02 Euro, was ziemlich genau den Verkaufspreisen vergleichbarer Funk-Türklingeln der Marken Philips und Thomson entspricht.

BÖDEN UND WÄNDE OHNE SCHADSTOFFE

Damit die Inhaltsstoffe eines Abfallprodukts in einem anderen Artikel überhaupt ein zweites Leben führen können, müssen sie sich erst einmal recyceln lassen. Gar nicht so einfach,

Links: Die ansprechend designte Funktürklingel Bamboo ist aus recycelbarem Bambus gefertigt.

Unten: Aus bereits recycelten PET-Flaschen wird das Tageslichtrollo der Eigenmarke Soluna hergestellt.





Oben: Mithilfe des Micro-Drip-Systems wird das Wasser wohldosiert genau dorthin gebracht, wo die Pflanze es optimal aufnehmen kann.

wenn umweltbelastende Inhaltsstoffe darin enthalten sind. Im PVC schlummerten Chlor und gefährliche Weichmacher. Nicht gut für die Umwelt und auch nicht für die Wohnge-sundheit. Doch viele Trends kehren bekanntlich zurück und heute sind Vinyl-Fliesen wieder schwer angesagt. Mittlerweile ist PVC zwar überwiegend frei von gefährlichen Weichmachern, aber wer in puncto gesunde Raumluft und Recycling auf Nummer Sicher gehen möchte, findet im HORN-BACH-Sortiment „Green Vinyl“ der Marke Classen, komplett frei von PVC. Pro Quadratmeter müssen bei diesem Klick-Vinyl 24,32 Euro kalkuliert werden. Vergleichbare Vinylböden auf PVC-Basis bewegen sich zwischen 19 und 27 Euro.

Ein weiterer Artikel, der in der Vergangenheit nur in seltenen Fällen recycelbar war, ist die Gipsfaserplatte. Der renommierte Hersteller Fermacell hat diesen Klassiker des Innenausbaus nun neu gedacht: Die Wirkung der „Greenline“-Variante basiert auf dem Prinzip der Natur, genauer gesagt auf der Reinigungs-

kraft von Schafwolle. In einem natürlichen Prozess werden Schadstoffe irreversibel chemisch gebunden und abgebaut. Eine „Greenline“-Platte kostet 9,50 Euro, zwei mehr als die klassische Variante in gleicher Größe.

WASSER GEZIELT VERBRAUCHEN – INNEN UND AUSSEN

Ein großes Thema in der Nachhaltigkeitsdebatte ist der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen. Ein sparsamer und gezielter Verbrauch von Trinkwasser ist aber nicht nur nachhaltig, sondern macht sich auch im Portemonnaie bemerkbar – spätestens, wenn die nächste Abrechnung des Versorgers im Briefkasten liegt. Geeignete Produkte zum Optimieren des Wasserverbrauchs gibt es im HORN-BACH-Sortiment für den Innen- und den Außenbereich. Eine Lösung fürs Badezimmer – denkbar einfach und kostengünstig umzusetzen – ist die Handbrause Avital eco Adda. Sie verfügt über zwei verschiedene Wasserspareinsätze, mit denen sich der Ver-



brauch von 13,7 Litern pro Minute auf neun oder gar fünf Liter reduzieren lässt. Kostenpunkt: 19,45 Euro. Sie rangiert damit im preislichen Mittelfeld des Handbrausen-Sortiments, das vom günstigen Einsteigermodell um 5 Euro bis zum verstellbaren Designerartikel von über 50 Euro reicht.

Für den gezielten Wassereinsatz im Garten gibt es eine interessante Lösung aus dem Hause Gardena. Das Micro-Drip-System eignet sich besonders zur wassersparenden Wurzelbewässerung von Pflanzreihen im Beet oder von nah beieinander stehenden Topfpflanzen. Gut dosiert wird das kostbare Nass genau dahin gebracht, wo die Pflanzen es optimal aufnehmen können. Das Set kostet in der kleinsten Variante von 15 Metern 26,31 Euro. Eine ähnliche Summe gibt man auch für einen klassischen Viereckregner oder ein kleines Sprinklersystem aus. Die bewässern zwar eine deutlich größere Fläche, sind aber eben auch für einen allzu verschwenderischen Umgang mit Wasser bekannt.

NOCH MEHR ARTIKEL AUS NACHHALTIGER FORSTWIRTSCHAFT

Zum Schluss noch ein Abstecher zu einem echten Klassiker des Nachhaltigkeitsengagements im HORN-BACH-Konzern. Seit einem knappen Vierteljahrhundert macht sich das Unternehmen stark für eine umwelt- und sozialverträgliche Holzwirtschaft. Im Jahr 2007 hat es als erste international tätige Baumarktkette das FSC-Handelsketten-Zertifikat erhalten, das eine kontrollierte Lieferkette vom Ursprungsort des Holzes bis zum fertigen Produkt gewährleistet. Heute sind mehr als 10.000 verschiedene Artikel im Sortiment FSC-zertifiziert – und es werden jedes Jahr mehr. Recht neu dabei ist das Holz-Regal-System „Nico“, das sich ideal zur Aufbewahrung von Vorräten im Keller, aber sicher auch als Bücherregal in der Studenten-WG eignet. Das Grundregal kostet bei einer Breite von 80 und einer Höhe von 180 Zentimetern 43,87 Euro und lässt sich mit verschiedenen Anbauteilen individuell erweitern. ◀

Oben: Das Holz für das Regal-System „Nico“ stammt aus umwelt- und sozialverträglicher Waldwirtschaft.

IMPRESSUM

Herausgeber

HORNBACH Holding AG & Co. KGaA
Hornbachstraße 11
D-76879 Bornheim
Telefon (+49) 0 63 48 / 60 - 00
Telefax (+49) 0 63 48 / 60 - 42 99
www.hornbach-holding.de

Group Communications

Axel Müller
Telefon (+49) 0 63 48 / 60 - 2444
public.relations@hornbach.com
www.hornbach-gruppe.com

Engel & Zimmermann AG
Schloss Fußberg
Am Schlosspark 15
82131 Gauting bei München

Designkonzept und Fotografie

Sebastian Struch
Adrian Schröder
Schröder & Schröder GmbH & Co. KG

www.sebastianstruch.de
www.adrian-schroeder.de

Produktion

Kunst- und Werbedruck, Bad Oeynhausen

