

# Unsere nachhaltige Entwicklung

2016-2019



# UNSERE VISION

Wir sind eine grüne **Erlebnis-Oase** für unsere **Kunden** und bringen ihnen die **Natur**, die wir achten und schonen, in ihrer **Schönheit** und **Wirkung** für ein glückliches und ausgeglichenes **Leben** näher.



KR Hilde Umdasch



## Ein Ausdruck von Haltung

Kann man eine intakte Umwelt kaufen? Was kostet ein gutes Gewissen? Und wie viel Euro ist Nachhaltigkeit wert? Ich meine, Verantwortung kann man nicht in Geld bemessen. Man kann sie nicht bewerten im Sinne einer marktüblichen Kalkulation. Denn Nachhaltigkeit ist zuallererst eine Haltung, deren Fundament auf persönlichen Werten beruht. Nämlich denen jedes Einzelnen von uns.

Das Gute daran: Haltungen können sich verändern und Einstellungen sich weiterentwickeln. Daher begrüße ich die öffentliche Diskussion um das Weltklima, aber auch rund um Themen und Initiativen, die die Gesellschaft nach ethischen Maßstäben zum Positiven verändern.

Dabei zählt jeder noch so kleine Beitrag. Denn wir alle haben unseren Wirkungsbereich, in dem wir unsere Handlungen setzen und somit unsere Haltung entfalten können. Glücklicherweise ist der Wirkungsbereich von bellaflora doch erheblich. Dieser Bericht legt Zeugnis ab, was wir für eine nachhaltige Umwelt und Gesellschaft tun - und noch tun werden. Zum Beispiel beim Thema Bildung. Oder bei der Entschlossenheit, mit der wir in unserem Produktsortiment in Sachen Umwelt und Klima vorgehen. Und doch ist diese Publikation weit

mehr als ein Rechenschaftsbericht. Vielmehr ist sie Ausdruck unserer Haltung, der auch die Philosophie von bellaflora zugrunde liegt und auf Basis derer wir zum grünen Pionier in unserer Branche werden konnten. Die grüne Nummer 1 zu sein bedeutet für uns nämlich zugleich Versprechen und Verpflichtung, in all unseren Wirkungsbereichen unser Bestes zu geben und uns dort, wo wir es noch nicht sind, jeden Tag anzustrengen, es zu werden.

Im Sinne einer lebenswerten Umwelt. Im Sinne unserer Mitarbeiter, Kollegen und Partner. Und nicht zuletzt in Ihrem Sinne, liebe Kundinnen und Kunden. Denn alleine Sie bestimmen, ob der Weg, den wir eingeschlagen haben, und die Haltung, die wir damit ausdrücken, auch Ihrer Haltung und somit Ihrer Vorstellung verantwortungsvollen Handelns entsprechen.

Herzlichst  
Hilde Umdasch  
Gründerin bellaflora



Mag. Franz Koll, Geschäftsführung



## Bedeutsam für heute und morgen

„Unseren Kunden die Natur in ihrer Schönheit und Wirkung näherzubringen für ein glückliches und ausgeglichenes Leben.“ Das ist die Vision von bellaflora, dafür arbeiten wir. Mag sein, dass jeder von uns andere Vorstellungen davon hat, wie ein glückliches und ausgeglichenes Leben aussieht, die Natur ist in jedem Fall ein wesentlicher Teil davon – nicht zuletzt weil wir Menschen selbst Teil der Natur sind. Es liegt also in unserem ureigensten Interesse, sie zu achten, zu schonen und so gut wir können nachhaltig zu leben.

Als Österreichs größte Gartencenterbetreiberin trägt bellaflora besondere Verantwortung für Natur- und Umweltschutz. Dazu bekennen wir uns seit Gründung des Unternehmens vor mehr als 40 Jahren. Als grüner Pionier haben wir schon 2004 mit dem bellaflora Biogarten das erste Biosortiment bei Pflanzen auf den Markt gebracht. Wir haben 2013 alle chemisch-synthetischen Pestizide ausgelistet, ein Jahr später alle chemisch-synthetischen Dünger. Wir haben den bellaflora Standard und ein Pestizidreduktionsprogramm im Pflanzenbau

entwickelt. Wir haben unser Biosortiment vergrößert und uns gemeinsam mit Arche Noah für selten gewordene, samenfeste Gemüsesorten eingesetzt. Wir haben viel erreicht, sind auf unserem Weg auch manchmal ins Stolpern geraten, aber wir lassen uns nicht beirren. Wir drehen das Rad immer weiter. Nachhaltige Entwicklung ist das Bemühen, Tag für Tag die richtigen Entscheidungen zu treffen. Sie ist die wichtigste Investition in unsere Zukunft und nicht ein Rennen um den billigsten Preis. Der Klimawandel, den wir in unseren Gärten schon deutlich erkennen, ist teurer als alles, was wir uns vorstellen können. Deshalb ist es so bedeutsam, dass wir jetzt die richtigen Schritte gehen, dass wir auf gesundes Garteln setzen und in jedem Fall mehr Grün in unser Leben bringen.

Wir bei bellaflora nehmen unsere Verantwortung ernst und bemühen uns das Thema Nachhaltigkeit an jedem Tag zu leben. Darauf können sich unsere Kunden, Mitarbeiter und Partner verlassen. Wir freuen uns, dass sie diesen Weg mit uns gemeinsam beschreiten.



## 01

### ÜBER UNS: WIR SIND BELLAFLORA

Meilensteine: Chronik einer nachhaltigen Entwicklung	10
Zahlen und Fakten: bellaflora im Überblick	12
Leitbild: Das gibt uns Orientierung	16
Organisation und Führung: Klare Struktur, flache Hierarchie	17
Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament	18
Wesentliche Themen: Das ist uns wichtig	22
Stakeholder: Gemeinsam zum Erfolg	24

## 02

### WIRTSCHAFT: EIN GESUNDES FUNDAMENT IST WICHTIG

Unser Zugang: Wir bieten das breiteste und tiefste Sortiment der Branche	27
Wirtschaftliche Leistung: Umsatz im Steigen	28
Regionale Beschaffung: Wir kaufen gerne vor Ort	30
Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor	31

## 03

### UMWELT: UMWELTSCHUTZ BEGINNT IM EIGENEN HAUS

Unser Zugang: Gebäude ökologisch optimieren	33
Wasser: Im Kreislauf führen und Verbrauch minimieren	34
Energieverbrauch: Effizienz und Anteil aus erneuerbaren Quellen steigern	38
Klimaschutz: CO <sub>2</sub> Fußabdruck verkleinern	44
Abfallmanagement: Reduzieren und wiederverwerten	48
Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor	51

## 04

### MITARBEITER: MIT TEAMGEIST FÜR EINE GRÜNE ZUKUNFT

Unser Zugang: Beste Ausbildung und beste Chancen	53
Beschäftigung und Arbeitgeberqualität: Mehr Mitarbeiter in einem flexiblen System	54
Aus- und Weiterbildung: Lebenslanges Lernen fördern	58
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz: Für einen gesunden Arbeitsplatz	60
Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor	62

## 05

### PRODUKTE UND LIEFERKETTE: NACHHALTIGKEIT BEGINNT BEI DER BESCHAFFUNG

Unser Zugang: Partner, die unsere nachhaltige Ausrichtung teilen	65
bellaflora biogarten: Das rundum naturnahe Sortiment	67
Biodiversität: Wir müssen die Vielfalt bewahren	68
Torf: Torfreduktion ist eine komplexe Aufgabe	69
bellaflora Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe	70
Pestizidreduktion: Für weniger Gifte in unseren Gärten	72
Verderbsreduktion: Minimierung organischer Reststoffe	76
Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor	77

## 06

### MARKT UND KUNDEN: JEDER EINKAUF EIN KURZURLAUB

Unser Zugang: Die Grüne Welt ist bunt und verändert sich	79
Gartenfreunde: Der Club für Naturliebhaber	80
Shopdesign: Die Gestaltung unserer Märkte	82

Haustier: Alles für Hund und Katze	83
Wolle: Wunderschön warm und gerne selbst verstrickt	84
Dienstleistungen: Wir schauen auf Service	85
Kundenzufriedenheit: Die Menschen schätzen Nachhaltigkeit beim Garteln	86
Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor	87

## 07

### GESELLSCHAFT: BELLAFLORA TRÄGT VERANTWORTUNG

Hilde-Umdasch-Haus: Wenn Familien Hilfe brauchen	89
Diakoniewerk Gallneukirchen: Menschen, die uns bereichern	90
Lebenshilfe Oberösterreich	90
City Farm Augarten: Der Stadtgarten für Kinder und ihre Familien	91

## ANHANG

Zum Bericht	93
Wir berichten über das Wesentliche	95
Sustainable Development Goals	100
GRI-Inhaltsindex	108
Impressum	112



# 01

## Über uns: Wir sind bellaflora

Mit über 500 Mitarbeitern an 27 Standorten und einem Jahresumsatz von rund 86 Millionen Euro (2019) ist bellaflora Österreichs größte Gartencenterbetreiberin. Die Welt der grünen Nummer 1 bietet vorrangig Pflanzen und alles, was man für ein erfolgreiches, naturnahes Garteln braucht - ob im privaten Hobbygarten, auf der Terrasse, am Balkon oder in Wohn- und Arbeitsräumen. Immer vielfältiger wird auch das Angebot an Dekorationselementen für drinnen und draußen, für Handarbeit und Haustier.



Die Gründung von bellaflora liegt mehr als 40 Jahre zurück. Im Jahr 1978 legte KR Hilde Umdasch in einer kleinen regional tätigen Gärtnerei den Grundstein für ein Unternehmen, das wenige Jahre später zur größten Gartencenterbetreiberin Österreichs werden sollte. Nach wie vor steht bellaflora in österreichischem Privatbesitz. Die Eigentümerinteressen werden von einem Unternehmensbeirat bestehend aus der Gründerin KR Hilde Umdasch, Dr. Jörg Jakobljevic sowie Felix Thun-Hohenstein vertreten.

Die Zentrale der bellaflora Gartencenter GmbH befindet sich in Leonding bei Linz. Das Unternehmen betreibt Verkaufsniederlassungen an 27 Standorten in Österreich. Im Jahr 2019 erziel-

ten die mehr als 500 Mitarbeiter einen Nettoumsatz von 86 Millionen Euro (2018: 83 Mio. Euro). Nahezu zwei Drittel dieses Umsatzes erwirtschaftet bellaflora mit Pflanzen, etwas mehr als ein Drittel mit Düngern, Substraten, Pflanzenschutzmitteln, Deko-Artikeln für den Innen- sowie den Außenbereich, Tierbedarf und Wolle.



## Meilensteine: Chronik einer nachhaltigen Entwicklung



- 1978 ● Der erste grüne Supermarkt entsteht in Linz
- 1986 ● Das erste bellaflora Gartencenter wird in Wels eröffnet
- 1988 ● Schritt in den Ballungsraum Wien; der Standort in Vösendorf wird eröffnet
- 1990 ● Weitere Expansionen in ganz Österreich
- 2004 ● Start des Biosortiments unter der Marke bellaflora biogarten mit Kräutern
- 2009 ● Ausbau des Biosortiments durch Obst- und Gemüsepflanzen, Stauden, Pflanzenschutz- und Stärkungsmittel, Substrate und Dünger
- 2010 ● Start der Kooperation mit Arche Noah zum Erhalt und zur Verbreitung von Sortenraritäten  
Schaffung der Abteilung Nachhaltige Entwicklung  
Errichtung der ersten E-Tankstellen
- 2011 ● Start des Kundenclubs „Gartenfreunde“  
Beitritt zum Klimabündnis Österreich
- 2012 ● Umstieg auf UZ46-zertifizierten Ökostrom  
Unterstützung der Gründung der City Farm Schönbrunn (heute City Farm Augarten) als Hauptsponsor  
Umstellung der Pflanzenpflege in den bellaflora Märkten auf ausschließlich biologische Pflanzenschutz- und Pflanzenstärkungsmittel und Dünger  
Beginn der Vorbereitungen für die Auslistung chemisch-synthetischer Pestizide
- 2013 ● Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichts (Berichtszeitraum 2010–2012)  
Beginn einer langfristigen Kooperation mit GLOBAL 2000  
Sortimentsumstellung auf ausschließlich naturnahen Pflanzenschutz
- 2014 ● Sortimentsumstellung auf ausschließlich naturnahe Dünger

- 2015 ● Einführung des bellaflora Standards für den nachhaltigen Gartenbau  
Start des Torfreduktionsprogrammes  
Errichtung der ersten Photovoltaikanlagen
- 2016 ● Ausbau der Photovoltaikanlagen an 11 Standorten (nur möglich bei Flachdach)  
Veröffentlichung des zweiten Nachhaltigkeitsberichts (2013–2015)  
Auszeichnung mit dem TRIGOS - Auszeichnung für Corporate Social Responsibility
- 2017 ● Einführung eines Grenzwertkatalogs für den Pestizideinsatz bei bellaflora Lieferanten (Sanktionierung seit 2018)  
Einführung eines hochwertigen Alpaka-Sortiments  
Einführung eines hochwertigen, mulesingfreien Wolle-Sortiments
- 2018 ● Einführung eines CO<sub>2</sub>-neutralen Zustellservices in ganz Österreich  
Eröffnung der Filiale Eisenstadt mit System zur Wasseraufbereitung
- 2019 ● Entwicklung eines neuen Shopkonzepts und erstmalige Umsetzung bei der neu errichteten Filiale in Graz St. Peter sowie bei der Erneuerung des Standorts in Leonding. Der Standort in St. Peter ist der zweite mit einer Wiederverwendung von Brauchwasser zur Bewässerung der Pflanzen (Reduktion des Wasserverbrauchs). An beiden Standorten wurden Pflanzentische mit Anstaubewässerung, energieeffiziente LED-Systeme zur Beleuchtung und je eine E-Tankstelle zur Verwendung durch Kunden und Mitarbeiter installiert.  
Erweiterung des Sortiments für mehr Biodiversität  
Aufwertung der Ausstellungsbereiche durch edukative Elemente für Wildtiere und Pflanzenpflege

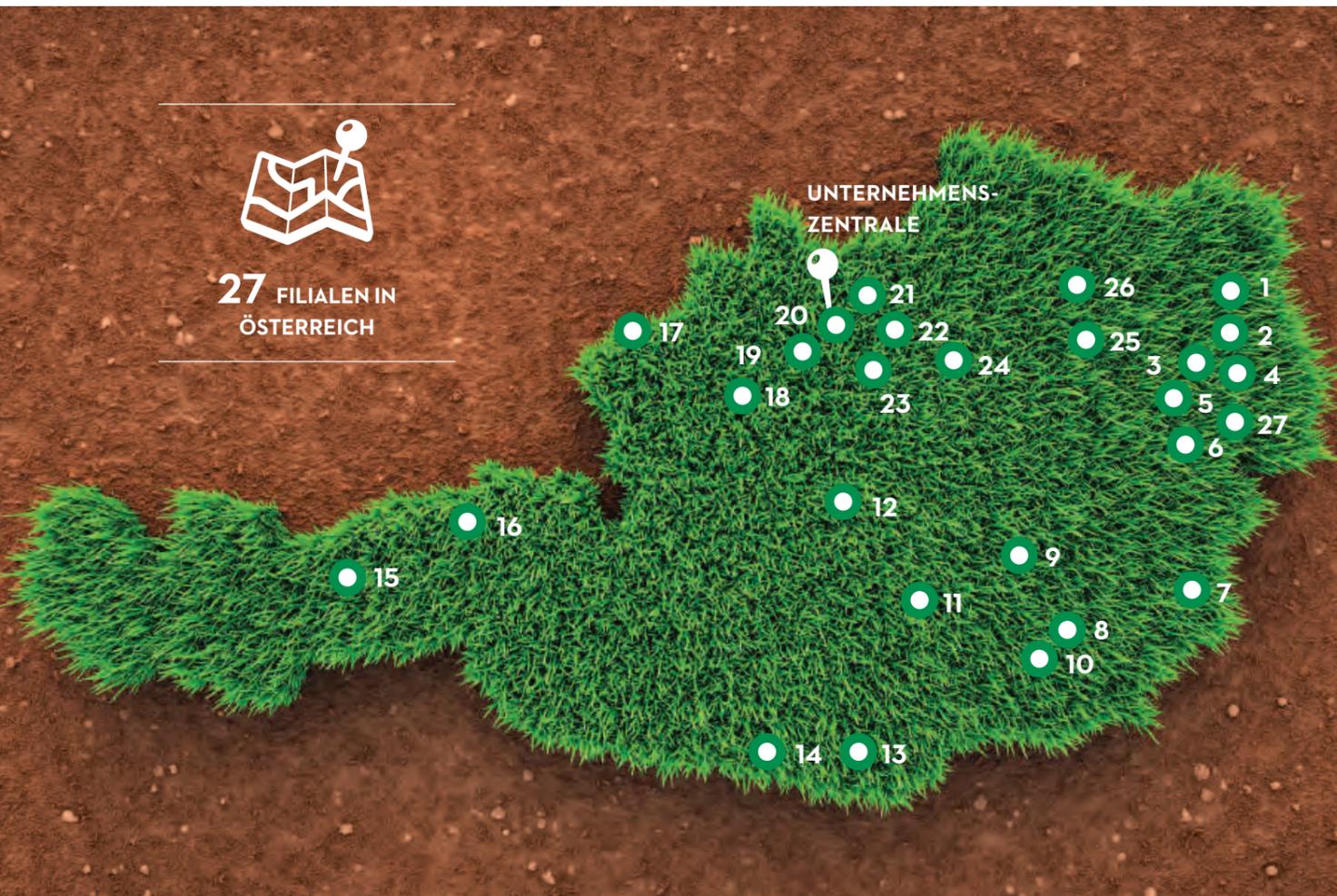


bellaflora Linz, 1978

## Zahlen und Fakten: bellaflora im Überblick



27 FILIALEN IN  
ÖSTERREICH



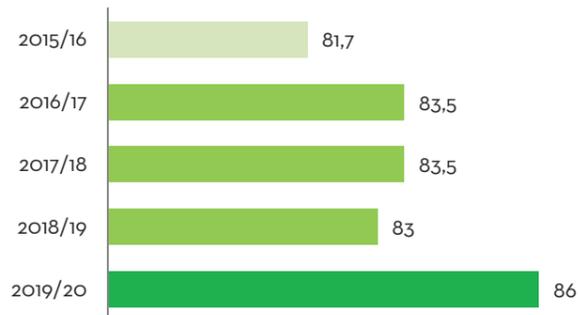
Mehr Details über unsere Standorte finden Sie unter  
[www.bellaflora.at/unternehmen/standorte](http://www.bellaflora.at/unternehmen/standorte)



- |    |                          |    |  |
|----|--------------------------|----|--|
| 1  | Filiale Gerasdorf        | 20 | Unternehmenszentrale<br>Leonding<br>Filiale Leonding |
| 2  | Filiale Wien Donaustadt  | 21 | Filiale Linz   |
| 3  | Filiale Vösendorf        | 22 | Filiale Mauthausen                                   |
| 4  | Filiale Schwechat        | 23 | Filiale Steyr/Dietach                                |
| 5  | Filiale Bad Vöslau       | 24 | Filiale Amstetten                                    |
| 6  | Filiale Wiener Neustadt  | 25 | Filiale St. Pölten                                   |
| 7  | Filiale Oberwart         | 26 | Filiale Krems  |
| 8  | Filiale Graz Sankt Peter | 27 | Filiale Eisenstadt                                   |
| 9  | Filiale Bruck/Mur        |    |  |
| 10 | Filiale Graz-Webling     |    |  |
| 11 | Filiale Fohnsdorf        |    |  |
| 12 | Filiale Liezen           |    |  |
| 13 | Filiale Klagenfurt       |    |  |
| 14 | Filiale Villach          |    |  |
| 15 | Filiale Innsbruck        |    |  |
| 16 | Filiale Wörgl            |    |  |
| 17 | Filiale Braunau          |    |  |
| 18 | Filiale Regau            |    |  |
| 19 | Filiale Wels             |    |  |



NETTOUMSATZ IN MIO. EURO

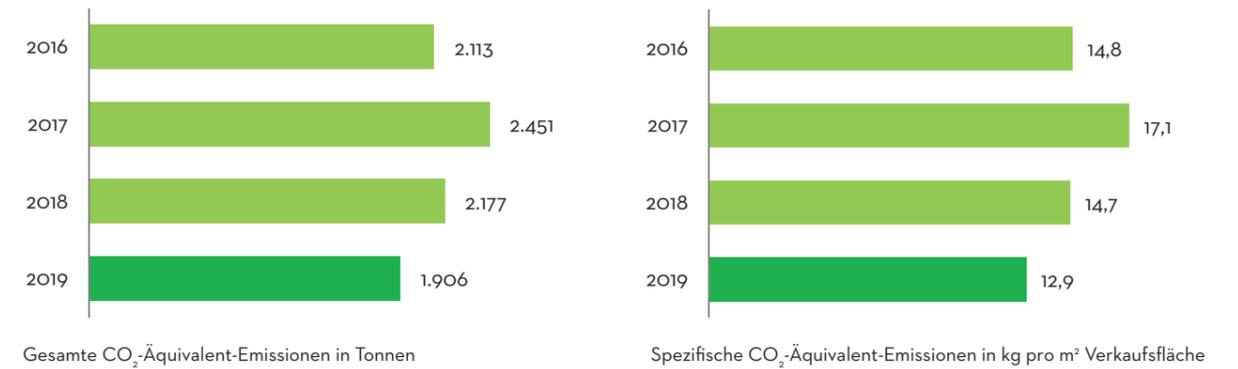


MITARBEITER NACH FUNKTION UND GESCHLECHT

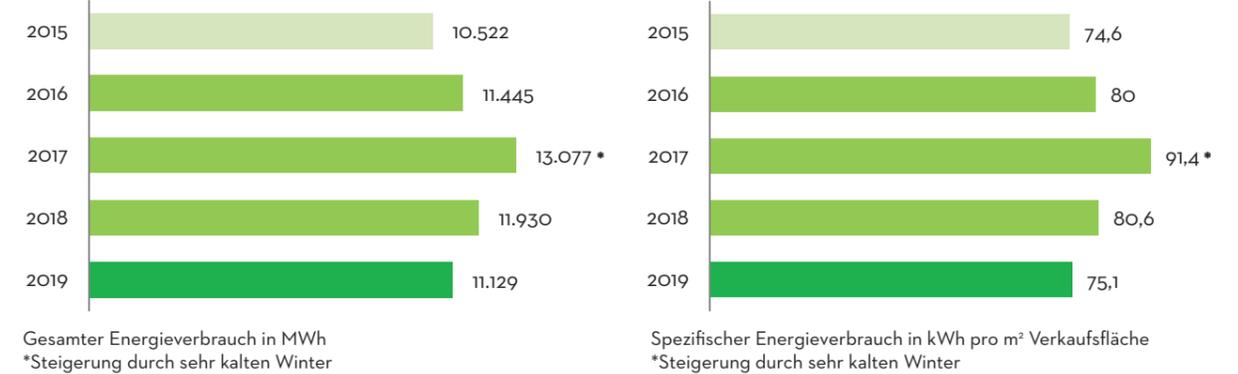
	2016/17			2017/18			2018/19			2019/20		
	♀	♂	♀♂	♀	♂	♀♂	♀	♂	♀♂	♀	♂	♀♂
Geschäftsführung	0	2	2	1	2	3	1	2	3	1	1	2
Führungskräfte	119	40	159	118	39	157	104	41	145	98	42	140
Mitarbeiter	337	37	374	347	38	385	378	38	378	368	44	412
<b>GESAMT</b>	<b>456</b>	<b>77</b>	<b>535</b>	<b>466</b>	<b>79</b>	<b>545</b>	<b>483</b>	<b>81</b>	<b>564</b>	<b>467</b>	<b>87</b>	<b>554</b>

Saisonarbeitskräfte und karentzierte Mitarbeiter nicht enthalten

CO<sub>2</sub>-ÄQUIVALENT-EMISSIONEN



ENERGIEVERBRAUCH



Gesamter Energieverbrauch in MWh  
\*Steigerung durch sehr kalten Winter

Spezifischer Energieverbrauch in kWh pro m² Verkaufsfläche  
\*Steigerung durch sehr kalten Winter

## Leitbild: Das gibt uns Orientierung



Wir bekennen uns zu nachhaltiger Entwicklung und übernehmen Verantwortung für unser Unternehmen, unsere Umwelt und die Gesellschaft. In diesem Sinn streben wir nach wirtschaftlichem Erfolg, der sich im Einklang mit der Natur und den Menschen entwickelt. Wir sind erfolgreich und stolz darauf, bellaflora zu sein.

Erfolgreiches Wirtschaften ist nur auf Basis klarer Werte möglich. Unser tägliches Handeln ist geleitet von den Werten Kompetenz, Verantwortung und Begeisterung.

Wir streben die bestmöglichen Lösungen an, setzen Trends, stellen an uns und unsere Partner hohe Ansprüche.

Wir sind kraft Kompetenz die „grüne Nummer 1“ in allen Bereichen. Jeder Einzelne von uns übernimmt Verantwortung für uns und unsere Umwelt. Unseren Partnern bringen wir Wertschätzung entgegen. Wir zeigen Mut zur Veränderung, treffen Entscheidungen und tragen die Konsequenzen daraus. Wir verantworten unser Tun und unser Nichttun.

Faszination, Leidenschaft und Emotion sind Teil unserer Arbeit, wir setzen Impulse, zeigen Freude und geben diese weiter. Das Wollen steht im Vordergrund, nicht das Müssen. Wir begeistern alle Sinne mit allen Sinnen. Wir bekennen uns zu diesen Werten und leiten daraus einen besonders hohen Qualitätsanspruch in allen Bereichen unseres Handelns ab.



## Organisation und Führung: Klare Struktur, flache Hierarchie

Die strategische und operative Leitung der bellaflora Gartencenter GmbH liegt in den Händen des Geschäftsführers Mag. Franz Koll. Er ist in dieser Funktion Mag. Alois Wichtl gefolgt, der 2019 in den Ruhestand getreten ist. Frau Patricia Schweiger-Bodner ist 2018 dem Geschäftsführer Mag. Nikolaus Thaller nachgefolgt. Im Mai 2020 hat sie das Unternehmen verlassen.

Die strategischen Weichenstellungen der Vorjahre werden von der neuen Geschäftsführung in ihren Grundzügen beibehalten, den Anforderungen der Zeit entsprechend adaptiert und um neue Ziele erweitert. Die formale Berichterstattung der Geschäftsführung an den

Beirat erfolgt viermal pro Jahr im Rahmen von Beiratssitzungen.

Nachhaltige Entwicklung ist als Stabsstelle direkt der Geschäftsführung unterstellt, womit die hohe strategische Bedeutung von Nachhaltigkeit als Querschnittsmaterie unterstrichen wird.

Die Filialen werden von je einer Filialleitung inkl. Stellvertretung geführt. Diesen Mitarbeitern sind die Abteilungsverantwortlichen für Baumschule, Saisonpflanzen, Zimmerpflanzen, Boutique und Logistik unterstellt.

## Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament



bellaflorea ist ein österreichisches Unternehmen und gerne bereit, Verantwortung für Umwelt und Natur zu übernehmen. Angesichts der gravierenden Folgen der Klimaveränderung sehen wir uns als größte Gartencenterbetreiberin des Landes in besonderem Maß gefordert und bekennen uns umso mehr zu einer nachhaltigen Entwicklung.

Im Mittelpunkt all unserer Bemühungen steht der Kunde, und das ist keine leere Phrase. Nur wenn es uns gelingt, unse-

re Kunden zu Verbündeten im Streben um Nachhaltigkeit zu machen, können wir wirklich etwas bewegen. Der Weg dorthin kann aber nicht über Verzicht, sondern nur über Attraktivität gelingen. Deshalb bilden Nachhaltigkeit und Schönheit die Basis für unsere vier strategischen Säulen: Sortiment, Filialen, Dienstleistung und Online.



### UNSERE PHILOSOPHIE

Grundlage einer nachhaltigen Entwicklung ist ein solides wirtschaftliches Fundament. Nur damit können wir uns den Freiraum schaffen, sowohl in die Entwicklung neuer nachhaltiger Sortimente als auch in edukative Maßnahmen zu investieren.

Vorrangiges Ziel ist, das Wissen unserer Kunden und anderer Stakeholder über unser nachhaltiges Engagement deutlich zu vertiefen, sie für naturnahes Garteln zu begeistern und damit ihre Loyalität zu bellaflorea zu stärken. Wir gehen davon aus, dass ein gemeinsames Verständnis über die große Bedeutung von Nachhaltigkeit im Hobbygarten die wirtschaftliche Entwicklung von bellaflorea

positiv beeinflussen wird. In weiterer Folge vergrößert der wirtschaftliche Erfolg wieder unsere Möglichkeiten, nachhaltige Projekte zu entwickeln und zu erweitern sowie unsere Ansprüche Schritt für Schritt auszubauen.

Langfristig soll bellaflorea nicht nur die bekannteste, sondern auch unangefochten die beliebteste Marke der Gartenbranche sein. Unser erklärtes Ziel ist, unsere Kunden ein Stück weit glücklicher zu machen, indem wir ihnen die Natur näherbringen – mit allen angenehmen Auswirkungen auf ihr psychisches und physisches Wohlergehen.



### WEICHENSTELLUNGEN FÜR DEN ERFOLG

In dem Bestreben, die strategischen Ziele mit Leben zu füllen, hat die Geschäftsführung 2018 zahlreiche innerbetriebliche Erhebungen sowie Umfeldanalysen vorgenommen und Gespräche mit Stakeholdern geführt. Auf Grundlage der daraus gewonnenen Erkenntnisse wurden die Vision und die Mission des Unternehmens überarbeitet und mit allen Mitarbeitern in den Standorten diskutiert. Ziel dieser Vorgangsweise ist, ein gemeinsames Verständnis zu fördern und die Zustimmung der Mitarbeiter zu gewinnen. Im Zuge dieses Prozesses hat

die Geschäftsführung auch organisatorische Änderungen vorgenommen und Verantwortlichkeiten klar festgelegt, insbesondere die der Nachhaltigkeitsbeauftragten.

#### VISION

Wir sind eine grüne Erlebnis-Oase für unsere Kunden und bringen ihnen die Natur, die wir achten und schonen, in ihrer Schönheit und Wirkung für ein glückliches und ausgeglichenes Leben näher.

#### MISSION

Wir begeistern unsere Kunden permanent durch tolle Inszenierungen schöner



und nachhaltiger Pflanzen und attraktiver Produkte, sehr sympathisches und kompetentes Fachpersonal sowie relevante Dienstleistungen.

#### NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Die Nachhaltigkeitsbeauftragte ist organisatorisch als Stabsstelle direkt der Geschäftsführung untergeordnet und koordiniert die operative Umsetzung der Ziele und Maßnahmen des Nachhaltigkeitsprogramms. Sie pflegt einen engen und regelmäßigen Kontakt mit den Leitern der jeweils zuständigen Bereiche und Abteilungen sowie mit den Mitarbeitern in den Niederlassungen. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte unterrichtet die Geschäftsführung über die Fortschritte bei der Umsetzung der Maßnahmen und Erreichung der Ziele. Basierend darauf beurteilt die Geschäftsführung die Wirksamkeit der Managementansätze und passt gegebenenfalls die Ziele und Maßnahmen des Nachhaltigkeitsprogramms an.

Darüber hinaus tragen folgende Managementelemente zur nachhaltigen Ausrichtung und kontinuierlichen Verbesserung der Leistungen von bellaflora bei:

- Nachhaltigkeit wird bei den jährlichen Mitarbeitergesprächen thematisiert. Sie ist einer von fünf Punkten, für die individuelle Leistungsziele vereinbart werden.
- Jährlich finden Schulungen und Seminare zu Nachhaltigkeitsthemen, etwa zu ökologischer Pflanzenpflege oder Resilienz, statt.
- Im Rahmen der Seminarreihe „grün-Raum“, wird jährlich ein anderer Nachhaltigkeitsaspekt in den Fokus gerückt

und unseren Mitarbeitern nähergebracht.

- Bei den Tagungen der Niederlassungsleiter ist Nachhaltigkeit ein fixer Punkt auf der Agenda. Die Führungskräfte sorgen anschließend für den Wissenstransfer zu den Mitarbeitern in den Filialen.
- Als „IdeenRaum“ kennen unsere Mitarbeiter das betriebliche Vorschlagswesen bei bellaflora. Selbstverständlich können sie auch Ideen einbringen, die zu einer Verbesserung der Nachhaltigkeit im Betrieb beitragen. Im Falle einer Umsetzung wird der Ideengeber finanziell belohnt.

Verbesserungspotenzial sehen wir insbesondere bei der Erfassung und Verwaltung unserer betrieblichen Umweltdaten. Wir planen daher ein laufendes Monitoring in den einzelnen Niederlassungen zu etablieren. Künftig werden wir die Daten in kürzeren Abständen als bisher erheben und auswerten, um etwaige Fehlentwicklungen zeitnah erkennen und korrigieren zu können sowie entsprechende Verbesserungen zu erzielen.

Außerdem wollen wir den Austausch und die Kooperation zwischen den Abteilungen zum Thema Nachhaltigkeit verbessern. Geplant sind regelmäßige Treffen von Abteilungsvertretern, um über die nachhaltige Entwicklung in den einzelnen Bereichen zu diskutieren und Erfahrungen auszutauschen. Dadurch sollen die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit zum Thema Nachhaltigkeit verbessert sowie gemeinsam Ideen entwickelt und umgesetzt werden.



## Wesentliche Themen: Das ist uns wichtig

Im Herbst 2019 haben wir eine Onlinebefragung zum Thema „Nachhaltigkeit bei bellaflora“ durchgeführt. Wir wollten von unseren Stakeholdern wissen, wie sie unser bisheriges Engagement für eine nachhaltige Entwicklung wahrnehmen. Darüber hinaus haben wir gefragt, welche Erwartungen sie an bellaflora haben und auf welche Themenbereiche wir

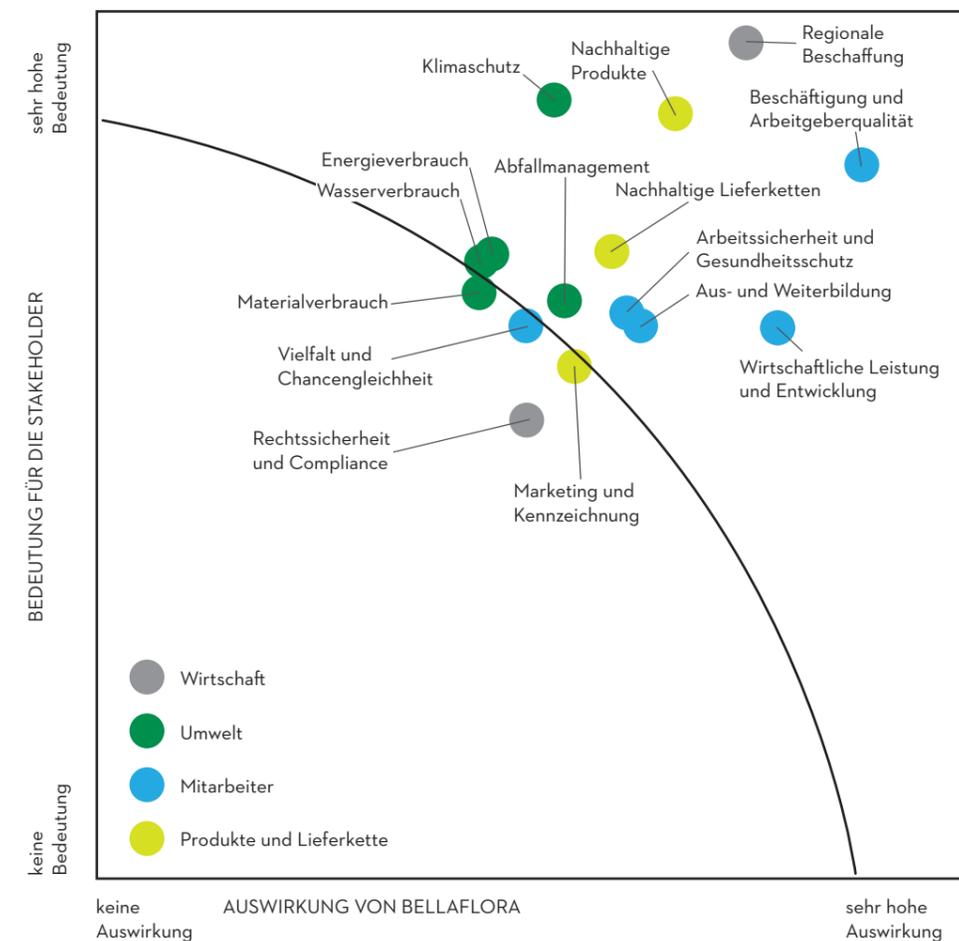
besonderes Augenmerk legen sollen. Dazu haben wir in einer Vorauswahl 15 relevante Nachhaltigkeitsthemen identifiziert und sie folgenden Bereichen zugeordnet:

- Wirtschaft
- Umwelt
- Mitarbeiter
- Produkte und Lieferkette

Parallel zu dieser Stakeholderbefragung haben unsere Führungskräfte in einer zweiten Onlinebefragung die Auswirkungen des Unternehmens im Kontext dieser Themen bewertet.

Die nachfolgende Wesentlichkeitsmatrix dokumentiert das zusammengefasste Ergebnis dieser beiden Bewertungsschritte. Zu allen Themen, die über der Aufnahmeschwelle (grafisch dargestellt

als Kreisbogen) liegen, bietet dieser Bericht qualitative und quantitative Angaben, entsprechend den jeweiligen GRI-Standards. Detailliertere Informationen zum dreistufigen Prozess der Wesentlichkeitsanalyse finden Sie im Kapitel „Wir berichten über das Wesentliche“ (S. 95-99).

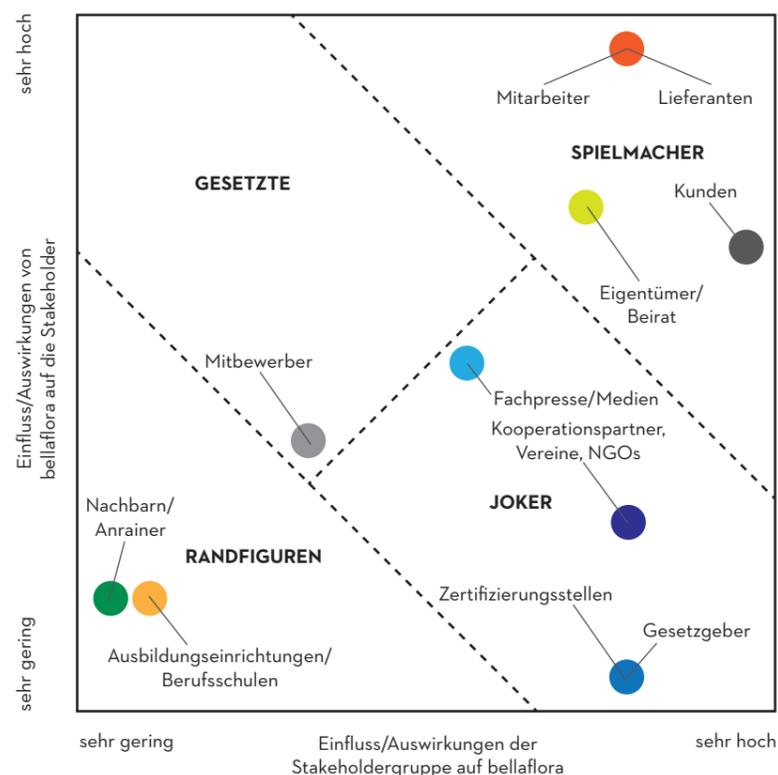


# Stakeholder: Gemeinsam zum Erfolg

Stakeholder sind Personen, die aus privaten oder beruflichen Gründen Interesse an einem Unternehmen haben, weil sie von seiner Entwicklung betroffen sind oder selbst Einfluss darauf nehmen können. In diesem weit gefassten Sinn ist nahezu jeder Mensch, der mit bellaflora in Berührung kommt, als Stakeholder zu verstehen.

Zur Priorisierung der Stakeholdergruppen nach ihrer Bedeutung für bellaflora hat das Reportingteam im Vorfeld der Berichterstattung eine Stakeholderana-

lyse vorgenommen. Dabei wurden der Einfluss bzw. die Auswirkungen der einzelnen Gruppen auf das Unternehmen und umgekehrt des Unternehmens auf die Stakeholder bewertet. Die nachfolgende Matrix zeigt das Ergebnis dieser Analyse. Demnach sind die Mitarbeiter, die Lieferanten, die Kunden sowie die Eigentümer und ihre Vertreter die wichtigsten Stakeholder von bellaflora. Welche Anliegen sie dem Unternehmen gegenüber haben und wie bellaflora mit ihnen in Austausch steht, ist nachfolgend kurz beschrieben.



## MITARBEITER

bellaflora ist ein Unternehmen mit flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen. Die Mitarbeiter übernehmen Verantwortung in ihren Arbeitsbereichen, bringen aktiv Verbesserungsvorschläge ein und formulieren ihre Erwartungen an das Unternehmen sehr klar. Gewünscht ist ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm, das einerseits umfassendes Wissen über die ökologische Ausrichtung und Produktpalette von bellaflora bietet, andererseits persönliche Weiterbildung im Sinn der Karriereplanung abdeckt. Teilzeitmodelle und flexible Arbeitszeiten sind für uns eine Selbstverständlichkeit. Damit können wir zum einen unseren Mitarbeitern und ihren Bedürfnissen entgegenkommen und zum anderen die saisonalen Schwankungen, die der Pflanzenverkauf mit sich bringt, bewältigen. Die Kommunikation mit unseren Mitarbeitern erfolgt über vielfältige Kanäle: Mitarbeitergespräche, Mitarbeiterzeitung, Intranet, Niederlassungsleitertagungen, regelmäßige Info-Mails seitens der Geschäftsführung sowie spezielle Formate für einzelne Mitarbeitergruppen.

## KUNDEN

Für die Kunden von bellaflora sind vier Kriterien ausschlaggebend: unsere ganzjährige Sortimentsvielfalt, u. a. auch bei Biopflanzen, unsere hochwertige Qualität, die den Erfolg im Garten erleichtert, hervorragende Beratung durch unsere kompetenten Mitarbeiter sowie unsere gute Erreichbarkeit mit 27 Standorten in Österreich. Viele Hobbygärtner interessieren sich für unser umfassendes Beratungsangebot über Pflanzenauswahl und -pflege, ökologische Pflanzenschutzmittel und Dünger und über den Umgang mit Nützlingen im Garten. Diesem Anspruch kommen wir durch ein abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm und persönliche Gespräche in den Märkten nach. Unsere Flugblätter, unser Kundenmagazin, Social Media, Werbematerial in den Filialen und Mailings, Hörfunkspots und unsere Homepage nutzen wir nicht nur für Werbezwecke, sondern auch für die Weitergabe firmenunabhängiger Informationen übers Garteln.

## LIEFERANTEN

Der wertschätzende Umgang im geschäftlichen Alltag ist für uns und unsere Lieferanten ein wichtiges Element der Zusammenarbeit. Da unsere Lieferanten mit dem Zyklus der Natur arbeiten und viele Pflanzen über mehrere Monate oder Jahre kultivieren, erwarten sie von uns Verlässlichkeit im Einkauf und Verbindlichkeit bei den Preisen. Gleichzeitig sind sie gerne bereit, gemeinsam mit bellaflora an einer ständigen Weiterentwicklung und Anpassung des Sortiments im Sinne der Nachhaltigkeit zu arbeiten. Unsere Einkäufer stehen in stetigem, engem Kontakt zu den Lieferanten. Jährlich finden Lieferantengespräche statt. Auch Besuche in den Betrieben dienen dem Austausch.

## EIGENTÜMER

Seit der Gründung im Jahr 1978 ist bellaflora ein Unternehmen in österreichischem Privatbesitz. Die Eigentümerinteressen werden von einem Beirat vertreten, der im regelmäßigen Austausch mit der Geschäftsführung steht. Die Zusammenarbeit von Beirat und Geschäftsführung basiert auf dem gemeinsamen Verständnis über die Bedeutung von nachhaltiger Entwicklung für die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Quartalsweise finden ausführliche Beiratssitzungen statt.

# 02

## Wirtschaft: Ein gesundes Fundament ist wichtig

Seit der Unternehmensgründung verfolgt bellaflora die Grundsätze einer nachhaltigen Entwicklung. Eines der Kernelemente, das bellaflora auszeichnet, ist ein gesundes wirtschaftliches Fundament. Damit sichern wir einerseits die Zukunft unseres Unternehmens sowie aller Mitarbeiter und verschaffen uns andererseits die Möglichkeit, in ökologische Projekte zu investieren, die weit über unser Unternehmen hinaus wirksam sind.



**8** MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

**12** NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION

**17** PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

## Unser Zugang: Wir bieten das breiteste und tiefste Sortiment der Branche

Die Gartenbranche wächst seit Jahren kontinuierlich in Höhe der Inflationsrate. Aufgrund dieser bescheidenen Wachstumsaussichten im Pflanzenbereich kommen kaum neue Mitbewerber auf den Markt. Allerdings bauen die bereits im Markt engagierten Unternehmen ihre Standorte aus und erhöhen damit den Druck in den jeweiligen Einzugsbereichen.

Eine Besonderheit der Gartenbranche ist, dass dieser Druck im Pflanzenbereich weniger von den spezialisierten Unternehmen als vielmehr von Seiten der Baumärkte, der Einrichtungshäuser und des Lebensmittelhandels ausgeht.

Anders bei bellaflora. Für uns sind Pflanzen das Kerngeschäft. Nahezu 70% des Gesamtumsatzes erwirtschaften wir mit Pflanzen. Rund die Hälfte des Kernsortiments geht in den drei Monaten März, April und Mai über den Ladentisch.

Wenn in diesem Zeitraum lang anhaltende Kälteperioden oder Schneefälle den Start ins Gartenjahr verzögern, sind die entgangenen Umsätze nicht mehr aufzuholen.

Um die Abhängigkeit vom Saisongeschäft des Gartenjahres zu verringern, ist es für bellaflora unerlässlich, das Sortiment zu erweitern und den Kunden rund ums Jahr ein attraktives Angebot im Nicht-Pflanzenbereich, wie Deko-Artikel, Wolle und Tiernahrung, zu präsentieren.

Mit den sich ändernden Anforderungen der Gartenliebhaber an einfache Pflege ihrer grünen Oase und mit den Anforderungen des Klimawandels sehen wir weitere Chancen, unseren Kunden ein unterstützender Partner im Alltag zu sein. Mit der Einführung neuer Serviceangebote wollen wir künftig deutlichen Mehrwert in diesem Bereich schaffen.



## Wirtschaftliche Leistung: Umsatz im Steigen



Der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens hat unmittelbare Auswirkungen auf Eigentümer, Mitarbeiter, Lieferanten und andere Stakeholdergruppen. Um die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit zu sichern, müssen Managemententscheidungen auf Basis von betriebswirtschaftlichen Überlegungen getroffen werden. Allerdings können ökonomische Faktoren in einem nachhaltig ausgerichteten Unternehmen wie bellaflora nicht das allein entscheidende Kriterium sein.

Auch ökologische und soziale Gesichtspunkte müssen Berücksichtigung finden. Keiner der drei Bereiche darf zugunsten eines anderen vernachlässigt werden. Es kann allerdings notwendig sein, einen der drei für einen gewissen Zeitraum prioritär zu behandeln. Ein daraus entstehendes Ungleichgewicht muss durch nachfolgende Gegenmaßnahmen ehestmöglich ausgeglichen werden. Diese Art der Unternehmensführung erfordert vernetztes Denken, intensive Kommunikationsarbeit und viel persönliches Engagement. Jede Stakeholdergruppe hat ihre spezifischen Ansprüche an das Unternehmen, und all diesen müssen wir gerecht werden.

Im Berichtszeitraum erwirtschaftete bellaflora einen jährlichen Umsatz von rund 83 Mio. Euro, der zuletzt im Geschäftsjahr 2019/20 auf 86 Mio. Euro gesteigert werden konnte. Rund 550 Mitarbeiter und 240 Lieferanten haben ein berechtigtes Interesse daran, dass wir unsere Umsatz- und Ertragsbasis weiter ausbauen und damit das langfristige Bestehen der Firma sichern.



### ERWIRTSCHAFTETER UND VERTEILTER WIRTSCHAFTLICHER WERT

	2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20	
	TEUR	%								
Umsatzerlöse	81.971		82.997		83.050		82.947		86.190	
Investitionen	5.928	7,2	4.440	5,3	11.414	13,7	6.296	7,6	10.518	12,2
Personalaufwand	17.072	20,8	16.115	19,4	17.277	20,8	17.969	21,7	19.214	22,3
Lieferanten (Waren)	46.171	56,3	46.815	56,4	48.151	58	47.318	57	49.622	57,6
Lieferanten (sonst. Betrieblicher Aufwand)	13.371	16,3	13.652	16,4	13.479	16,2	14.037	16,9	14.382	16,7

## Regionale Beschaffung: Wir kaufen gerne vor Ort

Durch den Zukauf von Produkten und Dienstleistungen kommt Unternehmen eine wichtige Rolle für die Entwicklung der regionalen Wirtschaft und des lokalen Arbeitsmarktes zu. Dies gilt insbesondere für strukturschwache Regionen. Zum einen stärkt eine regional ausgerichtete Beschaffung die Zulieferwirtschaft und in weiterer Folge die Kaufkraft der Bevölkerung, zum anderen reduziert sie das Transportaufkommen.

bellafloa ist diesem Gedanken auf besondere Weise verbunden, liegen doch die Wurzeln des Unternehmens in einem kleinen, lokal tätigen Gärtnereibetrieb. Aufgrund dieser Firmengeschichte

und unserer nachhaltigen Strategie ist uns regionale Beschaffung besonders wichtig. Wir verfolgen ganz klar das Ziel, den Anteil österreichischer Lieferanten hoch zu halten. Bei Pflanzen gelingt uns dies auch mit einer über die Jahre konstant bleibenden Quote von 65%. Allerdings gibt es auch Produktgruppen, in denen sich dieser regionale Bezug nicht verwirklichen lässt - vor allem bei Boutiquezubehör, aber auch bei mediterranen Pflanzen, die in Österreich gar nicht kultiviert werden,

oder bei Frühlingsblühern, die in Österreich nicht in ausreichender Menge zur Verfügung stehen.

Im Berichtszeitraum hat bellafloa jährlich Waren und Dienstleistungen im Wert von rund 47,5 Mio. Euro bezogen. Unser Lieferantenportfolio umfasst weit über 200 Lieferanten, knapp die Hälfte davon mit österreichischem Firmensitz.



**2/3 DER PFLANZEN-  
LIEFERANTEN SIND  
HEIMISCHE UNTERNEHMEN**

Bei Produkten, die wir österreichweit anbieten, achten wir auf gebündelte Verkehrsströme. Unsere Logistikplattform Grünware koordiniert die Lieferungen einzelner Hersteller ebenso wie die

Belieferung unserer Filialen. Ziel ist, die Beladung der LKW zu optimieren und damit die Zahl der benötigten Fahrten und die damit verbundenen Emissionen zu minimieren.

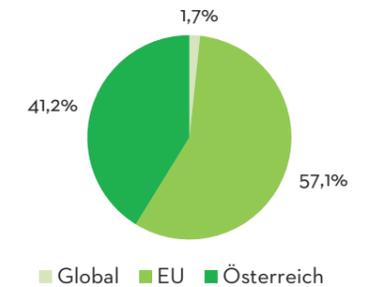


### HERKUNFT DER HANDELSWAREN IN PROZENT VOM EINKAUFSVOLUMEN \*

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
Global	4%	1,9%	0,9%	0,1%
EU	54,2%	55,3%	59,3%	59,5%
Österreich	41,7%	42,8%	39,8%	40,4%

\*Ausschlaggebend für die geografische Zuordnung ist immer der Firmensitz des unmittelbaren Lieferanten.

### DURCHSCHNITT IM BERICHTSZEITRAUM



## Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor

Kontinuierliches Umsatzwachstum

Verbreiterung regionaler Angebote in den Märkten

- Bei vergleichbarer Qualität und vergleichbaren Kosten werden Lieferanten aus Österreich bevorzugt
- Das regionale Angebot ausbauen, die Zusammenarbeit mit regionalen Gärtnereien intensivieren



# 03

## Umwelt: Umweltschutz beginnt im eigenen Haus

Wer mit blühenden Stauden und Gemüsepflanzen, mit Beerensträuchern und Obstbäumen handelt, dazu Pflanzenschutzmittel und Erden verkauft, der ist dem Schutz der Natur besonders verpflichtet. Deshalb unternehmen wir an unseren österreichweit 27 Standorten größte Anstrengungen, um im eigenen Betrieb den Umweltschutz hochzuhalten und Ressourcen jedweder Art zu schonen.



**6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-EINRICHTUNGEN**

**7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE**

**12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION**

**13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ**

## Unser Zugang: Gebäude ökologisch optimieren



bellafloa erzielt rund zwei Drittel des Umsatzes mit Pflanzen, mit lebendem Grün. Wir erleben daher aus nächster Nähe, wie sich die Klimaveränderung und die damit einhergehenden Wetterlagen auf den Gartenbau auswirken. Aufgrund dieser engen Verbindung haben wir eine besondere Verantwortung für Umwelt- und Klimaschutz und arbeiten kontinuierlich an ökologischen Verbesserungen im Unternehmen.

Für uns ist es selbstverständlich, im eigenen Haus alle erdenklichen Maßnahmen zur ökologischen Optimierung zu setzen. Schon seit 2012 arbeiten wir innerbetrieblich ausschließlich mit naturnahen Pflanzenschutzmitteln. Bei der Neuerrichtung und bei der Revitalisierung von Standorten achten wir durchgehend auf energetische Optimierung und minimierten Ressourcenverbrauch. So ist es uns gelungen, durch den Einsatz von Anstausystemen zur Bewässerung der Pflanzentische den Wasserverbrauch in allen Filialen signifikant zu verringern. Der Strombedarf unserer Standorte wird zu 100% mit Ökostrom gedeckt. Mit eigenen Photovoltaikanlagen sind wir auch selbst Erzeuger sauberen Stroms. An mehreren Standorten stellen wir unseren Mitarbeitern und Kunden E-Ladestationen zur Verfügung, die sie während der Arbeitszeit bzw. während

ihres Einkaufs bei uns kostenlos nutzen können. Diese Investitionen tragen zum Umweltschutz bei. Einige amortisieren sich mittelfristig auch wirtschaftlich.

Mit dem Ziel, den Ressourcenverbrauch zu minimieren, erheben und analysieren wir laufend die Verbrauchsdaten von Strom, Wasser und Heizenergie an unseren Standorten. Die Plausibilität der Verbrauchsdaten wird in der Zentrale sowohl in der Buchhaltung als auch durch den Facility Manager überprüft. Sollten sich die Verbräuche nicht wie erwartet entwickeln, überprüft er die technischen Anlagen und lässt etwaige Störungen umgehend beheben.

Beim Umbau bestehender Filialen prüft bellafloa die technischen Möglichkeiten zur Optimierung des betrieblichen Umweltschutzes sehr genau. Unter Berücksichtigung der spezifischen Gegebenheiten vor Ort und der erforderlichen Investitionen werden möglichst viele ressourcenschonende Maßnahmen auch umgesetzt. Bei der Errichtung von neuen Gebäuden streben wir grundsätzlich den modernsten Stand der Technik an und stellen auf diesem Weg einen möglichst umweltfreundlichen Betrieb sicher.

## Wasser: Im Kreislauf führen und Verbrauch minimieren



mer an Wassermangel, Jahr für Jahr gibt es mehr Meldungen über Dürreschäden. Angesichts des fortschreitenden Klimawandels sind Süßwasserreserven weltweit unter Druck. Auch in Österreich kommt es aufgrund der klimatischen Veränderungen regional immer öfter zu anhaltenden Hitzeperioden mit wenig Niederschlag und daraus resultierenden Verknappungen. Ein sorgsamer Umgang mit Wasser ist daher notwendig.

Ein Gartencenter benötigt naturgemäß viel Wasser für die Pflege der Pflanzen. An zahlreichen Standorten verfügen wir über eigene Brunnen, andernorts decken wir den Bedarf über die öffentliche Wasserversorgung. In beiden Fällen ist es unser vorrangiges Ziel, den Verbrauch aus ökonomischen und ökologischen Gründen so gering wie möglich zu halten.

Zwar sind zwei Drittel der Erde mit Wasser bedeckt, aber nur knapp drei Prozent davon sind Süßwasser. Und auch von diesen drei Prozent steht nur ein Prozent für den menschlichen Gebrauch zur Verfügung. Zwei Prozent sind in Eis, Schnee, in Flüssen und Grundwasser gespeichert. Österreich ist ein wasserreiches Land, deshalb fällt uns die Knappheit dieser Ressource nicht so sehr auf. Weltweit aber sieht die Situation völlig anders aus. Viele Länder leiden schon im-

### WASSERVERBRAUCH DEUTLICH GESENKT

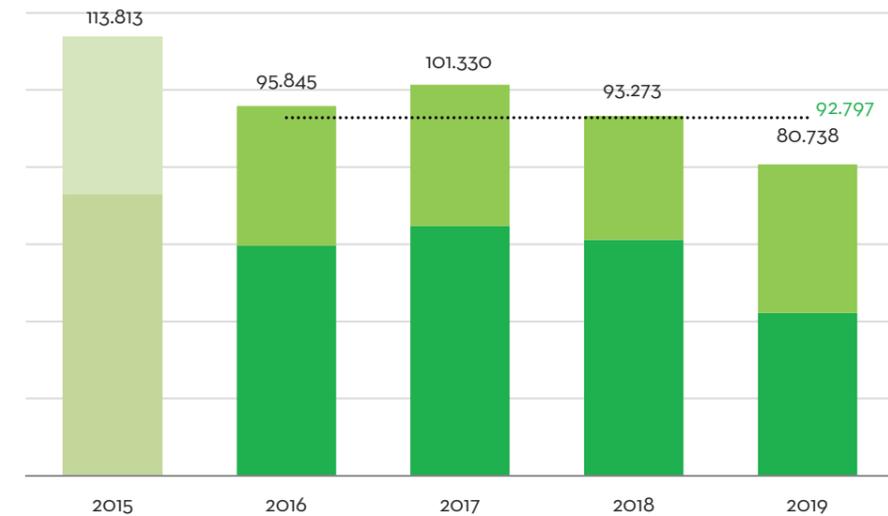
Trotz vermehrter und teilweise langanhaltender Trockenperioden im Berichtszeitraum ist es uns gelungen, den Wasserverbrauch von 113.813 m<sup>3</sup> im Jahr 2015 auf 80.738 m<sup>3</sup> im Jahr 2019 zu senken. Der spezifische Wasserverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche war 2019 um rund 32% niedriger als 2015. Im Durchschnitt des Berichtszeitraums haben wir jährlich 92.797 m<sup>3</sup> Wasser benötigt.



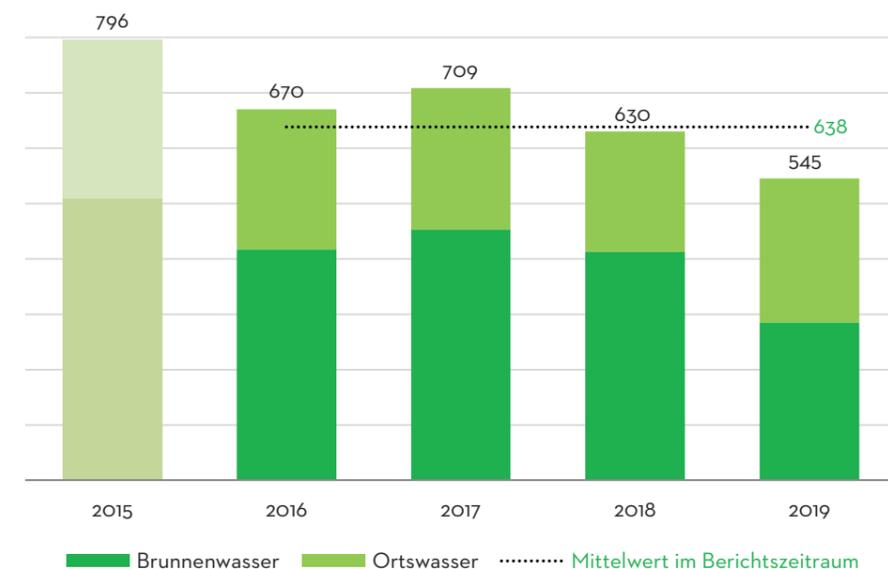
Vergleicht man den durchschnittlichen Wasserverbrauch der Periode 2013-2015 (105.191 m<sup>3</sup>) mit jenem von 2016-2019 (92.797 m<sup>3</sup>) beträgt die Einsparung knapp 12%. Das im Vorgängerbericht veröffentlichte Ziel, den Wasserverbrauch um 5% zu reduzieren, haben wir damit deutlich übertroffen.

Grundsätzlich ist bellaflora bestrebt, die Wasserversorgung aus eigenen Brunnen zu sichern. Bedauerlicherweise können wir dieses Ziel aufgrund der lokalen Gegebenheiten nicht immer umsetzen. An den beiden neu eröffneten Standorten in Eisenstadt und Graz St. Peter lag der Grundwasserspiegel für einen Brunnen einfach zu tief.

### GESAMTWASSERVERBRAUCH IN m<sup>3</sup>



### SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH IN l PRO m<sup>2</sup> VERKAUFSFLÄCHE





### ANSTAUBEWÄSSERUNG STATT INEFFIZIENTER SPRENKERSYSTEME

Der Rückgang beim Wasserverbrauch ist hauptsächlich auf den Einsatz wassersparender Technologien zurückzuführen.

Seit 2014 setzen wir bei Neubauten Ebbe-Flut-Anlagen mit geschlossenem Wasserkreislauf ein. Bei diesem System wird Wasser in einen Zwischentank gepumpt und von hier über unterirdische Bewässerungsleitungen zu den Pflanztischen im Außenbereich geführt. Auf diesen Pflanzentischen wird das Wasser für einen auf die Pflanzen abgestimmten Zeitraum angestaut. Haben die

Pflanzen genug Wasser aufgenommen, wird das überschüssige Wasser wieder in den Zwischentank rückgeführt, gefiltert und für die Weiterverwendung bereitgestellt. Diese Anstaubewässerung hat mehrere Vorteile:

- Die Bewässerung kann zu jeder Tageszeit erfolgen, also auch während der Öffnungszeiten.
- Die Pflanzen werden schonend von unten bewässert.
- Nicht verwendetes Wasser bleibt im Kreislauf und spart damit Frischwasser.

Bisher sind diese Ebbe-Flut-Anlagen in den drei neu errichteten bellaflora

Filialen Graz Webling, Graz St. Peter und Eisenstadt im Einsatz. Bestehende Filialen mit einem solchen System nachzurüsten ist aus wirtschaftlichen Gründen nicht möglich. Die baulichen Maßnahmen wären mit unverträglich hohen Kosten verbunden.

Als Alternative dazu hat bellaflora in den Jahren 2018 und 2019 in allen bestehenden Filialen Anstautische im Außenbereich installiert, die über oberirdische Leitungen mit Wasser versorgt werden. Eine Wiederverwendung des Restwassers ist bei diesen Systemen nicht möglich, das Wasser wird in den Boden ausgelassen. Trotzdem führt diese Variante

der Bewässerung im Vergleich zu den früher genutzten Sprenklersystemen zu erheblichen Einsparungen im Wasserverbrauch.

Ergänzend haben wir mehrere Möglichkeiten der Regenwassernutzung geprüft. Die dafür nötigen Baumaßnahmen haben sich jedoch als äußerst aufwändig und teuer erwiesen. Aus wirtschaftlichen Gründen kann dieses Vorhaben aktuell nicht weiterverfolgt werden.



## Energieverbrauch: Effizienz und Anteil aus erneuerbaren Quellen steigern



Ein möglichst effizienter Energieeinsatz und die Nutzung von erneuerbaren Energiequellen sind wesentliche Elemente des Ressourcen- und Klimaschutzes. Durch eine dezentrale Energieproduktion direkt am Ort des Bedarfs können Energieverluste, wie sie etwa bei einer zentralen Stromerzeugung durch die notwendige Transformation und Leitung des Stroms entstehen, reduziert werden. Der jährliche Energieverbrauch von bellaflora beträgt im Durchschnitt knapp

12.000 MWh und wird großteils durch den Aufwand für Raumwärme bestimmt. Etwa ein Drittel unseres gesamten Energiebedarfs decken wir aus erneuerbaren Quellen.

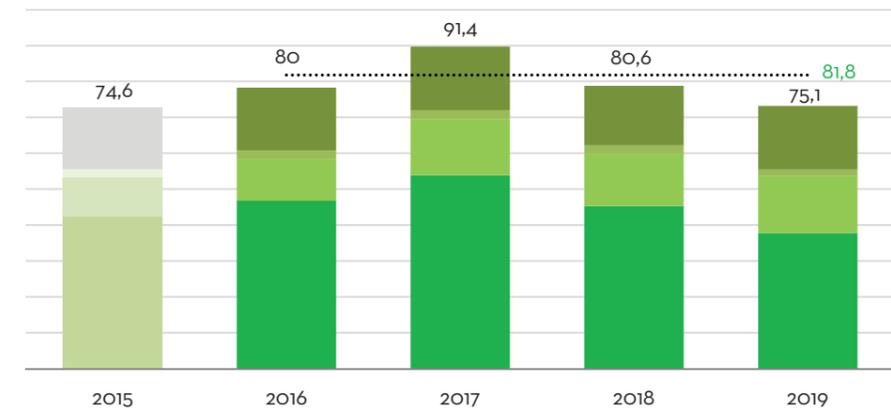
### GESAMTENERGIEVERBRAUCH LEICHT GESTIEGEN

Laut Energieeffizienzgesetz müssen Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern entweder ein Energiemanagementsystem implementieren oder alle vier Jahre ein Energieaudit durchführen lassen. bellaflora hat sich für die zweite Option entschieden. Im Zuge der bisher durchgeführten Energieaudits wurden von einem externen Experten Einsparpotenziale identifiziert. Diese werden wir in den kommenden Jahren umsetzen, um den Energieverbrauch zu reduzieren. Der Facility Manager ist Energiebeauftragter des Unternehmens und in dieser Funktion für die Umsetzung der Energiesparmaßnahmen und das laufende Controlling der Verbräuche zuständig.

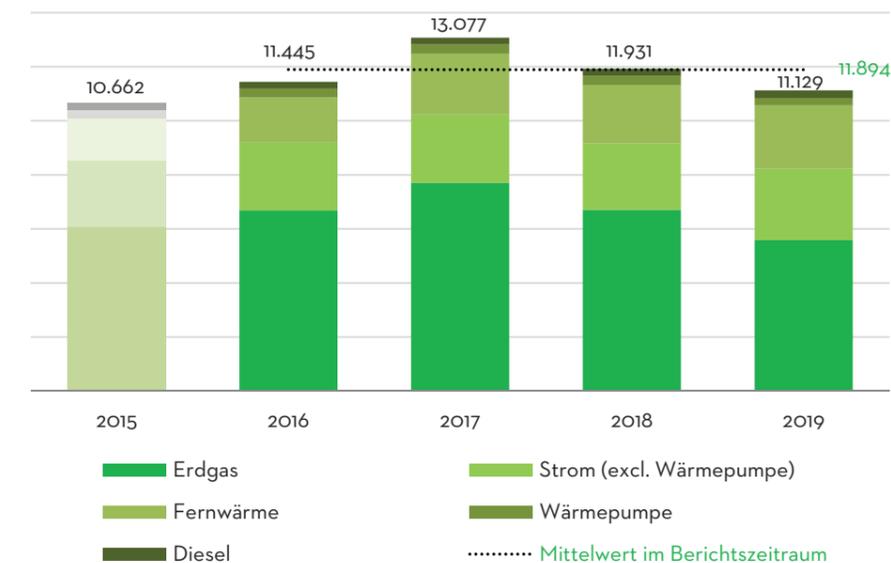
Der spezifische Energieverbrauch ist im Berichtszeitraum um 0,7% gestiegen. Im Durchschnitt des Berichtszeitraums lag der jährliche Gesamtenergieverbrauch bei 11.894 MWh und somit über dem Durchschnitt des letzten Berichtszeitraums (2013-2015: 10.270 MWh).



### SPEZIFISCHER ENERGIEVERBRAUCH IN kWh PRO m² VERKAUFSFLÄCHE



### ENERGIEVERBRAUCH IN MWh



Der Stromverbrauch der Wärmepumpen wird gesondert ausgewiesen, weil dieser ebenso wie der Bedarf an Erdgas und Fernwärme wetterbedingt größeren jährlichen Schwankungen unterliegt.



bellafloa Zentrale Leonding

**HEIZENERGIEBEDARF ABHÄNGIG VON KÄLTETAGEN**

Der erhöhte Energieverbrauch hat vor allem zwei Ursachen: Im Berichtszeitraum wurden zwei neue Standorte eröffnet und damit die zu konditionierenden Flächen erweitert. Der Peak im Energieverbrauch 2017 ist auf einen außerordentlich kalten Winter mit langen Frostperioden zurückzuführen. Der Heizenergiebedarf der einzelnen Filialen hängt grundsätzlich von ihrem Standort und den jeweiligen Heizgradtagen ab.

Abhängig von den lokalen Gegebenheiten kommen in den bellafloa Filialen drei verschiedene Heizsysteme zum Einsatz: Gasheizung, Fernwärme oder Wärmepumpe.

In den beiden neuen Filialen in Eisenstadt und Graz St. Peter wurden Heiz-

anlagen mit jeweils zwei Gas-Brennwertkesseln installiert. Eine Versorgung mittels Wärmepumpe wurde geprüft, konnte aber mangels Brunnen nicht realisiert werden. Ein Fernwärmeanschluss war in Eisenstadt nicht möglich und in Graz aus wirtschaftlicher Sicht nicht realisierbar. Anders an den beiden Standorten Liezen und Villach. Diese beiden Filialen konnten wir im Berichtszeitraum von der Gasversorgung abkoppeln und auf Fernwärme umstellen.



**15 VON 27 STANDORTEN MIT EIGENER PV-ANLAGE**

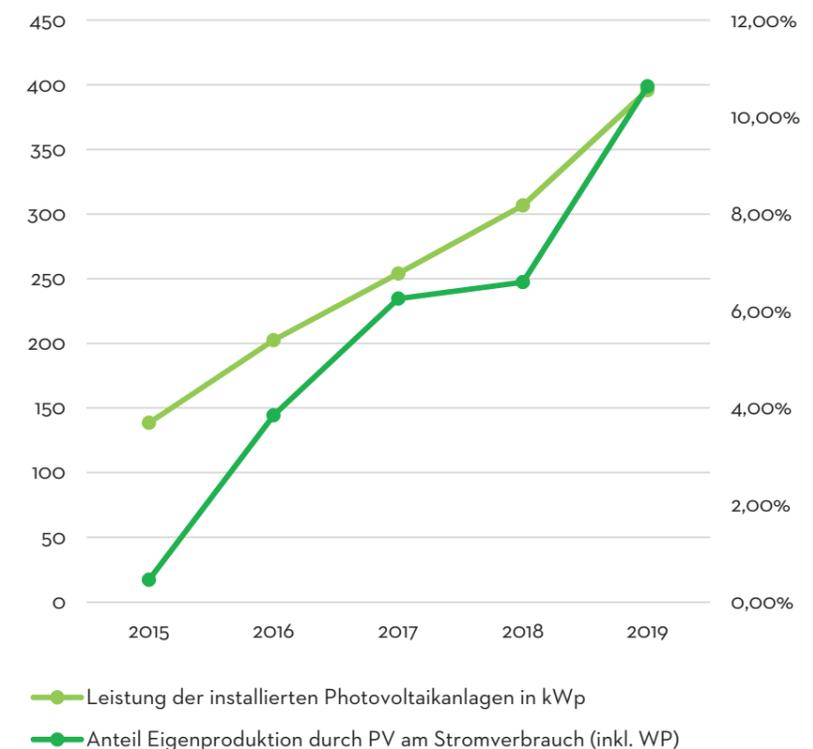
**100 % ÖKOSTROM UND IMMER HÖHERER EIGENSTROMANTEIL**

Sofern man den Verbrauch der Wärmepumpen nicht berücksichtigt, war der Stromverbrauch von bellafloa im Berichtszeitraum relativ konstant. Im Zuge des Beitritts zum Klimabündnis hat bellafloa 2012 auf UZ46-zertifizierten Ökostrom umgestellt und seither ausschließlich Ökostrom bezogen.

Seit 2015 deckt bellafloa einen immer größeren Teil des Strombedarfs aus eigenen Photovoltaikanlagen. Im Berichtszeitraum haben wir elf neue PV-Anlagen installiert und damit die Kapazität von 138,5kWp auf 395,8kWp nahezu verdreifacht. 2019 hat das Unternehmen 309MWh Strom erzeugt und damit rd. 10,6% seines gesamten Strombedarfs durch die eigenen PV-Anlagen abgedeckt.

Unser erklärtes Ziel, bis 2018 600MWh durch eigene PV-Anlagen zu erzeugen und damit rund 25% unseres Strombedarfs zu decken, konnten wir im Berichtszeitraum nicht erreichen. Dafür gibt es wirtschaftliche und bautechnische Gründe, die eng miteinander verbunden sind. Die Dachkonstruktionen unserer Glashäuser erfordern eine statische Aufrüstung, um PV-Anlagen zu tragen. Wirtschaftlich sinnvoll ist eine solche Aufrüstung nur bei generellen Revitalisierungsarbeiten am Gebäude. An Standorten, die revitalisiert wurden, haben wir regelmäßig PV-Anlagen installiert. In Zukunft wollen wir diese Strategie fortführen und hoffen auf eine Verbesserung der Fördersituation.

**LEISTUNG DER PV-ANLAGEN IN kWp UND ANTEIL DER STROMERZEUGUNG AM STROMBEDARF IN %**





bellaflorea Filiale Leonding

Im Zuge der Revitalisierung der Filialen Wien Donaustadt, Klagenfurt, Amstetten, Bad Vöslau und Wien Gerasdorf wurde darüber hinaus die gesamte Beleuchtung (indoor und outdoor) von konventionellen Leuchtstoffröhren auf LED umgestellt und die Gebäuderegulierungsanlage auf den neuesten Stand der Technik gebracht.

**ZAHL DER E-LADESTATIONEN MEHR ALS VERDOPPELT**

bellaflorea fördert die Entwicklung der Elektromobilität, indem wir auf den Parkplätzen E-Ladestationen installieren, an denen Mitarbeiter und Kunden ihre Fahrzeuge während der Geschäfts-

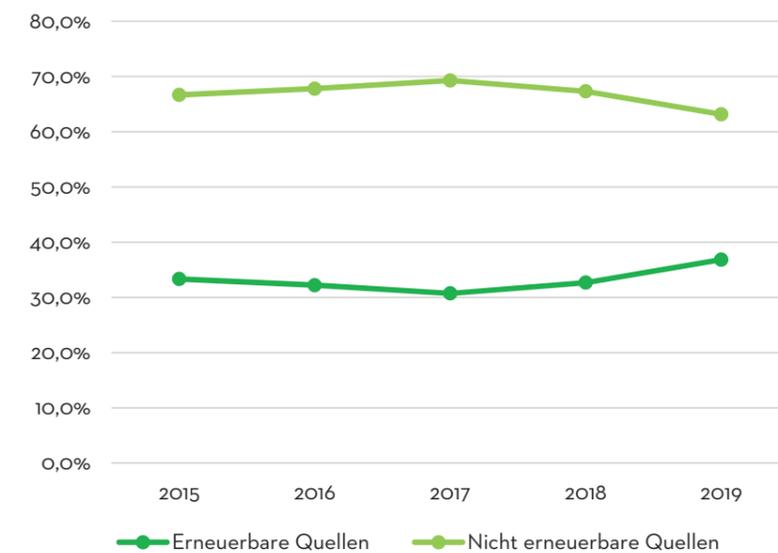
zeiten kostenlos aufladen können. Im Berichtszeitraum haben wir jährlich zwei neue E-Ladestationen installiert und somit unser Ziel erreicht. Per Ende 2019 konnte an 14 Standorten gratis Strom „getankt“ werden. Mit zunehmender Elektrifizierung der Mobilität wird dieses Angebot auch immer häufiger genutzt.

Bis zur Veröffentlichung des nächsten Nachhaltigkeitsberichts wollen wir jährlich eine weitere E-Ladestation errichten. Wir sind uns der Probleme, die mit



**14 STANDORTE MIT E-LADESTATIONEN**

**ANTEIL ENERGIE AUS ERNEUERBAREN UND NICHT ERNEUERBAREN QUELLEN**



Elektroautos verbunden sind, bewusst. Jedoch gehen wir davon aus, dass sich die Technologie in diesem Bereich, insbesondere die Akku-Technologie, in den kommenden Jahren wesentlich in Richtung mehr Umweltfreundlichkeit und Sicherheit weiterentwickeln wird.

**ENERGIEVERSORGUNG AUS ERNEUERBAREN QUELLEN GESTIEGEN**

2019 lag der Anteil des Energiebedarfs, den wir aus erneuerbaren Quellen decken, bei 36,9% und somit etwas höher als 2015. Der Heizenergiebedarf von bellaflorea wird nach wie vor hauptsächlich aus Erdgas, also einem fossilen Energieträger gewonnen. Vier Stand-

orte heizen mit Wärmepumpen, die mit Ökostrom betrieben werden. Die Filialen Villach und Liezen wurden im Berichtszeitraum von Gas- auf Fernwärmeversorgung umgestellt. Somit bezogen per Ende 2019 7 Standorte ihre Heizenergie aus einem Fernwärmenetz. Die diesen zugrundeliegenden Energiequellen sind allerdings nicht immer zu 100 % erneuerbar.



# Klimaschutz: CO<sub>2</sub>-Fußabdruck verkleinern



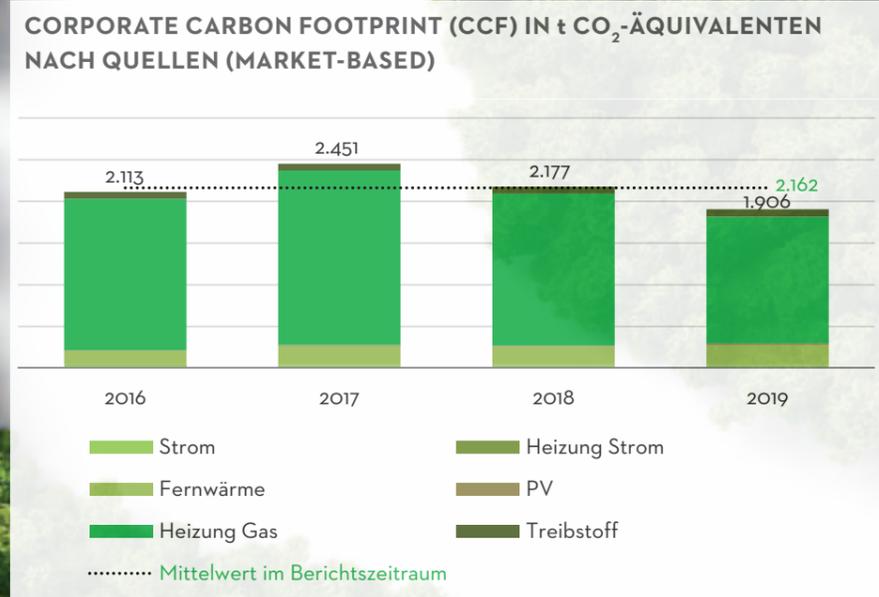
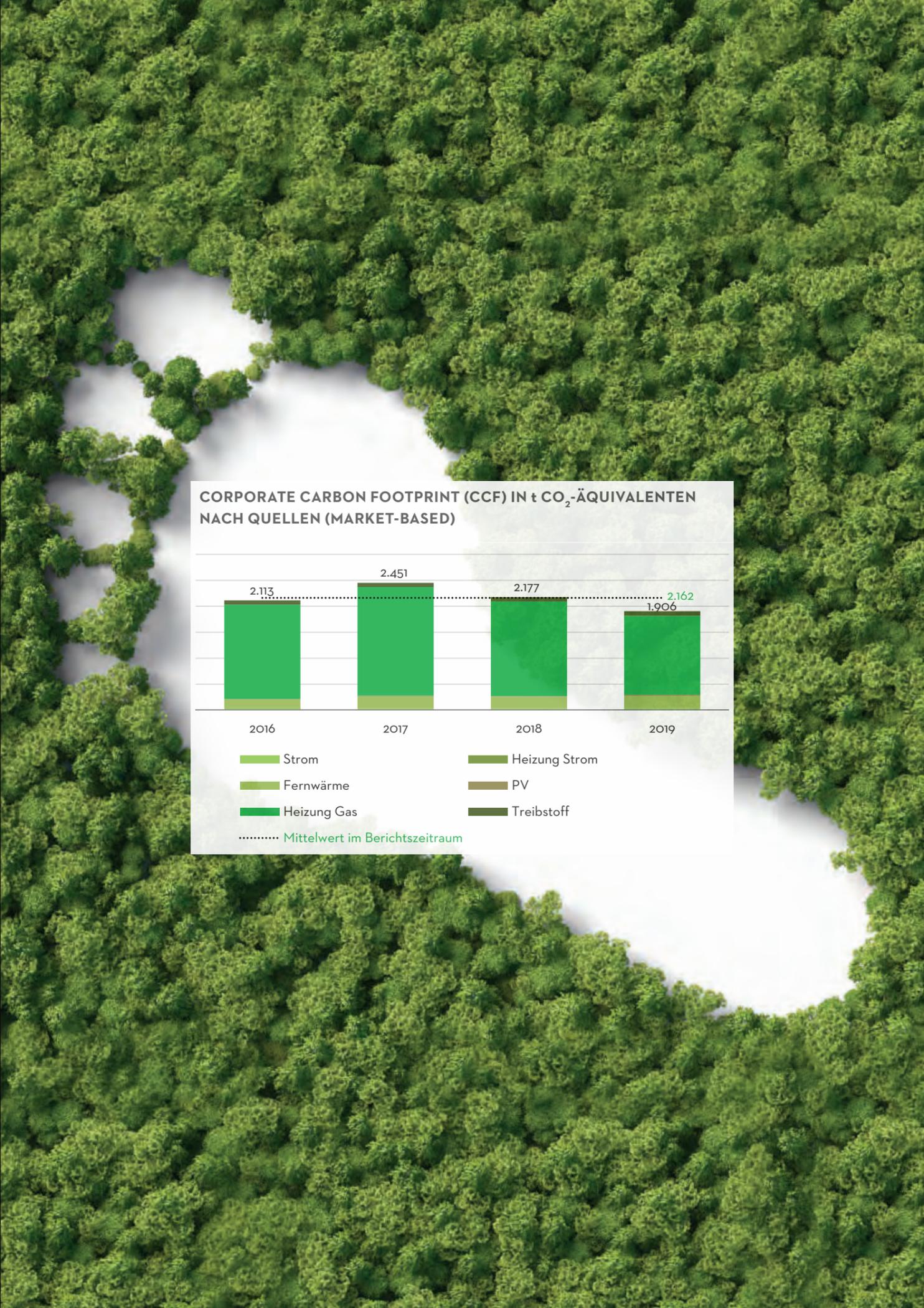
Weil alpine Bergregionen äußerst sensibel auf Klimaveränderungen reagieren, sind deren Auswirkungen in Österreich besonders deutlich zu erkennen. Dennoch ist es bisher nicht gelungen, den Pariser Klimaschutzziele näher zu kommen. Um die verpflichtenden nationalen Einsparziele zu erreichen, müssen auch Unternehmen und letztlich jeder einzelne Bürger zum Klimaschutz beitragen.

Die Treibhausgasemissionen von bellaflora liegen im Durchschnitt bei 2.150 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten pro Jahr. Einen Großteil davon gleichen wir durch Klimaschutzprojekte aus.

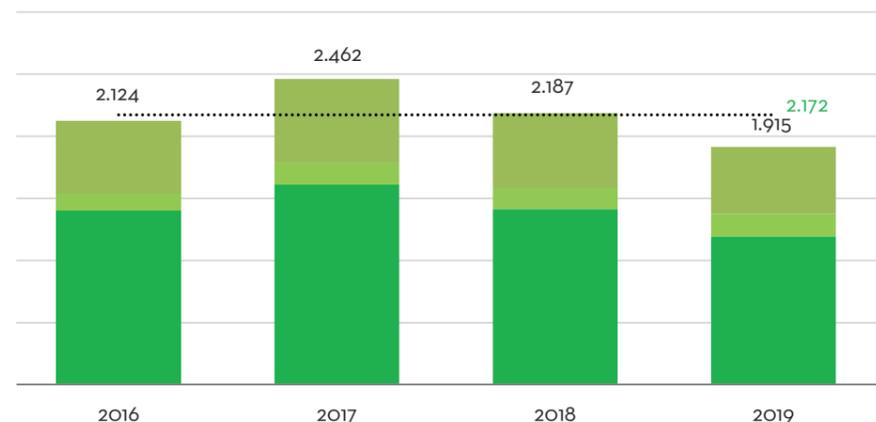
### BERECHNUNG CORPORATE CARBON FOOTPRINT

Die Berechnung des Corporate Carbon Footprint von bellaflora orientierte sich an den Vorgaben, die vom World Resources Institute (WRI) und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) entwickelt wurden. Die Umrechnung der Sachbilanzgrößen in Kohlendioxid-Äquivalente (CO<sub>2</sub>-Äqu.) erfolgte anhand der Daten, die vom Umweltbundesamt Österreich jährlich zur Erhebung der Österreichischen Luftschadstoffinventur berechnet und veröffentlicht werden sowie der Faktoren aus Ecoinvent 3.6. Berechnet wurden sämtliche energiebezogenen Treibhausgasemissionen differenziert nach Scope 1, Scope 2 und Scope 3 und nach Emissionsquellen.

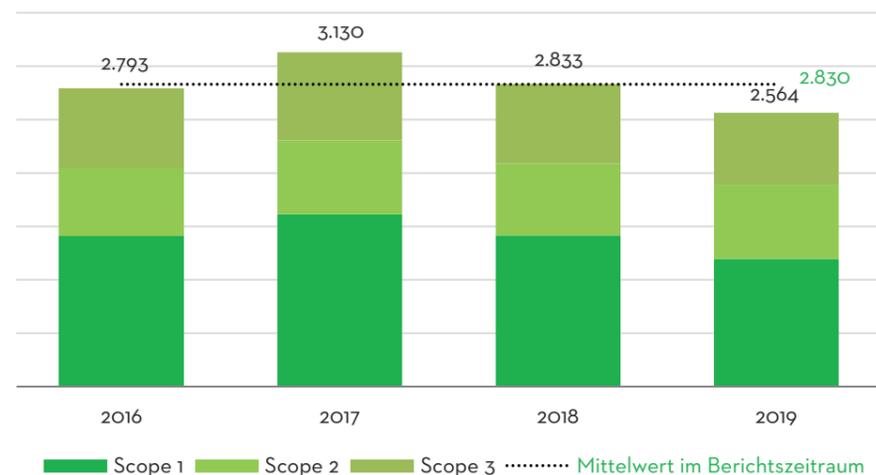
Der Klimawandel gilt als eine der größten globalen Herausforderungen der Menschheit. Im Rahmen der Pariser UN-Klimakonferenz 2015 wurde ein Abkommen beschlossen, das die Begrenzung der globalen Erwärmung auf unter 2°C (möglichst 1,5°C) vorsieht. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es erforderlich, dass der Ausstoß von Treibhausgasen weltweit massiv und sehr schnell gesenkt wird.



**CORPORATE CARBON FOOTPRINT (CCF) IN t CO<sub>2</sub>-ÄQUIVALENTEN  
NACH SCOPES (MARKET-BASED)**



**CORPORATE CARBON FOOTPRINT (CCF) IN T CO<sub>2</sub>-ÄQUIVALENTEN  
NACH SCOPES (LOCATION-BASED)**



- Scope 1: umfasst direkte Treibhausgasemissionen, die bei bellaflora durch die Verbrennung fossiler Energieträger entstehen.
- Scope 2: umfasst indirekte energiebezogene Emissionen, die beim Energieversorger im Zusammenhang mit der Bereitstellung des von bellaflora bezogenen Stroms und der Fernwärme anfallen.
- Scope 3: umfasst weitere indirekte Emissionen aus vorgelagerten Prozessen, der Strom-, Wärme- und Treibstoffversorgung sowie Netzverluste.



Die Treibhausgasemissionen für Strom wurden sowohl market-based als auch location-based berechnet. Beim Market-based-Ansatz wurden für alle Standorte die Emissionen entsprechend dem Strommix des jeweils bezogenen Stromprodukts berechnet. Beim Location-based-Ansatz wurde der gesamte Stromverbrauch von bellaflora mit den durchschnittlichen Treibhausgasemissionen der Stromproduktion in Österreich berechnet.

**ERGEBNISSE CORPORATE CARBON FOOTPRINT\***

Die durchgeführten Erhebungen und Berechnungen haben gezeigt, dass der Corporate Carbon Footprint von bellaflora in den ersten beiden Jahren des Berichtszeitraums gestiegen und in den beiden darauffolgenden Jahren wieder deutlich gesunken ist. 2019 summierten sich die direkten und indirekten energiebezogenen Treibhausgasemissionen von bellaflora auf 1.906 Tonnen (CO<sub>2</sub>-Äqu.).

Im Durchschnitt des Berichtszeitraums hat bellaflora jährlich rund 2.162 Tonnen emittiert. Somit ist der Treibhausgasausstoß im Vergleich zum vorigen Berichtszeitraum um rund 14% gestiegen. Unser Ziel, die Emissionen um 10% zu senken, haben wir damit leider nicht erreicht. Gründe dafür sind unter anderem ein besonders kalter Winter 2017 sowie die Eröffnung der Niederlassung Eisenstadt.

Der Verlauf der Emissionen korreliert eng mit dem Bedarf an Heizenergie. Maßnahmen zur Reduktion des Heizenergiebedarfs und Umstellungen auf klimafreundlichere Heizsysteme tragen daher besonders wirksam zur Reduktion des Corporate Carbon Footprint bei. Die mit Abstand klimafreundlichste Technologie, die von bellaflora zur Tem-

perierung der Räume verwendet wird, ist die Wärmepumpe. Bisher kommt diese an vier Standorten zum Einsatz. Nachdem bellaflora ausschließlich zertifizierten Ökostrom bezieht, ist der daraus resultierende CO<sub>2</sub>-Ausstoß vernachlässigbar gering. Die meisten Standorte nützen allerdings noch Gasheizungen oder Fernwärme, die auch entsprechende Emissionen mit sich bringen.

**KLIMANEUTRALES ERDGAS**

Nachdem unser Erdgasverbrauch rund 80% der energiebezogenen Treibhausgasemissionen von bellaflora verursacht, haben wir uns dazu entschieden, diese Emissionen zu neutralisieren. Seit 2018 werden die durch den Erdgasverbrauch erzeugten CO<sub>2</sub>-Emissionen durch unseren Lieferanten vollständig mit Klimaschutzprojekten ausgeglichen, die den Vorgaben des Kyoto-Protokolls entsprechen.

\*In den Erläuterungen zum Corporate Carbon Footprint wird ausschließlich auf die Market-based-Ergebnisse eingegangen, weil diese aussagekräftiger und für Managemententscheidungen relevanter sind als die Location-based-Ergebnisse.



## Abfallmanagement: Reduzieren und wiederverwerten



Die Entwicklung des globalen Abfallaufkommens ist alarmierend und die damit zusammenhängenden Umweltauswirkungen sind enorm. Weltweit wird nur ein Bruchteil des Mülls wiederverwendet oder recycelt. Besonders problematisch sind giftige Abfälle oder solche, die biologisch nicht abbaubar sind und sich daher in den Ökosystemen anreichern.

Österreich hat zwar eine gut funktionierende Abfallwirtschaft, dennoch gilt es auch hierzulande, Müll möglichst zu vermeiden und Stoffe vermehrt im Kreislauf zu führen.

Das Abfallaufkommen von bellaflora beträgt durchschnittlich 1.275 Tonnen pro Jahr. Den größten Anteil daran haben Bioabfälle (365 t). Gefährliche Abfälle ergeben sich nur in geringer Menge (3 t). Selbstverständlich werden alle Abfälle fachgerecht entsorgt.

### BIOGENE ABFÄLLE STARK GESTIEGEN

Das Abfallmanagement von bellaflora arbeitet nach dem R3-Prinzip: reduce, reuse, recycle. In anderen Worten: Wir sind bestrebt, die Ressourceneinsätze in allen Unternehmensbereichen so gering wie möglich zu halten und damit Restmassen von vornherein zu vermeiden. Wo dies nicht möglich ist, sind wir immer auf der Suche nach Wiederverwendungsmöglichkeiten, wie das Beispiel der Ebbe-Flut-Systeme bei den

Pflanzentischen zeigt. Wo keine Wiederverwendung möglich ist, setzen wir auf Recycling. Dennoch hat sich das Abfallaufkommen im Berichtszeitraum deutlich erhöht. In Summe ist das Abfallaufkommen von 1.018 Tonnen im Jahr 2015 auf 1.490 Tonnen im Jahr 2019 gestiegen. In Relation zur Verkaufsfläche hat die Abfallmenge um 41,4% zugenommen. Die angestrebte Reduktion der Gesamt- abfallmenge um 10% wurde verfehlt.

Die außergewöhnliche Steigerung bei Bioabfall ist der Einstellung des Pilotprojekts „Erde zu Erde“ Mitte 2019 geschuldet. Dieses sehr erfolgreiche Projekt musste aufgrund einer Änderung bei den Substratlieferanten beendet werden, soll aber nach Möglichkeit in Zukunft wieder aufleben. Große Erwartungen setzen wir auf unser umfassendes Projekt zur Verderbsreduktion, das wir 2019 mit der Einrichtung einer Task-Force begonnen haben. Unser Ziel ist, den Bioabfall generell signifikant zu reduzieren.

Die Steigerung des Abfallaufkommens in den Fraktionen Restmüll, Holz sowie gefährliche und sonstige Abfälle erklärt sich aus der regen Bautätigkeit im Berichtszeitraum. Vor allem die Erneuerung mehrerer Standorte schlägt hier zu Buche. Da in den kommenden Jahren weniger Umbauarbeiten nötig sein werden, erwarten wir einen deutlichen Rückgang in diesen Fraktionen.

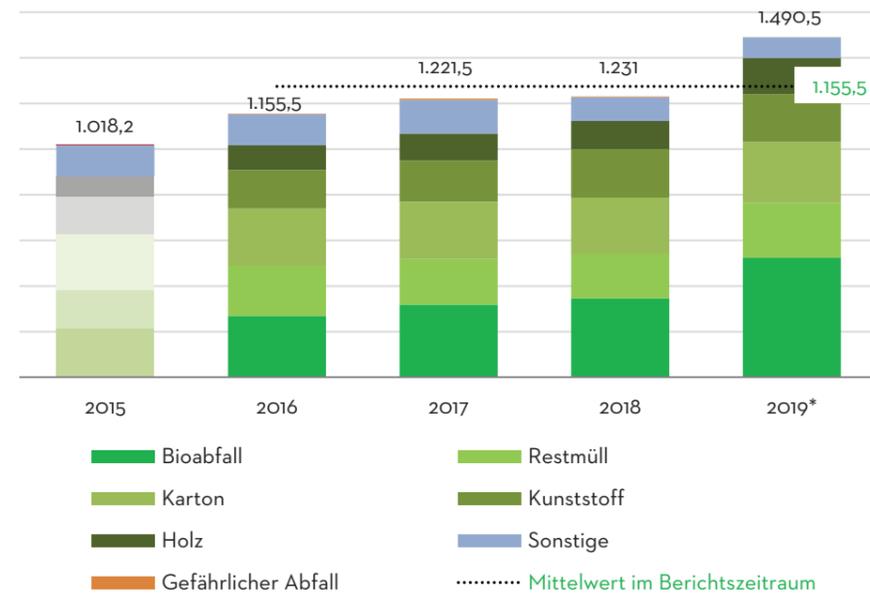


SPEZIFISCHES ABFALLAUFKOMMEN IN KG PRO m<sup>2</sup> VERKAUFSFLÄCHE



Der gefährliche Abfall setzt sich größtenteils aus Elektroaltgeräten und Batterien zusammen. Sämtliche Abfälle werden befugten Unternehmen zur Entsorgung übergeben. Mit der Altstoff Recycling Austria (ARA) hat bellaflora eine Vereinbarung zur Übernahme der Verpflichtungen nach der österreichischen Verpackungsordnung („Entpflichtung“) beschlossen. bellaflora fordert auch von den Lieferanten, dass sie ihre Teilnahme an einem in Österreich zugelassenen Entpflichtungssystem nachweisen.

ABFALLAUFKOMMEN IN t (AGGREGIERT)



\*außergewöhnliche Steigerung bei Bioabfall aufgrund der Einstellung des Projekts „Erde zu Erde“ – dieses soll nach Möglichkeit wieder aufgenommen werden



## Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor

### WASSER:

Reduktion des spezifischen Wasserverbrauchs um 5% (im Durchschnitt des Berichtszeitraums)

- Bei allen neuen Filialen werden nach Möglichkeit Ebbe-Flut-Systeme (Anstausysteme) mit Kreislaufführung des Wassers installiert
- Schulung der Mitarbeiter zur optimierten Nutzung der neuen Bewässerungsanlagen

### ENERGIE

Reduktion des Heizenergiebedarfs um 10% auf den Indoorflächen ausgehend von den Vergleichsdaten 2019 (im Durchschnitt des Berichtszeitraums)

- Verbessertes, regelmäßiges Controlling der Daten und Benchmarking zwischen den Niederlassungen
- optimale Einsetzbarkeit der Klimaanlage und Lüftungsanlagen/Heizungsanlagen durch intelligent vernetzte und optimierte Gebäudeleittechnik

Weiterer Ausbau der Nennleistung der eigenen PV-Anlagen auf 600 kWp und Anteil der Eigenstromproduktion am Strombedarf bis 2022/23

- Prüfung neuer technischer Möglichkeiten für Photovoltaikanlagen und Errichtung bei Filialen, wo dies technisch und wirtschaftlich möglich ist.
- Prüfung innovativer Finanzierungssysteme (EnergieContracting u. Ä.) als Entscheidungsgrundlage für künftige Investitionen in Energieeffizienz.

Ausbau der Energietankstellen langfristig an allen Standorten

- Erweiterung der Infrastruktur für E-Ladestationen an mehreren Standorten – nutzbar für Kunden und Mitarbeiter während der Öffnungszeiten

### KLIMASCHUTZ

Reduktion der spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen um 10% (Durchschnitt Berichtszeitraum)

- Optimierung der Gebäudetechnik
- Verringerung von Dienstreisen durch vermehrten Einsatz computerunterstützter Videotelefonie

Klimaneutrale Energieversorgung

- Vollständige Kompensation der energiebedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen (ab 2022)

### ABFALL

Reduktion der spezifischen Gesamtabfallmenge um 10% (im Durchschnitt des Berichtszeitraums)

- Reaktivierung des Erde-zu-Erde-Programms
- Reduktion des Verderbs generell
- Sensibilisierung der Mitarbeiter
- Suche nach alternativen Verpackungen
- Erhöhung des Anteils recycelten Plastiks bei Verpackungen (Töpfen)

# 04

## Mitarbeiter: Mit Teamgeist für eine grüne Zukunft

Mehr als 500 Frauen und Männer arbeiten bei bellaflora Tag für Tag daran, den Kunden der grünen Nummer 1 das österreichweit breiteste und vielfältigste Sortiment an Pflanzen und Zubehör für ihren persönlichen Grünraum im Innen- und Außenbereich zu bieten. Nachhaltiges Garteln zu unterstützen erleben sie als sinnstiftende Tätigkeit, insbesondere seit sich der Klimawandel so deutlich bemerkbar macht.



3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN



4 HOCHWERTIGE BILDUNG



8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM



## Unser Zugang: Beste Ausbildung und beste Chancen

Für ein erfülltes Berufsleben brauchen Menschen ein Arbeitsumfeld, das sie fördert, in dem sie sich gut aufgehoben fühlen und in dem sie ihre Selbstwirksamkeit erfahren können. Das war immer schon so. Neu ist dagegen die rasante Veränderung, der wir tagtäglich gegenüberstehen und die uns tagtäglich fordert. Da ist es von großem Vorteil, dass bei bellaflora Männer und Frauen unterschiedlichen Alters, mit unterschiedlichen Religionen und kulturellen Hintergründen arbeiten. Sie alle bringen ihre persönlichen Erfahrungen und ihr vielseitiges Wissen mit und tragen so zur ständigen Weiterentwicklung unseres Unternehmens bei. In dieser Vielfalt liegen enorme Chancen für uns, wir müssen sie nur erkennen und kultivieren.

Den Raum dafür finden wir in der 2011 entwickelten bellaflora Wertewelt. Sie umfasst alle Initiativen und Programme zur Förderung der Mitarbeiter. Sechs Themenbereiche stehen im Vordergrund: Ökologie, Innovation, Gesundheit, Kommunikation, fachliche Kompetenz und persönliche Entwicklung. Unser gemeinsames Ziel ist, dass jeder Mitarbeiter sein individuelles Potenzial gemäß seiner familiären Situation und persönlichen Karriereplanung bestmöglich ausschöpfen kann.

Die Entlohnung erfolgt für alle Mitarbeiter nach dem Kollektivvertrag für Handelsangestellte.



554 MITARBEITER, DAVON  
467 FRAUEN UND 87 MÄNNER

Berufseinsteigern bieten wir eine Ausbildung im Rahmen des Lehrberufs Einzelhandelskaufmann/-frau mit Schwerpunkt Gartencenter. Die Lehrzeit beträgt drei Jahre. Unsere Lehrlinge dürfen individuelle Entwicklungsprogramme erwarten, die sich wandelnde Lebensumstände ebenso berücksichtigen wie vertiefende Interessen. Wer Engagement zeigt, findet bei bellaflora fördernde Bedingungen und kann sich auch abseits der üblichen Karriereverläufe erfolgreich entwickeln.

## Beschäftigung und Arbeitgeberqualität: Mehr Mitarbeiter in einem flexiblen System

Unternehmen, die sich am Arbeitsmarkt positiv abheben, finden leichter die richtigen Mitarbeiter, die sie für ihre Entwicklungsziele benötigen. Attraktive Arbeitgeber bieten ein modernes Arbeitsumfeld, Flexibilität und Karriere-möglichkeiten und können im Gegenzug ein hohes Maß an Leistungsbereitschaft und Loyalität erwarten. Gehen die Mitarbeiter gerne zur Arbeit, weil sie mit ihrer Tätigkeit und ihrem Arbeitsumfeld zufrieden sind, wirkt sich dies positiv auf Familie und Freundeskreis aus.

Im Geschäftsjahr 2019/20 beschäftigte bellaflora rund 550 Mitarbeiter – eine Steigerung um rund 11% im Vergleich zu 2015.

Wie generell im österreichischen Einzelhandel zeigt sich auch bei bellaflora ein deutlicher Trend zu mehr Teilzeit-Dienstverhältnissen. Zwei Gründe sind die treibenden Kräfte hinter dieser Entwicklung: Zum einen sind es die langen Öffnungszeiten im Handel, die viel Flexibilität erfordern und nur über Teilzeitarbeitnehmer bewältigbar sind. Zum anderen ist es der Wunsch vieler Mitarbeiter, Familie und Beruf bestmöglich zu verbinden. Deshalb bemüht sich bellaflora diesem Wunsch Rechnung zu tragen. So sind 56% unserer Dienstnehmer teilzeitbeschäftigt.

### GESAMTBELEGSCHAFT NACH BESCHÄFTIGUNGSART UND ARBEITSVERTRAG DIFFERENZIERT NACH GESCHLECHT

	2016/17			2017/18			2018/19			2019/20		
	♀	♂	♀♂	♀	♂	♀♂	♀	♂	♀♂	♀	♂	♀♂
<b>MITARBEITER</b>	<b>456</b>	<b>79</b>	<b>535</b>	<b>466</b>	<b>79</b>	<b>545</b>	<b>483</b>	<b>81</b>	<b>564</b>	<b>467</b>	<b>87</b>	<b>554</b>
davon vollzeitbeschäftigte Mitarbeiter	200	61	261	200	62	262	190	64	254	177	65	242
davon teilzeitbeschäftigte Mitarbeiter	258	16	274	266	17	283	293	17	310	290	22	312
davon unbefristet beschäftigte Mitarbeiter	402	63	465	428	72	500	452	75	527	433	81	514
davon befristet beschäftigte Mitarbeiter	54	16	70	38	7	45	31	6	37	34	6	40

Anzahl der Mitarbeiter jeweils per 31.1. (Ende des Geschäftsjahres), ohne Mitarbeiter in Karenz oder Mutterschutz

Eine weitere Besonderheit von bellaflora sind saisonal bedingte, starke Schwankungen mit Schwerpunkten im Frühling und im Herbst. Im Sinne unserer Mitarbeiter ist es unser erklärtes Ziel, diese Hochs und Tiefs im Arbeitspensum das ganze Jahr über mit unserer Stammebelegschaft zu bewältigen. Durch die Forcierung flexibler Teilzeit-Dienstverhältnisse sind wir diesem Ziel deutlich nähergekommen. Im Berichtszeitraum konnten wir die Zahl der befristet beschäftigten Mitarbeiter von 13,1% auf 7,2% senken, während wir die der unbefristet beschäftigten Mitarbeiter von 86,9% auf 92,8% erhöht haben.

### VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist uns wichtig. Deshalb bieten wir Mitarbeiterinnen, die nach der Karenz wieder an ihren Arbeitsplatz zurückkehren, besonders flexible Teilzeitmöglichkeiten. Die Rückkehrquote bewegt sich seit Jahren konstant um die 85%, nur 2019/20 war mit 77% ein statistischer Sonderfall.

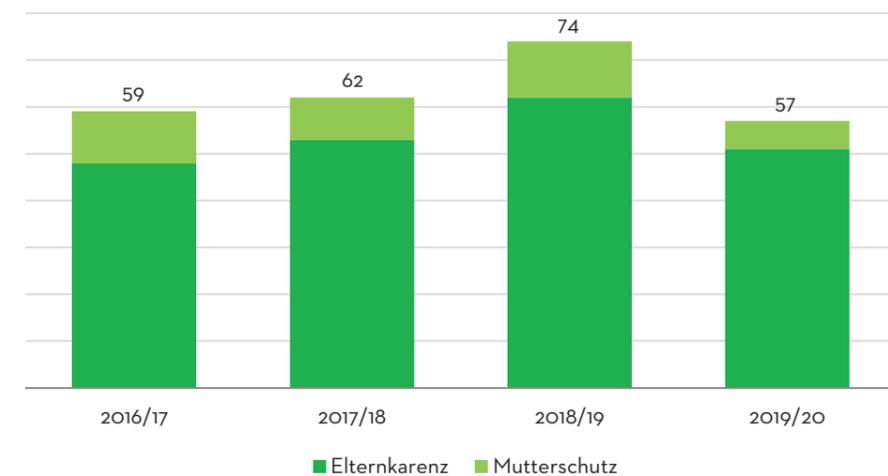
Bisher haben nur Frauen Eltern- oder Pflegekarenz beantragt. Diese Tatsache ist wohl hauptsächlich auf den hohen Frauenanteil in unserer Belegschaft zurückzuführen.



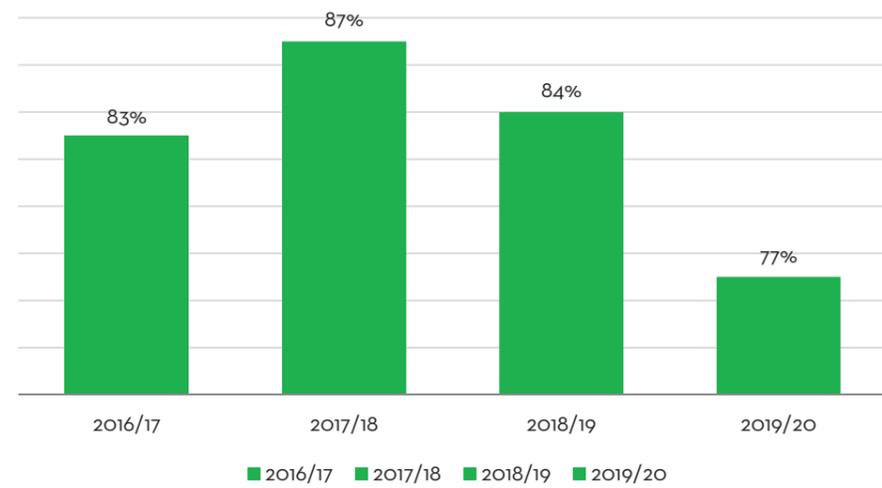
**554 MITARBEITER, DAVON  
242 VOLLZEIT UND 312 TEILZEIT**



### MITARBEITER IN KARENZ ODER MUTTERSCHUTZ



RÜCKKEHRRATE NACH DER KARENZ



**MEHR ALS 70 %  
KOMMEN NACH DER  
KARENZ WIEDER ZURÜCK.**

Aus Respekt vor dem Privatleben unserer Mitarbeiter nutzen wir die erlaubten Sonntagsöffnungszeiten nur begrenzt. Auch wenn das Gesetz unserer Branche die Öffnung an sechs Sonntagen im Jahr gestattet, haben wir diese Möglichkeit bisher nie vollumfänglich ausgenutzt und werden auch weiterhin die Notwendigkeiten sorgfältig abwägen.



**BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT UND  
FLUKTUATION**

Das Berufsbild des Einzelhandelskaufmanns mit Schwerpunkt Gartencenter ist in Österreich aufgrund der geringen Zahl spezifischer Unternehmen wenig bekannt. Dennoch ist die Zahl der Initiativbewerbungen seit Jahren konstant hoch. Vor allem die Tatsache, dass bellaflora ein stabiles Unternehmen mit österreichischen Eigentümern ist, spricht für die grüne Nummer 1.

Wie generell im Handel müssen aber auch wir uns mit einer steigenden Fluktuationsrate beschäftigen. Im aktuellen Berichtszeitraum lag sie bei 26,2%, im Berichtszeitraum 2013-2015 bei 21,7%. Den stärksten Ausschlag gibt nach wie vor die hohe Absprungrate im ersten Beschäftigungsjahr, mitunter noch im Probemonat, und bei den Unter-30-Jährigen.

Aus Austrittsgesprächen wissen wir, dass sich die Erwartungen vieler Neueinsteiger mit der Realität nicht in Einklang bringen lassen. So schön die Arbeit mit Grün, mit blühenden Pflanzen und attraktiven Deko-Artikeln auch ist, fordert sie doch viel körperlichen Einsatz und Stressresistenz in der Hochsaison. Deshalb muss es unser Ziel sein, unser Tätigkeitsprofil noch deutlicher darzustellen und transparent zu kommunizieren. So können wir spätere Enttäuschungen von vornherein vermeiden.



**MITARBEITERFLUKTUATION**

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
Anzahl Neueinstellungen	136	140	137	142
Anzahl Austritte	119	137	117	148
Fluktuationsrate	22,6%	26,5%	21%	26,2%

Die Fluktuationsrate (FR) wird mit ersetzten Abgängen und Personalstand zum Stichtag berechnet und lehnt sich damit der ZVEI-Formel an (FR = ersetzte Abgänge/durchschnittlicher Personalbestand\*100). Bei dieser Berechnung sind die Austritte aufgrund von Pensionierungen, Karenzierungen; Austritte nach Karenz und Saisonkräfte nicht einbezogen.



## Aus- und Weiterbildung: Lebenslanges Lernen fördern

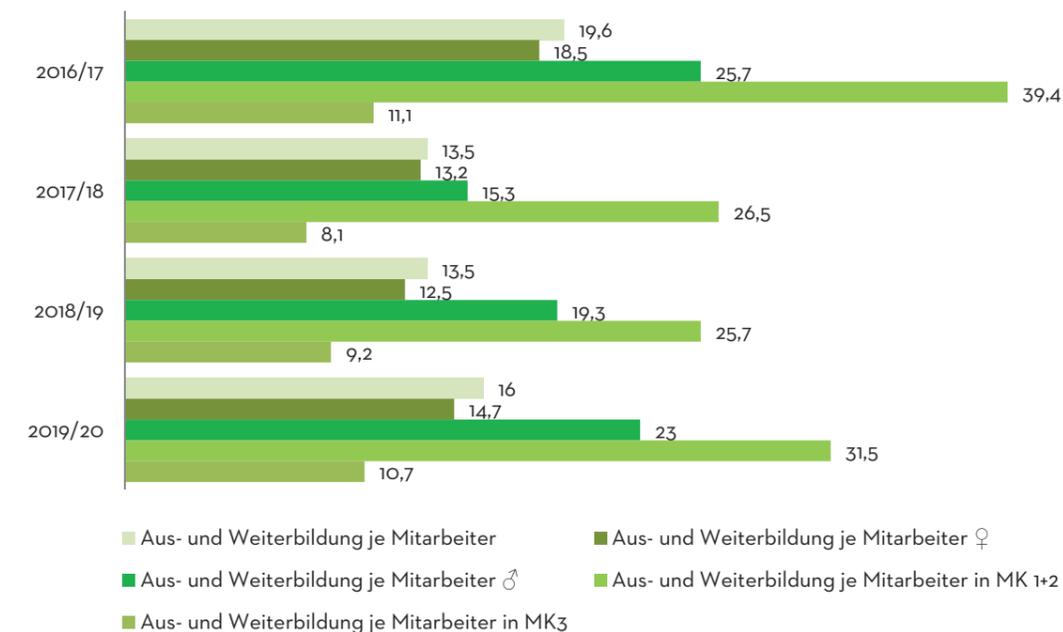


In einer modernen Wissensgesellschaft hat lebenslanges Lernen einen hohen Stellenwert. Das gilt insbesondere für die Berufswelt, die sich rasant verändert. Durch regelmäßige Weiterbildung können aktuelle Entwicklungen verfolgt, das Wissensfeld erweitert und neue Möglichkeiten erschlossen werden. Lebensbegleitendes Lernen wird somit zur Verantwortung von Arbeitgebern, die mit ihren Mitarbeitern nicht nur Entwicklungspläne erstellen, sondern ihnen auch moderne Bildungsangebote zugänglich machen sollten.

Im Berichtszeitraum hat sich bellaflora zum Ziel gesetzt, Seminare und Fortbildungslehrgänge praxisorientiert zu gestalten und auf die täglichen Anforderungen im Unternehmen zu konzentrieren.



AUS- UND WEITERBILDUNG DER MITARBEITER DIFFERENZIERT NACH GESCHLECHT UND MITARBEITERKATEGORIE\*



\*MK 1 - Geschäftsführung, MK 2 - Führungskräfte, MK 3 - Mitarbeiter

Nach einem Rückgang in den Jahren 2017/18 und 2018/19 ist die Zahl der Ausbildungsstunden pro Person im Geschäftsjahr 2019/20 wieder signifikant gestiegen. Dieser Zuwachs geht vor allem auf zwei Maßnahmen zurück: Um unseren Mitarbeitern den Umgang mit stressbelasteten Zeiten zu erleichtern, haben wir vermehrt Seminare zum Thema Resilienz angeboten. Diese Seminare sind von den Mitarbeitern in den Filialen

sehr gut angenommen worden. Gleichzeitig haben wir unseren Lehrgang für neue Führungskräfte adaptiert und für Nachwuchsführungskräfte geöffnet. Darüber hinaus haben wir unser Angebot an unternehmensinternen, fachspezifischen Lehrgängen ausgebaut.

# Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz: Für einen gesunden Arbeitsplatz



Von einer Stärkung der körperlichen und mentalen Gesundheit profitieren Mitarbeiter und Unternehmen gleichermaßen. Eine niedrige Krankenstands- und Verletzungsrate ist Teil der unternehmerischen Verantwortung gegenüber allen Mitarbeitern. Unser Ziel ist, dass jeder Mitarbeiter nach Dienstschluss so gesund nach Hause geht, wie er zu Dienstbeginn gekommen ist.

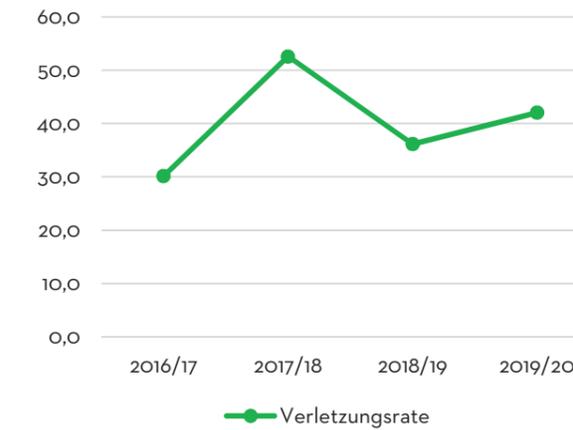
Aus diesem Grund arbeiten wir ständig an Vorkehrungen, die Unfälle und Verletzungen vermeiden helfen und schaffen gezielte Angebote zur Gesundheitsförderung.

Unsere Aufzeichnungen belegen, dass die Zahl der Krankenstandstage im österreichischen Durchschnitt liegt. Der signifikante Anstieg im Jahr 2019/20 ist ausschließlich auf zwei Mitarbeiter im Langzeitkrankenstand zurückzuführen und kann nicht als genereller Trend gewertet werden.

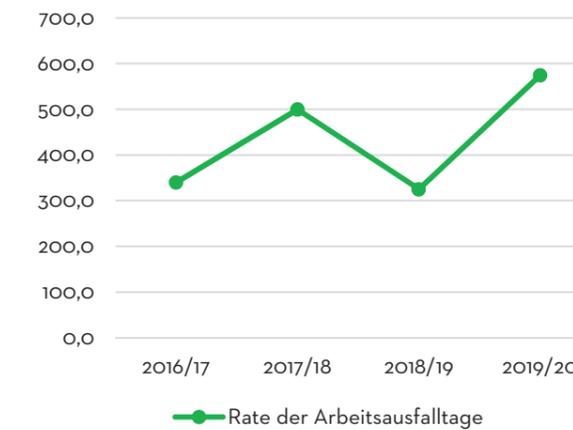
Die Verletzungsrate erweist sich über die Jahre als stark schwankend, mit einem leichten Trend nach oben. Diese Entwicklung nehmen wir sehr ernst und werden umgehend mit einer detaillierten Analyse beginnen, um geeignete Schutzmaßnahmen einführen und damit die Tendenz wieder umkehren zu können.



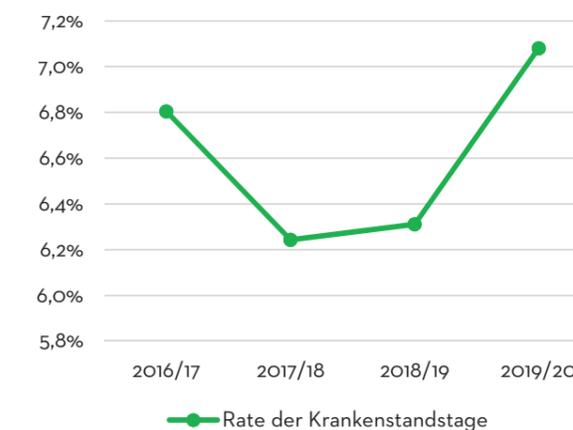
## VERLETZUNGEN UND KRANKENSTANDSTAGE



Anzahl Verletzungen/Sollarbeitstage x 200000



Anzahl Arbeitsausfalltage/Sollarbeitstage x 200000



Anzahl Krankenstandstage/Sollarbeitstage

## UNTERSUCHUNG ZUR PSYCHISCHEN BELASTUNG DER MITARBEITER

2015 hat bellaflora eine Mitarbeiterbefragung über die psychische Belastung am Arbeitsplatz durchgeführt. Die Beteiligungsquote lag bei hohen 91,4%. Auch wenn die Mitarbeiter eine sehr hohe Arbeitszufriedenheit bestätigten, nannten sie doch Verbesserungsmöglichkeiten in den Arbeitsabläufen und Arbeitsanforderungen. In mehreren betriebsinternen Gesundheitszirkeln haben wir Programme zur Verbesserung in mehreren Bereichen entwickelt und mit der Implementierung begonnen.

## FREIWILLIGE UNFALLVERSICHERUNG

Wir setzen alle nur denkbaren Maßnahmen, um das Risiko von Arbeitsunfällen zu minimieren. Darüber hinaus ist jeder bellaflora Mitarbeiter vom ersten bis zum letzten Arbeitstag zusätzlich gegen Langzeitfolgen (Invalidität oder Todesfall) nach Unfällen versichert, auch wenn diese in der Freizeit passieren. Die Kosten für diese Versicherung trägt bellaflora im Selbstverständnis unserer sozialen Verantwortung.



## Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor

### BESCHÄFTIGUNG UND ARBEITGEBERQUALITÄT

Entwicklung von Lösungen, um noch besser auf die Anforderungen sich rasch ändernder Bedingungen reagieren zu können.

Reduktion der Fluktuation um 2% und Senkung der Fluktuation (Ø Berichtszeitraum)

- Erheben der Fluktuationsgründe
- Definition von Maßnahmen zur Senkung unter Beteiligung der Führungskräfte
- Umsetzung der Maßnahmen im Sinne eines internen Employer Branding

Schaffung einer ausgeglicheneren Diversität der Generationen

- Auseinandersetzung mit dem Thema Generationen
- Bedürfnisse der Mitarbeiter verschiedener Generationen erheben, insbesondere von Mitarbeitern <30 und >50
- Schärfung des Arbeitgeberprofils
- Projekt Employer Branding: Update und Kommunikation nach außen

### AUS- UND WEITERBILDUNG

Einführung eines systematisierten Potenzialträger-Entwicklungsprogrammes

- Konzeption und jährliche Durchführung im Bereich der Fach- und Führungskarrieren durch eine Einbettung in die Strategieprozesse

Verbesserung des Bildungscontrollings

- Verstärkte Nutzen- und Erfolgsmessung über die durchgeführten Weiterbildungen

### ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

Ausbau vorbeugender Maßnahmen

- Implementierung eines systematisierten Gesundheitsmanagements
- Durchführung einer erneuten Evaluierung psychischer Belastungen
- Definition von Altersarbeitsplätzen für ein gesundes Arbeiten auch im Alter

# 05

## Produkte und Lieferkette: Nachhaltigkeit beginnt bei der Beschaffung

Als Handelsunternehmen ist bellaflora Bindeglied zwischen Herstellern und Verbrauchern. In dieser Position sehen wir unsere Verantwortung nicht nur innerhalb unseres Unternehmens, sondern blicken über den Tellerrand hinaus. Gemeinsam mit unseren Lieferanten und Umweltschutzorganisationen können wir unser nachhaltiges Sortiment wesentlich wirksamer weiterentwickeln als allein.



## Unser Zugang: Partner, die unsere nachhaltige Ausrichtung teilen

Wir wollen unsere Kunden durch ein vielfältiges und nachhaltiges Angebot begeistern. Das kann uns natürlich nur in enger Kooperation mit unseren Lieferanten gelingen. Deshalb ist es bei der Wahl unserer Partner entscheidend, dass sie die gleichen ökologischen und sozialen Prinzipien verfolgen wie wir.

Als Gartencenterbetreiberin brauchen wir Partner, die Interesse daran haben, mit uns gemeinsam naturnahe Sortimente auszubauen und schrittweise zu verbessern. Wir brauchen das Engagement unserer Lieferanten in diesem Prozess, und wir müssen die Grenzen naturgegebener und betriebswirtschaftlicher Möglichkeiten akzeptieren. Wir müssen bereit sein, ein gewisses Maß an Risiko auf uns zu nehmen und zu experimentieren. Manchmal kann es notwendig sein, einen Schritt zurückzugehen und Herausforderungen zu überdenken, um letztlich eine bessere Lösung zu finden. Unser Fokus liegt jedenfalls auf jenen Segmenten, die die stärkste Auswirkung auf Natur und Umwelt haben, wo sich positive Veränderungen rasch und effektiv abzeichnen. Für die Umwelt oder die Gesundheit bedenkliche Produkte nehmen wir nicht ins Sortiment auf oder ersetzen sie sukzessive durch unproblematische Alternativen.

Im Gemüse- und Zierpflanzenbereich legen wir schon heute zum Teil wesentlich höhere ökologische Qualitätskriterien an, als das Gesetz fordert. Um den Pestizideinsatz im privaten Gartenbau zu verringern, arbeiten wir mit der unabhängigen Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000, dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) sowie mit staatlich akkreditierten Kontrollstellen wie LACON und agroVet zusammen.

Im Sortiment Tiernahrung führen wir nur Produkte, die nachgewiesenermaßen natürliche Inhaltsstoffe und höchste Rohstoffqualität aufweisen. Bei Leinen, Halsbändern, Kratzbäumen oder Tierpielzeug achten wir auf hochwertige Verarbeitung, um Gesundheit und Sicherheit für Hund und Katze bestmöglich sicherzustellen.

Im Segment Wolle gibt es weltweit nur wenige Ökozertifikate. bellaflora bevorzugt Lieferanten, deren Produkte das GOTS-Zertifikat tragen und mulesingfrei produzieren.

Mangels regionaler Lieferanten oder weil die Produkte in Europa nicht zur Verfügung stehen, beziehen wir eine Reihe von Deko-Artikeln aus Übersee und Fernost. Unser Ziel ist, auch in diesen Fällen die Lieferkette möglichst nachhaltig zu gestalten.



RICHTLINIEN UND KRITERIEN FÜR UNSERE SORTIMENTE



## bellaflora biogarten: Das rundum naturnahe Sortiment

Chemisch-synthetische Pestizide, mineralische Düngung und der Einsatz von genetisch veränderten Organismen sind zum Alltag in der Landwirtschaft, aber auch im Gartenbau geworden. Doch das hat viele negative Folgen für uns und die Umwelt: Die Artenvielfalt, die Grundlage funktionierender Ökosysteme, verringert sich dramatisch, Böden werden ausgelaugt und unfruchtbar, weil das Bodenleben abgetötet wird und der enorme fossile Energieeinsatz, den die Hersteller benötigen, trägt stark zum Klimawandel bei. Die gesundheitlichen Folgen vieler Mittel sowie der Gentechnik sind großteils nicht bekannt. Dass es im Gartenbau auch ganz ohne chemisch-synthetische Mittel und genetische Manipulation funktioniert, zeigen unsere Biolieferanten.

Im Jahr 2004 hat bellaflora erstmals ein kleines Biosortiment im Bereich „Essbares“ auf den Markt gebracht und seither jährlich vergrößert. Seit 2010 ist die Eigenmarke bellaflora biogarten biozertifiziert. Das unabhängige Prüfinstitut LACON führt regelmäßig Kontrollen bei Lieferanten, in den bellaflora Niederlassungen und in unserer Zentrale durch. So wird sichergestellt, dass unsere Lieferanten gemäß der Bio-Verordnung produzieren, unsere Ein- und Verkäufe im Biosortiment übereinstimmen, es

keine Verunreinigungen mit konventionellen Produkten gibt und die Präsentation nicht irreführt. Innerhalb des Berichtszeitraumes kam es zu keinen Beanstandungen.

Im bellaflora biogarten findet der private Hobbygärtner Kräuter und Gemüsepflanzen, Saatgut in Form von Stecklingen, dazu Saatkartoffeln und alles, was er für deren Pflanzung und Pflege braucht. Sämtliche bellaflora biogarten Erdssubstrate sind 100% torffrei, alle Pflanzenschutz- und Pflanzenpflegeprodukte für den biologischen Landbau zugelassen.

Der Gesamtumsatz der Eigenmarke bellaflora biogarten ist im Berichtszeitraum um 41% gestiegen.

Besonders erfreulich, weil aus Gründen der Biodiversität außerordentlich relevant, ist die Umsatzsteigerung im Arche-Noah-Programm um 32%. Der Anteil an Bioprodukten beträgt bei einzelnen Pflanzensortimenten bis zu 77%. Besonders hervorzuheben ist, dass unsere Dünger und Pflanzenschutzmittel zu 100% auf natürlicher Basis und für das biologische Gärtnern zugelassen sind.



**41 %**  
UMSATZWACHSTUM

## Biodiversität: Wir müssen die Vielfalt bewahren

Seit vielen Jahren weisen Experten auf das Artensterben in Tier- und Pflanzenwelt hin. Gründe gibt es mehrere, mit Sicherheit jedoch auch den menschlichen Eingriff in die Natur. Dieser besorgniserregenden Entwicklung wollen wir entgegenwirken. Jeder Garten, jeder Balkon kann eine Überlebensinsel für Pflanzen und Tiere sein.

Um zur Erhaltung alter heimischer Obst- und Gemüsesorten beizutragen, arbeiten wir seit 2010 eng mit dem Verein ARCHE NOAH zusammen. In diesem Verein sammeln Profi- und Hobbygärtner Samen seltener, samenfester Sorten und bringen sie als Pflanzen wieder zurück in die Gärten. Gemeinsam mit ARCHE NOAH stellen wir jedes Jahr ein Raritätensortiment zusammen, das es in dieser Form nur bei bellaflora gibt. Die Samen werden von unseren Biogärtnern mit größter Sorgfalt kultiviert und dann als Jungpflanzen an bellaflora geliefert. Insgesamt bieten wir mittlerweile 54 unterschiedliche ARCHE-NOAH-Raritätensorten an. Die Bandbreite reicht von Salaten über Chili, Paprika, Gurken und Bohnen bis hin zu Spinat. Viele unserer Kunden nehmen dieses Angebot gerne an und pflanzen traditionsreiche Vielfalt in ihren Gärten, auf Balkonen und Terrassen. So konnten wir im Berichtszeitraum den Umsatz mit ARCHE-NOAH-Pflanzen um 32% steigern.

Um Bienen, Schmetterlingen und Käfern das Überleben in unseren kulturintensiven Landschaften und in den wachsenden Städten zu ermöglichen, erweitern wir laufend unser Angebot an bienen- und schmetterlingsfreundlichen Stauden und Sträuchern. Um Interessenten die Entscheidung zu erleichtern, weisen wir diese Pflanzen auch besonders deutlich aus.

Bei Biodiversität denken wir aber nicht nur an die Pflanzenwelt, sondern auch an die Tiere, die sie bewohnen. Die Wissenschaft weist seit Jahren auf die außerordentliche Bedeutung der ganzjährigen Wildvogelfütterung hin. Deshalb haben wir unser Vogelfuttersortiment wesentlich vertieft und auch die Auswahl an Vogelhäuschen entscheidend vergrößert.

Darüber hinaus bieten wir vermehrt Nistkästen für Vögel und Futterstationen für Eichkätzchen an. Als natürliche Barrieren für Schnecken haben wir Schafwollstreifen und Kupferblech ins Sortiment aufgenommen. Für Fälle, wo der Einsatz von Schneckenkorn unvermeidbar ist, bieten wir Produkte auf Eisenbasis an, die für Nützlinge ungefährlich sind.



## Torf: Torfreduktion ist eine komplexe Aufgabe

Moore bedecken nur 3% der Landfläche, speichern aber doppelt so viel CO<sub>2</sub> wie alle Wälder dieser Erde. Sie beherbergen 10% aller Süßwasserressourcen der Welt und sind Heimat vieler hoch spezialisierter Tier- und Pflanzenarten, die auf diese Ökosysteme angewiesen sind. Moore beeinflussen maßgeblich das Klima und die Biodiversität dieser Erde und müssen daher unbedingt geschützt werden. Deshalb hat sich bellaflora 2015 das ambitionierte Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 bei allen Erdsubstraten vollkommen torffrei zu werden.

Gemeinsam mit Experten und Lieferanten haben wir hart an diesem Ziel gearbeitet. Wir haben in Entwicklungsarbeit investiert und Materialprüfungen durchgeführt. Ökologisch vertretbare Ersatzrohstoffe für Torf zu finden, hat sich jedoch als äußerst komplexes Problem herausgestellt. Viele der torf-reduzierten Erdsubstrate haben nicht den gewünschten gärtnerischen Erfolg gebracht. Als grüne Nummer 1 sind wir unseren Kunden aber höchstqualitative Produkte schuldig.

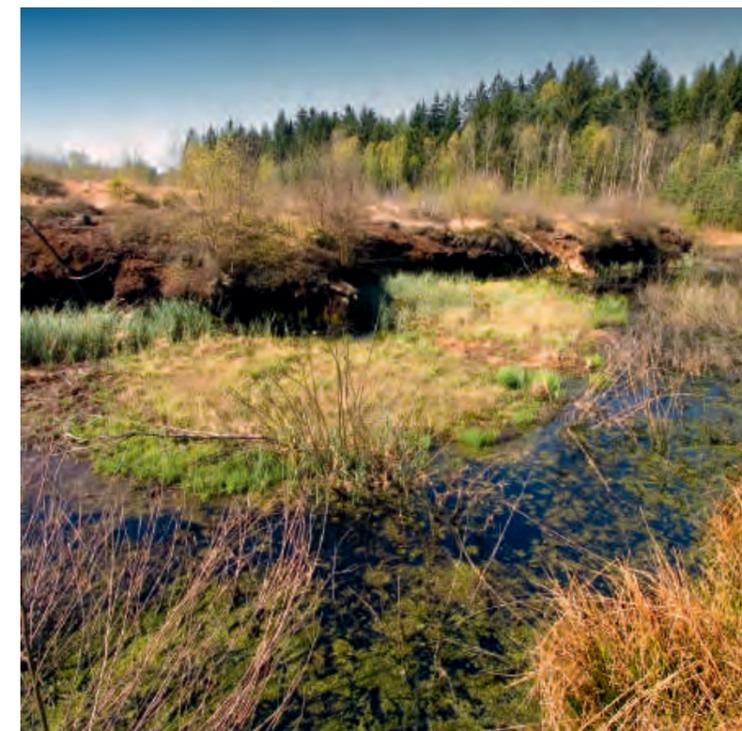
Also haben wir nach eingehenden Diskussionen beschlossen, unser Torfreduktionsprogramm zu modifizieren. Wir halten fest an unserem Ziel, vollständig aus der Torfverwendung auszusteigen, aber wir geben uns, unseren Lieferanten und unseren Kunden etwas mehr Zeit dafür. Auf unser Produktsortiment umgelegt,

bedeutet das ganz konkret:

Alle Erden der Eigenmarke bellaflora biogarten sind und bleiben absolut torffrei.

Bei allen anderen Erdsubstraten stellen wir auf eine Obergrenze von 50% Torfanteil ab. Damit können wir unseren Kunden torf-reduzierte Erde in bester Qualität zu einem adäquaten Preis anbieten.

Gleichzeitig beteiligen wir uns an einem universitären Forschungsprojekt zum Thema Torfmoosproduktion und intensivieren unsere Suche nach ökologisch sinnvollen Ersatzstoffen für Torf. Gemeinsam mit unseren Lieferanten werden wir Vergleichstests durchführen und neue Erdsubstrate entwickeln.



## bellaflo Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe

Nachdem bellaflo 2013 das gesamte Sortiment an Pflanzenschutzmitteln auf nachhaltige Beine gestellt und 2014 das Düngerprogramm ökologisiert hatte, haben wir den Fokus auf unser Pflanzensortiment gerichtet. Da wir als Handelsunternehmen selbst keine Pflanzen kultivieren, war von Anfang an klar, dass wir unser grünes Angebot nur gemeinsam mit unseren Lieferanten nachhaltig gestalten können.

Gemeinsam mit dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) und österreichischen Pflanzenlieferanten haben wir in dreijähriger Arbeit den bellaflo Standard für den nachhaltigen Gartenbau entwickelt und 2015 implementiert. Dieser bellaflo Standard baut auf der österreichischen und europäischen Gesetzgebung auf, sodass diese Regelungen für die Produktion von Zierpflanzen als Grundanforderungen gelten. Eine weitere Grundlage für die Auswahl der Anforderungen und die dazugehörigen Kriterien bildeten fachspezifische und etablierte nationale und internationale Standards und Richtlinien (z. B. Global G.A.P., Bio Suisse, Internationaler Verhaltenskodex (ICC), Das Grüne Zertifikat).

Im Sinne der Nachhaltigkeit zeichnet der bellaflo Standard nicht einzelne Produkte aus, sondern den Betrieb in seiner Gesamtheit. Das Regelwerk umfasst

neben der ökologischen Komponente auch betriebswirtschaftliche Faktoren und das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens. Die Einhaltung der Kriterien wird von der unabhängigen, akkreditierten Kontrollstelle agroVet im Rahmen eines jährlichen Audits bei den Gärtnern überprüft. Sollte sich bei der Kontrolle herausstellen, dass ein Kriterium nicht ausreichend erfüllt wird, so wird der Gärtnerei eine Frist zur Erreichung des Kriteriums gesetzt. Wird das Kriterium dann immer noch nicht erfüllt, so kommt es zu einem Ausschluss der Gärtnerei vom bellaflo Standard.

Nach drei Jahren in der Anwendung haben wir den Standard 2019 überarbeitet und Strukturen vereinfacht. Die Kriterien selbst sind unverändert geblieben. Von unseren Pflanzenlieferanten sind 23% nach dem bellaflo Standard zertifiziert.





## Pestizidreduktion: Für weniger Gifte in unseren Gärten

Im Lebensmittelbereich wird der Einsatz von Pestiziden über klare Rückstandsgrenzwerte streng reglementiert. Im Gartenbau hat der Gesetzgeber bisher keine Richtlinien vorgegeben. Aufgrund des unübersichtlichen Weltmarkts für Blüh- und Grünpflanzen ist oft nicht bekannt, welche Pestizide bei der Pflanzenproduktion zum Einsatz kommen. Hier setzt bellaflora mit dem 2017 eingeführten Pestizidreduktionsprogramm an.

Im Auftrag von bellaflora hat GLOBAL 2000 jene 550 Pestizide ausgewählt und bewertet, die besonders intensiv im Gartenbau genutzt werden und/oder besonders bedenkliche Auswirkungen auf Mensch und Umwelt haben. Diese Analyse ist Grundlage eines Grenzwertkatalogs, der Obergrenzen für das gesamte Pflanzensortiment von bellaflora definiert. Ziel ist, die Gesamtbelastung für Mensch und Umwelt zu minimieren.



Biologisch kultivierte Pflanzen sind von der Prüfung durch diesen Grenzwertkatalog ausgenommen, da bei ihnen die Richtlinien der biologischen Landwirtschaft zur Anwendung kommen.

Um das unterschiedliche Risikopotential der Wirkstoffe zu verdeutlichen, haben die Experten von GLOBAL 2000 zusätzlich zu dem Grenzwert für die Summenbelastungen ein Listensystem entwickelt, das eine Watchlist und eine Blacklist umfasst: Wirkstoffe auf der Blacklist dürfen bei Pflanzen für bellaflora grundsätzlich nicht mehr verwendet werden.

Die Watchlist dagegen zählt Wirkstoffe auf, die aufgrund ihrer bedenklichen Eigenschaften unter besonderer Beobachtung durch bellaflora stehen und nur in sehr geringem Maß oder besser gar nicht eingesetzt werden sollen. Mit diesem Grenzwertkatalog legt

bellaflora wesentlich höhere Qualitätsmaßstäbe an Lieferanten an als das Gesetz. Diese Maßstäbe beziehen sich vorrangig auf folgende Kriterien:

- Giftigkeit für Menschen, Säugetiere, Vögel, Fische, Wasserorganismen, Bienen und Regenwürmer
- Potential zur Anreicherung in organischem Gewebe
- Verweildauer im Boden
- Verweildauer im Wasser





Im Februar 2017 haben wir alle Pflanzlieferanten über den neuen Grenzwertkatalog informiert und eingeladen, diesen ab sofort in den Kulturen anzuwenden. Natürlich ist uns bewusst, dass man Pflanzenkulturen nicht von heute auf morgen kompromisslos verändern kann. Deshalb haben wir unseren Lieferanten auch ein Jahr Zeit für die Umstellung gegeben. Sämtliche Beprobungen, die wir in diesem Jahr vorgenommen haben, hatten rein informativen Charakter für die Lieferanten.

Seit Jänner 2018 werden bei Proben, die die Richtlinien nicht einhalten, die Testkosten den Lieferanten verrechnet. Die Probenentnahme erfolgt durch Mitarbeiter von bellaflora, die Untersuchung durch ein akkreditiertes Labor. Die Lieferanten werden anschließend über die bei der Prüfung festgestellten Werte informiert, sodass sie profunde Daten

haben, um an einer weiteren Reduktion der Pestizidbelastung zu arbeiten. Pro Monat werden zwischen 8 und 15 Pflanzen getestet.

Schon in den ersten beiden Jahren konnten wir Verbesserungen sehen. Die Anzahl der gefundenen Blacklist-Wirkstoffe pro Probe ist seit 2017 um 46,6% zurückgegangen. Bei den für Bestäuber hochgiftigen Wirkstoffen ist ein Rückgang von 20,9% zu verzeichnen, bei von der WHO als extrem gefährlich oder hochgefährlich eingestuften Wirkstoffen wurde 2019 um 56,9% weniger nachgewiesen als noch 2017. Die Gruppe der Neonicotinoide, die aufgrund ihrer hohen Giftigkeit für Bienen, aber auch Schmetterlinge und andere Bestäuber lange öffentlich diskutiert und schließlich von der EU großteils verboten wurden, konnte in den vergangenen zwei Jahren um 63,5% reduziert werden.

Auch bei den Mitteln zur Bekämpfung von Insekten und Spinnentieren, wie z. B. Milben, konnten starke Rückgänge nachgewiesen werden. Besonders bei essbaren Pflanzen sehen wir genauer hin: Die Maximum Residue Levels, die von der EU für Lebensmittel vorgeschrieben sind, gelten bei uns auch für Kräuter und für Früchte, die auf Obst- und Gemüsepflanzen wachsen. Werden diese Richtlinien nicht eingehalten, werden die Pflanzen reklamiert. Die größte Pestizidreduktion bezogen auf die Produktgruppen konnte bei Beet- und Balkonpflanzen (-10,6%) sowie bei Bäumen und Sträuchern (-16,9%) verzeichnet werden. Am stärksten sind Chrysanthemen und Citrusfrüchte belastet. Die Entwicklung dieser Kulturen wird deshalb getrennt betrachtet: Während bei den mehrjährigen Citruspflanzen kaum Unterschiede zu 2017 festzustellen sind, konnte bei den Chrysanthemen bereits eine Pesti-

zidreduktion von 36,3% bezogen auf die Anzahl der gefundenen Wirkstoffe pro Pflanze erzielt werden.



## Verderbsreduktion: Minimierung organischer Reststoffe



Der sorgsame Umgang mit Ressourcen ist einer der Kernpunkte in der nachhaltigen Entwicklung von Produkten. Doch bei allen Bemühungen lassen sich in einem Gartencenter organische Reststoffe kaum vermeiden.

Im Rahmen eines Pilotprojekts haben wir 2015 das Projekt „Erde zu Erde“ gestartet. In 14 Filialen wurden organische Reststoffe gesammelt, von einem Kooperationspartner zu hochwertiger Komposterde verarbeitet und wieder in den Verkauf gebracht.

2019 haben wir ein übergreifendes Verderbsreduktionsprogramm entwickelt, das dieses Kompostierungsprogramm ab 2020 ablöst. Ziel ist, den Anfall organischer Reststoffe von vornherein zu minimieren, sodass gar nicht kompostiert werden muss. Dazu werden wir an zahlreichen Stellschrauben drehen. Besondere Bedeutung werden dabei einer verbesserten Mengenplanung und einer intensivierten Schulung der Mitarbeiter betreffend Pflanzenpflege zukommen.



## Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor

Verständnis über Entwicklung nachhaltiger Produkte stärken

- Monitoring der nachhaltigen Produkte (biogarten, nachhaltig produziert ...)
- Vergleich der Umsätze nachhaltiger Produkte zwischen Niederlassungen
- Berichterstattung über Entwicklung nachhaltiger Produkte (zumindest quartalsweise)

Entwicklung eines Leitfadens für nachhaltigen Einkauf

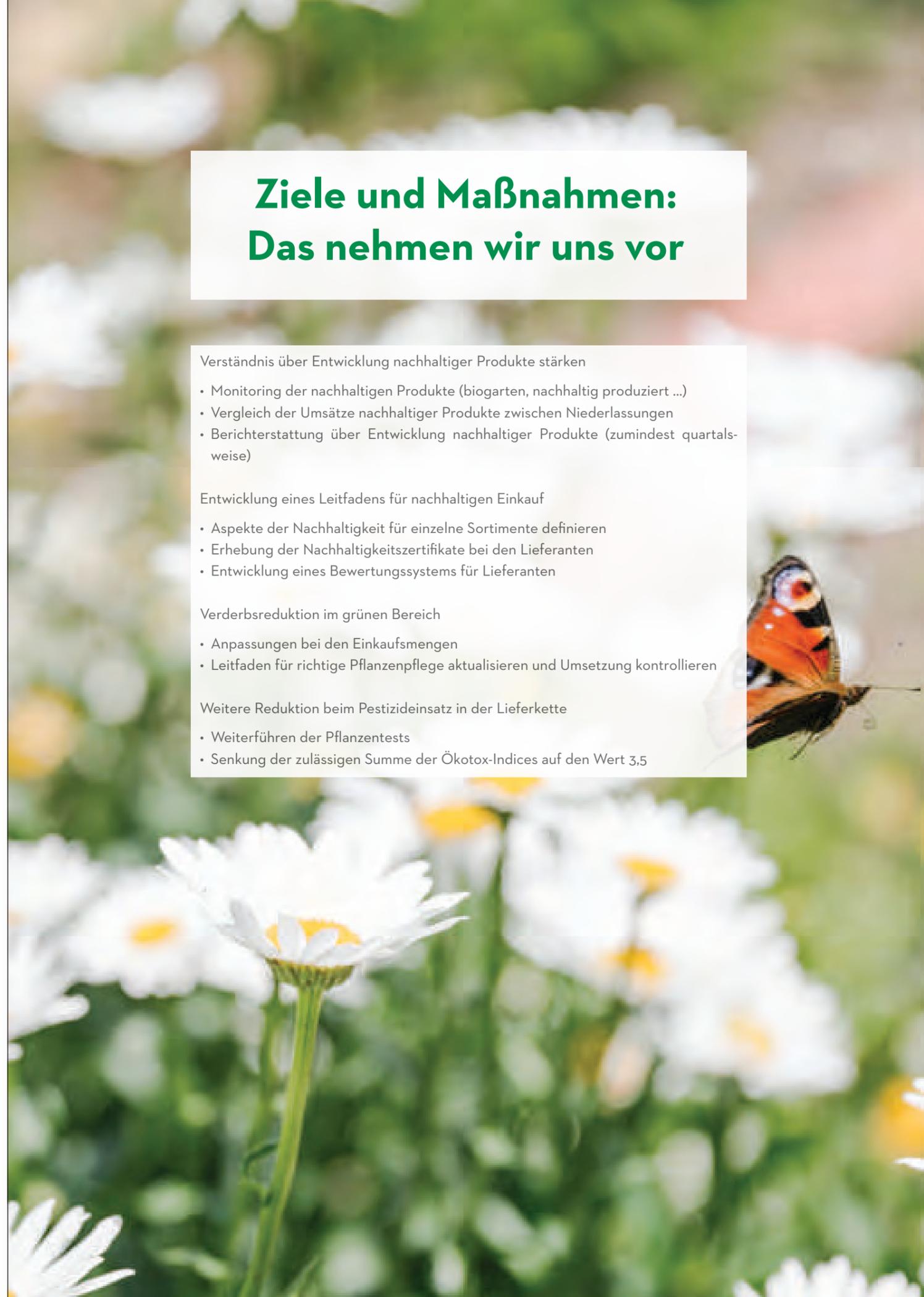
- Aspekte der Nachhaltigkeit für einzelne Sortimente definieren
- Erhebung der Nachhaltigkeitszertifikate bei den Lieferanten
- Entwicklung eines Bewertungssystems für Lieferanten

Verderbsreduktion im grünen Bereich

- Anpassungen bei den Einkaufsmengen
- Leitfaden für richtige Pflanzenpflege aktualisieren und Umsetzung kontrollieren

Weitere Reduktion beim Pestizideinsatz in der Lieferkette

- Weiterführen der Pflanzentests
- Senkung der zulässigen Summe der Ökotox-Indices auf den Wert 3,5



# 06

## Markt und Kunden: Jeder Einkauf ein Kurzurlaub

Wenn wir sagen, dass der Kunde bei uns im Mittelpunkt steht, dann meinen wir das genau so. Wir bieten Pflanzenfreunden rund ums Jahr ein enorm vielfältiges Sortiment im Grünbereich und in der Boutique. Wir zeigen attraktive Kombinationsmöglichkeiten von Pflanzen und Deko-Artikeln sowie außergewöhnliche Anwendungsbeispiele für den Garten und die Terrasse. bellaflora Filialen sind Orte, an denen man sich gerne aufhält, weil es duftet und blüht und weil sie Quellen der Inspiration sind.



11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN

12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION

17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

## Unser Zugang: Die grüne Welt ist bunt und verändert sich

Im Frühsommer 2019 hat eine von IMAS durchgeführte Umfrage klar gezeigt, dass die Menschen geänderte Klimabedingungen in ihren Gärten und auf ihren Balkonen wahrnehmen. Hitze und Trockenheit machen den Pflanzen zu schaffen, das Zusammenleben von Nützlingen und Schädlingen gerät aus dem Gleichgewicht. Der Informationsbedarf ist groß. Aus diesem Grund investieren wir in neue, robuste Pflanzensortimente und in Kommunikation.

Der Wunsch nach mehr Natur im eigenen Wohnumfeld äußert sich auch in der steigenden Zahl an Haustieren. Für Kunden, die mit Vierbeinern zusammenleben, haben wir das Sortiment entsprechend erweitert. Neben einem breiten Angebot an hochwertigem Katzen- und Hundefutter finden Tierfreunde nun auch Leinen und Halsbänder, Körbe und Pölster, Pflegeprodukte und Spielsachen.

Weil viele Menschen ebenso gerne Verantwortung für wild lebende Tiere wie Vögel, Igel oder Eichkätzchen übernehmen, hat bellaflora die Angebotspalette an Häuschen und Futtermitteln signifikant vergrößert.

Die dritte große Änderung im Berichtszeitraum betrifft unser Angebot an

Dienstleistungen. Um unseren Kunden entgegenzukommen, bieten wir als Handelsunternehmen Services wie telefonische Bestellmöglichkeiten und die CO2-freie Anlieferung von Pflanzen und Deko-Artikeln. Mit unserem Programm RAUM GRÜN unterstützen wir Privatkunden und Unternehmen mit umfassender Beratung und regelmäßiger Pflege ihres Grünbereichs sowohl indoor und seit 2019 auch outdoor.



## Gartenfreunde: Der Club für Naturliebhaber

Der 2011 gegründete Club der „Gartenfreunde“ ist ein wichtiges Element in der Pflege unserer Kundenbeziehungen. Das Interesse unserer Kunden war von Anfang an sehr groß. 2016 verzeichnete der Club 350.717, 2019 bereits 638.000 Mitglieder.

Unsere Kunden vertrauen darauf, dass wir mit ihren Daten sorgsam umgehen. Dieses Vertrauen wissen wir zu schätzen. Deshalb haben wir uns klar gegen eine Teilnahme an Gemeinschaftskundenkarten ausgesprochen. Die Daten unserer Kunden bleiben bei bellaflora und beim Club der Gartenfreunde.

Als Dankeschön bieten wir unseren Clubmitgliedern verschiedene Vorteile wie das kostenlose Kundenmagazin „Gartenfreunde“, das zweimal jährlich erscheint, und eine Jahresrückvergütung für getätigte Einkäufe. Clubmitglieder kommen darüber hinaus in den Genuss exklusiver Angebote und werden zu Informationsveranstaltungen und Seminaren eingeladen. Die in den letzten beiden Jahren durchgeführten Gartenreisen waren immer binnen kürzester Zeit ausgebucht.



**ANZAHL DER VERANSTALTUNGEN  
UND WORKSHOPS -  
1.435 VON 2015 BIS 2019**



Im Berichtszeitraum haben wir 1.435 Veranstaltungen und Workshops durchgeführt, was annähernd mehr als eine Vervielfachung im Vergleich zur Berichtsperiode 2013 bis 2015 entspricht. Thematisch neu dazugekommen sind offene Strickrunden im Zusammenhang mit unserem Laniato-Angebot. Innerhalb von zwei Jahren konnten wir 503 Strickrunden für unsere Kundinnen organisieren.



**638.000**  
MITGLIEDER IM  
**BELLAFLORA GARTEN-  
FREUNDE KUNDENCLUB**



## Shopdesign: Die Gestaltung unserer Märkte

In seinen Anfängen war bellaflora ein Selbstbedienungsgeschäft, heute bieten wir in unseren Gartencentern hohe Beratungsqualität. Unser Ziel ist, dass sich unsere Kunden wohl fühlen, während sie bei uns einkaufen und durch unsere Filialen spazieren.

Dazu hat bellaflora 2019 ein völlig neues Shopkonzept entwickelt und erstmals an den beiden Standorten Leonding und Graz St. Peter umgesetzt. Weitere Standorte werden folgen.

Kern des neuen Konzepts sind inspirierende Themenwelten, ein kundenfokussiertes Leitsystem kombiniert mit saisonalen Produktempfehlungen und umfassender Beratung für indoor und outdoor. Die Produkte sind im Sinne verstärkten Cross-Sellings zu inspirierenden Themeninseln kombiniert. Der Boutiquebereich ist völlig neu strukturiert und soll Freude an Kreativität wecken. Ein klares Statement des Unternehmens zum bewussten Umgang mit der Natur sind überdimensionale Insektenhotels vor dem Eingang. Zentraler Punkt im Freigelände ist ein Glaspavillon, von dem aus der Kunde sternförmig in die verschiedenen „Ideengärten“ geführt wird. Der Natur entsprechend wandeln sich alle Bereiche im Laufe der Jahreszeiten, sodass der Kunde bei jedem Besuch Neues für sich entdecken kann.



## Haustier: Alles für Hund und Katze



Menschen, die die enge Verbindung zur Natur suchen, haben sehr oft auch vierbeinige Mitbewohner. Ihnen bietet bellaflora schon seit Jahren ein kleines Sortiment für Heimtiere. Im Berichtszeitraum, vor allem im Jahr 2019, hat bellaflora dieses Angebot wesentlich ausgebaut. Heute präsentieren wir ein ausgewähltes Sortiment an Tiernahrung und Ergänzungsfuttermitteln von höchster Qualität für Hunde und Katzen. In den neu adaptierten Märkten

in Leonding und Graz St. Peter bieten wir darüber hinaus Zubehör wie Leinen oder Hundebetten, Kratzbäume und Spielzeug. Dieser Tierbereich wird künftig im Zuge der Modernisierung unserer Niederlassungen in der überwiegenden Mehrheit der Standorte zu finden sein.



## Wolle: Wunderschön warm und gerne selbst verstrickt



2017 hat bellaflora hochwertige Wolle ins Sortiment aufgenommen. Ausgehend von Laniato, einem kleinen Wollgeschäft im 3. Wiener Gemeindebezirk, sind die als Shop-in-Shop gestalteten Wollcafés mittlerweile in 15 bellaflora Filialen zu finden. Der Name Laniato wurde für dieses Segment beibehalten, ebenso wie die Einladung, sich im Rahmen von Strick-Nachmittagen zu treffen und Erfahrungen auszutauschen.

Grund für diese Sortimentserweiterung war und ist das strategische Ziel von bellaflora, Kunden auch außerhalb der Gartensaison ein interessantes Angebot zu präsentieren. Die Entscheidung für Wolle fiel vor allem aus drei Gründen: Zum Ersten gibt es weitreichende Überschneidungen in den Kundengruppen, nämlich überwiegend Frauen, die gerne kreativ und handwerklich tätig sind. Zum Zweiten war das Laniato-Wollcafé von Anfang an ein gutes Beispiel für ein emotionales Sortiment und gefühlsbetonte Präsentation, wie wir sie mit dem neuen Shopkonzept verstärkt umsetzen. Und zum Dritten hatte bellaflora zu diesem Zeitpunkt bereits gute Erfahrungen mit dem Vertrieb von Alpaka-Wolle gemacht.

Das Angebot in den Laniato-Wollcafés umfasst Merino, Kaschmir, Seidenmohair und Sockenwolle in Premium-Qualität sowie diverses Strickzubehör. Bei der Entscheidung für die Hersteller achten wir auf tiergerechte Haltung und nachhaltige Qualität, wo immer möglich. Wir setzen auf Wolle mit dem GOTS-Zertifikat und auf mulesingfreie Herstellung.



## Dienstleistungen: Wir schauen auf Service

Im Berichtszeitraum hat bellaflora seine Dienstleistungen sowohl für gewerbliche als auch für private Kunden wesentlich ausgebaut.

### **bellaflora RAUM GRÜN**

ist unser Service für das erfolgreiche Begrünen von Büro- und Arbeitsräumen sowie für Häuser und Wohnungen. Beratungsteams in allen bellaflora Filialen unterstützen bei der Auswahl. Auf Wunsch sorgen sie auch für Zustellung und Aufstellung vor allem großer Trog- und Kübelpflanzen und übernehmen auch die Pflege.

### **HECKEN**

sind beliebte Grundstücksabgrenzungen in Österreich, mit und ohne Zaun. Die dafür benötigte Menge an Pflanzen ist mit einem privaten PKW kaum zu transportieren. Deshalb bieten wir unseren Kunden die Zustellung mit CO2-neutralen Fahrzeugen an.

### **BLUMENKISTCHEN**

bringen die Natur vor jedes Fenster und können wertvolle Überlebensinseln für Nützlinge in der Stadt sein. Deshalb unterstützen wir unsere Kunden gerne in der Gestaltung ihrer individuellen Lösungen. Wir bepflanzen Blumenkistchen nach Wunsch und bringen sie zu unseren Kunden nach Hause. Sowohl die Bepflanzung als auch die Lieferung erfolgt immer durch den nächstgelegenen bellaflora Markt. In der Beratung erklären wir gerne den Vorteil, den hochqualitative Erdsubstrate und nachhaltig kultivierte Blühpflanzen bringen.

### **INDIVIDUELLE GESTECKE UND ARRANGEMENTS**

sind ein weiteres Service, das wir in unseren Filialen erfolgreich anbieten. Unsere Mitarbeiterinnen gestalten individuelle Arrangements für den Advent, für Ostern oder den Muttertag und erfüllen Kundenwünsche für individuelle Anlässe wie Geburtstage oder Hochzeiten.



## Kundenzufriedenheit: Die Menschen schätzen Nachhaltigkeit beim Garteln



Einer Umfrage aus dem Jahr 2018 zufolge liegt die gestützte Bekanntheit von bellaflora mit 96% unangefochten an erster Stelle der Branche. Besonders geschätzt werden das hochqualitative Angebot und die breite Vielfalt des Sortiments.

Die Umfrage hat auch unsere Annahme bestätigt, dass Hobbygärtner immer stärker zum Nutzgarten tendieren und dass sie dem nachhaltigen Engagement von bellaflora große Sympathie entgegenbringen. Dennoch müssen wir zur Kenntnis nehmen, dass das ungestützte Wissen über das Zusammenwirken von Pflanzen, Substraten, Düngern und Klimaveränderung noch nicht ausreichend gegeben ist. Deshalb wollen wir unser Verständnis von Nachhaltigkeit künftig noch viel deutlicher kommunizieren. Besonderes Augenmerk werden wir in diesem Zusammenhang u. a. der Vermeidung von Plastik im Sinne von Reduce, Reuse und Recycle schenken.

Österreichweit betreibt bellaflora 27 Filialen. Aus den täglichen Gesprächen mit unseren Kunden und den Mitgliedern unseres Kundenclubs erfahren wir viel über die Wünsche und Anliegen der privaten Hobbygärtner. Mit dem Ziel einer strukturierten Interessenserhebung haben wir 2018 in Zusammenarbeit mit marketmind eine Online-Befragung durchgeführt. Die Ergebnisse daraus nutzen wir für die Weiterentwicklung unseres Sortiments und unserer Dienstleistungen.



### Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor

Einkaufserlebnis für möglichst viele Kunden

- Ausrollen des neuen Shopkonzepts auf weitere Niederlassungen
- Etablierung und stärkere Bewerbung von Dienstleistungen

Image als nachhaltiges Unternehmen ausbauen

- Kundenveranstaltungen zu Themen der Nachhaltigkeit (biologisches Gärtnern, Klimawandel im Garten ...)
- Möglichkeiten für Citizen-Science-Projekte mit Kunden prüfen
- Verstärkte Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern v. a. in Hinblick auf gemeinsame Kommunikationsaktivitäten

# 07

## Gesellschaft: bellaflora trägt Verantwortung

In der Welt der grünen Nummer 1 geht es nicht allein um Umwelt und Natur, sondern auch um gesellschaftliche und soziale Anliegen. Im Gesellschaftsvertrag ist festgeschrieben, dass jährlich bis zu zehn Prozent des Jahresüberschusses einem gemeinnützigen, mildtätigen oder wissenschaftlichen Zweck gewidmet werden. Der Fokus richtet sich auf vier Organisationen im Sozialbereich und in der Ausbildung.



SEIT 2015  
 UNTERSTÜTZUNG DES  
 HILDE-UMDASCH-HAUSES

## Hilde-Umdasch-Haus: Wenn Familien Hilfe brauchen

Österreich hat ein sehr gut ausgebautes Gesundheitssystem, um das uns viele Länder der Welt beneiden. In der Versorgung von Kindern und Jugendlichen jedoch gibt es große Lücken, vor allem dann, wenn es um schwere oder gar lebensverkürzende Krankheiten geht.

Diesen Kindern und ihren Familien widmet sich das 2015 eröffnete und von der Malteser Kinderhilfe betriebene Hilde-Umdasch-Haus in Amstetten. Seit

2015 bietet es Platz für elf Kinder und Jugendliche, bei denen aufgrund ihrer Erkrankung hochkomplexer Pflegebedarf gegeben ist. Das Leistungsspektrum reicht von Kurz- und Langzeitpflege bis zu Hospizarbeit und der Bereitstellung von Bedarfskrisenplätzen. Mit einer jährlichen Spende unterstützt bellaflora den laufenden Betrieb dieser Einrichtung.



## Diakoniewerk Gallneukirchen: Menschen, die uns bereichern

Die Zusammenarbeit von bellaflora mit der Diakonie Gallneukirchen begann im Jahr 2011 und hat sich seither laufend erweitert. Gemeinsam mit ihren Betreuern bauen junge Menschen mit geistiger oder körperlicher Beeinträchtigung Nützlingshäuser im Großformat, die an den Standorten von bellaflora aufgestellt werden. Darüber hinaus bietet bellaflora an den Standorten unterschiedlichste Beschäftigungsmöglichkeiten, die den Menschen eine sinnstiftende Arbeit ermöglichen und dazu beitragen ihren



SEIT 2011  
ZUSAMMENARBEIT MIT  
DIAKONIE GALLNEUKIRCHEN

Alltag zu strukturieren. Alle Beteiligten erleben die Zusammenarbeit als Bereicherung.



## Lebenshilfe Oberösterreich

Die Lebenshilfe Oberösterreich übernimmt Dienstleistungen im Versand für uns. Unter Anleitung ihrer Betreuer kuvertieren die Klienten die persönlich adressierten Flugblätter und andere Mailings für uns. Diese Zusammenarbeit besteht seit vielen Jahren zur großen Zufriedenheit beider Seiten.



## City Farm Augarten: Der Stadtgarten für Kinder und ihre Familien

Die City Farm Augarten widmet sich dem Ziel, Kindern in der Stadt das Garteln zu ermöglichen und ihnen die Schönheit der Natur nahezubringen. Dazu bietet der gemeinnützige Verein ein breites Programm an Workshops und Festen für Kinder und ihre Familien, für Kindergärten und Schulen.

bellaflora hat die Gründung des Vereins im Jahr 2012, damals noch als City Farm Schönbrunn, mit einer Anschubfinanzie-

rung ermöglicht und ist seither ein verlässlicher Partner. Mit Pflanzenspenden unterstützt bellaflora auch Wettbewerbe des Vereins wie etwa die Suche nach dem erfolgreichsten Tomaten-Hobbygärtner.





## Zum Bericht

Dies ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht von bellaflora. Er enthält Informationen und Daten zur Darstellung der wesentlichen Aktivitäten, Leistungen und Ziele der bellaflora Gartencenter GmbH im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung des Unternehmens und seines Umfeldes. Der Bericht ist an unsere Stakeholder adressiert. Ihr Vertrauen und unsere gute Beziehung zu ihnen bilden die Basis unseres Erfolgs.

### STANDARD

Der gegenständliche Nachhaltigkeitsbericht von bellaflora wurde in Übereinstimmung mit den Sustainability Reporting Standards (Option Kern) der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Diese Standards stellen das weltweit am weitesten verbreitete und anerkannte Rahmenwerk für die Nachhaltigkeitsberichterstattung dar. Einen detaillierten Überblick darüber, welche GRI-Standards durch die Berichterstattung abgedeckt sind und wo die jeweiligen Angaben zu finden sind, gibt der GRI-Inhaltsindex (S. 108-112).

### BERICHTSINHALT

Der Inhalt des Berichts und die Themen, zu denen bellaflora Managementansätze, Leistungen und Ziele offenlegt, wurden nach den GRI-Prinzipien zur Bestimmung des Berichtsinhalts festgelegt. Detaillierte Informationen dazu finden sich im Kapitel "Wir berichten über das Wesentliche" (S. 95-99).

### BERICHTSGRENZE

Die bellaflora Gartencenter GmbH hat ihren Unternehmenssitz in Leonding bei Linz und Filialen an 27 Standorten in Österreich. Das Unternehmen verfügt über keine Tochtergesellschaften oder Joint Ventures und ist ausschließlich in Österreich tätig. Sowohl die wirtschaftlichen Kennzahlen als auch die Mitarbeiter- und Umweltdaten beziehen die Zentrale und sämtliche Filialen mit ein. Es gibt somit keine Einschränkungen in Bezug auf die Berichtsgrenze.

Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette, die im Einflussbereich von bellaflora liegen, werden vom Unternehmen regelmäßig evaluiert, im Sinne der Nachhaltigkeit gesteuert und in diesem Bericht vor allem im Kapitel „Produkte und Lieferkette“ beschrieben. Detaillierte Informationen und Kennzahlen zur Geschäftstätigkeit der Lieferanten werden aus Gründen der Vertraulichkeit in diesem Bericht jedoch nicht offengelegt.



### ÄNDERUNGEN IN DER BERICHT- ERSTATTUNG

Die Wesentlichkeitsanalyse hat zu keinen erheblichen Änderungen des Berichtsinhalts geführt und die Struktur des Berichts wurde im Sinne einer Kontinuität der Berichterstattung weitestgehend beibehalten.

Die Gesamtverkaufsfläche, die für die spezifischen Umweltkennzahlen als Referenzwert herangezogen wird, hat sich im Berichtszeitraum durch die Eröffnung einer neuen Filiale in Eisenstadt um rund 5.082 m<sup>2</sup> auf 148.095 m<sup>2</sup> erhöht. Im letzten Bericht wurde nur mit der Innenverkaufsfläche gerechnet, daher sind die spezifischen Kennzahlen im Umweltbereich nun deutlich geringer. Abgesehen davon gab es auch bei den Berichts- und Systemgrenzen keine Änderungen im Vergleich zum Vorgängerbericht.

### BERICHTSZEITRAUM

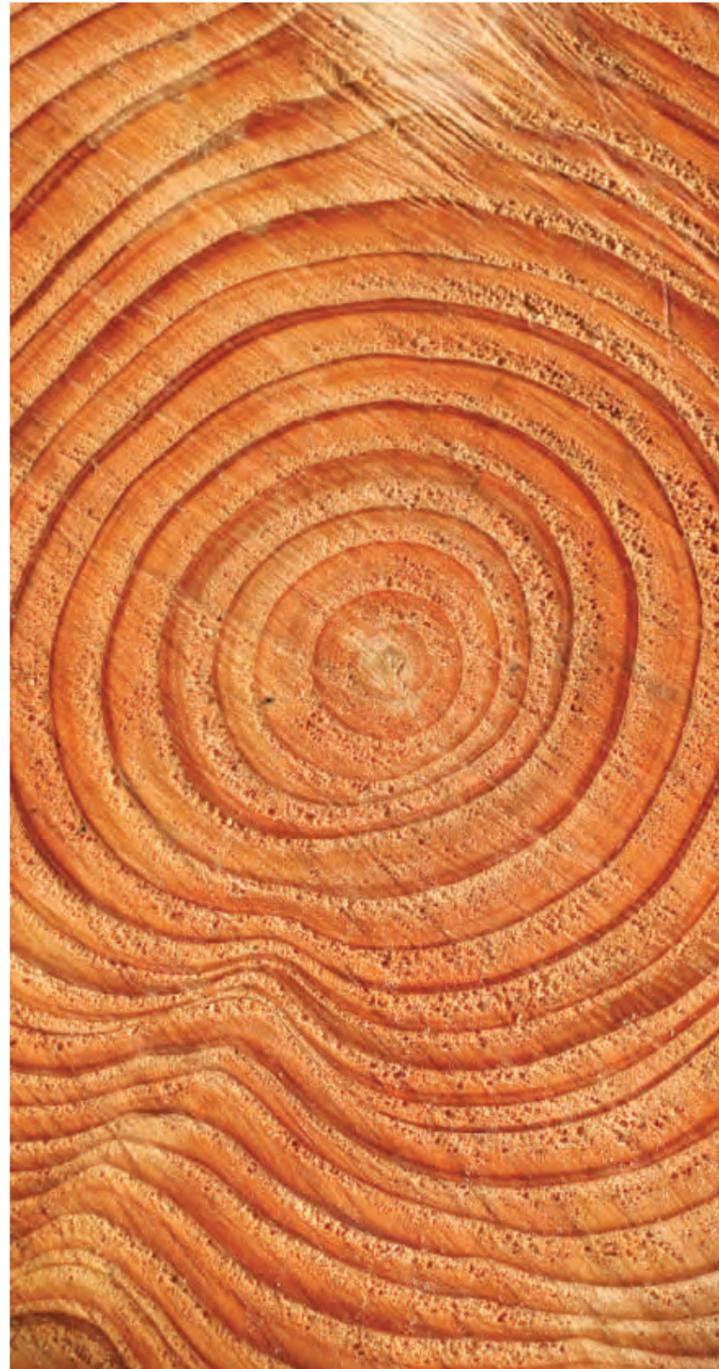
Das Geschäftsjahr von bellaflora erstreckt sich von 1. Februar bis 31. Jänner. Die Finanz- und Mitarbeiterdaten im Bericht umfassen die Geschäftsjahre 2016/17 bis 2019/20, die Umweltdaten die Kalenderjahre 2016 bis 2019. Der Berichtszeitraum schließt somit nahtlos an jenen des Vorgängerberichts an, der 2016 veröffentlicht wurde. Dass dieser Bericht vier Jahre umfasst, liegt daran, dass bellaflora im Geschäftsjahr 2018/19 ein neues ERP-System eingeführt hat und daher nicht ausreichend Personalressourcen hatte, um den Nachhaltigkeitsbericht wie angekündigt 2019 zu veröffentlichen. Künftig plant bellaflora wieder alle drei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen.

### EXTERNE PRÜFUNG

Eine externe Überprüfung und Bestätigung der im Bericht publizierten Daten und Texte wurde nicht durchgeführt.

### SCHREIBWEISE

Um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen wird im Bericht nur die männliche Form genannt. Es sind aber stets die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.



## Wir berichten über das Wesentliche

Dieser Bericht enthält Informationen zu all jenen Themen, die im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung und im konkreten Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit von bellaflora wesentlich sind. Den GRI-Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung folgend, wurden zur Bestimmung des Berichtsinhalts folgende vier Prinzipien angewendet: Einbeziehung von Stakeholdern, Nachhaltigkeitskontext, Wesentlichkeit und Vollständigkeit. Die wesentlichen Themen wurden in einem dreistufigen Prozess ermittelt.

### 1 - IDENTIFIKATION RELEVANTER THEMEN

Im ersten Schritt hat das Projektteam jene Themen identifiziert, die im Nachhaltigkeitskontext und in Anbetracht der spezifischen Geschäftstätigkeit von bellaflora relevant sind. Ausgangsbasis dafür waren die 33 Themen, die in den GRI-Standards, Fassung 2016, angeführt sind.

Themen ohne Relevanz für bellaflora wurden von einer weiteren Bewertung ausgeschlossen, einige GRI-Themen unter Sammelbegriffen zusammengefasst. Das Ergebnis dieses Prozessschrittes war eine Liste mit 15 relevanten Themen.



**2 - PRIORISIERUNG DER THEMEN**

Die Priorisierung dieser 15 Themen nach Wesentlichkeit erfolgte auf Grundlage zweier getrennt durchgeführter Onlinebefragungen. Die eine Befragung fokussierte auf die Bedeutung der Themen für die Stakeholder, die andere auf die Auswirkungen von bellaflora im Zusammenhang mit diesen Themen. Das Ergebnis dieser beiden Bewertungsschritte bildete die Datengrundlage für die Verortung der Themen in der Wesentlichkeitsmatrix.

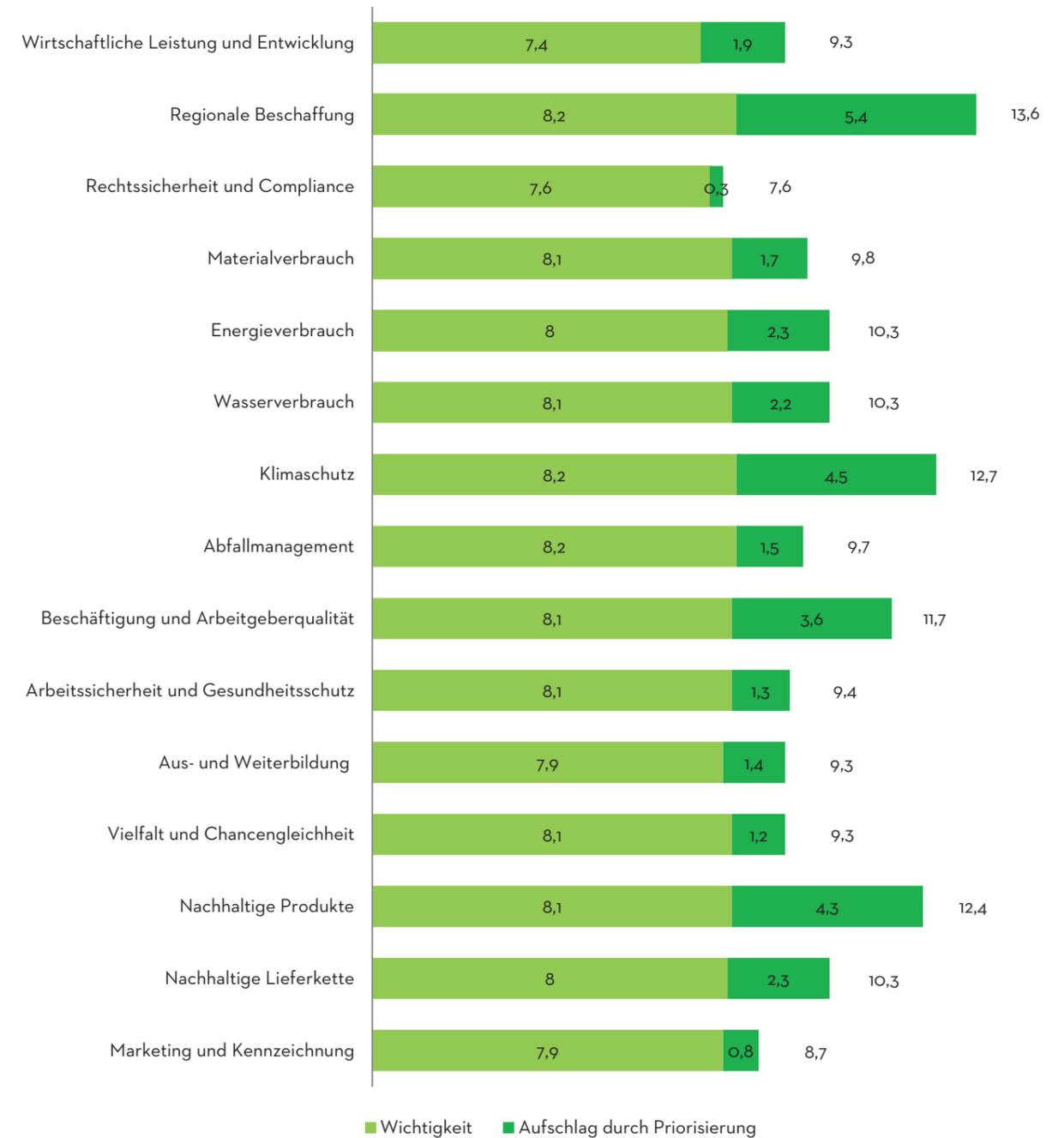
**2A - STAKEHOLDERBEFRAGUNG**

Die Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten und Kooperationspartner wurden gefragt, wie wichtig ihnen das Engagement von bellaflora in Zusammenhang mit den einzelnen Themen ist. Die Bewertung erfolgte auf einer Skala von 1 (nicht wichtig) bis 9 (sehr wichtig). Ergänzend dazu wurden die Stakeholder abschließend gebeten, von den 15 Themen jene maximal fünf auszuwählen, die ihnen am wichtigsten sind. Im nachfolgenden Diagramm spiegelt sich die Häufigkeit der Nennungen der einzelnen Themen im sogenannten „Aufschlag durch Priorisierung“ wider. Dieser Bonus wurde mathematisch wie folgt errechnet: Durchschnittliche Bewertung des Themas mal Prozentsatz der Nennungen als eines der wichtigsten Themen.

208 Kunden, 121 Mitarbeiter, 44 Lieferanten und 5 Kooperationspartner haben die Befragung abgeschlossen. Das Ungleichgewicht durch unterschiedliche Teilnehmerzahlen je Stakeholdergruppe wurde in der Auswertung dadurch ausgeglichen, dass je Stakeholdergruppe und Thema ein Mittelwert aus allen abgegebenen Bewertungen und Nennungen der Themen gebildet wurde. Die quantitative Bewertung der einzelnen Themen entspricht dem Durchschnitt der Mittelwerte der vier Stakeholdergruppen.



**BEWERTUNG DER THEMEN NACH WICHTIGKEIT**



**2B – FÜHRUNGSKRÄFTE-BEFragung**

Die Gruppe der befragten Führungskräfte umfasste im Wesentlichen die Geschäftsführung, Bereichsleiter und Niederlassungsleiter. Sie wurden gebeten, den Impact für jedes der 15 Themen auf einer Skala von 1 bis 9 zu bewerten. 1 bedeutete, dass mit den Aktivitäten und Entscheidungen von bellaflora keine potenziellen Auswirkungen verbunden sind und 9, dass sehr starke potenzielle Auswirkungen damit verbunden sind. Die Führungskräfte wurden explizit darauf hingewiesen, dass es in erster Linie um wirtschaftliche, soziale und ökologische Auswirkungen von bellaflora und nicht etwa um Auswirkungen auf bellaflora geht. Positive Auswirkungen (Chancen) und negative Auswirkungen (Risiken) waren separat zu bewerten.

Im Sinne einer klaren Priorisierung wurden die Führungskräfte am Ende der Befragung gebeten, von den 15 Themen jene maximal fünf auszuwählen, bei denen bellaflora den größten Hebel hat, um zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Wie bei der Stakeholderbefragung ist die Häufigkeit der Nennungen der einzelnen Themen in der Auswertung der Ergebnisse als „Aufschlag durch Priorisierung“ eingeflossen.

**QUALITATIVE FRAGEN**

Ergänzend zur quantitativen Bewertung der einzelnen Themen, hat bellaflora sowohl die Stakeholder als auch die Führungskräfte unter anderem danach gefragt, was ihnen im Zusammenhang mit den einzelnen Themen besonders wichtig ist bzw. was zu einer Verbesserung der Leistung von bellaflora im Zusammenhang mit den Themen beitragen könnte. Die Rückmeldungen zu diesen qualitativen Fragen waren sehr aufschlussreich.

**DISKUSSION DER ERGEBNISSE**

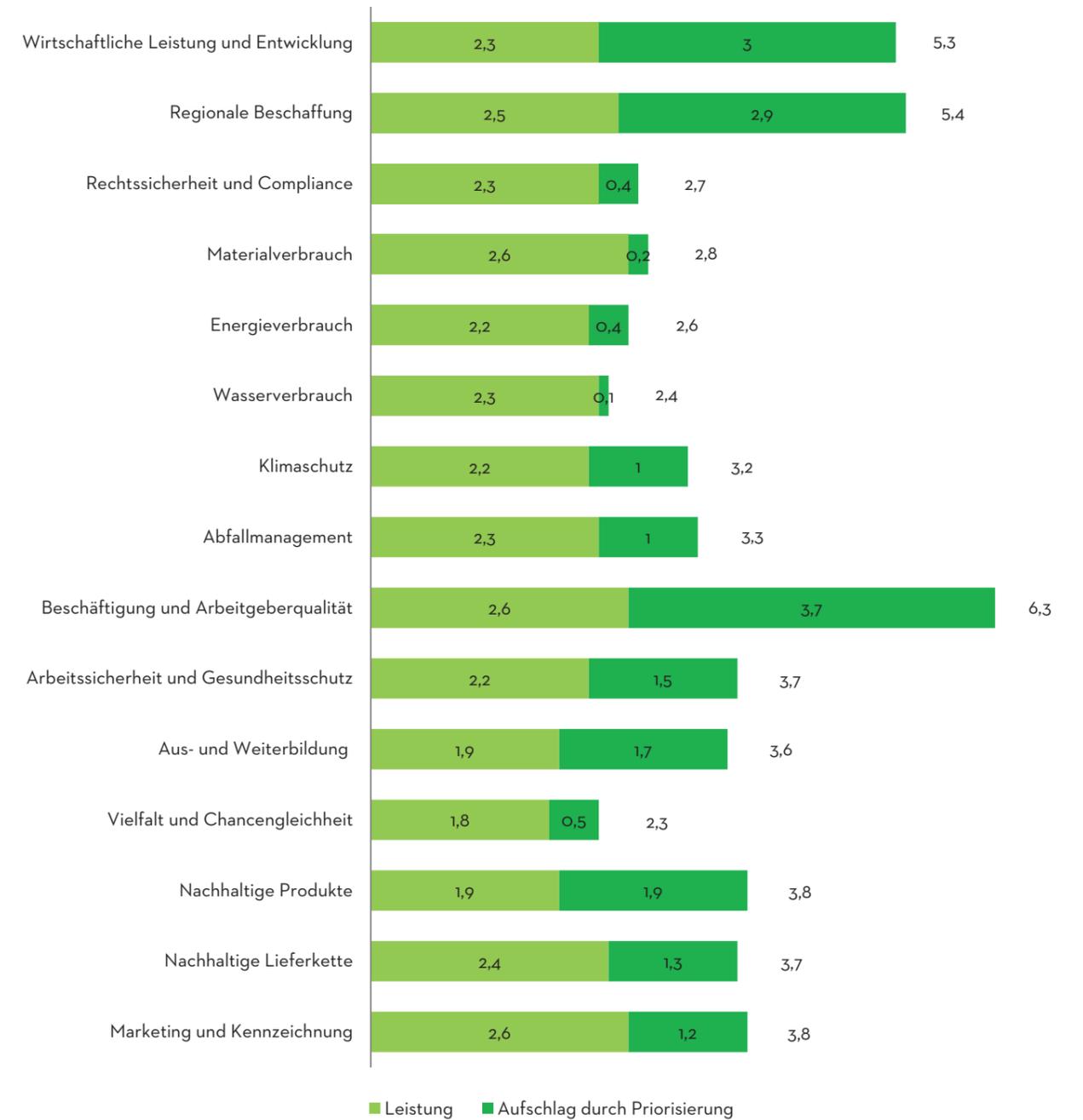
Die qualitative und quantitative Auswertung der beiden Befragungen wurde vom Projektteam bestehend aus Geschäftsführer, Bereichsleitern, der Nachhaltigkeitsbeauftragten und externen Beratern in einem Workshop diskutiert. Im Zuge dessen wurde auch festgelegt, wo die Aufnahmeschwelle (= Kreisbogen in der Wesentlichkeitsmatrix) liegen soll.

Zu allen Themen, die über der Aufnahmeschwelle liegen, bietet dieser Bericht entsprechend den jeweiligen GRI-Standards qualitative und quantitative Angaben. Die Verortung der Aufnahmeschwelle erfolgte auf Basis einer Abwägung zwischen den beiden GRI-Prinzipien Wesentlichkeit und Vollständigkeit.

Einen detaillierten Überblick darüber, welche GRI-Standards durch die Berichterstattung abgedeckt sind und wo die jeweiligen Angaben zu finden sind, bietet der GRI-Inhaltsindex.



**AUSWIRKUNGEN VON BELLAFLORA JE THEMA AUS SICHT DER FÜHRUNGSKRÄFTE**



# Sustainable Development Goals (SDG)

Im Herbst 2015 hat die Generalversammlung der Vereinten Nationen die Agenda 2030 verabschiedet. Der Kern dieses Entwicklungsplans für die Welt sind 17 „Sustainable Development Goals“ - kurz SDGs oder auf Deutsch „Ziele für nachhaltige Entwicklung“ genannt. Die 193 Mitgliedsländer der UNO haben sich dazu verpflichtet, auf allen Ebenen auf die Erreichung dieser Ziele hinzuwirken. Die Aufgabe der Politik besteht insbesondere darin, die notwendigen Rahmenbedingungen zur Erreichung der Ziele zu schaffen. Um die weitreichenden Herausforderungen zu bewältigen, werden auch die Wirtschaft und letztlich jeder einzelne Bürger einen Beitrag leisten müssen.

bellaflo hat sich im Zuge der Entwicklung des aktuellen Nachhaltigkeitsprogramms mit den SDGs beschäftigt und sie bei der Festlegung der Ziele und Maßnahmen berücksichtigt. Nachfolgend ist zusammenfassend dargestellt, auf welche SDGs sich bellaflo in den einzelnen Bereichen fokussiert und durch welche Leistungen wir zur Erreichung der Ziele beitragen.



## KEIN HUNGER

Mit dem Ziel 2 „Kein Hunger“ spricht die UNO bessere Ernährung und nachhaltige Landwirtschaft an. In Österreich sehen wir, dass immer mehr Menschen in ihren Gärten, auf ihren Terrassen oder Balkonen selbst Gemüse und Obst für den Eigenbedarf anbauen. Auf diese Weise versorgen sie sich selbst mit hochwertigen, gesunden Lebensmitteln. Gleichzeitig stellen sie einen neuen Bezug zur Produktion von Lebensmitteln her, der in unserer hochtechnisierten und globalisierten Welt weitgehend verloren gegangen ist.

Mit unserem großen Biosortiment kommen wir den Bedürfnissen dieser Menschen entgegen. Unsere Eigenmarke „bellaflo biogarten“ umfasst Biopflanzen, nachhaltige Dünger, Substrate und Pflanzenschutzmittel, sodass unsere Kunden selbst bestes Obst und Gemüse kultivieren können. Außerdem kooperieren wir mit dem Verein Arche Noah, um die Arten- und Sortenvielfalt im Gartenbau zu unterstützen.

Bereich in dem wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Produkte und Lieferkette



## GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN

Gesundheit und Wohlergehen sind sowohl auf physischer als auch auf psychischer Ebene wichtig. Themen wie Krankheitsprävention und Verhinderung von Krankheiten durch Umweltverschmutzung fallen unter dieses Ziel.

bellaflo legt großen Wert auf die Gesundheit der Mitarbeiter. Das Unternehmen bietet ein Programm zur psychischen Mitarbeitergesundheit, diverse Seminare und Kostenübernahme bei Gesundheitsmaßnahmen an. Zum anderen achten wir bei unseren Produkten darauf, dass sie die Gesundheit fördern und keinesfalls eine Gefahr für unsere Mitarbeiter oder Kunden darstellen. So setzen wir Maßnahmen zur Reduktion des Pestizideinsatzes bei unseren Gärtnern und haben chemisch-synthetische Dünge- und Spritzmittel komplett aus unserem Sortiment genommen.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Mitarbeiter
- Produkte und Lieferkette
- Gesellschaft

**4 HOCHWERTIGE BILDUNG**



**HOCHWERTIGE BILDUNG**

Hochwertige Bildung ist ein wichtiger Schlüssel für den Wohlstand eines Landes sowie zu einer guten Zukunft jedes Einzelnen. Wir begegnen diesem Ziel auf mehreren Ebenen: Für unsere Mitarbeiter wird jährlich ein vielseitiges Aus- und Weiterbildungsprogramm zusammengestellt, mit dem sie zum einen ihre fachlichen Qualifikationen ausbauen und vertiefen und sich zum anderen auf persönlicher Ebene weiterentwickeln können. Außerdem erhalten sie Unterstützung bei Ausbildungen abseits unseres Programms. Unsere Kunden informieren wir in Flugblättern, auf unserer Homepage, in Social-Media-Kanälen, bei Veranstaltungen und auch in unseren Niederlassungen über diverse Themen rund um das Thema Pflanzen, Garten und Balkon. Sowohl den Mitarbeitern als auch unseren Kunden vermitteln wir Wissen über nachhaltige Entwicklung. Ganz im Sinne dieses Ziels steht auch unsere Kooperation mit der City Farm Augarten, wo Wissen über biologisches Gärtnern an Kinder und Erwachsene vermittelt wird.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Mitarbeiter
- Gesellschaft

**6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-EINRICHTUNGEN**



**SAUBERES WASSER UND SANITÄRVERSORGUNG**

Sauberes Wasser in ausreichender Menge ist für uns eine wichtige Grundlage. Deshalb ist uns das sechste Nachhaltigkeitsziel der UNO – Sauberes Wasser und Sanitärversorgung – ein besonderes Anliegen. In unseren Niederlassungen achten wir auf einen schonenden Umgang mit der Ressource Wasser und setzen Maßnahmen, um unseren Wasserverbrauch zu verringern. Darüber hinaus haben wir alle chemisch-synthetischen Dünge- und Spritzmittel aus dem Sortiment genommen und tragen so dazu bei, dass keine giftigen Chemikalien unsere Gewässer verunreinigen. Auch Maßnahmen zur Pestizidreduktion bei unseren Lieferanten sowie das Monitoring der Schadstoffe in unseren Substraten und Düngern tragen dazu bei, dass Wasser nicht unnötig belastet wird.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Umwelt
- Produkte und Lieferkette

**7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE**



**BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE**

Die Verbesserung der Energieeffizienz und die verstärkte Nutzung erneuerbarer Energieträger sind wichtige Schritte zu einer nachhaltigen Gesellschaft. bellaflora bezieht 100% UZ46-zertifizierten Ökostrom und setzt auch bei der Heizung nach Möglichkeit auf erneuerbare Energiequellen wie Fernwärme oder Wärmepumpen. Wo es uns möglich ist, installieren wir auf unseren Dächern PV-Anlagen und forcieren neue Technologien, um den Energieverbrauch in unseren Gebäuden so gering wie möglich zu halten.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Umwelt

**8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM**



**MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM**

Ein sicherer Arbeitsplatz, sinnvolle Tätigkeiten und wertschätzende Führungskräfte sind Schlüsselfaktoren für ein erfülltes Berufsleben. Im Sinne des langfristigen Unternehmenserfolgs und unserer Verantwortung als Arbeitgeber haben wir unsere finanzielle Entwicklung stets im Blick und achten darauf, uns den Bedürfnissen unserer Kunden entsprechend weiterzuentwickeln. Regionalität ist uns ein großes Anliegen. Bei der Auswahl unserer Lieferanten geben wir österreichischen Gärtnereien den Vorrang und stärken somit die regionale Wirtschaftskraft. Regelmäßige Schulungen für Führungskräfte, der Austausch im Rahmen von Mitarbeiter- und Zielvereinbarungsgesprächen und eine ambitionierte „Human Resources“-Abteilung sind bei bellaflora wichtige Elemente, um ein gutes Arbeitsumfeld zu schaffen.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Wirtschaft
- Mitarbeiter

## 10 WENIGER UNGLEICHHEITEN



### WENIGER UNGLEICHHEIT

Vielfalt ist nicht nur für die Stabilität eines Ökosystems ein ausschlaggebendes Kriterium, sondern auch eine Bereicherung in sozialen Strukturen wie einem Unternehmen. Daher legt bellaflora großen Wert auf Vielfalt und Chancengleichheit in der Belegschaft. Wir bieten allen Mitarbeitern unabhängig von Alter, Geschlecht, Ethnizität oder Religion die gleichen Chancen sich beruflich und persönlich weiterzuentwickeln. Gemeinsam gestalten wir Karrierepläne, die auf die individuelle Lebenssituation jedes Einzelnen eingehen.

Darüber hinaus kooperieren wir mit Organisationen wie dem Diakoniewerk und geben beeinträchtigten Menschen eine Chance, am Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Menschen, die über diese Partnerorganisation zu uns kommen, bereichern ihre Kollegen und unser Unternehmen als Ganzes.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Mitarbeiter
- Gesellschaft

## 11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN



### NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN

Um unsere Gesellschaft zukunftsfähig zu machen, müssen wir unser Zusammenleben nachhaltiger ausrichten. Besondere Bedeutung kommt der Gestaltung von Städten und Gemeinden zu. Sie müssen inklusiv, sicher und widerstandsfähig gegenüber verschiedenen Einflüssen wie zum Beispiel Umweltkatastrophen werden. bellaflora unterstützt diese Veränderung, indem wir unseren Kunden zeigen, wie sie in ihren eigenen Gärten oder auf ihren Balkonen kleine Ökosysteme aufbauen und sich zum Teil selbst mit Obst und Gemüse versorgen können. Diese Hobbygärtner begrünen nicht nur ihr Umfeld, sie inspirieren auch andere, indem sie mit Nachbarn oder Freunden über ihre Erfahrungen sprechen. Auf diese Weise verbinden sich Menschen wieder stärker miteinander und mit der Natur. Die City Farm Augarten, der wir als Kooperationspartner zur Seite stehen, kultiviert „grünes Know-how“ bei Kindern und Familien, die dadurch zu Botschaftern der Natur werden. Gemeinsam mit dem Joanneum Research in Graz erforschen und fördern wir das Thema Rooftop-Farming.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Markt und Kunden
- Gesellschaft

## 12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION



### VERANTWORTUNGSVOLLE KONSUM- UND PRODUKTIONSMUSTER

Als Handelsunternehmen ist für uns das SDG 12 „Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster“ von zentraler Bedeutung. Wir sind uns bewusst, dass wir mit unserer Sortimentspolitik und mit der Art, wie wir unsere Produkte und Dienstleistungen positionieren und bewerben, großen Einfluss auf das Kaufverhalten unserer Kunden haben. Deshalb gilt unser Interesse der gesamten Wertschöpfungskette – vom Pflanzenlieferanten über den Transport, die Verpackung, die Präsentation in unseren Niederlassungen bis hin zum Abfallmanagement.

Die Auslistung aller chemisch-synthetischen Dünge- und Spritzmittel im Jahr 2013 war für uns ein bedeutender Schritt in der Sortimentspolitik. Wir haben unseren Kunden damit gezeigt, dass wir kein Gift im Garten brauchen. Auch bei den Pflanzen selbst achten wir sehr genau darauf, welche Mittel in der Produktion zum Einsatz kommen. Bei anderen Sortimenten, wie Tiernahrung, Deko und Bastelbedarf, geben wir unser Bestes, um uns in Richtung Nachhaltigkeit zu entwickeln. So ist unser gesamtes Wollsortiment mulesingfrei und wir bevorzugen GOTS-zertifizierte Ware. Durch eine entsprechende Gestaltung unserer Niederlassungen wollen wir unseren Kunden nicht nur Pflanzen, Substrate, Deko-Artikel oder Wolle näherbringen, sondern auch unser breites Fachwissen vermitteln. Zum Beispiel zeigen wir mit Infotafeln in unmittelbarer Nähe der Sträucher und Bäume, welche davon für Vögel und Insekten besonders interessant sind. Damit wollen wir uns und unseren Kunden bewusst machen, welche große Verantwortung wir für unsere Umwelt haben.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Wirtschaft
- Umwelt
- Produkte und Lieferkette
- Markt und Kunden

**13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ****MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ**

Der Klimawandel ist die größte Herausforderung unserer Zeit. Deshalb gilt es, unmittelbar Maßnahmen zu ergreifen. Wir setzen an mehreren Stellen an.

Durch verbesserte Energieeffizienz an unseren Standorten verringern wir unseren Energieverbrauch, den wir dann so weit möglich mit erneuerbaren Energiequellen decken. Wir forcieren die Installation von PV-Anlagen an unseren Standorten und beziehen ausschließlich zertifizierten Ökostrom. Bei der Beheizung unserer Niederlassungen bevorzugen wir Fernwärme und

Wärmepumpen.

Außerhalb unserer Unternehmensgrenzen setzen wir uns für ein gesundes Bodenleben und Humusaufbau ein. Wir versuchen den Torfanteil in unseren Substraten zu verringern und unterstützen die Forschung mit Torfersatzstoffen, denn in intakten Torfböden sind große Mengen an Kohlenstoff gebunden. Bei der Auswahl eines Partners für den Zustellservice war uns wichtig, dass dieser seinen CO<sub>2</sub>-Ausstoß kompensiert.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Umwelt
- Produkte und Lieferkette

**15 LEBEN AN LAND****LEBEN AN LAND**

Intakte, vielfältige Ökosysteme sind die Grundlage für einen lebendigen Planeten und damit auch für uns Menschen. Viele Ökosysteme werden durch menschliche Aktivitäten stark beeinträchtigt oder zerstört. Das hat Wüstenbildung und Degradation von ehemals fruchtbaren Böden sowie einen massiven Verlust an Biodiversität zur Folge. Unser Geschäftsmodell baut auf der wunderbaren Artenvielfalt von Pflanzen auf, die wiederum Grundlage für die Vielfalt der Tierwelt ist. Es liegt also in unserem Interesse, uns weit über die Grenzen unseres Unternehmens hinaus für den Erhalt und die Verbesserung von Ökosystemen einzusetzen.

Unsere wichtigsten Tätigkeitsfelder in diesem Zusammenhang sind der Verkauf einer großen Vielfalt an Pflanzen, die Reduktion des Pestizideinsatzes im privaten Hobbygarten und die Verringerung des Torfanteils in Erds substraten. An dieser Stelle möchten wir die intensive Zusammenarbeit mit dem Verein Arche Noah betonen, durch die wir einen Beitrag zum Erhalt seltener, samenfester Sorten leisten. Im Rahmen unserer Weiterbildungs- und Kundenveranstaltungen schaffen wir Bewusstsein für dieses so bedeutsame Thema.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Produkte und Lieferkette

**17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE****PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE**

Die Sustainable Development Goals können nicht von einzelnen Menschen, Staaten oder Unternehmen erreicht werden, sondern nur durch interdisziplinäre Partnerschaften und grenzüberschreitende Kooperationen. Als Handelsunternehmen sind unsere Kunden und Lieferanten die wichtigsten Partner für eine nachhaltige Entwicklung unseres Sortiments. Daher haben wir mit unseren Pflanzenlieferanten den bellaflora Standard für den Gartenbau entwickelt und damit zu mehr Nachhaltigkeit in unserer Lieferkette beigetragen. Unsere Kunden vertrauen darauf,

dass wir gute Qualität zu einem fairen Preis anbieten. Sie schenken auch den sozialen und ökologischen Aspekten unserer Arbeit immer mehr Beachtung. Ihre Anliegen erfüllen wir, indem wir mit Organisationen und Vereinen wie Global 2000, Arche Noah, Klimabündnis, Joanneum Research, FiBL, Hilde-Umdasch-Haus, City Farm Augarten und Diakoniewerk zusammenarbeiten und somit mithelfen, die Welt ein Stück besser zu machen.

Bereiche, in denen wir zur Erreichung dieses Ziels beitragen:

- Wirtschaft
- Produkte und Lieferkette
- Markt und Kunden
- Gesellschaft

# GRI-Inhaltsindex

Nummer	Titel	Verweis	Status	Kapitel und zusätzliche Informationen
<b>102 ALLGEMEINE ANGABEN</b>				
<b>ORGANISATIONSPROFIL</b>				
102-1	Name der Organisation	8 - 9	●	Über uns: Wir sind bellaflora
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	8 - 11	●	Über uns: Wir sind bellaflora Meilensteine: Chronik einer nachhaltigen Entwicklung
102-3	Hauptsitz der Organisation	8 - 9	●	Über uns: Wir sind bellaflora
102-4	Betriebsstätten	12 - 13	●	Zahlen und Fakten: bellaflora im Überblick
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	8 - 9	●	Über uns: Wir sind bellaflora
102-6	Belieferte Märkte	8 - 9	●	Über uns: Wir sind bellaflora
102-7	Größe der Organisation	8 - 9, 12 - 13	●	Über uns: Wir sind bellaflora Zahlen und Fakten: bellaflora im Überblick
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	54 - 57, >>	●	Beschäftigung und Arbeitgeberqualität: Mehr Mitarbeiter in einem flexiblen System <i>In sehr geringem Ausmaß werden in den saisonalen Spitzen auch Leiharbeitskräfte eingesetzt.</i>
102-9	Lieferkette	30 - 31	●	Regionale Beschaffung: Wir kaufen gerne vor Ort
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	>>	●	<i>Organisation: Im Berichtszeitraum wurden zwei neue Niederlassungen errichtet und eine Niederlassung geschlossen. Lieferkette: Es werden nun alle Substrate der Eigenmarken von einem neuen Lieferanten bezogen.</i>
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	65 - 66	●	Unser Zugang: Partner, die unsere nachhaltige Ausrichtung teilen
102-12	Externe Initiativen	>>	●	<i>bellaflora ist seit 2011 Mitglied beim Klimabündnis Österreich.</i>
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	>>	●	<i>bellaflora ist Mitglied bei respACT, Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltige Entwicklung.</i>
<b>STRATEGIE</b>				
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	2 - 5	●	Vorwort: KR Hilde Umdasch Vorwort: GF Mag. Franz Koll
<b>ETHIK UND INTEGRITÄT</b>				
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	16	●	Leitbild: Das gibt uns Orientierung
<b>UNTERNEHMENSFÜHRUNG</b>				
102-18	Führungsstruktur	17	●	Organisation und Führung: Klare Struktur, flache Hierarchie
<b>EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN</b>				
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	24 - 25	●	Stakeholder: Gemeinsam zum Erfolg
102-41	Tarifverhandlungsvereinbarungen	53	●	Unser Zugang: Beste Ausbildung und beste Chancen
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	24	●	Stakeholder: Gemeinsam zum Erfolg
102-43	Ansätze für die Einbindung von Stakeholdern	24 - 25	●	Stakeholder: Gemeinsam zum Erfolg
102-44	Wichtigste Themen und hervorgebrachte Anliegen	24 - 25	●	Stakeholder: Gemeinsam zum Erfolg

Nummer	Titel	Verweis	Status	Kapitel und zusätzliche Informationen
<b>VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG</b>				
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	93 - 94	●	Zum Bericht
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	95 - 99	●	Wir berichten über das Wesentliche
102-47	Liste der wesentlichen Themen	22 - 23	●	Wesentliche Themen: Das ist uns wichtig
102-48	Neudarstellung von Informationen	>>	●	<i>Es wurden keine Informationen aus alten Berichten neu dargestellt.</i>
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	93 - 94	●	Zum Bericht
102-50	Berichtszeitraum	93 - 94	●	Zum Bericht
102-51	Datum des letzten Berichts	93 - 94	●	Zum Bericht
102-52	Berichtszyklus	93 - 94	●	Zum Bericht
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	113	●	Impressum
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	93 - 94	●	Zum Bericht
102-55	GRI-Inhaltsindex	108 - 112	●	GRI Content Index
102-56	Externe Prüfung	93 - 94	●	Zum Bericht

<b>WESENTLICHE THEMEN</b>				
<b>200ER-SERIE ÖKONOMIE</b>				
<b>WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	28 - 29	●	Wirtschaftliche Leistung: Umsatz im Steigen
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	27, 31	●	Unser Zugang: Wir bieten das breiteste und tiefste Sortiment der Branche Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	28 - 29	●	Wirtschaftliche Leistung: Umsatz im Steigen
201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	27	●	Unser Zugang: Wir bieten das breiteste und tiefste Sortiment der Branche
<b>203 INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	88 - 91	●	Gesellschaft: bellaflora trägt Verantwortung
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	88 - 91	●	Gesellschaft: bellaflora trägt Verantwortung
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	88 - 91	●	Hilde-Umdasch-Haus: Wenn Familien Hilfe brauchen Diakoniewerk Gallneukirchen: Menschen, die uns bereichern City Farm Augarten: Der Stadtgarten für Kinder und ihre Familien Lebenshilfe Oberösterreich
<b>204 BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	30 - 31	●	Regionale Beschaffung: Wir kaufen gerne vor Ort
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	27, 31	●	Unser Zugang: Wir bieten das breiteste und tiefste Sortiment der Branche Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	30 - 31	●	Regionale Beschaffung: Wir kaufen gerne vor Ort

Nummer	Titel	Verweis	Status	Kapitel und zusätzliche Informationen
<b>300ER-SERIE ÖKOLOGIE</b>				
<b>302 ENERGIE</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	38 - 43	●	Energieverbrauch: Effizienz und Anteil aus erneuerbaren Quellen steigern
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	33, 51	●	Unser Zugang: Gebäude ökologisch optimieren Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	38 - 43	●	Energieverbrauch: Effizienz und Anteil aus erneuerbaren Quellen steigern
302-3	Energieintensität	38 - 43	●	Energieverbrauch: Effizienz und Anteil aus erneuerbaren Quellen steigern
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	38 - 43	●	Energieverbrauch: Effizienz und Anteil aus erneuerbaren Quellen steigern
<b>303 WASSER</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	34 - 37	●	Wasser: Im Kreislauf führen und Verbrauch minimieren
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	33, 51	●	Unser Zugang: Gebäude ökologisch optimieren Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
303-1	Wasserentnahme nach Quelle	34 - 37	●	Wasser: Im Kreislauf führen und Verbrauch minimieren
303-3	Abwasserrückgewinnung und -wiederverwendung	34 - 37	●	Wasser: Im Kreislauf führen und Verbrauch minimieren
<b>305 EMISSIONEN</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	38 - 47	●	Energieverbrauch: Effizienz und Anteil aus erneuerbaren Quellen steigern Klimaschutz: CO <sub>2</sub> -Fußabdruck verkleinern
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	33, 51	●	Unser Zugang: Gebäude ökologisch optimieren Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	44 - 47	●	Klimaschutz: CO <sub>2</sub> -Fußabdruck verkleinern
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	44 - 47	●	Klimaschutz: CO <sub>2</sub> -Fußabdruck verkleinern
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	44 - 47	●	Klimaschutz: CO <sub>2</sub> -Fußabdruck verkleinern
305-5	Senkung der THG-Emissionen	38 - 47	●	Energieverbrauch: Effizienz und Anteil aus erneuerbaren Quellen steigern Klimaschutz: CO <sub>2</sub> -Fußabdruck verkleinern
<b>306 ABWASSER UND ABFALL</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	48 - 50	●	Abfallmanagement: Reduzieren und wiederverwerten
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	33, 51	●	Unser Zugang: Gebäude ökologisch optimieren Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	48 - 50	●	Abfallmanagement: Reduzieren und wiederverwerten
<b>308 UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANTEN</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	65, 70	●	Unser Zugang: Partner, die unsere nachhaltige Ausrichtung teilen bellaflo Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	65, 70	●	Unser Zugang: Partner, die unsere nachhaltige Ausrichtung teilen bellaflo Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor

Nummer	Titel	Verweis	Status	Kapitel und zusätzliche Informationen
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21, 70	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament bellaflo Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	70 - 75	●	bellaflo Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe Pestizidreduktion: Für weniger Gifte in unseren Gärten
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	72 - 75, >>	●	Pestizidreduktion: Für weniger Gifte in unseren Gärten <i>Einem Lieferanten, der nach dem bellaflo Standard zertifiziert war, wurde die Zertifizierung entzogen, weil er gemäß dem bellaflo Standard verbotene Pestizide eingesetzt hat.</i>
<b>400ER-SERIE SOZIALES</b>				
<b>401 BESCHÄFTIGUNG</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	54 - 57	●	Beschäftigung und Arbeitgeberqualität: Mehr Mitarbeiter in einem flexiblen System
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	53, 63	●	Unser Zugang: Beste Ausbildung und beste Chancen Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	54 - 57	●	Beschäftigung und Arbeitgeberqualität: Mehr Mitarbeiter in einem flexiblen System
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	>>	●	<i>Die freiwilligen betrieblichen Leistungen stehen allen Mitarbeitern zu, auch jenen, die teilzeit- oder befristet beschäftigt sind.</i>
401-3	Elternzeit	54 - 57	●	Beschäftigung und Arbeitgeberqualität: Mehr Mitarbeiter in einem flexiblen System
<b>403 ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	60 - 61	●	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz: Für einen gesunden Arbeitsplatz
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	53, 63	●	Unser Zugang: Beste Ausbildung und beste Chancen Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	60 - 61, >>	●	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz: Für einen gesunden Arbeitsplatz <i>Im Berichtszeitraum gab es keine Todesfälle. Die häufigsten Verletzungen sind Schnittwunden durch zerbrochenes Glas und Quetschwunden bei Schlichtarbeiten.</i>
<b>404 AUS- UND WEITERBILDUNG</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	58 - 59	●	Aus- und Weiterbildung: Lebenslanges Lernen fördern
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	53, 63	●	Unser Zugang: Beste Ausbildung und beste Chancen Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	58 - 59	●	Aus- und Weiterbildung: Lebenslanges Lernen fördern
<b>414 SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANTEN</b>				
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	65, 70	●	Unser Zugang: Partner, die unsere nachhaltige Ausrichtung teilen bellaflo Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	65, 70	●	Unser Zugang: Partner, die unsere nachhaltige Ausrichtung teilen bellaflo Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe Ziele und Maßnahmen: Das nehmen wir uns vor

Nummer	Titel	Verweis	Status	Kapitel und zusätzliche Informationen
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	18 - 21, 70	●	Strategie und Management: Nachhaltigkeit als Fundament bellaflora Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	70	●	bellaflora Standard: Wir fördern nachhaltige Betriebe
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	CI	●	<i>Alle Lieferanten, die am bellaflora Standard teilnehmen, haben die sozialen Anforderungen des bellaflora Standards erfüllt. Die Lieferanten werden jährlich auditiert.</i>

- vollständig berichtet
- teilweise berichtet
- >> Information direkt im GRI-Inhaltsindex

Herausgeber  
 bellaflora Gartencenter GmbH  
 Poststraße 3  
 4060 Leonding  
[www.bellaflora.at](http://www.bellaflora.at)

Ansprechpartner  
 Elisabeth Schipflinger  
 Nachhaltige Entwicklung  
 bellaflora Gartencenter GmbH  
 Poststraße 3  
 4060 Leonding  
[nachhaltigkeit@bellaflora.at](mailto:nachhaltigkeit@bellaflora.at)

Fachliche Beratung  
 Harald Reisinger  
 Nachhaltigkeitsmanagement & Reporting  
[www.harald-reisinger.at](http://www.harald-reisinger.at)

ikp  
[www.ikp.at](http://www.ikp.at)

Redaktionsteam  
 Elisabeth Schipflinger  
 Susanne Senft  
 Harald Reisinger

Gestaltung  
 bellaflora Gartencenter GmbH  
[www.bellaflora.at](http://www.bellaflora.at)

Fotos  
 thinkstock, fotolia, istockphoto, gettyimages,  
 Hermann Wakolbinger, Stephan Huger,  
 Franz Pflügl, Markus Schneeberger,  
 City Farm Augarten, Arche Noah,  
 Wolfgang Dolak, bellaflora

# ***bellaflo*ra**

DIE WELT DER GRÜNEN NUMMER 1



[bellaflora.at](https://bellaflora.at)  
[nachhaltig.bellaflora.at](https://nachhaltig.bellaflora.at)

