

2022 / 2023

L&T

Nachhaltigkeitsbericht
**JUSTIFIEREN &
GESTALTEN**

3	Vorwort	35	Nachhaltigkeitsaspekt Ökologie
4	Unsere Grundlagen, Standards und Ziele	36	Unser Klima braucht Taten. Packen wir es an.
5	Über diesen Bericht	37	Grundlagen unserer Klimabilanz
6	Der Berichtsstandard: Global Reporting Initiative (GRI)	38	Die Klimabilanz 2022
7	Die L&T-Wesentlichkeitsanalyse	39	• Der CO ₂ -Footprint und CO ₂ -Handprint
12	Unsere Ziele	40	• Kompensation zum Ausgleich des Unvermeidbaren
13	Unser Unternehmen L&T	41	Das nachhaltige Haus: Energie und wie wir sie einsparen
14	Das Unternehmen L&T	42	• Ressource Strom
14	• L&T-Unternehmensstruktur	42	• Ressource Gas
15	• L&T-Angebots- und Sortimentsstruktur	43	• Ressource Heizöl
16	• L&T-Netzwerk	43	• Ressource Wasser
17	L&T-Identität	43	• Raumklima
18	L&T-Unternehmensführung	43	• Tageslicht und Lärmemissionen
20	Interessengruppen	44	Logistik und Transport
21	Nachhaltigkeitsaspekt Ökonomie	44	• Vorgelagerte Logistik
22	Neue Herausforderungen meistern	45	• Standortlogistik, Onlinelogistik, Arbeitswege der Mitarbeiter*innen
23	Die Entwicklung von L&T	46	• Fuhrpark, Geschäftsreisen
24	Marktpräsenz in der Region	47	Der Materialeinsatz
25	Allgemeine Marktentwicklung 2022	47	• Marketing, Druck, Papier
26	Umsatz- und Eigenkapitalentwicklung	48	• Verpackungsmaterial, Digitale Infrastruktur
27	Haltung gegenüber dem Wettbewerb	49	• Sonstige Materialien, Reparatur, Wiederverwendung und Verkauf
28	Nachhaltigkeit unserer Handelsware	50	Gastronomie
28	• Der Code of Conduct	51	Recycling und Entsorgung: Abfall und Abwasser
29	• Die Haltung der Verbraucher*innen	52	Biodiversität erhalten
30	• Nachhaltige Partnerunternehmen und Marken	54	Nachhaltigkeitsaspekt Soziales
31	Siegel – wichtige Orientierung	55	Compliance
32	• Anteil nachhaltiger Textilien	56	Beschäftigung und Benefits
33	• Hersteller nachhaltiger Produkte	59	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
34	Maßnahmen für einen nachhaltigen Umgang mit Textilien	61	Aus- und Weiterbildung
		63	Diversität und Chancengleichheit
		65	Lebendige Erinnerungskultur
		66	Gesellschaftliches Engagement
		67	Nachwort
		68	Impressum



Liebe Leserinnen und Leser,

unseren aktuellen Nachhaltigkeitsbericht haben wir unter das Motto „**justieren und gestalten**“ gestellt. Und das aus gutem Grund: Die gesellschaftlichen Herausforderungen der letzten Jahre, die Dringlichkeit des Themas Nachhaltigkeit und unser diesbezüglicher Wissenszuwachs – all das hat Einfluss auf unsere nachhaltige Geschäftsstrategie. Ihre Weiterentwicklung ist permanent gefordert.

Die Europäische Union hat mit der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) die Berichtspflicht für Unternehmen deutlich ausgeweitet. Uns wird diese erstmals im Berichtsjahr 2025/2026 betreffen. Schon heute bereiten wir die Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben vor. Eine konkrete Folge dieser Entwicklung ist unsere **erstmalig durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse**. Die Ergebnisse zeigen, dass unseren Stakeholdern die Rolle als verantwortungsvoller Arbeitgeber sowie ein nachhaltiges Ressourcenmanagement besonders wichtig sind.

Vor drei Jahren haben wir mit viel Engagement begonnen, Nachhaltigkeit systematisch in die Unternehmensstrategie zu integrieren, unsere Ergebnisse in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales messbar zu machen und transparent zu berichten.

Und wir machen Fortschritte – insbesondere im Ressourcenmanagement. Die selbst produzierte Strommenge konnten wir um 26 Prozent steigern. 20 Prozent unseres Stromverbrauchs sind selbst erzeugt. Der Gasverbrauch ist im Vergleich zum letzten uneingeschränkten Geschäftsjahr 2019 um 16 Prozent gesunken. Und wir haben erstmals die Hälfte unseres CO₂e-Fußabdrucks über zwei zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert.

Das alles ist gut, aber noch nicht gut genug. Durch den ganzjährig uneingeschränkten Geschäftsbetrieb haben sich die von uns verursachten Emissionen auf 2.682 Tonnen CO₂e erhöht. Wir brauchen also noch mehr Ideen, um unseren Fußabdruck kontinuierlich

zu verringern. Für diese Ideen sind wir immer offen. Wir lernen, wir sammeln und dort, wo es richtig und sinnvoll erscheint, setzen wir um, ganz nach dem Motto „**Einfach mal machen, es könnte ja gut werden**“.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht zeigt, wo es gut funktioniert und wo noch mehr möglich ist. Unter diesem Aspekt trifft der Titel unseres diesjährigen Berichts „justieren und gestalten“ ins Schwarze. Das Thema Nachhaltigkeit ist niemals abgearbeitet.

Gestalten wir gemeinsam eine nachhaltigere Welt! Es lohnt sich.




 Mark **Rauschen** Alexander **Berger** Thomas **Ganter**

Geschäftsführung



Unsere

GRUNDLAGEN

STANDARDS

ZIELE



ÜBER DIESEN BERICHT

Der L&T-Nachhaltigkeitsbericht 2022/2023 dokumentiert den Ist-Zustand unserer Nachhaltigkeitsbemühungen im Berichtsjahr. Die drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales tragen zu gleichen Teilen das Dach der Nachhaltigkeit. Nur die gleichrangige Behandlung aller Bereiche garantiert unsere nachhaltige Unternehmensentwicklung.

Der Bericht stellt eine Entwicklung im Hinblick auf die neue EU-Richtlinie zur Unternehmens-Nachhaltigkeitsberichterstattung (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD) dar. Mit der CSRD-Richtlinie, die im Geschäftsjahr 2025/2026 auch für das Unternehmen L&T verbindlich wird, weitet sich die Berichtspflicht aus und der Berichtsstandard wird auf EU-Ebene angeglichen. Transparenz und Vergleichbarkeit werden dadurch gefördert.

Eine der Neuerungen, die mit der CSRD eingeführt wird, ist das neue Verständnis von Wesentlichkeit. Dieses verpflichtet Unternehmen, sowohl über die Auswirkungen des eigenen Geschäftsbetriebs auf Menschen und Umwelt als auch über die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten auf das Unternehmen zu berichten. Wir haben im Hinblick darauf erstmals eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, deren Ergebnisse wir in diesem Bericht präsentieren.

Der Nachhaltigkeitsbericht enthält alle relevanten Informationen des Berichtsjahrs, das die Monate März 2022 bis Februar 2023 umfasst. Für die Verbrauchswerte haben wir aus Vereinfachungsgründen das Kalenderjahr 2022 zugrunde gelegt. Bei Fragen und Anmerkungen zum vorliegenden Bericht oder bei Wünschen für zukünftige Berichte wenden Sie sich gerne an Alexander Berger, Geschäftsführer bei L&T.

Prinzipien der Berichterstattung

1. Wesentlichkeit

Alle Themen, bei denen unser Handeln soziale, ökologische oder ökonomische Auswirkungen hat, werden berücksichtigt.

2. Transparenz

Die Berichterstattung erfolgt unabhängig davon, ob unser nachhaltiges Handeln in den einzelnen Bereichen bereits erfolgreich ist. Es wurden keine Informationen bewusst ausgelassen.

3. Vollständigkeit

Der Bericht ist auf der Grundlage validierter, aktueller und vollständiger Informationen entstanden, die vollumfänglich präsentiert werden.

4. Nachhaltigkeitskontext

Ebenfalls geben wir einen Ausblick auf zukünftig bedeutsame Auswirkungen und Themen. Die Auswahl dieser Themen beruht auf unseren Erfahrungen und unserem Wissensstand.

5. Einbeziehung der Stakeholder

Eine wichtige Rolle spielen die Erwartungen unserer Leser*innen, Kund*innen und Mitarbeiter*innen an unsere Strategie. Wir beziehen sie durch regelmäßige Befragungen mit ein.



Die Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen stellen die Grundlage eines weltweit nachhaltigen Fortschritts dar. Sie gelten für alle Staaten dieser Welt. Die 17 SDG sind nicht als Richtlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu verstehen, wie z. B. die GRI-Standards, bilden aber eine gute Guideline für die Entwicklung von umfassenden Nachhaltigkeitsstrategien in Unternehmen und Organisationen.

Foto: UN-Plakat für nachhaltige Entwicklungsziele, UN

DER BERICHTSSTANDARD: GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Im konsolidierten L&T-Nachhaltigkeitsbericht werden alle genannten Informationen für den Zeitraum vom 01.03.2022 – 28.02.2023 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards wiedergegeben.

Die Leitlinien der Global Reporting Initiative, herausgegeben vom Global Sustainability Standards Board (GSSB), dienen Unternehmen weltweit zur Erstellung ihrer Nachhaltigkeitsberichte. Die Anwendung der Standards gewährleistet eine für alle Interessengruppen **transparente und vergleichbare Darstellung** der ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen des unternehmerischen Handelns.

Die Leitlinien der GRI bestehen aus **36 Standards**, die sowohl die positiven als auch die negativen Beiträge eines Unternehmens zu einer nachhaltigen

Entwicklung einbeziehen. Im Sinne der Vollständigkeit haben wir jeden Standard auf seine Auswirkungen innerhalb und/oder außerhalb unseres Unternehmens geprüft.

Nicht alle Standards sind auf unsere Branche anwendbar. Die auf unser Unternehmen zutreffenden haben wir herausgefiltert.

Analog zur Anforderung der CSRD-Richtlinie beinhaltet auch der aktualisierte Leitfaden der Global Reporting Initiative als wichtigen Punkt die Erstellung einer Wesentlichkeitsanalyse.



Basis der Stakeholder-Umfrage

→ Befragte

- Mitarbeiter*innen (157 Personen)
- Kund*innen (359 Personen)
- Geschäftsführung und Beirat (4 Personen)

→ Inhalt der Umfrage

- Frage 1: Ranking nachhaltiger Themenfelder (orientiert an GRI-Standards)
- Frage 2: Priorisierung der L&T-Nachhaltigkeitsziele

→ Bewertungsskala

Priorität 1 bis Priorität 6

→ Erhebungszeitraum

28.05.–06.06.2023



DIE L&T-WESENTLICHKEITSANALYSE

Die Wesentlichkeitsanalyse dient zur strategischen Ermittlung der für ein Unternehmen und seine Stakeholder bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen.¹

Unsere Kund*innen und Besucher*innen, Mitarbeiter*innen, Liefer- und Partnerunternehmen sowie die Geschäftsführung – sie alle haben direkten Einfluss auf den Geschäftsbetrieb und die Marke L&T.

Für uns ist es daher unverzichtbar, diese Interessengruppen bei der Frage nach den wichtigsten Themen im Bereich Nachhaltigkeit miteinzubeziehen und ihre Meinungen aufzunehmen. Das hilft uns, Prioritäten zu setzen und neue Maßnahmen zu entwickeln.

Die Stakeholder-Perspektiven berücksichtigen wir, ohne unsere selbst gesteckten Ziele außer Acht

zu lassen – es geht um einen Interessenausgleich zwischen allen am Unternehmenserfolg beteiligten Gruppen.

Erstmals haben wir eine L&T-Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, die explizit die Bewertung unserer Stakeholder erfasst. Bei diesem Prozess haben uns unsere Kund*innen und Mitarbeiter*innen aus allen hierarchischen Ebenen unterstützt.

Für die Beteiligung möchten wir uns an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich bedanken.

In Zukunft ergänzen wir die Wesentlichkeitsanalyse um zwei Perspektiven. Wir werden die ökonomischen Chancen und Risiken bewerten, die durch Umwelteinflüsse auf unser Unternehmen bestehen. Zudem integrieren wir das Feedback unserer Partnerunternehmen, für die das Thema Nachhaltigkeit ebenfalls von stetig zunehmender Bedeutung ist.

¹ Steinke, K.-H./ Schulze, M./ Berlin, S./ Stehle, A./ Georg, J., Green Controlling, Leitfaden für die erfolgreiche Integration ökologischer Zielsetzungen in Unternehmensplanung und -steuerung, 2014.

Ergebnisse der Umfrage

Grundsätzlich bestätigt das Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse unsere Nachhaltigkeitsstrategie.

Die Bewertung durch unsere Stakeholder animiert uns jedoch dazu, einige Themen zu justieren.

Wir haben wahrgenommen, dass unsere Kund*innen und Mitarbeiter*innen insbesondere den operativen Themenfeldern und Zielen Aufmerksamkeit schenken.

Als besonders relevant bewerten alle befragten Gruppen drei Themenfelder

- **Verantwortungsvoller Arbeitgeber**
Faire Entlohnung, moderne Arbeitszeitmodelle, Aus- und Weiterbildung
- **Abfallmanagement**
Vermeidung, Wiederverwendung, Recycling, Verwertung und Entsorgung
- **Energie- und Ressourcenmanagement**
Einsparen von Ressourcen, Einsatz effizienter Technik

Bei der Bewertung unserer Ziele nehmen die Stakeholder neben der sozialen Verantwortung vor allem die Schaffung einer umweltfreundlichen Infrastruktur, die Optimierung der Transportwege und die Reduzierung des Verpackungsmülls in den Fokus.

Daher werden wir soziale und infrastrukturelle Maßnahmen sowie solche im Bereich Transport und Verpackung verstärkt fördern.

Letztgenannte Aspekte zählen auf das unternehmensseitig hoch bewertete Ziel der Treibhausgasneutralität ein. Interessant für uns ist darüber hinaus, dass wir die Relevanz des Anteils nachhaltiger Waren im Sortiment zum jetzigen Zeitpunkt höher einschätzen als unsere Stakeholder. Dem nachhaltigen Wachstum wurde in der Umfrage von allen Interessengruppen hingegen nur geringe Aufmerksamkeit gewidmet. Wirtschaftlicher Erfolg bleibt jedoch eine Grundvoraussetzung, um unsere ökologischen und sozialen Ziele erreichen zu können.

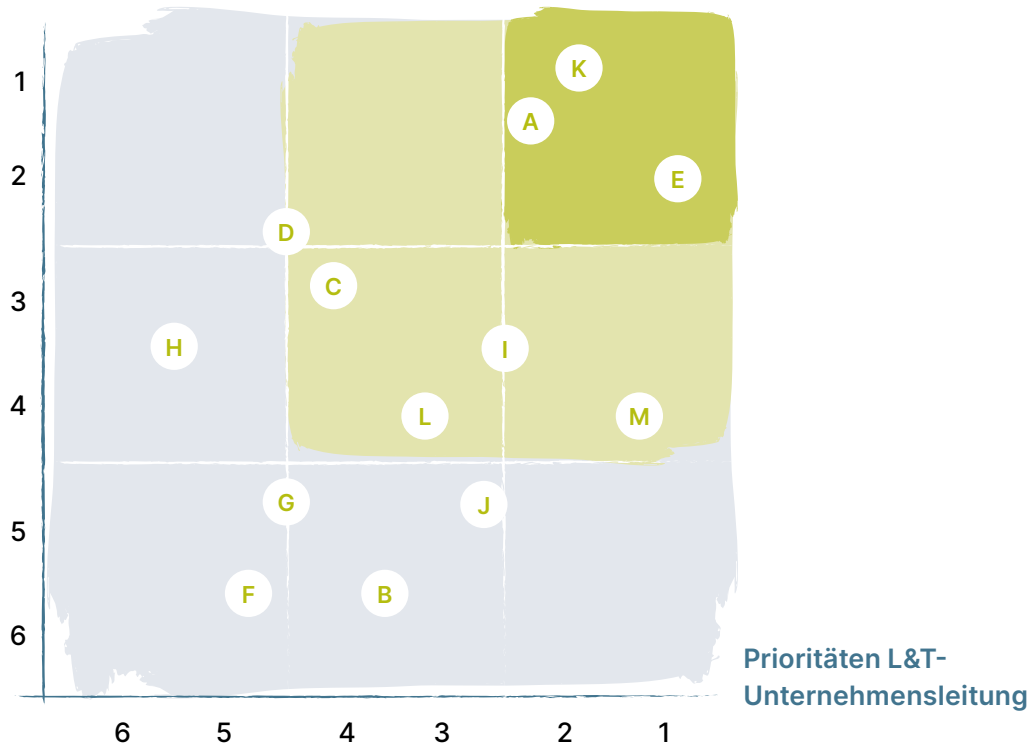
Top 3 der Nachhaltigkeitsthemen





Frage 1: Welche Handlungsfelder sind Ihnen wichtig, wenn Sie an die Nachhaltigkeit von textilen Handelsunternehmen wie L&T denken?

Prioritäten Kund*innen
und Mitarbeiter*innen



- A Abfallentsorgung und Recycling
- B Angebots- und Sortimentsstruktur
- C Biodiversität und Artenvielfalt
- D Diversität und Chancengleichheit
- E Energie- und Ressourcenmanagement
- F Gesellschaftliches Engagement
- G Lebendige Erinnerungskultur
- H Nachhaltiger Umgang mit Textilien
- I Treibhausgasneutralität des Unternehmens
- J Unternehmenskultur und Markenwerte
- K Verantwortungsvoller Arbeitgeber
- L Wertschöpfungskette der Mode
- M Wirtschaftliches Wachstum



Frage 2: Bitte bringen Sie die L&T-Nachhaltigkeitsziele in eine Ihrer Meinung nach richtige Reihenfolge bezüglich Wichtigkeit / Relevanz.

Prioritäten Kund*innen und Mitarbeiter*innen



- A Infrastruktur: L&T schafft eine umweltfreundliche Infrastruktur.
- B Logistik: L&T optimiert die Transportwege und reduziert Verpackungsmüll.
- C Sortiment: L&T steigert den Anteil nachhaltiger Mode- und Handelswaren.
- D Soziale Verantwortung: L&T stärkt soziale Verantwortung und faire Arbeitsbedingungen.
- E Treibhausgasneutralität: L&T wird bis 2025 treibhausgasneutral.
- F Wachstum: L&T will nachhaltig wachsen.

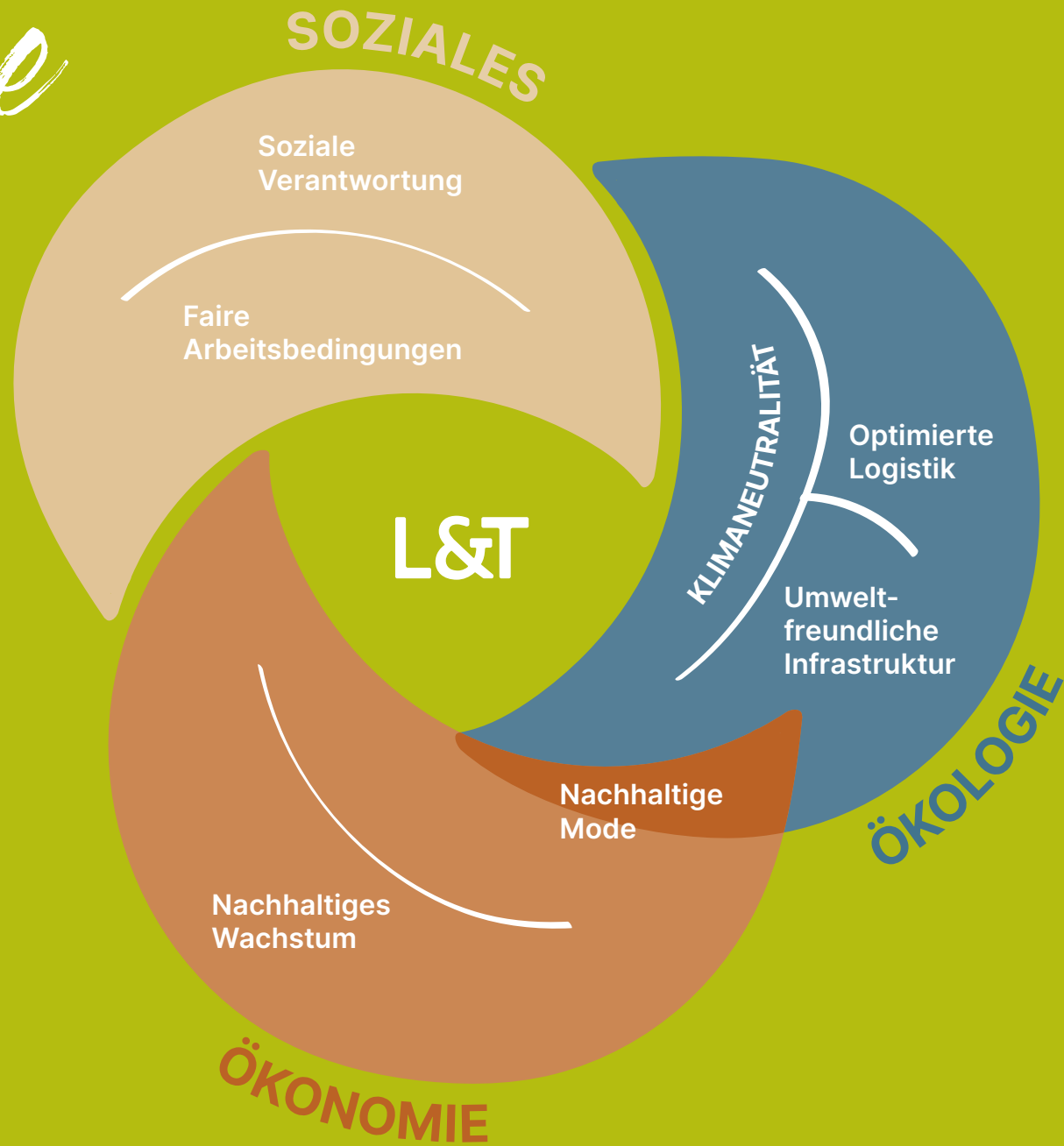
Die Ziele wurden im Rahmen unserer unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsstrategie bereits 2019 definiert.
Die Wesentlichkeitsanalyse dient vor allem dazu, die Gewichtung der Ziele zu prüfen und in Abhängigkeit von den Ergebnissen neu zu bewerten.



DIE ZIELE

UNSERER **NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE**
LIEGEN AUSGEWOGEN IN DEN BEREICHEN
SOZIALES, ÖKONOMIE
UND ÖKOLOGIE.

Unsere Ziele



Das UNTER-
NEHMEN



DAS UNTERNEHMEN L&T

L&T ist eines der größten inhabergeführten Lifestyle- und Erlebnisquartiere im Einzelhandels- und Freizeitsektor in Deutschland. In den Bereichen Mode, Sport, Freizeit und Gastronomie sind wir für unsere Besucher*innen ein attraktiver Anziehungspunkt im Herzen Osnabrücks.

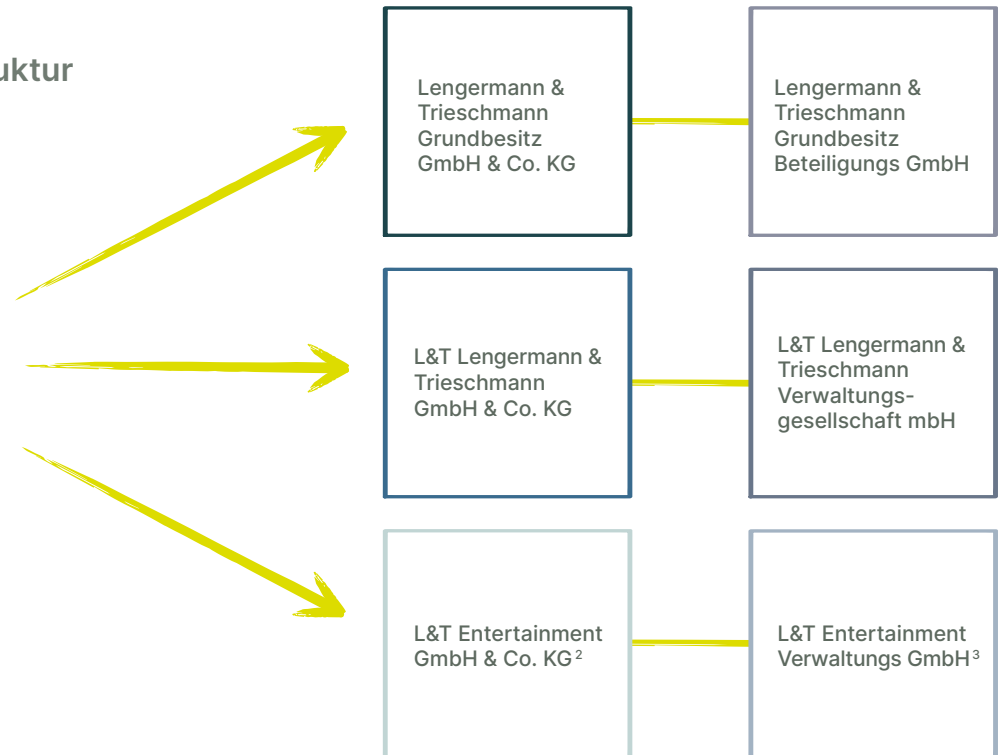
Geschäftsimmobilien

Der zentrale Gebäudekomplex in der Großen Straße 27–32 ist zum weit überwiegenden Teil Unternehmenseigentum. Dort sind auch die Verwaltungs- und Supportabteilungen untergebracht.

Das Gebäude des L&T-Parkhauses in der Herrenteichsstraße inklusive des Stores L&T XXL Men ist zu 100 Prozent in Firmeneigentum.

Angemietet sind die Räumlichkeiten für L&T Kurvenqueen, das L&T-Outlet sowie unser Logistikzentrum in der Pferdestraße.

Unternehmensstruktur

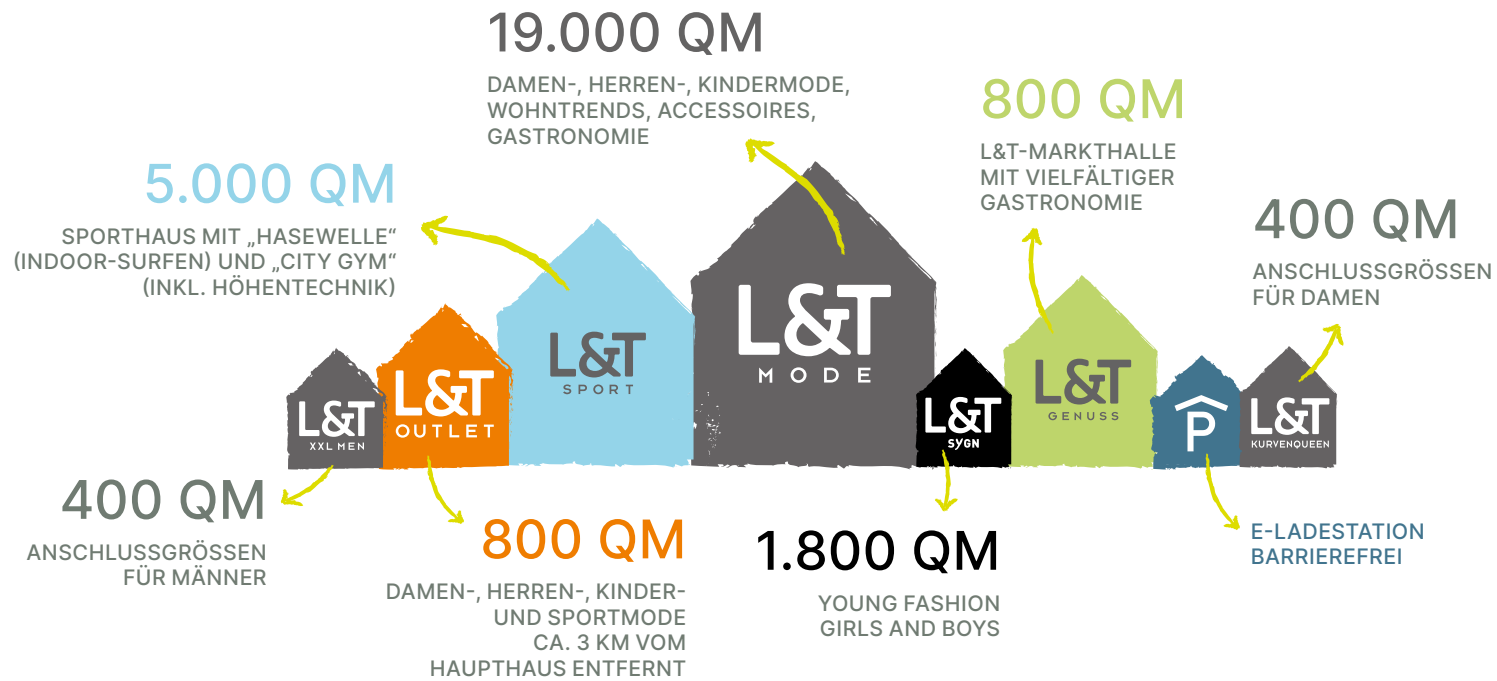


² ehemals L&T Markthalle GmbH & Co. KG

³ ehemals L&T Markthalle Verwaltungs GmbH



Angebots- und Sortimentsstruktur



Ergänzt wird das Angebot um **Partnerunternehmen**, die in das Hauptgebäude integrierte oder direkt anliegende Verkaufsflächen gepachtet haben. Dazu zählen das Schuhhaus Zumnorde, die Parfümerie Douglas, der Retail-as-a-Service-Spezialist Vaund, die Bajac Hairlounge und die Sparkasse Osnabrück.



Netzwerk

Unser Unternehmen legt viel Wert auf eine gute Zusammenarbeit mit allen Hersteller-, Liefer-, Dienstleistungs- und sonstigen Partnerunternehmen. Darüber hinaus unterstützen wir verschiedene Initiativen und Verbände, u. a.:

- BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren
- Deutsch-Israelische Gesellschaft e. V.
- diverse Erfa-Gruppen
- Einkaufsverbände (Intersport Deutschland eG, Katag AG, Intermeet e. V.)
- Familienbündnis Osnabrück
- Fördergesellschaft der Hochschule Osnabrück e. V.
- Fraueninitiative Osnabrück
- Gesellschaft für Christlich-Jüdische Zusammenarbeit Osnabrück
- Handels- und Dienstleistungsverband Osnabrück-Emsland e. V.
- Handelsverband Deutschland (HDE)
- IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim
- Koordinierungsstelle Frau & Betrieb e. V.
- Museums- und Kunstverein Osnabrück e. V. – MuK OS
- Osnabrücker City Marketing e. V.
- Osnabrück24.de – Liefer- & Abholservice
- Straßenwerbegemeinschaften: Große Straße, Johannisstraße, Herrenteichsstraße
- Universitätsgesellschaft Osnabrück e. V.
- Verein für Wirtschaftsförderung Osnabrück e. V.

In einigen der oben genannten Verbände und Interessengruppen engagieren wir uns über die Mitgliedschaft hinaus in Vorständen und Präsidien, z. B. im Osnabrücker City Marketing e. V., in der IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim, im Intermeet e. V. und im BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren.

NETZWERK



DIE L&T-IDENTITÄT

Identität kann nicht verordnet werden, sie muss wachsen. Die L&T-Identität hat sich über viele Jahre aus den Ideen und Taten von engagierten Mitarbeiter*innen und Unternehmensverantwortlichen entwickelt. Und sie entwickelt sich kontinuierlich weiter.



Vertrauen, Herzlichkeit, Innovation, Anspruch: Ob Kund*innen, Mitarbeiter*innen oder Partnerunternehmen – alle Menschen bei L&T leben und erleben eine positive Einzigartigkeit. **Einfach Lebensfreude – einfach das beste Einkaufs- und Freizeiterlebnis!**



Regionale Verbundenheit

Wir sind ein bodenständiges Familienunternehmen, das Teil der Stadt und der gesamten Region ist. Wir wollen Anziehungspunkt für Groß und Klein, für Jung und Alt sein. Wir gehören zu Osnabrück wie Osnabrück zu uns.



Nachhaltiges Handeln

Nachhaltiges Handeln ist fester Bestandteil der L&T-Identität. Wir erachten ökologische, soziale und ökonomische Ziele als gleichbedeutend. Doch wir wissen auch, dass es manchmal Reibungspunkte zwischen ihnen gibt, die mit klugen Kompromissen zu überbrücken sind. Wir definieren realistische Ziele, um nachhaltig, echt und verlässlich zu sein. Greenwashing ist keine Option.



Aktive Gestaltung

Unsere Mitarbeiter*innen sind der treibende Motor für eine nachhaltige Entwicklung. Gemeinsam wollen wir dauerhafte Werte erschaffen, gute und faire Arbeitsbedingungen bieten und sorgsam mit Umwelt und Ressourcen umgehen. Dafür gehen wir Veränderungen zielstrebig und gemeinsam an. Nachhaltiger Erfolg ist nur mit Einsatz, Vertrauen und Verlässlichkeit zu schaffen. Offenheit und Herzlichkeit sind auf diesem Weg für uns unverzichtbar.



DIE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die heutige Unternehmensführung der Lengermann & Trieschmann GmbH & Co. KG obliegt drei Geschäftsführern. Sie werden im Tagesgeschäft in der Spitze durch die Bereichs-, Abteilungs- und Teamleitungen der Verkaufs-/Einkaufsabteilungen sowie der Service- und Supportabteilungen unterstützt.

Die Geschäftsführung berichtet in quartalsweisen Beiratssitzungen an den L&T-Beirat und turnusmäßig zweimal im Geschäftsjahr an die L&T-Gesellschafter. Der Beirat übt dabei satzungsgemäß Aufsicht über die Tätigkeiten der Geschäftsführung aus und steht dieser strategisch beratend zur Seite. Die L&T-Gesellschafter*innen bestehen aus den Inhaberfamilien Haberland/Merckens und Rauschen/Grube.

Den Gesellschafter*innen, der Geschäftsführung sowie dem Beirat liegt die nachhaltige Unternehmensführung am Herzen. Sie zeigt sich in der regelmäßigen Einbindung aller Ebenen in den nachhaltigen Entwicklungsprozess.

Insbesondere durch das strategische Wachstumsprojekt „Weiter nach vorn“ wird die nachhaltige Unternehmensentwicklung in allen Bereichen vorangetrieben. Die operative Gestaltung unseres Nachhaltigkeitsprozesses obliegt einem hierarchieübergreifenden Projektteam. Dabei werden die Mitarbeiter*innen zu unseren „Nachhaltigkeitsbotschafter*innen“. Individuelle Verbesserungsvorschläge werden gesammelt, bewertet, priorisiert und nach Möglichkeit umgesetzt.



524 MITARBEITER*INNEN
ARBEITEN BEI L&T.

106.346 L&T-CLUB-KUND*INNEN
HALTEN UNS DIE TREUE
UND NUTZEN DIVERSE
VORTEILE.

5 MILLIONEN
BESUCHER*INNEN BEGRÜSST L&T PRO JAHR.

28.000 QM VERKAUFS-
FLÄCHE



DIE INTERESSENSGRUPPEN

Besucher*innen

In unserem Erlebnisquartier begrüßen wir vor allem Besucher*innen mit den Interessengebieten Mode, Sport, Gastronomie und Freizeit. Besonders das Vertrauen unserer **106.346** L&T-Club-Kund*innen, die sich seit Jahren stark mit unserem Unternehmen identifizieren, ehrt uns sehr.

Partnerunternehmen

Dazu gehören unsere **700** meist langjährigen Herstellerfirmen und Lieferunternehmen, Mieter*innen und Pächter*innen, Dienstleistungs- und Handwerksfirmen, Marketing- und Eventagenturen, unsere Hausbanken, die L&T-Club-Partnerunternehmen sowie viele weitere.

L&T-Belegschaft

Unsere **524** Mitarbeiter*innen bilden das Herz des Unternehmens. Sie sorgen sowohl vor als auch hinter den Kulissen für ein einzigartiges Einkaufs- und Freizeiterlebnis. Ohne sie wäre L&T nicht das, was es ist.

L&T-Beirat

Der Beirat übernimmt eine wichtige Aufsichts- und Beratungsfunktion. Er begleitet das Unternehmen und reflektiert die strategischen Entscheidungen der Geschäftsführung.

L&T-Gesellschafter*innen

L&T ist ein **Familienunternehmen**, das von den Gesellschafterfamilien getragen wird. Die Gesellschafter*innen sind – ob in operativer oder familiär verantwortlicher Hinsicht – eng mit dem Unternehmen verbunden. Durch diese enge Verbundenheit gewährleisten sie die kontinuierliche Unternehmensentwicklung.

Um die Ansichten und Gedanken aller Interessensgruppen nicht aus den Augen zu verlieren, führen wir in regelmäßigen Abständen **Zufriedenheitsumfragen unter Besucher*innen und Mitarbeiter*innen** durch oder suchen das direkte Gespräch. Auch für Partnerunternehmen haben wir immer ein offenes Ohr und ermöglichen einen wertschätzenden Kontakt auf allen Unternehmensebenen.



Nachhaltigkeitsaspekt

ÖKONOMIE



NEUE HERAUSFORDERUNGEN MEISTERN

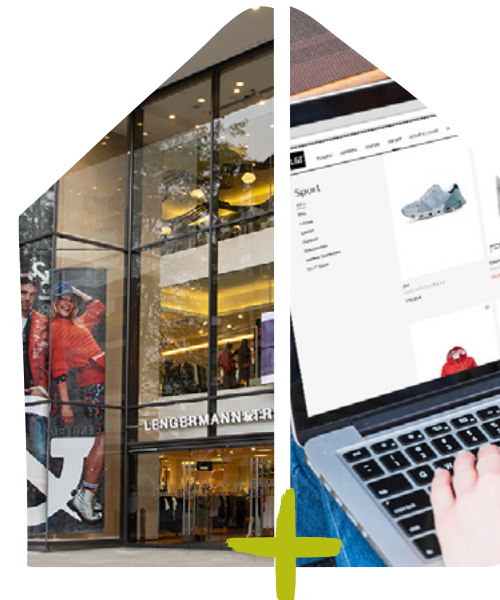
Es bleibt eine herausfordernde Aufgabe, die Weichen für eine langfristig erfolgreiche ökonomische Zukunft zu stellen. Die Energiekrise und die hohe Inflation, ausgelöst durch den Krieg in der Ukraine, haben in wirtschaftlicher Hinsicht die Herausforderungen der Coronapandemie abgelöst und erfordern unsere volle Aufmerksamkeit.

Trotzdem führt uns der eingeschlagene Weg, das **hybride Geschäftskonzept** weiter auszubauen, zurück auf einen soliden Wachstumskurs.

Unser stationäres Einkaufserlebnis bleibt unser Kerngeschäft, inklusive der damit verbundenen Investitionen in den Standort Osnabrück.

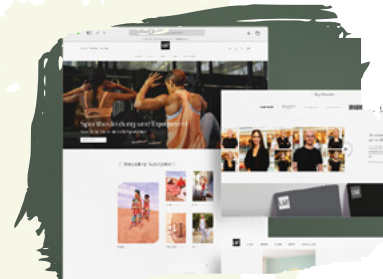
Zudem wächst unser digitaler Geschäftsbereich. Die Umsätze unseres L&T-Onlineshops (Relaunch im April 2022) steigen.

Gleichzeitig müssen wir unsere Kostenstruktur verstärkt im Blick behalten. Hierbei kommt uns die gesteigerte Energieeffizienz zugute, die aus den Investitionen der zurückliegenden Jahre resultiert.





DIE ENTWICKLUNG VON L&T





MARKTPRÄSENZ IN DER REGION

Das Erlebnisquartier L&T ist in Osnabrück Marktführer im textilen Einzelhandel und liegt im Zentrum der Osnabrücker Fußgängerzone an der Großen Straße. Die Große Straße bildet zusammen mit dem Krahnstraßenviertel, der Kamp-Promenade und der Herrenteichsstraße das Herz des innerstädtischen Einzelhandels.

Das Haupthaus ist eingebettet in einen Mix aus Einzelhandels- und Gastronomiegeschäften. Nahezu alle wesentlichen Modefilialisten sind hier vertreten, unter anderem C&A, H&M, Peek & Cloppenburg und Zara. Ein Lifestyle- und Erlebnisquartier ist allerdings nicht darunter. Im Berichtsjahr gab es neben der Schließung der Reno-Filiale keine nennenswerten Veränderungen.

L&T ist für die Menschen aus Osnabrück und dem Umland gut erreichbar. Während die Stadtbewohner ihre Innenstadt häufig zu Fuß, mit dem Fahrrad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln besuchen, nutzen die Menschen aus dem Umland gerne den motorisierten Individualverkehr und das L&T-eigene Parkhaus.

Die Osnabrücker Innenstadt ist einem großen Wandel unterworfen. Zwar konnte die Attraktivität der Großen Straße in den letzten Jahren auch durch kontinuierliche Investitionen in die Immobilien weiter gesteigert werden, doch in den Randlagen der Fußgängerzone ist von diesen positiven Entwicklungen nicht viel spürbar. Am Neumarkt herrscht weiterhin Stillstand, hier läuft das Bebauungsplanverfahren für die Flächen rund um das ehemalige Wöhrl-Haus, um dort ein Mixed-Use-Konzept umzusetzen. Das Ende des städtebaulichen Missstands zeichnet sich nur langfristig ab.

Im L&T-Kerneinzugsgebiet leben rund 900.000 Einwohner, die aus der Stadt Osnabrück (ca. 167.300), dem Landkreis Osnabrück (ca. 362.000 Einwohner), den umliegenden Kreisen der Weser-Ems-Region und den angrenzenden nordrhein-westfälischen Regionen Ostwestfalen und nördliches Münsterland stammen.

Die Stadt Osnabrück als Oberzentrum Niedersachsens zeichnet sich durch eine normale Kaufkraft aus (Kaufkraft-Index 2022: 96,53)⁴, die gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken ist. Die Handelszentralität liegt mit 138 auf einem sehr guten Niveau.⁵ Die nächsten mit Osnabrück konkurrierenden Oberzentren sind Münster, Bielefeld, Oldenburg und Bremen.

⁴ Nexiga Kaufkraft 2022; Quelle: <https://www.arcgis.com/apps/dashboards/cbb987a58b124c409ebb4d29aef1c7dc>; abgerufen am 01.06.2022.

⁵ Handelsmonitor Osnabrück 2021.





ALLGEMEINE MARKTENTWICKLUNG

Der Umsatz im Einzelhandel hat sich 2022 leicht negativ entwickelt. Zwar ist ein nominales Wachstum um 7,8 Prozent zu verzeichnen, bereinigt durch die Inflation liegt aber ein realer Verlust von 0,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr vor.⁶ Für den Internet- und Versandhandel liegt der nominale Verlust bei 3,6 Prozent, der reale bei 8,5 Prozent.⁷

Dennoch steigerten laut der Fachzeitschrift Textilwirtschaft die Modehandelsunternehmen ihre Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent und konnten so die hohen Einbrüche aus den beiden

Coronajahren leicht ausgleichen. Mehr als die Hälfte der stationären Modehändler verzeichnete ein Umsatzplus im Vergleich zu 2021.⁸ Allerdings konnte der Umsatz von 2019 nicht erreicht werden.

⁶ https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/01/PD23_039_45212.html

⁷ <https://fashionunited.de/nachrichten/einzelhandel/trotz-plus-von-30-prozent-umsaetze-mit-bekleidung-und-schuhen-auch-2022-unter-vorkrisenniveau/2023013150096>

⁸ <http://www.textilwirtschaft.de/business/news/tw-testclub-das-jahr-2022-238660>

UMSATZ- UND EIGENKAPITALENTWICKLUNG

Das Geschäftsjahr 2022/2023 war wiederum von großen wirtschaftlichen Unwägbarkeiten geprägt. Insgesamt verschlechterte sich das Konsumklima ab März 2022 durch den Ausbruch der Ukraine-Krise deutlich, doch galt dies nur kurz für den Modehandel.

Ab Mai 2022 zeichneten sich insbesondere im stationären Handel überraschende Nachholeffekte ab, die aus den eingeschränkten Konsummöglichkeiten der beiden Coronajahre resultierten.⁹ Dieses Wachstum hat zur Konsolidierung unseres Geschäftsmodells beigetragen.

Der konsolidierte Unternehmensumsatz ist im Geschäftsjahr auf 68,3 Mio. € (Vorjahr: 61,4 Mio. €) und somit um **11 Prozent gestiegen**.

Die Rohertragsmarge im Textilhandel beträgt 51,8 Prozent vom Umsatz (Vorjahr: 50,7 %).

Die Eigenkapitalquote liegt bei 40,0 Prozent (Vorjahr: 39,9 %).

Die Überbrückungshilfe für das Jahr 2021/2022 beträgt 1,77 Mio. € (Vorjahr: 3,65 Mio. €).

Die Schlussabrechnung für die Überbrückungshilfe steht noch aus. Für eventuelle Rückforderungen wurden entsprechende Rückstellungen gebildet.

	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023
Umsatzerlöse (Mio. €)	66,6	71,0	42,7	61,4	68,3
Wirtschaftliches Eigenkapital (%)	43,1	44,2	40,3	39,9	40,0

⁹ Aziza Frenzel: Zehn Fakten zum Mode-Shopper. In: TextilWirtschaft (14.12.2022); <https://www.textilwirtschaft.de/business/news/wie-gehts-deutschland-einkaufsverhalten-2022.-zehn-fakten-zum-mode-shopper-238433>





HALTUNG GEGENÜBER DEM WETTBEWERB

Das harmonische Zusammenspiel von Handelsunternehmen, Gastronomie und kulturellen Angeboten ist entscheidend für einen Standort, der Kund*innen anzieht. Die mit dem Strukturwandel in den Innenstädten verknüpften Herausforderungen sind nur partnerschaftlich zu lösen.

L&T bekennt sich seit jeher zu einer **fairen Zusammenarbeit mit Kund*innen, Wettbewerbs- und Partnerunternehmen**. Unlautere Methoden wie die Irreführung unserer Kund*innen, die Herabsetzung von Partnerunternehmen oder die Ausübung psychischer Kaufzwänge sind für uns ausgeschlossen.

Die bestehenden Vertragsverhältnisse und Kooperationen werden insbesondere im Hinblick auf mögliche kartellrechtliche Verstöße regelmäßig überprüft.

Außerdem verwahren wir uns gegen einen unzulässigen Einfluss auf unsere Verkaufspreise, insbesondere nicht durch Ausübung von Druck, Zwang oder durch die Gewährung von finanziellen Anreizen.

Unsere Compliance-Erklärung stellt die vertrauliche Behandlung unserer Verkaufsdaten sicher und schließt deren Übermittlung an Dritte aus.





NACHHALTIGKEIT UNSERER HANDELSWARE

Die Bekleidungsindustrie hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten stark verändert. Die kurzen Zyklen der Fast-Fashion-Industrie haben dazu geführt, dass sich die Anzahl an produzierten Kleidungsstücken mehr als verdoppelt hat. Diese Entwicklung ist nicht zukunftsfähig.






Der Code of Conduct

Die deutsche Textil- und Modewirtschaft hat reagiert. Im Mai 2022 haben der Handelsverband Deutschland (HDE) und der Industrieverband textil+mode einen gemeinsamen Verhaltenskodex für verantwortungsbewusstes Handeln in der deutschen Textil- und Modewirtschaft entwickelt. Dieser **Code of Conduct** orientiert sich an internationalen Maßstäben und ist als freiwillige Selbstverpflichtung konzipiert.

Die Inhalte des Code of Conduct sind auch Bestandteil unseres Nachhaltigkeitskonzepts.

Seit dem Geschäftsjahr 2020/2021 lassen sich unsere Maßnahmen für eine ökologische, soziale und ökonomische Ausrichtung des Unternehmens L&T in unseren Nachhaltigkeitsberichten nachvollziehen.

Die fünf Eckpunkte des Code of Conduct¹⁰

1. Bewusst Verantwortung übernehmen 
2. Keine Menschenrechtsverletzungen verursachen 
3. Den Umweltschutz an oberste Stelle setzen 
4. Tier- und Pflanzenarten schützen 
5. Ethisch handeln 

Menge produzierter Textilien weltweit (Mrd. Stück)¹¹



¹⁰ Code of Conduct der deutschen Textil- und Modewirtschaft. Hrsg. vom Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie (textil+mode) und dem Handelsverband Deutschland (HDE). 2022.

¹¹ Nachhaltigkeit ist tragbar. Repräsentative Greenpeace-Umfrage zu Kaufverhalten, Tragedauer und Nutzung der Alternativen zum Neukauf von Mode. 2022, S. 1.



Die Haltung der Verbraucher*innen

Auch die Verbraucher*innen tragen ihren Teil zu einem nachhaltigen Umgang mit Kleidung bei. Fast alle Umfragen belegen, dass den Deutschen Nachhaltigkeit beim Kauf neuer Kleidung zunehmend wichtig ist. Dabei gilt es jedoch genau hinzusehen.

Die Anzahl der Kleidungsstücke in deutschen Kleiderschränken hat in den letzten Jahren abgenommen. Waren 2015 im Schnitt noch 95 Teile im Schrank, sind es 2022 noch 87. Ein Rückgang um 6,5 Prozent.¹² Auch die Nutzungsdauer von Kleidungsstücken hat sich erhöht. Oberteile, Hosen, Jacken und Mänteln sowie Kleider und Röcke bleiben heute bei weit mehr als 50 Prozent der Deutschen länger

als drei Jahre im Kleiderschrank – auch wenn sie nicht deutlich häufiger als 2015 getragen werden.

Bei der Kaufentscheidung spielt Nachhaltigkeit jedoch immer noch eine deutlich untergeordnete Rolle. Zentral für eine Entscheidung sind nach wie vor Passform, Bequemlichkeit, Stil und Preis.

Im Ranking des GermanFashion Consumer Panels wird der „Verzicht auf Ausbeutung“ erst an achter Stelle des Rankings von Kaufgründen genannt.¹³ Werden Verbraucher*innen nach den Produktionsbedingungen von Textilien gefragt, liegt dieses Kriterium mit 77 Prozent Wichtigkeit vor dem Kriterium „Verwendung eines Siegels für Nachhaltigkeit oder Biomaterialien“ mit 51 Prozent.¹⁴

¹² Nachhaltigkeit ist tragbar. Repräsentative Greenpeace-Umfrage zu Kaufverhalten, Tragedauer und Nutzung der Alternativen zum Neukauf von Mode. 2022. S. 3.

¹³ Mode. Märkte. Marken. 2022. GermanFashion Consumer Panel 2022. S. 4.

¹⁴ ebd. S. 6.



patagonia

Nachhaltige Partnerunternehmen und Marken

Werte und Haltungen werden immer wichtiger, wenn es um die Beurteilung unternehmerischen Handelns geht. Viele Menschen – ob Kund*innen, Mitarbeiter*innen oder Partnerunternehmen – erwarten, dass Nachhaltigkeit in Unternehmen eine strategische Bedeutung hat und, dass konkrete Maßnahmen umgesetzt werden.

Als Handelsunternehmen betrachten wir neben unserem direkt zu beeinflussenden eigenen Engagement auch das unserer Handelspartner.

Viele Lieferanten und Hersteller setzen nachhaltige Schwerpunkte in ihrer Produktions- und Lieferkette.

Faire Arbeitsbedingungen sind ein weiterer zentraler Aspekt in den Konzepten und Maßnahmen der Unternehmen.

Die Langlebigkeit der Produkte wird zum Beispiel durch den Einsatz hochwertiger Materialien, eine aufwendige Verarbeitung, ein zeitloses Design oder einen Reparaturservice gefördert. Auf einen nach-

haltigen Materialeinsatz zählen neben der Verwendung von Naturfasern, recycelbaren und recycelten Materialien oder PFC-freien Stoffen auch eine chemiereduzierte Materialproduktion (sauberes Färben) und die Orientierung am Tierwohl (Daunen- und Wollproduktion) ein.

Für uns als in Osnabrück verankertes Unternehmen ist auch Regionalität ein nachhaltiges Handlungsfeld.

Daher arbeiten wir eng mit regional ansässigen Partnerunternehmen zusammen, die sich in einem Radius von etwa 80 Kilometern um Osnabrück herum befinden.





SIEGEL – WICHTIGE ORIENTIERUNG

Noch immer ist eine stringente und beständige Bewertung von Nachhaltigkeitsiegeln für Multilabel-Händler eine Herausforderung. Wir richten uns in der Bewertung der zertifizierten Umwelt- und Sozialsiegel nach der Initiative „Siegelklarheit“ der Bundesregierung (www.siegelklarheit.de). Im Sinne der Transparenz trennen wir bei der Bewertung in zwei Gruppen: Gruppe 1 umfasst die als „Sehr gut“ und „Gut“ klassifizierten Siegel, Gruppe 2 alle anderen zertifizierten und Herstellersiegel.

Das staatlich anerkannte Siegel für sozial und ökologisch hergestellte Textilien, „Grüner Knopf“, haben wir in die Reihe der zertifizierten Siegel eingeordnet.

Textilien

 Blauer Engel Textilien 😊	 bluedesign® Product 😊	 EU Ecolabel 😊	 OEKO-TEX Made in Green 😊	 SA8000 😊
 Fair Wear Foundation 😊	 Fairtrade Baumwolle 😊	 Fairtrade Textile Production 😊	 Naturland 😊	 Naturtextil 😊
 GOTS 😊	 Cradle to cradle Textilien 😊	 Fair Labor Association 😊	 World Fair Trade Organization 😊	

Leder

 Naturtextil 😊	 Blauer Engel Textilien 😊	 Sehr gute Wahl!
		 Gute Wahl!



Anteil nachhaltiger Textilien

Im Kerngeschäft des Mode- und Sportartikelhandels wird L&T von etwa 700 Herstellern und Lieferanten mit Handelsware beliefert. Das Wareneingangsvolumen belief sich im Geschäftsjahr 2022/2023 auf eine Stückzahl von 1,36 Mio. Teilen (Vorjahr: 1,22 Mio.).

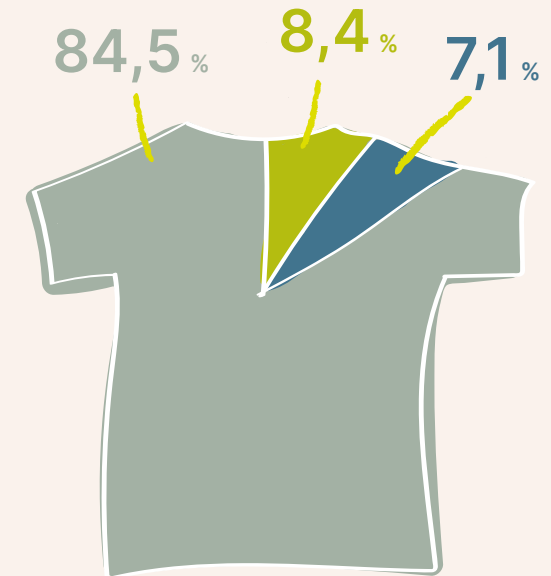
In der Herbst-Winter-Saison 2022/2023 konnten wir insgesamt einen **Anteil nachhaltiger Textilien am Gesamtsortiment von 15,5 Prozent** feststellen. Textilien, die mit „Gut“ oder „Sehr gut“ zertifizierten Umwelt- und Sozialsiegeln versehen sind, machen 8,4 Prozent aus. 5,1 Prozent davon sind mit einem Siegel ausgezeichnet, 3,3 Prozent weisen sogar zwei und mehr zertifizierte Siegel auf. Mit einem anderen zertifizierten oder einem Herstellersiegel versehen sind 7,1 Prozent unserer Produkte.

Die starke Steigerung des Anteils nachhaltiger Textilien am Gesamtsortiment von 3,65% auf 15,5% ist in erster Linie auf unseren verbesserten Auswertungsprozess zurückzuführen.

Die Erfassung des Anteils nachhaltiger Textilien in unserem Sortiment erfolgt mit hohem personellen Aufwand in der Siegel- und Produktprüfung. Der Prozess ist aber noch lange nicht fehlerfrei.

Unser Ziel ist es, diesen aufwendigen händischen Prozess in den nächsten Jahren gemeinsam mit unseren Branchenpartnern zu optimieren. Eine automatisierte Übermittlung nachhaltiger Daten ist die unabdingbare Grundlage für verlässliche Zahlen.

Anteil nachhaltiger Textilien am Gesamtsortiment



- Textilien mit mindestens einem zertifizierten Umwelt- und Sozialsiegel
- Textilien mit Nachhaltigkeitssiegel vom Hersteller
- Textilien ohne Siegel

Hersteller nachhaltiger Produkte

Von folgenden, beispielhaft genannten Marken führen wir **nachhaltige Produkte oder Sortimente**. Dabei ist das Engagement der Hersteller nicht immer mit einem zertifizierten Siegel ausgezeichnet. Manche Waren weisen auch Herstellersiegel auf.





MASSNAHMEN FÜR EINEN NACHHALTIGEN UMGANG MIT TEXTILIEN

Mode ist ein saisonales Geschäft. In der Regel beträgt die Halbwertszeit modischer Textilien ein halbes Jahr; in der Fast-Fashion-Branche ist sie sogar deutlich kürzer. Das hat häufig die Vernichtung von überschüssig produzierter Neuware zur Folge. Ein Trend, dem wir mit unserem Geschäftskonzept aktiv entgegenwirken.



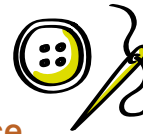
Einkauf

Bereits während des Einkaufsprozesses sorgen wir für eine sorgfältige **Kollektions- und Produktauswahl**. Neben modischen Aspekten spielen auch qualitative eine entscheidende Rolle. Mit diesem Anspruch können wir die individuelle Tragedauer verlängern. Die kontinuierliche Wareneingangs- und Bestandssteuerung trägt dazu bei, Warenüberschüsse zu vermeiden.



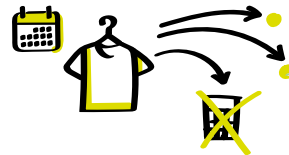
Verkauf

Mit exzellenter Beratung unserer Kund*innen durch unsere **Verkaufs- und Fachberater*innen und Style Coaches** sowie mit der hohen Qualität der Produkte tragen wir dazu bei, dass die gewählten Kleidungsstücke dauerhaft den Vorstellungen ihrer Träger*innen entsprechen. Die geringe stationäre Retourenquote von 4,9 Prozent gibt uns recht.



Änderungsservice

Unser Änderungssatelier übernimmt **individuelle Anpassungen** von Damen-, Herren- und Kinderkleidung und gewährleistet so einen optimalen Tragekomfort. Besonders wertige oder liebgewonnene Stücke werden hier auch gern repariert, denn ein offener Saum oder ein verlorener Knopf sind kein Grund, ein Kleidungsstück zu entsorgen.



Vermarktung nach Saisonablauf

Nach Ablauf der jeweiligen Saison wird **nicht verkaufte Ware im L&T-Outlet weiterveräußert**. Bei manchen Lieferanten besteht die Möglichkeit, überschüssige Saisonware zur Endvermarktung zurückzusenden. Generell läuft der L&T-interne Vermarktungsprozess über einen Zeitraum von bis zu drei Jahren. Trotzdem übrigbleibende Kleidungsstücke werden im Jahresverlauf an wohltätige Organisationen abgegeben.



Dekorationsmaterial

Um saisonal passende Erlebniswelten zu schaffen, setzen wir **regelmäßig wechselnde Dekorationselemente** ein, die – ebenso wie die Mode selbst – nicht unabhängig vom Zeitgeist sind. Nach ihrer Nutzung werden sie eingelagert und nach Möglichkeit wiederverwendet. Anderenfalls werden die Elemente in unserem Dekowaren-Verkauf **„Bunte Vergangenheit“** angeboten.



Nachhaltigkeitsaspekt

ÖKOLOGIE



UNSER KLIMA BRAUCHT TATEN. PACKEN WIR ES AN.

Die Weichen für unser ökologisches Handeln haben wir gestellt. Dass wir uns grundsätzlich auf dem richtigen Weg befinden, hat unsere Wesentlichkeitsanalyse bestätigt.

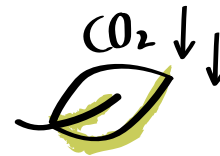
Die Senkung des Ressourcenverbrauchs und der Einsatz erneuerbarer Energien besitzen für uns oberste Priorität, um die CO₂e-Emissionen, die aus unserem Geschäftsbetrieb resultieren, zu minimieren.

Als Kennzahlen für die Entwicklung dienen uns die Ergebnisse unserer Klimabilanz, die sowohl den CO₂-Footprint als auch den CO₂-Handprint berücksichtigt.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die **Biodiversität**, die wir mindestens erhalten, möglichst aber aktiv

fördern wollen. Im Fokus stehen Maßnahmen, die unsere eigenen Grundstücke und Immobilien betreffen, da wir hier den größten Handlungsspielraum haben. Fassadenbegrünung oder Flächenentsiegelung sind dabei nur zwei Ideen von vielen.

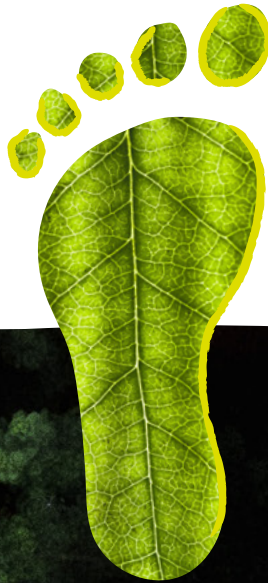
Auch die hausinterne Kommunikation über nachhaltige Themen ist uns wichtig. Das Engagement im Team fördern wir durch die Vermittlung von Wissen, das Aufgreifen von Ideen der Kolleg*innen und die Information über die Fortschritte unserer Projekte.





Grundlagen unserer Klimabilanz

Basis für die Erstellung unserer Klimabilanz ist der CO₂-Rechner der „KlimAktiv gemeinnützige Gesellschaft zur Förderung des Klimaschutzes mbH“, der sich als Berechnungsstandard für eine CO₂-Bilanzierung kleiner und mittlerer Unternehmen etabliert hat. Der CO₂-Rechner arbeitet auf Basis des Greenhouse Gas Protocols, das als einer der relevantesten Standards zur Erstellung von Treibhausgasbilanzen gilt.



Neben den tatsächlichen CO₂-Emissionen werden auch die anderen Treibhausgasemissionen erfasst. Sie werden in CO₂-Äquivalente (CO₂e) umgerechnet, einer Maßeinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung der unterschiedlichen Treibhausgase.

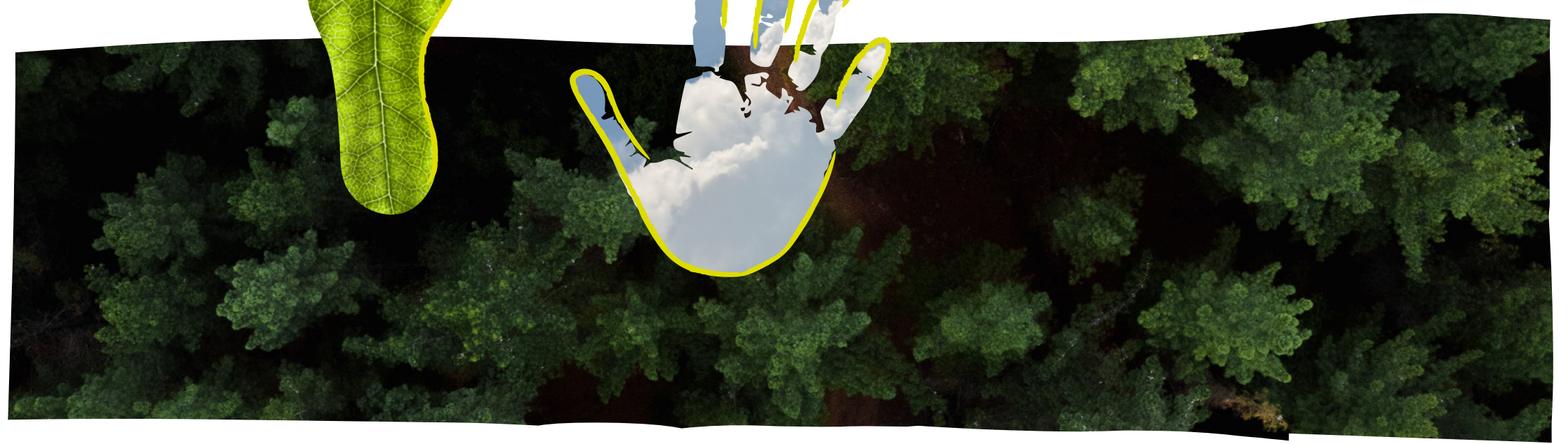
Neben dem **CO₂-Footprint** stellen wir auch den **CO₂-Handprint** als Klima-Invest des Unternehmens dar. Der CO₂-Handabdruck dient der Berechnung und Darstellung von positiven ökologischen Fortschritten wie dem Einsatz erneuerbarer Energien und CO₂-Sparmaßnahmen. **Sind Hand- und Fußabdruck gleich groß, herrscht Treibhausgasneutralität.**



Treibhausgasneutralität

Auch Netto-Null-Emissionen. Ein Gleichgewicht zwischen menschengemachten Emissionen und dem Aufnahmevermögen der Atmosphäre wird hergestellt.

Zu den Treibhausgasen zählt man Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄), Lachgas (N₂O) sowie eine Reihe fluorierter Treibhausgase (F-Gase). Da sie unterschiedlich stark auf das Klima wirken, werden sie häufig in CO₂-Äquivalente umgerechnet.





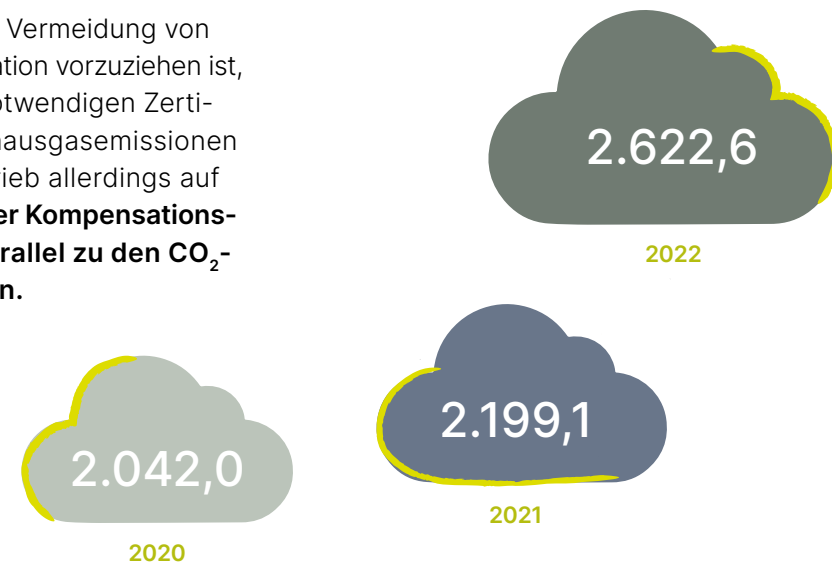
DIE KLIMABILANZ 2022

Unsere Klimabilanz 2022 weist eine Summe von 2.622,6 Tonnen CO₂e auf. Sie ist die erste, die einen regulären, uneingeschränkten Geschäftsbetrieb widerspiegelt und bildet daher erstmals eine verlässliche Zahlengrundlage für die Folgejahre.

Der CO₂-Fußabdruck beläuft sich auf 2.681,8 Tonnen CO₂e, dazu kommen 15,8 Tonnen CO₂e für getätigte Flugreisen. Der CO₂-Handabdruck liegt bei 74,3 Tonnen CO₂e. Die Bilanz wurde von KlimAktiv validiert. Die Validierung umfasste eine Vollständigkeits- sowie eine Plausibilitätsprüfung und untersuchte die Richtigkeit der Daten anhand von Originalbelegen.

Von den von uns im Berichtsjahr verursachten nicht vermeidbaren Emissionen werden 1.341 Tonnen CO₂e über zwei ausgewählte Projekte kompensiert, sodass wir unser selbstgestecktes Ziel der 50-prozentigen Kompensation für das Berichtsjahr erreicht haben.

Wir sind uns bewusst, dass die Vermeidung von CO₂-Emissionen ihrer Kompensation vorzuziehen ist, zumal die zur Kompensation notwendigen Zertifikate endlich sind. Ohne Treibhausgasemissionen lässt sich unser Geschäftsbetrieb allerdings auf absehbare Zeit nicht führen. **Der Kompensationsanteil in unserer Bilanz soll parallel zu den CO₂-Emissionen sukzessive sinken.**



Unsere Klimabilanz
(Tonnen CO₂e)



Der CO₂-Footprint

Die absoluten Treibhausgasemissionen von L&T lagen im Jahr 2022 bei **2.681,8 Tonnen CO₂e** (Vorjahr: 2.234,1 t CO₂e). Der Wert ist um **20 Prozent** gestiegen.

Scope 1

Auf die **direkten THG-Emissionen** aus der Verbrennung von fossilen Brenn- und Treibstoffen sowie Prozessemissionen und Verflüchtigungen von Kühl- und Kältemitteln entfallen **1.161,9 Tonnen CO₂e** (Vorjahr: 1.035,6 t CO₂e).

Scope 2

Auf die **indirekten THG-Emissionen** aus der Erzeugung von zugekauftem Strom, Wärme und Dampf entfallen **169,4 Tonnen CO₂e** (Vorjahr: 157,9 t CO₂e).

Scope 3

Auf die weiteren indirekten **THG-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette** (z. B. eingekaufte Waren, Logistik, Mobilität der Mitarbeiter*innen) entfallen **1.350,6 Tonnen CO₂e** (Vorjahr: 1.040,6 t CO₂e).¹⁵

Die zusätzlichen **THG-Emissionen** durch Flugreisen betragen **15,2 Tonnen CO₂e** (Vorjahr: 2 t CO₂e).

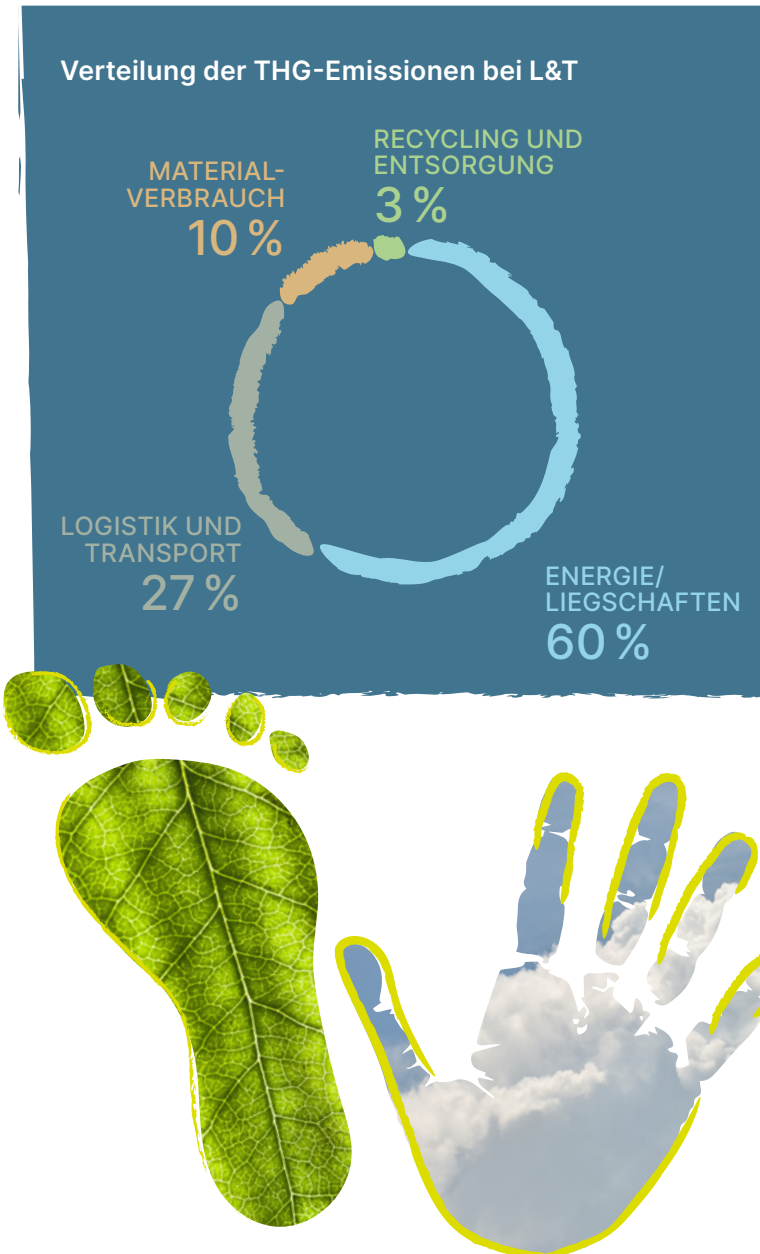
Während die Erhöhung in den von uns direkt zu beeinflussenden Scope 1 mit 12,2 Prozent und Scope 2 mit 7,3 Prozent eher moderat ausfällt, erhöht sich der Wert aus Scope 3 um 29,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der Anstieg ist insbesondere auf die Rückkehr zum normalen 12-monatigen Geschäftsbetrieb (Vorjahr: 8 Monate) nach der Coronapandemie zurückzuführen.

Der CO₂-Handprint

Unser CO₂-Handprint weist für das Jahr 2022 einen Wert von **74,3 Tonnen CO₂e** auf (Vorjahr: 40,2 t CO₂e).

42,9 Tonnen CO₂e entfallen auf unsere Klima-Investition in den Bereichen erneuerbare Energien und Kraft-Wärme-Kopplung, 31,4 Tonnen CO₂e auf Klimaschutzzertifikate Dritter (z. B. DHL GoGreen).

Da unsere neue Fotovoltaikanlage erst zur Mitte des Berichtsjahres ans Netz gegangen ist, wird sich der positive Effekt der Klima-Investition (selbstproduzierter Strom) erst im jetzt laufenden Berichtsjahr zeigen.



¹⁵ Nach der Definition der KlimAktiv gemeinnützige Gesellschaft zur Förderung des Klimaschutzes mbH



Kompensation zum Ausgleich des Unvermeidbaren

Unser oberstes Ziel ist und bleibt es, Emissionen zu vermeiden statt zu kompensieren. Als Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist die Investition in wirksame und zertifizierte Kompensationsprojekte nach wie vor ein Mittel, unvermeidbare Emissionen auszugleichen.

Aktuell wird der Weg der Kompensation durchaus kritisch diskutiert. Die reine Investition in Kompensationsprojekte sollte für Unternehmen nicht ausreichend sein, um das Label „klimaneutral“ zu führen. Es braucht ganz klar darüber hinaus die Verpflichtung, die eigenen Geschäftsprozesse nachhaltiger zu gestalten.

Trotz der wichtigen, kritischen Diskussion um Kompensation und Zertifikate haben wir uns entschlossen, in zwei Klimaschutzprojekte zu investieren, die neben einer besseren CO₂-Bilanz auch soziale und wirtschaftliche Aspekte in den jeweiligen Regionen fördern, wie ihr Beitrag zu den „Sustainable Development Goals“ zeigt.

Wir haben uns für ein Projekt in Indien und eines in der Mongolei entschieden, da in beiden Ländern die Textilproduktion eine zentrale Rolle spielt. Beide Projekte sind nach hohen Standards zertifiziert.

Unsere Kompensationsprojekte

Zur Kompensation von 1.341 Tonnen CO₂e haben wir zwei Projekte ausgewählt, die unmittelbare Effekte im Hinblick auf die Emissionsminderung haben.

Waldschutz im Himalaja

Bei den indigenen Garo in den abgelegenen Garo Hills in Nordostindien kommen effiziente Kocher zum Einsatz, die 50 bis 60 Prozent des Brennmaterials einsparen. So werden **Holzbestände geschont** und beim Kochen freigesetzte Emissionen reduziert, was die Gesundheitsrisiken für die Bewohner*innen senkt.

Zudem sparen Kinder und Frauen die Zeit, die sie bislang für das Sammeln von Feuerholz eingesetzt haben. Sie können nun mehr für die Bildung oder den Ausbau des nachhaltigen Tourismus in den benachbarten Naturparks aufwenden, was die Lebensgrundlage der Garo verbessert.

Kompensationsumfang	500 t CO ₂ e
Kompensationsstandard	Gold Standard VER
SDG-Beitrag	1 3 4 7 8 12 13 15 17



Klimaschutz in der Mongolei

Die Hirtennomaden in der Region Arkhangai Aimag in der Mongolei, einem global bedeutenden Biodiversitätshotspots, sind traditionell von der Bodennutzung abhängig. Überweidung hat in den letzten Jahrzehnten das biologische Gleichgewicht massiv gestört. Wirksame Maßnahmen sind kleinere Herden oder auch häufigerer Wechsel der Weidegebiete. Die Hirten erhalten Ausgleichszahlungen für ihren **Beitrag zum besseren Weidelandmanagement**, das gleichzeitig die Biodiversität fördert. Zudem erhalten die Hirtenfamilien Unterstützung bei der Vermarktung fertiger Produkte aus ihrer Viehhaltung, um ihr Einkommen zu verbessern.

Kompensationsumfang	841 t CO ₂ e
Kompensationsstandard	Plan Vivo
SDG-Beitrag	1 4 7 6 13 15

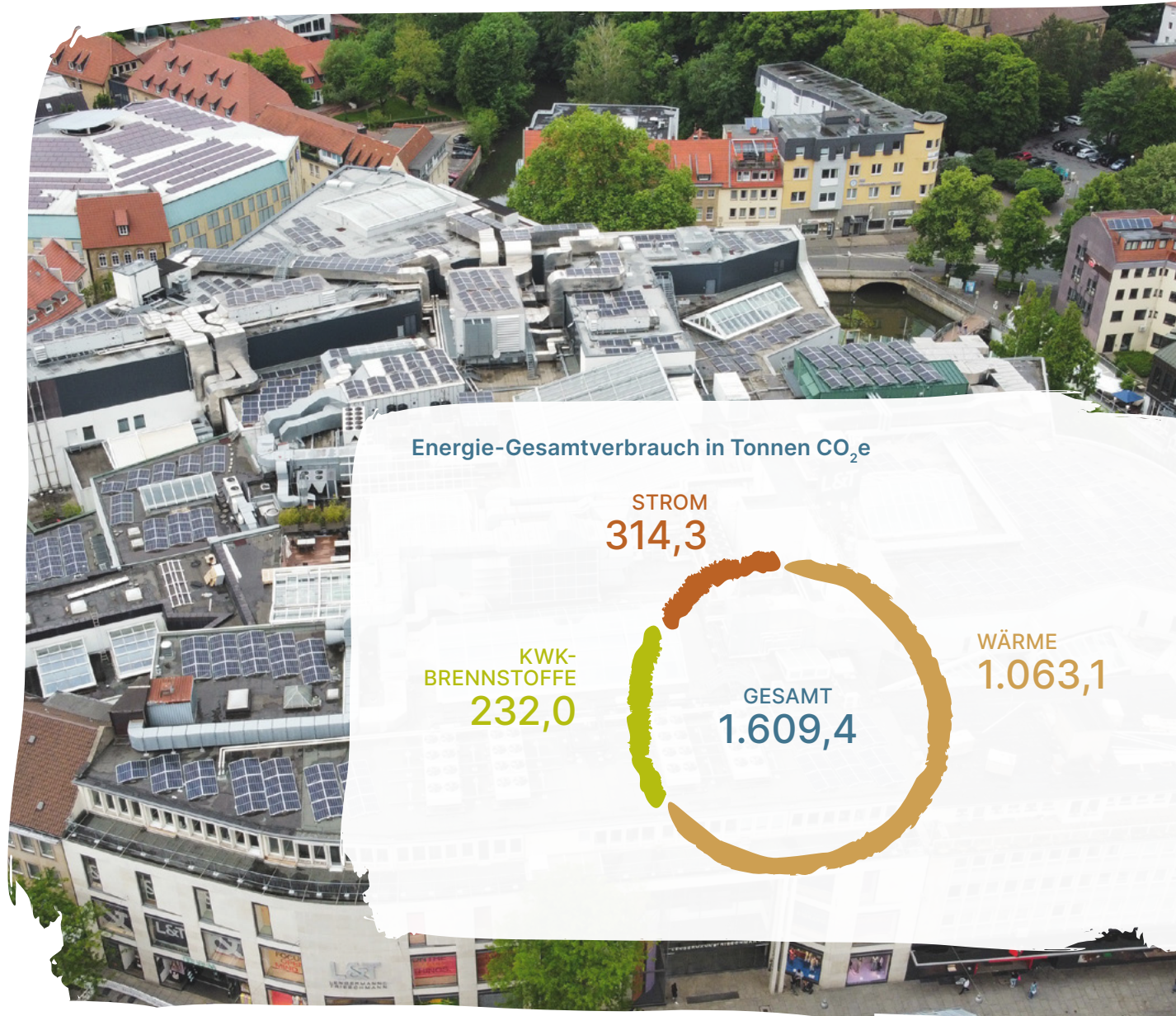




DAS NACHHALTIGE HAUS: ENERGIE UND WIE WIR SIE EINSPAREN

Unserem Hauptstandort in der Großen Straße kommt im Hinblick auf Energiereduktion die größte Bedeutung zu. **Die Investitionen der letzten Jahre zahlen sich bereits aus.** Zukünftige Investitionen werden immer unter der Maßgabe getätigt, dass sie energetisch effizient sind.

Auch bei den gemieteten oder gepachteten Gebäuden nutzen wir unseren Einfluss, um Verbesserungen im Hinblick auf den Energieverbrauch zu bewirken.

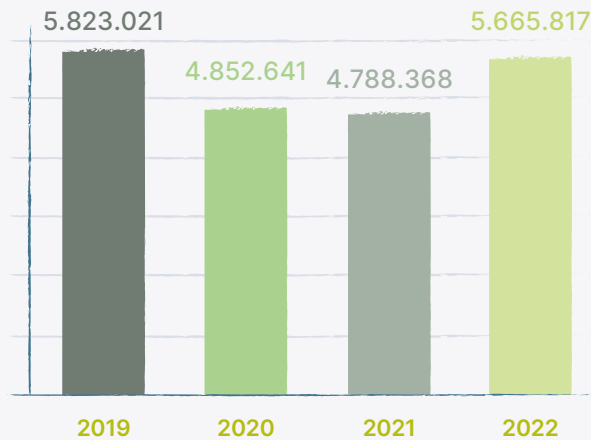




Ressource Strom

Der Gesamt-Stromverbrauch des Unternehmens L&T lag 2022 bei 5.665.817 kWh (Vorjahr: 4.788.368 kWh); dies entspricht einer Zunahme von 18,3 Prozent.

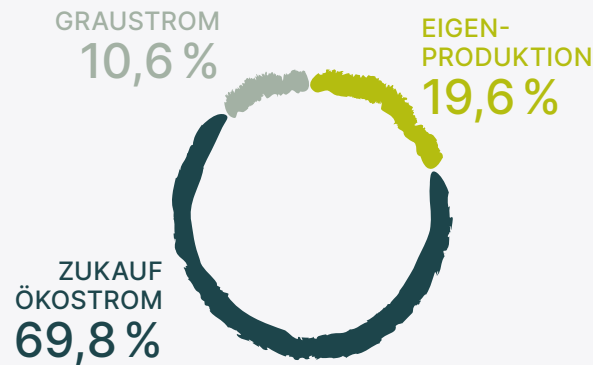
Strom-Gesamtverbrauch bei L&T (kWh)



Der 2022 verbrauchte Strom setzt sich wie folgt zusammen:

- 19,6 Prozent aus selbst produziertem Ökostrom (Vorjahr: 18%),
 - 69,8 Prozent aus zugekauftem Ökostrom (Vorjahr: 71%) und
 - 10,6 Prozent zugekauftem Graustrom (Vorjahr: 11%).
- Damit lag der Anteil des Ökostroms am Gesamtverbrauch bei 89,3 Prozent (Vorjahr: 89%).

Verhältnis von Ökostrom und Graustrom bei L&T



Die selbst produzierte Strommenge stieg um 26 Prozent auf 1.105.311 kWh (Vorjahr: 878.650 kWh), wovon 860.520 kWh auf die Erzeugung aus der Kraft-Wärme-Kopplung des Blockheizkraftwerks und 244.791 kWh auf die Erzeugung der Fotovoltaikanlagen entfielen.

Eingespeist in das öffentliche Stromnetz wurden 79.191 kWh (Vorjahr: 60.440 kWh). 35.615 kWh entfielen auf die drei Fotovoltaikanlagen, 43.575 kWh auf das Blockheizkraftwerk.

2022 ging unsere dritte und größte Fotovoltaikanlage mit 402 Kilowatt-Peak in Betrieb. Die Leistung unserer Anlagen auf Haupthaus, Parkhaus und Logistikzentrum umfasst damit insgesamt 466 Kilowatt-Peak.

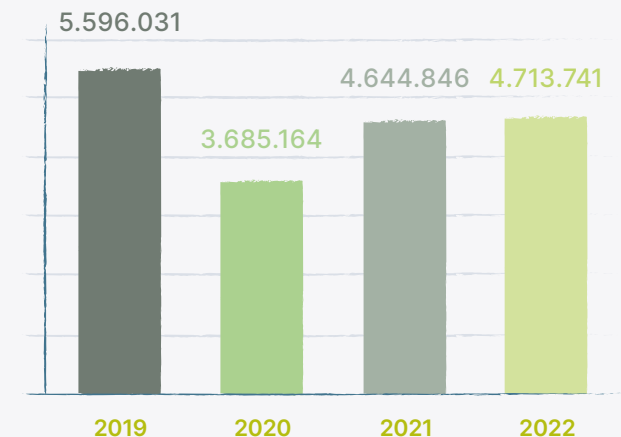
Ressource Gas

Der Gesamt-Gasverbrauch des Unternehmens L&T lag 2022 bei 4.713.741 kWh (Vorjahr: 4.644.846 kWh), was einem Zuwachs von 1,5 Prozent entspricht.

Die Wärmeversorgung des L&T-Gebäudekomplexes erfolgt über ein Gasheizungssystem und ein haus-eigenes Blockheizkraftwerk. Zur Kraft-Wärme-Kopplung wurden in unser Blockheizkraftwerk insgesamt 1.486.900 kWh eingespeist.

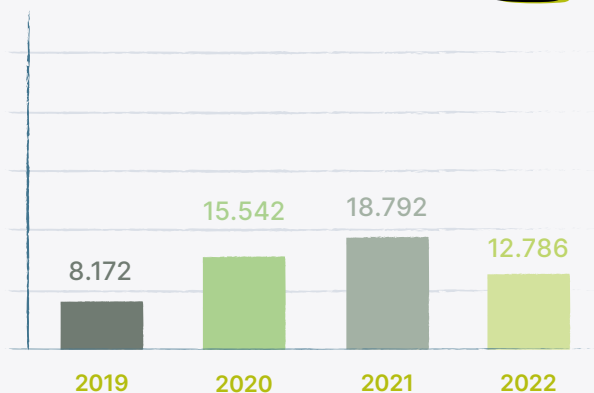
Unser Hauptgebäude erreicht im Hinblick auf die Wärmedämmung den KfW-Effizienzhausstandard 100. Moderne Gebäudeteile kompensieren dabei die Effizienzwerte der im Kern 70 Jahre alten Bausubstanz des L&T-Modehauses.

Gas-Gesamtverbrauch bei L&T (kWh)





Heizöl-Gesamtverbrauch bei L&T (l)



Ressource Heizöl

Der Heizölverbrauch des Unternehmens L&T lag 2022 bei 12.786 Litern (Vorjahr: 18.792 Liter) und ist damit um 32 Prozent gesunken.

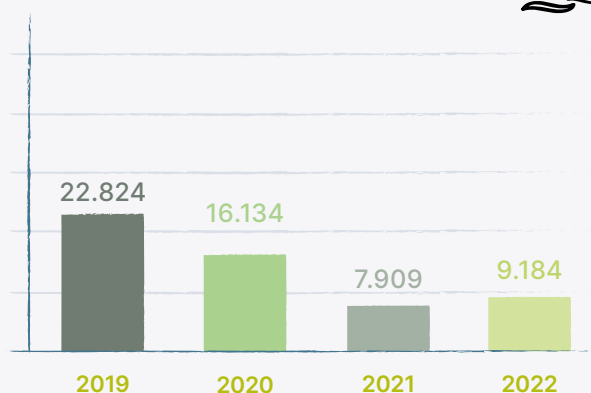
In unserem angemieteten Outlet sowie in einem Teilbereich der Logistik sind noch Ölheizungen im Einsatz. Diese Energiequelle ist in den letzten Nachhaltigkeitsberichten nicht berücksichtigt worden. Diesen Fehler haben wir nun korrigiert. Sobald die Ölheizungen nicht mehr funktionstüchtig sind, werden sie durch nachhaltigere Modelle ersetzt.

Ressource Wasser

Im Jahr 2022 wurden insgesamt 9.184 m³ Wasser (Vorjahr: 7.909 m³) verbraucht.

Hauptabnehmer waren mit 62 Prozent die L&T-Markthalle und mit 21 Prozent das L&T-Haupthaus mit den gastronomischen Einrichtungen, den Sanitäranlagen, den Sozialräumen und der Hasewelle. Die Steigerung ist moderat. Allerdings wird das L&T-Restaurant erst 2023 wiedereröffnet.

Wasser-Gesamtverbrauch bei L&T (m³)



Raumklima

Eine Temperaturveränderung von einem Grad in unseren Räumlichkeiten (Verkaufsräume, Büros, Nebenräume) kann eine Energieeinsparung von fünf Prozent mit sich bringen. Unser langjähriges Temperaturziel lag ganzjährig bei 21 Grad. Jetzt arbeiten wir im Haus mit einem Korridor zwischen 19 und 23 Grad. Dies bedeutet, dass wir im Sommer wärmere und im Winter kältere Temperaturen zulassen.



Tageslicht und Lärmemissionen

Die Versorgung mit Tageslicht und der Schutz vor Lärmbelastung sind wichtig für die Aufenthaltsqualität in unserem Haus. Mit verschiedenen Maßnahmen sorgen wir für viel Licht und wenig Lärm.

Unter anderem durch

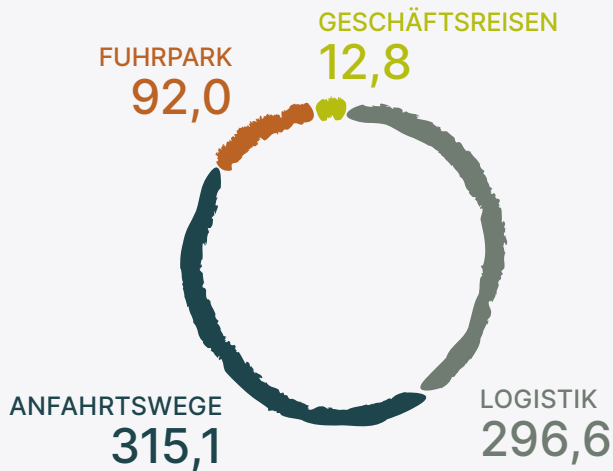
- große Eingangsbereiche und Lichthöfe für Tageslichteinfall und die passive Nutzung von Sonnenenergie
- Lärmschutzmaßnahmen im Bereich der L&T-Hasewelle
- große Fensterfronten in der Betriebskantine „Essbar“.



LOGISTIK UND TRANSPORT

Der Bereich Logistik und Transport verursachte im Jahr 2022 insgesamt 716,5 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 598,0 t CO₂e). Zur Logistik zählen die vorgelagerte Logistik, die Standortlogistik und die Onlinelogistik. Der Bereich Transport umfasst den Fuhrpark, die Geschäftsreisen und die Anfahrtswege der Mitarbeiter*innen.

CO₂-Anteile Logistik und Transport bei L&T (t)

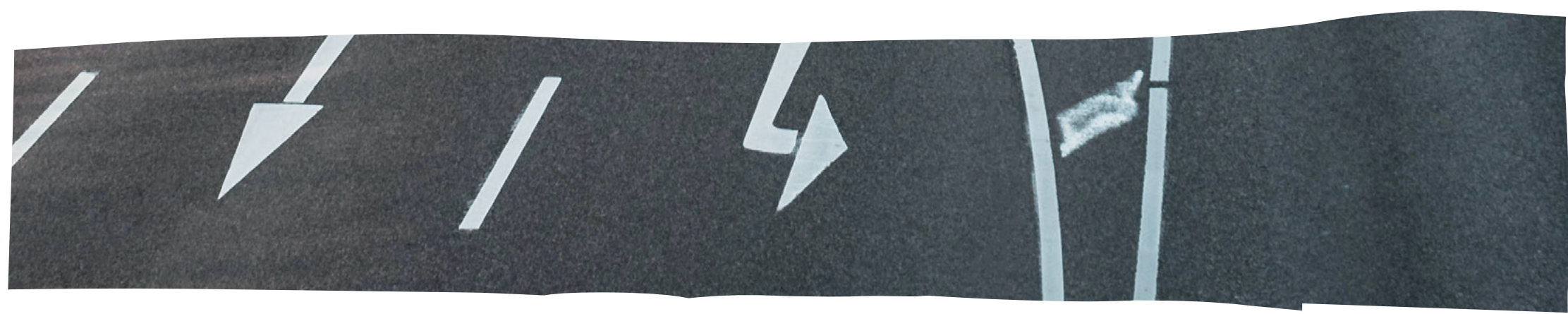


Vorgelagerte Logistik

Die CO₂-Belastung durch die vorgelagerte Logistik ist im Berichtsjahr auf 261,3 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 231,7 t CO₂e) gestiegen, da der Wareneingang (nach Stückzahl) im Berichtszeitraum auf 1,34 Mio. Teile (Vorjahr: 1,22 Mio.), davon rund 90 Prozent Liegeware und 10 Prozent Hängeware, angewachsen ist. Unser Einfluss auf die Formate und Gewichte der Packstücke und Paletten, die Transportverpackungen, Versandzeitpunkte oder die beauftragten Speditionsunternehmen ist begrenzt.

Um nachhaltige Verbesserungen herbeizuführen, haben wir erste konstruktive Dialoge mit unseren Lieferanten, den Dienstleistern und Einkaufsverbänden aufgenommen.

Wareneingang bei L&T (Mio. Teile)





Standortlogistik

Über unser Warenwirtschafts- und Logistikzentrum in der Pferdestraße 23 in Osnabrück wird der Warenein- und -ausgang zentralisiert abgewickelt. Die Liegeware wird in Transportboxen, Hängeware auf Rollständern transportiert. Die Hängeware wird mit dauerhaft nutzbaren Hüllen aus Zeltplanen geschützt. Der Transport der Waren erfolgt montags bis freitags per Shuttle-Service in die jeweiligen Filialen. Die CO₂-Belastung unserer Standortlogistik wird über den Bereich Fuhrpark erfasst. Abfallmaterialien wie Pappe und Lieferantenbügel werden von einem Entsorger abgeholt und materialrein dem Recycling zugeführt.



Sendungen und Retouren bei L&T

	2020	2021	2022
Gesamtsendungen inkl. Retouren	12.025	65.002	90.795
Sendungen	9.620	45.404	62.143
Retouren	2.405	19.598	28.652

Onlinelogistik

Die CO₂-Belastung im Bereich Onlinelogistik ist im Berichtsjahr aufgrund des gewachsenen Onlinegeschäfts auf 35,2 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 20,0 t CO₂e) gestiegen.

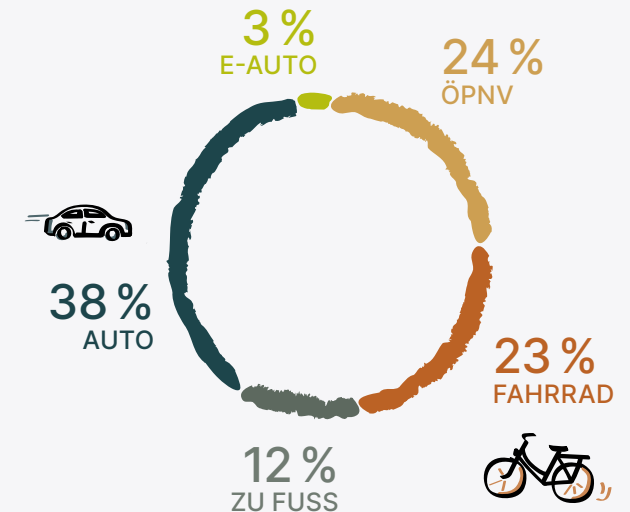
Im Fernabsatz wurden im Jahr 2022 insgesamt 62.143 Sendungen (Vorjahr: 45.404) aufgegeben, hinzukommen etwa 28.652 Retouren (Vorjahr: 19.598). Dies entspricht einer Retourenquote von 46 Prozent (Vorjahr: 43,2%).

Arbeitswege der Mitarbeiter*innen

Die CO₂-Belastung aus den Arbeitswegen unserer Mitarbeiter*innen ist im Berichtsjahr auf 315,1 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 286,2 t CO₂e) gestiegen.

Dies ist auf den durchgängigen Geschäftsbetrieb und die erhöhte Anzahl an Mitarbeiter*innen zurückzuführen. Vor allem das 9-Euro-Ticket, das zwischen Juni und August 2022 von 370 unserer Mitarbeiter*innen kostenfrei genutzt werden konnte, hat den proportionalen Anstieg des CO₂e-Wertes ausbremsst. Zudem fördern wir das **Job-Ticket** für den Öffentlichen Personennahverkehr, das 36 Mitarbeiter*innen genutzt haben (Vorjahr 39). Deutliches Potenzial sehen wir für unser **Job-Bike-Angebot**, für das sich bislang 16 Mitarbeiter*innen (Vorjahr: 13) entschieden haben.

Arbeitswege der L&T-Mitarbeiter*innen



Fuhrpark

Die CO₂-Belastung durch unseren Fuhrpark ist im Berichtsjahr auf 92,0 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 78,1 t CO₂e) gestiegen.

Unser Fuhrpark besteht aus 19 Kraftfahrzeugen: vier Elektro-Pkw (Vorjahr: 3), acht Hybrid-Pkw (Vorjahr: 4), fünf Pkw (Vorjahr: 10) und zwei Nutzfahrzeuge mit Verbrennermotor (Vorjahr: 2).

Darüber hinaus verfügt L&T über zwei Dienstfahräder, die für kurze Strecken in Osnabrück genutzt werden.

Der Treibstoffverbrauch im Jahr 2022 lag bei 32.433 Litern (27.269 Liter) und ist im Vergleich zum Vorjahr um 18,9 Prozent gestiegen.

Während das L&T-Haupthaus und das L&T-Sporthaus mit einem 7,5-Tonnen-Lkw (Diesel) beliefert werden, stehen für Touren mit geringerem Volumen ein 3,5-Tonnen-Transporter (Diesel) sowie ein Elektro-Pkw zur Verfügung. Im Schnitt werden pro Fahrzeug täglich zwei Fahrten durchgeführt. Die Entfernungen vom Logistikzentrum zu unseren Filialen in der

Innenstadt und zum L&T-Outlet betragen je rund drei Kilometer. Detaillierte Verladepläne sorgen für die optimale Auslastung der Fahrzeuge, sodass unnötige Fahrten vermieden werden können.

In unserer Tiefgarage bieten wir eine **kostenfreie Ladestation** mit zwei Pkw-Stellplätzen und in unserem Parkhaus zehn kostenfreie Steckdosen zum Aufladen von E-Bikes für unsere Kund*innen an.

Geschäftsreisen

Die Anzahl der notwendigen Geschäftsreisen hat im Berichtsjahr wieder zugenommen. Die Menge der damit verbundenen CO₂-Emissionen beträgt 12,7 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 2 t CO₂e). Im Vergleich zu Vor-Pandemie-Zeiten wurden jedoch viele Veranstaltungen und Termine in den digitalen Raum verlegt. Wir überprüfen Reisetätigkeiten grundsätzlich auf ihre Notwendigkeit.

Kraftstoffverbrauch bei L&T (l)

	2020	2021	2022
Gesamt	25.878	27.269	32.433
Benzin	8.776	14.250	16.157
Diesel	17.102	12.943	16.037
Additiv Adblue	0	76	239

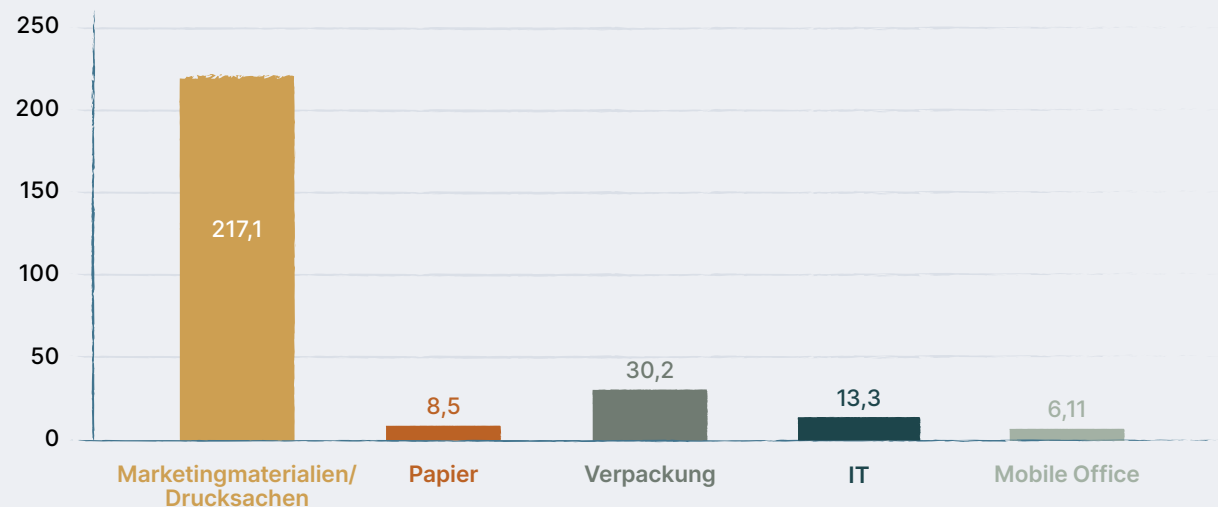




WENIGER IST MEHR – DER MATERIALEINSATZ BEI L&T

Im Jahr 2022 verursachte der Materialeinsatz Emissionen in Höhe von 275,3 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 203,04 t CO₂e). Der Großteil in Höhe von 82 Prozent entfiel auf die Produktion von Marketingmaterialien und sonstigen Drucksachen.

CO₂-Anteile Materialeinsatz bei L&T (t CO₂e)



Marketing, Druck, Papier

Der Bereich Marketingmaterialien, Drucksachen und Papier hat Emissionen in Höhe von 225,6 Tonnen CO₂e verursacht.

Im Berichtsjahr wurden rund 117,5 Tonnen Druck-erzeugnisse (Vorjahr: 92,9 Tonnen) hergestellt. Momentan werden acht Prozent dieser Marketingmaterialien klimaneutral und auf FSC-zertifiziertem Papier produziert. Klimaschutzzertifikate für den umweltfreundlich kompensierten Druck unserer L&T-Journale liegen für 27,1 Tonnen CO₂e vor. Zudem wurden 1,4 Mio. Blatt Druck- und Kopierpapier verbraucht. Dies entspricht einem Gewicht von 6,4 Tonnen (Vorjahr: 6,7 Tonnen). Das eingesetzte Papier ist recycelbar, aber nicht recycelt.



Verpackungsmaterial

Insgesamt sind Emissionen in Höhe von 30,2 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 12,6 t CO₂e) auf die Verwendung von Verpackungsmaterial zurückzuführen.

Logistikverpackungen

Unsere Standardfaltkartons sind nach FEFCO 0201 gefertigt und CoC-zertifiziert (FSC-Mix: 70%). Im Berichtsjahr wurden 11 Tonnen Kartonagen für den Versand verwendet. Dazu kamen 0,5 Tonnen Versandbeutel aus Weich-Polyethylen, die aus vollständig recyclingfähigem Material mit rund 50 Prozent Rezyklatanteil bestehen.

Durch den **CO₂-neutralen Versand von Briefen und Paketen** konnten im Jahr 2022 4,32 Tonnen CO₂e im Bereich unseres CO₂-Handprints angesetzt werden. Zudem haben unsere Kund*innen die Wahlmöglichkeit, ob ihre Sendungen mit oder ohne Rechnungsausdruck und Werbematerialien versandt werden.

Plastik- und Papiertüten

Die Ausgabe von Plastik- und Papiertüten hat sich 2022 nach dem Coronaknick erwartungsgemäß erhöht. Insgesamt wurden 115.644 Tüten ausgegeben. Im Vergleich zum letzten uneingeschränkten Geschäftsjahr 2019 konnten wir über 10.000 Tüten einsparen. Darüber hinaus hat der Anteil der Papiertüten an der Gesamtmenge deutlich zugenommen.

Unsere Plastiktüten bestehen aus mindestens 80 Prozent Recyclingmaterial und sind mit dem Blauen Engel zertifiziert.

Unsere Papiertüten haben ein Papiergewicht von 100 Gramm. Zurzeit werden 71%, also 24.405 von insgesamt 34.565 Tüten, aus FSC-zertifiziertem Papier hergestellt.

Digitale Infrastruktur

Unsere digitale Infrastruktur stellt die betriebsnotwendigen Systeme (Warenwirtschaftssystem, Kassensysteme, Bondrucker etc.) leistungssicher zur Verfügung.

Wir wollen die Digitalisierung weiter vorantreiben, um Prozesse zu optimieren, Ressourcen zu schonen und die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten.

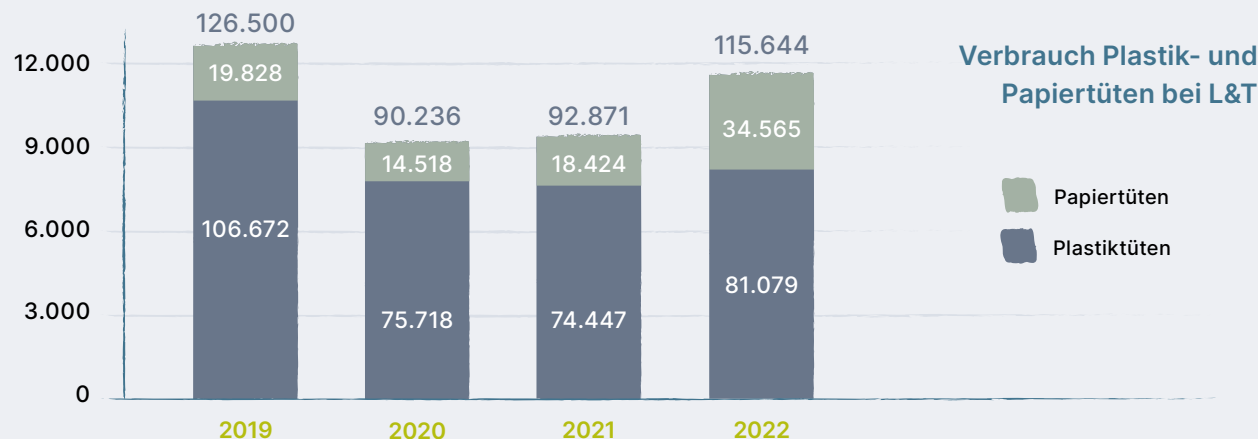
Beschaffung

Der Austausch der Geräte durch effizientere Nachfolgemodelle erfolgt in der Regel im 5-Jahres-Rhythmus. Wir setzen auf Zertifizierungen wie den Blauen Engel, den Energy Star 7.0 oder den EPEAT Gold-Standard.

Folgende Geräte wurden im Jahr 2022 angeschafft:

- 30 Notebooks
- 27 Flachbildschirme
- 12 Mobile Devices
- 7 Kamerasysteme

Die CO₂-Emissionen für die angeschafften Geräte beliefen sich auf 13,3 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 4,1 t CO₂e).





Reparatur

Defekte Devices, ob Kassen, PCs oder Smartphones, reparieren wir, sofern möglich, selbst, um Elektroschrott zu vermeiden. Auch nutzen wir defekte Geräte als „Ersatzteillager“ für zukünftige Reparaturen.

Zweitnutzung

Müssen digitale Devices oder Notebooks leistungsbedingt ausgetauscht werden, erfolgt die Weiterverwendung als Leihgerät oder ein Verkauf über die „Bunte Vergangenheit“. Auch unsere Server bekommen neue Aufgaben: Werden sie nicht weiterverkauft, kommen sie als Testsysteme zum Einsatz.

Sonstige Materialien

Im Jahresverlauf werden bei L&T weitere Materialien eingesetzt, die hier aus Wesentlichkeitsgründen nicht detaillierter aufgeführt werden.

Dazu gehören zum Beispiel

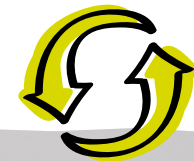
- Preisetiketten, Warensicherungen, Hersteller- und L&T-Kleiderbügel
- Tapeten, Holz, Metalle, großformatige Drucke für Dekorationskonzepte
- Sanitätsartikel, Schreibwaren, Pflegeartikel.

Um den Materialeinsatz zu optimieren kommt beispielsweise bei etwa 75 Prozent (Vorjahr: 70%) unserer Waren das Preisetikett des Herstellers zum Einsatz. Großformatige Banner werden inhouse mit einem langlebigen emissionsarmen Latex-Drucker und Farben auf Naturbasis gedruckt.

Reparatur, Wiederverwendung und Verkauf

Viele Materialien, zum Beispiel Dekorationsgegenstände, Transportboxen oder Rollständer, befinden sich bei uns im Dauereinsatz. Beschädigte Gegenstände werden in der hauseigenen Werkstatt repariert.

Im L&T-Kreislauf werden Warensicherungen und Kleiderbügel gesammelt und wiederverwendet. Ebenso werden nicht mehr benötigte Dekorationselemente eingelagert und bei folgenden Konzepten erneut eingesetzt. Alternativ erfolgt ein Lagerverkauf über die „Bunte Vergangenheit“. Zu entsorgende Materialien werden dem Verwertungskreislauf zugeführt.





Mister
Lemon
CAKE



GASTRONOMIE: SCHLEMMEN MIT GUTEM GEWISSEN

In unseren hauseigenen Gastronomiebereichen „Mr. Lemoncake“ und „Tapas Bar“ genießen unsere Besucher*innen ihre Pause vom Einkaufsbummel. In der Gastronomie sind die Möglichkeiten vielfältig, um nachhaltig zu handeln.

Wir setzen auf folgende Maßnahmen

- Verzicht auf Einwegprodukte (inhouse)
- Einsatz nachhaltiger Take-away-Verpackungen und Trinkhalme
- nachhaltige Speisenauswahl (saisonal, vegetarisch, frisch)
- effizienter Einkauf (zentralisiert, regional)
- langlebige Gastronomieausstattung (zeitloses Design, hohe Qualität)
- Nutzung energiesparender Geräte
- sorgfältige Mülltrennung
- Wissensmanagement (L&T-Mitarbeiter*innen, Betreiber*innen und Lieferunternehmen aus der L&T-Markthalle)





RECYCLING UND ENTSORGUNG: ABFALL UND ABWASSER

Trotz aller ressourcenschonenden Maßnahmen fallen im Rahmen des Geschäftsbetriebs Abfälle und Abwasser an. Nicht zu vermeidende Abfälle werden ordnungsgemäß verwertet, vorschriftsmäßig entsorgt oder so weit wie möglich recycelt.

Abfall



Quelle	Menge (t)	CO ₂ e (t)
Restmüll zur Verbrennung	209,5	76,8
Papier und Pappe (Recycling)	96,6	2,1
Glas, Glasmaterialien	50,5	17
Speisereste (Anaerobe Vergärung)	27,4	0,3
Baustoffe (Deponie)	45,0	0,1
Kunststoff/Plastik (Recycling oder Verbrennung)	13,8	0,3
Elektroschrott	3,1	0,01
	445,9	80,7

Recycling

Wir sind gemäß Verpackungsgesetz verpflichtet, unsere Verkaufsverpackungen zur Sammlung und Verwertung beim Dualen System anzumelden. Für die Rücknahme und Verwertung erhalten wir ein individuelles Ressourcenschutz-Zertifikat. Im Jahr 2022 wurden durch das Recycling der Verpackungen rechnerisch 55.024 kg Ressourcen (Vorjahr: 48.615 kg) und 5,4 Tonnen CO₂e (Vorjahr: 5,2 t CO₂e) eingespart.

Abwasser

Unser Abwasser leiten wir normgerecht in das öffentliche Kanalnetz ein. Für unsere Gastronomie nutzen wir ein separates Abwassernetz mit Ölfettscheidern. Die fetthaltigen Abfälle werden über eine Entsorgungsfirma fachgerecht entsorgt.





BIODIVERSITÄT ERHALTEN

Biologische Vielfalt bildet die Lebensgrundlage für die Menschheit. Unsere Geschäftstätigkeit hat vielfältige Auswirkungen auf die biologische Vielfalt. Es steht in unserer Verantwortung, konkrete Maßnahmen zum Schutz von Lebensräumen, Ressourcen und Artenvielfalt zu entwickeln und umzusetzen. Dies betrifft in diesem Kapitel die Maßnahmen an unserem Standort und in der Region. Viele weitere Maßnahmen, die der Biodiversität dienen, haben wir bereits in den vorhergehenden Kapiteln genannt.

Leitplanken für unser ganzheitliches Biodiversitätsmanagement

- **Erhaltung** natürlicher Lebensräume und Schutz der biologischen Vielfalt in unserer unmittelbaren Umgebung
- **Belastungen** der biologischen Vielfalt identifizieren, reduzieren und wo immer möglich vermeiden
- Belange der biologischen Vielfalt als **Kriterium in unsere Entscheidungsfindungen** einbeziehen
- **Vermittlung von Wissen** zur biologischen Vielfalt und **Umsetzung** von Projekten als Gemeinschaftsaufgabe

Biodiversität fördern – Struktur

Das Biodiversitätsmanagement haben wir fest in der Unternehmensentwicklung verankert. Seit Dezember 2022 kümmert sich eine Mitarbeiterin im Schwerpunkt um das operative Nachhaltigkeits- und Biodiversitätsmanagement. Das nächste Handlungsfeld ist nun, konkrete Ziele und wichtige Parameter zu definieren, um unsere Fortschritte zu dokumentieren.

Mit der strukturierten Weitergabe des gewonnenen Wissens an unsere Mitarbeiter*innen haben wir im Berichtsjahr begonnen.

Biodiversität fördern – Zielentwicklung Gestaltung des Firmengebäudes/-geländes

Um geeignete Ziele für eine biodiversitätsfördernde Nutzung unserer Flächen zu entwickeln, suchen wir den Austausch mit Expert*innen renommierter Institutionen wie der Deutschen Bundesstiftung Umwelt oder dem Fraunhofer-Institut in Stuttgart. Als erste mögliche Fläche haben wir den Mitarbeiterparkplatz an der Karlstraße in den Fokus genommen, der nach klimaregulierenden und biodiversitätsfördernden Kriterien umgestaltet werden kann.



Auch eine **Neugestaltung unserer Grünflächen** entlang der Hase (Herrenteichsstraße bis Georgstraße), z. B. durch das Anlegen von Wildblumenwiesen, wird derzeit geprüft.

Eine Begrünung unserer Terrassen- und Dachflächen (Haupthaus, Parkhaus, Logistikzentrum) ist aufgrund der vorhandenen und in Bau befindlichen Fotovoltaikanlagen ein herausforderndes Projekt.

Wir fokussieren uns daher auf die Prüfung einer möglichen Fassadenbegrünung sowie der Anlage von Brut- und Nistplätzen für Vögel, Kleintiere und Insekten.

Die Reinigungsarbeiten in unseren Gebäuden werden nach dem Konzept der ökologischen Gebäudereinigung durchgeführt und stetig im Hinblick auf Verbesserungspotenziale analysiert und optimiert. Dafür wurden wir von unserem Dienstleister mit einer Nachhaltigkeitsauszeichnung in Silber bedacht. Eine Entwicklung hin zum Goldstandard wird angestrebt.

Seit Juli 2022 befinden sich 80.000 kleine Kolleg*innen in Form von zwei Bienenvölkern auf dem Parkhausdach und werden von einer Osnabrücker Imkerei gepflegt.

Einbindung der Belegschaft

Um die Wissensvermittlung an unsere Mitarbeiter*innen kümmert sich ein durch die Unternehmensentwicklung geführtes internes Projekt-/Redaktionsteam. Seit Oktober 2022 läuft unser Social Intranet Stream „**Alarmstufe Grün!**“. Insgesamt wurden dort bis zum Ende des Berichtszeitraums 33 Beiträge zu ökologischen, ökonomischen und sozialen Themen veröffentlicht. Die Beiträge im Stream werden von durchschnittlich 300 Mitarbeiter*innen gelesen (60% der Belegschaft).

Für das folgende Berichtsjahr sind bereits eine **Themenwoche zum Thema Biodiversität** sowie **Gemeinschaftsaktionen** zur Erweiterung des Wissensstands der Mitarbeiter*innen geplant.

Maßnahmen entlang der Wertschöpfungskette

Die Verarbeitung von Pelzen in Modeartikeln und Accessoires ist ein stark diskutiertes Thema im Hinblick auf die Artenvielfalt. Wie angekündigt, verzichten wir seit der Herbst-Winter-Saison 2022/2023 vollständig auf Echtpelz in unserem Sortiment. Textilien mit Daunen beziehen wir von Herstellern, die mit Siegeln wie dem Responsible Down Standard (RDS) zertifiziert sind. Textilien aus bzw. mit Leder und Wolle gibt es ebenfalls aus ökozertifizierter Produktion.



Nachhaltigkeitsaspekt

SOZIALES



COMPLIANCE

Vertrauen ist ein Markenwert von L&T. Integrität und Fairness im Geschäftsverkehr und im Umgang miteinander sind für uns unverzichtbar. Rechtskonformes Verhalten und die Prävention von Gesetzes- und Regelverstößen sichern den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens. Denn ohne Fairness kein Zusammenhalt, ohne Zusammenhalt kein Erfolg.

Inhaltliche Schwerpunkte unserer Compliance-Bestrebungen

Juristische Akzente	Soziale Akzente	Ökonomische Akzente
<ul style="list-style-type: none"> • Umweltschutz • Sicherheit am Arbeitsplatz • Datenschutz • Firmengeheimnisse und geistiges Eigentum 	<ul style="list-style-type: none"> • Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit • Spenden und Sponsoring 	<ul style="list-style-type: none"> • Kartellrecht und fairer Wettbewerb • Integrität/Antikorruption • Vermeidung von Interessenkonflikten • Fairer Einkauf

Organisation des Prozesses

1. VORBEUGEN

- Vernetzung der internen Kontrollsysteme
- Erstellung transparenter Vorgaben und Integration in bestehende Prozesse
- Sensibilisierung durch regelmäßige Schulungen
- Kommunikation und Beratung

2. ERKENNEN

- Themenspezifische Kontrollen
- Prüfungen durch externe Einrichtungen (Wirtschaftsprüfung: WTG Wirtschaftstreuhand Dr. Grüber PartG mbB; Datenschutz: dbc Sachverständige für Datenschutz & IT-Security, Revision: TASCO Revision und Beratung GmbH)
- Einrichtung von definierten Berichts-, Dokumentations- und Meldewegen

3. REAGIEREN

- Keine Toleranz bei vorsätzlichem Verstoß
- Kontinuierliche Weiterentwicklung



BESCHÄFTIGUNG UND BENEFITS

Das L&T-Team besitzt ein großes Zusammengehörigkeitsgefühl. Gegenseitige Motivation und Unterstützung sind uns besonders wichtig. Die Verbundenheit mit dem Unternehmen ist groß: Langjährige Betriebszugehörigkeiten von bis zu 45 Jahren sind keine Seltenheit.

Team L&T

Im Februar 2023 waren 524 (Vorjahr: 512) Mitarbeiter*innen inklusive Auszubildende und Trainees für L&T tätig. Es lagen 227 Vollzeitverträge sowie 297 Teilzeitverträge, davon 61 Minijobverträge vor. Im Jahr 2022 wurden 133 Mitarbeiter*innen eingestellt, 121 Personen haben das Unternehmen verlassen. Unser Mitarbeiterstamm ist damit um 12 Personen (2,5%) gestiegen.

Vorteile und Betriebliche Altersvorsorge

Auf einen großen Teil des L&T-Sortiments gewähren wir einen Personalrabatt von 40 Prozent; eine fest benannte Vertrauensperson erhält 15 Prozent Rabatt. Die Dienstleistungen im L&T CityGym können mit einer Vergünstigung von 15 Prozent genutzt werden. Die Betreiber der Markthalle gewähren in der Regel 10 Prozent Rabatt. Der Steuerfreibetrag für den Personalrabatt beträgt pro Jahr 1.080 Euro. Eine Pensionskasse sichert die betriebliche Altersvorsorge unserer Mitarbeiter*innen.

Maßnahmen gegen Fachkräftemangel

Für viele Arbeitnehmer*innen leidet die Attraktivität des stationären Einzelhandels, des Gastronomie- und Freizeitsektors unter den Öffnungszeiten an sechs Wochentagen und dem dadurch notwendigen Schichtbetrieb.

Mit der Umsetzung erster Maßnahmen für zukunftsorientierte Mitarbeiterbindungskonzepte haben wir begonnen. Dazu gehören beispielsweise ein umsatzorientiertes Prämiensystem und ein zusätzlicher freier Samstag pro Monat im Vertrieb sowie die Einführung der Gleitzeit mit Kernarbeitszeit für einige Supportbereiche.

Die Entwicklung dieser Maßnahmen erfolgte im Teilprojekt „Team“ unserer strategischen Entwicklungsoffensive „Weiter nach vorn“.

Jubiläen

Die Jubiläen ab zehn Jahren Betriebszugehörigkeit werden in einem besonderen Rahmen mit dem Team gefeiert. Selbstverständlich erhalten die Jubilar*innen eine finanzielle Anerkennung. Unsere Rentner*innen laden wir zum fest etablierten jährlichen Frühstück ein, das im Berichtsjahr erstmals nach der Pandemie wieder stattgefunden hat.



MITARBEITER*INNEN BEI L&T



Flexible Arbeitszeiten und -möglichkeiten

Die Regelarbeitszeit (Vollzeit) beträgt 37,5 Stunden pro Woche. Unsere Mitarbeiter*innen in Vollzeit erhalten pro Arbeitswoche einen Freizeittag. Im Zuge unserer Mitarbeiterbindungsmaßnahmen wurde die Anzahl der freien Samstage pro Monat für unsere Verkaufsmitarbeiter*innen im Herbst 2022 von einem auf zwei angehoben. Bei der Festlegung der Freizeittage und Schichtpläne berücksichtigen wir die individuellen Wünsche, wo immer es möglich ist.

Das Arbeiten aus dem Mobile Office, geübt in Pandemiezeiten, hat sich als Bereicherung herausgestellt. Heute ermöglicht eine Betriebsvereinbarung den rund 45 Mitarbeiter*innen aus den Bereichen Verwaltung und Support wöchentlich drei Arbeitstage im Mobile Office.

Urlaub und Sabbaticals

Allen Mitarbeiter*innen stehen 6 Wochen Urlaub pro Kalenderjahr zur Verfügung. Wir achten darauf, dass ein großer Teil des Jahresurlaubs im Sinne der Erholung möglichst zusammenhängend genommen werden kann. Dies gilt für alle Hierarchieebenen des Unternehmens.

Bei der Planung des Urlaubs berücksichtigen wir gern die Wünsche der Mitarbeiter*innen. Sie werden nach sozialen Gesichtspunkten priorisiert.

Mitarbeiter*innen mit einer Betriebszugehörigkeit ab 10 Jahren bieten wir die Möglichkeit, ein Trimester Sabbatical einzulegen, also eine Auszeit von bis zu vier Monaten zu nehmen.

Verpflegung und Pausen

Unsere Betriebskantine „Essbar“ mit ihrer großen Außenterrasse ist ein Treffpunkt für das gesamte Team. Von mittwochs bis samstags gibt es eine Vielfalt an Gerichten, von Salat über wechselnde Mittagsgerichte bis zum selbstgebackenen Kuchen. Wasser, Kaffee und Obst stehen kostenfrei zur Verfügung. Samstags laden wir unsere Mitarbeiter*innen zum Essen in der „Essbar“ ein. Für kurze Erholungsphasen vor oder nach dem Essen steht ein separater Ruheraum zur Verfügung.

Mobilität

Der Arbeitsweg ist sowohl für die Klimabilanz unseres Unternehmens als auch im Hinblick auf die Gesundheitsförderung unserer Mitarbeiter*innen und deren Ausgaben relevant.

Von Juni bis August 2022 haben wir unseren Mitarbeiter*innen das 9-Euro-Ticket kostenfrei angeboten. 370 haben das Angebot genutzt. 36 (Vorjahr: 39) Mitarbeiter*innen nutzen das Job Ticket des örtlichen ÖPNV. Bislang 16 (Vorjahr: 13) Mitarbeiter*innen haben sich für unser Job-Bike-Angebot entschieden.

In der hauseigenen Tiefgarage stehen kostenfreie Fahrradparkplätze (inkl. Ladestation) zur Verfügung, und auf unserem Mitarbeiterparkplatz können Kfz-Stellplätze günstig angemietet werden.

Mitarbeitererevents

Begeisternde Events sind fester Bestandteil der L&T-Firmenkultur und finden nicht nur unternehmensweit, sondern auch abteilungsintern statt.

Unser großes Sommerfest fand am 29. Juni 2022 im Alando Ballhaus/Alando Chalet statt. Das Team verlebte einen fantastischen Sommerabend mit Grillbüfett, DJ und spontaner Pool-Party. Die begeisterte Stimmung konnte an die Unbeschwertheit früherer Jahre anknüpfen. Gemeinsame sportliche Aktivitäten wie die Teilnahme an Lauf-Events oder anderen Sportangeboten erfreuen sich großer Beliebtheit.





Mitarbeitermotivation

Der entscheidende Erfolgsfaktor für L&T sind unsere motivierten Mitarbeiter*innen.

Respekt und Wertschätzung füreinander sind selbstverständlich. Unterstützt wird diese Haltung durch eine zugewandte Duz-Kultur. Wir pflegen einen positiven Managementstil, der durch kontinuierliche Schulungen unserer Führungskräfte gefördert wird.

Auch finanzielle Anreize können motivieren. Individuelle, Team- und Unternehmensprämien regen dazu an, gesetzte Ziele zu erreichen. Zusätzlich erhalten unsere Verkaufsmitarbeiter*innen seit der Herbst-Winter-Saison 2022/2023 eine umsatzabhängige monatliche Bonusprämie (0,5% vom persönlichen Monatsumsatz).

Kommunikation im Unternehmen

Neben den täglichen Fünf-Minuten-Teambriefings, den regelmäßigen Abteilungsmeetings und den saisonalen Führungskräftebesprechungen und Mitarbeiterfrühstücken sind neue, digitale Instrumente zum Bestandteil der Regelkommunikation geworden. Die Kommunikation über Video-Plattformen vereinfacht die Zusammenarbeit – ganz ohne Informationsverlust. **Unsere Mitarbeiter-App „Beekeeper“ wird von 98 Prozent unserer Mitarbeiter*innen genutzt.** Die dort veröffentlichten Posts werden im Schnitt von zwei Dritteln des Teams gelesen und häufig mit Feedback versehen.

Neu ist die Einführung unseres Nachhaltigkeits-Streams „Alarmstufe Grün“ im Oktober 2022. Zudem werden die Informationen aus den analogen Fünf-Minuten-Teambriefings nun auch digital zur Verfügung gestellt.

Feedback- und Beschwerdemanagement

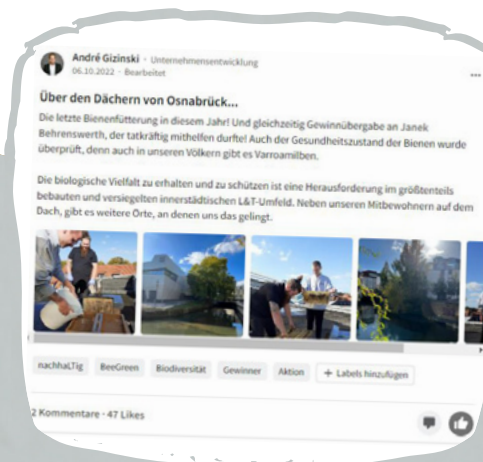
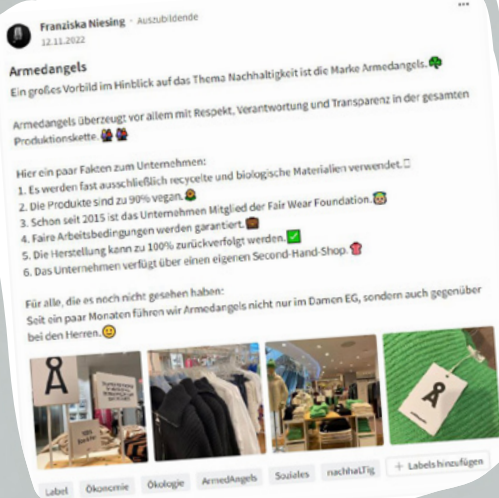
Feedback ist die höchste Form der Wertschätzung.

Anerkennung erhält die Motivation, sachliche Kritik erhöht die Qualität unserer Arbeit. Dafür nutzen wir eine klare Struktur, die immer Wertschätzung gewährleistet. **Anerkennung funktioniert mit einem „Wow!“, Kritik läuft über zielführende „Tipps“.** Grundsätzlich stehen die Führungskräfte, das Personalteam und der Betriebsrat als Ansprechpartner*innen über alle Kommunikationskanäle zur Verfügung.

Individuelle Krisenhilfe

Der L&T-Krisenfonds, der kurz nach dem Zweiten Weltkrieg ins Leben gerufen wurde, **hilft dort, wo Mitarbeiter*innen unverschuldet in eine finanzielle Notlage geraten.**

Im Berichtsjahr konnten sechs Personen mit einer Summe von 3.600 Euro unterstützt werden. Der Unterstützungseinrichtung stehen derzeit noch rund 49.000 Euro für weitere Hilfen zur Verfügung.





ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

Im Verkauf, in der Gastronomie, im Sport- und Freizeitbereich, in der Logistik oder Verwaltung gibt es unterschiedlichste Anforderungen an die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz. Unserer Fürsorgepflicht als Arbeitgeber tragen wir durch eine gesundheitsgerechte Arbeitsgestaltung Rechnung. Die Anzahl der gemeldeten Betriebsunfälle bei L&T war im Berichtsjahr gering. Überwiegend wurden Prellungen oder Verstauchungen gemeldet.



Betriebsärztin

Zu allen Fragen der Arbeitssicherheit und der Prävention unterstützt uns unsere Betriebsärztin. Sie steht allen Mitarbeiter*innen bei gesundheitlichen Fragen, die von Grippeimpfungen bis zu Suchterkrankungen reichen, zur Verfügung. Neben beratenden Erstgesprächen hilft sie auch bei der Vermittlung zu Fachärzt*innen. Zudem wird allen Mitarbeiter*innen in jedem Herbst eine Grippeimpfung angeboten. Unseren Mitarbeiter*innen, die am Bildschirm arbeiten, bieten wir Vorsorgeuntersuchungen, in denen Sehvermögen und

allgemeine Arbeitsgewohnheiten getestet werden. Bedingt durch unser Sport- und Freizeitangebot widmet sich die Betriebsärztin auch Themen wie der Geräuscentwicklung der Hasewelle oder der Eignungsprüfung für das Höhentraining im City Gym.

Coronamanagement

Der L&T-Präventionsstab hat im Februar 2023 nach dreijährigem Einsatz seine Arbeit beendet. Die Erfahrungen und das Wissen sind dokumentiert und können jederzeit reaktiviert werden. Unseren Mitarbeiter*innen stehen Coronatests und Schutzmasken nach wie vor kostenfrei zur Verfügung.

Erste Hilfe

Im Berichtsjahr waren 46 Mitarbeiter*innen (Vorjahr: 9 %) als Ersthelfende ausgebildet. Diese Qualifizierungen werden von L&T durch das Angebot von „Erste Hilfe“-Kursen gefördert. Um im Ernstfall eine schnelle Erstversorgung zu gewährleisten, wird bei der Erstellung des Dienstplans auf die Anwesenheit einer ausreichenden Anzahl von Ersthelfenden geachtet. In sehr speziellen Fragen steht uns eine externe Fachkraft beratend zur Verfügung.

In unserem Ausschuss für Arbeitssicherheit (ASA), bestehend aus Mitarbeiter*innen des Betriebsrats und der Personalabteilung sowie der Betriebsärztin und einer Fachsicherheitskraft, werden spezifische Maßnahmen zum präventiven Arbeitsschutz der Mitarbeitenden entwickelt und verabschiedet.



Prävention

Unser Präventionsansatz ist auf die gesundheitsgerechte Arbeitsplatzgestaltung und ein umfassendes Präventionsangebot für die Mitarbeiter*innen ausgerichtet. Wir bemühen uns, die persönlichen Arbeitsumgebungen auf die individuellen Bedürfnisse abzustimmen, um den **optimalen Arbeitsplatz** zu bieten. Für die körperliche Fitness und Gesunderhaltung bieten wir unseren Mitarbeiter*innen das **Training im hauseigenen Fitnessstudio City Gym** an.

Unser eLearning-Tool zur Unfallvermeidung hat sich nicht durchgesetzt. Derzeit wird ein neues Tool zu diesem Themenbereich geplant.

Ein Großteil der Büroarbeitsplätze wurde im Berichtsjahr mit höhenverstellbaren Schreibtischen ausgestattet. Das alltägliche lange Arbeiten am Bildschirm belastet Augen und Körperhaltung.

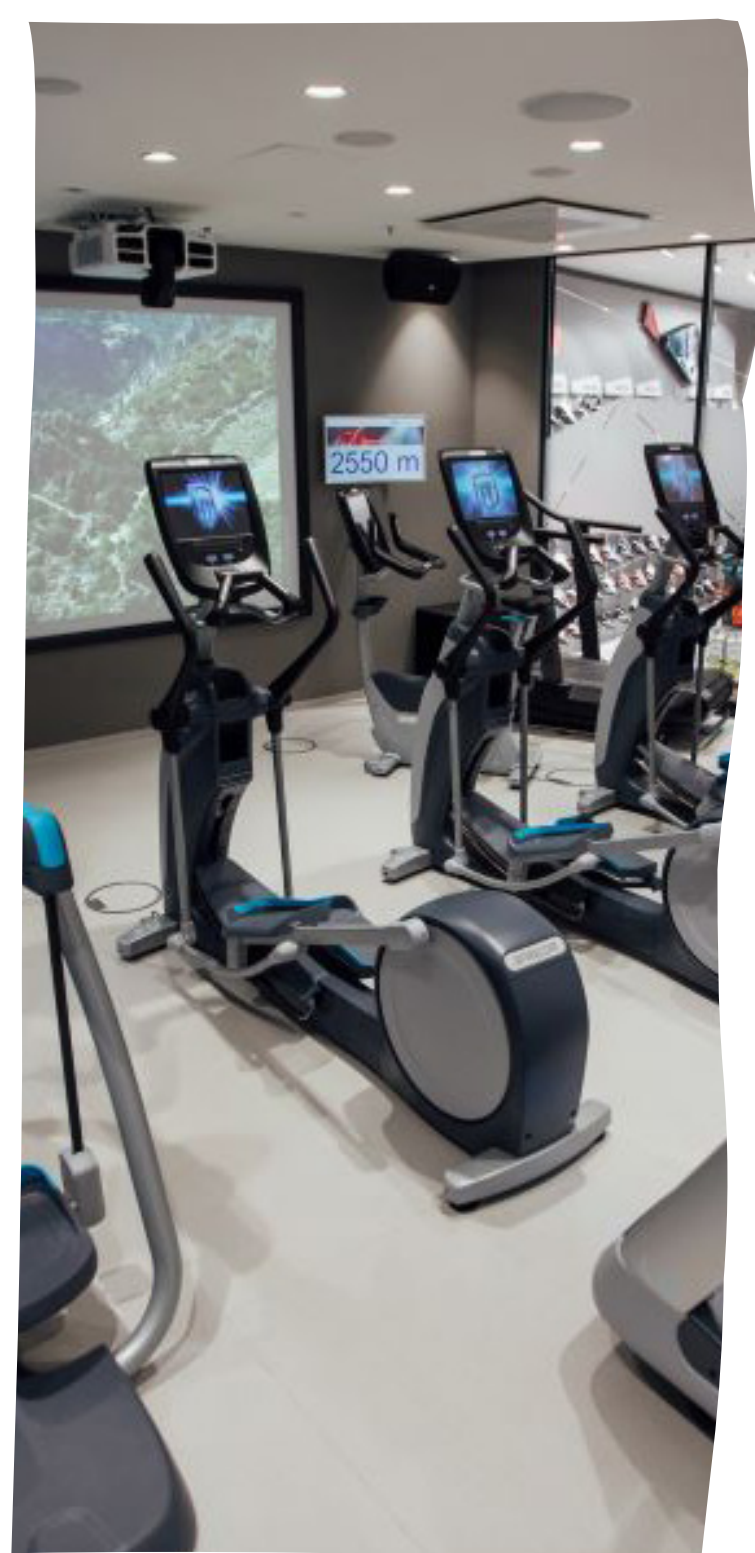
Benötigt ein*e Mitarbeiter*in eine Bildschirmarbeitsplatzbrille, trägt L&T die Kosten bis zu einer Höhe von 150 Euro. Die Wahl des Optikers ist frei.

Wiedereingliederungsmanagement

Sind Mitarbeiter*innen länger als sechs Wochen arbeitsunfähig, klären wir gemeinsam, wie die Rückkehr an den Arbeitsplatz optimal gestaltet werden kann. Zu den Möglichkeiten der Wiedereingliederung gehören

- die stufenweise Wiedereingliederung
- die Stundenreduzierung
- die Umgestaltung des Arbeitsplatzes oder
- der Wechsel in ein anderes Aufgabengebiet.

Wir legen Wert darauf, schnell und unkompliziert individuelle Lösungen zu finden.





AUS- UND WEITERBILDUNG

Die Förderung individueller Aufstiegs- und Entwicklungschancen ist Teil unserer Unternehmenskultur. Wir wollen allen Mitarbeiter*innen die Chance geben, das eigene Potenzial voll zu entfalten. Das gilt für vertikale Veränderungen (Wechsel der Hierarchieebene) ebenso wie für horizontale (Wechsel der Unternehmensbereiche). So werden Motivation und Zufriedenheit jedes Einzelnen sowie der Erfolg des Unternehmens gefördert.

Ausbildung

Für unser Ausbildungsengagement wurden wir 2021 von der IHK Osnabrück – Emsland – Bad Bentheim als **Top-Ausbilder** ausgezeichnet. Das Qualitätssiegel gilt für die Dauer von drei Jahren. Die Reauditierung ist für das Jahr 2024 vorgesehen.

Im Verlauf des Berichtsjahres waren insgesamt 46 junge Menschen bei uns in Ausbildung. 12 Auszubildende konnten ihre Ausbildung erfolgreich abschließen; 14 neue Auszubildende wurden eingestellt.

Ab dem Ausbildungsjahr 2023/2024 werden wir zudem Kaufleute für Marketingkommunikation ausbilden.



Unsere Ausbildungsbeauftragte hat ein offenes Ohr für Fragen und Wünsche und hilft bei Herausforderungen weiter. Bestandteil unseres Ausbildungsprogramms ist ebenfalls die **enge Zusammenarbeit mit Hochschulen**.

In Kooperation mit der Hochschule Osnabrück führen wir unter anderem Semesterprojekte durch und beteiligen uns an der Blockwoche. Darüber hinaus begleiten wir gerne praxisorientierte Abschlussarbeiten von Studierenden in allen Unternehmensbereichen.





Fortbildung

Nach der Ausbildung bieten wir die Möglichkeit, die **dualen Studiengänge** Textilbetriebswirt*in BTE oder Fachwirt*in BTE an der LDT Akademie Fashion Management in Nagold zu absolvieren.

Zudem stehen weitere Fortbildungen zur Wahl:

- Betriebswirt*in IHK
- Fachwirt*in IHK
- Fachberater*in
- Styling-Weiterbildung an der AMD
- geprüfte*r Fachwirt*in im E-Commerce

Eine große Bedeutung innerhalb unseres Qualifizierungsprogramms kommt der **L&T-eigenen Weiterbildung zum Fachberater bzw. zur Fachberaterin** zu. Sie dient vor allem dazu, unseren Kund*innen ein abteilungsübergreifendes Beratungserlebnis anzubieten.

Regelmäßige Verkaufs- und Produktschulungen werden hausintern durchgeführt. Unsere Mitarbeiter-App „Beekeeper“ ergänzt die Schulungen durch regelmäßige Trendinformationen.

Mit unserem **jährlichen Nachwuchsführungskräfte-seminar** begleiten wir ausgewählte Mitarbeiter*innen unabhängig von ihrem Alter auf dem Weg in eine Führungsposition. Die Seminare werden von einem externen Coach geleitet.

Das Unternehmen L&T ist auch individuellen Fortbildungswünschen gegenüber sehr aufgeschlossen. Die vollständige oder teilweise Kostenübernahme hängt von der Art der Qualifizierung ab. In persönlichen Gesprächen finden wir **passgenaue Lösungen**.

A photograph of a man in a dark shirt writing the word 'BILDUNG' in large, bold, grey letters on a whiteboard. He is holding a red marker. In the foreground, the silhouettes of several people are visible, looking towards the whiteboard. The background shows a bright, modern office environment with large windows.

BILDUNG



DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT

In einer pluralistischen Gesellschaft ist es die Aufgabe jedes Einzelnen, aber auch von Institutionen, Behörden, Verbänden und Unternehmen, sich für Menschenwürde, Vielfalt und Gleichberechtigung einzusetzen. In unserem Unternehmen sind Chancengleichheit und das Abwenden von Diskriminierung definierte Führungsaufgaben.

Gleichberechtigung

In unserem Haus sind Leistung und Können entscheidend, nicht die Geschlechtsidentität. Das gilt auch für die Bezahlung. Der überwiegende Teil unserer Mitarbeiter*innen ist weiblich. Die ausschließlich männliche Besetzung der Geschäftsführung ist keiner bewussten Entscheidung, sondern einer zufälligen Entwicklung geschuldet. Die derzeitige Geschäftsführung leitet das Unternehmen seit 2008.

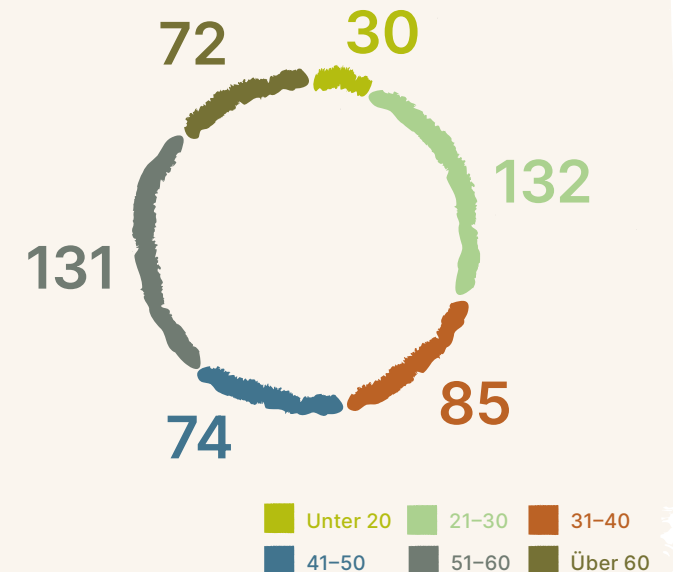
Schwerbehindertenvertretung

Zurzeit sind in unserem Haus 17 (Vorjahr: 7) Schwerbehinderte angestellt. Die Quote liegt bei 3,1 Prozent. Sie werden von zwei Mitarbeiter*innen vertreten, die alle vier Jahre von den Schwerbehinderten unseres Unternehmens gewählt werden. Durch ständigen Austausch mit der Geschäftsführung, dem Integrationsamt und der Agentur für Arbeit werden die Belange der Betroffenen gewahrt.

Altersstruktur

Die Altersstruktur im Unternehmen ist ausbalanciert. Für ein Modehaus, das allen Altersgruppen ein trendgerechtes Angebot machen will, ist diese Balance unverzichtbar. Das durchschnittliche Alter unserer 524 Beschäftigten liegt bei 42 Jahren.

ALTERSGRUPPEN DER BESCHÄFTIGTEN BEI L&T





Herkunft und sexuelle Orientierung

Wir achten bewusst auf Vielfalt und sind stolz darauf, dass unter unserem Dach 17 verschiedene Nationen gemeinsam tätig sind. Diskriminierungen aufgrund von Herkunft oder sexueller Orientierung stellen wir uns vehement entgegen. Sollte es trotzdem Anlass zur Beschwerde geben, stehen zwei Mitarbeiter*innen aus dem Betriebsrat sowie unser HR-Team zur Verfügung.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Der Einzelhandel gilt wegen seiner Öffnungszeiten als wenig familienfreundlich. Daher bieten wir bereits den werdenden Eltern proaktiv unsere Unterstützung in allen familienrelevanten Themenbereichen an.



Wir legen mit flexibler und fairer Arbeitszeitgestaltung, der Möglichkeit zur Teilzeitarbeit und enger interner Kommunikation die Grundlage, Beruf und Familie in Einklang zu bringen.

Zudem bieten wir Eltern eine Notfallbetreuung ihrer Kinder an, wenn die reguläre Betreuung ausfällt.

ÜBERSICHT DER NATIONEN

Bolivien, Bosnien und Herzegowina, Brasilien, Deutschland, Georgien, Griechenland, Italien, Kasachstan, Kolumbien, Kroatien, Kuba, Polen, Portugal, Rumänien, Russische Föderation, Türkei, Ukraine





LEBENDIGE ERINNERUNGSKULTUR

Der dänische Philosoph Søren Kierkegaard hat sich deutlich zum Zusammenhang von Erinnerung und Leben geäußert: „Es ist ganz wahr, was die Philosophie sagt, daß das Leben rückwärts verstanden werden muß. Aber darüber vergißt man den andern Satz, daß vorwärts gelebt werden muß.“¹⁶

Die Verpflichtung zur Erinnerung muss also auch in die Zukunft wirken. Es gilt, aus der Zeit des Nationalsozialismus Lehren zu ziehen, die das Miteinander und die Toleranz heute und in Zukunft stärken. Diese Verpflichtung hat für uns, bedingt durch unsere Unternehmensgeschichte, besondere Bedeutung.

Unsere Wurzeln reichen bis in das Jahr 1910 zurück. Die dramatischen Veränderungen in den 30er-Jahren des 20. Jahrhunderts führten zur „Arisierung“ des Kaufhauses Alsberg & Co. Davon profitierten Friedrich Lengermann und Alfred Trieschmann, die das Unternehmen kauften und ab November 1935 als Konfektionshaus Lengermann + Trieschmann führten. Nach dem Krieg leisteten die beiden neuen Inhaber Restitutionszahlungen an die ehemaligen Besitzerfamilien und Grundstückseigentümer. Diese konnten und können das geschehene Unrecht jedoch nicht aufwiegen. Daraus leitet die heutige Nachfolgegeneration der Eigentümerfamilien eine Verantwortung ab, die die Verpflichtung zur Erinnerung an den Holocaust umfasst.

Seit 2010, nach dem Generationenwechsel in der Geschäftsführung, setzen wir uns intensiv mit unserer Geschichte auseinander. Die Aufarbeitung folgt dabei den Erkenntnissen der Geschichtsforschung, aber auch den Erwartungen, die Bürger*innen der Stadt Osnabrück zu Recht an ein Traditionsunternehmen stellen, das von der „Arisierung“ in den 1930er-Jahren profitiert hat. Aus einem Fehler in den vergangenen Jahren haben wir gelernt und Strukturen geändert.

Die Erinnerungskultur ist wesentlicher Bestandteil unseres jährlichen Nachhaltigkeitsberichts. Ein vierköpfiges Team aus Vertretern der Inhaberfamilien, der Unternehmensentwicklung und einer externen Beraterin kümmert sich seit September 2022 darum, den Aufarbeitungsprozess weiter voranzutreiben, sinnvolle **Angebote zur Erinnerung an den Holocaust sowie gegen Antisemitismus** für Mitarbeitende, Schüler*innen und andere Gruppen mit passenden Partnern auszuwählen sowie die aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnisse zum Thema in Zusammenarbeit mit Historiker*innen zu verarbeiten. So sollen die Geschichte des Unternehmens, die Verantwortung zur Erinnerung und das Engagement für ein „**Nie wieder**“ nachhaltig im täglichen Leben verankert werden. In diesem Zusammenhang wird das 2010 erstellt wissenschaftliche Gutachten über die „Arisierung“

des Unternehmens im Jahr 2023 einer Revision unterzogen. Der aktuelle Stand der Wissenschaft wird geprüft, neue Aspekte werden eingearbeitet.

Wir lernen aus unserer Vergangenheit und verstehen es deswegen als unsere Aufgabe, gemeinsam mit anderen gegen Antisemitismus in unserer Gesellschaft einzutreten, um unser aller Zukunft positiv zu gestalten. Denn Frieden und Toleranz sind die Basis für unser Zusammenleben, für unsere Demokratie.

Neue Website zur Erinnerungskultur

Die Ergebnisse unserer Arbeit zur Erinnerungskultur präsentieren wir seit Herbst 2023 auf unserer Website <https://corporate.l-t.de/erinnerungskultur/>. Auf dieser neu gestalteten Plattform werden nicht nur neue Erkenntnisse aus der historischen Arbeit veröffentlicht, sondern auch Maßnahmen, mit denen wir das Gedenken an eine Zeit, die nie wieder kommen darf, aufrechterhalten wollen.

¹⁶ Søren Kierkegaard: Die Tagebücher. Deutsch von Theodor Haecker. Brenner-Verlag 1923, S. 203.



GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung ist uns wichtig. Mit Freude fördern wir regionale Einrichtungen und Projekte aus den Bereichen Soziales, Kultur, Erinnerungskultur sowie Vereine und Veranstaltungen aus dem Sportbereich mit Geld- und Sachleistungen.

Spenden 2022/2023

Im Berichtsjahr haben wie diverse Projekte und Einrichtungen mit insgesamt 39.353 Euro unterstützt. Dazu kommen ca. 15.000 Euro an Sachleistungen.

Geförderte Einrichtungen und Projekte

- Caritas Osnabrück
- Verbund Frau und Betrieb Osnabrück e.V.
- Freundeskreis für ein selbstverwaltetes Zentrum Bildung und Kultur e.V. (FrAZ)
- Friedensorgel St. Katharinen, Osnabrück
- Franz-von-Assisi-Schule, Osnabrück
- Museums- und Kunstverein Osnabrück e.V.
- Osnabrücker Kindertafel
- Provide the Slide e.V.
- SK Skulptur Galerie („Wärmebusse für die Ukraine“)
- Universitätsgesellschaft Osnabrück e.V.

Wärmebusse für die Ukraine

Reinhart Richter und Ansgar Frommeyer haben Geld für den Erwerb und die Isolierung von gebrauchten Linienbussen gesammelt, um diese in der Ukraine als **rollende „Wärmestuben“** einzusetzen. Wir haben sehr gerne die Kosten für einen von insgesamt 15 Bussen übernommen.

Geförderte Sportveranstaltungen/-vereine

- Addi-Vetter-Cup
- Nacht von Hasbergen
- Soziale Surf-Camps (Stiftung Sport mit Herz)
- Tommy Reichenberger Fußball-Camp
- TV Bissendorf-Holte e.V.
- TSV Riemsloh e.V.
- TSV Venne e.V.
- VfR Voxtrup e.V.

Surf-Camps der Stiftung Sport mit Herz

Die Sport-mit-Herz-Stiftung verknüpft **Bildungsangebote und soziales Engagement mit Sport und Fair Play**. Ein Element der Stiftungsarbeit sind die Sport-Camps für Kinder. Wir haben im Berichtsjahr erstmalig zwei dreitägige Surf-Camps für Kids und Teens durchgeführt. Jeweils zehn Kinder bekamen Surf-Unterricht auf der Hasewelle inklusive vorbereitender Aktivierung im City Gym. Die Verpflegung in der L+T-Markthalle war ebenfalls enthalten.

Spenden- und Fördergeldvergabe

Die Zuwendungen zu verteilen, ist aufgrund der Vielzahl an Anfragen und der vielfältigen Ideen nicht einfach. Eine Spendenkommission aus einem Mitglied der Geschäftsführung und zwei Mitarbeiter*innen entscheidet über die Vergabe. Anträge können über unsere Website (www.l-t.de) gestellt werden.



Provide the Slide

Seit 2021 unterstützen wir den Verein „Provide the Slide“, der jungen Menschen entlang der westafrikanischen Küste die Gelegenheit gibt, durch das Surfen eine **neue Perspektive im Leben** zu entwickeln. Für das Projekt haben wir im Berichtsjahr 80 Neoprenanzüge und 10 Boards aus dem Fundus der Hasewelle zur Verfügung gestellt. Einige unserer Kund*innen haben ebenfalls Platz in ihrem Keller geschaffen und mehrere Neos sowie drei Boards gespendet.

Unser dritter Nachhaltigkeitsbericht ist an dieser Stelle abgeschlossen.

Die rasante Geschwindigkeit, mit der Veränderungen in den letzten Jahren stattgefunden haben, hat uns noch einmal verdeutlicht, wie eng alle Bereiche der Nachhaltigkeit miteinander verbunden sind. Jede Maßnahme beeinflusst nicht nur einen, sondern mehrere Bereiche. Und auch die neuen Richtlinien und Gesetze wie die CSRD oder das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz werden in Zukunft unser Handeln mitbestimmen.

All diese Veränderungen sollen uns jedoch nicht hemmen, sondern – ganz im Gegenteil – anspornen, über uns hinaus zu wachsen. Wir bereiten uns schon heute auf die Veränderungen vor, die uns durch das Inkrafttreten der Richtlinien in den kommenden Jahren betreffen werden. Wir haben das Ziel, der Zeit voraus zu sein, anstatt ihr hinterherzuhinken. **Nicht zögern, sondern handeln!** Auch wenn das bedeutet, nicht immer die Ideallösungen umzusetzen. Alles ist besser als abzuwarten.

Unsere ökologischen Maßnahmen zahlen sich auch aus ökonomischer Sicht aus. Der Verzicht auf die stromintensive Rolltreppe im alten Lichthof wird die Energiekosten ebenso senken wie der Einsatz neuer Technologien im Gebäudemanagement.

Unsere ausgebaute Fotovoltaikanlage versetzt uns in die Lage, mehr Grünstrom selbst zu produzieren und bedeutet gleichzeitig, dass weniger Zukauf notwendig wird. Auch zum Erhalt der Biodiversität sind derzeit einige Maßnahmen in Planung.

Dem gesellschaftlichen Engagement messen wir ebenfalls große Bedeutung bei. Die gegenwärtigen Entwicklungen machen uns noch deutlicher bewusst, wie wichtig es ist, unseren Beitrag zur Erinnerungskultur auszubauen. Zudem beteiligen wir uns an Veranstaltungen und Projekten anlässlich 375 Jahre Westfälischer Frieden, um den Fokus auf ein friedliches Miteinander und eine gemeinsame Zukunft zu lenken – **zum Erhalt einer lebenswerten Gesellschaft für zukünftige Generationen.**

Das Bewusstsein für ein nachhaltigeres Leben steigt mit jedem Jahr, in dem wir uns der Entwicklung und der Berichterstattung zum Thema Nachhaltigkeit widmen.

Wir lernen dazu und wachsen an unseren Aufgaben – auch wenn neue Herausforderungen nicht auf sich warten lassen. Wir bleiben auf der Suche nach den besten nachhaltigen Lösungen.



An dieser Suche sind im Hause L&T und darüber hinaus viele Menschen beteiligt. Wir danken ihnen für das Sammeln und Strukturieren von Ideen, für den persönlichen Einsatz rund um ein nachhaltiges Leben und nicht zuletzt für den Aufbau und die Umsetzung dieses Berichts. Und auch Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, möchten wir danken – vor allem für Ihr Interesse an diesem Bericht.

Kritik, Anregungen und Ideen nehmen wir gerne auf. Wir freuen uns über jedes Feedback, das uns dabei hilft, sinnvolle Maßnahmen und Projekte umzusetzen, um unsere Umwelt nachhaltig zu gestalten.

Wir freuen uns auf einen regen Austausch!

André **Gizinski**

Leiter
Unternehmensentwicklung

Malin **Luczak**

Nachhaltigkeitsmanagement
Unternehmensentwicklung



Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht der Lengermann & Trieschmann GmbH & Co. KG für das Berichtsjahr 2022/2023 ist nach sorgfältigen Recherchen und auf der Grundlage verlässlicher Unternehmensdaten sehr gewissenhaft erstellt worden. Fehler sind dennoch nicht auszuschließen.

Herausgeber

Lengermann & Trieschmann GmbH & Co. KG (L&T) | 49074 Osnabrück

Verantwortlich für den Herausgeber

Mark Rauschen, Thomas Ganter, Alexander Berger

Publication Management

André Gizinski, Malin Luczak

Mitwirkende

Steffen Beckmann, Bernadette Bente, Alexander Berger, Dustin Feldmann, Thomas Ganter, Susanne Gnewuch, Josef Hackel, Uwe Imsiepen, Sabine Knost, Hélen Kamphaus, Irina Luft, Vivien Moor, Ina Pusdrowski, Mark Rauschen, Daniel Reid, Jan Riepenhoff, Andre Schmidt

Redaktion, Konzept, Gestaltung

KLARTEXT grafikbüro GmbH & Co. KG

Bildnachweis/Fotos

AdobeStock Joerg Sabel, LIGHTFIELD STUDIOS, Liubomir | **Freepik** | **L&T**

Unsplash Alexandra Gorn, Andrej Lisakov, Annie Spratt, Arif Mills, Arteum Ro, Bolatbek Gabiden, Evgeni Evgeniev, Gabriel Jimenez, Jessica Mangano, Jovyn Chamb, Kateryna Hliznitsova, Keagan Henman, Markus Spiske, Matthias Heyde, Mockup Graphics, Nick Abrams, Ricardo Gomez Angel, Sara Kurfess, Sigmund, Trew, Zbynek Burival

Kontakt

L&T Lengermann & Trieschmann GmbH & Co. KG

André Gizinski | Große Straße 27–32 | 49074 Osnabrück

Tel. 0541 331130 (Zentrale) | Mail nachhaltigkeit@l-t.de

2022/2023

L&T

NACHHALTIG- KEITSBERICHT

L&T LENGERMANN & TRIESCHMANN