

Bewusst bauen: Der Nachhaltigkeits- bericht von Sto

Geschäftsjahr 2018 bis 2020

Unser Handeln



Unser ökologisches Bewusstsein erstreckt sich auf alle Bereiche des Unternehmens. Vor allem ist es von Ehrlichkeit geprägt. Dass Nachhaltigkeit bei Sto gelebt wird, zeigt dieser Bericht, der unser tägliches Handeln ausführlich darstellt.

**Sto – ein Unternehmen, das wirklich
Verantwortung zeigt**

Nachhaltig und verantwortungsvoll zu wirtschaften ist kein Schönwetterprogramm, kein Kurzzeitprojekt und keine Werbeaktion. Es ist so viel mehr: Es zeichnet und prägt den Charakter eines Unternehmens und seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, täglich vielfältige Beiträge für eine bessere Welt zu leisten und damit zugleich das Unternehmen besser zu machen. Produkte zu entwickeln, die von der Natur inspiriert sind und Ressourcen schonen, langfristige Perspektiven im Blick zu halten, sorgsamer Umgang mit Geschäftspartnern und viele kleine und große Beiträge für die Regionen, in denen Sto tätig ist – all das zeichnet Sto aus. Seit vielen Jahren gibt das Unternehmen als Teil des „Verantwortung zeigen!“-Netzwerks seine Erfahrungen im überbetrieblichen Austausch weiter und wirkt als Vorbild. Mehrfach ausgezeichnet für sein verantwortungsvolles Wirtschaften und täglich am Weg des steten Fortschritts. Sto geht voran, seit vielen Jahren und weiterhin.

Dr. Iris Strasser
Geschäftsführerin des Netzwerks
Verantwortung Zeigen!
(Initiative für Nachhaltigkeit in
Wirtschaft und Gesellschaft)



Inhalt



Einleitung

- [10](#) Vorwort des Geschäftsführers
- [12](#) Über diesen Bericht
- [13](#) Design & Ästhetik bei Sto einst und jetzt



Unternehmenskultur bei Sto

- [16](#) Managementansatz für Unternehmenskultur
- [17](#) Das EFQM-Managementmodell als Leitlinie der Sto-Strategie
- [20](#) Unser Leitbild
- [21](#) Über die Unternehmenskultur
- [21](#) Bei uns arbeiten alle eng zusammen
- [22](#) Firmenportrait
- [22](#) Eigentumsverhältnisse und Rechtsform
- [23](#) Der Konzern: Sto SE & Co. KGaA
- [24](#) Führungsstruktur
- [25](#) Das Gremium Führungskreis
- [26](#) Standorte der Sto Ges.m.b.H.
- [28](#) 50 Jahre Bewusst Bauen in Österreich
- [34](#) 2020 – Ein Jahr mit besonderen Herausforderungen
- [36](#) Kommunikationsstrategie: Bewusst Bauen
- [38](#) Der Erfolgsfaktor Nr. 1: Menschen bei Sto
- [40](#) Mitarbeiter und Gesamtbelegschaft
- [44](#) Mitarbeiterumfrage im Geschäftsjahr 2019
- [46](#) Erfolgreich durch einen massiven Wissensvorsprung
- [49](#) Ökonomie und wirtschaftliche Entwicklung
- [50](#) Wirtschaftliche Entwicklung und Risikomanagement



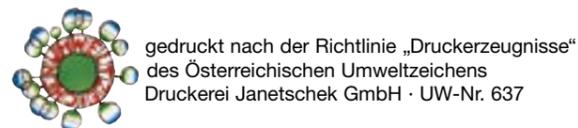
Nachhaltigkeit bei Sto

- [56](#) Managementansatz für Nachhaltigkeit
- [58](#) Warum uns Nachhaltigkeit wichtig ist
- [59](#) Die StoClimate-Nachhaltigkeitsinitiative
- [60](#) Die StoClimate Strategie
- [61](#) Zuständigkeiten für Nachhaltigkeit
- [62](#) Nachhaltigkeitsfaktoren und Wesentlichkeitsmatrix
- [63](#) Wesentlichkeitsmatrix und identifizierte Handlungsfelder
- [64](#) Beitrag zu den globalen Nachhaltigkeitszielen
- [65](#) Auszeichnungen für Nachhaltigkeit



Stakeholder Management

- [70](#) Managementansatz zum Stakeholder Dialog
- [72](#) Stakeholder Management
- [73](#) Stakeholder Dialog
- [75](#) Einbindung von Kunden und Mitarbeitern in die StoClimate-Initiative
- [79](#) Einbindung der Gesellschaft: Das Sto-Klimaforum
- [81](#) Klimaforum-Interview mit Prof. Dr. Helga Kromp-Kolb
- [82](#) Einbindung von Fachverbänden
- [83](#) Grundsätze für Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden



Titelbild:
Der Stakeholder-Dialog bei Sto ist lebendige Kommunikation.
 Durch Initiativprojekte, das Sto-Klimaforum und zahlreichen Kommunikationsmittel werden Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Partner entlang der Nachhaltigkeitsstrategie von Sto an gelebte Nachhaltigkeit herangeführt.

Illustrationen für StoClimate
 Michaela Wartbichler für die Agentur MehrWert, Klagenfurt, AT

Fotonachweis
 Adobe Stock, sofern nicht anders erwähnt.
 Illustrationen sowie StoClimate Logo: Agentur MehrWert, Klagenfurt, AT

Gendererklärung
 Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Nachhaltigkeitsbericht die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.



Inhalt



StoClimate Produktstrategie

[86](#) Managementansatz zur StoClimate Produktstrategie
[87](#) Produktbeispiel: StoTherm Wood

[88](#) Die StoClimate Produktstrategie
[89](#) Kleines Umweltzeichen-Lexikon

[90](#) Kriterien und Sortiment für StoClimate Produkte
[91](#) StoClimate Produkte im Überblick

[92](#) Transparenz: Nachhaltigkeit auf dem ersten Blick
[94](#) Produktlebenszyklus oder Kreislauf der Produkte



Energieeffizienz

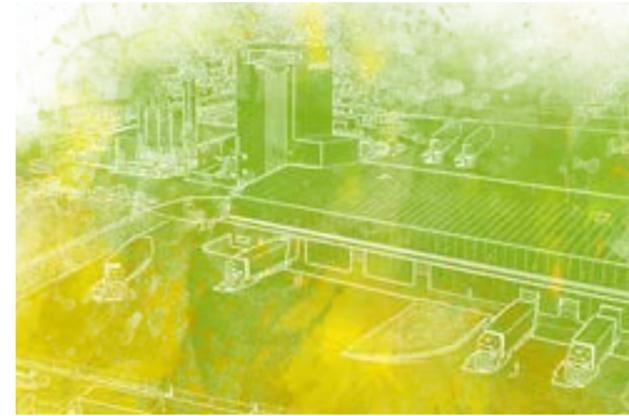
[98](#) Managementansatz zur Energieeffizienz

[100](#) Klimaneutralität
[101](#) Klimaforum-Interview mit Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher
[104](#) Klimaschutzprojekte

[108](#) Energieeffizienz

[114](#) Die Lieferkette von Sto in Österreich

[116](#) Nachhaltige Energie aus Wasserkraft und Photovoltaik
[117](#) Abfall und Entsorgung



Infrastruktur und Gebäudemanagement

[122](#) Managementansatz zu Infrastruktur und Gebäudemanagement

[124](#) Infrastruktur und Gebäudemanagement
[125](#) Klimaforum-Interview mit Dr. Angela Köppl
[127](#) Neue Niederlassung in Serbien gegründet
[133](#) Verbesserte Liefersituation dank regionaler Produktion



Soziale Verantwortung

[136](#) Managementansatz zur sozialen Verantwortung
[137](#) Klimaforum-Interview mit Mag. Dr. Johannes Vergeiner

[138](#) Wohlbefinden am Arbeitsplatz
[140](#) Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung
[142](#) Wertschätzung für Mitarbeiter

[143](#) Die Markenwerte von Sto

[144](#) Das Sto-Mitarbeiterforum fördert den Austausch
[146](#) Wertschätzung der Mitarbeiter
[148](#) Gesellschaftliche Verantwortung
[152](#) Klimaforum-Interview mit Mag. Marcus Wadsak
[154](#) Die Sto-Stiftung
[156](#) Soziale Verantwortung für die Umwelt

Anhang

[158](#) Was Sto nachhaltig macht (Factsheet)
[160](#) GRI Index

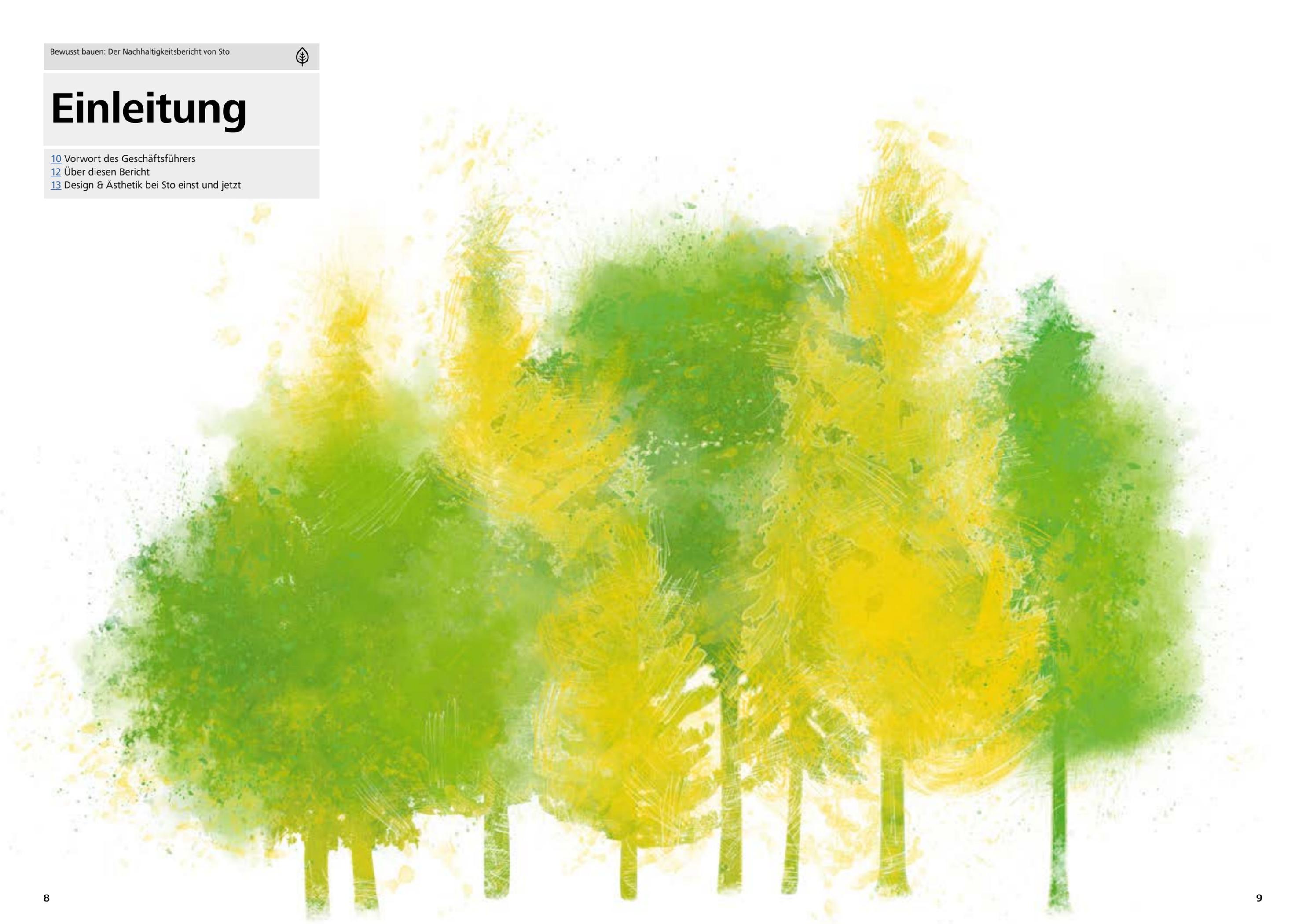


Einleitung

[10](#) Vorwort des Geschäftsführers

[12](#) Über diesen Bericht

[13](#) Design & Ästhetik bei Sto einst und jetzt



Vorwort des Geschäftsführers

2020 ging als das Jahr einer weltweiten Gesundheits- und Wirtschaftskrise in die Geschichte ein und für das Jahr 2021 zeichnet sich eine ähnliche Entwicklung ab. Die aktuellen Herausforderungen sind hoch – und sie betreffen alle, auch uns als Pionier in Sachen Bauen, Nachhaltigkeit und Verantwortung.

Der vorliegende Blick zurück in die Jahre 2018, 2019 und 2020 stimmt uns dennoch zuversichtlich, was die Zukunft angeht: Wir übernehmen und übernehmen Verantwortung – für Mensch und Umwelt. Auch in schwierigen Zeiten.

„Spare in der Zeit, dann hast du in der Not“, sagt ein Sprichwort. Das gilt nicht nur für Geld, sondern auch für andere Ressourcen: für wirtschaftliche Stabilität, für gesellschaftliche Verantwortung, für den Einsatz für Klima und Natur und letztendlich für die persönliche Verantwortung jedes Einzelnen und jeder Einzelnen gegenüber den Mitmenschen. Es sind jene Ressourcen, die uns in Zeiten der Krise Sicherheit geben und uns positiver stimmen, was die Zukunft angeht.

Als Technologieführer und als Innovationspionier sind wir in einem Bereich tätig, der zu den grundlegenden und relevanten der Menschheitsgeschichte gehört: Wir erzeugen die Baustoffe, aus denen die Lebensräume der Menschen bestehen, von Wohnhäusern über Büros bis zu wichtiger Infrastruktur. Gebaut wird immer, auch während und gerade trotz großer Krisen. Dabei ist die Frage, wie wir bauen, von großer Bedeutung. Als nachhaltiges Unternehmen handeln und wirtschaften wir einerseits wirtschaftlich nachhaltig und andererseits rücksichtsvoll, wenn es um Umwelt und Menschen geht. Mit Stolz blicken wir zurück auf die Jahre 2018 und 2019, in denen wertvolle Vorarbeit in Sachen sozialer und Umweltverantwortung

geleistet wurde. In diesen Jahren – und den Jahren davor – hat sich Sto ein Verantwortungskapital angespart, das gerade in Krisenzeiten von unschätzbarem Wert ist. Wir sind wirtschaftlich stabil, wir haben in Sachen Umwelt und Klima Maßstäbe gesetzt, und wir haben nicht zuletzt für unsere Mitarbeiter ein starkes Umfeld geschaffen, das auch größere wirtschaftliche Stürme überstehen kann. Jetzt im Jahr 2021 wird uns bei Sto bewusst, wie wichtig diese Vorarbeit war. Wir zehren jetzt von den Früchten unserer Anstrengungen, die für alle Beteiligten wichtig sind: für unsere Kunden, für unsere Geschäftspartner, für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und natürlich auch für die Umwelt, das Klima und die Gesellschaft.

Die „StoClimate“-Strategie ist ein wichtiger Baustein in einer Unternehmensphilosophie, die ganzheitlich für Verantwortung steht. Wir haben gelernt was Verantwortung bedeutet. Wir stehen dazu, auch in schwierigen Zeiten. Klimaschutz ist wichtiger denn je. Nur in einem gesunden Klima können sich Menschen voll entfalten. Mit der Initiative „StoClimate: Natürlich Bauen – Natürlich Leben“ bekennt sich Sto zur Nachhaltigkeit als umfassendes Prinzip, das die Unternehmensphilosophie ebenso wie die Produktstrategie prägt und durchdringt. StoClimate steht einerseits für klimaneutrales Handeln von Sto als Unternehmen und weltweitem Technologieführer.

G102-14 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers

Schlüsseleignisse, Erfolge und Misserfolge im Berichtszeitraum, Ausblick auf die wichtigsten Ziele der nächsten Jahre.



Spatenstich für die neue Produktionsanlage am Standort der Sto-Zentrale in Villach. V.l.n.r.: Ronald Neuhold (Leitung Finanzen), Peter Bernsteiner (Baumeister), Alois Felber (Leitung Logistik und Produktion), Günther Albel (Bürgermeister der Stadt Villach), Walter Wiedenbauer (Geschäftsführer).

Als nachhaltiges Unternehmen ist uns ebenso bewusst: Auch unserer Verantwortung als Arbeitgeber müssen wir umfassend gerecht werden sowie auch unsere Kunden in unsere Strategien einbeziehen. So haben wir die „StoClimate“-Strategie auch mit unseren wichtigsten Stakeholdern geteilt: Für Kunden haben wir seit 2018 das Projekt „StoClimate Botschafter“ ins Leben gerufen, bei dem diese dazu motiviert werden, ihre Unternehmen ebenfalls umweltbewusst auszurichten. Das Mitarbeiterprojekt „StoClimate@ich bin dabei“ hat es sich zum Ziel gesetzt, die Sto-Mitarbeiter in unser nachhaltiges Engagement noch mehr mit einzubinden.

Nachhaltigkeit kann nur global funktionieren und muss größere Ziele verfolgen – davon sind wir als international tätiges Unternehmen überzeugt. Deshalb sind die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen die Grundlage unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir wollen als Unternehmen daran mitwirken, diese bis zum Jahr 2030 zu erreichen. Auch soziale Aspekte, wie gesellschaftliches Engagement und die besondere Verantwortung als Arbeitgeber, fließen in die Strategie ein. Denn gerade in einer Zeit der Krise und der Unsicherheit sind motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter ein zentraler Erfolgsfaktor. Ohne unsere Mitarbeiter gibt es keinen Erfolg bei Sto. So haben wir in den letzten Jahren unsere Unternehmenskultur ständig weiterentwickelt, um ein Arbeitsumfeld

zum Wohlfühlen zu schaffen. Und wir haben intensiv in die fachliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter investiert.

Rückblickend auf die vergangenen drei Jahre können wir stolz sagen: Sto hat seinen Beitrag geleistet. Für die Wirtschaft, für die Gesellschaft, für die Umwelt und für die Mitarbeiter.

Darüber hinaus bekommen Logistik, Rohstoffbeschaffung und Produktion einen immer höheren Stellenwert im Unternehmen.

In diesem Sinne freuen wir uns, Ihnen unsere Neuauflage des Nachhaltigkeitsberichts vorzulegen und wünschen eine informative Lektüre!

Über diesen Bericht

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht gibt einen umfangreichen Überblick über die CSR-Aktivitäten der Sto Ges.m.b.H., die Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung in der Zukunft. Der Bericht bezieht sich auf den Kernmarkt in Österreich.

Als Basis für den Nachhaltigkeitsbericht dient die 2018 erschienene Erstauflage des Nachhaltigkeitsberichts „Bewusst Bauen: Der Nachhaltigkeitsbericht von Sto“, der nach dem internationalen Standard der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt wurde.

Die Neuauflage des Nachhaltigkeitsberichts wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt, wobei ein Großteil der Faktoren aus der Option „Umfassend“ ebenfalls beantwortet werden (Siehe GRI-Index auf Seite 160). Eine externe Zertifizierung und Prüfung ist zum Zeitpunkt der Berichtserstellung nicht geplant. Die Daten und Aktivitäten, die im Bericht beschrieben werden, beziehen sich auf den Zeitraum 2018, 2019 und 2020, wobei einige der angeführten Maßnahmen auch außerhalb des Berichtszeitraums stattgefunden haben. Diese sind für die Verständlichkeit und Komplettierung wichtig. Der nächste Bericht wird sich auf die Folgejahre 2021, 2022 und 2023 beziehen, wodurch sich ein Drei-Jahres-Rhythmus in

der Berichterstattung abzeichnet. Strukturell wurde der Nachhaltigkeitsbericht 2.0 etwas verändert, basierend auf der neu überarbeiteten StoClimate Nachhaltigkeitsstrategie (siehe Seite 60). Das wirkt sich hauptsächlich auf die Überschriften und Unterkapitel aus, wodurch noch mehr detaillierte Bereiche im Bericht erfasst werden. In einem ständigen Prozess der Evaluierung wurden auch die Kernkompetenzen, die seit 10 Jahren unsere Firmenstrategie prägen, an neue Ansprüche und Herausforderungen für die Zukunft angepasst. „Soziale Verantwortung“ ist nun ein wesentlicher Teil des Bereichs Nachhaltigkeit. „Design & Ästhetik“ rückt wieder stärker in den Fokus, denn neben dem Schwerpunkt „Nachhaltiges Bauen“ ist es auch ein wichtiges Ziel für das Unternehmen, ästhetische Werte zu schaffen. Erstellt wird der Nachhaltigkeitsbericht in der Abteilung Kommunikation unter der Leitung von Dipl.-Ing. Claudia Pritz, die zugleich auch als Kontaktperson für Anfragen zum Bericht zur Verfügung steht (Kontakt siehe Berichtcover-Rückseite).

G102-49 Änderungen bei der Berichtserstattung

G102-50 Berichtszeitraum

G102-51 Datum des letzten Berichts

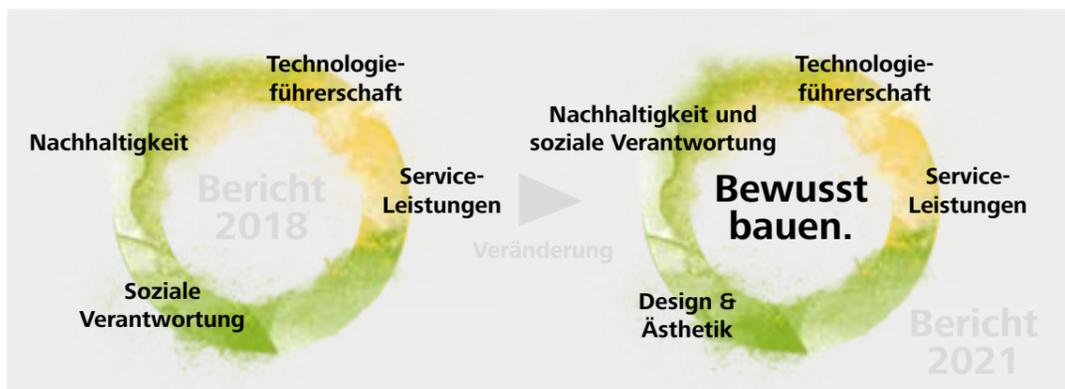
G102-52 Berichtszyklus

G102-53 Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht

G102-54 Erklärung zur Berichtserstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards

G102-56 Externe Prüfung

An die Zukunft angepasste Kernkompetenzen. Im Zentrum steht der im Leitbild definierte Claim „Bewusst bauen.“. Die Kernkompetenz „Design und Ästhetik“ rückt wieder auf.



Design & Ästhetik bei Sto einst und jetzt



Interview mit Hans Rauter, im Unternehmen seit März 1990

„Das richtige Bild macht's: In der Oktoberausgabe von 1990 der deutschen Fachzeitschrift 'Die Mappe' erschien ein Foto des StoDesign-Messestandes samt Mitarbeitern. Darunter stand: 'Auf der BAU in München präsentierten die Farbexperten von StoDesign eindrucksvoll ihr Portfolio. Dazu zählen neben fachkundiger Farb- und Materialberatung auch hochwertige Farbkonzepte in A2- oder A3-Format mit Originalfarbtönen (...)'! Davon las auch ich und fing zwei Monate später bei Sto als Farbgestalter an.“

Farbkonzepte früher

„Jedes Farbkonzept war ein Unikat und echte Handarbeit. Planmaterial wurde vom Außendienst mit der Post nach Villach geschickt und die Ansichtspläne anschließend kopiert, ausgeschnitten und auf ein A3-Sternpapier geklebt oder abgepaust. Das anschließende Bekleben der einzelnen Fassadenflächen mit originalen Farbblättern war eine herausfordernde Arbeit, die viel Geschick und Genauigkeit erforderte.“

Digitalisierung bereits 1992

„Die Einführung digitaler Technologien bei Sto kam schließlich gerade richtig, um die aufwendig geklebten Farbkonzepte durch schnellere Computergrafiken zu ersetzen. Rund zwei Jahre nach meinem Beginn hatte ich eine dreiwöchige Einschulung für die neue Software.“

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 126](#).



Unternehmenskultur bei Sto

[16](#) Managementansatz für Unternehmenskultur
[17](#) Das EFQM-Managementmodell als Leitlinie der Sto-Strategie

[20](#) Unser Leitbild
[21](#) Über die Unternehmenskultur
[21](#) Bei uns arbeiten alle eng zusammen
[22](#) Firmenportrait
[22](#) Eigentumsverhältnisse und Rechtsform
[23](#) Der Konzern: Sto SE & Co. KGaA
[24](#) Führungsstruktur
[25](#) Das Gremium Führungskreis
[26](#) Standorte der Sto Ges.m.b.H.
[28](#) 50 Jahre Bewusst Bauen in Österreich
[34](#) 2020 – Ein Jahr mit besonderen Herausforderungen

[36](#) Kommunikationsstrategie: Bewusst Bauen
[38](#) Der Erfolgsfaktor Nr. 1: Menschen bei Sto
[40](#) Mitarbeiter und Gesamtbelegschaft
[44](#) Mitarbeiterumfrage im Geschäftsjahr 2019
[46](#) Erfolgreich durch einen massiven Wissensvorsprung
[49](#) Ökonomie und wirtschaftliche Entwicklung
[50](#) Wirtschaftliche Entwicklung und Risikomanagement



Managementansatz für Unternehmenskultur

Die Sto Ges.m.b.H. hat sich 2020 der strengen Prüfung eines Assessorenteams für den „Staatspreis Unternehmensqualität“ unterzogen und darf sich seither zu den „Exzellenten Unternehmen Österreichs 2020“ zählen.

Beim Assessment kam dabei das „EFQM Excellence“-Modell (European Foundation for Quality Management) zum Einsatz, das Kriterien wie Strategie, nachhaltiger Nutzen, Unternehmenskultur oder Zielgruppenorientierung anlegt und die Performance des Unternehmens prüft. Um als „Exzellentes Unternehmen 2020“ ausgezeichnet zu werden, müssen sowohl eine nachvollziehbare und durchgängige Unternehmensstrategie nachgewiesen werden, als auch die wichtigen Themen „Umwelt und Soziales“ Bestandteil des Managementsystems sein. Das gute Prüfungszeugnis, das Sto ökonomische Stabilität und Balance, Bewusstsein für Umwelt und Soziales sowie Innovationskraft bescheinigt hat, bedeutet für das Unternehmen darüber hinaus eine Auszeichnung im

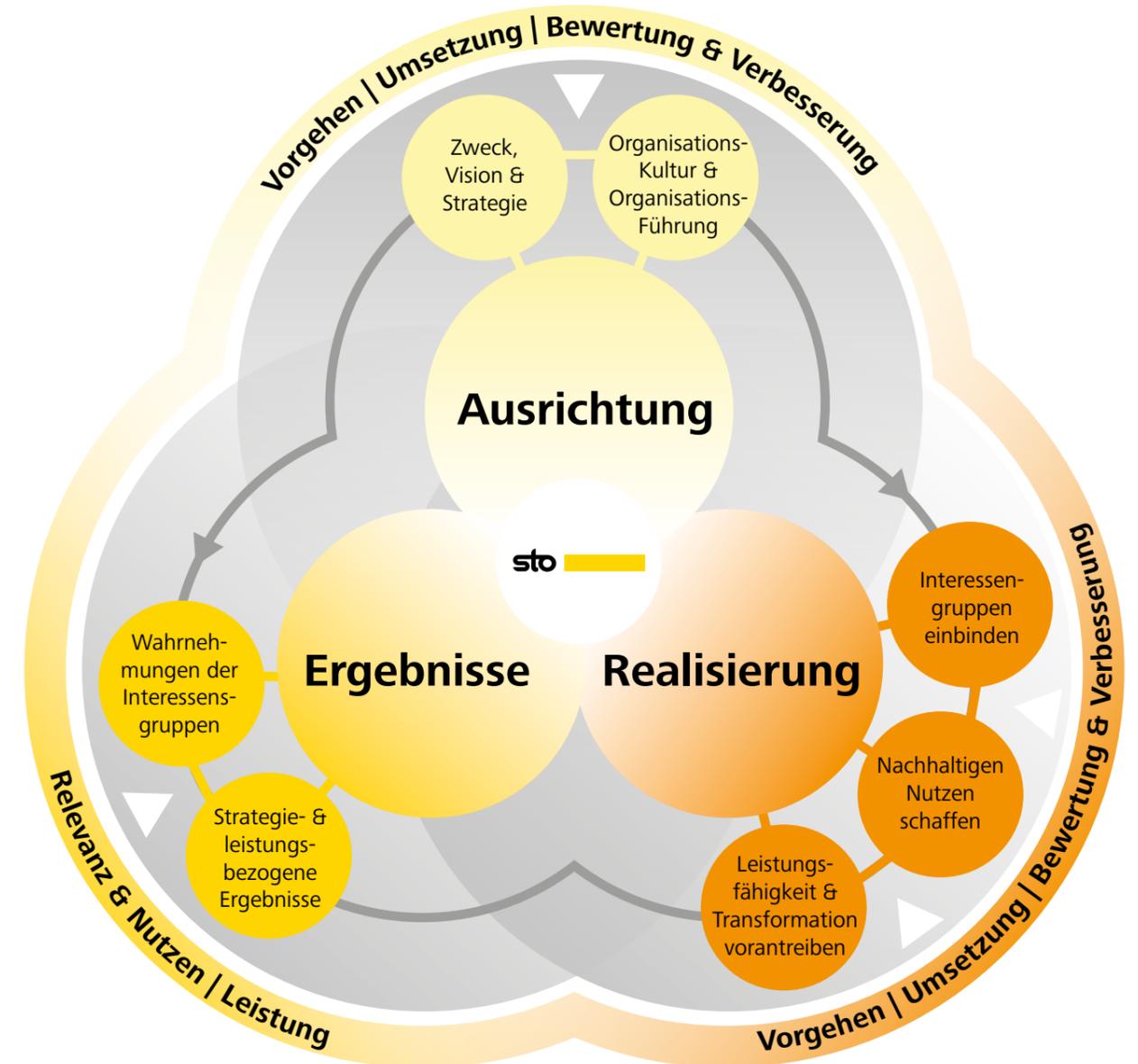
„Staatspreis Unternehmensqualität“ als „Bester Newcomer“. Das Assessment im Sommer 2020 stellte die Basis für einen angepassten Strategieprozess des Unternehmens dar. Nachdem bereits viele parallele Strukturen zu dem EFQM Modell vorhanden waren und die Grundlage für die Auszeichnung als „Newcomer“ bildeten, wurde im Führungskreis beschlossen, das Businessmodell der Sto GmbH zur Gänze an das EFQM Managementmodell anzupassen. Dieser Prozess startete im Herbst 2020 und wird in der ersten Hälfte 2021 abgeschlossen sein.

Sämtliche Kerninitiativen, Ziele, Kennzahlen und Maßnahmen dieser Strategie beruhen auf dem Fundament der Unternehmenskultur. Daraus leiten sich alle wesentlichen Themen und Maßnahmen ab.

G103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung

G103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile

Bild rechts: Das EFQM-Managementmodell



Best Newcomer des Jahres: Sto beim Staatspreis Unternehmensqualität
Walter Wiedenbauer und Florian Fleischhacker nahmen die Auszeichnung entgegen

Das EFQM-Managementmodell als Leitlinie der Sto-Strategie

Verständnis für Unternehmensqualität

Das Verständnis von Unternehmensqualität folgt dem europaweit anerkannten Excellence Ansatz der EFQM (European Foundation for Quality Management). Dieser Ansatz fußt auf europäisch geprägten Grundsätzen und Werten (Grundrechte, Menschenrechte, Gleichbehandlung, Sozialcharta) und den 17 Zielen für Nachhaltige Entwicklung (UN Sustainable Development Goals, Quelle: www.qualityaustria.com/produktgruppen/unternehmensqualitaet-efqm/)

Die Strategie

Die gesamte Strategie orientiert sich von der Vision über die Ziele zu den Kerninitiativen und den daraus resultierenden spezifischen Einzelmaßnahmen.

Strategie

Sto-Unternehmenskultur
Was wir sind

Strategie Kerninitiativen
Was wir tun werden

Zieldimensionen, Performance Cocpit
Was wir erreichen wollen

Leistungskennzahlen
Was wir erreicht haben

Kerninitiativen und Key Performance Indicators (KPI)

Die Unternehmenskultur bildet den Rahmen um sämtliche Maßnahmen innerhalb der Strategie. Sie sichert Arbeitgeberattraktivität, Mitarbeiterzufriedenheit und Nachwuchssicherung.

Darunter leiten sich sechs Kerninitiativen ab, zu denen neben den wichtigen ökonomischen Faktoren „Wachstumsinitiativen“ und „Gewinnorientierung“ auch die „Markt- und Vertriebskompetenz“ und die Kernkompetenzen „Technologieführerschaft“, „Nachhaltigkeit“ und „Dienstleistungen“ zählen. Jede einzelne Kerninitiative besteht aus wesentlichen Themen, die genau definiert sind und mit Maßnahmen und Zieldimensionen hinterlegt sind. Daraus abgeleitet sind die jeweiligen Key Performance Indicators (KPIs), also Kennzahlen, mit denen die Leistung von Aktivitäten im Unternehmen ermittelt werden kann.

Managementansatz für Unternehmenskultur (Fortsetzung)

Die Nachhaltigkeit im Managementansatz

Nachhaltigkeit, also alle Maßnahmen rund um „Sto Climate“, ist als Kerninitiative ein wesentlicher Teil der Gesamtstrategie von Sto. Die einzelnen Themengebiete der Nachhaltigkeitsstrategie finden sich als wesentliche Themen im Nachhaltigkeitsbericht wieder.

- Nachhaltige Unternehmensausrichtung
- Produktstrategie
- Stakeholder Management
- CO₂-Neutralität: Energieeffizienz und CO₂-Reduktion
- Gebäudemanagement
- Soziale Verantwortung



Bild rechts oben:
Verleihung des Staatspreis Unternehmensqualität „Best Newcomer“
Am 16. September 2020 standen Österreichs exzellente Unternehmen im Studio 44 in Wien auf der Bühne (Foto: Georges Schneider)



Bild Mitte rechts:
Besuch von Accensoren der Gruppe Quality Austria
Sto schnitt als Newcomer über den Erwartungen ab



Bild rechts unten:
Das Herz von Sto übergeben
Ronald Neuhold übergab 2019 die Personalverantwortung an Florian Fleischhacker



Nachhaltigkeit als Kerninitiative verankert
Damit wird Nachhaltigkeit ein Teil der Firmenstrategie und prägt die Ausrichtung des Unternehmens

„Menschlich nah“ als Erfolgsfaktor Nummer 1



Interview mit Florian Fleischhacker, im Unternehmen seit Jänner 2019

Dass er als Villacher Sto bereits vor seinem Arbeitsantritt gekannt hat, ist nicht verwunderlich. „Durch die vielen Auszeichnungen wie ‚Great Place to Work‘ oder ‚Trigos‘ habe ich mit Sto Innovation und Qualität verbunden und auch damit, dass viel Engagement von dieser Firma ausgeht.“

Nach seinem Beginn am 7. Jänner 2019 erhielt Florian Fleischhacker tiefe Einblicke ins Unternehmen, was seine Erwartungen in einigen Bereich noch übertraf. So tauchte er als neues Mitglied im Nachhaltigkeitsteam gleich mitten in eine weitere wichtige Kernkompetenz ein. „Seit ich bei Sto bin, sehe ich viele Dinge auch im privaten Alltag anders und kann mich mit dem Thema Nachhaltigkeit besser identifizieren“, freut er sich über die neuen Erkenntnisse, die er in den letzten Jahren bei Sto gewonnen hat.

Auch die Arbeit mit der Zentrale in Weizen sieht er als Unterstützung und gegenseitiges Lernen an. „Ich bin überrascht, wie viele Gestaltungsfreiheiten wir verglichen mit anderen konzerngesteuerten Unternehmen eigentlich haben“, betont er.

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 192](#).

Unser Leitbild

Aus dem Leitbild des Unternehmens Sto definieren sich die Ansprüche, Erfolgsfaktoren und Kernkompetenzen. Das Leitbild zeichnet ein Bild unseres Handelns, definiert Kernaufgaben und vermittelt die Werte von Sto.

G102-16 Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen

Vision

Technologieführer für die menschliche und nachhaltige Gestaltung gebauter Lebensräume. Weltweit.

Mission

Die Werterhaltung und ästhetische Wirkung von Bauwerken ist eine ständige Herausforderung. In enger Zusammenarbeit mit den Marktpartnern entwickelt Sto innovative, funktionelle Produkte und Systeme zur Gestaltung von Bauteilen und Bauteiloberflächen im Außen- und Innenbereich. Dabei beraten wir unsere Kunden in allen Technik- und Gestaltungsfragen.

Unsere Mission: Bewusst bauen.

Produkte und Systeme erfüllen die Forderung nach Energieeffizienz; Präventionstechnologien bringen Ökologie und Ökonomie in Einklang – dies alles im Sinne von nachhaltigem Bauen und Instandsetzen.



Erfolgsfaktor

Nummer 1:

Menschen bei Sto.

Sie sind der wichtigste Differenzierungsfaktor, die engste Verbindung zu den Marktpartnern.



Bei uns arbeiten alle eng zusammen



Interview mit Gerard Kathan, im Unternehmen seit März 1992

„Ich war im Februar zu einem Bewerbungsgespräch in dem damaligen Verkaufszentrum eingeladen. Ein Sto-Verkaufsberater spielte gerade mit einem Kunden Schach, und alle wirkten unheimlich ruhig und entspannt. Ich dachte mir schon: Cool, da gefällt es mir!“ Zu dem Zeitpunkt wusste der neue Anwendungstechniker noch nicht, dass die Saison bald losgehen sollte und es mit der Ruhe dann vorbei sein würde.

Vom Material begeistert

Nach einer Schulung für Bodenbeschichtungen in der Konzernzentrale im Jahr 1992 schwärmte Kathan: „Dieses zweikomponentige Material mit seinem Verlauf und Glanz hat mich von Anfang an fasziniert. Kein Wunder, dass ich – kaum zurück im Ländle – gleich nach geeigneten Verarbeitern suchte, die ebenfalls Interesse an den neuen Cretec-Bodenbeschichtungen hatten.“

Im Team Hand in Hand arbeiten

„Bei uns gibt es keinen Neid, und alle arbeiten eng zusammen – egal, ob im Innendienst, Außendienst oder Lager“, ist Gerard Kathan stolz. „Einen Verkaufsleiter, der sich nur um die Mannschaft kümmert, kann sich ein kleines Land wie Vorarlberg nicht leisten. Daher besuche ich weiter meine Kunden als Sto-Verkaufsberater und bin ab und zu immer noch ein Anwendungstechniker, wenn es gefordert wird“, erzählt er.

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 136](#).

Über die Unternehmenskultur

Grundsatz

Sto will in gebauten Lebensräumen Ökologie und Ökonomie in Einklang bringen. Daher lautet die Vision, Technologieführer für die menschliche und nachhaltige Gestaltung gebauter Lebensräume zu sein, weltweit.

umfangreiche Palette an hochwertigen Markenprodukten, andererseits für die Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt bewusst zu sein und verantwortungsvoll zu handeln. Innovative und nachhaltige Wege geht Sto auch nach innen, über das Unternehmen selbst, mit einem fortschrittlichen Energiemanagement, einer ressourcenbewussten Logistik und einem eigens geschulten Personal.

Verpflichtung

Sto fühlt sich der Umwelt und den nachkommenden Generationen verpflichtet, Mensch und Natur bleiben dabei im Blickfeld. Durch Innovationen und ständige Weiterentwicklung erfüllt Sto seine Mission: bewusst bauen. Ressourcenschonende Lösungen stehen deshalb bei Sto an oberster Stelle.

Grundwerte

Sto hat sich einer aktiv gelebten Unternehmenskultur verschrieben und diese wird als Teil des Selbstverständnisses jedes Einzelnen im Unternehmen gelebt. Die Grundwerte sind Ehrlichkeit, Ethik, Moral und Loyalität, die das Verhalten und Handeln der Mitarbeiter bestimmt. Das kulturelle Prinzip lautet: „Schrittmacher sein für umweltbewusste und menschliche Lebensraumgestaltung ist die Grundlage für alle Aktivitäten im Unternehmen.“

Philosophie

Die Philosophie von Sto, „Bewusst bauen. Nachhaltig handeln.“, steht einerseits für eine

Firmenportrait



Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

Die Sto Ges.m.b.H. ist eine Tochterfirma der Sto SE, einem der weltweit führenden Anbieter im Bereich Fassadendämmung und Beschichtungen. Mit rund 300 Beschäftigten in Österreich betreut das Unternehmen neben dem heimischen Markt auch die wachsenden Märkte Südeuropas. Als Technologieführer für die menschliche und nachhaltige Gestaltung gebauter Lebensräume setzt Sto Trends – bei Produkten, Systemen und Dienstleistungen, weltweit. Kerngeschäft von Sto ist die Herstellung von Fassadensystemen, die durch die effiziente Dämmung von Gebäuden zu erheblichen Einsparungen an Heizenergie beitragen. Auf diese Weise sind Fassadensysteme nicht nur eine wichtige ökonomische Säule für Sto, sondern leisten zugleich einen spürbaren Beitrag zum Klima- und Umweltschutz. Durch die seit 1965 weltweit rund 640 Mio. m² an Gebäuden angebrachten Sto-Dämmsysteme konnten bis einschließlich 2019 hochgerechnet ca. 110 Mrd. Liter Heizöl eingespart werden, davon rund 7 Mrd. Liter im Berichtsjahr. Die damit erzielte CO₂-Minderung belief sich auf insgesamt über 350 Mio. Tonnen beziehungsweise circa 20 Mio. Tonnen im Jahr 2019.

Über den Beitrag zum Klimaschutz hinaus schützen Fassadensysteme Menschen und Gebäude vor extremen Wetterverhältnissen, die künftig durch den Klimawandel häufiger auftreten könnten. Sto-Systeme sind darauf ausgelegt, Regen, Hagel und Sturm zu trotzen. Das meistverkaufte System

StoTherm Classic® bestand umfangreiche Simultan- tests ohne jede Beanstandung und wurde in die höchste Hagelwiderstandsklasse eingestuft. Auch Qualität spielt bei Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle: hochwertige Produkte stehen für Langlebigkeit und Schutz vor externen Gebäudeschäden und damit weniger Ressourcen- und Energieverbrauch. Zugleich wird die Zufriedenheit unserer Kunden deutlich gesteigert. Neben Fassadensystemen und -beschichtungen umfasst das Leistungsspektrum auch Produkte für den Innenraum sowie zur Bodenbeschichtung und Betoninstandsetzung. Beispielsweise verfügt Sto über ein ökologisch ausgerichtetes Produktportfolio von Farben, Putzen und Lacken für Innenräume, von denen die meisten eine externe Umweltzertifizierung vorweisen können. Damit kommen wir dem stark wachsenden Bedürfnis nach mehr Lebensqualität sowie gesundem Wohnen entgegen und erfüllen höchste Ansprüche an Qualität, Gesundheit, Umwelt, Funktion und Ästhetik.

Im Bereich Betoninstandsetzung bieten wir Produkte an, die zur Sanierung von Betonbauwerken wie Straßenbrücken, Klärwerken oder Industrieböden verwendet werden können. Dabei ist nicht nur der Erhalt vorhandener Substanz nachhaltig, sondern auch der Schutz von Gewässern und Böden, die durch die Applikation unserer Produkte effektiv vor auslaufenden und versickernden Gefahrenstoffen bewahrt werden können.

- G102-1** Name der Organisation
- G102-2** Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen
- G102-3** Hauptsitz der Organisation
- G102-5** Eigentumsverhältnisse & Rechtsform
- G102-7** Größe der Organisation



Der Konzern: Sto SE & Co. KGaA

In Baden-Württemberg gibt es zahlreiche erfolgreiche mittelständische Unternehmen – heutzutage gerne neudeutsch „Hidden Champions“ genannt. Sto ist einer davon und wie viele dieser „verborgenen Champions“ ein Familienunternehmen. Zugleich ist Sto ein internationaler Konzern und gehört zu den weltweit führenden Anbietern im Bereich Wärmedämm-Verbundsysteme.

Der Erfolg von Sto lässt sich auch an der gewachsenen Angebotspalette ablesen. Das Unternehmen ist in mehreren

unterschiedlichen Geschäftsfeldern aktiv und hat rund 30.000 Artikel im Sortiment. Sämtliche Produkte und Dienstleistungen dienen einem Ziel: den Wert und die ästhetische Wirkung von Bauwerken zu schaffen, zu erhalten und zu steigern. Und weil sich Sto das Motto „Bewusst bauen“ auf die Fahnen geschrieben hat, wird genau darauf geachtet, dass alle Produkte und Systeme sowohl in ökologischer Hinsicht als auch in puncto Wirtschaftlichkeit vorbildlich sind.

 Bewusst bauen. Sto SE & Co. KGaA Fassadendämmsysteme, Akustiksysteme, vorgehängte hinterlüftete Fassadensysteme.	 Bewusst bauen. StoCretec GmbH Betoninstandsetzung und Bodenbeschichtung: Schutz, Instandsetzung und dekorative Gestaltung.	 Sto Group Verotec GmbH VHF, Akustiksysteme sowie Fassadenelemente für den Innen- und Außenbereich.	 Sto Group Innolation GmbH Verfahrens- und Werkstoffkompetenz für Dämmstoffe.	 ströher GmbH Spezialist für extrudierte Keramik an Wand und Boden.	 LACKE · FARBEN · BAUTENSCHUTZ Südwest Lacke + Farben GmbH Lacke, Farben, Holzschutz und Zubehör.
 YOUR EXPERT ON INSULATION Stomix spol. s r.o. WDVS, Außen- und Innenputze mit Marktschwerpunkt Osteuropa	 Bessier S.A.S. & Bessier S.A.U. Spachtelmassen, Putze, Innenbeschichtungen mit Marktschwerpunkt Frankreich und Spanien.	 Jonas Farbenwerke GmbH & Co. KG Farben und Beschichtungen für den Innenbereich und die Renovierung.	 we protect values Viacor Polymer GmbH Kompetenz im Bereich Polyurethan-Bodenbeschichtung.	 Extrudiertes Glas Technolagen Liaver GmbH & Co KG Akustikplatten und Blähglasgranulat aus Recyclingglas.	 the glass Unitex Australia Pty Ltd Unser Spezialist für Fassaden und Dekoprofile in Australien.

Firmenportrait



Führungsstruktur

Dipl.-Ing. Walter Wiedenbauer ist Geschäftsführer der Sto Ges.m.b.H. Österreich, sowie der eingetragenen Niederlassungen in Slowenien, Kroatien und Serbien. Zusätzlich wurde ihm vom Vorstand des Konzerns die Regionsverantwortung für Sto Schweiz und Sto Italien anvertraut. Diese beiden Tochtergesellschaften berichten an den österreichischen Geschäftsführer.

Die Sto Ges.m.b.H umfasst neben Österreich auch die Niederlassungen in Kroatien, Slowenien und Serbien. Der Gesamtumsatz beinhaltet ebenso die Umsätze dieser Niederlassungen und sind somit Bestandteil des Jahresabschlusses.

Der Geschäftsführer der Sto Ges.m.b.H. berichtet dem Vorstand der Sto SE & Co. KGaA. Er ist in alle Prozesse zur Entwicklung des Firmenleitbildes und der Markenwerte eingebunden und für die

Einhaltung und Umsetzung im österreichischen Unternehmen verantwortlich. Halbjährliche Steuerungs- und Planungsgespräche des Geschäftsführers mit den Konzernvorständen, sowie regelmäßige Strategie- und Regionsmeetings dienen dem gegenseitigen Informationsfluss und sind ein wichtiger Teil zur Sicherung der vereinbarten Ziele aus den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales. Der Geschäftsführer führt mit seinem direkten Vorgesetzten, dem Vorstand für Marketing und Markenvertrieb ein Mal jährlich ein Mitarbeitergespräch, wo die Erfolge und Leistungen besprochen und bewertet werden.

Der Führungskreis, bestehend aus dem Geschäftsführer und sieben Bereichsverantwortlichen, sind zuständig für alle strategischen und organisatorischen Entscheidungen im Unternehmen.

Stand: 19.01.2021
Das aktuelle Organigramm mit allen Mitarbeitern finden Sie im StoInside.

G102-18 Führungsstruktur

G102-22 Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien

G102-26 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Festlegung von Zielen, Werten und Strategien

G102-28 Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans

Das Gremium Führungskreis

In diesem Gremium werden alle entscheidenden Unternehmensfragen wie strategische Schwerpunkte, Verkaufsziele und Wachstumsstrategie gemeinsam diskutiert und entschieden. Neben ökonomischen Themen werden in den regelmäßigen Führungskreismeetings, die an mindestens zehn Tagen im Jahr stattfinden, auch alle ökologischen und sozialen Themen besprochen und verabschiedet. Diese Themen werden durch die Teammitglieder des Führungskreises bis zwei Wochen vor den Führungskreismeeting als Diskussionsbasis eingebracht, bzw. durch Vertreter des Mitarbeiterforums vorgelegt.

Die gesamte Firmenstrategie, basierend auf den Kernelementen, ist im Businessplan verankert und wird regelmäßig geprüft.

Das Mitarbeiterforum, bestehend aus sieben Vertretern der Belegschaft, ist bei anfallenden Themen zu den Führungskreismeetings eingeladen, um über allfällige Themen zu berichten.

Sämtliche Geschäftstätigkeiten werden in Absprache mit dem Konzern in den jährlichen

Steuerungsgesprächen für das darauffolgende Jahr abgestimmt und sind strategisch im Business-Plan verankert. Die mit dem Konzern vereinbarten Budgetziele sind im Sinne einer selbständigen Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit voller Budgethoheit umzusetzen. In ständigem Austausch mit dem Teilnehmungscontrolling werden monatliche Reportings und Hochrechnungen laufend evaluiert, um über das Steuerungssystem des Managements Abweichungen identifizieren zu können und entsprechende Maßnahmen daraus abzuleiten.

Konzernweit wird über das Intranet-Tool „MDoku“ (Management-Dokumentation) sichergestellt, dass alle Prozesse und Dokumente, die für die Einhaltung behördlicher, gesetzlicher und regulatorischer Anforderungen relevant sind, für alle Mitarbeiter und Verantwortlichen zugänglich und einsehbar sind.

Verantwortlich für die Einhaltung entsprechender Regularien der verschiedenen Bereiche sind die internen und externen Managementbeauftragten.

Das Gremium Führungskreis
V.l.n.r.: Claudia Pritz, Ronald Neuhold, Alois Felber, Walter Wiedenbauer, Florian Fleischhacker, Christian Ausserwinkler, Erwin Truskaller, Ewald Rauter

G102-20 Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen

G102-29 Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen

G102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten

G202-2 Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte

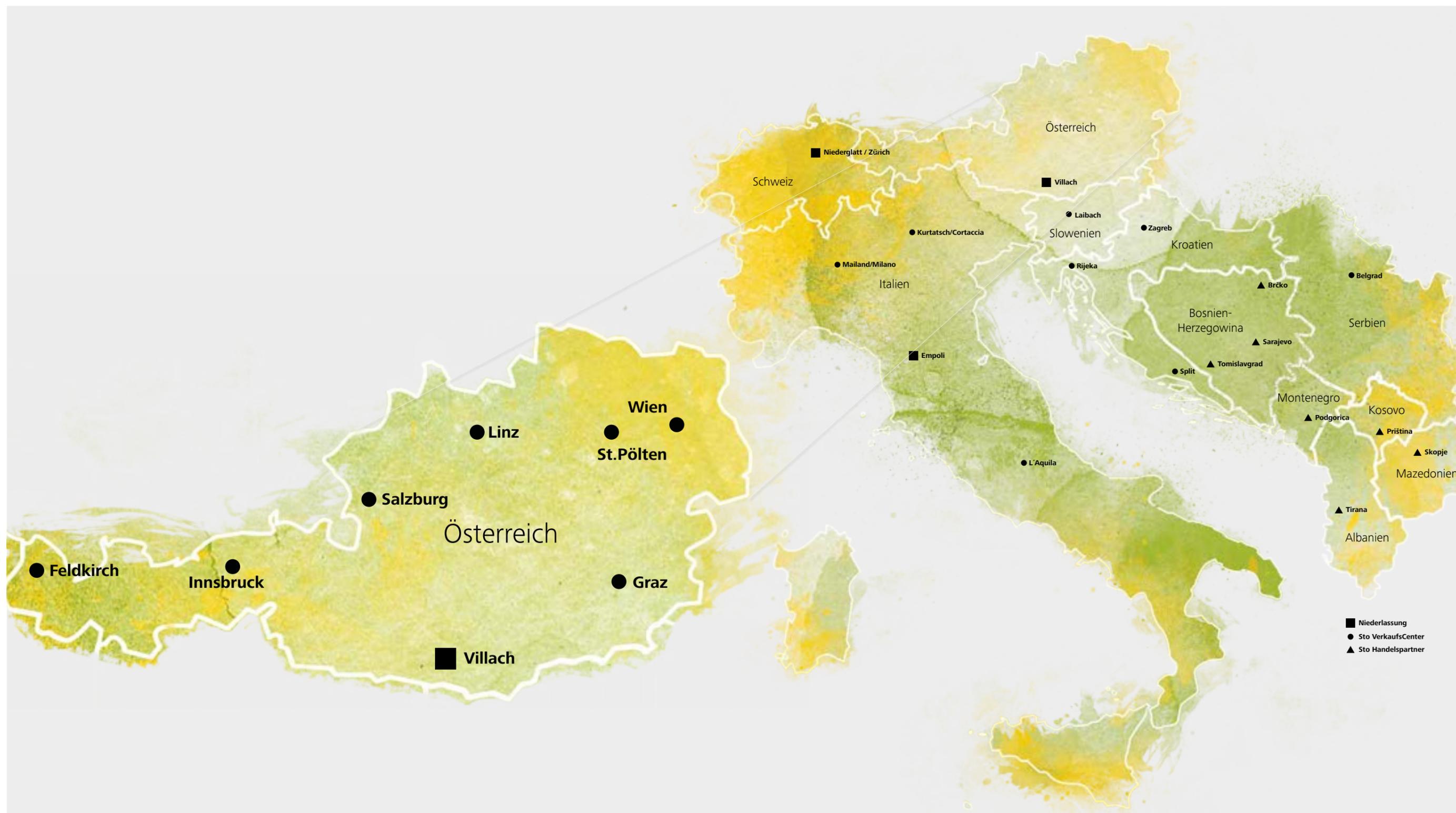
Standorte der Sto Ges.m.b.H.

Nicht nur die acht Sto Verkaufszentren in Österreich, sondern auch die Niederlassungen in Slowenien, Kroatien und Serbien gehören zur Bereichsverantwortung der Sto Ges.m.b.H. Österreich. Hinzu kommen Partnerschaften in ganz Südeuropa und die Marktverantwortung für die Schweiz und Italien.

G102-3 Hauptsitz der Organisation

G102-4 Betriebsstätten

G102-6 Belieferte Märkte



50 Jahre Bewusst bauen in Österreich

Ein Rückblick auf 50 Jahre Sto lässt optimistisch in die Zukunft blicken.

Am Anfang stand eine Vision – die Vision des Firmengründers Walter Kuttin, dass ein Fertigputz im Eimer das Bauwesen in Kärnten revolutionieren könnte.

Seither sind 50 Jahre vergangen, und die Zukunftshoffnung von damals ist längst Realität geworden. Die anlässlich des 50. Jubiläumjahres erschienene Firmenchronik zeigt, wie ein gelber Eimer und viele tüchtige Mitarbeiter zur Realisierung des Zieles unseres Gründers beigetragen haben. Seine Werte bilden bis heute die Grundlagen der Unternehmenskultur, und viele seiner Leitsätze haben nachfolgenden Generationen geholfen, das Unternehmen, die Sto Ges.m.b.H., jung und agil zu halten, wie zum Beispiel:

„Wir müssen alles, was wir tun, stets infrage stellen und nach Verbesserung suchen.“

„Unsere Grenzen sind nie dort, wo wir sie sehen!“
„Mut zur Veränderung haben.“

Die Basis jedes stabilen Bauwerkes besteht aus belastbaren Steinen und gutem Mörtel, der diese zusammenhält. Für das Gebäude Sto sind seine Mitarbeiter die starke Basis und deren Geschichten der Mörtel, der alles zusammenhält. Dieses besondere Jahr wurde allen Menschen bei Sto gewidmet, die mit ihren Geschichten und Erlebnissen faszinierende und spannende Zeiten bei Sto repräsentieren.

Auch in den vier Kernkompetenzen Nachhaltigkeit, Technologieführerschaft, Dienstleistungen und

Ästhetik & Design konnten viele Aktionen, Projekte und Entwicklungen der letzten 50 Jahre recherchiert werden, die beweisen, wie stark verankert diese Kompetenzen in der gesamten Unternehmensgeschichte sind.

Die Chronik „50 Jahre Sto“ bezieht sich also auf dieselben vier wesentliche Themenbereiche, die auch zu den wesentlichen Kernelementen der Unternehmensstrategie zählen. Das zeigt, dass Sto schon seit 50 Jahren Themen wie Nachhaltigkeit & Soziale Verantwortung, Ästhetik, Technologie und Serviceleistung in seiner Unternehmensstrategie verankert hat.



Downloadlink
Chronik „50 Jahre
Bewusst bauen in
Österreich“
[PDF | 35,6MB](#)



1992: Symposium „Bewusst bauen“ mit über 500 Anwesenden in Graz
Vortragende wie Prof. Horst Gamerith (TU Graz) und Prof. Dr. Karl Gertis (Fraunhofer Institut Stuttgart) plädieren für umweltbewusstes Bauen. Auch Firmengründer und Veranstalter Walter Kuttin trägt zum Programm bei (3.v.l.).

Nachhaltigkeit – ehrlich gewachsen seit 50 Jahren

Anlässlich dieses besonderen Jubiläumjahres begann man erstmals in der Geschichte von Sto Österreich mit einer umfassenden Recherche von historischen Daten und Fakten, um eine lückenlose Darstellung der Unternehmensgeschichte zu erhalten. Neben dem Durchstöbern alter Dokumente, Archive und Fotoalben setzte man vor allem auf die Befragung von langjährigen und pensionierten Mitarbeitern, die einen guten Einblick in die intensiven Jahre des Aufbaus geben konnten. Mit besonderem Interesse verfolgte das Nachhaltigkeitsteam von Sto die Recherchen im Bereich Nachhaltigkeit, die zum Erstaunen vieler bereits seit den frühen 80er Jahren bewusst in die Unternehmensstrategie aufgenommen wurde.

Auf die Umweltfreundlichkeit seiner Produkte weist Sto in einer Anzeigenschaltung das erste Mal mit einem eigenen Umweltsiegel im Jahr 1985 hin und in einer Broschüre „Bauen und Umwelt“ trägt Sto einen wichtigen Beitrag zur allgemeinen Bewusstseinsbildung der 80er Jahre mit. In den 90er Jahren verstärkt das neu installierte Produktmanagement von Sto die Entwicklung umweltfreundlicher Systeme und setzt auf den Werbeslogan: „Verheizen wir nicht unsere Zukunft – es steht zu viel am Spiel“. 1992 ruft Sto alle am Bau Beteiligten dazu auf, Vorreiter für eine umweltbewusste Lebensraumgestaltung zu sein und organisiert dafür ein Symposium für bewusstes Bauen in Graz. Das Aussterben der Eisbären stand damals schon im Zentrum der Werbestrategie und versuchte auf

großen Gerüstplanen die Gesellschaft darauf aufmerksam zu machen. Im Laufe der Jahre setzte Sto sowohl im Innen- als auch im Außenbereich immer mehr auf die Entwicklung nachhaltiger Produkte, wofür zahlreiche Auszeichnungen und Preise verliehen wurden.

Seit dem Jahr 2004 finden sich vermehrt Aktivitäten wie Eisblockwetten, um die Sinnhaftigkeit von Gebäudedämmung zu demonstrieren, sowie diverse Veranstaltungen mit renommierten Referenten in der Sto Chronik. Das Engagement nahm über die folgenden Jahre weiter zu, und dank dem persönlichen Einsatz vieler Mitarbeiter wurde die österreichische Tochtergesellschaft zum Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit. Mit „StoClimate“ wurde im Jahr 2017 schließlich eine Klammer geschaffen, um alle Nachhaltigkeitsaktivitäten auf Produkt- und Unternehmensebene zu einer Strategie zusammenzufassen. ►



Werbeeinschaltung mit Klimazeichen, „BAU-Zeitung“, 1985
Der Sto-Vollwärmeschutz wird als klimaschonende, aber auch praktische Sanierungsmethode etabliert.

50 Jahre Bewusst bauen in Österreich (Fortsetzung)

Service- und Dienstleistungen - Kernkompetenz seit 50 Jahren

Service am Kunden hat eine lange Tradition bei Sto Österreich und ist - neben hochwertigen Bauprodukten und innovativen Lösungen - zentraler Baustein der Sto-Kompetenzen und unserer Unternehmensphilosophie. Schon Unternehmensgründer Walter Kuttin war überzeugt, dass Service notwendig sei, um am Markt erfolgreich zu wachsen. Damals gewann man die ersten Neukunden mit schnellen und zuverlässigen Lieferungen direkt an die Baustelle, was auch den persönlichen Kontakt mit den Kunden sicherstellte. Seit Gründung der Sto Ges.m.b.H. sieht man in dieser Form der Kundenbetreuung eine der wichtigsten Bausteine für den Erfolg. Die Aufgaben der Verkaufsberater reichen von Verkauf, Beratung, persönliche Baustellenbetreuung vor Ort, Qualitätssicherung bis zur Angebotslegung und der Erstellung von Leistungsverzeichnissen und Ausschreibungen. Einen weiteren wichtigen Beitrag zur Kundenbindung erreichte man durch die Vor-Ort Schulungen der Sto-Einführungsmeister, welche die Produkte gleich an der Fassade verarbeiteten, präsentierten und vorstellten. Das schnelle Wachstum der Firma österreichweit führte dazu, dass in allen Bundesländern eigene Tönstationen installiert wurden, um durch eine dezentrale Organisationsform Kundennähe und schnelles Service möglich zu machen.

Neben dem Angebot an technischen und praktischen Service kam schon bald nach Gründung die Idee auf, die Produkte mittels Farbkonzepten

emotionaler zu präsentieren, um Kunden eine einfachere Weiterberatung für ihre Endkunden zu ermöglichen. 1989 eröffnete Sto erstmalig in der gesamten Fassadenbaubranche ein eigenes Designstudio für Fassadengestaltung. Seit über 30 Jahren entwickelt ein professionelles Designerteam Farb- und Materialkonzepte für Fassaden und Innenräume, vom Einzelgebäude bis zur kompletten Stadtbildgestaltung.

Im Jahr 2000 gründete Sto das StoInfo Center mit dem Ziel, unsere Partner mit größtmöglicher Fachkompetenz in ihren täglichen Belangen zu unterstützen und dringende technische Anfragen zeitgerecht und fachkundig zu beantworten. Detailplanungen, bauphysikalische Berechnungen, sowie energetische und akustische Vorberechnungen zählen ebenso zu dem Angebot, wie Ausschreibungstexte und Kalkulationsberechnungen.

Das Angebot an Dienstleistungen ist mit dem Wachstum des Unternehmens gestiegen und hat wesentlich zum Erfolg beigetragen. Heute stellt eine Differenzierung am Markt die Fachabteilungen vor eine ständige Herausforderung, die durch gute Qualität, fachliche Kompetenz und kreativen Lösungen immer noch sehr gut gemeistert wird.

Die Ersten am Markt seit 50 Jahren: Technologieführer seit Jahrzehnten

Kurz vor der ersten globalen Ölkrise präsentierte Sto in den frühen 70er Jahren den ersten zugelassenen Vollwärmeschutz für Gebäude. 1964 wird das



Downloadlink
Chronik „50 Jahre
Bewusst bauen in
Österreich“
[PDF | 35,6MB](#)



Das Haus am Golm, die erste Fassadendämmung in Österreich

In Vorarlberg wird im Bereich des Montafon-Gletschers ein Gebäude gedämmt – das erste WDVS in Österreich – natürlich von Sto.

Bild rechts:
Joachim Gilberts und sein Bruder montieren ein Werbeschild am Haus am Golm
Quelle: StoAktuell, Jubiläumsausgabe 2005

erste vollständig gedämmte Gebäude am Golm, dem Hausberg der Gemeinde Tschagguns in Vorarlberg, mit Fassadendämmung und Oberputz ausgeführt und bald schon wurde klar, dass diese Arte der Gebäudedämmung nicht nur die Heizkosten eines Gebäudes senkt, sondern auch das Klima schützt. Drei Jahre später wurde das erste mehrgeschossige Wohngebäude in Lustenau mit dem neuen Vollwärmeschutz versehen. Die Nachfrage wurde größer und zwang das junge Unternehmen österreichweit rasant zu wachsen. Gleichzeitig war auch bald klar, dass die Produktpalette ständig mit neuen Materialien und Technologien wachsen musste.

Neben Fassadendämmung setzt Sto hauptsächlich auf Verputze. Mit einem wasserdampfdurchlässigen organischen Oberputz, der gut verarbeitbar und gleichzeitig hoch wasserabweisend und witterungsbeständig war, setzte man einen weiteren Schritt als Innovationstreiber. Das Produkt „Stolit“ ist seit Einführung am österreichischen Markt vor fast 50 Jahren immer noch erfolgreich am Markt. In den 90er Jahren baute man seine Position als Schrittmacher weiterhin aus und präsentierte laufend neue Systeme, Produkte und Entwicklungen, die den gesamten Markt nachhaltig beeinflussten.

Als besondere Innovation galt das 1996 eingeführte Fassadendämmsystem StoTherm Solar, eine transparente Wärmedämmung, die nicht nur Energieverluste minimiert, sondern erstmals auch Sonnenenergie als Wärmeeintrag über die Fassade nutzbar macht. 1999 wurde der Verkauf des ökologisch vorbildlichen Dämmsystems StoTherm

Cell gestartet. Es setzt neue Maßstäbe hinsichtlich Verarbeitung und Formstabilität. 2003 wurde erstmals eine funktionelle Fassadenfarbe in das Produktprogramm übernommen. Das Übertragen von Naturphänomenen auf die Technik eröffnete in vielen Bereichen revolutionäre Funktionalitäten und so die Chance, Produkte mit ganz neuen Qualitäten zu konzipieren. Lotusan, jene Fassadenfarbe, die auf dem Prinzip analog der Reinigung eines Lotus-Blattes basiert, ist bis zum heutigen Tag ein Aushängeschild für die Technologieführerschaft von Sto.

Weitere Produkte aus dem Bereich der Bionik eröffneten in den Folgejahren neue Möglichkeiten der Algenbekämpfung und Farbgestaltungen an Fassaden. „Wer rastet der rostet“, lautet das Motto der Geschäftsführung wenn es darum geht neue Wege für nachhaltige Dämmstoffe zu finden, zu testen und zu entwickeln. Und so arbeitet man auch derzeit an neuen Ideen, um für die Herausforderungen gewappnet zu sein. ►



Sto-Glocknerweiß
Besonders wegen seiner hohen Deckkraft war die Farbe bei Kunden sehr beliebt.

50 Jahre Bewusst bauen in Österreich (Fortsetzung)

Aktivitäten und Marketingmaßnahmen im Jubiläumsjahr

Das Jubiläumsjahr 2020 wurde mit besonderer Sorgfalt und Freude geplant. Das Motto „50 Jahre Sto – für immer jung“ entstand aus der Überzeugung, dass das Unternehmen nicht nur für Beständigkeit, Sicherheit und Wachstum steht, sondern auch für Flexibilität und den Mut sich mit den Herausforderungen der Zeit mit zu verändern. Zudem spiegelt auch der Generationenmix das Motto bestens wider, da sich zu den langjährigen, älteren Mitarbeitern natürlich immer mehr junge und dynamische Arbeitskräfte mischen, die jugendhafte Motivation, neue Ideen und frischen Wind mitbringen.

Ein Logo mit dem Motto wurde entwickelt, um allen geplanten Maßnahmen, Medien und Berichte eine Unverwechselbarkeit zu verleihen, denn das Jubiläum sollte wirklich über das ganze Jahr über spürbar bleiben.

Für jedes Monat des Jahres 2020 wurden daher eigene Marketingmaßnahmen geplant, die möglichst viele Stakeholder einbinden sollten. Das Programm umfasste Gewinnspiele für Kunden, Aufmerksamkeiten für Mitarbeiter, Spendenaktionen für in Not geratene Menschen, eine Feier für alle Mitarbeiter, etc. und wurde auf alle 12 Monate des Jahres 2020 verteilt.

Die Sto Chronik, die anlässlich dieses Anlasses geschrieben worden ist, wurde an alle Mitarbeiter und interessierten Stakeholdern verschickt.

Der Beginn und Auftakt wurde gebührend bei der Jahrestagung im Jänner 2020 mit Mitarbeitern in Form einer Zeitreise in die 70er, 80er und 90er Jahre gefeiert.

Leider endete das so erfolgreich begonnene Jahr des Festlichkeiten abrupt mit dem Corona-Lockdown im April 2020. Viele der geplanten Aktivitäten mussten aus diesem Grund verschoben oder abgesagt werden.

Mitarbeiter im Portrait

Anlässlich der Jänner-Tagung 2020 wurden 50 Mitarbeiter portraitiert. Einige davon werden in diesem Bericht gezeigt.



Auf ihn kann man bauen



Interview mit Herbert Neubauer, im Unternehmen seit August 1986

„Die Uhren liefen damals viel langsamer“, erinnert sich Herbert Neubauer gerne zurück. „Alle Lieferscheine wurden händisch geschrieben und dann am Postweg nach Deutschland geschickt. Für die Kunden war es natürlich ein Vorteil, dass die Rechnungen erst mit großer zeitlicher Verzögerung von der Zentrale in Weizen verschickt wurden.“

Mit den ersten technischen Errungenschaften, einem Fernschreiber mit eigenem Bildschirm sowie einem Faxgerät, wurden auch die internen Prozesse viel schneller. Der Eintritt in das Computerzeitalter 1990 schließlich bedeutete auch, die Mannschaft im Innendienst zu verstärken.

Neben Herausforderungen erinnert er sich natürlich auch an diverse Highlights seiner Karriere, die ihn heute noch zum Schwärmen bringen, etwa als ihn Walter Kuttin anlässlich seines zehnjährigen Jubiläums zu einem feinen Abendessen einlud. „Diese Wertschätzung einem Mitarbeiter gegenüber vergisst man nicht so schnell, und das lässt einen die einen oder anderen schweren Arbeitseinsätze und Überstunden schnell wieder vergessen.“

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 118](#).

Strukturiertes Arbeiten – von SAP bis Excel



Interview mit Tanja Jannasch, im Unternehmen seit Juli 2007

Mit einem Sprung von der Schule mitten ins Leben startete Tanja Huber gleich nach ihrer Matura im Juli 2007 ihre Berufslaufbahn bei Sto. „Anfangs hatte ich da echt Bedenken, wie das funktionieren würde“, erzählt sie heute, aber all das war unbegründet.

Durch ihr junges Alter und ihre unvoreingenommene Art an Neues heranzugehen, wurde sie bald zu einer SAP-Expertin, denn 2007 war gleichzeitig das Jahr der großen Umstellung. Bis zum heutigen Tag macht Tanja Jannasch die Arbeit mit SAP Spaß, und sie hilft anderen Kollegen, wenn es Fragen gibt. Ihre Kreativität, die sie noch aus der Schule mitbrachte, half ihr bei Farb- und Materialberatungen mit Kunden. Parallel dazu entwickelte sich aber auch eine Vorliebe für strukturiertes Arbeiten mit Excel-Listen und Lagerverwaltungsprogrammen, was unter anderem ein Grund für sie war, in die Logistikabteilung für den Export zu wechseln.

„Der persönliche Kontakt zu Mitarbeitern und Partnern ist total wichtig, auch wenn man nur telefonisch oder per Mail kommuniziert. Es ist einfach leichter, wenn man sich persönlich kennt“, ist sie überzeugt.

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 178](#).

Viele Kunden sind zu Freunden geworden



Interview mit Peter Hetzenauer, im Unternehmen seit März 1992

„In Erinnerung ist mir bis heute das Bewerbungsgespräch in Villach mit Walter Kuttin“, erzählt Hetzenauer, dessen Vorgesetzten Sepp Greiderer Kuttin nach dem erfolgreichen Gespräch aufgefordert hatte: „Nun hast du die richtige Unterstützung im Vertrieb – also mach etwas Großes aus Tirol!“ Diesen Satz des damaligen Geschäftsführers verstand Peter Hetzenauer als klaren Auftrag.

Mit vollem Einsatz begann Hetzenauer, neue Kunden im Tiroler Oberland aufzubauen und bestehende Kontakte, die er durch seine frühere Arbeit bereits hatte, wieder zu aktivieren. „Der Arbeitstag begann um 7:00 Uhr und endete nicht selten erst gegen 21:00 Uhr“, erzählt er und deutet zugleich an, dass sich dieser Arbeitseinsatz bis zum heutigen Tag nicht wesentlich geändert hat.

„Während der letzten 30 Jahre sind natürlich aus vielen Kunden Freunde geworden. Viele der jungen Firmenchefs kenne ich von Kindesalter an, als noch deren Väter meine Kunden waren“, berichtet er weiter. „Man beginnt seinen Arbeitstag oft mit einem Kaffee mit seinen Kunden, denn es ist wichtig, die Kontakte zu pflegen. Das Kundenbild hat sich schon geändert. Die jungen Unternehmer sind viel mehr vernetzt und lassen sich nicht mehr gerne an eine einzige Firma binden.“

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 134](#).

2020 – Ein Jahr mit besonderen Herausforderungen

Das 50-jährige Jubiläumsjahr von Sto hätte ein Jahr voller Highlights und inspirierenden Marketingaktivitäten werden sollen. Die Auftaktveranstaltung für die gesamte Vertriebsmannschaft mit dem Motto „Für immer jung“ galt als motivierender Impuls für das bevorstehende Jahr.

Als dann Mitte März die ersten Corona-Maßnahmen in Österreich bekanntgegeben wurden, versetzte es die gesamte Baubranche in Österreich in eine fast vierwöchige Schockstarre.

Es wurde sofort eine Task Force gegründet, bestehend aus dem Führungskreis und Vertretern des Mitarbeiterforums, welche Entscheidungs- und Kommunikationsaufgaben wahrnahm, um die Unsicherheit und Sorge der Mitarbeiter zu nehmen. Wöchentliche bis tägliche Krisensitzungen mit dem Führungskreis und Vertretern des Mitarbeiterforums sorgte auch während dieser angespannten Zeit für eine transparente Kommunikation zu Mitarbeitern und Kunden.

Das Unternehmen nutzte in den Anfangsmonaten April und Mai die Kurzarbeit für alle Mitarbeiter, ausgenommen jene, die zur Aufrechterhaltung des laufenden Geschäfts und Auslieferungen gebraucht wurden. So wurde zum ersten Mal in der Geschichte des Unternehmens die Vertriebstätigkeit des Außendienstes während der ersten zwei Pandemiemonaten sehr stark eingeschränkt, und der Kundenverkehr in den Verkaufszentren und den Lagern eingestellt. Durch diese Maßnahmen konnten alle Arbeitsplätze im Unternehmen gesichert werden. Eine enge Abstimmung der Personalabteilung mit dem Konzern weltweit ermöglichte es, von Best Practise Beispielen zu lernen und Maßnahmen ständig zu verbessern und zu adaptieren. Als Dankeschön an alle Mitarbeiter für die konstruktive Unterstützung und Umsetzung der notwendigen Maßnahme wurde im Herbst eine Prämie ausbezahlt.

Maßnahmen zum Erhalt von Arbeitsplätzen während der Epidemie

- Die Ausweitung der Home-Office Möglichkeiten für alle Mitarbeiter garantierte Sicherheit am Arbeitsplatz für die gesamte Zeit der Corona-Krise.
- Die Kosten für alle Testungen für ganze Standorte, Abteilungen und einzelne Mitarbeiter wurden von der Firma übernommen.
- Schnelle Umstellung der Arbeitsplätze auf Teams um Meetings, Absprachen und ganze Tagungen digital zu ermöglichen. Auch Kunden- und Lieferantengespräche wurden größtenteils auf Teams umgestellt.
- Maßnahmen wie Plexiglastrennwände, Einzelbüros und Desinfektionsaufsteller wurden sofort eingeleitet und umgesetzt.
- Ein Sicherheits- und Hygienekonzept ist für unaufschiebbare Weiterbildungen mit physischer Anwesenheit verpflichtend für alle Teilnehmer.



Newsbeitrag zur Lieferfähigkeit vom 15. März 2020
Kunden werden gebeten, kontaktlos Ware abzuholen bzw. telefonisch zu bestellen.

Die ehrgeizigen Umsatzziele für 2020 wurden bald nach Beginn der Pandemie an die neue wirtschaftliche Situation angepasst und ein Contingency-Plan erarbeitet, in dem vor allem die geplanten Marketingausgaben reduziert wurden. Diese Maßnahmen betrafen vorwiegend die geplanten Aktivitäten des 50-jährigen Jubiläumjahres, sowie geplante Veranstaltungen und Firmenfeiern.

Die Erholung der Baubranche im Sommer 2020 brachte auch für Sto wieder neue Perspektiven und half mit, dass sich der Umsatzeinbruch über das restliche Jahr 2020 erholte.

Im Herbst 2020, als das Land von einer weiteren Welle getroffen wurde, und wieder neue Lockdown-Maßnahmen verkündet wurden, reagierten Führungskräfte und Mitarbeiter mit wesentlich mehr Routine und Gefasstheit, und alle getroffenen Maßnahmen konnten schnell und unkompliziert aktiviert werden.

Letztendlich konnte durch den Zusammenhalt der Mannschaft und durch wohlüberlegte Strategie und Führung das Jahr 2020 in seinen bereits angepassten Umsatzerwartungen übertroffen werden.



„Gemeinsam zusammenarbeiten bedeutet nun, auf Abstand zu gehen“
Mittels eines Archivbildes von Mitarbeitern wird für die Einhaltung der Maßnahmen geworben.

Kommunikationsstrategie: Bewusst Bauen

Für Sto sind die vier definierten Kernkompetenzen kein reines Lippenbekenntnis, sondern es können nachweisbar Produkte, Projekte und Aktivitäten vorzeigt werden, die diese Stärken untermauern.

Die vier Kernkompetenzen bilden die Basis für den Businessplan, der Sto GmbH, und wurden nach zehn Jahren seit ihrer Einführung nun von dem Führungskreis auf ihre Aktualität überprüft und angepasst (Siehe Seite 12).

Sto setzt dabei vor allem auf die Gesamtheit aller Kompetenzen. Die fachliche Hauptkompetenz des Unternehmens „Technologieführerschaft“ gewinnt durch das zusätzliche Engagement in den Bereichen Nachhaltigkeit, Service, Dienstleistungen und „Design & Ästhetik“ wesentlich an Bedeutung. Dieser besondere Mix trägt die Überschrift „Bewusst Bauen“.

„Bewusst Bauen“ ist die Mission von Sto seit über 40 Jahren, welche die Unternehmenskultur wesentlich mit geprägt hat. Sie ist Teil des Leitbilds des Unternehmens welches die Ansprüche, Erfolgsfaktoren und Kernkompetenzen definiert. Hinter der Philosophie „Bewusst bauen“ steht einerseits eine umfangreiche Palette an hochwertigen Markenprodukten, andererseits der Auftrag für Mensch und Umwelt bewusst zu handeln. Innovative und nachhaltige Projekte sind auch für die Mitarbeiter und das Arbeitsklima wichtig.

Marketing & Kommunikation

Die vier Kernkompetenzen bilden die Basis für das Kommunikations- und Marketingkonzept. Als Grundlage dafür wurde ein Leitfaden entwickelt, der als interne Broschüre allen Mitarbeitern einen transparenten Überblick über die Kommunikationsstrategie des Unternehmens geben soll. Unabhängig von unterschiedlichen Werbekanälen wird in dem Leitfaden definiert, mit welchen Produkten, Projekten und Unternehmensaktivitäten jede einzelne Kompetenz belegt und nachweisbar gemacht wird. Durch eine einheitliche Kommunikation sollen die Stärken und die Differenzierung des

Unser Leitbild



Vision:

Technologieführer für die menschliche und nachhaltige Gestaltung gebauter Lebensräume. Weltweit.

Unsere Mission: Bewusst bauen.

Produkte und Systeme erfüllen die Forderung nach Energieeffizienz. Präventionstechnologien bringen Ökologie und Ökonomie in Einklang – dies alles im Sinne von nachhaltigem Bauen und Instandsetzen.

Erfolgsfaktoren

- Menschen bei Sto
- Enge Marktpartnerschaft
- Innovationen gestalten den Markt
- Produktportfolio und Dienstleistungsangebot
- Wertsteigerung durch starke Marken
- Veränderungsbereitschaft & Umsetzungsorientierung
- Internationales Wachstum
- Nachhaltiges Wirtschaften

Umsetzung



Managementansatz:

Sto fühlt sich der Umwelt und den nachkommenden Generationen verpflichtet, Mensch und Natur bleiben dabei immer im Blickfeld.

Durch Innovationen und ständige Weiterentwicklung erfüllt Sto seine Mission: Bewusst bauen. Umwelt- und ressourcenschonende Lösungen sowie Nachhaltigkeit stehen deshalb bei Sto an oberster Stelle.

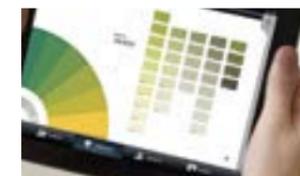
Kundennutzen

- Hohe Produktqualität
- Innovationen am Markt
- Service- und Dienstleistungen
- Nachhaltige Produktlinie
- Persönliche Beratung und Betreuung durch Menschen bei Sto
- Starker Partner am Markt
- Sicherheit durch stabiles Unternehmenswachstum
- Zuverlässigkeit und Flexibilität bei Kundenwünschen



Nachhaltigkeit

Markenwert
Fortschrittlich



Technologieführerschaft

Markenwert
Erfahren

Bewusst bauen.



Design & Ästhetik

Markenwert
Leistungsstark



Hervorragende Dienstleistungen

Markenwert
Menschlich nah

Unternehmens nach außen besser wahrnehmbar gemacht werden.

Das Marketingbudget wird jährlich anhand der geplanten Maßnahmen für die strategischen Produktschwerpunkte zwischen Vertrieb, Produktmanagement, Kommunikation und Finanz abgestimmt. Für die Einhaltung des Budgetplans sorgt ein monatliches Reporting durch das Controlling, das den Gebietsvertriebsleitern und der Kommunikationsabteilung zur Verfügung gestellt wird. Sto versteht Werbung und Kommunikation vorwiegend als Instrument zur Kundenbindung. Eine zu große Zielgruppenstreuung durch allgemeine Werbemaßnahmen wie Außenwerbung, Radio- oder Fernsehwerbung wird vermieden, um sich direkter und persönlicher an die Hauptzielgruppen Planer und Handwerker richten zu können. Individuelle Kundenunterstützung durch Verkaufshilfen, Schauraumgestaltungen oder Fahrzeugbeschriftungen ersetzen großteils Anzeigenschaltungen und Werbeplatzierungen und werden von den Kunden sehr geschätzt.

In allen uns zur Verfügung stehenden Kanälen im Umgang mit Kunden, Interessenten, Architekten, Partnern und Mitarbeitern wird auf ein faires, transparentes und ehrliches Verhalten größter Wert gelegt. Daher ist es ein erklärtes Unternehmensziel, sowohl die Persönlichkeitsrechte der Mitarbeiter als auch unserer Geschäftspartner zu schützen. Eine Verarbeitung von personenbezogenen Daten findet nur in dem Rahmen statt, wie es für die Erfüllung unserer Kerntätigkeit, dem Verkauf und

Handel mit WDVS, Farben und Putzen etc., oder für eine Vertragserfüllung notwendig ist.

Sollte eine Verarbeitung über diesen Rahmen hinaus erfolgen, z.B. beim Newsletter, dann werden die jeweiligen Betroffenen gesondert darüber informiert und über Ihre Rechte aufgeklärt. Die Wahrung der Rechte aller betroffenen Personen steht im Mittelpunkt unseres Datenschutzmanagementsystems, dessen Ziel es ist, nachweislich und regelmäßig die Angemessenheit, Vollständigkeit, Nachhaltigkeit, Effektivität und Effizienz im Datenschutz sicherzustellen. Über einen Datenschutzbeauftragten in der Zentrale und Datenschutzkoordinatoren in den Tochtergesellschaften wird eine fortlaufende Verbesserung und Anpassung dieses Prozesses angestrebt.

Es wird von jedem Mitarbeiter erwartet, ein stets vorhandenes Bewusstsein im Bereich Datenschutz bei allen täglich anfallenden Aktivitäten zu entwickeln und ggf. Schwachstellen zu erkennen, um diese dann auch ausmerzen zu können. In den Jahren 2018/19 sind keine Beschwerden zu Werbe- und Marketingmaßnahmen eingegangen, sowie keine Datenschutzvorfälle gemeldet und dokumentiert.

Sto hat sich einer aktiv gelebten Unternehmenskultur verschrieben, die auch von allen Mitarbeitern eingehalten und gelebt werden muss. Die Grundwerte sind Ehrlichkeit, Ethik, Moral und Loyalität, die das Verhalten und Handeln jedes Einzelnen bestimmen.

Kommunikationsstrategie zum jahrelang erfolgreichen Claim „Bewusst bauen.“

Vier Kernkompetenzen garantieren die Umsetzung des Markenversprechens

G417-3 Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation

G418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten

Der Erfolgsfaktor Nr. 1: Menschen bei Sto

Aus einem halben Jahrhundert Unternehmensgeschichte ist klar ablesbar: Der Erfolg von Sto in Österreich ist dem schier unermüdlichen Einsatz vieler eifriger Menschen zu verdanken.

Grund genug, zum 50-jährigen Jubiläum 50 Menschen bei Sto zu porträtieren. Sie erzählten von ihrem persönlichen Einsatz sowie dem Engagement ihrer Lebenspartner und Kollegen und schilderten auch so manch schwierige Phasen der Gründerjahre, die aber dank kluger Führung und echten Engagements stets gut gemeistert wurden. Einerseits war es das Vertrauen der Familie Stotmeister aus dem Schwarzwald, andererseits die Umsicht der österreichischen Unternehmensleitung, die es erlaubten, dass Mitarbeiter über sich hinauswuchsen. So wurden aus Lkw-Fahrern geschickte Verkäufer, aus Einführmeistern erfolgreiche Gebietsverkaufsleiter und aus Buchhaltern clevere Strategen.

Alle 50 Interviews von Sto Mitarbeitern sind in der Sto Chronik „50 Jahre Sto, für immer jung“ nachlesbar.

Auf Augenhöhe mit den Mitarbeitern

Die gelebte Unternehmenskultur bildet sich aus dem Leitbild und den Grundsätzen für Zusammenarbeit und Führung. Abgeleitet daraus wird das Sto-Werte-Kompetenzmodell, welches die Grundlage für das gemeinsame Verhalten und Handeln bildet.

Das Betriebsklima wird auch maßgeblich vom Wohlbefinden am Arbeitsplatz beeinflusst, daher legen wir auch ein besonderes Augenmerk auf die Schaffung eines Wohlfühlklimas. Einige Rahmenbedingungen ermöglichen unseren Mitarbeitern eine offene, innovative und disruptive Denkweise.

Unsere Unternehmenskultur erlaubt Fehler, dies ermöglicht es unseren Mitarbeitern, sich auch zu

innovativen und neuen Themen einzubringen. Speziell vonseiten der Geschäftsleitung werden neue Ansätze begrüßt und auch gefördert. Im Rahmen von Projekten moderieren externe Berater durch Kreativworkshops und „Spinnstuben“, um daraus Projekte und Maßnahmen anzuleiten.

Im Rahmen des Onboarding-Prozesses erhalten neue Mitarbeiter eine Willkommensmappe, diese beinhaltet das Leitbild, Infos über Werte, Kompetenzen und unsere Unternehmenskultur, eine Unternehmenspräsentation, nützliche Infos zur Zeiterfassung und Hausordnung, warum uns Nachhaltigkeit wichtig ist, sowie Informationen zur Aufbauorganisation. Vertieft und gefestigt werden diese Themen durch Vorträge im Rahmen der Einführungstage neuer Mitarbeiter. Auch in unseren Dienstverträgen findet sich ein Punkt zu Antidiskriminierung sowie partnerschaftliches Verhalten am Arbeitsplatz, dies zeigt den hohen Stellenwert dieser Themen in unserer Organisation. Im Rahmen des jährlichen Mitarbeitergesprächs werden die Werte und Kompetenzen im gegenseitigen Feedback zwischen Mitarbeiter und Führungskraft abgeglichen und Maßnahmen zur Personalentwicklung daraus abgeleitet.

Im Rahmen der StoClimate-Initiative (siehe Seite 59) und der Tätigkeit des Nachhaltigkeits-Teams gibt es Ideenwettbewerbe, wie in den Bereichen Energie, Materialwirtschaft, Transport, Gebäude, Prozesse und Mobilität effizienter und bewusster gehandelt werden kann. Diese werden durch Mitglieder des Führungskreises, Mitarbeiterforums und Nachhaltigkeitsteams auf Umsetzung hin geprüft und im vierteljährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsnewsletter gewürdigt, zudem wurden Öko-Preise als Belohnung ausgeschüttet.



Downloadlink
Chronik „50 Jahre
Bewusst bauen in
Österreich“
[PDF | 35,6MB](#)

Antworten zur Frage „Was bedeutet Sto für dich?“



Leopold Feurer, technischer Berater, im Unternehmen seit April 2000

„Sto ist und war immer sehr ehrlich. Das erkennt man vor allem bei der Aufarbeitung von Reklamationen, die immer sehr sorgfältig behandelt wurden. Das schafft Vertrauen, nicht nur in die Qualität, sondern auch in die Menschen bei Sto. Qualität und der Umgang mit Menschen sind die Basis für unseren Erfolg!“

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 140](#).



Erich Stupnik, Mitarbeiter EDV, im Unternehmen seit November 1993

„Sto ist für mich mein halbes Leben, wenn man mein Alter und meine 25-jährige Sto-Zugehörigkeit ansieht. Wenn man die Kindheit und Jugendzeit wegrechnet, ist es fast mein ganzes Erwachsenenleben. Das prägt einen natürlich. Dazu kommt, dass ich bei Sto meine Frau Monika kennengelernt habe, wodurch Sto mein Leben natürlich nochmals beeinflusst und verschönert hat.“

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 144](#).



Martina Umele, Buchhaltung, im Unternehmen seit März 1994

„Ein wichtiger Teil des Erfolgs war und ist die Teamarbeit, die es bei Sto gibt. Trotz der Größe des Unternehmens spürt man immer noch einen Zusammenhalt und ein Miteinander. Walter Kuttin hat immer schon darauf Wert gelegt, dass Mitarbeiter auch über den Tellerrand blicken und den Hausverstand einschalten. Das hat sich bis heute weitestgehend gehalten!“

Lesen Sie das gesamte Interview in der Firmenchronik auf [Seite 148](#).



Mitarbeiter und Gesamtbelegschaft

Gesamtzahl der Beschäftigten nach Geschlecht

Geschäftsjahr 2018, Stichtag 31.10.2018

Land	Gesamt	Männlich	Weiblich
Österreich	282	228	54
Slowenien	6	4	2
Kroatien	19	15	4
Gesamt	307	247	60

G102-8 Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern

Stichtag der Zählung ist jeweils der 31.10. des jeweiligen Jahres.

Geschäftsjahr 2019, Stichtag 31.10.2019

Land	gesamt	männlich	weiblich
Österreich	286	230	56
Slowenien	6	5	1
Kroatien	22	17	5
Summe	314	252	62

Geschäftsjahr 2020, Stichtag 31.10.2020

Land	gesamt	männlich	weiblich
Österreich	289	233	56
Slowenien	6	5	1
Serbien	1		1
Kroatien	24	17	7
Summe	320	255	65

Gesamtzahl der Beschäftigten nach Vollzeit/Teilzeit und Geschlecht

Geschäftsjahr 2018, Stichtag 31.10.2018

Angestellte	gesamt Vollzeit	gesamt Teilzeit	männlich Vollzeit	männlich Teilzeit	weiblich Vollzeit	weiblich Teilzeit
Österreich	254	28	221	7	33	21
Slowenien	5	1	5			1
Kroatien	19		15		4	
Summe	278	29	241	7	37	22

Geschäftsjahr 2019, Stichtag 31.10.2019

Angestellte	gesamt Vollzeit	gesamt Teilzeit	männlich Vollzeit	männlich Teilzeit	weiblich Vollzeit	weiblich Teilzeit
Österreich	256	30	220	10	36	20
Slowenien	6		5		1	
Kroatien	22		17		5	
Summe	284	30	242	10	42	20

Geschäftsjahr 2020, Stichtag 31.10.2020

Angestellte	gesamt Vollzeit	gesamt Teilzeit	männlich Vollzeit	männlich Teilzeit	weiblich Vollzeit	weiblich Teilzeit
Österreich	257	32	221	12	36	20
Slowenien	6		5		1	
Serbien	1				1	
Kroatien	24		17		7	
Summe	288	32	243	12	45	20

Beschäftigte mit Anspruch auf Elternzeit nach Geschlecht

Geschäftsjahr 2018

Gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich
5	5	0	6	4	2	10	5	5

Geschäftsjahr 2019

Geschäftsjahr 2020

Beschäftigte, die Elternzeit in Anspruch nahmen nach Geschlecht

Geschäftsjahr 2018

Gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich
1	1	0	2	0	2	5	0	5

Geschäftsjahr 2019

Geschäftsjahr 2020

Beschäftigte, die innerhalb des Berichtszeitraums nach Beendigung der Elternzeit zurückgekehrt sind

Geschäftsjahr 2018

Gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich
1	1	0	0	0	0	1	0	1

Geschäftsjahr 2019

Geschäftsjahr 2020

Beschäftigte, die innerhalb des Berichtszeitraums nach Beendigung der Elternzeit zurückgekehrt sind und nach 12 Monaten noch beschäftigt waren

Geschäftsjahr 2018

Gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich	gesamt	männlich	weiblich
0	0	0	0	0	0	0	0	0

Geschäftsjahr 2019

Geschäftsjahr 2020

Alle Beschäftigten fallen unter die Tarifverträge. Die Bezahlung für alle Mitarbeiter entspricht mindestens dem gesetzlichen Mindestlohn auf Basis des Kollektivvertrags Handel. Eine Überbezahlung erfolgt individuell auf Grund von Qualifikation, Erfahrung, Beschäftigungsausmaß und Beschäftigungsjahren. Frauen und Männer werden bei gleicher Tätigkeit und gleichen Voraussetzungen gleich entlohnt.

Es werden keine Aktivitäten der Organisation von Mitarbeitern durchgeführt, die keine Angestellten sind.

Die Rückkehrrate nach Elternzeit beträgt 20%, die Verbleiberate liegt bei 0%, da alle in Karenz befindlichen Mitarbeiterinnen wieder oder noch immer in Karenz sind.

G102-41 Prozentsatz der Angestellten, die unter Tarifverträge fallen

G401-3 Elternzeit

Stichtag der Zählung ist jeweils der 31.10. des jeweiligen Jahres.

G102-41 Prozentsatz der Angestellten, die unter Tarifverträge fallen

G202-1 Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum gesetzlichen Mindestlohn

G405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern

Mitarbeiter und Gesamtbelegschaft

Gesamtzahl und Prozentsatz der während des Berichtszeitraums neu eingestellten Mitarbeiter nach Altersgruppe, Geschlecht und Region

Geschäftsjahr 2018

Land	Anzahl gesamt	Prozent	männlich	Prozent	weiblich	Prozent
Österreich	44	15,60%	39	17,11%	5	9,26%
Slowenien	2	33,33%	1	25,00%	1	50,00%
Kroatien	3	15,79%	3	20,00%	0	0,00%
Summe	49	15,96%	43	17,41%	6	10,00%

G102-8 Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern

G401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation

Stichtag der Zählung ist jeweils der 31.10. des jeweiligen Jahres.

Geschäftsjahr 2019

Land	Anzahl gesamt	Prozent	männlich	Prozent	weiblich	Prozent
Österreich	33	11,54%	21	9,13%	12	21,43%
Slowenien	1	16,67%	1	20,00%	0	0,00%
Kroatien	5	22,73%	4	23,53%	1	20,00%
Summe	39	12,42%	26	10,32%	13	20,97%

Geschäftsjahr 2020

Land	Anzahl gesamt	Prozent	männlich	Prozent	weiblich	Prozent
Österreich	33	11,42%	27	11,59%	6	10,71%
Slowenien	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Serbien	2	200,00%	0		2	200,00%
Kroatien	3	12,05%	3	17,65%	0	0,00%
Gesamt	38	11,88%	30	11,76%	8	12,31%

Signifikante Schwankungen bedingt durch jährlichen saisonal bedingten Einbruch der Baubranche

Geschäftsjahr 2018

Land	Geschäftsjahr 2019		Geschäftsjahr 2020	
	gesamt	per 1.1.2019	gesamt	per 1.1.2020
Österreich	282	174	286	226
Slowenien	6	6	6	6
Serbien				1
Kroatien	19	19	22	23
Gesamt	307	199	314	255

Anmerkung: In Slowenien und Kroatien gibt es keine saisonbedingte Freistellung, wie es in Österreich als „stempeln“ bekannt ist.

Gesamtzahl und Prozentsatz der während des Berichtszeitraums erfolgten Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region

Geschäftsjahr 2018

Land	Austritte	Fluktuation	männlich	Fluktuation	weiblich	Fluktuation
Österreich	29	10,28%	24	10,53%	5	9,26%
Slowenien	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Kroatien	1	5,26%	1	6,67%	0	0,00%
Summe	30	9,77%	25	10,12%	5	8,33%

G403-2 Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle

Stichtag der Zählung ist jeweils der 31.10. des jeweiligen Jahres.

Geschäftsjahr 2019

Land	Austritte	Fluktuation	männlich	Fluktuation	weiblich	Fluktuation
Österreich	27	9,44%	15	6,52%	12	21,43%
Slowenien	1	16,67%	1	20,00%	0	0,00%
Kroatien	2	9,09%	2	11,76%	0	0,00%
Summe	30	9,55%	18	7,14%	12	19,35%

Geschäftsjahr 2020

Land	Austritte	Fluktuation	männlich	Fluktuation	weiblich	Fluktuation
Österreich	26	9,00%	23	9,87%	3	5,36%
Slowenien	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Serbien	1	100,00%	0	0,00%	1	100,00%
Kroatien	2	8,33%	2	11,76%	0	0,00%
Summe	29	9,06%	25	7,80%	4	6,15%

Arbeitsunfälle

Geschäftsjahr 2018

Geschäftsjahr 2018		Geschäftsjahr 2019		Geschäftsjahr 2020	
Anzahl	Rate	Anzahl	Rate	Anzahl	Rate
3	1,06%	2	0,70%	4	1,38%

Im Berichtszeitraum gab es keine arbeitsbedingten Todesfälle.

Mitarbeiterumfrage im Geschäftsjahr 2019

Die Mitarbeiterumfrage, die im Jahr 2019 konzernweit zur gleichen Zeit stattfand, wurde mit dem international tätigen Unternehmen Willis Towers Watson durchgeführt.

Damit konnten zum ersten Mal Vergleichswerte nicht nur mit anderen österreichischen Unternehmen, sondern auch mit anderen Tochtergesellschaften des Sto Konzern geschaffen werden. Alle Ergebnisse und daraus abgeleiteten Maßnahmen wurden vom Konzern erfasst und zur Verfügung gestellt, um den Landesgesellschaften die Möglichkeit zu bieten, voneinander zu lernen. Die Ergebnisse konnten für jedes Land, in dem Sto vertreten ist, gefiltert werden und bis auf die einzelnen Standorte und Mannschaften, die größer als 10 Personen sind, heruntergebrochen werden. Für Sto-Österreich bedeutet das, dass für alle acht Standorte die Ergebnisse separat erfasst werden konnten.

Im Führungskreis wurden sowohl das Gesamtergebnis, aber auch alle Einzelergebnisse analysiert und ein Stärken-Schwächenprofil erstellt. Daraus abgeleitet wurden sämtliche Maßnahmen erstellt, die vor allem bei den Schwächen ansetzen, um diese in Zukunft zu verbessern.

Einladung an 5000 Mitarbeiter weltweit
Poster zur Mitarbeiterbefragung 2019



„Sag, was Du denkst!“

Vom 8. bis 29. Mai 2019 findet die weltweite Mitarbeiterbefragung der Sto-Gruppe statt. Etwa 5000 Kolleginnen und Kollegen in 32 Ländern sind aufgerufen, ihre Meinung zu sagen – 100 Prozent anonym! Der Link zur Online-Befragung kommt per Mail am 8. Mai 2019. Mitarbeiter ohne Mail-Account erhalten separate Infos zur Teilnahme.

Mach mit! Jede Antwort zählt!
Weitere Infos zur Mitarbeiterbefragung findest Du auf Stoinside.



Ergebnisse der Mitarbeiterumfrage 2019

Stärken



- Stark ausgeprägtes Gefühl des Miteinanders und gute Zusammenarbeit im Team bzw. abteilungsübergreifend
- Mitarbeiter stehen hinter den Zielen
- Starke Identifikation mit den Werten und dem Unternehmen
- Marke und das Image als Wettbewerbsfaktor angesehen
- Kundenorientierung sehr stark ausgeprägt
- Nachhaltiges Engagement wird gewürdigt
- 85% würden Sto als guten Arbeitgeber weiterempfehlen (9% neutral, 6% nicht)

Chancen



- Kommunikation – Interne Kommunikation TopDown
- Entscheidungsfindung zu langsam
- Einbringen von Ideen – Angst vor Konsequenzen bei Scheitern von innovativen Ideen
- Arbeitsbelastung – Stress beeinträchtigt Leistungsfähigkeit

Vergleich

Gesamtergebnis der 17 Kategorien im Vergleich zu allen anderen Sto-Gesellschaften



Sto in Österreich konnte in 16 von 17 Kategorien sehr gut abschneiden.

- Größte positive Differenz**
- Kundenorientierung
 - Mitarbeiterentwicklung
 - Zusammenarbeit
- Größte negative Differenz**
- Digitalisierung

Worin ist Sto wirklich gut?

Im Vergleich mit österreichischen Unternehmen konnte Sto vor allem in den Kategorien Zusammenarbeit, Image und Orientierung überdurchschnittlich abschneiden. Auch in den Bereichen Kundenorientierung Mitarbeiterentwicklung und nachhaltiges Engagement konnte sich Sto im Österreichvergleich positiv hervorheben.

Wo kann man ansetzen?

Verbesserungsbedarf konnte in den Bereichen Kommunikation, Entscheidungsfindungsprozessen und digitale Entwicklungen identifiziert werden.

Kommunikation der Ergebnisse

Führungskreis



- Präsentation der Ergebnisse
- Vorstellung signifikanter Themen und Bereiche
- Für jede Abteilung Maßnahmen erstellen (Aktionsplan)
- Definition Rolle Manager und Personalabteilung

Vor Ort



- Präsentation der Ergebnisse für Gebietsverkaufsleiter und Verkaufcenterleiter
- Präsentation für Mitarbeiter
- Maßnahmen und Aktionsplan

Bereichsleiter



- Laufende Evaluierung und Statusbericht im Führungskreismeeing
- Involvieren der Mitarbeiter bei der Umsetzung
- Transparenz und Kommunikation

Personalabteilung begleitet den Prozess

Wer
Wann

Wer	Personalabteilung	Personalabteilung und Führungskreis	Führungskreis
Wann	08/2019	Nach 09/2019	Laufend

Was passierte nach der Umfrage?

Die Ergebnisse der Umfrage wurde allen Mitarbeitern in allen Standorten mit den geplanten Maßnahmen präsentiert.

In Einzelgesprächen wurde den Mitarbeitern noch die Möglichkeit geboten, Anliegen oder Wünsche einzubringen. Ein Prozess wurde erarbeitet, um sicherzustellen, dass die Ergebnisse der Umfrage an alle Mitarbeiter kommuniziert werden.

Welche Maßnahmen wurden ergriffen?

Die Umfrage hatte einen Umfang von 63 Fragen in 17 Kategorien und wurde anonym und nicht rückverfolgbar ausgeführt.

Als eine Maßnahme unterzog sich Sto Österreich ein Jahr nach der Befragung einem Audit nach dem EFQM-Modell, um alle wesentlichen Prozesse auf Effizienz überprüfen zu lassen und diese zukunftsfähig zu verbessern.

Umfragedetails

82%

Rücklaufquote für die Sto Ges.m.b.H.

251

von 304 Mitarbeitern haben teilgenommen

17

Kategorien in unterschiedlichen Ausprägungen abgefragt

1

Österreich-Norm für 43 Unternehmen und 18.600 Mitarbeitern

Erfolgreich durch einen massiven Wissensvorsprung

Über 60 Jahre verkauft Sto Produkte für Fassade und Innenraum. Das geballte Know-How ist der entscheidende Erfolgsfaktor der Marke. Elementar ist aber auch, diese Kompetenz neuen Mitarbeitern zugänglich zu machen.

Wissensvorsprung für Kunden und Anwender

Damit ein Bauprojekt effizient und reibungslos über die Bühne geht, braucht es mehr als kompetente Handwerker, hochwertige Baustoffe und das optimale Werkzeug. Wenn ein bestimmter Handgriff nicht ganz klar ist oder sich unerwartete Schwierigkeiten auftun, dann ist Profihilfe gefragt. Auf der Baustelle. Schon vor der heißen Phase eines Bauprojekts stehen die technischen Experten und Verkaufsberater von Sto mit Know-how zur Seite – für Planer, Architekten und Bauherren. Unerlässlich wird das Know-how dann allerdings bei der Anwendung auf der Baustelle selbst. Und falls es mitten in der Ausführungsphase Unklarheiten gibt, kommt der Anwendungstechniker direkt auf die Baustelle.

Aus- und Weiterbildung für Mitarbeiter

Das Know-how der Mitarbeiter ist einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren des Unternehmens. Um auch in Zukunft erfolgreich zu bleiben, und die Ziele der Umsatzsteigerung und Ertragssicherung zu erfüllen braucht es kompetente und leistungsbewusste Mitarbeiter. Ein spezieller Fokus wird daher auf die Bindung von Mitarbeitern sowie auf die Gewinnung neuer Mitarbeiter gesetzt. Dabei setzt man auf eine partizipative Unternehmenskultur, auf wirksame Führung und sinnvolle Investitionen in die wichtigsten Ressource: Menschen, ihr Know-how und ihre Leidenschaft. Nur so kann Sto weiterhin ein attraktiver und erfolgreicher Arbeitgeber bleiben. Um neue Mitarbeiter möglichst schnell mit dem Fachwissen vertraut sowie sie mit den

wichtigsten Abteilungsbereichen in der Zentrale in Villach bekannt zu machen, werden ein bis zwei Mal jährlich spezielle Schulungswochen in der Zentrale des Unternehmens organisiert.

Führungskräfte besuchen ein zweijähriges Führungskräfteentwicklungsseminar, das modular aufgebaut ist, und mit einer Abschlussarbeit und einer Präsentation vor dem Konzernvorstand endet. „Young Potentials“ werden vom Führungskreis gemeinsam identifiziert und mit professioneller Beratung durch den Konzern-HR-Beauftragten in weiteren Aufbau- und Entwicklungsprozessen begleitet. Das interne Schulungsprogramm wird durch ein „Knowledge Management System“ unterstützt. Alle Inhalte, die intern geschult worden sind, werden 1 bis 2 Wochen nach der Schulung mit einem digitalen Fragenkatalog nochmals abgefragt, um das neu erworbene Wissen zu vertiefen. 2016 wurden 220 Mitarbeiter vom Sto-TechnikCenter geschult, 2017 besuchten 254 Mitarbeiter eine interne Schulung. Bei externen Schulungen liegen die Schwerpunkte auf Sprachkursen in Englisch und Italienisch, sowie Sicherheitsschulungen und Fahrerlaubniskursen (Stapler).

2018 und 2019 wurden jeweils 284 Mitarbeiter geschult, 2020 erhielten 289 Mitarbeiter eine Schulung. Interne Schulungen von Mitarbeitern beinhalten technische Themen, Programm- und Softwareeinschulungen, sowie Leadership Themen. Externe Schulungen decken Sprachkurse und Sicherheitstrainings für Stapler und LKW Fahrer ab. 2019 waren das 4.365 Schulungsstunden, 2020 auf Grund des Coronajahres nur 1.718. ▶

G401-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten

G404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten

Schulungsstunden 2018

	Gesamt Stunden	Gesamt Anzahl	Gesamt-Durchschnitt Stunden	Angestellte Stunden	Angestellte Anzahl	Angestellte Durchschnitt Stunden	Führungskreis Stunden	Führungskreis Anzahl	Führungskreis Durchschnitt
weiblich	581	54	10,8	549	57	9,6	32	1	32,0
männlich	3882	230	16,9	3270	206	15,9	612	39	15,7
gesamt	4463	284	15,7	3819	263	14,5	644	40	16,1

Schulungsstunden 2019

	Gesamt Stunden	Gesamt Anzahl	Gesamt-Durchschnitt Stunden	Angestellte Stunden	Angestellte Anzahl	Angestellte Durchschnitt Stunden	Führungskreis Stunden	Führungskreis Anzahl	Führungskreis Durchschnitt
weiblich	272	56	4,9	240	59	4,1	32	1	32,0
männlich	4093	228	18,0	3424	211	16,2	669	39	17,2
gesamt	4365	284	15,4	3664	270	13,6	701	40	17,5

Schulungsstunden 2020

	Gesamt Stunden	Gesamt Anzahl	Gesamt-Durchschnitt Stunden	Angestellte Stunden	Angestellte Anzahl	Angestellte Durchschnitt Stunden	Führungskreis Stunden	Führungskreis Anzahl	Führungskreis Durchschnitt
weiblich	367	56	6,6	419,5	55	7,6	0	1	0,0
männlich	1351	233	5,8	1466	195	7,5	260	38	6,8
gesamt	1718	289	5,9	1885,5	250	7,5	260	39	6,7

Mitarbeitergespräche 2018

	Gesamt Mitarbeiter	Gesamt Gespräche	Gesamt Prozent [%]	Angestellte Anzahl	Angestellte Gespräche	Angestellte Prozent [%]	Führungskreis Anzahl	Führungskreis Gespräche	Führungskreis Prozent [%]
weiblich	54	12,22,2	57	11	19,3	1	1	1	100
männlich	230	77	33,5	206	46	22,3	39	31	79,5
gesamt	284	89	31,3	263	57	21,7	40	32	80

Mitarbeitergespräche 2019

	Gesamt Mitarbeiter	Gesamt Gespräche	Gesamt Prozent [%]	Angestellte Anzahl	Angestellte Gespräche	Angestellte Prozent [%]	Führungskreis Anzahl	Führungskreis Gespräche	Führungskreis Prozent [%]
weiblich	56	22	39,3	59	21	35,6	1	1	100
männlich	228	103	45,2	211	69	32,7	39	34	87,2
gesamt	284	125	44,0	270	90	33,3	40	35	87,5

Mitarbeitergespräche 2020

	Gesamt Mitarbeiter	Gesamt Gespräche	Gesamt Prozent [%]	Angestellte Anzahl	Angestellte Gespräche	Angestellte Prozent [%]	Führungskreis Anzahl	Führungskreis Gespräche	Führungskreis Prozent [%]
weiblich	56	21	37,5	55	2	36,4	1	1	100
männlich	233	107	45,9	195	86	44,1	38	21	55,3
gesamt	289	128	44,3	250	106	42,4	39	22	56,4

Erfolgreich durch einen massiven Wissensvorsprung (Fortsetzung)

Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

Um neue Mitarbeiter mit dem Unternehmen vertraut zu machen und Ihnen erste Informationen zu vermitteln, erhalten diese vor dem Einstieg eine Willkommensmappe mit Details zur Unternehmensstruktur, dessen Geschichte und Kernkompetenzen, dem Organisationsaufbau und Rahmenbedingungen für eine gute Zusammenarbeit und Weiterentwicklung.

Im Laufe des ersten Jahres werden die neuen Kolleginnen und Kollegen in die Zentrale in Villach eingeladen, um den Standort und dessen Organisation kennenzulernen aber auch Einblick in diverse Aufgabenbereiche der Geschäftszentrale Österreichs sowie das Sto-Produktsortiment zu erhalten.

Unsere Mitarbeiter im Vertrieb bzw. der Technik erhalten laufend Schulungen, die vor allem den Produktbereich, die technischen Details und Anwendung betreffen, um unsere Kunden im täglichen Arbeitsprozess als kompetente Ansprechpartner zu unterstützen.

2018 wurde dazu ein neues Schulungskonzept zur Stärkung der fachlichen Kompetenz des Vertriebsinnendienstes entwickelt und 2019 eingeführt. Hier werden in verschiedenen Modulen und Wissensstufen Informationen zu unserem Produktsortiment vermittelt. Ein Train-the-Trainer-System ermöglicht nun ein dezentrales Wissensmanagement und eine laufende Produktschulung auch von neu hinzukommenden Mitarbeitern.

Bei regelmäßigen Tagungen im Laufe eines Geschäftsjahres werden Bereichsleiter, Verkaufsberater und der Vertriebsinnendienst über Neuigkeiten im Produktportfolio, die Geschäftsentwicklung und weitere wichtige Themen informiert.

Weiters werden individuelle Schulungen (z. B. zu Rhetorik, Sprachen, Führungskompetenz, fachspezifische Weiterbildungen, etc.) durch die Übernahme der Kurskosten gefördert.

Programme zur Übergangshilfe, die den Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit ermöglichen und den Berufsausstieg aufgrund von Ruhestand oder Kündigung unterstützen.

In den Geschäftsjahren 2018 und 2019 wurden vier Kollegen zur Altersteilzeit angemeldet.

G404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

Schulung neuer Mitarbeiter
Jährlich wird eine Schulung für 2-3 Arbeitstage zusammengestellt



Ökonomie und wirtschaftliche Entwicklung

Das Geschäftsmodell von Sto zielt auf langfristigen Erfolg. Wesentliche Grundlagen dafür sind nachhaltiges, solides Wirtschaften, stetiger Fortschritt und eine finanziell starke Basis.

Zukunftstaugliches Wirtschaftsmodell

Unternehmensvision ist die weltweite Technologieführerschaft für die menschliche und nachhaltige Gestaltung gebauter Lebensräume. Ein wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells von Sto ist der Beitrag, den unsere Produkte zur Nachhaltigkeit im Gebäudesektor leisten, insbesondere zum Klimaschutz. Seit mehr als 50 Jahren entwickeln und vertreiben wir Fassadendämmsysteme und tragen durch die effiziente Dämmung von Gebäuden zu erheblichen Energieeinsparungen bei – sowohl durch Sanierungen von Bestandsgebäuden als auch bei Neubauprojekten. Durch die seit 1965 weltweit rund 640 Mio. m² an Gebäuden angebrachten Sto-Dämmsysteme konnten bis einschließlich 2019 hochgerechnet ca. 110 Mrd. Liter Heizöl eingespart werden, davon rund 7 Mrd. Liter im Berichtsjahr. Die damit erzielte CO₂-Minderung belief sich auf insgesamt über 350 Mio. Tonnen beziehungsweise circa 20 Mio. Tonnen im Jahr 2019. Auf diese Weise leisten Sto-Produkte einen kontinuierlichen und spürbaren Beitrag zum Klima- und Umweltschutz. Zugleich werden Wohnkomfort und Wertigkeit der entsprechenden Immobilien erhöht.

Für die Zukunft bedeutet der Klimawandel noch mehr Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Bausektor und eine Steigerung der Förderungen für Gebäudedämmungen von den meisten europäischen Regierungen. Gleichzeitig bringt diese Entwicklung aber auch ein zunehmendes Bewusstsein der Menschen für ökologische Baumaterialien und neue nachhaltige Technologien. Für Sto bedeutet das, dass eine hohe Konzentration auf die Forschung

und Entwicklung neuer nachhaltiger Dämmsysteme liegt. Ziel ist es, Ansprüche und Bedürfnisse zu identifizieren und zu adressieren, um eine stabile Basis für kontinuierliches, ertragsorientiertes Wachstum zu schaffen sowie einen positiven, gesellschaftlichen und für den Umweltschutz wichtigen Beitrag zu leisten. Um auf kommende Herausforderungen vorbereitet zu sein, beobachten wir Megatrends, Veränderungen im Markt und die für Sto relevanten Vorschriften und Gesetze. Zu den Schwerpunktthemen gehören:

- Förderpakete der Regierung zur Erreichung der Klimaschutzziele
- Themen zur Einhaltung der Klimaschutzziele, die bei der 25. Weltklimakonferenz 2019 in Madrid besprochen wurden
- Global auftretende Wetterereignisse 2019
- Energieeffizienz als wesentlicher Bestandteil der Energiewende und Klimaschutzpläne
- Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz als Bestandteile von Ressourcen-, Klima- und Umweltschutz
- Betrieblicher und produktbezogener Umweltschutz zum Erhalt der Ökosysteme
- Einhaltung strenger Auflagen in Bezug auf den Einsatz von Inhaltsstoffen, die im Verdacht stehen, Mensch und Umwelt schädigen zu können
- Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter, Verarbeiter und Nutzer
- Qualifikation und Bildung, um einem Nachwuchs- und Fachkräftemangel entgegenzuwirken
- Gesellschaftliches Engagement als Zeichen der Solidarität und individuellen Unterstützung

G201-2 Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen

Wirtschaftliche Entwicklung und Risikomanagement

Wie die Wesentlichkeitsstatistik bereits zeigte, spielt die Sicherheit des Arbeitsplatzes bei Sto eine Schlüsselrolle im Bewusstsein des Arbeitnehmers - aber auch des Arbeitgebers. Erfolgsfaktor dafür ist die Wirtschaftlichkeit.

Ein Unternehmen mit 300 Mitarbeitern trägt auch die wirtschaftliche Verantwortung zur Erhaltung jedes einzelnen Arbeitsplatzes. Um das zu gewährleisten und den Mitarbeitern von Sto Sicherheit für ihren Arbeitsplatz zu garantieren, ist es notwendig Umsatzwachstum, Ertragswachstum und Nachhaltigkeit als wichtigste Ziele im Businessplan zu verankern. Der Businessplan wird vom Geschäftsführer in Absprache mit dem Führungskreis regelmäßig nachgehalten.

Die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens war im Berichtszeitraum sehr erfreulich. Der Bruttoumsatz konnte von 2018 auf 2019 um € 4.9 Mio. auf € 93.9 Mio. gesteigert werden. 2020 gab es coronabedingt einen Rückgang auf € 93.3 Mio.

Unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert

2017 – Umsatz 82.984 T€
2018 – Umsatz 89.065 T€ (Steigerung 7,3 %)
2019 – Umsatz 93.979 T€ (Steigerung 5,5 %)
2020 – Umsatz 93.312 T€ (Rückgang 0,7 %)

Risikomanagement

Die zielorientierte Steuerung der Chancen und Risiken ist ein grundlegender Bestandteil der Unternehmensführung und von wesentlicher Bedeutung für die langfristig positive Entwicklung der Unternehmensgruppe.

Für die aktive Steuerung von Risiken verfügt Sto über ein umfassendes Risikomanagement-System (RMS), das integraler Bestandteil unserer Geschäfts-, Planungs- und Kontrollprozesse ist. Es ermöglicht eine frühzeitige Identifizierung und Analyse von Risiken, die Einschätzung der zu erwartenden Auswirkungen auf die Finanz-, Ertrags- und Vermögenslage sowie die Möglichkeit, bei Bedarf adäquate Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Oberste Kontrollorgane beim Risikomanagement für die Sto GmbH sind der Bereichsleiter für Finanz & Controlling sowie der haftende Geschäftsführer.

Wichtigste Komponente des RMS ist das Reporting-System, das alle operativen Tätigkeiten im Konzern in einem festgelegten Schema quantitativ und qualitativ erfasst. Durch die ständige Beobachtung definierter Kenngrößen sind wir in der Lage, Fehlentwicklungen frühzeitig zu erkennen und schnell gegenzusteuern. Es wird ergänzt durch ein konzernweit verbindliches Risikohandbuch, in dem verschiedene Risikokategorien, Richtlinien zur Bewertung von Risiken sowie Handlungsanweisungen für jede Konzerngesellschaft bestimmt sind.

Zudem erfolgt eine jährliche Risikoinventur, um alle aktuellen Risiken zeitnah kategorisiert zu erfassen. Diese Kategorien sind bezogen auf den gewichteten Schadenswert dreistufig in „gering“, „mittel“ und „hoch“ unterteilt. Werden unterjährig neue Risiken identifiziert, unterrichtet der Geschäftsführer der Sto Ges.m.b.H. im Rahmen einer Ad-hoc-Risikomeldung unverzüglich das zentrale Beteiligtencontrolling.

G102-11 Vorsorgeansatz und Vorsorgeprinzip

G102-29 Bestimmung und Management ökonomischer, ökologischer und sozialer Auswirkungen

G201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Bild rechts:
Business-Award in Silber für nachhaltigen Erfolg
Beim Award „Austria's Leading Companies“ entscheidet nicht eine Jury über die Gewinner, sondern die ungeschminkten Bilanzzahlen

Austria's Leading Companies - Business-Preis für Stabilität und Verantwortung

2020 wurde Sto bei der Kärntner Ausgabe des Business Award „Austria's Leading Companies“ die Silbermedaille verliehen und konnte so beweisen, dass das Unternehmen nach den erfolgreichen Jahren 2018 und 2019 auch in dem Krisenjahr 2020 wirtschaftlich gut aufgestellt ist.

Bei diesem Award entscheidet nicht eine Jury über die Gewinner, sondern die reinen Bilanzzahlen. Dazu werden die Zahlen der letzten drei Jahre herangezogen und branchenübergreifend vergleichbar gemacht. Für Sto bedeuten die sehr gute Noten, dass die Voraussetzung für Stabilität und Resilienz in der Krise gegeben sind. Der Preis wurde 2020 zum 22. Mal von „Die Presse“, dem Krediterschutzverband KSV1870 und dem Wirtschaftsprüfer PwC verliehen - dieses Mal digital im Internet.



2020: Wirtschaftliche Herausforderungen durch die Coronakrise

Nach dem sehr erfolgreichen Jahr 2019 startete das Jahr 2020 voller Optimismus und Engagement. Die jährliche Vertriebstagung im Jänner bildete den Rahmen für den Auftakt des 50-jährigen Jubiläums des Unternehmens, wo alle geplanten Maßnahmen, Aktionen und Veranstaltungen dem Team präsentiert wurde.

Im März 2020 wurde diese euphorische Stimmung durch die beginnende „Corona-Krise“ jäh gestoppt. Baugewerbe und Handel standen vor der großen Unsicherheit, ob Baustellen und Geschäftsflächen weiter betrieben werden durften.

Ein Krisenteam bestehend aus Mitgliedern des Führungskreises, sowie Mitarbeitern des Controllings und des Mitarbeiterforums beriet wöchentlich die erforderlichen Maßnahmen und Schritte, um Mitarbeiter zu schützen und das Unternehmen wirtschaftlich abzusichern. Mitte März wurden alle Mitarbeiter der Verwaltung gebeten, zu Hause einen Homeoffice Arbeitsplatz einzurichten, um soziale Kontakte im Firmengebäude zu minimieren. Mitarbeiter im Außendienst stellten ihre Kundenbesuche ein, und die Verkaufszentren durften von Kunden nicht mehr betreten werden. Dennoch konnte das Tagesgeschäft aufrecht erhalten bleiben, indem telefonisch bestellte Waren zur Abholung vor den Eingang gestellt wurden. 2/3 aller Mitarbeiter wurden bis Ende Mai für die Kurzarbeit angemeldet. Um das Ergebnis trotz des Umsatzeinbruchs im Frühjahr zu sichern, wurden

Wirtschaftliche Entwicklung und Risikomanagement (Fortsetzung)

diverse Einsparungsmaßnahmen festgelegt. So musste das Mitarbeiterfest „50 Jahre Sto“, das im September 2020 geplant war verschoben werden und viele Marketingaktivitäten in diesem Jubiläumsgeschäftsjahr abgesagt werden.

Kein Mitarbeiter wurde auf Grund des Lockdowns gekündigt.

Förderungen aus der öffentlichen Hand
 Für die Corona-Kurzarbeit erhielt das Unternehmen 2020 eine staatliche Rückerstattung aus dem Corona-Unterstützungsfond von 231 T€. Zudem wurden 4,6 T€ Klimabündnis-Umweltförderung ausbezahlt.

Investition in regionale Produktion und Wertschöpfung

2020 war ein entscheidendes Jahr für einen wirtschaftlichen Erfolg in den nächsten Jahren. Nach jahrelangen Berechnungen, Planungen und mehreren Einreichungen beim Konzernvorstand wurde die Errichtung einer regionalen Produktionsstätte für Österreich genehmigt. Dementsprechend groß war die Freude beim Spatenstich im Juni 2020.

Die dabei verwendeten Rohstoffe kommen direkt aus der Region – das spart zusätzlich rund 2.800 LKW-Ladungen also 500 Tonnen CO₂ jährlich. Neben der flächendeckenden Belieferung Österreichs kann von hier aus auch die für das Unternehmen wirtschaftlich wichtige Region Südeuropa ideal bedient werden.

Einhaltung relevanter behördlicher, gesetzlicher und regulatorischer Anforderungen
 Konzernweit wird über das Intranet-Tool „MDoku“ (Management-Dokumentation) sichergestellt, dass alle Prozesse und Dokumente, die für die Einhaltung behördlicher, gesetzlicher und regulatorischer Anforderungen relevant sind, für alle Mitarbeiter und Verantwortlichen zugänglich und einsehbar sind.

Verantwortlich für die Einhaltung der entsprechenden Regularien der verschiedenen Bereiche, wie z. B. Arbeitssicherheit, Arbeitsmedizin, ADR-Transporte, Abfallwirtschaft, Brandschutz, Datenschutz, Energiemanagement, Umweltmanagement etc. sind die internen und externen Managementbeauftragten.

Über die sogenannte RPP-Datenbank werden Atteste, Prüfberichte, Unterweisungsdokumente etc. für alle Führungskräfte und weitere verantwortliche Personen zur Verfügung gestellt. Gewererechtliche Bescheide werden lt. der Gewerbeordnung in regelmäßigen Abständen evaluiert, Abweichungen zur Betriebsanlageneignung erfasst und entsprechend adaptiert.

Regelmäßige Begehungen durch unsere externe Sicherheitsfachkraft und unsere Arbeitsmedizinerin an allen Standorten liefern Begehungsberichte. An aufgezeigtem Verbesserungspotenzial und an deren Umsetzung wird kontinuierlich gearbeitet.

G201-4 Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand

Compliance

Der Konzern ist verantwortlich dafür, geeignete Schulungsmaßnahmen hinsichtlich Wettbewerbsrecht und Compliance zur Verfügung zu stellen, die per E-Learning-Tools zu erledigen sind. Während des Jahresabschlusses wird ein von angeforderter Wirtschaftsprüfer (Ernst&Young) herangezogen, um die steuerliche Korrektheit und kaufmännische Risiken zu prüfen. Die Zertifizierungen nach ISO 9001, 14001 und 50001 unterstützen die nachhaltige Überwachung der geforderten Standards.

Die „Grundsätze für die Zusammenarbeit und Führung der Sto-Gruppe“ umfassen neben Bestimmungen für die internen Abläufe auch die vom „Global Compact“ beschriebenen Prinzipien. Die Einhaltung der Gesetze der internen und externen Vorschriften, das Verbot von Kinderarbeit, sowie der verantwortungsbewusste Umgang mit Risiken ist Teil der Corporate Governance bei Sto. Im Rahmen von Compliance schafft Sto die Voraussetzungen dafür, dass die internen Regelungen und Richtlinien unternehmensweit bekannt sind. Diese Systeme zu Compliance schaffen in der Zusammenarbeit mit Partnern und Lieferanten klare Spielregeln. Persönliche Interessen dürfen nicht mit den Unternehmensinteressen vermischt werden. Alle Führungskräfte und Mitarbeiter aus den Bereichen Vertrieb, Einkauf, Logistik, Produktmanagement und Technik haben bei Sto eine Verhaltensrichtlinie zum Kartellrecht sowie eine Anti-Korruptionsvereinbarung unterzeichnet.

Compliance Kultur bei Sto



Auszug aus den Compliance-Richtlinien
 Die Berichtskultur der Compliance Organisation

G419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich



Nachhaltigkeit bei Sto

[56](#) Managementansatz für Nachhaltigkeit
[58](#) Warum uns Nachhaltigkeit wichtig ist
[59](#) Die StoClimate-Nachhaltigkeitsinitiative

[60](#) Die StoClimate Strategie
[61](#) Zuständigkeiten für Nachhaltigkeit

[62](#) Nachhaltigkeitsfaktoren und Wesentlichkeitsmatrix
[63](#) Wesentlichkeitsmatrix und identifizierte Handlungsfelder
[64](#) Beitrag zu den globalen Nachhaltigkeitszielen
[65](#) Auszeichnungen für Nachhaltigkeit



Managementansatz für Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist eine der sechs Kerninitiativen und ein wesentlicher Teil der Gesamtstrategie des Unternehmens.

Alle Themengebiete der Nachhaltigkeitsstrategie finden sich in der Inhaltsstruktur und als wesentliche Themen im Nachhaltigkeitsbericht wieder:

- Nachhaltige Unternehmensausrichtung
- Produktstrategie
- Stakeholder Management
- CO₂-Neutralität: Energieeffizienz und CO₂-Reduktion
- Gebäudemanagement
- Soziale Verantwortung

Der Führungskreis ist das oberste Gremium für Nachhaltigkeit und hat Themen aus diesem Bereich regelmäßig auf den Agenden der Führungsklausuren, die fünf Mal jährlich stattfinden.

Weitere Verantwortungen und Zuständigkeiten in den einzelnen Bereichen wurden entsprechend der Tätigkeitsfelder der einzelnen Personen zugeteilt.

Die KPIs wurden auf die einzelnen Bereich heruntergebrochen und entsprechend evaluiert (siehe folgende Kapitel).

Der Nachhaltigkeitsbericht, der alle drei Jahre erscheint, fasst alle wichtigsten Themen, Zahlen, Daten und Fakten zusammen und gibt allen Stakeholdern einen guten Überblick über den Fortschritt.

G103-3 Beurteilung des Managementansatzes

Bilder rechts:
Der Führungskreis forstet auf
Im oberen Drautal in Kärnten pflanzten Führungskräfte unter fachlicher Anleitung einen zukunftsfähigen Mischwald



Warum uns Nachhaltigkeit wichtig ist

Wir schreiben das Jahr 1988. In der Chefetage formulieren die Führungskräfte einen verpflichtenden Leitgedanken: „Sto - Schrittmacher für umweltbewusste und menschliche Lebensraumgestaltung.“

Seither ist mehr als ein Viertel Jahrhundert vergangen. Vieles war und ist im Wandel begriffen. Unser Lebensraum ist ein kostbarer Schatz. Er erweist sich aber auch als ein zerbrechliches Gut. War vor Jahrzehnten der von Menschen verursachte Klimawandel noch eine vage, beklemmende Vermutung, so ist er heute unbestrittene Gewissheit - eine Wahrheit in weltumspannender, bedrohlicher Dimension. Und betrifft somit uns alle.

Sto weiß heute mehr denn je um seine Verantwortung und Chancen, klimafreundliches Bauen als Gebot der Zeit voranzutreiben und zum Stand der Technik zu erheben. Bestmögliche Fassadendämmung aus dem Hause Sto wurde zum grundlegenden Bestandteil von Niedrigstenergiebauten. Sto gab auch den Fachleuten notwendige Impulse für umweltbewusstes Bauen und bietet eine breite Produktpalette mit umweltfreundlichen, nachhaltigen Produkten an.

Nachhaltigkeit durchdringt alle Bereiche des Unternehmens Sto. Der Sto-Kompass mit seinen vier Ausrichtungen Ökologie / Ökonomie / Soziales / Wohlbefinden dient als Werkzeug für Verhalten und Tun im Sto-Konzern. Und ist auch Wegweiser für neue Kurse.

Die Sto Ges.m.b.H. ist als Tochtergesellschaft einen Schritt weiter gegangen. Zuerst haben wir Daten aller Handlungsfelder genauestens unter die Lupe genommen, also säuberlich festgestellt, womit und in welchem Ausmaß durch CO₂-Ausstöße die Umwelt belastet wird. Das betrifft z. B. den Betrieb der Firmen-LKWs, sowie die Energieverbräuche aller Räumlichkeiten - von den Büros bis hin zu den

Lagerhallen - und schlussendlich den alltäglichen Bürobetrieb wie Kopieren, Drucken, usw. Diese errechnete, nicht zu vermeidende Menge an CO₂ wird von der Sto Ges.m.b.H. durch entsprechende Finanzierung von Umweltprojekten ausgeglichen. Und damit in verantwortungsvoller Weise als Gegenleistung unserem weltweiten Lebensraum wieder zurückerstattet. Gleichzeitig achtet Sto darauf, dass Umweltbewusstsein im Berufsalltag jedes Mitarbeiters einen wichtigen Stellenwert einnimmt.

Unser Nachhaltigkeitskurs wird nicht von der Firmenleitung alleine bestimmt. Sto zählt auf seine Mitarbeiter auch in Fragen des Umweltschutzes. Es ist deshalb ein fortlaufendes Anliegen, ihre Blicke dahingehend offen zu halten bzw. zu schärfen. Sto will sie anregen und dazu gewinnen, in ihrer Eigenverantwortung Umweltschutz an ihrem Arbeitsplatz zu leben. Möglicherweise sind es sogenannte Nebensächlichkeiten, in der Summe sind es jedoch wertvolle Mosaiksteine, Teile eines Ganzen - eben das verwirklichte Firmenleitbild von Sto. Deshalb ist Sto sehr auf die Sorgfalt im Umgang mit Materialien und Ressourcen bedacht und achtet auf den Energieverbrauch von Heizung, Kühlung und Raumbelichtung (Projekt „safe energy@sto“).

Sto versucht, die Mitarbeiter dazu zu bewegen, über die vielfältigen Möglichkeiten und persönlichen Mittel zum Schutz der Umwelt nachzudenken. Nachhaltigkeit endet somit nicht vor dem Firmentor. Mitarbeiter von Sto bleiben weiter empfänglich und empfindsam für den behutsamen Umgang mit unserer Erde.

G102-46 Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen

Die StoClimate-Nachhaltigkeitsinitiative

Das ökologische Bewusstsein erstreckt sich auf alle Bereiche des Unternehmens und ist geprägt von Ehrlichkeit und Verantwortungsbewusstsein. Seit 2017 hat die Sto-Nachhaltigkeitsstrategie einen Namen: StoClimate.

„StoClimate“ ist das klare ökologische Statement des Unternehmens. Mit „StoClimate“ bezeichnet Sto alle Maßnahmen in den Bereichen Ökologie, Ökonomie, Soziales und Wohlbefinden: optimierte Logistik, betriebsinterne Klimaschutzmaßnahmen, ressourcenschonende Produktion, umweltbewusstes Handeln aller Mitarbeiter – all das trägt dazu bei, dass der CO₂-Fußabdruck des Unternehmens Sto immer kleiner wird.

Betriebliches Energiemonitoring, der Bezug von 100% Ökostrom sowie Kooperationen mit Umweltpartnern stellen sicher, dass das tägliche Handeln an der Maxime der Nachhaltigkeit ausgerichtet wird. Mit der Klimaneutralstellung des gesamten Unternehmens demonstriert Sto einmal mehr nachhaltiges unternehmerisches Handeln und Verantwortungsbewusstsein für zukünftige Generationen.

Verantwortlich für die Definition und genaue Ausrichtung der Nachhaltigkeitsstrategie zeigt sich der Führungskreis des Unternehmens. In extern begleiteten Strategiemeetings wurden die Themenbereiche und Handlungsfelder mit der Geschäftsführung und den sechs Verantwortlichen der Bereiche Vertrieb Österreich, Vertrieb Export, Technik, Logistik, Personal und Kommunikation definiert.

Die detaillierte Planung des Rechnungswesens, des strategischen Marketings und Personals wurde in erweiterten Arbeitskreissitzungen mit Mitarbeitern aus allen Abteilungen ausgearbeitet und besprochen. Die Erarbeitung einer Wesentlichkeitsmatrix

war notwendig, um Prioritäten und Schwerpunkte innerhalb der „StoClimate“-Strategie zu setzen und Ressourcen entsprechend einzusetzen.

In einem eintägigen Führungskreismeeting, begleitet von dem externen Nachhaltigkeitsberater der Firma, wurde eine Ist-Analyse erstellt, sowie ein weiterer Arbeitskreis definiert, der für eine detailliertere Ausarbeitung der einzelnen Handlungsfelder mit Priorisierung verantwortlich ist. In diesem Kreis wurde aus den persönlichen Erfahrungen und Einschätzungen der Teilnehmer heraus in einem weiteren Strategiemeeting die Wesentlichkeitsanalyse erstellt.

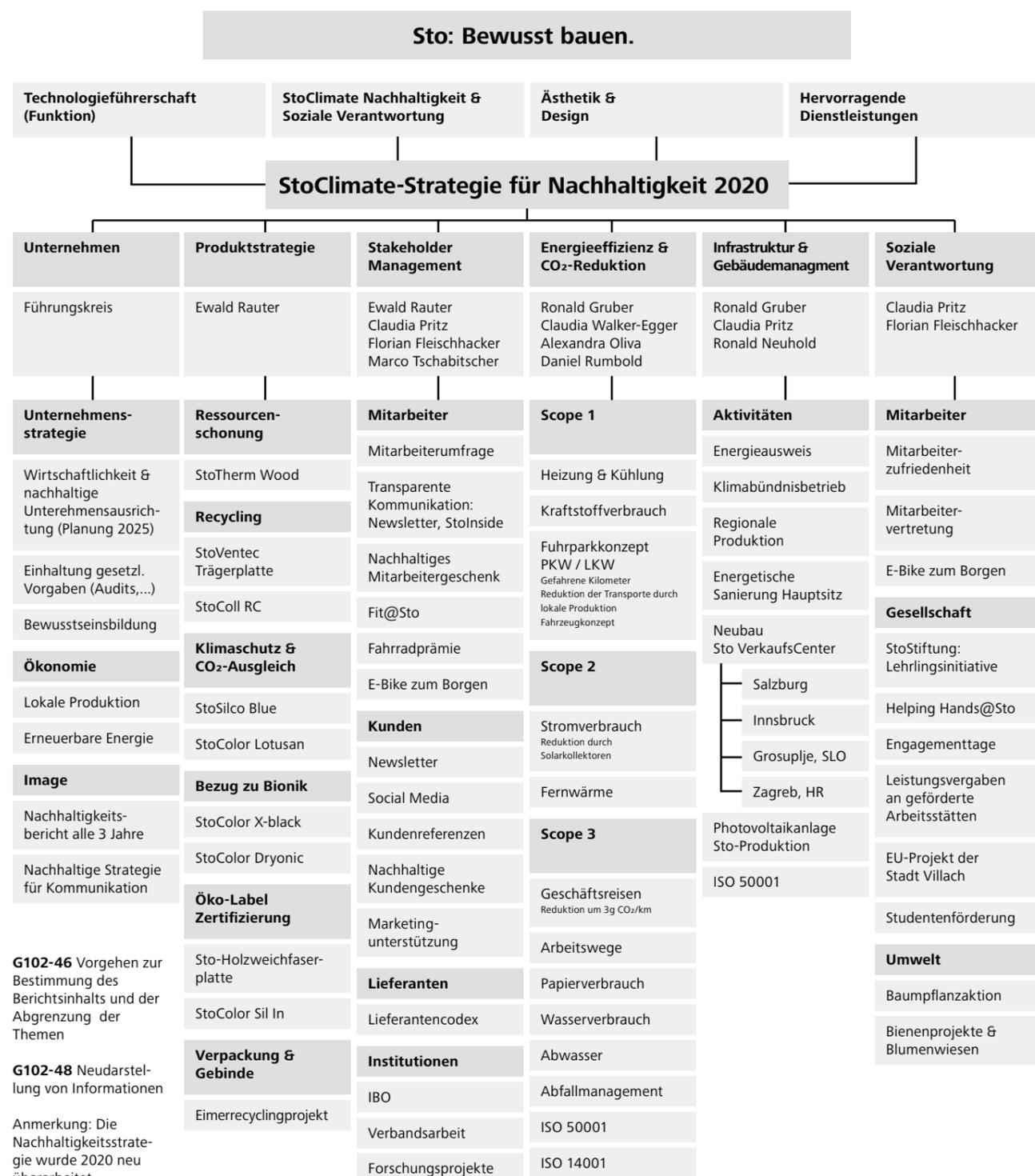
Die Wesentlichkeitsmatrix als ein wichtiges Ergebnis dieses zweistufigen Prozesses zeigt dabei die wichtigsten Themenbereiche aus unserem Nachhaltigkeitskompass aus der Sicht der Stakeholder und aus der Sicht von Sto. Sie wurde in folgenden Schritten entwickelt:

- Identifizierung der relevanten Themen
- Priorisierung
- Integration
- Wesentlichkeitsmatrix

G103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung

Die StoClimate-Strategie

Nachhaltigkeit zählt seit zwölf Jahren zu den vier Kernkompetenzen des Unternehmens und ist Teil des Businessplans.



Zuständigkeiten für Nachhaltigkeit

Die gesamte Nachhaltigkeitsinitiative von Sto wird unter dem Begriff „StoClimate“ zusammengefasst und kommuniziert.

Sto Österreich beschäftigt keinen Nachhaltigkeitsmanager, sondern teilt die Verantwortung auf verschiedene Bereiche auf. Jedes Mitglied des Führungsteams übernimmt automatisch auch die Verantwortung, das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen auf allen Ebenen zu verankern. Sämtliche Nachhaltigkeitsinitiativen werden in Absprache mit dem Geschäftsführer beschlossen. Er ist auch das oberste Kontrollorgan über die gesamten StoClimate-Prozessabläufe. Damit wird die gesamte Nachhaltigkeitsstrategie auf eine breite Basis im Unternehmen gestellt. Alle Bereiche, die im Führungskreis vertreten sind, tragen auch die Verantwortung für die Umsetzung der Maßnahmen und Aktivitäten.

Ebenfalls im Nachhaltigkeitsteam sind Vertreter des Mitarbeiterforums, welche die Ideen und Meinungen der gesamten Belegschaft einfließen lassen sowie externe Nachhaltigkeitsberater. Regelmäßige Workshops und Meetings in diesem Arbeitskreis sorgen dafür, dass sich das Unternehmen ständig weiterentwickelt, und neue Ideen und Ansätze in die Strategie aufnimmt.

Der Inhalt des Nachhaltigkeitsberichts wird sowohl durch den externen Nachhaltigkeitsberater als auch durch den Geschäftsführer als oberstes Kontrollorgan geprüft und freigegeben.

G102-20 Zuständigkeit für Vorstandsebene für ökonomische, ökologische & soziale Themen

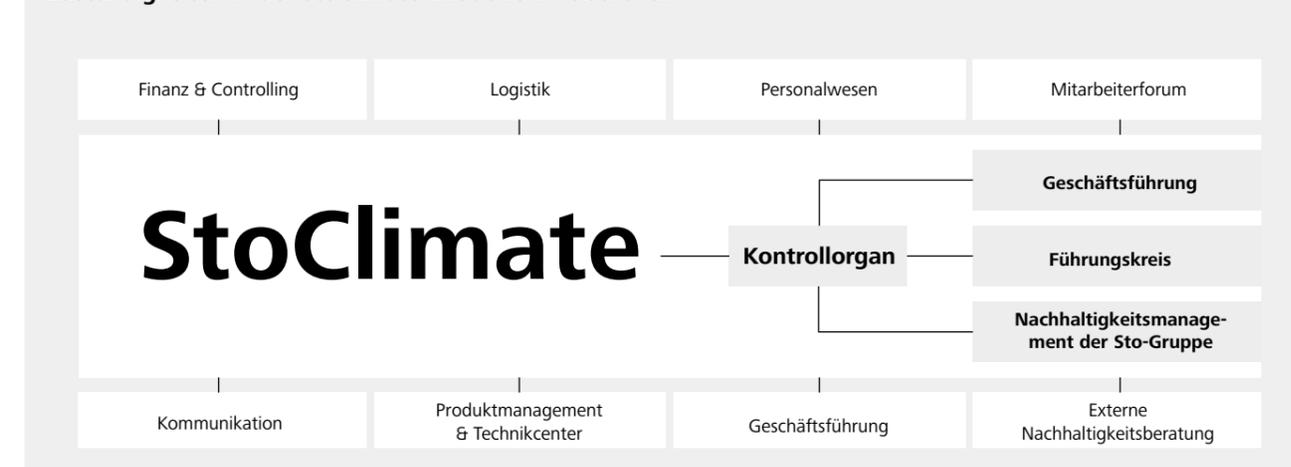
G102-22 Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien

G102-23 Vorsitzender des Kontrollorgans

G102-26 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Festlegung von Zielen, Werten und Strategien

G102-32 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei Nachhaltigkeitsberichterstattung

Zuständigkeiten in der StoClimate-Initiative im Überblick



Nachhaltigkeitsfaktoren und Wesentlichkeitsmatrix

Welche Themen Sto im Berichtszeitraum beschäftigt haben, zeigt die Wesentlichkeitsmatrix aus verschiedenen Blickrichtungen.

Nachhaltigkeitskompass

Zusätzlich zur konkreten Bewertung einzelner Nachhaltigkeitsaktivitäten nutzen wir auf Konzernebene neben dem Chemie³- Nachhaltigkeitscheck den Nachhaltigkeitskompass. Mit Hilfe dieses Instruments wird zum einen sichergestellt, dass alle Dimensionen der Nachhaltigkeit berücksichtigt werden, und zum anderen unterstützt es uns in der Entscheidungsfindung gemäß der von uns entworfenen Unternehmensmission „Bewusst bauen“. Da häufig zwischen verschiedenen Kriterien abgewogen werden muss, hilft uns der Nachhaltigkeitskompass, in den vier Dimensionen Ökologie, Ökonomie, Soziales und Wohlbefinden zu denken und eine möglichst optimale Lösung zu finden. Dabei spielen sowohl Werte, die Schwerpunkte und Richtung einer Entscheidung definieren, als auch Informationen, die der Analyse und möglichst objektiven Bewertung dienen, eine zentrale Rolle.

Wesentlichkeitsmatrix 2.0

Die Wesentlichkeitsmatrix wurde 2019 in einem eigenen Arbeitsprozess überarbeitet, die Wichtigkeit einzelner Nachhaltigkeitsfaktoren neu definiert sowie neue Werte hinzugefügt. Dazu wurden in einem ersten Schritt die wesentlichen Themen, die für den Nachhaltigkeitsbericht 1.0 erarbeitet worden sind, im Managementteam neu diskutiert und auf ihre Relevanz beurteilt.

In einem weiteren Schritt wurde ein Workshop mit dem gesamten Nachhaltigkeitsteam abgehalten, in dem diese Ergebnisse aus der Perspektive des

Teams noch einmal gewertet, priorisiert und positioniert wurden. Zum Nachhaltigkeitsteam zählen Mitarbeiter aus unterschiedlichen Fachbereichen, sowie Führungskräfte und Mitglieder aus dem Management Team.

Als Ergebnis dieses Workshops wurden die Wesentlichkeitsfaktoren nochmals verdichtet und priorisiert. Nachdem alle definierten Handlungsfelder in den beschriebenen Prozessen bereits mit einer Priorität versehen wurden, wurde die Skala der Wesentlichkeitsmatrix in der Neuauflage des Berichts verändert. Statt „nieder“ und „wichtig“ werden die einzelnen Themen nun zwischen „hoch“ und „sehr hoch“ positioniert.

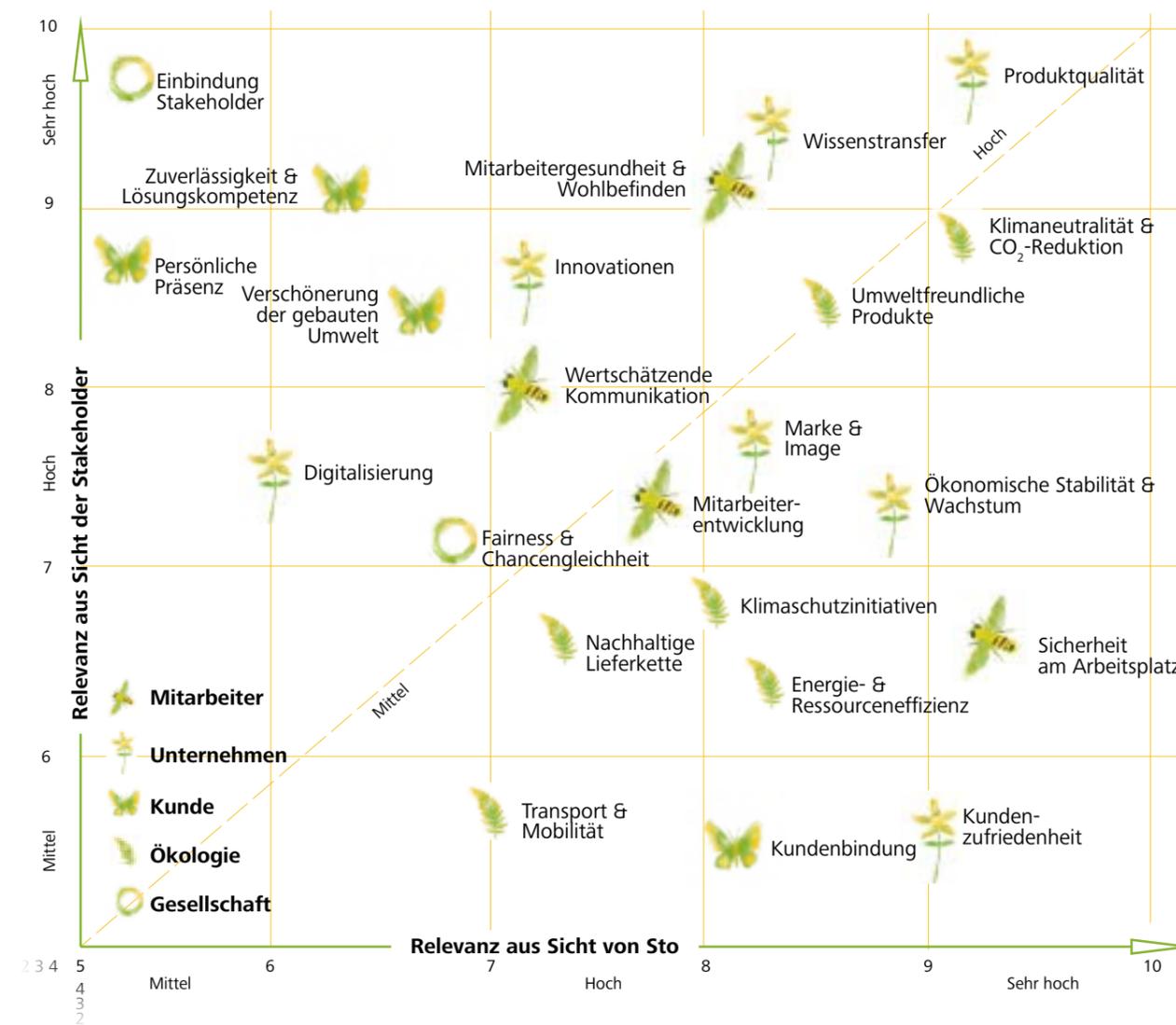
Diese Wesentlichkeitsmatrix bildet die Basis für die Kerninhalte und Maßnahmen in dem Bericht. Die Gliederung des Berichts orientiert sich an der Nachhaltigkeitsstrategie StoClimate, die vom Führungskreis in einem eigenen Workshop neu geordnet und definiert wurde. Dabei nimmt StoClimate die wichtige strategische Position als eine der vier Kernelemente ein, die gemeinsam mit den ökonomischen Zielen „Gewinnorientierung“ und „Umsatzwachstum“ die gesamte Basis der Unternehmensstrategie bilden.

Die vier Kernelemente beinhalten „Technologieführerschaft, Nachhaltigkeit, Serviceleistungen und Design & Ästhetik“ und lassen sich allen Handlungsfeldern aus der Wesentlichkeitsmatrix zuordnen. Der Nachhaltigkeitsbericht konzentriert sich hauptsächlich auf die Bereiche Ökologie, Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung.

G102-46 Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen

G102-47 Liste der wesentlichen Themen

G102-48 Neudarstellung von Informationen



Wesentlichkeitsmatrix und identifizierte Handlungsfelder

Was zeigt diese Infografik?

Grundlage für diese Grafik waren die wesentlichen Themen, die für den Nachhaltigkeitsbericht 1.0 erarbeitet worden sind, im Managementteam neu diskutiert und auf ihre Relevanz beurteilt. In einem weiteren Schritt wurde ein Workshop mit dem gesamten Nachhaltigkeitsteam abgehalten, in dem diese Ergebnisse aus der Perspektive des Teams noch einmal gewertet, priorisiert und positioniert wurden. Zum Nachhaltigkeitsteam zählen Mitarbeiter aus unterschiedlichen Fachbereichen sowie Führungskräfte. Die resultierende Grafik zeigt einen Zoom auf Themenfelder mit mittleren bis sehr hohen Relevanz.

Identifizierte Handlungsfelder

- Nachhaltigkeit (StoClimate)
- Klimaneutralität & CO₂-Reduktion
 - Umweltfreundliche Produkte
 - Klimaschutzinitiativen
 - Nachhaltige Lieferkette
 - Energie-, Ressourceneffizienz
 - Transport & Mobilität
 - Mitarbeiter Gesundheit & Wohlbefinden
 - Wertschätzende Kommunikation
 - Mitarbeiterentwicklung
 - Fairness und Chancengleichheit
 - Sicherheit am Arbeitsplatz

Technologieführer

- Produktqualität
- Wissenstransfer
- Innovationen
- Digitalisierung

Hervorragende Dienstleistungen:

- Rundum Service
- Zuverlässigkeit
- Lösungskompetenz
- Persönliche Präsenz
- Kundenbindung
- Kundenzufriedenheit

Design & Ästhetik:

- Verschönerung der gebauten Umwelt

Beitrag zu den globalen Nachhaltigkeitszielen

Die „StoClimate“-Nachhaltigkeitsstrategie hilft, alle Aktivitäten an den im Jahr 2015 verabschiedeten 17 Zielen für „Nachhaltige Entwicklung“ der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) auszurichten.

Von den 17 Zielen für Nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen sieht Sto seinen Beitrag schwerpunktmäßig bei folgenden:

SDG 3: Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern. Wir produzieren Produkte, die einerseits keine Gesundheitsgefährdung verursachen, und andererseits aktiv zu einem gesunden Wohlfühlklima in Innenräumen beitragen.

SDG 8: Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern. Das gesunde Wachstum des Unternehmens ist wichtig um auch zukünftig Arbeitsplätze zu sichern und neue zu schaffen.

SDG 9 (Industrie, Innovation und Infrastruktur): Sto hat seit 2009 eine lokale Produktion in Villach, um Transportwege zu vermeiden und auf lokale Rohstoffe zurückgreifen zu können. Lokaler Einkauf: Mit lokaler Produktion und lokalem Einkauf decken wir mehr als 60 % unseres Produktsortiments ab.

SDG 11 (Nachhaltige Städte und Gemeinden): Energieeffizienz durch Wärmedämmung an Gebäuden ist unser Kerngeschäft. Mit den Sto Climate-Produkten für innen und außen sorgen wir

für bewusstes, umweltfreundliches Bauen und für gesundes Leben.

SDG 12 (Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster): Nachhaltigkeitsbericht nach GRI-Standard.

SDG13 (Maßnahmen und Klimaschutz): Das gesamte Unternehmen ist klimaneutral. Durch Zertifikate und interne Maßnahmen, wie Energieeinsparung durch Energiemonitoring und Routenoptimierung, hat Sto seit 2016 seinen Carbon Footprint auf null gesetzt.

SDG17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele): respACT, Global Compact



United Nations
Global Compact



Mehr Informationen:
globalcompact.at

Grafik: SDG Compass, Leitfaden für Unternehmensaktivitäten zu den SDGs, ausgestaltet von GRI, United Nations Global Compact und WBCSD

Auszeichnungen für Nachhaltigkeit

Sto hat sich als nachhaltiger Pionier in der Baustoffbranche einen Namen gemacht. Nicht nur für einzelne Projekte, sondern auch strategische Maßnahmen wird Sto regelmäßig ausgezeichnet.

Trigos 2018
Ausgezeichnet für das recyclebare Fassadendämmsystem StoSustain® R
(Foto: Helga Auer)

Trigos Österreich 2018

Sto gewann den TRIGOS mehrmals, 2014 sowohl in Kärnten als auch bundesweit für die besonders verantwortungsvolle Unternehmensstrategie. 2018 wurde Sto für das recyclebare Fassadendämmsystem StoSustain® R mit dem Kärnten TRIGOS sowie dem bundesweiten TRIGOS-Award ausgezeichnet.

Aus 125 Einreichern und 27 Nominierten wurde Sto für das recyclebare Fassadendämmsystem StoSustain® R mit dem bundesweiten TRIGOS-Award ausgezeichnet. Vor rund 200 Galagästen nahm Sto am 27. Juni 2018 im Rahmen einer feierlichen Gala im MuTh im Wiener Augarten die begehrte CSR-Trophäe für das nachhaltige Fassadendämmsystem entgegen. Mit der Innovation StoSustain® R ging Sto einen großen Schritt in Richtung noch nachhaltigerer Fassadendämmsysteme. Das Fassadendämmsystem StoSustain® R verzichtet auf Kleber. Stattdessen hält ein Hochleistungsklett die Dämmplatten sicher am Untergrund fest – bis sie am Ende ihrer Lebenszeit problemlos wieder gelöst werden können.

Mit diesem Forschungsprojekt gelang Sto die landesweite Aufmerksamkeit zu Themen, welche die Baubranche in Zukunft noch intensiver beschäftigen werden: Rückbaubarkeit von Fassaden, Wiederverwertbarkeit und Recycling. Das Klettsystem StoSustain® R zeigte anschaulich auf, wohin die Richtung führen wird, und gleichzeitig auch, dass solche Entwicklungen und Technologien noch einen längeren Weg bis zur Einsetzbarkeit am Markt vor sich haben.



Auszeichnungen für Nachhaltigkeit (Fortsetzung)

2. Platz beim Energy Globe Award, 2018

Der „Energy Globe Kärnten“, die regionale Ausgabe des weltweit renommiertesten Umweltpreises, wurde am 23. Mai 2018 im Spiegelsaal der Landesregierung in Klagenfurt verliehen. Mit dem Forschungsprojekt StoSustain® R, einem recyclebaren Fassadendämmsystem, das statt Kleber auf Klett setzt, beeindruckte der Fassadenpionier Sto die Jury.

StoSustain® R, ein Forschungsprojekt, das über viele Jahre intensiv von Sto-Österreich betrieben wurde. Das Kernwesen des Systems: Es verzichtet auf Kleber. Stattdessen hält ein Hochleistungsklett, bekannt aus Luft- und Raumfahrt, die Dämmplatten sicher am Untergrund fest – bis sie am Ende ihrer Lebenszeit problemlos wieder gelöst werden können.

Diese Technik würde in seinen Hauptbestandteilen weitestgehend recyclebar und wiederverwertbar sein. Das Projekt wurde bis in die Testmarktphase vorangetrieben, wo Pilotprojekte in ganz Österreich und Deutschland realisiert wurden.

Dass eine Marktzulassung für Fassadensysteme viele Prüfverfahren und Sicherheitskriterien durchlaufen muss, wurde allen Projektbeteiligten in der nächsten Projektphase bewusst. Bis zur endgültigen Marktzulassung können daher zum Zeitpunkt der Berichtserstellung noch keine Angaben gemacht werden.

Nominierung für den Trigos Kärnten 2020

Die BKS Bank vergibt den TRIGOS Kärnten gemeinsam mit der Industriellenvereinigung Kärnten, Wirtschaftskammer Kärnten, Caritas Kärnten, Rotes Kreuz Kärnten und dem Umweltdachverband. Als Kooperationspartner unterstützen respACT - Austrian business council for sustainable development und Strasser & Strasser Unternehmensberatung diese Auszeichnung.

Der Trigos Preis zeichnet Unternehmen aus, die sich in verschiedenen Themenbereichen stark engagieren – von Klimaschutzmaßnahmen über vorbildliche Arbeitsbedingungen bis zu Pionierprojekten. Die Grundlage für eine Einreichung bilden die

2. Platz beim Energy Globe Award
Wiederum ausgezeichnet für ein recyclebares Fassadendämmsystem



nachhaltigen Aktivitäten bzw. Strukturen, welche im Kerngeschäft des Unternehmens vorhanden sein müssen. Das Hauptaugenmerk der Jury liegt vor allem darauf, wie gut Betriebe Herausforderungen erkannt haben und in welcher Tiefe sie sich mit ihren Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft auseinandersetzen.

2020 vergab die BKS Bank zum zehnten Mal diesen renommierten Nachhaltigkeitspreis an Unternehmen in Kärnten, bei dem in diesem Jahr 26 Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen eingereicht haben. Neben der Sto Ges.m.b.H. wurden in der Kategorie „Klimaschutz“ zwei weitere Kärntner Unternehmen für die begehrte CSR-Trophäe nominiert.

Eingereicht wurden die Inhalte und Kernelemente der StoClimate-Nachhaltigkeitsstrategie mitsamt den Aktivitäten, die 2019 und 2020 stattgefunden haben.



Nominierung in der Kategorie Klimaschutz für den Trigos Kärnten 2020
Die Nominierung galt der Gesamtheit der CSR-Aktivitäten von Sto



Stakeholder Manage- ment

- [70](#) Managementansatz zum Stakeholder Dialog
- [72](#) Stakeholder Management
- [73](#) Stakeholder Dialog
- [75](#) Einbindung von Kunden und Mitarbeitern in die StoClimate-Initiative
- [79](#) Einbindung der Gesellschaft: Das Sto-Klimaforum
- [81](#) Klimaforum-Interview mit Prof. Dr. Helga Kromp-Kolb
- [82](#) Einbindung von Fachverbänden
- [83](#) Grundsätze für Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden



Managementansatz zum Stakeholder Dialog

Stakeholder Management wird immer mehr zu einem zentralen Thema in der gesamten Firmenstrategie und übernimmt in der Kerninitiative „Nachhaltigkeit“ ein wesentliches Thema innerhalb des Ansatzes nach EFQM.

In den definierten Zieldimensionen, dem sogenannten Sto Performance Cockpit, werden hauptsächlich die beiden Stakeholdergruppen „Mitarbeiter“ und „Kunden“ detaillierter beschrieben.

Mitarbeiter

Speziell die Kommunikation zwischen Mitarbeiter und Führungskraft steht im ständigen Fokus und wird nach den „Grundzügen zur Zusammenarbeit und Führung“ gelebt. Unterstützt durch die Mitarbeiterbefragung, Mitarbeitergespräche und die Einführungsseminare von neuen Mitarbeitern, können Rückmeldungen schnell in die Organisation aufgenommen werden. Das Mitarbeiterforum als Ansprechpartner für heikle Themen und Tagungen mit Workshop-Charakter runden die formelle Kommunikation ab.

Die letzte Mitarbeiterumfrage wurde 2018 durchgeführt und die daraus abgeleiteten Maßnahmen in den Folgejahren umgesetzt. 2022 wird eine weitere Befragung geplant.

Auch die Anzahl der Fluktuationen von rund 9% der Mitarbeiteranzahl im Jahr fällt im Österreichvergleich gering aus.

Im Bereich Nachhaltigkeit werden alle Ideen und Anregungen, die von Mitarbeitern eingebracht werden, transparent dokumentiert, beantwortet und wenn möglich umgesetzt. Einige diese Projekte werden auf Seite 74 beschrieben.

Kunden

Bei der Überprüfung der Kundenzufriedenheit arbeitet man 2022 an einer österreichweiten Kundenumfrage. Bis dahin zählen als wichtigste Parameter die 1:1 Kundenkontakte des Außendienstes, die das ehrliche Feedback der Kunden in persönlichen Gesprächen in ihrer täglichen Arbeit erhalten. Es wurden im Managementansatz keine konkreten KIPs für die Kundenzufriedenheit vorab definiert, sondern es werden die Parameter zur Kundenzufriedenheit anhand von „Soft Facts“ definiert. Dazu zählen die intensive und direkte Kundenbetreuung durch die Vertriebsmitarbeiter.

Anregungen und Wünsche werden sofort in die zuständigen Abteilungen der Zentrale in Villach gemeldet, die nach Möglichkeiten und Ressourcen diese möglichst schnell weiterbearbeiten. Dafür stehen die Abteilungen TSC (Technical Support Center), SSC (Sales Support Center), StoDesign und Marketingkommunikation zur Verfügung.

Kundendaten und Besuchsberichte, welche die Geschäftspartnerschaft mit den Kunden unterstützen, werden nach den Datenschutzbestimmungen in einem eigenen CRS-Programm, dem Marketing Sales Cockpit, eingetragen. Dies vereinfacht es, auf Kundenwünsche und Anforderungen verbindlich und verlässlich weiter einzugehen. Ein eigenes System für Reklamationen, PMS, ermöglicht es auch, schnell auf etwaige Probleme oder Fehler in der Wertschöpfungskette zu reagieren und daraus zu lernen. Verschiedenste daraus resultierende KPIs zeigen auf, ob und wie diese bearbeitet wurden.

G103-3 Beurteilung des Managementansatzes

G102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern

Alle Außendienstmitarbeiter führen regelmäßige strukturierte Kundengespräche sowie Jahresgespräche, die im SMC protokolliert werden.

Einige ausgewählte Kunden werden früh in Entwicklungsprozesse von neuen Produkten und Systemen eingebunden, um wertvolles Feedback zu erhalten, das wiederum in die Entwicklungsprozesse eingearbeitet wird.

Endverbraucher

Auch Endverbraucher zählen natürlich zu wichtigen Stakeholdern, wobei die Kommunikation und Marktbearbeitung von Sto sich deutlich auf den B2B Bereich konzentriert. Dennoch war die Nachricht erfreulich, dass Sto bei einem nicht-beauftragten Markttest des Linzer „market Instituts“ in der Kategorie „Weiterempfehlung“ und „Top-Marke“ als Gewinner hervorging.

Der Markttest ist ein Instrument, das die Positionierung von Unternehmen im Umfeld zur Branche und Wettbewerb analysiert. Im Geschäftsbereich Fassade, Putz und Estrich wurden 13 Firmen in Österreich durch eine Umfrage unter 800 Hausbauer, Renovierer und Immobilienvertreter bewertet. Sto zählt aus der Perspektive seiner Kenner auch zu den Top-Marken mit hoher Qualität und konnte in der Kategorie „TOP-MARKE“ ebenfalls den ersten Platz für sich entscheiden, wo auch die hohe Weiterempfehlungsrate hervorgehoben wurde. Unter der befragten Zielgruppe gilt Sto als sympathisch und man fühlt sich an die Marke gebunden.

Lieferanten

Im Rahmen einer nachhaltigen Logistik achtet das Unternehmen bei der Beschaffung darauf, regionale Produkte – wo dies möglich und wirtschaftlich sinnvoll ist – zu bevorzugen, um die Transportwege kurz und den Ressourcenverbrauch gering zu halten. In Österreich werden rund 42 % des Einkaufsvolumens von Handelswaren, Hauptrohstoffen und Verpackungen lokal, also im Umkreis von maximal 350 km von unserem Hauptgeschäftsstandort Villach, beschafft. Dämmplatten werden im Umkreis von 250 bis 300 km zugekauft.

Das „Sto Mobilitätsprojekt“ setzt gleich mehrfach an, um Transport und Logistik ressourcenschonender zu gestalten und so als Unternehmen wirksam weniger CO₂ ausstoßen. Die Touren werden effizienter geplant und an Kennzahlen gemessen, Mitarbeitende regelmäßig zum Thema umweltschonendes Fahren geschult und so der Umweltgedanke gestärkt. Modernste Fahrzeugtechnik und ein ressourcenschonender LKW-Fuhrpark sowie E-Tankstellen in Villach runden unsere Aktivitäten ab.

Stakeholder Management

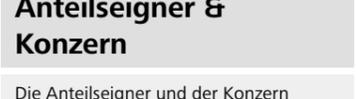
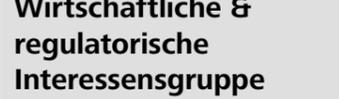
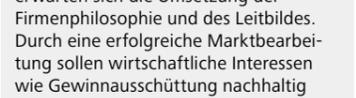
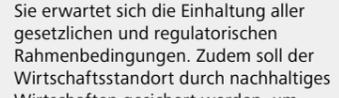
Der kontinuierliche Dialog mit Stakeholdern – also Behörden, Kundinnen und Kunden, Dienstleister und Lieferanten sowie Interessenvertretungen, MitarbeiterInnen, Medien und Wettbewerb – ist Sto ein wichtiges Anliegen.

G102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen

G102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder

Aufgrund der vielfältigen und oft fach- bzw. produktspezifischen Themen nutzt das Unternehmen dazu unterschiedliche Formate, die an die jeweiligen Zielgruppen angepasst werden. So werden zielgruppenübergreifende Forumsveranstaltungen ebenso durchgeführt, wie spezifische Schulungen. Besonders viel Wert wird auf persönliche Gespräche und Beratungen gelegt, um den Austausch mit den Kunden so effizient und nah wie möglich zu gestalten. Jeder Austausch mit Stakeholdern basiert auf Partnerschaften mit offener transparenter Kommunikation. Die generellen Anforderungen der Stakeholder und die Ableitung von Verpflichtungen werden im Prozess „Stakeholderanalyse – Nachhaltigkeits-Check“ auf Konzernebene ermittelt und dokumentiert. Zugleich arbeitet Sto in Österreich gezielt an einem Dialog mit den wichtigsten Stakeholdern auf regionaler Ebene. In der Wesentlichkeitsmatrix wurde die Vielzahl an Stakeholdern zu den wichtigsten Gruppen Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Gesellschaft und der Konzern selbst zusammengefasst und bewertet.

Mit dieser Analyse erfasst Sto die spezifischen Interessen der beteiligten Parteien und bewertet ihre Bedeutung für das Unternehmen. Ebenso werden die Erkenntnisse dieser neu überarbeiteten Wesentlichkeitsmatrix für ein aktives Stakeholder Management mit aktivem Beziehungsmanagement und einer gezielten Kommunikationsstrategie genutzt. Die sechs relevanten Interessengruppen (Stakeholder) umfassen jene Personen, Gruppen oder Unternehmen, die das größte Interesse an den Leistungen ihrer Organisation haben. Für Sto Österreich wurden daher sechs Gruppen als die wichtigsten Dialogteilnehmer erfasst.

Die sechs wichtigsten Stakeholder von Sto	
 <p>Anteilseigner & Konzern</p> <p>Die Anteilseigner und der Konzern erwarten sich die Umsetzung der Firmenphilosophie und des Leitbildes. Durch eine erfolgreiche Marktbearbeitung sollen wirtschaftliche Interessen wie Gewinnausschüttung nachhaltig maximiert werden.</p>	 <p>Wirtschaftliche & regulatorische Interessensgruppe</p> <p>Sie erwarten sich die Einhaltung aller gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen. Zudem soll der Wirtschaftsstandort durch nachhaltiges Wirtschaften gesichert werden, um auch der gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden.</p>
 <p>Partner / Lieferanten</p> <p>Der Aufbau einer fairen strategisch langfristigen Partnerschaft auf Augenhöhe.</p>	 <p>Kunden / Endkunden</p> <p>Sie erwarten sich hochqualitative Produkte zu einem sehr guten Kosten-Nutzen-Verhältnis. Über Serviceleistungen gilt es, die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen oder zu übertreffen, dies geht über die reine Lieferung von Produkten hinaus.</p>
 <p>Mitarbeiter</p> <p>Mitarbeitende erwarten sich einen sicheren Arbeitsplatz in einer durch Respekt und Wertschätzung geprägten Unternehmenskultur, in der persönliche Entwicklungs- und Entfaltungsmöglichkeiten sichergestellt sind.</p>	 <p>Gesellschaft</p> <p>Nachhaltiges wirtschaftliches Wachstum mit einem Beitrag zu Umwelt und Natur.</p>

Stakeholder Dialog

Für die Kommunikation und den Dialog mit den Stakeholdern werden unterschiedliche Kanäle verwendet. Prinzipiell wird in der Form der Ansprache zwischen Mitarbeitern und Kunden bzw. Interessenten unterschieden.

G102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern

Für unsere Hauptzielgruppen versendet Sto regelmäßige Newsletter-Berichte mit relevanten Themen und aktuellen Informationen sowie Fachjournale mit spezifischen technischen Detailinformationen. Diese werden ausschließlich an Kunden versandt, die lt. Datenschutzgesetz per „Opt-in“-Verfahren zugestimmt haben. Zusätzlich stellt Sto Ausführungsdetails, Anwendungstechniken und weitere hilfreiche Unterlagen frei zugänglich auf die Webseite, sowie auf den YouTube-Kanal, um Kunden und Interessenten so gut wie möglich zu informieren. Diese werden auch gerne von Endverbrauchern und Häuslbauern genutzt und angeklickt.

Fachschulungen, Tagungen und Anwenderschulungen finden ganzjährig in all unseren Verkaufszentren statt, wodurch ein regelmäßiger Austausch und Kontakt zu unseren Handwerkskunden und Architekten gegeben ist. Die Social-Media-Strategie umfasst neben YouTube vor allem Facebook, Twitter und Instagram, die alle Sto-Interessenten zu einem interaktiven Austausch einladen. Für die Architektzielgruppe wird das internationale Architekturmagazin ARK in regelmäßigen Abständen versendet.

Diverse Veranstaltungen wie Theaterabende oder eine Golf-Trophy, zu denen neben kaufenden Kunden auch Interessenten, Freunde, Partner und Vertreter von Stadt und Gemeinde eingeladen werden, dienen neben der Kundenbindung auch zum informellen Austausch mit den Stakeholdern.

Speziell mit Lieferanten und Dienstleistern steht unsere Einkaufsabteilung in ständigem persönlichen

Kontakt und Abstimmung, wobei hier das Augenmerk vermehrt auf lokale Drittlieferanten gelegt wird, um unsere Kernkompetenz Nachhaltigkeit zu unterstützen.

Durch die jahrzehntelange Marktpräsenz und die daraus resultierende ständige Beschäftigung mit den Bedürfnissen unserer Kunden und Interessenten sowie dem laufenden persönlichen Kontakt unserer Vertriebsmannschaft mit denselben, findet ein kontinuierlicher Austausch mit unserer Hauptzielgruppe, den Verarbeitern, statt. So kann schnell und passend auf deren Bedürfnisse reagiert werden, und sie können z. B. bei Produktentwicklungen bzw. Serviceverbesserungen berücksichtigt werden.

Die Bedürfnisse und Erwartungen der Mitarbeiter werden in regelmäßig stattfindenden Befragungen ermittelt. 2018 wurde die letzte Mitarbeiterumfrage konzernweit durchgeführt und daraufhin Maßnahmen zur Verbesserung der auffallendsten Handlungsfelder erarbeitet (siehe Seite 44).

2020 reagierte das Unternehmen schnell, um in der Corona-bedingten Zeit des Homeoffice, dennoch mit den Mitarbeitern regelmäßig zu kommunizieren. Alle Computer erhielten einen VPN Zugang, um auch von zu Hause aus, mit den Firmennetzwerken verbunden zu sein. Die Umstellung auf Microsoft® Outlook ermöglichte es allen sehr schnell via Teams regelmäßig in Kontakt zu bleiben und die Kommunikation aufrecht zu halten.

Stakeholder-Dialog (Fortsetzung)

Um auch den Dialog mit den Stakeholdern, allen voran mit den Kunden in Zukunft zu verbessern, begann das Unternehmen 2020 sich intensiv auf neue Technologien vorzubereiten, die 2021 implementiert werden. Eine neue Homepage wird ab 2021 Kunden und Nutzer dazu einladen, mehr Nachrichten, Feedback und Anfragen jeglicher Art an das Unternehmen zu stellen. Aus einer einseitigen Kommunikationsform wird der neue Fokus auf „Dialog“ gelegt. Der neue Web-Shop wird es den Kunden zukünftig leichter machen, zu jeder Zeit ihre Bestellungen aufzugeben und einen verbindlichen Liefertermin zu erhalten. Parallel dazu wird 2021 mit Sales Force ein neues CRM-System für eine bessere Kundenverwaltung und Organisation eingeführt, welches die individuelle Kundenbetreuung vor allem für Marketing und Vertrieb verbessern soll.

Im Rahmen unserer Compliance-Richtlinie versuchen wir, durch den Aufbau langfristiger Partnerschaften Kunden an das Unternehmen zu binden. Dafür werden Kunden zum Beispiel durch verkaufsfördernde Hilfsmittel wie Farb- und Musterboxen, Werkzeugkoffer etc. für ihre eigenen Verkaufsaktivitäten unterstützt. Diese Serviceleistung erhalten sie kostenlos und individuell auf sie angepasst. Kunden, die sich im Bereich Nachhaltigkeit engagieren, werden zu StoClimate Botschaftern und erhalten Marketingunterstützung, um ihre Philosophie nach außen zu präsentieren und dadurch einen Mehrwert zu generieren. Schulungen zu neuen Verarbeitungstechniken und Lösungen, Fachvorträge durch externe Referenten und kostenloses Service zu Farbkonzepten bei StoDesign runden unsere Aktivitäten in diesem Bereich ab.

Kundenausstattung und Verkaufshilfen
Verkaufsunterstützung entlang der Compliance-Richtlinien.



Einbindung von Kunden & Mitarbeitern in die StoClimate-Initiative

Seit 2017 bindet Sto aktiv Mitarbeiter sowie Kunden in die Nachhaltigkeitsstrategie ein.

StoClimate Botschafter

Aus dem Dialog mit unseren Kunden, kam heraus, dass Klimaschutz ein wichtiges Thema und Anliegen ist. Daher versuchen wir, wo möglich, unsere Kunden aktiv in unsere Nachhaltigkeitsstrategie einzubinden, zum Beispiel mit dem StoClimate Botschafter Programm.

Verantwortung für unsere Umwelt zu übernehmen und mit den bestehenden Ressourcen sorgfältig umzugehen, ist gemeinsam einfacher und besser möglich. Mit der Initiative StoClimate-Botschafter möchte Sto sein nachhaltiges Engagement auf eine breitere Basis stellen. Durch die Einbindung von Kunden in das Programm werden gezielte Botschaften in Richtung Umweltschutz und bewusster Umgang mit Ressourcen noch breiter in den Markt kommuniziert.

Der Marktauftritt eines StoClimate-Botschafters muss für umweltbewusstes Bauen stehen, ehrlich und authentisch sein. Durch das aufgebaute Image sprechen StoClimate Botschafter wiederum Kundenschichten mit nachhaltiger Lebens- und Denkweise an. Dabei erhalten sie von Sto individuelle Marketingunterstützungen für einen einheitlichen Auftritt nach außen. Viele der Produkte sind CO₂-neutral gestellt – ein Vorteil, den StoClimate-Botschafter für ihre Weitervermarktung gerne nutzen und als Basis für weitere nachhaltige Schritte sehen.

Bis Dezember 2020 beteiligen sich 22 StoClimate-Botschafter an dem Programm.

StoClimate Botschafter erhalten regelmäßige Newsletter, in denen aktuelle Nachhaltigkeitsaktivitäten kommuniziert werden, und die Kunden für deren eigene Nachhaltigkeitsinitiativen inspirieren sollen. Konkrete Marketingunterstützung erhalten sie unter anderem mit Info und Schaumaterial für Kundenschauräume, Social Media-Plattformen für eigene Nachhaltigkeitsbotschaften, Referenzfotografien für nachhaltige Gebäude.

G102-44 Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen

StoClimate Botschafter



Nachhaltig handelnder Handwerksbetrieb



Bereits oder bald CO₂-neutral



Bestellt vorwiegend StoClimate Produkte



Bevorzugt nachhaltige Fassadendämmsysteme



Setzt Qualität vor Quantität



Was es bedeutet, ein StoClimate-Botschafter zu sein: [Video](#)
QR-Code scannen und mehr erfahren.



Einbindung von Stakeholdern in die StoClimate-Initiative (Fortsetzung)

Einbindung der Mitarbeiter

Die Initiative „StoClimate@ich bin dabei“ richtet sich speziell an Sto-Mitarbeiter. Ein eigener Arbeitskreis wurde eingerichtet, um Initiativen auszuarbeiten, mit denen man die Mitarbeiter besser für das Thema Nachhaltigkeit motivieren kann. Einige Ideen aus diesem Arbeitskreis wurden bereits erfolgreich umgesetzt und erhielten eine sehr positive Resonanz aus der Belegschaft. So wird zum Beispiel vier Mal jährlich ein interner Nachhaltigkeitsnewsletter versandt, der über aktuelle Nachhaltigkeitsthemen informiert und mit Energiespartipps daran erinnert, dass jeder seinen Teil beitragen kann. Ein T-Shirt mit dem Logo „StoClimate@ich bin dabei“ wurde an alle Mitarbeiter versandt, um ein „Wir-Gefühl“ zu erzeugen.

Fahrradprämie für sportliche Mitarbeiter

Der StoClimate-Ideenwettbewerb brachte im Sommer 2018 viele Ideen zum Thema Nachhaltigkeit und Energieeffizienz hervor. Ein Ideenvorschlag war, Mitarbeiter, die ihren Arbeitsweg mit dem Fahrrad zurücklegen, mit einer Prämie zu belohnen. Dieser Vorschlag wurde 2019 umgesetzt!

Ab 1. Jänner 2019 führte Sto eine Prämie für Mitarbeiter ein, die über das gesamte Jahr hinweg mindestens 300 km mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren. Insgesamt 24 Sto-Mitarbeiter österreichweit erstrampelten sich einen GigaSport-Gutschein in der Höhe von 100 Euro. Im Zuge der Nachhaltigkeitsinitiative für Mitarbeiter wird die Fahrradprämie in den nächsten Jahren fortgesetzt.

Mitarbeiterideen, die umgesetzt werden

Ideenwettbewerb

Mit einem firmeninternen Ideenwettbewerb suchte Sto Vorschläge, wie in den Bereichen Energie, Materialwirtschaft, Transport, Gebäude, Prozesse und Mobilität noch effizienter und bewusster gehandelt werden kann.

Eine Jury, die sich aus Mitgliedern des Mitarbeiterforums, des Führungskreises und des Nachhaltigkeitsteams sowie einem externen Berater zusammengesetzte, prüfte die mehr als 30 eingereichten Ideen nach bestimmten Kriterien und kürte fünf Gewinner mit attraktiven Preisen. Die eingereichten Ideen werden im Laufe der nächsten zwei Jahre umgesetzt.

Ideen, die im Laufe der nächsten zwei Jahre umgesetzt werden

- Weitere E-Bikes für Amtswege und Erledigungen
- Fahrradprämien für Mitarbeiter
- Anti-Feinstaub Filtersäule
- Bienensponsoring
- Blumenwiesen / Bientankstellen
- Bewusstseinsfördernde Veranstaltungen für Kunden und Mitarbeiter



Feinstaubfilteranlagen: Wirksamkeit bewiesen

Ein weiteres Projekt, das aus der Mitarbeiterinitiative „StoClimate@ich bin dabei“ als Idee einiger Mitarbeiter hervorging, war das Aufstellen von Anti-Feinstaub Litfaßsäulen an der sehr befahrenen Straßenkreuzung vor dem Firmengebäude in Villach.

Die zwei „GreenBox“-Filter, die das Aussehen und die Form einer Litfaßsäule haben, reinigen wissenschaftlich bestätigt die Luft mittels Spezialfilter von Feinstaub. Wie ein Staubsauger nimmt der Filter die schmutzige Luft auf und filtert mit einem Spezialsystem die gesundheitsschädlichen Feinstaubpartikel aus.

Dass die „Greenbox“-Filter tatsächlich funktionieren, bestätigte auch eine Messung mit anschließender Vergleichsstudie, durchgeführt von der FVT, der Forschungsgesellschaft für Verbrennungskraftmaschinen und Thermodynamik, die in Kooperation mit der Technischen Universität Graz arbeitet. Stellt man die Filterleistung mit den Feinstaubemissionen der Sto- Fahrzeugflotte gegenüber, kompensieren die beiden Litfaßsäulen den Feinstaub von insgesamt 16 Fahrzeugen.

Man konnte für dieses Projekt sogar einen prominenten Paten, die Ski-Legende Franz Klammer, gewinnen, der zu 100% von der Wirksamkeit dieser Innovation überzeugt ist. Er war es auch, der bereits vor Jahren mit seinen beunruhigenden Aussagen zum Thema Klimawandel für Aufsehen sorgte: „Die Gletscherzungen schwinden nur so dahin, ohne Kunstschnee geht heute nichts mehr.

Ich Sorge mich um den Lebensraum Erde.“ Klimaschutz heißt für Sto ab nun dem Feinstaub den Kampf anzusagen.

Bienenparadies für mehr Nachhaltigkeit

Bienen spielen eine wichtige und oft unterschätzte Rolle im Kreislauf der Natur: Sie bestäuben nicht nur Blumen, sondern Getreide, Obst und Gemüse, das wiederum den Menschen als Nahrungs- und den Tieren als Futtermittel dient. „Ohne Bienen würde unser Leben zum Stillstand kommen“, lautete das überzeugende Argument vieler Mitarbeiter des Ideenwettbewerbs, was das Nachhaltigkeitsteam von Sto veranlasst hat, Jungimker zu unterstützen, neue Bienenvölker aufzuzüchten. ▶



Fahrradprämie
An Mitarbeiter, die mehr als 300 km Weg in die Arbeit mit dem Fahrrad erledigt haben, bekommen eine Prämie

Feinstaubfilter
Franz Klammer steht Pate für die von Toni Kluge entwickelte Greenbox

Einbindung von Stakeholdern in die StoClimate-Initiative (Fortsetzung)

Mittlerweile hat das Unternehmen sechs Imkereien unterstützt, gemeinsam mit der Bienenschutz-Initiative „Hektar Nektar“ und hat für das nachhaltige Engagement das Abzeichen „Unternehmen mit Herz“ in Silber bekommen.

„Hektar Nektar“, ist ein junges preisgekröntes Startup Unternehmen, dem bisher über 2.500 private und gewerbliche Mitglieder angehören. Sie alle unterstützen Bienen und Imker – und sorgen damit für mehr Artenvielfalt und Nachhaltigkeit.

Bienenschutz lässt sich aber auch im eigenen Garten realisieren: Die Sto Verkaufszentren verfügen über viele Grünflächen – Areale, die nicht nur schön aussehen sollen, sondern seit 2019 auch einen wertvollen Beitrag zum Klima- und Artenschutz leisten. Dazu wurden alle vorhandenen Grünflächen der Sto Verkaufszentren zu einer bunten Heimat für Kleintiere und Insekten umgewandelt.

Ist die Wiese einmal professionell angelegt, entfaltet sie praktisch von alleine ihr natürliches Potenzial: Sie wird zum gelebten Artenschutzprojekt direkt vor der (Büro-)Haustür.

Bientankstellen für Mitarbeiter und Kunden

Zusätzlich wurde das Projekt „Bientankstellen“ auch auf alle Mitarbeiter ausgeweitet, indem alle als kleines Frühlingsgeschenk eine Geschenkbox mit unterschiedlichen Blumensamen erhielten. Unter dem Motto „Wo Blumen blühen, lächelt die Welt“ konnten Mitarbeiter motiviert werden, Bientankstellen auch in ihren eigenen Gärten anzupflanzen. Auch für die StoClimate Botschafter wurden Seedbombs mit verschiedenen Blumensamen als Frühlingsgruß verschickt!

Blumenwiesen-Turbo-Multiplikator
Sowohl Sto selbst als auch Kunden und Mitarbeiter organisierten Blumensamen und sorgen für Bientankstellen



Einbindung der Gesellschaft: Das Sto-Klimaforum

Mit einer Veranstaltungsreihe wurden 2019 und 2020 Experten zu Vorträgen geladen, um Bewusstsein für den Klimawandel zu bilden und aktuelle Ereignisse zu kommentieren. Eine Rückschau zum Sto-Klimaforum.

Einladung zum Sto-Klimaforum
Die Veranstaltungsreihe war gut besucht und schuf Bewusstsein für den Klimawandel bei Kunden und Mitarbeitern.

Der Klimawandel ist mit extremen Hitze- und Trockenperioden, Gletscherschmelze und Hochwasser auch im mitteleuropäischen Raum ein allgegenwärtiges Thema. Welche Folgen hat der Klimawandel in Österreich und mit welchen regionalen Auswirkungen auf das Wetter müssen wir künftig rechnen? In vier Sto-Klimaforen, die 2019 in Linz, Innsbruck, Graz und Velden abgehalten wurden, gingen Klima- und Wetter-Experten auf dieses Thema ein und zeigten auf, was man zum Klimaschutz beitragen kann.

Die Idee dazu wurde in einem Workshop des Nachhaltigkeitsteams geboren, mit dem Ziel möglichst viele Stakeholder in diese Vortragsreihe einzubinden. Erstmals wurden daher zusätzlich zu allen Kunden, Interessenten und Lieferanten auch alle Mitarbeiter mit ihren Partnern eingeladen, sowie interessierte Schüler und Studenten. Das Hauptthema der vier Klimaforen, nämlich die Klimaveränderung und die damit hergehenden Wetterextreme, war zum Auftakt der Veranstaltungsreihe mehr als aktuell, wurde doch zeitgleich die erste weltweite Klimademo von Fridays for Future organisiert. Experten und Vertreter von ZAMG, ORF, BOKU und WIFO erläuterten und diskutierten vor insgesamt 400 Besuchern die Auswirkungen der Klimaveränderung aus den unterschiedlichen Perspektiven. Abgerundet wurde das Programm mit einer Bilderreise in die Antarktis von dem Universum-Dokumentarfilmers & Expeditionsleiter Sepp Friedhuber. Alle vier Veranstaltungen wurden von einer Ausstellung begleitet, in der klimaschützende Produkte im Rahmen der StoClimate Initiative präsentiert wurden.



Klimaforum-Interview mit Prof. Dr. Helga Kromp-Kolb

Die etablierte Klimaforscherin zeigt im Interview auf, warum man den Klimawandel weder negieren noch weg-schieben sollte und warum jeder einzelne eine Rolle bei der Reduktion der Treibhausgase spielt.

Was wäre die Botschaft an jemanden, der heute nicht am Klimaforum teilgenommen hat? Vielleicht können Sie den Inhalt Ihres Vortrages kurz zusammenfassen.

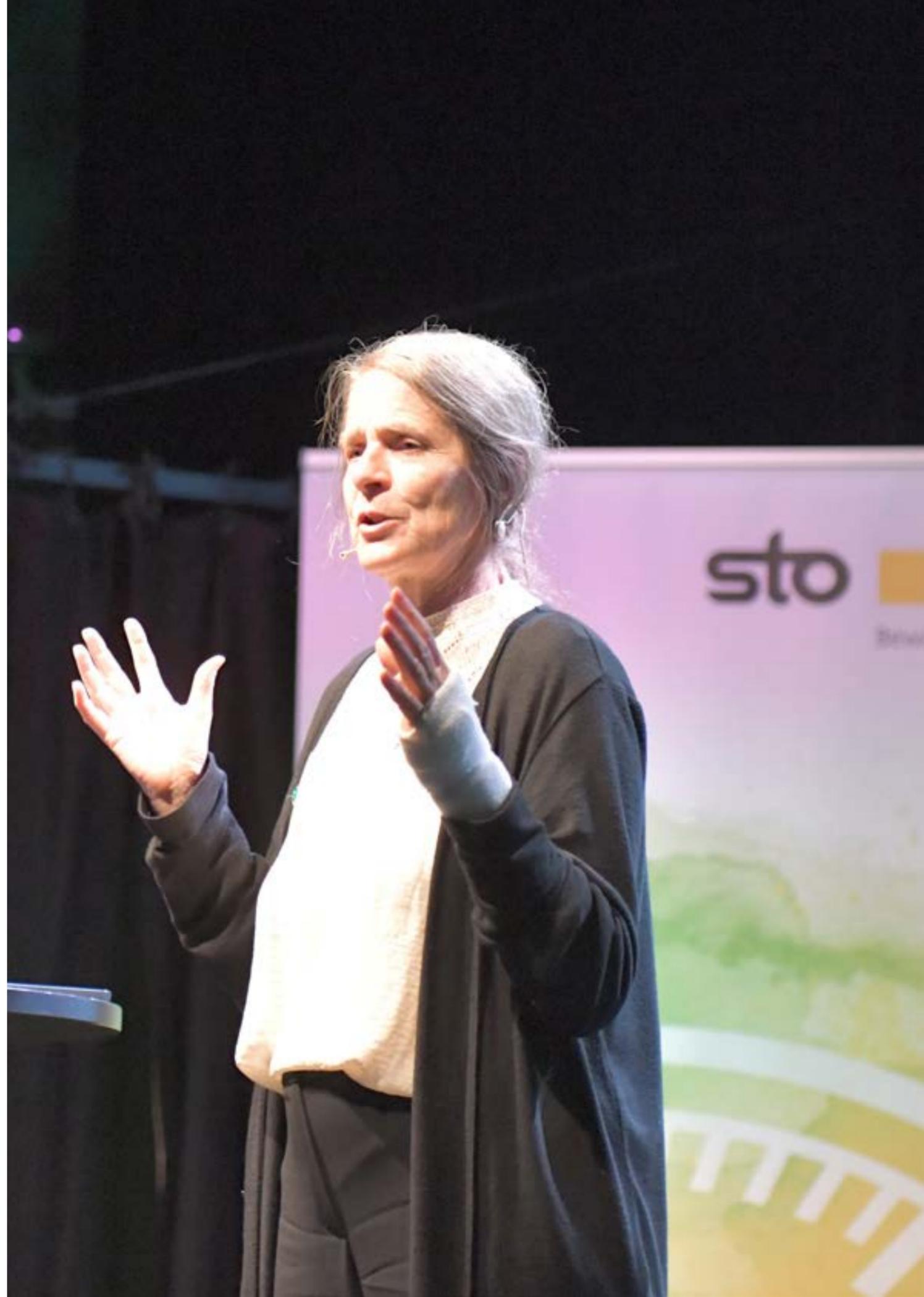
Der Klimawandel ist Realität, eine Entwicklung, die auch von der Wissenschaft unterschätzt wurde. Vor allem in ihren Auswirkungen wird er unterschätzt, sodass die Zeit, die wir haben um Maßnahmen zu treffen, sehr kurz ist, und wir tatsächlich jetzt Maßnahmen treffen müssen, damit wir diese 1,5 Grad erreichen. Sie stellen die Grenze dar, die wir nicht überschreiten sollten, wenn wir nicht in eine Situation geraten wollen, in der es einfach immer wärmer wird. Und der Bausektor, der Gebäudebereich also, ist ein ganz wesentlicher Bereich, da er so langfristige Auswirkungen hat. Etwas, das nur kurzlebig ist, stellt weniger ein Problem dar, aber was wir jetzt im Bausektor falsch machen oder unterlassen, das bleibt uns über die nächsten 20, 30 oder sogar mehr Jahre als zusätzlicher Energieaufwand inklusive zusätzlicher Treibhausgase erhalten.

Deshalb ist der Gebäudebereich ein, ganz wesentlicher Bereich. Dabei geht es aber nicht nur um den Betrieb des Gebäudes selber, sondern auch um andere Fragen: Woher kommen die Materialien? Wie werden sie erzeugt und welche Treibhausgasemissionen entstehen dabei? Und natürlich ist auch die Frage, was nachher damit geschieht, relevant. Kann man die Gebäude für unterschiedliche Zwecke nutzen oder kann man sie nachher wieder so zerlegen, dass ich das Material recyceln kann? Also das sind wichtige Fragen in einem ganz wichtigen Bereich.

Was würden Sie einer Privatperson sagen, wie man zum Klimaschutz beitragen kann?

Es gibt mehrere Bereiche, wo man etwas tun kann. Richtiges Einkaufen im Lebensmittelbereich etwa, aber das weiß in der Zwischenzeit ohnehin schon jeder: regional, saisonal, biologisch, mehr Gemüse, Getreide, weniger Fleisch. Aber es geht beim Einkaufen auch darum, z. B. bei Elektrogeräten, Kleidung etc. auf haltbare, reparierbare Sachen zu setzen und natürlich nur das zu kaufen, was man wirklich braucht. Der zweite Bereich ist der Wohnbereich, wo es natürlich sehr stark darauf ankommt, dass man mit möglichst wenig Energie auskommt, da die Energie bei uns noch immer vorwiegend aus fossilen Quellen stammt. Es sind aber auch kleine Dinge wie den Deckel auf dem Kochtopf zu schließen oder etwas kürzer zu duschen. Aber es geht weiter bis zu gut wärmege-dämmten Häusern und der Nutzung erneuerbarer Energien. Der dritte Bereich ist der Mobilitätsbereich, wo es darum geht, zu Fuß zu gehen, Rad zu fahren oder die öffentlichen Verkehrsmittel zu verwenden. Was ja den zusätzlichen Vorteil hat, dass man gesünder lebt und entspannter ist. Was auch auf der Hand liegt: unnötige Flüge vermeiden, keine Kreuzfahrten unternehmen. Und dann gibt es noch den ganz wesentlichen Bereich der Informationsverbreitung: Was tue ich selber, was lebe ich vor und worüber rede ich mit Menschen? Dabei geht es nicht darum, anderen Dinge vorzuschreiben, sondern zu zeigen, dass ich das tue, weil es mir auch Spaß macht, nach dem Motto: Die Umstellung war vielleicht schwer, aber jetzt gefällt es mir besser.

Intros mit Interviews zum Sto-Klimaforum QR-Code scannen und [Video](#) ansehen.



Einbindung von Fachverbänden

Der kontinuierliche Austausch mit Fachverbänden ist ein wesentlicher Faktor für den Wissenstransfer und den Informationsfluss wichtiger gesetzlicher Rahmenbedingungen in den unterschiedlichen Bereichen.

National und international engagiert sich Sto stark in Fachverbänden und Vereinen, um unternehmensübergreifend über wichtige Gesichtspunkte wie neue Gesetzgebungen und Nachhaltigkeitskriterien für Bauprodukte, die Harmonisierung von Produktdeklarationen oder die Beurteilung von Gefahrstoffen zu diskutieren. Sto ist beispielsweise Partner der Österreichischen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (ÖGNB).

Auf Verbandsebene ist Sto in der „Qualitätsgruppe Wärmedämmsysteme“, beim „Verband hinterlüfteter Fassaden“, und beim „Österreichischen Fertighausverband“ involviert.

Wichtige wissenschaftliche und praktische Arbeit rund um Baubiologie und Bauökologie leistet unter anderem das „Österreichische Institut für Baubiologie und Bauökologie“ (IBO) in Wien und die „IG Passivhaus Tirol“, die Experten aus der Bauwirtschaft vernetzt.

Enge Kooperationen mit Fachhochschulen und den Technischen Universitäten Wien und Graz haben bereits innovative Systeme und Produkte hervorgebracht.

Mitgliedschaften von Sto



- Fachverband Steine- und Keramik, ARGE Qualitätsgruppe Wärmedämmsysteme
- Fachverband Steine- und Keramik, Berufsgruppe Putz- Mörtel
- Energieinstitut Vorarlberg
- IBO (Institut für Baubiologie und Ökologie in Wien)
- Initiative Architektur in Salzburg
- Industriellenvereinigung
- Managementclub
- Malerverband Kärnten
- OFI (Österreichisches Forschungsinstitut in Wien)
- ÖFHF (Österreichischer Fachverband hinterlüftete Fassaden)
- ÖFV (Österreichischen Fertighausverband)
- ÖBV (Österreichischer Bautechnikvereinigung)
- ÖAP (Österreichische Arbeitsgemeinschaft Putz)
- RESPACT nachhaltiges Entwickeln
- Mitglied „Verantwortung zeigen“
- VAI (Vorarlberger Architektur Institut)
- IG Passivhaus Tirol
- AUT (Architektur und Tirol), Innsbruck
- Haus der Architektur, Graz

G102-12 Externe Initiativen

G102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen



Grundsätze für Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden

2009 trat Sto dem UN Global Compact bei, einer weltweiten Initiative für Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Er bildet die Grundlage im Umgang mit Lieferanten sowie Kunden.

Zu den wichtigsten internen Regelwerken gehören zusätzlich die „Grundsätze für die Zusammenarbeit und Führung der Sto-Gruppe“ mit konzernweit gültigen Handlungsrichtlinien für alle Mitarbeiter sowie Führungskräfte. Sie umfassen neben Bestimmungen für die internen Arbeitsabläufe auch die vom „Global Compact“ beschriebenen Prinzipien.

Die Einhaltung der Gesetze, der internen und externen Vorschriften sowie der verantwortungsbewusste Umgang mit Risiken ist Teil der Corporate Governance bei Sto. Alle Abläufe und Systeme zur Compliance sind mit dem Risiko- und Chancenmanagement des Unternehmens verknüpft. Im Rahmen von Compliance schafft Sto die Voraussetzungen dafür, dass die internen Regelungen und Richtlinien unternehmensweit bekannt und alle Geschäftspraktiken rechtskonform sind. Diese Systeme zu Compliance stellen ein rechtskonformes, risikobewusstes, chancenorientiertes und informiertes Handeln in einem dynamischen Geschäftsumfeld sicher, um so Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltigen Erfolg von Sto zu gewährleisten. In der Zusammenarbeit mit Lieferanten und Dienstleistern dürfen persönliche Interessen außerdem nicht mit den Unternehmensinteressen vermischt werden. Entsprechende Verbindungen sind offen zu legen. Geschenke, Zuwendungen oder andere persönliche Begünstigungen, die den Wert des allgemein Üblichen übersteigen, werden von Sto-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern weder gemacht noch angenommen.

Politische Spenden und Sponsoring für parteipolitische Organisationen sind bei Sto nicht gestattet. Jährliche Schulungen aller Mitarbeiter im

Außendienst, Einkauf, Produktmanagement sowie alle Führungskräfte sind verpflichtend.

Bisher gab es keine Übertretungen oder Vorfälle wie Korruption oder wettbewerbswidriges Verhalten und demnach auch keinerlei Geldstrafen oder Sanktionen.

Verhaltenskodex für Lieferanten

Das Lieferantenmanagement der Sto-Gruppe basiert auf dem Prinzip von Entwicklungspartnerschaften mit ausgesuchten, strategischen Lieferanten und soll leistungs- und ergebnisorientiert sowie zuverlässig und auf Dauer begründet sein. Der globale Verhaltenskodex für Zulieferer beschreibt die Erwartungen von Sto auf Konzernebene an das Verhalten der Lieferanten hinsichtlich Arbeitssicherheit und -gesundheit, Arbeits- und Menschenrechten, Umweltschutz, Ethik und Managementpraktiken. Die Zulieferer von Sto sind dazu verpflichtet, für sichere Arbeitsbedingungen und einen respektvollen Umgang mit den Mitarbeitern zu sorgen, sich fair und ethisch zu verhalten sowie ökologisch verantwortungsvoll zu handeln.

Bestehende, neue und zukünftige Lieferanten verpflichten sich diesem Verhaltenskodex und bestätigen dessen Einhaltung. Alle neuen Lieferanten werden vor Vertragsunterzeichnung nach diesen Kriterien überprüft. Im Berichtszeitraum wurden 10 neue Lieferanten aufgenommen.

G414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden

G414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen

G205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung

G205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen

G415-1 Parteispenden



Produkt- strategie

[86](#) Managementansatz zur StoClimate Produktstrategie

[87](#) Produktbeispiel: StoTherm Wood

[88](#) Die StoClimate Produktstrategie

[89](#) Kleines Umweltzeichen-Lexikon

[90](#) Kriterien und Sortiment für StoClimate Produkte

[91](#) StoClimate Produkte im Überblick

[92](#) Transparenz: Nachhaltigkeit auf dem ersten Blick

[94](#) Produktlebenszyklus oder Kreislauf der Produkte

Managementansatz zur StoClimate Produktstrategie

Die konstant gute Qualität der Sto Produkte ist ein wichtiges Kriterium für den Erfolg von Sto. Die Kerninitiative „Technologieführerschaft“ hat die Zielsetzung, die Qualitäten nicht zu halten, sondern auch weiterzuentwickeln, und neue zukunftsfähige Materialien und Systeme zu entwickeln und auf den Markt zu bringen.

Im Performance-Cockpit wurden daher viele Maßnahmen definiert, die zur Sicherstellung der Technologieführerschaft beitragen sollen. Prinzipiell erhalten alle Produkte vor Markteinführung eine bautechnische Zulassung und müssen zusätzliche Verfahren zur Sicherstellung der Unbedenklichkeit durchlaufen, wie zum Beispiel: AgBB (Ausschuss zur gesundheitlichen Bewertung von Bauprodukten), VOC Richtlinien (Begrenzung von Emissionen bei Lösemittel), Brandschutzrichtlinien, etc.

Im Bereich Nachhaltigkeit ist die „StoClimate Produktstrategie“ ein „wesentliches Thema“, welches sich mit vielen der oben erwähnten Maßnahmen inhaltlich deckt.

Die jährliche Sicherstellung und Überprüfung der definierten Kategorien Ressourcenschonung, Recycling, Klimaschutz, Bionik und Ökolabels erfolgt in den einzelnen Fachabteilungen des Produktmanagements. Hier wird auch permanent an der Erweiterung des Sortiments innerhalb der einzelnen Kategorien gearbeitet. Laufend werden auch bestehende Produkte verbessert und durch Nachhaltigkeitslabels, wie z.B. dem Österreichischen Umweltzeichen, Nature Plus und Blauer Engel neu zertifiziert.

2021 können so drei weitere Produkte aus dem Sto Innensilikatprogramm mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet werden.

2022 kommt eine neue nachhaltige Produktlinie Sto AimS® auf den Markt. Bei der neuen nachhaltigen StoColor Lotusan AimS® zum Beispiel wird 30 % des Bindemittels aus Erdöl mit einem Ersatzstoff aus ressourcenschonendem Kiefernöl ersetzt. Insgesamt setzt sich die neue Rezeptur zu über 95 % aus nachwachsenden und ausreichend verfügbaren Rohstoffen zusammen.

Neben der Kerninitiative Technologieführerschaft sind Wachstum und Gewinnorientierung weitere wichtige Kerninitiativen, für welche die Produktstrategie wesentlich ist.

Ein wesentliches KPI sind daher auch die definierten Umsatzzahlen, die u.a für die StoClimate Produkte hinterlegt sind und auch im monatlichen Reporting abgebildet werden.

G103-3 Beurteilung des Managementansatzes

Produktbeispiel: Natürlich dämmen mit StoTherm Wood

Als konsequent nachhaltige und ökologische Lösung schont StoTherm Wood das Klima. Gleichzeitig verbessert die FSC-zertifizierte Holzfaserdämmplatte aufgrund ihrer besonderen Eigenschaften auch das Raumklima.

Lange Lebensdauer

StoTherm Wood eignet sich hervorragend zur fachgerechten Dämmung von Außenwänden in Holzbauart und auch für mineralische Massivuntergründe wie Ziegel, Beton oder Porenbeton. Das System erfüllt höchste Standards in Bezug auf Widerstandsfähigkeit gegen Mikroorganismen. In Kombination mit mineralischen, organischen oder siliconharzgebundenen Oberputzen besticht die Fassade durch langfristige Riss- sowie Stoßsicherheit.

Bewährt seit Jahrzehnten

StoTherm Wood bietet Ihnen die Sicherheit und Erfahrung einer ausgereiften Lösung, die sich bereits seit mehr als 20 Jahren in vielen Klimazonen der Welt bewährt. Es ist das von uns meistverkaufte rundum ökologische Wärmedämm-Verbundsystem. Die Qualität und Langlebigkeit von StoTherm Wood werden durch die verschiedensten Zulassungen und Prüfberichte bestätigt. Eine komplette Übersicht finden Sie auf www.sto.at.



Wärme bleibt drinnen

StoTherm Wood verringert wirkungsvoll den Wärmeabfluss im Winter und den damit verbundenen Energieverlust. Durch die hervorragenden Dämmeigenschaften bleibt die Wärme da, wo sie gebraucht wird – im Haus.



Sehr hoher Schallschutz

Eine mit StoTherm Wood gedämmte Außenwand (Dämmplattendicke 10 cm) in Holzständerbauweise weist ein bewertetes Schalldämmmaß von $R_w = 500$ dB auf. Eine ruhige Wohnatmosphäre ist also garantiert.



Hitze bleibt draußen

An warmen Sommertagen ist es wichtig, dass hohe Außentemperaturen nicht ins Innere des Gebäudes eindringen. Durch die hohe Wärmekapazität der Dämmplatte bleibt das Haus länger angenehm kühl.



Bewiesener Brandschutz

StoTherm Wood besitzt eine hohe Feuerwiderstandsdauer, so dass die Bewohner im Brandfall länger vor Feuer geschützt sind. Der Brandschutz REI 90 des Systems ist in vielen Varianten auf Holzständerbauweise nachgewiesen.



Schutz vor Feuchtigkeit

StoTherm Wood erfüllt höchste Anforderungen für den Feuchteschutz. Die Widerstandsfähigkeit wie auch die Einstufung als wasserabweisendes WDV-System werden durch die allgemeine bauaufsichtliche Zulassung bestätigt.



Höchste Systemsicherheit

Bei StoTherm Wood passen alle Systemkomponenten perfekt zusammen. Die Qualität und Langlebigkeit sind vielfach geprüft. Das ausgereifte System bewährt sich bereits seit 20 Jahren in allen Klimazonen der Welt.

Die StoClimate Produktstrategie

Mit StoClimate bekennt sich Sto zur Nachhaltigkeit als ganzheitliches Prinzip. Es umfasst auch sämtliche Nachhaltigkeitsbestrebungen von Sto als Produzent von Produkten, die sich am Klimaschutz orientieren.

Produkte, welche die strengen internen und externen Nachhaltigkeitskriterien erfüllen, bilden den Produktkern von „StoClimate“. Hier stehen die ökologische Verantwortung für die Natur und das Wohlbefinden der Menschen klar im Fokus.

StoClimate steht für klimabewusstes Handeln, für klimabewusstes Bauen und klimabewusste Produktion. In enger Zusammenarbeit mit Experten aus dem Klima- und Umweltschutz hat Sto eine ganze Reihe an Produkten entwickelt, bei denen Innovation und Nachhaltigkeit in Einklang stehen.

StoClimate-Produkte leisten einen Beitrag zu wichtigen Nachhaltigkeitsthemen: z. B. Klimaschutz, Gebäude-, Energie- und Ressourceneffizienz, Schutz und Langlebigkeit, Gesundheit und Wohlbefinden.

Alle Rohstoffe in Sto-Produkten erfüllen anwendungsrelevante Funktionen und sind in ihrer Umweltwirkung optimiert – auf Basis aktueller Technologien.

Sto-Produkte werden energie- und ressourceneffizient hergestellt; die Verwendung nachwachsender Rohstoffe erfolgt, wenn ökologisch, ökonomisch und sozial verträglich und sinnvoll.



Bildmotiv der StoClimate Kampagne
Die aus Altglas-Blähgranulat hergestellte Putzträgerplatte des hinterlüfteten Dämmsystems StoVentec wird mit obigen Sujet beworben.

Kleines Umweltzeichen-Lexikon

Was ist ein Umweltzeichen?

Nachhaltiges Bauen ist zum Gebot der Stunde geworden. Das Bewusstsein für klimaschonendes Handeln wird immer größer. Umweltzeichen bzw. Ökolabels bieten den Konsumenten eine wichtige Hilfestellung, um Produkte hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu beurteilen. Sie schaffen Vertrauen und werden sowohl für private Haushalte, Unternehmen als auch öffentliche Auftraggeber immer wichtiger, da sie Orientierung bieten.

Was bedeutet Typ I?

Umweltzeichen vom Typ I sind nach ISO 14024 zertifizierte Ökolabels. Dazu gehören etwa natureplus®, oder „Das Österreichische Umweltzeichen“. Diese Labels richten sich vor allem an Endkunden. Die Vergabestelle definiert Kriterien, nach denen die Produkte bewertet werden. Sie vergibt auch die Zertifizierungen – es handelt sich also um eine Drittzertifizierung.



Was bedeutet Typ II?

Umweltzeichen vom Typ II dagegen sind Eigendeklarationen nach ISO 14024, die vom Hersteller bzw. vom Handel definiert werden und sich auf einzelne Umweltaspekte der Produkte konzentrieren. Die Sto-Nachhaltigkeitsdatenblätter haben zwar kein eigenes Label, ergänzen aber die Produktinformationen und Umweltzeichen mit wichtigen, konkreten Produktangaben zu Gesundheit und Ökologie und gehören damit zu den Typ-II-Deklarationen.

Das natureplus®-Zertifikat

Siebzehn Produkte von Sto haben das natureplus®-Zertifikat erhalten. Das Qualitätssiegel natureplus® steht für umweltgerechte, gesundheitsverträgliche und funktionelle Bauprodukte und Einrichtungsgegenstände in Europa. Zertifizierte Produkte müssen mindestens zu 85 % aus nachwachsenden und / oder mineralischen Rohstoffen bestehen. Laborprüfungen testen das Produkt auf die festgelegten Grenzwerte für Emissionen der verwendeten Inhaltsstoffe. Damit gehört natureplus® zu den Umweltkennzeichen Typ I nach ISO 14024.

Was sind Typ-III-Umweltproduktdeklarationen?

Der Kern von Umweltproduktdeklarationen (EPD nach ISO 14025 bzw. EN 15804) ist eine Ökobilanz (LCA) für die Herstellungs-, Errichtungs-, Nutzungs- und Entsorgungsphase, also über den gesamten Lebenszyklus des Produkts. EPD werten nicht, sondern sind rein informativ. Sie werden von unabhängigen Dritten verifiziert und eignen sich als Basis für die Ökobilanz von Gebäuden oder zur Analyse von Optimierungspotenzialen. Sto erstellt laufend Muster-EPD und engagiert sich in der internationalen Harmonisierung und Anerkennung der Deklarationen.

Bereits seit der Unternehmensgründung sind Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) wichtige Themen für Sto, die in unserem Leitbild verankert sind und sich in unserer Unternehmensmission „Bewusst bauen.“ komprimiert wiederfinden. Ein wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells von Sto ist der Beitrag, den unsere Produkte zur Nachhaltigkeit im Gebäudesektor leisten, insbesondere zum Klimaschutz. Seit mehr als 50 Jahren entwickeln und vertreiben wir Fassadendämmsysteme und tragen durch die effiziente Dämmung von Gebäuden erheblichen Energieeinsparungen bei – sowohl durch Sanierungen von Bestandsgebäuden als auch bei Neubauprojekten. Durch die seit 1965 weltweit rund 640 Mio. m² an Gebäuden angebrachten effiziente Sto-Dämmsysteme konnten bis einschließlich 2019 hochgerechnet ca. 110 Mrd. Liter Heizöl eingespart werden, davon rund 7 Mrd. Liter im Berichtszeitraum. Die damit erzielte CO₂-Minderung belief sich

auf insgesamt über 350 Mio. Tonnen beziehungsweise circa 20 Mio. Tonnen im Jahr 2019. Auf diese Weise leisten Sto-Produkte einen kontinuierlichen und spürbaren Beitrag zum Klima- und Umweltschutz. Zugleich werden Wohnkomfort und Wertigkeit der entsprechenden Immobilien erhöht.

Ferner schützen unsere hochwertigen Fassaden- und Beschichtungssysteme die Gebäudesubstanz und sichern dadurch die Werterhaltung, Langlebigkeit und Ressourceneffizienz von Gebäuden. Im Innenraum besteht unser positiver Beitrag vor allem im Gesundheitsschutz und Wohlbefinden durch ein breites Angebot emissionsarmer und schadstofffreier Produkte. Darüber hinaus greifen wir neue Produktanforderungen auf, die durch nachhaltige Gebäudekonzepte entstehen, und widmen uns beispielsweise intensiv dem Thema Kreislaufwirtschaft als einen strategischen Schwerpunkt unserer produktbezogenen Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Was durch Sto-Produkte von 1965 bis 2020 an Heizöl erspart wurde

28,7 Millionen Öltanks

4,1 Millionen Tanklaster

460 Öltanker



Kriterien und Sortiment für StoClimate Produkte



Ressourcenschonung

- Produkte, die aus nachwachsenden Rohstoffen bestehen

Dämmen mit der Kraft der Natur - und das im wahrsten Sinne des Wortes. Für unsere ökologischen Dämmsysteme werden ausschließlich natürliche Rohstoffe verwendet. Die CO₂-Ökobilanz von StoTherm Wood ist nicht nur neutral, sondern sogar negativ. Durch den nachwachsenden Rohstoff Holz spart dieses Dämmsystem während seines gesamten Produktzyklus mehr CO₂ ein als es verbraucht. Diverse Dämmplatten bestehen zudem aus rein natürlichen Komponenten, wie Kalk, Zement und Quarzsand.

- StoTherm Wood
- StoTherm Cell
- StoTherm In Comfort



Recycling

- Produkte, die vorwiegend aus recyceltem Altmaterial bestehen

Schon seit Jahren denkt man bei Sto weiter und forscht nach Materialien und Fassadendämmsystemen, die nach ihrer Nutzungsdauer sinnvoll in den Werkstoffkreislauf zurückgeführt werden können. So ist das Ausgangsmaterial der StoVentec Trägerplatte Altglas, das zu Blähglasgranulat weiterverarbeitet wird.

- StoVentec Trägerplatte
- StoColl RC
- StoSilent Modular 100/200



Klimaschutz & CO₂-Ausgleich

- Produkte, die anhand von UN zertifizierten Umweltzertifikaten CO₂-neutral gestellt wurden

Mit den Sto Fassadendämmsystemen sind in den letzten 50 Jahren rund 350 Mio. Tonnen CO₂ erst gar nicht in die Atmosphäre gelangt. Mit unseren CO₂-neutralen Produkten, wie StoColor Lotusan, StoColor Dryonic und den Sto-Innensilikatfarben sorgen wir zudem noch dafür, dass die Herstellung dieser Produkte klimaneutral gestellt wird. Das erreicht Sto durch Ankauf von Zertifikaten internationaler, von der UN zertifizierten Umweltprojekten.

- StoColor Lotusan
- StoColor Dryonic / G / Wood
- StoColor Sil Premium / Comfort / Mineral / In
- StoColor Solical
- StoColor Climasan
- StoColor Silco Blue



Produkte mit bionischem Wirkprinzip

- Produkte, die nach dem Vorbild der Natur entwickelt wurden und besonders langlebig sind

Bionische Innovationen orientieren sich an natürlichen Vorbildern und verblüffen durch ebenso elegante wie effiziente Lösungen. Sto gilt als Pionier auf diesem Gebiet. Von der Fassadenfarbe mit dem reinigenden Effekt der Lotuspflanze über wärmereflektierende dunkle Oberflächen, inspiriert vom Eisbärfell, bis zur Fassade, die so schnell trocknet wie der Panzer eines Wüstenkäfers.

- StoColor Lotusan
- StoColor Dryonic / G / Wood
- StoColor X-black



Mit Ökolabel zertifiziert

- Produkte, die nach den strengen Kriterien und Richtlinien von TÜV, Nature Plus oder dem Österreichischen Umweltzeichen zertifiziert wurden

„Nachhaltigkeit“ schreiben sich heute viele Produkte und Unternehmen auf die Fahnen. Worauf es achtsamen Kunden aber wirklich ankommt, sind international anerkannte, auf wissenschaftlichen Kriterien beruhende Güte- und Prüfsiegel, die Orientierung und Sicherheit geben. Die Produkte von Sto sind mit zahlreichen bekannten und vertrauenswürdigen Deklarationen, Gütesiegeln und Prüfzeichen ausgezeichnet.

- StoPrep Sil
- StoLevell In Sil
- StoLevell Calce FS
- StoColor Sil Premium / In / Comfort
- StoColor Calcetura
- StoColor Select / Extra
- StoLook Struktur
- StoSilent Decor M
- StoTherm Wood
- StoTherm Cell
- StoTherm In Comfort
- StoColor Basic



Umweltschonende Verpackung

- Verpackungsmaterial, das umweltschonend hergestellt wird

Sto ist seit jeher für hochwertige Produkte bekannt - auch so für den gelben Eimer. Letzterer hält über die Nutzungsdauer als Produktgebinde weit hinaus. Nicht nur die langjährige Nutzung, sondern auch eine sorgfältig durchdachte Kreislaufwirtschaft für sämtliche Verpackungen ist bei Sto Standard.

StoClimate Produkte im Überblick Natürlich bauen. Natürlich leben.

Fassade

StoTherm Wood light - Der Dämmstoff, der natürlich nachwächst

Die hochökologische Holzdämmplatte ist das Herzstück von StoTherm Wood. Der gesamte Produktionsprozess wurde durch ökologische Optimierung nachhaltig gestaltet. Das System spart insgesamt mehr CO₂ ein, als durch die Herstellung erzeugt wird.

StoTherm Cell – Mineralisch dämmen in Einklang mit der Natur

StoTherm Cell basiert auf einer Mineralschaumplatte, deren Aufbau der Struktur von Bienenwaben nachempfunden wurde. Eine so gestaltete Wärmedämmplatte bietet nicht nur erstklassige Dämmleistung, sondern ist stabil, druckfest, leicht und gleichzeitig massiv.

StoVentec – Mit der Trägerplatte aus Altglas

Mit der konstruktiven Trennung von Wärme- und Witterungsschutz sind diese Systeme sehr energieeffizient, langlebig und wirtschaftlich und haben sich seit Jahrzehnten bewährt. Die Gestaltungsmöglichkeiten sind extrem vielfältig.

StoColor Lotusan – Saubere Fassaden ohne Biozide

Rein wie ein Lotusblatt: Die Fassadenfarbe StoColor Lotusan benetzt kaum und lässt bei Regen das Wasser einfach abperlen. Auf der Fassade befindlicher Schmutz wird mit den Wassertropfen mitgerissen. Das Ergebnis: eine immer saubere Fassade, die länger schön bleibt.

StoColor Dryonic – Die Bionik-Lösung für trockene Fassaden

Trocken wie die Wüste: Die spezielle Oberfläche von StoColor Dryonic bündelt das Wasser und lässt es rasch abfließen. So bleibt die Fassade trocken und frei von Algen und Pilzen – ohne Biozide. Vorbild ist der genoppte Panzer eines Wüstenkäfers, der Tau kondensieren lässt und davon trinkt.

StoSilco® blue – Der Fassadenputz ohne bioziden Filmschutz

StoSilco® blue schützt mit natürlichen Wirkprinzipien vor Algen und Pilzen. Diese vorbeugende und verzögernde Hemmung gegenüber Mikroorganismen beruht auf physikalischen Abläufen (Wasserhaushalt) sowie Aspekten der Bioverfügbarkeit und kann sich nicht erschöpfen.

Innenraum

StoTherm In Comfort – Diffusions-offen, mineralisch und hoch wärmedämmend

Bei vielen Gebäuden darf keine Außendämmung angebracht werden – das neue mineralische Innendämmsystem StoTherm In Comfort ist hier die ideale Lösung und verbessert auch in diesen Fällen die Energieeffizienz.

Sto-Innensilikatfarben – Überzeugend natürlich – für jeden Anwendungsbereich

Durch die besondere Bindemitteltechnologie beeinflussen die Innensilikatprodukte von Sto die Wasserdampfaufnahme der Wände positiv und bieten so einen natürlichen und sicheren Schutz vor Schimmel.

StoColor Climasan – Die aktive Innenraumfarbe

StoColor Climasan ist die erste und bislang einzige Innenfarbe, die aktiv die Luft reinigt und dabei ganz ohne UV-Licht auskommt. Eine herkömmliche Innenbeleuchtung reicht aus, um den Reinigungsprozess in Gang zu setzen.

StoLevell In Sil – Spachtelmasse auf Dispersionssilikatbasis

Die Dispersionssilikat-Spachtelmasse eignet sich optimal für mineralische und organische Untergründe und wurde speziell für sensible Bereiche wie z. B. Kindergärten und Krankenhäuser konzipiert. Hochwertige Sanierungen von schimmelbefallenen Flächen im Innenraum werden möglich.

StoCalce Functio

Das neue Kalksortiment vereint funktionale Eigenschaften mit vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten. Die Fähigkeit, das Klima in Innenräumen nachhaltig zu verbessern, verdankt Kalk seiner porösen Struktur und der damit verbundenen Diffusionsfähigkeit.

Deckensegel Sto Silent Modular 100

Das schallabsorbierende Deckensegel aus PET-Recyclingfasern mit Aluminiumrahmen ist leicht, aber gleichzeitig robust und lässt sich sofort montieren. Die edle, weiße Vliesoberfläche setzt Akzente im Innenraum und vermindert Lärm und Nachhall.

Transparenz: Nachhaltigkeit auf den ersten Blick

Worauf es achtsamen Kunden wirklich ankommt, sind international anerkannte, auf wissenschaftlichen Kriterien beruhende Güte- und Prüfsiegel, die Orientierung und Sicherheit geben.

„Nachhaltigkeit“ schreiben sich heute viele Produkte und Unternehmen auf die Fahnen. Die Produkte von Sto sind jedoch mit zahlreichen bekannten und vertrauenswürdigen Deklarationen, Gütesiegeln und Prüfzeichen ausgezeichnet.

Die Sto Ges.m.b.H. gehört seit März 2015 offiziell zu den ISO-zertifizierten Unternehmen. Die beiden Normenfamilien ISO 9001 und ISO 14001 weisen Sto als vorbildlich aus – beim Qualitätsmanagement ebenso wie beim Umweltmanagement.

Praktisch geändert hat sich seit der ISO-Zertifizierung bei der Sto Ges.m.b.H. nicht viel – denn es wird seit jeher auf höchste Standards bei Produktqualität, Prozesstransparenz und umfassendem Umweltmanagement gesetzt und bereits seit Jahren nach den strengen Regeln der ISO-Normen 9001 und 14001 gearbeitet.

Die Qualitätsmanagement-Norm ISO 9001 stellt national und international die meist verbreitete und bedeutendste Norm im Qualitätsmanagement (QM) dar. Eine Zertifizierung nach ISO 9001 beweist, dass ein Unternehmen für Transparenz bei allen Abläufen sorgt und Fehlerquoten und somit Kosten minimiert. Für die Endkunden bedeutet das ein Plus an Vertrauen in alle Abläufe und Prozesse innerhalb des Unternehmens. Umweltmanagement als Gebot der Stunde. Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet, für die Zukunft Verantwortung zu übernehmen.

Die ISO-Zertifizierung nach 14001 erbringt einen über die Grenzen Österreichs hinaus anerkannten Nachweis über dieses Engagement. Bereits seit 1996 bildet die Norm ISO 14001 die Grundlage für

Aufbau, Einführung, Überwachung und Weiterentwicklung von Umweltmanagementsystemen. Die Norm ist alt, aber neue Herausforderungen gibt es ständig. Der Standort in Österreich berücksichtigt etwa den Einsatz von österreichischen Rohstoffen und Lieferanten. Hier greift die ISO-Zertifizierung nach 14001 bei den effizienten Transportwegen.

Zu der Unternehmensphilosophie gehört auch die ständige Verbesserung. Der direkte Einfluss eines effizienten Qualitätsmanagements auf die Kundenzufriedenheit und eines umfassenden Umweltmanagements auf das Klima wird immer mehr Kunden, Verarbeitern, Planern und Bauherren bewusst.

Die Kundenzufriedenheit wird von unserem Außendienst persönlich und direkt abgefragt und das Feedback direkt an das Produktmanagement in der Zentrale weitergeleitet. Es hat keine zentral gesteuerte Umfrage im Berichtszeitraum gegeben.

EPD - Environmental Product Declaration

Die EPD, die Environmental Product Declaration, ist eine Typ-III-Umweltdeklaration und nach ISO 14025 genormt. Sie wird von unabhängigen Dritten vergeben und gibt Auskunft über Ökobilanzen, Sachbilanzen und weitere Informationen, wobei immer der gesamte Lebenszyklus eines Produkts herangezogen wird.

Kern dieser Umweltproduktdeklarationen sind eine Ökobilanz (LCA) und zusätzliche Informationen, wie z. B. zum Produktionsprozess, zur Nutzungsphase

G417-1 Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung

G102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen



Nachhaltigkeitsdatenblatt StoLotusan
Beispiel für durchgängige Dokumentation der Nachhaltigkeit

und Verwertung eines Produktes über den gesamten Lebenszyklus. EPDs sind rein informativ und bewerten ein Produkt nicht, erfordern aber eine Verifizierung durch unabhängige Dritte (in Deutschland z. B. durch das Institut Bauen und Umwelt e.V.). EPDs eignen sich v. a. als Basis für Ökobilanzen eines Gebäudes, als allgemeine Umweltinformation und zur Analyse von Optimierungspotenzialen. Sto erstellt in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Verbänden Muster-EPDs und engagiert sich bei der internationalen Harmonisierung und Anerkennung dieser. Des Weiteren hat Sto in den vergangenen Jahren die Vorgehensweise zur Erstellung von EPDs für einzelne Produkte auf die Zertifizierung kompletter Wärmedämm-Verbundsysteme in Form von sogenannten ESDs (Environmental System Declarations) übertragen.

Produktsicherheit

Über 50 % der Produkte werden regelmäßig auf Gesundheit und Sicherheit geprüft. Es wurden im Berichtszeitraum keine Nichteinhaltungen von Vorschriften bezüglich Gesundheit und Produktsicherheit gemeldet. Ebenso wurden keine gesetzlichen und freiwilligen Informationspflichten verletzt.

Die Herkunft einzelner Komponenten der Produkte ist nicht kennzeichnungspflichtig, wohl aber die Zusammensetzung im Hinblick auf Stoffe mit möglichen ökologischen Auswirkungen, sowie die

Entsorgung. Alle Produkte sind mit diesen Informationen, sowie mit Anleitungen zu einer sicheren Nutzung gekennzeichnet. Es kam im Berichtszeitraum zu keinen Verletzungen der Kennzeichnungspflicht und der Informationspflicht, wodurch auch keine Strafen oder Geldbußen fällig waren.

Eigendeklaration – Umweltzeichen Typ II (ISO 14021) und Nachhaltigkeitsdatenblätter

Die eigens entwickelten Nachhaltigkeitsdatenblätter fallen in eine freiwillige Selbstdeklaration in alleiniger Verantwortung des Herstellers. Sie füllen eine Lücke zu den bisherigen Produktinformationen und Umweltzeichen und kommen dem zunehmenden Bedarf konkreter Produktangaben zu ökologischen und gesundheitlichen Kriterien nach. Insbesondere für Gebäudezertifizierungen, die öffentliche Beschaffung und Kunden, die möglichst nachhaltig bauen oder sanieren möchten, reichen die Informationen eines Umweltzeichens nach Typ I (z. B. Blauer Engel, natureplus®) oder von Umweltproduktdeklarationen nicht aus. Hier sind produktspezifische Angaben zu einzelnen Themen und Kriterien notwendig. Hinterlegt werden unsere Nachhaltigkeitsdatenblätter wie technische Merkblätter und Sicherheitsdatenblätter bei den jeweiligen Produkten auf unserer Website www.sto.at, wo sie öffentlich und kostenfrei zum Download zur Verfügung stehen.

G416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit

G417-2 Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung

Produktlebenszyklus oder Kreislauf der Produkte

Rohstoffe und Produkte in Kreisläufen zu halten bzw. wiederzuverwenden und zu recyceln, ist vor dem Hintergrund der begrenzten Verfügbarkeit vieler Ressourcen sowohl ökonomisch als auch ökologisch eine wichtige Aufgabe.

In noch verstärkter Form als bisher widmen wir uns deshalb diesem Themenkomplex und betrachten dabei alle Stufen der Wertschöpfungskette eines Bauprodukts. Dieser ganzheitliche Ansatz ist wichtig, um technisch, wirtschaftlich und ökologisch optimierte und damit nachhaltige Lösungen entwickeln und anbieten zu können.

Der Kreislauf beginnt bei der Auswahl der Rohstoffe und setzt sich über die Produktion der Bauprodukte, den Systemaufbau (z. B. WDVS, VHF) bis zu Optionen der Wiederverwendung und der stofflichen oder energetischen Verwertung fort. Abhängig vom Rohstoff und den Verbindungen dieser, dem Stand der Technik für Produktion, Rückbau und Recycling sowie wirtschaftlichen Aspekten, ergeben sich verschiedene Ansätze, Bauprodukte wiederzuverwenden oder einem Recycling zuzuführen.

Mit StoColl RC, einem hochwertigen Kunstharzkleber, stellen wir in unserer Recyclinganlage in Villach unter Beweis, dass sich Bauprodukte aus recycelten Baustoffen herstellen lassen. Zugleich müssen wir anerkennen, dass dies (noch) nicht für viele Produkte und nicht in großen Maßstäben funktioniert. Eine Kernfrage ist dabei, welche Verwendung auch für verarbeitete oder verunreinigte Materialien gefunden werden kann. Ferner ergeben sich logistische Herausforderungen zur Rückführung der Materialien von Abrissstellen zu Betrieben, die diese weiter verwerten können, technische

Herausforderungen zur sortenreinen Trennung, ökologische Herausforderungen zum benötigten Energieaufwand und ökonomische Herausforderungen zur Wirtschaftlichkeit entsprechender Prozesse.

Prinzipiell gilt, je sortenreiner Stoffe voneinander getrennt werden können, desto vielfältiger die Recyclingmöglichkeiten. Unsere neuestes System StoSustain® R setzt genau hier an. Gemeinsam mit der TU Graz entwickelte Sto ein Wärmedämmsystem, das nicht nur mit Hilfe einer bionischen Technologie arbeitet, sondern auch im Bereich Wiederverwertbarkeit und Recycling punktet. Durch eine vereinfachte Montage und Demontage des Dämmsystems sind nach Ablauf der Standzeit, die einzelnen Bestandteile leicht voneinander trennbar und anschließend fast vollständig wiederverwertbar.

Andere Ansätze für ein optimiertes Recycling verfolgt das Unternehmen durch die Auswahl von Rohstoffen, die sich leicht in den biologischen Kreislauf zurückführen lassen bzw. für Ökosysteme unbedenklich sind. Auch zählen Stoffe und Produkte, die bereits heute eingesetzt und in technologischen Kreisläufen gehalten werden, wie z. B. Glas, verschiedene Kunststoffe (PP, PET), Eisen und Aluminium, zu den recyclingfähigen Komponenten.

Nicht zuletzt begleitet Sto Entwicklungen im Bereich der Rückbau- und Verwertungsverfahren. Je ausgereifter die Technologien für eine

Rückführung und stofflichen Verwertung von Baustoffen und Fassadensystemen wie WDVS werden, desto einfacher wird das Recycling vorhandener Produkte und Systeme – auch solcher, die sich in einem festen Verbund befinden. Diese technologischen Verfahren, wie z. B. das der Solvolyse, sind am Entstehen, aber noch nicht wirtschaftlich zu betreiben – unter anderem deshalb, weil keine großen Abfallmengen anfallen.

Eine Bestandsaufnahme

WDV-Systeme halten sehr lange: Die Lebensdauer ist bei sachgerechter Verarbeitung, Wartung und Instandsetzung gleich einzustufen wie die von konventionell verputztem Mauerwerk. Dämmungen aus Polystyrol oder Mineralwolle werden beispielsweise mit einer Nutzungsdauer von über 50 Jahren angegeben (vgl. BNB Nutzungsdauer von Bauteilen). Entsprechend liegen die Abfallquoten aus Abriss bzw. Systemrückbau bei unter ein Promille und folglich hat sich noch kein Markt für Recyclingbetriebe entwickelt.

Auch wenn eine Anpassung an gesetzlich vorgeschriebene Dämmstandards (z. B. EnEV) erforderlich wird, bedeutet das nicht den Rückbau von WDVS an der Fassade, denn die vorhandenen Systeme werden in der Regel weiter genutzt und aufgedoppelt. Somit müssen ineffizient gedämmte Gebäude und Altbauten nicht komplett rückgebaut werden,

sondern können stattdessen mit einer weiteren Dämmschicht ergänzt werden.

Abschnittsabfälle der Dämmstoffe liegen nach Marktumfragen bei rund 3 – 7 % und werden seit zwei Jahrzehnten gesammelt und wieder verwertet.

Dem Recyclingsektor fehlt bezüglich Wärmedämm-Verbundsysteme, aber auch vieler anderer Bauprodukte und Baustoffe, nach wie vor die wirtschaftliche Motivation, stärker aktiv zu werden. Aufgrund des geringen Materialaufkommens sind Rückbau- und Recyclingmaßnahmen nur wenig ausgereift und selten wirtschaftlich.

Trotz (oder aufgrund) dieser Ausgangslage beteiligt sich Sto aktiv an verschiedenen Forschungsprojekten zum Recycling von WDVS und macht sich Gedanken um die Zukunft der selbst hergestellten und vertriebenen Baustoffe. Denn uns ist klar: Zum bewussten Bauen zählt auch die Frage, was wir am Anfang schon fürs Ende getan haben.



Energieeffizienz

[98](#) Managementansatz zur Energieeffizienz

[100](#) Klimaneutralität

[101](#) Klimaforum-Interview mit Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher

[104](#) Klimaschutzprojekte

[108](#) Energieeffizienz

[114](#) Die Lieferkette von Sto in Österreich

[116](#) Nachhaltige Energie aus Wasserkraft und Photovoltaik

[117](#) Abfall und Entsorgung



Managementansatz zur Energieeffizienz

Energieeffizienz und CO₂-Einsparung sind wesentliche Inhalte der Nachhaltigkeitsstrategie.

G103-3 Beurteilung des Managementansatzes

Der gesamte CO₂-Fußabdruck wird jährlich in einem aufwändigen Prozess von einzelnen Abteilungen des Unternehmens erhoben und durch eine externe Nachhaltigkeitsagentur (Fokus Zukunft GmbH) evaluiert.

Alle direkten und eingekauften Emissionen (Scope 1 und Scope 2), sowie die indirekten Treibhausgas-Emissionen (Scope 3) geben jährlich eine Übersicht über die Fortschritte in der CO₂-Reduktion. Die Ergebnisse werden im Führungskreis, dem obersten Nachhaltigkeitsgremium besprochen.

Positive und negative Veränderungen im Vergleich zu den vergangenen Jahren werden bei der Gegenüberstellung sofort deutlich und bilden die Basis für eventuellen Verbesserungsbedarf.

Der von der Firma verursachte, nicht vermeidbare CO₂-Ausstoß, der durch die Agentur Fokus Zukunft berechnet wurde, wird durch UN-zertifizierte Klimaschutzzertifikate kompensiert, und somit ein Beitrag zum globalen Klimaschutz geleistet. Die Projekte werden sorgfältig vom Führungskreis nach Kriterien, die mit dem Unternehmen im Einklang stehen, ausgesucht.



Bildmotiv der StoClimate Kampagne
Sto möchte seinen Beitrag zum Klimaschutz strategisch als auch operativ leisten

Bild rechts: Phtovoltaikanlage
Die bestehende Anlage in Villach wird 2021 um 1700m² erweitert.



Klimaneutralität

Der Klimawandel ist die größte Herausforderung für die Menschheit. Ein Gelingen der Emissionsminderungen hängt ganz wesentlich von dem freiwilligen Handeln der Wirtschaft in den Industrieländern ab.

So sind auch wir bereit, Verantwortung für die Welt zu übernehmen, die wir unseren Kindern und Enkeln überlassen. Aus diesem Grund hat Sto die Emissionen des gesamten Unternehmens erfassen lassen und durch den Kauf von 20.000 Klimaschutzzertifikaten für die nächsten Jahre kompensiert. Mit diesen Zertifikaten wird ein Hydroenergieprojekt in Uganda sowie ein Solarenergie- und Windenergieprojekt in Indien unter der Hoheit der Vereinten Nationen unterstützt.

Treibhausgase verteilen sich gleichmäßig in der Atmosphäre. Es ist deshalb sinnvoll, die Emissionen dort zu vermeiden, wo die Kosten am geringsten sind. Zudem tragen Projekte in Entwicklungs- und

Schwellenländern zur Verbesserung der ökonomischen, sozialen und ökologischen Situation bei und unterstützen die Realisierung der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen. Für Schwellen- und Entwicklungsländer ist der Emissionshandel ein wesentlicher Treiber für den Transfer sauberer Technologien und einer nachhaltig ausgerichteten wirtschaftlichen Entwicklung.

Es ist für alle wichtig zu verstehen, was der Weltklimarat schlüssig darlegt: Die Vermeidung von Emissionen kostet nur 0,6 % der jährlichen Wertschöpfung, während die Beseitigung der Schäden bei einem „Weiter-wie-bisher“ ein Vielfaches kostet.

Textquelle:
Fokus-Zukunft;
Geschäftsführer
Peter Friess



Sujet für Klimaneutralität.
Der gelbe Eimer ist als Werbeträger aufgrund seiner Langlebigkeit, Wiederverwendbarkeit und Stabilität sehr sympathisch. Er dient so auch als Sympathieträger für den Klimaschutz. Diese Klimaneutralität wird auch durch oben dargestellte Urkunde bezeugt.



Klimaforum-Interview mit Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher

Der Professor für Informatik an der Universität Ulm und Leiter des Forschungsinstituts für anwendungsorientierte Wissenverarbeitung erklärt im Interview mögliche Strategien gegen den Klimawandel.

Die Welt hätte das 2°C-Ziel, wie das 1,5°C-Ziel, noch im Jahr 1990 und auch in 2000 relativ gut mit einem globalen Cap & Trade System und der massiven Aktivierung naturnaher Lösungen erreichen können. Das ist leider nicht passiert. In einer relativ kurzen Zeit von 20 Jahren hat China seine jährlichen Emissionen um viele Milliarden Tonnen CO₂ massiv erhöht. In Afrika, Indien und Südostasien träumt man von Wachstumsprozessen vom Typ Chinas und das bei rasch wachsender Bevölkerung. In diesem Umfeld ist Wirtschaftswachstum aus entwicklungspolitischer Sicht auch wünschenswert, aus Klimasicht allerdings nicht. Im Erfolgsfall kommen bis 2050 in all diesen Ländern pro Jahr wahrscheinlich mehr Emissionen im Verhältnis zum Status Quo hinzu, als zu diesem Zeitpunkt für das 2°C - Ziel für die ganze Welt noch zulässig wären.

Das ist die unschöne Ausgangssituation. Kann man da überhaupt etwas tun? Vor allem, wenn man noch in Rechnung stellt, dass sich in den reichen Ländern, in Österreich nicht anders als in Deutschland, fast alle Klimaaktivisten nur für nationale Projekte, nicht aber für Projekte in den Entwicklungs- und Schwellenländern engagieren.

Das alles müsste sich ändern. Wir brauchen globale Obergrenzen für CO₂ – Emissionen und den massiven Ausbau der Nature-Based Solutions, ebenso neben den erneuerbaren Energien klimaneutrale synthetische Kraftstoffe, denn allein mit erneuerbarem Strom ist eine Zivilisation unseres Typs nicht zu erhalten. Synthetische Kraftstoffe, wie z. B. grüner Wasserstoff oder Methanol, werden

dringend in großem Umfang benötigt, setzen aber die Verfügbarkeit gigantischer Mengen solarer Energie zu niedrigen Preisen voraus. In den benötigten Mengen können diese nur in den großen Sonnenwüsten der Welt, wie zum Beispiel in Afrika in der Sahara, produziert werden. Das zu tun wäre ohnehin sinnvoll, um Beiträge zur Entwicklung in diesen Regionen zu leisten. Aber der Investitionsbedarf ist enorm und die Zeiten sind dafür nicht günstig – auch wegen der erwähnten Fixierung auf nationale Ansätze.

Welche grundsätzlichen Änderungen in der Klimadebatte sehen Sie durch die Corona-Krise auf uns zukommen? Wie wirken sich die beiden Krisen aufeinander aus?

Die Corona-Krise dämpft in den reichen Ländern spürbar die wirtschaftliche Aktivität und dieser Effekt wird noch über Jahre bemerkbar sein, weshalb sich bei uns die Emissionen im Verhältnis zu einer Entwicklung ohne Corona absenken werden. Für das Klima viel wichtiger ist aber, dass Corona wahrscheinlich viele Entwicklungs- und Schwellenländer massiv zurückwerfen wird. Diese Länder könnten ein ganzes Jahrzehnt verlieren. Das ist ungerecht und schmerzhaft mit Blick auf die Menschenrechtssituation, hilft aber Klima und Umwelt, insofern sind die beiden Krisen miteinander verkoppelt. Viele Klimaaktivisten, zum Beispiel in Deutschland, versuchen jetzt die europäische Politik dazu zu bewegen, das Hochfahren nach Corona mit massiven Änderungen der Infrastruktur und der Bebauung in Richtung „Klimafreundlichkeit“, beispielsweise in Form einer energetischen Sanierung von Gebäuden oder mit einem noch

Introvideo mit Interviews zum Sto-Klimaforum QR-Code scannen und Video ansehen.



Klimaforum-Interview mit Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher (Fortsetzung)

schnelleren Übergang zur Elektromobilität, zu verbinden. Ich halte das grundsätzlich für problematisch, weil die finanzielle Situation ohnehin sehr angespannt ist. Wir können nicht einfach immer nur „draufsatteln“. Hinzu kommt, dass ich z.B. die Konzentration auf Elektromobilität ohnehin für inadäquat halte. Die verfolgten Ansätze sind auch allesamt wieder viel zu sehr national orientiert.

Klimaschutz hat viele Aspekte. Welche Rolle nimmt dabei der Bereich des Bauens ein? Welche Einsparungspotenziale sehen Sie in diesem Bereich und wie lassen sie sich umsetzen?

Der Bereich des Bauens ist für das Klimathema ein sehr wichtiger Bereich. Etwa ein Drittel unseres Energieverbrauchs und unserer CO₂-Emissionen hängen irgendwie mit Wohnen zusammen. Das zeigt, wie wichtig dieses Segment der Ökonomie für unser Leben ist. Ohne umbauten Raum wäre das Leben armselig. Nun kann man überlegen, was in diesem Bereich bzgl. Klima getan werden kann. Da gibt es viele Möglichkeiten. Wichtig ist alleine schon die Materialseite beim Bauen. Ein substantieller Teil der Emissionen im Bausektor entsteht zum Zeitpunkt des Bauens. Ein anderer Teil verteilt sich über den Lebenszyklus. Eine der Optionen für die Zukunft ist die stärkere Nutzung von Holz. Für mich ist aber beim Bauen wichtig, dass es vor allem darauf ankommt, dass sich Menschen in Gebäuden wohlfühlen. Dafür gibt es die Gebäude. Die Energie- und Klimaseite ist im Verhältnis dazu sekundär und auch bei der Energie- und Klimaseite würde ich nicht zu viel Geld in die Gebäude stecken, sondern eher überlegen, ob wir nicht zu

synthetischen klimaneutralen Kraftstoffen, wie oben dargestellt, kommen können. Wenn wir mit erneuerbarer Energie die Stromseite und zum Beispiel mit synthetischen Kraftstoffen die Heizungen betreiben würden, dann wären die Gebäude im Betrieb klimaneutral.

Sto kompensiert seit 2016 seinen gesamten CO₂-Ausstoß mit UN-Zertifikaten internationaler Klimaschutzprojekte. Wie sehen Sie diese Herangehensweise, Projekte in Entwicklungsländern zu fördern, um den globalen Klimaschutz zu unterstützen?

Ich bin froh, dass sich das Unternehmen Sto dazu entschlossen hat, seinen CO₂-Ausstoß mit UN-Zertifikaten aus internationalen Klimaschutzprojekten zu kompensieren und Sto das auch noch so tut, dass dadurch Projekte in Entwicklungsländern gefördert werden. Sto erreicht dadurch positive Effekte für Entwicklung und für das Klima. Das ist sehr gut. Sto unterstützt in diesem Kontext auch die Allianz für Entwicklung und Klima. Das ist ebenfalls gut. In den letzten drei Jahren hat sich der Markt für freiwillige Klima-Zertifikate in Deutschland von 6 auf 20 Millionen Tonnen CO₂ mehr als verdreifacht. Das deutsche Ministerium für Entwicklungszusammenarbeit etabliert an dieser Stelle gerade eine Stiftung, die auch bereits die Zusammenarbeit mit österreichischen Partnern sucht. Die Stiftung verfolgt das Ziel dazu beizutragen, bis 2025 im freiwilligen Markt in Deutschland 100 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr zu kompensieren. Das ist dann bereits deutlich mehr an eingespartem CO₂, als Österreich insgesamt emittiert. Also ja, was Sto hier macht ist vorbildlich.



Welche Klimamaßnahmen sind aktuell für größere Unternehmen von größter Bedeutung?

Ich nehme einmal als Beispiel Robert Bosch, ein großes produzierendes Unternehmen in Deutschland mit weltweit 400.000 Mitarbeitern, das bereits ab 2020 klimaneutral agiert. Bei Bosch geht es um mehr als 3 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr. Das Unternehmen betreibt eine massive Steigerung der eigenen Energieeffizienz und es wechselt auf grünen Strom. Dies geschieht in der Weise, dass Bosch grünen Strom nur aus neu hinzukommenden Kraftwerken für grünen Strom beziehen wird. Bosch motiviert des Weiteren alle Zulieferer und die Logistikpartner, ihre Leistung klimaneutral zu erbringen. Bosch setzt des Weiteren – wie Sto – in erheblichem Umfang auf Kompensation, und zwar auf ähnliche Projekte wie die Sto. Bosch ist auch Unterstützer der Allianz für Entwicklung und Klima, wie beispielsweise auch Kühne & Nagel, der weltweit größte Logistiker für Containertransporte auf den Weltmeeren. Kühne & Nagel plant, bis 2030 gemeinsam mit seinen Kunden die gesamte betreute Containerlogistik klimaneutral zu stellen, vor allem unter Nutzung von Projekten vom Typ Nature-based Solutions, also beispielsweise Aufforstung, Mangrovenwälder, Feuchtbiotope, Humusbildung.

Ist die Globalisierung am Ende? Oder verändert sie sich nur?

Die Globalisierung ist insgesamt ein sehr vernünftiger Prozess, bei dem die Menschheit als Ganzes zusammenwächst. Es hat viele Vorteile für alle, wenn

wir klug kooperieren. Auch sind uns die Gefährdungen in der Globalisierung deutlicher geworden, als sie es für viele vorher waren. Wir sind als Menschen immer gefährdet, zum Beispiel durch Naturkatastrophen. Ebenso zum Beispiel durch Pandemien. Aber wir würden zum Beispiel auch massiv bedrängt werden durch erfolgreiche Cyberangriffe auf unsere Infrastruktur. Wir müssen deshalb unsere Gesamtsysteme für die Weltökonomie robuster beziehungsweise resilienter aufstellen als bisher. Das heißt für mich: Wir müssen in den Verträgen der Welthandelsordnung (WTO) weiter gehen, als wir das heute tun mit Sonderregeln, zum Beispiel im Bereich Gesundheit. Wir brauchen international abgestimmte Regeln, die es Staaten in einem bestimmten Umfang erlauben, Produktionsstätten und Versorgungspotentiale vor Ort betreiben und finanzieren zu können.

Wir müssten dazu ebenfalls wegkommen von einem Status Quo, bei dem bezüglich der weltweiten Produktionsstandorte letztlich nur der Preis zählt. Wir müssen in den Wertschöpfungsketten in Richtung einer stärkeren Achtung der Menschenrechte und der SDGs kommen. Letztlich stärkt auch das die Resilienz. Wir haben zudem gesehen, dass dann, wenn es ernst wird, auch in Europa Grenzen wieder hochgezogen werden. Wir haben in Deutschland sogar gesehen, dass plötzlich auch der Wechsel aus Hamburg in ein eigenes Ferienhaus in Schleswig-Holstein untersagt wurde, was andersherum heißt, dass wir immer auch dafür sorgen müssen, dass wir im Notfall immer noch in der Lage sind, uns zu versorgen. Das müssen wir mit der Globalisierung klug verbinden und dazu einiges umverteilen für bevorstehende Krisen.

Klimaschutzprojekte

Wasserkraftwerk Bujagali, Entwickler BEL

Uganda

Entwickler	Bujagali Energy Limited
Validierer	ERM Certification and Verification Services, London, GB
Gesparte Emissionen pro Jahr [Tonnen CO₂eq]	858.173
Gesparte Emissionen gesamt [Tonnen CO₂eq]	6.865.384
Projektlaufzeit	2011 bis 2018
Zertifikat	UN CER



QR-Code scannen und [Projekt 4217](#) der UNFCCC ansehen



Das Bujagali Wasserkraftprojekt ist eine Wasserkraftanlage am Victoria-Nil in der Republik Uganda. Der Projektsponsor ist Bujagali Energy Limited. Die gesamte installierte Kapazität des Projekts besteht aus fünf 52,7 MW Turbinen. Das Kraftwerk trägt zu einem 90%igen Anteil von erneuerbaren Energien im ugandischen Stromnetz bei, was das Land zu einem der saubersten Stromerzeuger der Welt macht.

Uganda hat lange unter Strommangel gelitten und das Problem ist in den letzten Jahren immer akuter geworden. Während das Notprogramm der Regierung für thermische Stromerzeugung kurzfristig helfen wird, sollen von Projekten wie diesen langfristig die Region und das ganze Land profitieren.

Der Entwickler BEL wendet außerdem 2,8 Millionen US-Dollar für Projekte auf, die von Umweltschutz über Gesundheit, Hygiene und Bildung bis hin zu Landwirtschaft und Berufsausbildung reichen, sowie für Gemeindeentwicklungsprogramme.

Mit UN-zertifizierten Projekten wurden 2018-2020 die Fassadenfarben StoColor Dryonic, StoColor Dryonic und StoColor Dryonic Wood sowie die Innensilikatfarben StoColor Sil Premium, StoColor Sil Comfort, StoColor Sil Mineral und StoColor Sil In CO₂-neutral gestellt.

Windkraftwerk Jaibhim, Entwickler SIIL

Indien

Entwickler	SerumInstitute of India Ltd.(SIIL)
Validierer	EPIC Sustainability Services Private Limited
Gesparte Emissionen pro Jahr [Tonnen CO₂eq]	52.898
Gesparte Emissionen gesamt [Tonnen CO₂eq]	528.980
Projektlaufzeit	2012 bis 2022
Zertifikat	UN CER



QR-Code scannen und [Projekt 6456](#) der UNFCCC ansehen



Das Projekt befindet sich im Dorf Jaibhim, Distrikt Dhule im Bundesstaat Maharashtra in Indien.

Das Serum Institute of India (SIIL) ist ein Hersteller von Impfstoffen in Indien und sorgt dafür, dass seine Impfstoffe in allen Ländern der Welt Kindern kostengünstig zur Verfügung gestellt werden.

Die durchschnittlichen jährlichen Emissionsreduktionen des Projekts für den Anrechnungszeitraum werden auf 52.898 Tonnen CO₂e geschätzt. Dies entspricht einer erwartete Gesamtsumme von 528.980 Tonnen CO₂e für die gesamte Dauer des Anrechnungszeitraums von insgesamt 10 Jahren.

Grid connected 25 MW PV solar power project

Indien

Entwickler	M/s GMR Gujarat Solar Power Private Limited
Validierer	LRQA
Gesparte Emissionen pro Jahr [Tonnen CO₂eq]	34.462
Gesparte Emissionen gesamt [Tonnen CO₂eq]	2.241.234
Projektlaufzeit	2012 bis 2019
Zertifikat	UN CER



QR-Code scannen und [Projekt 7128](#) der UNFCCC ansehen



Das Projekt nutzt Solarenergie zur Stromerzeugung. Da die Solarenergie als „erneuerbare Energie“ betrachtet wird, verringern sich damit die Treibhausgasemissionen, die ansonsten, in Abwesenheit des Projektes, zur Erzeugung gleicher Leistung durch auf fossile Brennstoffe (Kohle / Gas / Öl) basierte Kraftwerke - die derzeit dominieren - auftreten würden.

Projektteilnehmer haben eine umweltfreundliche Technologie ausgewählt, um aus der Umweltperspektive neue Paradigmen zu etablieren und sich gleichzeitig der Entwicklung der Gemeinschaft zu widmen. Das Ministerium für Umwelt und Forsten (MoEF) und die Regierung von Indien (GoI) haben eine Reihe von Kriterien für die Bewertung eines Projekts zum Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung identifiziert.

Mit Zertifikaten der Ökoregion Kaindorf wurden 2018 bis 2020 die drei Fassadenfarben StoColor Lotusan, StoSilco Blue und StoColor Solical als auch die aktive Innenfarbe StoColor Climasan CO₂-neutral gestellt.

Humusaufbau in der Ökoregion Kaindorf

Steiermark, Österreich

Entwickler	Verein Ökoregion Kaindorf
Validierer	AGES, DI Florian Forcher (gem. ISO 9001:2000)
Gesparte Emissionen pro Jahr [Tonnen CO₂eq]	36 (Pro Jahr und Hektar)
Gesparte Emissionen gesamt [Tonnen CO₂eq]	Keine Angaben
Projektlaufzeit	seit 2007
Zertifikat	Keine Angaben



QR-Code scannen und [oekoregion-kaindorf.at](#) ansehen



Neben Umweltprojekten in Entwicklungsländern, ist das Management von Sto auch überzeugt, dass es wichtig ist, regionale Projekte in Österreich zu unterstützen.

Die im April 2007 gegründete Ökoregion Kaindorf im Bezirk Hartberg betreibt eine ökologische Kreislaufwirtschaft mit der Zielsetzung eine CO₂-neutrale Region zu werden. Mehr als 250 Klimaschutzprojekte wurden in den letzten sechs Jahren realisiert. Das Humusaufbau-Projekt stellt eine der wichtigsten und vielversprechendsten Aktivitäten der oststeirischen Region dar. Durch gezielten Humusaufbau werden ausgelaugte Böden in dem wissenschaftlich begleiteten Projekt wieder fruchtbar gemacht.

Mehr als 200 Bauern nehmen mittlerweile mit fast 1.000 Hektar landwirtschaftlichen Flächen am Projekt teil. Jährlich werden nachweislich bis zu 36 Tonnen CO₂ pro Hektar Ackerfläche in Form von Humus gebunden.

Die gespeicherten Tonnen CO₂ werden von der Ökoregion Kaindorf in Form von Humuszertifikaten an klimabewusste Unternehmen verkauft, die damit den CO₂-Ausstoß ihrer Produkte oder Dienstleistungen kompensieren. Sto unterstützt dieses Projekt seit 2013 und hat bereits Zertifikate im Wert von € 112.381,80- erworben.

Energieeffizienz

Sto ist sich der besonderen Verantwortung als Unternehmen gegenüber kommenden Generationen bewusst und hat entsprechend gehandelt. Die mit dem Unternehmen verbundene Klimabelastung wurde genau berechnet.

Für die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks wurden die Emissionen aller acht Standorte in Österreich berechnet.

CO₂-Emissionen 2020 [Tonnen CO₂e]

Sto Ges.m.b.H.

Emissionsquelle	Emission [t CO ₂ e]
Insgesamt emittiert 2020	2.394
Umgerechnet pro Mitarbeiter	8,83
Teilergebnis Scope 1 & Scope 2	1.707,52
Pro Tsd. Euro Umsatz	0,02
Pro Produktionsmenge	0,15
Teilergebnis Scope 3	685,71
CO₂e pro km Geschäftsreise	0,15 kg/km
CO₂e pro Mitarbeiter beim Pendeln	0,87

Erhöhungen zu verzeichnen, wie zum Beispiel in den Emissionskategorien Abfallaufkommen und Verbrauchsmaterialien Büro (Papierverbrauch). Die Erhöhung der Emissionen, die durch das Abfallaufkommen anfallen, ist auf die angepasste und detailliertere Berechnungsmethodik zurückzuführen. Beim Verbrauchsmaterial Büro (Papierverbrauch) wurde für das Bilanzjahr 2020 zusätzlich der Tonerverbrauch für die Drucker mit berücksichtigt, wodurch sich die Erhöhung der Emissionen erklärt.

Die vorliegenden Emissionszahlen wurden entsprechend den Richtlinien des Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard (GHG Protocol) erstellt und alle relevanten THGs wurden dabei berücksichtigt.

G305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

G305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)

G305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

G305-4 Intensität der THG-Emissionen erfüllt. Durch THG pro Tsd Euro Umsatz

CO₂-Bilanz Berichtszeitraum 2018-2020

Sto Ges.m.b.H.

	Kategorien	2018 [t CO ₂ e]	2019 [t CO ₂ e]	2020 [t CO ₂ e]
Scope 1	Wärmeverbrauch	334,7	356,7	321,64
	Kraftstoffverbrauch	1.479,0	1.459,5	1.370,0
	Gasleckagen (Kältemittel)	0,0	4,0	4,2
	Scope 1	1.813,7	1.820,2	1.695,8
Scope 2	Stromverbrauch	0,0	0,0	0,0
	Fernwärme/kälte	11,2	10,7	11,7
	Scope 2	11,20	10,7	11,7
Scope 3	Vorgelagerte energiebezogene Emissionen	425,4	423,3	358,8
	Geschäftsreisen	42,1	43,2	14,8
	Arbeitswege Arbeitnehmer	241,0	228,4	188,8
	Abfallaufkommen / Abwasser	20,9	20,2	96,8
	Verbrauchsmaterialien	18,7	21,5	26,5
	Scope 3	748,1	736,5	685,71
	Gesamtsumme	2.572,9	2.567,4	2.393,23

CO₂ Bilanz Zeitreihe 2018 – 2020

Für eine konstante Reduzierung der betrieblichen Treibhausgasemissionen bietet sich eine regelmäßige Wiederholung der Bilanzierung an. Damit ist ein Monitoring der Effizienz von Einsparmaßnahmen möglich und der Zielerreichungsgrad von betrieblichen Klimazielen kann verfolgt werden.

Sto verfolgt diesen konsequenten Weg und bilanzierte bereits seit dem Bilanzjahr 2014 den CO₂-Fußabdruck. Das Unternehmen konnte in einigen Bereichen den Fußabdruck senken, so zum Beispiel in den Emissionskategorien Wärmeverbrauch und Kraftstoffverbrauch sowie bei Geschäftsreisen und Anreise der Mitarbeiter.

Allerdings sind in einigen Emissionskategorien auch

Treibhausgasemissionen 2018-2020

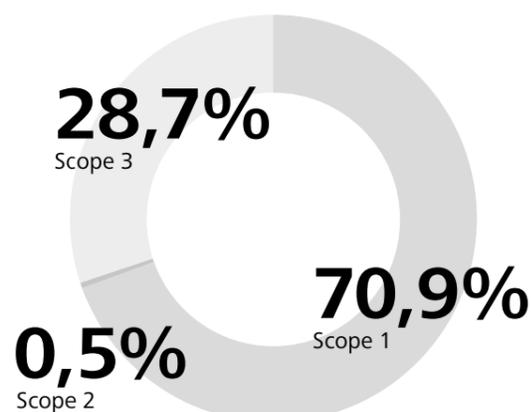
Sto Ges.m.b.H.

	2018 [t CO ₂ e]	2019 [t CO ₂ e]	2020 [t CO ₂ e]
Emissionen / Jahr	2.573	2.567	2.394
Emissionen / Mitarbeiter	9,60	9,62	8,83

Die Übersicht der Ergebnisse des Corporate Carbon Footprint legt offen, dass bei Sto vor allem die Emissionskategorie Kraftstoffverbrauch einen großen Anteil an der Gesamtbilanz hat. Aber auch beim Abfallaufkommen und Wärmeverbrauch fallen wesentliche Mengen an Treibhausgasemissionen an.

Verteilung der Emissionen

an der Gesamtbilanz



Emissionen Scope 1

Sto Ges.m.b.H.

Emissionsquelle	2018	2019	2020
Heizöl [Liter]	8.033l	7.671	8.156
Erdgas [m³]	142.650	152.362	142.540
Kältemittel R410A [kg]	0	1,30	2,0
Diesel [Liter]	563.014	555.586	513.103
Selbst erzeugter Strom [kWh]	112.412	119.540	115.542

G302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation

G302-3 Energieintensität

Emissionen Scope 2

Sto Ges.m.b.H.

Emissionsquelle	2018	2019	2020
Ökostrom [kWh]	661.946	653.411	612.870
Fernwärme [kWh]	171.690	164.160	180.290

Emissionen Scope 3

Sto Ges.m.b.H.

Emissionsquelle	2018	2019	2020
Heizöl [Liter]	8.033l	7.671	8.156
Erdgas [m³]	142.650	152.362	142.540
Diesel [Liter]	563.014	555.586	513.103
Ökostrom [kWh]	661.946	653.411	612.870
Selbst erzeugter Strom [kWh]	112.412	119.540	115.542
Fernwärme [kWh]	171.690	164.160	180.290

Energieeffizienz

Einsparung bei Geschäftsreisen

2019 wurden 115.000 km mit dem Flugzeug zurückgelegt, was einen CO₂-Ausstoß von 37 t CO₂ verursachte. 2020 konnte dieser Ausstoß drastisch auf 25.220 km mit einem Ausstoß von 6,16 t CO₂ gekürzt werden. Der Vergleich zwischen diesen beiden Jahren macht deutlich, wie Dienstreisen durch Videokonferenzen ersetzt werden konnten, ohne dass die notwendigen Absprachen mit dem Konzern oder interne Besprechungen mit den Bundesländern darunter litten.

Durch den Lockdown im Coronajahr 2020 kam es schneller als ursprünglich geplant zu dieser

einschneidenden Veränderung des Arbeitsalltags bei Sto, wodurch neben der Einsparung von 30,8 t CO₂ sich auch das Gesamtergebnis durch die Reduktion der Reisekosten und Spesen deutlich verbesserte.

Diese Umstellung von Dienstreisen auf Videokonferenzen wurde auch von Mitarbeitern sehr positiv aufgenommen, nachdem auch wertvolle Arbeitszeit statt auf Dienstreisen nun wesentlich besser und effizienter eingesetzt werden konnte. Die Vorteile überzeugten eindrucksvoll, wodurch dieses Konzept der „digitalen Fernmeetings“ auch in Zukunft beibehalten werden soll.

Hinweis
Die berechneten Emissionen durch Flugreisen werden mit dem Radiative Forcing Index (RFI) von 1,9 multipliziert, um die verstärkte Wirkung der Emissionen des Flugverkehrs in der Atmosphäre abzubilden (vgl. DEFRA, 2012 und Umweltministerium Neuseeland, 2019).

Scope 3 – Geschäftsreisen 2018-2020

Sto Ges.m.b.H.

	2018		2019		2020	
	Menge [km]	CO ₂ e [t]	Menge [km]	CO ₂ e [t]	Menge [km]	CO ₂ e [t]
Flugreisen Langstrecke			15.000	3,36	0	0
Flugreisen Mittelstrecke	3.340	0,71	6.680	1,42	0	0
Flugreisen Kurzstrecke	100.940	30,11	93.472	27,88	25.220	6,16
Zugfahrten	12.880	0,57	15.200	0,67	11.984	0,16
ÖPNV	140	0,02	180	0,02	360	0,02
Taxifahrten / privat PKW / Leihfahrzeuge	69.936	10,73	64.098	9,84	57.951	8,43

ISO Zertifizierung 50001

Energiemanagementsysteme gelten als wirksame Instrumente zur nachhaltigen Steigerung der Energieeffizienz und senken Verbrauch, CO₂-Ausstoß und Kosten in einem Unternehmen. Die Sto GmbH erhielt im November 2019 die Zertifizierung nach ISO 50001. Die Einführung des Systems zielt darauf ab, die Energiesituation im Unternehmen laufend zu evaluieren, zu verbessern und die Energieeffizienz damit zu steigern. Die Sto Ges.m.b.H. schließt sich damit einer Matrixzertifizierung des Sto-Konzernes an, wo bereits mehrere Sto-Gesellschaften erfolgreich integriert wurden.

Bei einem Zertifizierungsaudit konnte Sto Österreich in allen geforderten Bereichen überzeugen und damit das Zertifikat erhalten. Dieses deckt den Geltungsbereich Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Wärmedämmverbundsystemen, Putzen, Farben, dekorativen Beschichtungen, Akustiksystemen, Betoninstandsetzung und Bodenbeschichtungen ab und umfasst damit nahezu das gesamte Portfolio.

Neben der Sto-Zentrale, dem VerkaufCenter und der Produktion im Firmensitz Villach sind sieben weitere Standorte zertifiziert worden: Feldkirch, Innsbruck, Salzburg, Linz, Obergrafendorf, Graz und Wien.



G302-2 Energieverbrauch außerhalb der Organisation

G302-3 Energieintensität

G302-4 Verringerung des Energieverbrauchs

Energieeffizienz

Ökologisches Fuhrparkmanagement

Der Fuhrpark macht mit knapp 57% einen nicht unwesentlichen Anteil der Emissionen des Unternehmens aus. Um diese große Ressource möglichst energieeffizient einzusetzen, wurden KPIs definiert, die die gefahrenen km in Korrelation zu Umsatz und Auslieferungsmenge setzen.

Effiziente Tourenplanung im Außendienst

Seit 2015 legt Sto ein Augenmerk auf die Kilometerleistung der PKW der Außendienstmitarbeiter, deren Modelle außerdem nach ökologischen Kriterien wie Treibstoffverbrauch ausgesucht wurden.

Der Außendienst soll so durch eine bessere und effizientere Routenplanung bis 2025 einen durchschnittlichen Umsatz von € 50/geführten km erreichen. Dieser Wert wurde 2020 bereits übertroffen mit durchschnittlich € 66/km, auch bedingt durch die Reisebeschränkungen im Coronajahr. Im Jahr 2020 konnten bei den PKWs um 36.659kWh zum Vorjahr eingespart werden.

Kraftstoffverbrauch (Diesel) 2018-2020

Sto Ges.m.b.H.

Jahr	Menge [lt.]	Emissionsfaktor	CO ₂ e [t]	Ø Verbrauch auf 100 km
2018	563.014	2,63	1.479	6,22
2019	555.586	2,63	1.459	6,65
2020	513.103	2,67	1.369	6,00

Flottenzusammenstellung 2018-2020

Sto Ges.m.b.H.

Jahr	2018	2019	2020
Fahrzeuge Gesamt	114	114	115
Anzahl an PKW	68	69	67
Anzahl an Transporter	7	7	7
Anzahl an LKW	39	38	41

Nachhaltige Logistik – ökologisch auf Achse

Die Nachhaltigkeitsaktivitäten bei Sto beschränken sich nicht nur auf das eigene Unternehmen. Zu unserem Verantwortungsbereich gehört auch die Lieferkette. Als wichtige Maßnahmen haben wir hier einen Lieferanten-Kodex („Supplier Code of Conduct“) eingeführt, um Nachhaltigkeit auch in die Beschaffungsprozesse zu integrieren. Er orientiert sich an den Prinzipien des Global Compact sowie an den im Sto-Leitbild festgehaltenen Wertvorstellungen und verlangt von unseren Lieferanten, diese zu akzeptieren und damit gewisse Mindestverpflichtungen einzugehen. Darüber hinaus fordern wir unsere Zulieferer auf, Auskunft über wichtige ökologische, ökonomische und soziale Indikatoren zu geben. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse fließen in die zweimal jährlich stattfindende Lieferantenbewertung ein und werden bei Bedarf im Rahmen von Vertragsgesprächen diskutiert (Weitere Informationen zur Lieferkette auf Seite 112). Bei der Beschaffung achtet das Unternehmen außerdem darauf, regionale Produkte - wo dies möglich und wirtschaftlich sinnvoll ist - zu bevorzugen, um die Transportwege kurz und den Ressourcenverbrauch gering zu halten.

G302-4 Verringerung des Energieverbrauchs

G305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 1: Kraftstoff)

In Österreich werden rund 42 % des Einkaufsvolumens von Handelswaren, Hauptrohstoffen und Verpackungen lokal, also im Umkreis von maximal 350 km von unserem Hauptgeschäftsstandort Villach, beschafft, Dämmplatten im Umkreis von maximal 250 bis 300 km. Das jährliche Einkaufsvolumen von Rohstoffen, Verpackungen und Handelswaren beträgt € 47 Mio. Diese Zahl und das Verhältnis von lokalen Rohstoffen wird sich ab 2021 durch die neue Produktionsanlage in Villach verändern. (Genauere Zahlen werden im nächsten Bericht veröffentlicht)

Das „Sto-Mobilitätsprojekt“ setzt gleich mehrfach an, um Transport und Logistik ressourcenschonender zu gestalten und so als Unternehmen wirksam weniger CO₂ auszustoßen. Die Touren werden effizienter geplant, Mitarbeiter regelmäßig zum Thema umweltschonendes Fahren geschult und so der Umweltgedanke gestärkt. In modernster Fahrzeugtechnik zu investieren und bei den Euroklassen ein paar Stufen nach oben zu klettern, hat sich bei Sto ökologisch wie ökonomisch rentiert: Der neue LKW-Fuhrpark arbeitet effizienter und somit ressourcenschonender. Seit 2013 sind alle LKW mit GPS-Sendern ausgestattet. So lässt sich die jeweils kürzeste Route für jeden LKW in Echtzeit bestimmen.

Fuhrparkreporting 2020

In dem Vergleich des Fuhrparkreportings 2017 und 2020 ist die Verschiebung des Fuhrparks zu kraftstoffsparenden Fahrzeugklassen, wie VI und EEV deutlich zu erkennen.

Fuhrparkreporting 2017 vs. 2020

Sto Ges.m.b.H.

Euro-Klassifizierung	2017	2020
EVV	11	4
Euroklasse 5	13	5
Euroklasse 6	7	7
VI	2	16
VIC	3	3
Euroklasse 3	1	0
Euroklasse 4	1	0
EEV (Enhanced Environmentally Friendly Vehicle)	0	6

Aufgrund der optimalen Tourenplanung konnte der CO₂-Verbrauch pro ausgelieferter Tonne Material von 24,18 Tonnen im Jahr 2017 auf 21,69 Tonnen im Jahr 2020 gesenkt werden.

Obwohl ein weiterer Umsatzwachstum im Jahr 2019 zu mehr gefahrenen Kilometern und mehr Kraftstoffverbrauch geführt hat, konnten die gefahrenen Kilometer pro ausgelieferter Tonne Material von 37,903 km (2017) auf 36,03 km (2020) gesenkt werden. 2020 kam es auf Grund der Coronakrise zu einem Umsatzrückgang, wodurch die gefahrenen Kilometer / ausgelieferter Tonne weiter auf 34,60 km gesenkt werden konnten.

Das vom Nachhaltigkeitsteam definierte Ziel für 2025 beträgt 30km/ausgelieferter Tonne.

Die Lieferkette von Sto in Österreich

Dezentrale Produktion im Konzern und lokale Drittlieferanten sichern die Versorgung der einzelnen Niederlassungen und Sto Verkaufszentren in ganz Österreich, Slowenien und Kroatien.

Sto Österreich betreibt neben der Zentrale in Villach 7 Verkaufszentren in ganz Österreich sowie vier in Slowenien und Kroatien. Produktlieferungen der Produktion in Weizen (südl. Schwarzwald), sowie von Drittlieferanten aus Österreich erfolgen meist direkt in die einzelnen Verkaufszentren.

Von dort werden die Waren mit dem firmeneigenen Fuhrpark zu den Kunden ausgeliefert. Das Angebot der Marke Sto richtet sich an professionelle Verarbeiter wie Maler und Bauunternehmen sowie an Architekten und Planungsbüros. Sie werden über ein in Österreich nahezu flächendeckendes Direktvertriebssystem betreut.

Für den Produktionsstandort Villach werden Rohstoffe von regionalen Lieferanten zugeliefert. Altmaterial (Farben, Putze, Kleber) wird aus ganz Österreich nach Villach zum Recycling geliefert. In der RC-Produktionsstätte wird daraus ein Kunstharzkleber (StoColl RC) hergestellt.

Erweiterte Produktionsanlage in Villach

Ab 2021 wird die Lieferkette durch eine lokale Produktionsstätte in Villach optimiert. Ab dem Sommer werden jährlich 35.000 Tonnen pulverförmiger Klebe- und Armierungsmörtel produziert. Die dabei verwendeten Rohstoffe kommen direkt aus der Region – das spart zusätzlich rund 2.800 LKW-Ladungen also 500 Tonnen CO₂ jährlich! Neben der flächendeckenden Belieferung Österreichs kann von hier aus auch die für das Unternehmen wirtschaftlich wichtige Region Südeuropa ideal bedient werden.

Damit wird es auch neue Lieferanten für Rohstoffe geben, die alle nach den strengen Kriterien des Lieferkodex überprüft und ausgesucht werden. Nachdem jedoch die Beschaffung von Rohstoffen ein sehr sensibler Prozess ist, nachdem die hohe Produktqualität auf jeden Fall gehalten werden muss, kann es vorkommen, dass man für bestimmte Rohstofflieferungen auch Lieferanten zulassen muss, die ihrerseits keine Nachhaltigkeitsstrategie vorweisen können. Negative Umweltwirkungen werden sich dadurch nicht ergeben.

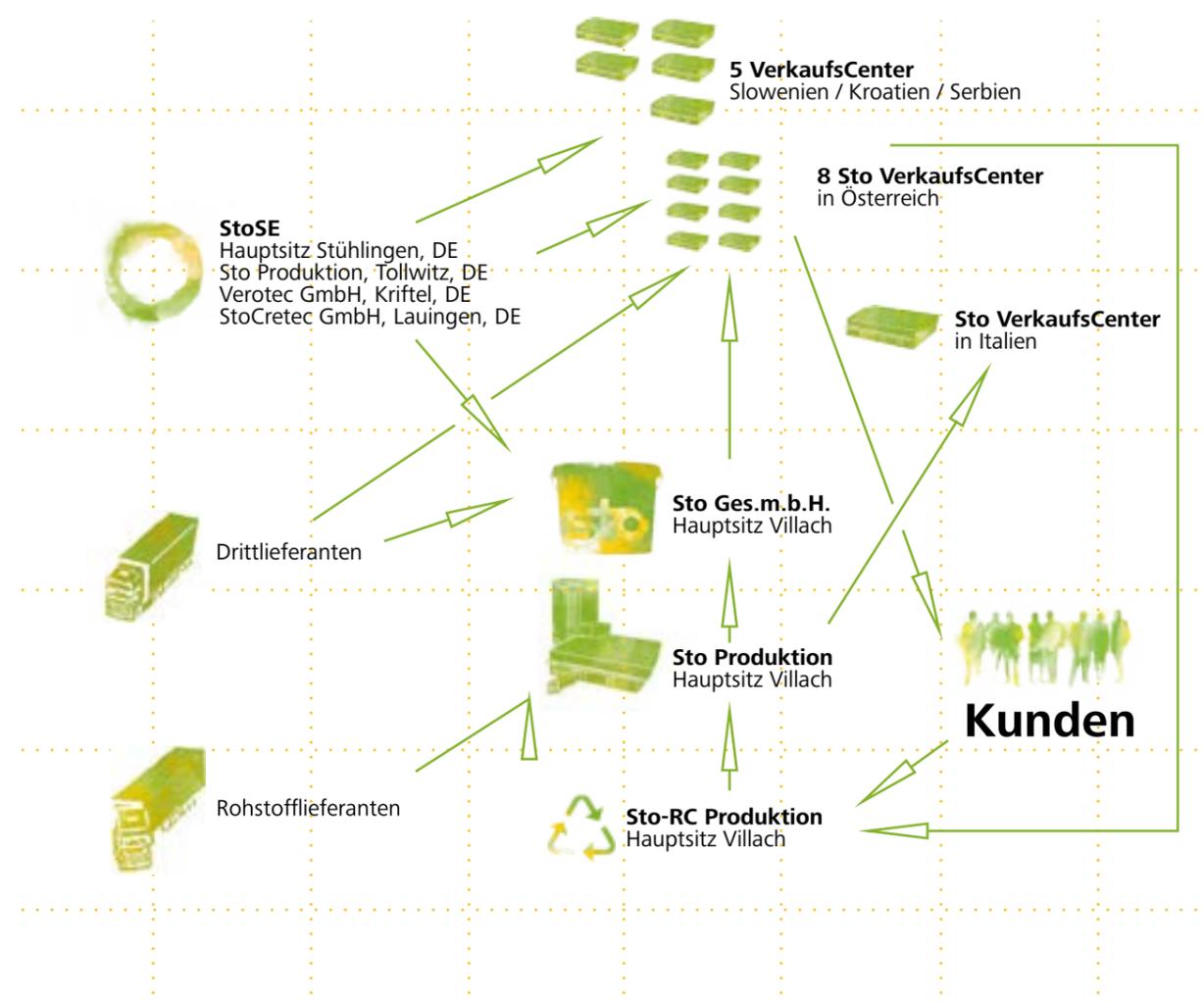
Keine Betriebsstätten der gesamten Region Südeuropa haben ein hohes Risiko für Kinderarbeit. Auch Lieferanten müssen einen Liefercodex unterzeichnen, in dem Kinderarbeit verboten ist.

Bild rechts:
Die Lieferkette der Sto Ges.m.b.H.

G102-9 Lieferkette

G102-10 Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette

G408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit



Nachhaltige Energie aus Wasserkraft und Photovoltaik

Sto bemüht sich seit Jahren um nachhaltige Energiequellen. Zwei Photovoltaikanlagen wurden bereits errichtet, eine dritte Anlage für das Dach der neuen Produktion in Villach ist in Planung.

Der Strom bei Sto kommt seit 2015 aus heimischer Wasserkraft. Ein Wasserkraftwerk stößt etwa 3 % der CO₂-Menge eines Braunkohlekraftwerks aus. Grund genug, beim Stromanbieter genauer hinzusehen, woher der Strom kommt.

Dank Photovoltaik wird Sto außerdem selbst zum nachhaltigen Sonnenkraftwerk – großflächige Dächer in Villach und Wien machen es möglich. Die großen Dächer der Lagerhallen haben zusammen ca. 1.700 Quadratmeter und bieten sich perfekt als Photovoltaik-Standorte an. Bei einer Spitzenleistung von 156 kWp (Kilowatt Peak) erzeugt das hauseigene Kraftwerk in Villach beispielsweise ca. 168.000 kWh jährlich. Das ist Strom für etwa 50 Haushalte.

Die Photovoltaikanlage in Villach erzeugte 2020 160.128 kWh Strom, davon wurde 62.018 kWh selbst genutzt. Die Photovoltaikanlage in Wien erzeugte 2020 102.158 kWh erneuerbarer Strom, davon wurde 53.524 kWh selbst genutzt. Der Rest wird in das öffentliche Stromnetz gespeist.

2021 wird eine zusätzliche Fläche von 1.700 m² Sonnenkollektoren auf dem Dach der neuen Produktionsanlage in Villach montiert, die jährlich ca. 200.000 kWh Strom erzeugen wird. Das entspricht ca. der Hälfte des geschätzten Stromverbrauchs der neuen Produktion.

Bild unten:
PV-Anlage am Sto Verkaufszentrum Wien. Die zweite Anlage, die Sto österreichweit betreibt.



Abfall und Entsorgung

Sto Österreich gilt innerhalb der Sto-Gruppe als Pionier im Recycling von zurückgenommener Ware. Ein spezielles Verfahren zur Nachnutzung wurde lange entwickelt.

Recycling: Villach als Drehscheibe

Sto-Bauprodukte werden seit 2008 in Villach produziert. Im Jahr 2013 hat Sto den Standort massiv erweitert und stellt derzeit 15 Produkte vor Ort her, die nach ganz Europa exportiert werden. Zurück nach Villach gehen dafür Alt-Rohstoffe für die Recyclingproduktion.

Das Bekenntnis zum Klimaschutz steht bei Sto in Villach seit jeher ganz oben auf der Agenda. Alte Farben, Putze und Kleber aus dem gesamten europäischen Raum finden mittlerweile ihren Weg nach Villach. Dort stellt Sto daraus Recycling-Produkte her. Die langen Transportwege rentieren sich trotzdem für die Umwelt: Berechnungen haben ergeben, dass eine Wiederverwertung in Villach mehr Sinn ergibt als eine Entsorgung am Ursprungsort. Dafür hat Sto ein Verfahren entwickelt, das sicherstellt, dass ein Recycling-Produkt dieselbe Qualität aufweist wie ein neues. Die Produktion in Villach berücksichtigt etwa den Einsatz von österreichischen Rohstoffen und Lieferanten. Hier greift die ISO-Zertifizierung nach 14001 bei den effizienten Transportwegen

Der Prozentsatz der Sekundärrohstoffe bei dem Recyclingprodukt, einem Kunstharzkleber StoColl RC liegt bei 77 %.

Produktionsmengen StoColl RC

2018	98.425 kg
2019	78.175 kg
2020	90.925 kg

Abwasser

Putze, Farben und Lacke in allen erdenklichen Farben schnell und zuverlässig zu liefern, zählt zu den Kernkompetenzen. Möglich wird das durch die dezentralen Tönstationen an jedem Verkaufsstandort. Natürlich ist sich Sto seiner Verantwortung bewusst, durch Farbreste und Rückstände verunreinigtes Wasser sorgfältig zu reinigen, bevor es der Kanalisation zugeführt wird.

In allen acht Tönstationen sowie in der Produktion in Villach sind regelmäßig gewartete Abwasserreinigungsanlagen installiert, in welchen das anfallende Abwasser gereinigt wird. Das im Sammelbecken aufgefangene Abwasser wird bei Erreichen eines bestimmten Füllstandes in die Reinigungsanlage gepumpt und das Rührwerk dazu geschaltet. Ein Spaltpfropfen wird in den Reaktorbehälter dosiert, woraufhin ein intensives Durchmischen mit dem Abwasser erfolgt. Dadurch flocken im Abwasser enthaltene Inhaltsstoffe aus. Anschließend wird das vorgereinigte Abwasser über Filtersäcke in die Kanalisation eingeleitet. Es erfolgt wöchentlich ein Austausch der benutzten Filtersäcke. Die vollen Filtersäcke werden jeweils am Wochenanfang – nach dem Abtrocknen über das Wochenende – getrennt in Bauschutt und Restmüll entsorgt.

Über jede gereinigte Charge wird ein Betriebstagebuch geführt und die Abwassermengen sowie pH-Wert usw. täglich mitdokumentiert. Der pH-Wert wird mittels einer Salzsäuredosieranlage neutralisiert, um die Grenzwerte von 6,5 bis 9,5 einzuhalten.

G301-2 Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe

G301-3 Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien

G303-2 Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung

Alle zwei Jahre wird die Abwasserqualität in den acht Verkaufszentren in Österreich von zertifizierten Unternehmen, die von der jeweiligen Gemeinde zugewiesen werden, überprüft. Die Abwasserqualität selbst wird durch verschiedene Parameter definiert, die alle einzeln überprüft und dokumentiert werden. Die Abschlussberichte für die Abwasserqualitäten werden an die zuständigen Behörden und Kläranlagen übermittelt. Im Berichtszeitraum kam es zu keinen Überschreitungen der Grenzwerte der einzelnen Parameter.

Gesamtvolumen geplanter und ungeplanter Abwassereinleitungen nach Einleitungsort

Einleitungsort	2017 [lt.]	2020 [lt.]
Tönstation Wien	120.720	107.820
Tönstation Ober-Grafendorf	108.240	89.760
Tönstation Linz	22.560	26.580
Tönstation Salzburg	7.740	8.400
Tönstation Innsbruck	11.400	13.740
Tönstation Rötis	45.240	58.800
Tönstation Graz	63.120	59.520
Produktion Villach	121.230	173.460
Tönstation Villach	153.960	154.700

Abfall & Abwasser 2018-2020

Sto Ges.m.b.H.

Emissionsquelle	2018		2019		2020	
	Menge	CO ₂ e [t]	Menge	CO ₂ e [t]	Menge	CO ₂ e [t]
Abfallaufkommen gesamt	864 t	18,14	870 t	18,27	869 t	94,81
Abwasser	3.030 m ³	2,15	2.715m ³	1,92	2.658m ³	1,3

Abfall

Alle Abfälle, welche Sto entsorgt, werden an entsprechend zertifizierte, lokale Entsorgungsunternehmen übergeben. Über die weitere Entsorgungsmethode dieser Unternehmen liegen keine Informationen vor. Weder in den einzelnen Verkaufszentren, noch am Produktionsstandort in Villach gab es im Berichtszeitraum signifikante Verschmutzungen.

Sto importiert, exportiert und behandelt keine gefährlichen Abfälle und transportiert diese auch nicht selbst. Die anfallenden Mengen des gesamten gefährlichen Abfalls betragen im Durchschnitt 2,5 Tonnen pro Jahr (ÖNORM Abfallschlüssel 55502). Diese werden fachgerecht von zertifizierten österreichischen Entsorgungsunternehmen abgeholt und den gesetzlichen Bestimmungen entsprechend entsorgt.

Der Gesamtwert des Materialrücklaufs (für Recycling oder Verschrottung) entspricht einem Promillewert von 1,3 (2018), 0,9 (2019) und 1,2 (2020) bei Herstellungskosten bzw. Einkaufskosten der verkauften Ware von 52,7 Mio € (2018), 53,4 Mio €

G303-4 Wasserrückführung

G306-3 Angefallener Abfall

G306-4 Von Entsorgung umgeleiteter Abfall (Recycling)

G306-5 Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall (Verbrennung)

(2019) und 51,3 Mio € (2020). Material, welches als Sekundärrohstoff eingesetzt werden soll, wird in unserem Firmenbuchhaltungssystem SAP so ausgebucht, dass die Summe jederzeit ausgewertet werden kann. Auch die Menge an verschrotteter Ware wird in dieser Form erfasst.

Da sich das Unternehmen stets bemüht, Umweltauflagen zu erfüllen, hat es in den letzten Jahren auch keine Bußgelder/Sanktionen wegen Nichteinhalten von Umweltauflagen gegeben.

Materialwert für Rücknahmen und Entsorgung

	2018	2019	2020
Der Materialwert des zurückgenommenen Materials, das als Sekundärrohstoff eingesetzt wurde	€ 23.000	€ 15000	€ 38.000
Der Materialwert des zu verschrottenden Materials	€ 47.000	€ 31.000	€ 22.000
Der Gesamtwert des Materialrücklaufs (für Recycling oder Verschrottung)	€ 70.000	€ 46.000	€ 60.000

Es wurden im Berichtszeitraum keine gefährlichen Abfälle transportiert bzw. behandelt.

Gewicht ungefährlicher Abfälle nach Abfallart [t]

Abfallart	2018	2019	2020
Restmüll	126	126	126
Papier u. Karton (inkl. Verpackungsabfall*)	100	101	106
Biomüll	2	2	2
Bauschutt	51	63	-
Altholz	14	12	10
Kunststoffe (ausschließlich Verpackungsabfall*)	433	437	436
Metall (ausschließlich Verpackungsabfall*)	123,1	118,3	128
Kunststoffdispersionen:	10	5	1

Gewicht gefährlicher Abfälle

Altlacke und Altfarben	4	5	7
------------------------	---	---	---

*Hinweis zu Verpackungsabfällen: Diese beinhalten jene Mengen, die innerhalb Österreichs mit unseren Produkten ausgeliefert werden. Die Entsorgung erfolgt zu einem großen Teil durch unsere Kunden bei Partnerunternehmen der Interseroh.

G305-6 Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall

G306-4 Transport von gefährlichem Abfall

G301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen



Infrastruktur & Gebäude- management

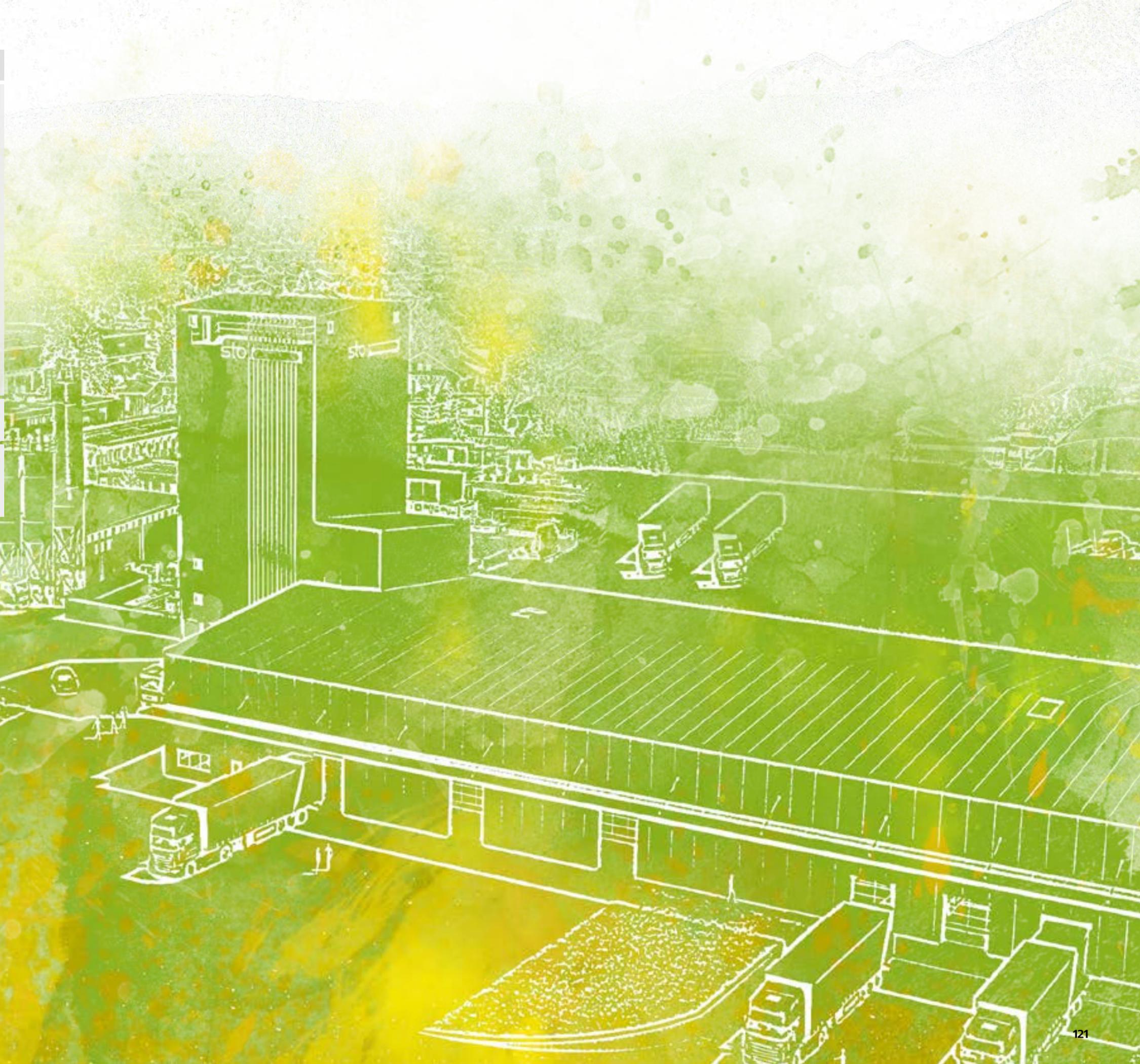
[122](#) Managementansatz zu Infrastruktur und Gebäudemanagement

[124](#) Infrastruktur und Gebäudemanagement

[125](#) Klimaforum-Interview mit Dr. Angela Köppl

[127](#) Neue Niederlassung in Serbien gegründet

[133](#) Verbesserte Liefersituation dank regionaler Produktion



Managementansatz zu Infrastruktur und Gebäudemanagement

Ab dem Sommer 2021 werden durch die Produktionserweiterung in Villach jährlich 500 Tonnen CO₂ – also 2800 LKW-Fahrten – gespart. Und das bei Gewinnoptimierung trotz laufender Gebäudeinvestitionen.

Der Businessplan beinhaltet als Kerninitiativen neben der Nachhaltigkeit auch Wachstum und Gewinnoptimierung. Dementsprechend wird ständig daran gearbeitet Transport- und Lieferwege, möglichst kurz und effizient zu machen. Seit mehreren Jahren schon wird die Infrastruktur für alle Standorte in Österreich verbessert, indem man Hallenkapazitäten erweitert und die Verkaufszentren mit neuen Tönanlagen ausstattet. Dadurch wird ein schnelleres und effizienteres Service für Kunden auch zukünftig garantiert, was sich sowohl auf das Wachstum als auch auf die Gewinnorientierung positiv auswirken wird.

Die neue Produktion in Villach trägt ebenso maßgeblich dazu bei, Lieferwege von Rohstoffen zu minimieren und dadurch einen großen Beitrag zur CO₂-Reduktion zu leisten und gleichzeitig die Kerninitiative Gewinnoptimierung positiv zu beeinflussen. KPIs zu beiden Bereichen sind im Businessplan verankert und werden regelmäßig evaluiert.

Auch mit der Gründung eines neuen Standorts in Serbien konnte eine viel engmaschigere Erreichbarkeit und Lieferfähigkeit erreicht werden, was sich bald nach der Gründung schon in positiven Zahlen widerspiegelt. Die KPIs dazu werden vom Export-Vertriebsleiter laufend überprüft.

Neue Standorte in Zagreb, Ljubljana, Salzburg und bald Innsbruck lassen sich vor allem auch die Wachstumsinitiative des Managementmodells zurückführen. All diese Standorte sind in den letzten Jahren expandiert und benötigten weitere Lager- und Verkaufskapazitäten. Dass alle neuen Gebäude nach den neuesten energieeffizienten Standards ausgeführt werden, versteht sich als Technologieführer in diesem Gebiet mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit von selbst.

Daten und Zahlen über die Heizverbräuche und Energiekosten fließen in den jährlichen CO₂-Fußabdruck hinein. Das ermöglicht auch Vergleichswerte zu Vorjahren zu erstellen, und Erfolge und Misserfolge messen zu können.

Jährliche geplante Investitionen auch bei bestehenden Standorten sichern die Werterhaltung der Gebäudesubstanzen und gleichzeitig ein ästhetisches Erscheinungsbild für unsere Kunden und Mitarbeiter.

Neue Produktionsstätte in Villach
Einblicke in den Mischturm vor der Montage der Fassade
(Bild: Marius Sabo)



Infrastruktur und Gebäudemanagement

Diverse Aktivitäten rund um die eigenen Gebäude sichern die Nachhaltigkeit bei Sto. Was wird unternommen, um selbst Heiz- und Kühlenergie zu sparen?

Energiemonitoring

Durch ein Energiemonitoringsystem der Firma EUDT werden alle Energieflüsse des Standorts in Villach aufgezeichnet und analysiert. Das Sichtbarmachen des Energiehaushalts auf einem Monitor für alle Mitarbeiter schärft das Bewusstsein der Mitarbeiter, wodurch Maßnahmen, wie das Ausschalten der Geräte am Abend, oder die bewusste Temperierung der Arbeitsräume viel selbstverständlicher geworden sind.

Sto ist Klimabündnisbetrieb

Die steigenden Treibhausgasemissionen, die Abholzung der Regenwälder und der damit verursachte Klimawandel haben Auswirkungen auf die ganze Erde. Klimaschutz erfordert lokale Initiativen und globale Zusammenschlüsse.

Das Klimabündnis ist eine globale Partnerschaft zum Schutz des Weltklimas. Es wurde 1990 in Frankfurt gegründet und verbindet mittlerweile ►

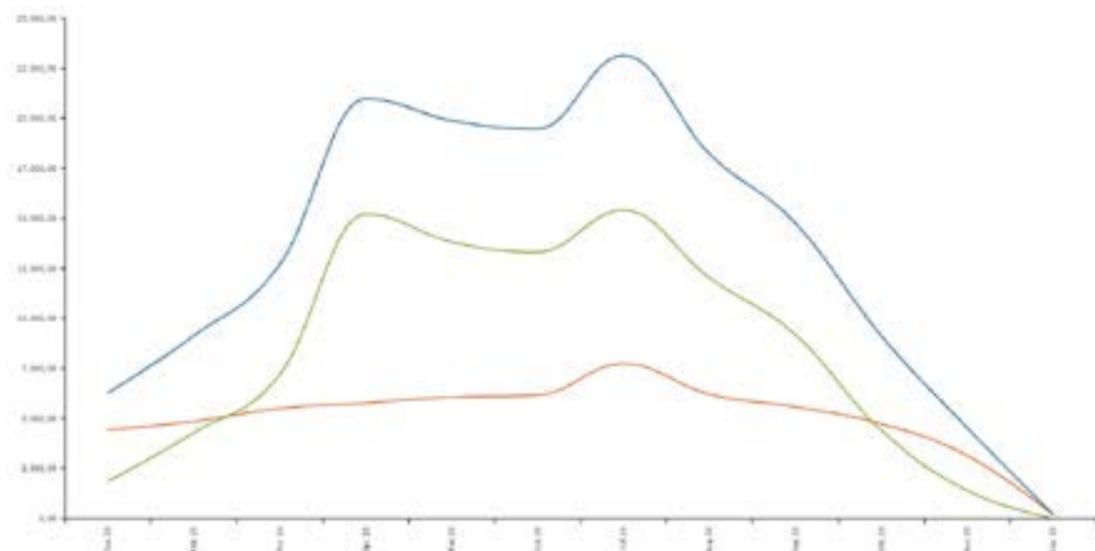
Bild rechts:
Dr. Angela Köppl
beim Vortrag
anlässlich des
**Sto-Klimaforums
2019 in Linz**
„Gebäude sind wichtig
für eine effektive
Klimapolitik.“

**Intros mit Interviews
zum Sto-Klimaforum**
QR-Code scannen und
[Video](#) ansehen.



**Stromerzeugung
durch die PV-Anlage
in Villach 2020**
Angaben in
Kilowattstunden [kWh]

■ Stromerzeugung
mittels Photovoltaik
■ Eingespeicherter Strom
aus Photovoltaik
■ Eigenverbraucher
Strom aus
Photovoltaik



Klimaforum- Interview mit Dr. Angela Köppl

Wichtige ökonomische For- schung zur Klimafrage

Am Wirtschaftsforschungsinstitut WIFO in Wien findet Dr. Angelika Köppl Antworten auf die wichtigsten Fragen zum Klimaschutz sowie der Restrukturierung der Energiesysteme. Was sind die passenden ökonomischen Instrumente für eine zeitgemäße Klimapolitik? Wie wichtig sind Ökosteuern und der Emissionshandel innerhalb Österreichs und der EU?

Frau Doktor Köppl, welche neue Rollen spielen Gebäude heute?

„Der Energieverbrauch für Raumwärme und Kühlung macht über ein Viertel der österreichischen Energienachfrage aus. Das allein gibt schon einen Hinweis darauf, wie wichtig Gebäude für eine effektive Klimapolitik sind. Zur sehr wichtigen Rolle von thermisch effizienten Gebäudehüllen kommt aber noch etwas dazu: Man will Gebäude stärker in Energiesysteme integrieren. Das bedeutet, dass Gebäude nicht mehr einfach Energie-Konsumenten sind, sondern auch selbst Energie bereitstellen, z. B. durch Photovoltaik oder durch Wärmepumpen. Wenn man diese zusätzlich mit Speichertechnologien kombiniert, tragen sie zudem zum Lastausgleich im Wärme- und Elektrizitätsnetzwerk bei.“

Wenn man noch ein Stück weitergeht und Gebäude nicht als Einzelobjekte betrachtet, sondern als vernetzte Gebäude innerhalb einer Nachbarschaft, kann man auch zusätzlich das Potenzial von direktem Energieaustausch zwischen Gebäuden lukrieren. Das heißt, dass man die in einem Gebäude anfallende Abwärme direkt für die Wärmebereitstellung in einem anderen Gebäude verwendet. Somit ist das Gebäude nicht mehr ein einfaches abgeschlossenes Objekt, sondern tritt in Interaktion mit anderen Bereichen.“

Infrastruktur und Gebäudemanagement (Fortsetzung)

über 1.700 Gemeinden & Städte in 26 europäischen Staaten mit indigenen Völkern Südamerikas. Im Rahmen dieser Partnerschaft unterstützt das Klimabündnis Österreich seit 1993 indigene Völker am Oberen Rio Negro, im äußersten Nordwesten Brasiliens. Das Klimabündnis Österreich ist mit acht Regionalstellen in jedem Bundesland aktiv.

Firmen, die Partner des Klimabündnisses Österreich sind, bekennen sich zu dem gemeinsamen Ziel, klimaschädliche Treibhausgasemissionen in Europa durch Umsetzung lokaler Klimaschutzmaßnahmen zu reduzieren.

Bereits seit 2004 sind alle acht Sto-Standorte in Österreich Klimabündnis-zertifiziert. In regelmäßigen Abständen müssen sich alle Niederlassungen einer neuerlichen Überprüfung unterziehen, um die Mitgliedschaft zu erneuern.

2019 wurden Klimachecks von den Klimabündnis Betriebsberatern an drei Standorten (Wien, Niederösterreich und Oberösterreich) vollzogen und die Ergebnisse in den Bereichen Energie, Mobilität, Motivation der Mitarbeiter sowie Klimagerechtigkeit analysiert. Auf Basis der CO₂- und Energiebilanz des Energiechecks wurden für jeden Standort individuelle Maßnahmenkataloge gemeinsam mit den Teams erstellt, die bis zur nächsten Evaluierung umgesetzt werden müssen.

ISO 50001 Zertifizierung

Energiemanagementsysteme gelten als wirksame Instrumente zur nachhaltigen Steigerung der

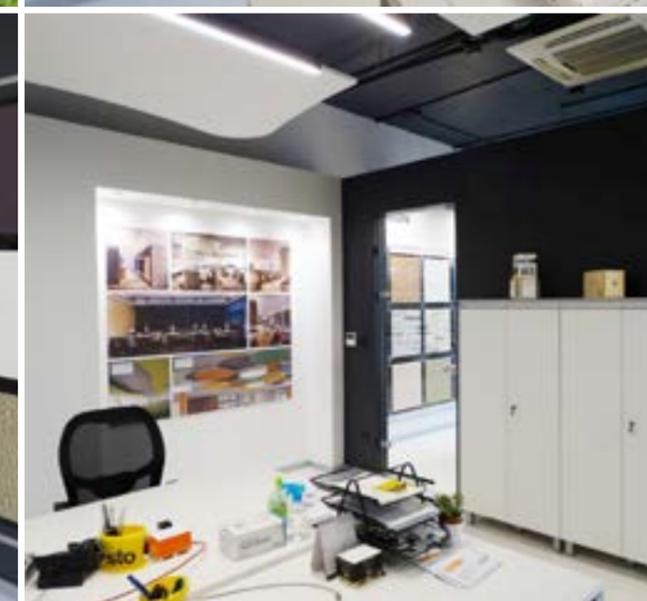
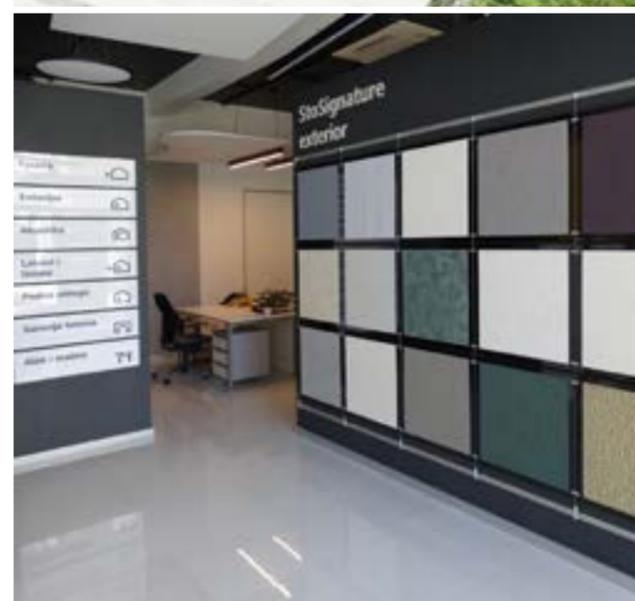
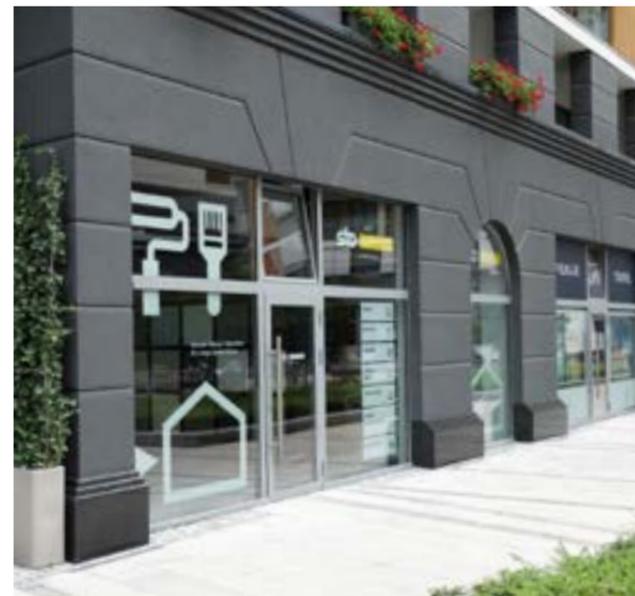
Energieeffizienz und senken Verbrauch, CO₂-Ausstoß und Kosten in einem Unternehmen. Die Sto GmbH erhielt im November 2019 das Energiemanagement-Zertifikat nach ISO 50001. Die Einführung des Systems ist Teil der StoClimate Strategie: Die Energiesituation im Unternehmen wird laufend evaluiert und verbessert und die Energieeffizienz damit gesteigert.

Bei einem sogenannten „Rezertifizierungsaudit“ des gesamten Sto-Konzerns konnte die Sto GmbH in allen geforderten Bereichen überzeugen und damit das Zertifikat erhalten. Die Sto Ges.m.b.H. schließt sich damit der Matrixzertifizierung des Sto-Konzerns, der Sto SE, an, wo bereits viele Sto-Gesellschaften erfolgreich integriert sind. Das Zertifikat ▶



Verlängerung als Klimabündnisbetrieb für weiter 8 Jahre
 Drei Verkaufszentren in Österreich wurden 2019 reevaluiert

Klimacheck am Standort Linz
 v.l.n.r.: Ing. Mag. Ronald Wipplinger vom Klimabündnis Oberösterreich und Ronald Gruber, Wolfgang Heinz, Martin Pernsteiner (alle drei Sto Ges.m.b.H)



Neue Niederlassung in Serbien gegründet

Gründung bereits im Juli 2019

Nachdem Serbien über fast zwei Jahrzehnte mittels Handelspartner mit Sto-Produkten im Objektgeschäft versorgt wurde, geht man nun für diesen Bereich der Verkaufsregion Südeuropa neue Wege. Architektin Jelena Cuturilo wurde als Niederlassungsleiterin für das Geschäft in dem fast 7 Mio. Einwohner zählenden Land bestätigt. Die Sto-Geschicke werden von nun an nicht mehr von Novi Sad aus, sondern direkt von der Hauptstadt Belgrad gelenkt. Serbien gilt nach wie vor als Beitrittskandidat der Europäischen Union und grenzt als Binnenland an acht weitere Länder.

Neues Verkaufsbüro in Belgrad

Im Juli 2019 eröffnete das neue Sto-Verkaufsbüro in Belgrad. Damit können nun auch Zielgruppen in Serbien vor Ort beraten und bedient werden.

Schauraum für Architekten

Eine riesige Auswahl an Mustern steht direkt vor Ort zur Verfügung, so dass Interessierte, von privat bis professionell, sich ein Bild von der Qualität der Sto-Produkte machen können.

Auch kompetente technische Beratung, die Unterstützung bei der Erstellung von Ausschreibungen für Architekten und die Ausarbeitung von inspirierenden Design-Vorschlägen finden sich im Portfolio des Serviceangebots von Sto in Belgrad.

Der Schauraum befindet sich in bester Lage in einem zentralen Gebäudekomplex, der eine Mischform aus Einkaufszentrum, Handel, Büros und luxuriösen Wohnungen bildet. Damit sieht sich Sto ideal an der kaufentscheidenden Zielgruppe positioniert. Die auffällige Fassade als auch die kontrastreichen Innenräume sind für Architekten und private Investoren als auch als Bürostandort ideal angelegt.

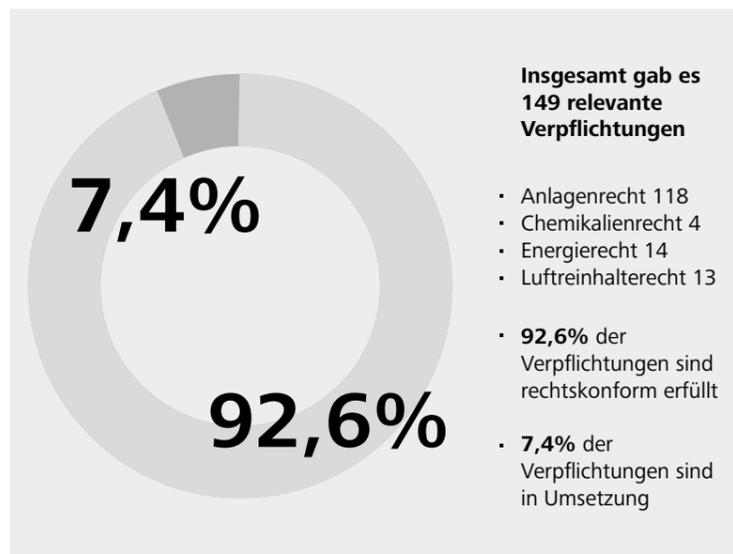


Infrastruktur und Gebäudemanagement (Fortsetzung)

hat den Geltungsbereich Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Wärmedämmverbundsystemen, Putzen, Farben, dekorativen Beschichtungen, Akustiksystemen, Betoninstandsetzung und Bodenbeschichtungen - es deckt somit praktisch das gesamte Portfolio von Sto ab.

Neben der Sto-Zentrale, dem Verkaufszentrum und der Produktion im Firmensitz Villach sind sieben weitere Standorte zertifiziert worden: Feldkirch, Innsbruck, Salzburg, Linz, Obergrafendorf, Graz und Wien.

Für die ISO 50001 Zertifizierung sind 149 relevante Verpflichtungen aus den Bereichen Anlagenrecht, Chemikalienrecht, Energierecht und Luftreinheitsrecht zu erfüllen. 92,6% wurden dabei bereits rechtskonform erfüllt, 7,4 % sind in Arbeit.



Infrastruktur- und Gebäudeinvestitionen

Im Schnitt werden jährlich €150.000,- in Erhaltung, Instandsetzung und Erneuerung der Sto-Gebäude investiert. Überprüfungen des Altbestandes durch die Erstellung von Energieausweisen helfen, Schwachstellen und Energiebrücken zu identifizieren, um diese schrittweise nach den neuesten Standards zu sanieren.

Mit dem stetigen Wachstum der Firma geraten mit der Zeit auch einige Standorte an ihre Limits an Platz und Lagerkapazitäten. Seit 2018 arbeiten Verantwortliche bereits an neuen Raum- und Gebäudelösungen für die Standorte Zagreb, Laibach, Salzburg und Innsbruck. Für all diese ►

Überblick über Verpflichtungen und deren Erfüllung für die ISO 50001 - Zertifizierung
Alle acht Standorte der Sto Ges.m.b.H. in Österreich sind in die Betrachtung miteinbezogen.

Bild rechts:
9,8 Mio. Euro werden in eine regionale Produktionsanlage investiert
Die Investition sichert den Standort Villach auf viele Jahre hin ab..



Infrastruktur und Gebäudemanagement (Fortsetzung)

Standorte wurde eine Sanierung und Erweiterung der alten Gebäudebestände als nicht mehr wirtschaftlich erachtet, wodurch intensiv neue Standorte gesucht und 2019 und 2020 gefunden wurden.

Neues VerkaufsCenter in Zagreb, Kroatien

Das neue Verkaufscenter in Zagreb mit Lager und Logistik wurde Ende 2020 fertiggestellt und am 19. Feber 2021 für Kunden geöffnet.

Umsatz der Sto Ges.m.b.H. in Kroatien

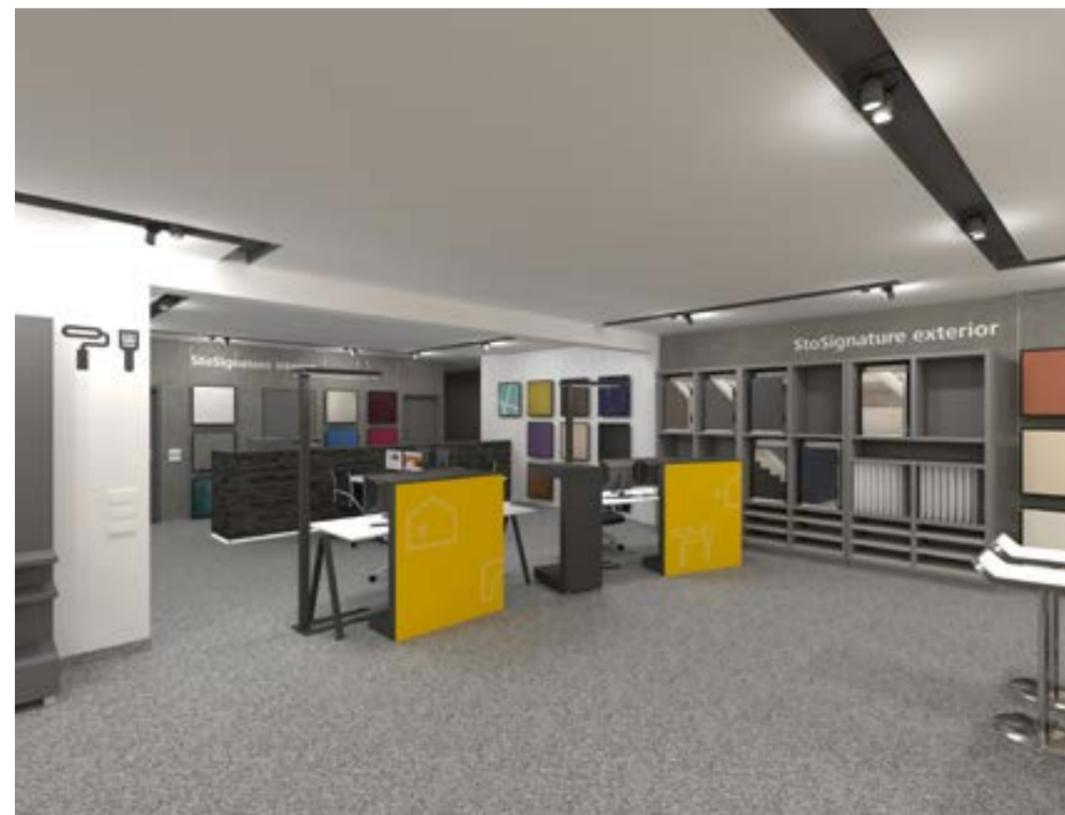
2018	5.405.000 €
2019	7.143.000 €
2020	6.705.000 €

Für die Sto Mitarbeiter in Zagreb wird ab 2021 erstmals die technische Beratung und der Verkauf mitsamt Lagerabholung im neuen Verkaufscenter unter einem Dach sein. Bis dato waren diese Funktionen räumlich getrennt, was zu erheblichem logistischen Mehraufwand führte.

Der neue Sto- Standort in Zagreb ist eine logische Antwort auf die erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung dieses Verkaufsgebiets und stellt eine zusätzliche Motivation für die Mitarbeiter vor Ort dar. Im neuen modernen Schauraum können in Zukunft Kunden nun wesentlich besser und professioneller empfangen und beraten werden. Die Gestaltung und Ausstattung des neuen VerkaufsCenters ermöglicht zudem einen guten Überblick über das Produktsortiment in Form von Musterwänden, und Schauwänden. Im neuen



Team Kroatien freut sich über das neue Gebäude
Das Sto VerkaufsCenter Zagreb wurde im Dezember 2020 in Betrieb genommen.



Neues VerkaufsCenter in Salzburg
Im Geschäftsjahr 2020 wurde mit der Planung des VerkaufsCenters begonnen. Der Einzug ist für Oktober 2021 geplant.

Schulungsraum können ab sofort auch Technischulungen und Trainings für Kunden und Partner angeboten werden.

Erwerb und Umbau eines neuen Verkaufscenters in Ljubljana

2020 wurde es auch für die Mitarbeiter in dem Sto Verkaufscenter Ljubljana ernst. Nach langer Suche nach einer passenden Immobilie konnte im August 2020 endlich ein neues Verkaufscenter in Grosplje, einem Vorort der slowenischen Hauptstadt gefunden werden. Für das ehemalige Autohaus, das die ideale Größe, Aufteilung und Erreichbarkeit hat, wurden gleich entsprechende Umbaupläne und Adaptierungspläne erstellt und gemeinsam mit dem Team vor Ort diskutiert, angepasst und umgesetzt.

140m² Schauraum und Verkaufsfläche erwarten seit dem Umzug im Februar 2021 die Kunden, ausgestattet mit Musterwänden und einer Materialbibliothek. Erstmals verfügt das Verkaufscenter in Slowenien nun auch über eine eigene Tönstation und über 350 m² Lagerhalle, wodurch Kunden noch schneller und flexibler bedient werden können.

Vertragsunterzeichnung und Einreichung für ein neues Verkaufscenter in Salzburg

Für das Verkaufscenter Salzburg wurden in einer längeren Planungsphase die Optionen Sanierung

und Ausbau vs. Neubau gut abgewogen. Der bisherige Standort in Wals kam trotz dem Charakter und Charme eines in die Jahre gekommenen Industriegebäudes räumlich stark an seine Grenzen. Im Frühjahr 2020 wurde schließlich für einen Neubau entschieden, nachdem ein neuer Standort gefunden wurde, der auf die Sto-Bedürfnisse zugeschnitten, von einem Architekturbüro in Salzburg geplant wurde. Die Einreichung für den neuen Standort in Bergheim erfolgte im August 2020.

Das neue Verkaufscenter, das im November 2021 bezugsfertig sein wird, besteht aus einem zweigeschossigen Bürogebäude mit 80m² Schauraum und Verkaufsfläche, sowie Büros, Besprechungsräumen und einer modernen Tönerei. Das angrenzende Lager umfasst über 1.400m² Lagerfläche, wodurch das Verkaufsteam in Salzburg mit dem neuen Standort Potenziale und Ziele leichter umsetzen wird können. Wie in den anderen neuen Standorten wird die neue Ausstattung Schulungs- und Besprechungsräume für Kunden, sowie einen erlebnisreichen Schauraum beinhalten.

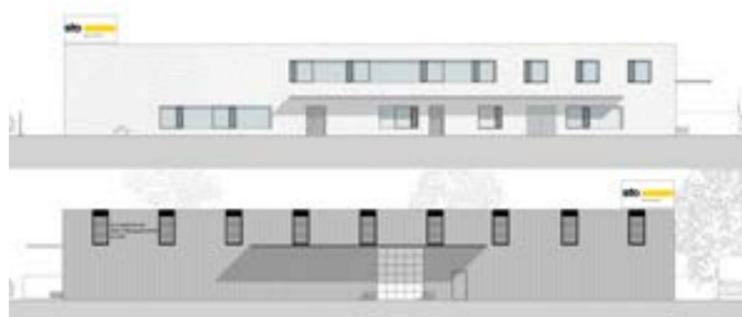
Positiver Vorstandsbeschluss und Vertragsunterzeichnung für ein neues Verkaufscenter in Innsbruck

Das Verkaufsgebiet Tirol ist in den letzten Jahren wirtschaftlich stark gewachsen, was den Standort, nahe dem Zentrum in Innsbruck, zu einem stark frequentierten und pulsierenden Verkaufscenter gemacht hat. Vor allem die begrenzten ▶

Infrastruktur und Gebäudemanagement (Fortsetzung)

Lagerkapazitäten am derzeitigen Standort waren der Grund für die Entscheidung des Vorstandes, dass auch Tirol ein neues Verkaufszentrum erhalten wird, um für zukünftige neue Herausforderungen gerüstet zu sein.

Konzept und Pläne für ein neues Raum- und Lagerkonzept wurden 2020 bereits ausgearbeitet, sowie die Verträge abgeschlossen. 2021 soll das Projekt eingereicht und mit dem Bau begonnen werden.



Ansichten des neuen Sto Verkaufszentrums in Hall, Tirol

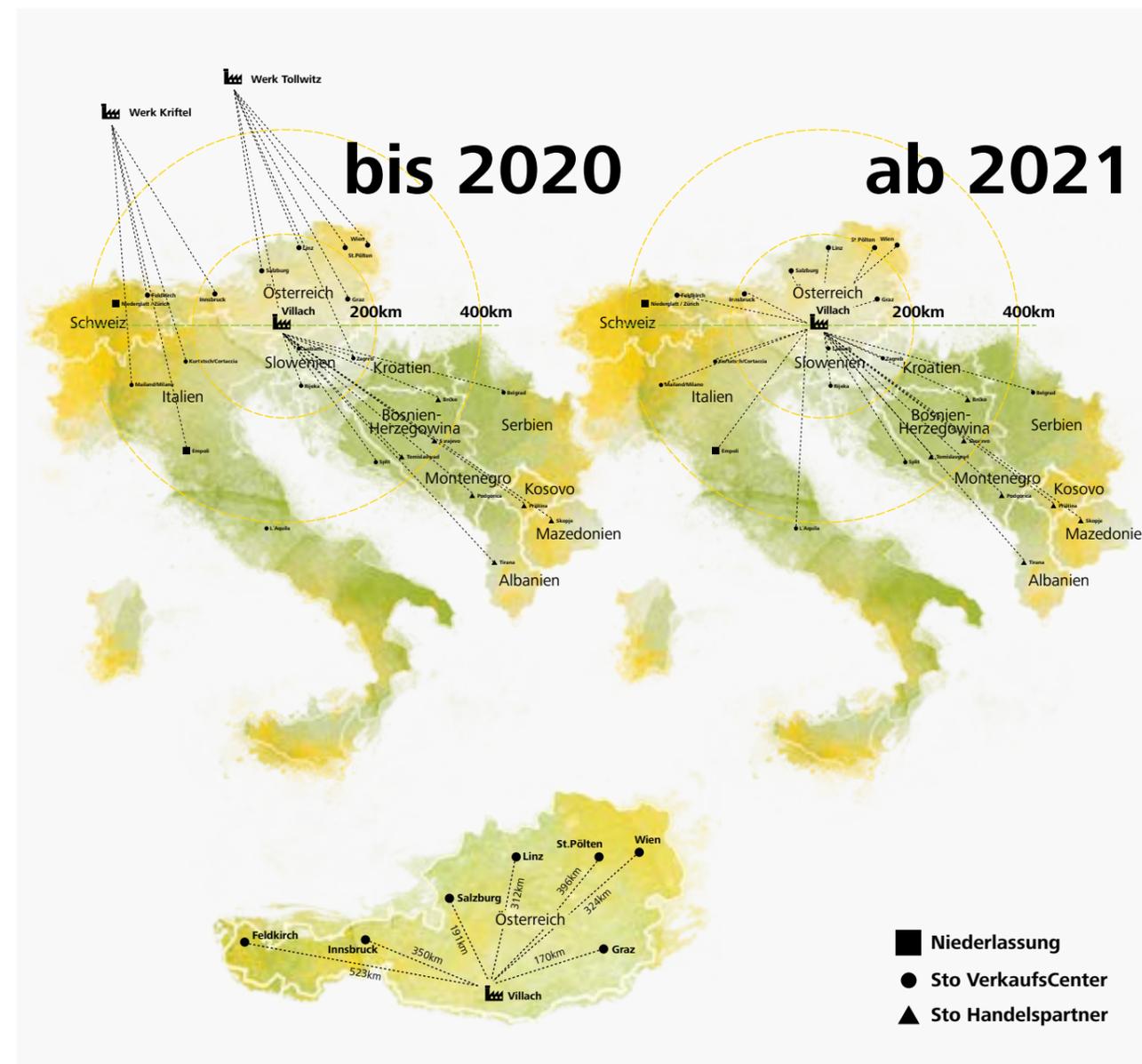
Die Lagerkapazitäten am Standort Valiergasse in Innsbruck sind begrenzt. Daher muss neu gebaut werden.

Bild rechts: **Liefersituation vor und nach Beginn der Produktion in Villach**
 Bis zur Inbetriebnahme sind Lieferstrecken über 700 km keine Seltenheit.

Produzierte Produkte aus Villach

Seit 2008	Ab 2021
StoArmat Classic Plus	StoLevel Uni
Armierungspitze	StoLevel Duo
StoPrefa Armat	StoLevel Novo
StoColl RC	StoColl Mineral HP
StoLevel In XXL	
Stolit K / R / MP	
StoSilco K / R / MP	
Sto-Ispolit K	

Ab dem Sommer 2021 werden jährlich 35.000 Tonnen pulverförmiger Klebe- und Armierungsmörtel produziert.



Verbesserte Liefersituation dank regionaler Produktion

80% des österreichischen Bedarfs gedeckt

Durch die Verlagerung der Produktion von der deutschen Zentrale nach Villach wird ein wesentlicher Teil des Sto-Produktportfolios in Österreich erweitert, wodurch auch die Region wirtschaftlich gestärkt wird. Mit der Umsetzung dieses langfristigen strategischen Bauprojekts werden 80 % des gesamten Sto-Produktsortiments in Österreich produziert. Gleichzeitig kann so die Versorgungssicherheit der Kunden gewährleistet werden.

80% der Rohstoffe im Umkreis von 12 km vorhanden

Durch die optimale Lage im Umfeld des Hauptsitzes Villach in Südösterreich ergeben sich kurze Lieferwege für Rohstoffe aus den alpinen Seitentälern in das Villacher Becken.

2800 LKW-Ladungen und 500 Tonnen CO₂ jährlich gespart

Durch die verkürzte, regionale Lieferkette können Produktionsökonomie und Ökologie optimiert werden. Und das bereits ab Juni 2021.

Ressourcensparende Produktion dank Photovoltaik-Dachanlage

Die gesamte Dachfläche der neuen Produktionsanlage wird für Solarkollektoren genutzt, die jährlich 200.000 kWh produzieren. Damit kann nahezu die Hälfte des gesamten Stromverbrauchs der Produktionsanlage abgedeckt werden.

Bereits jetzt wird am Standort Villach mit Photovoltaik ein großer Teil der notwendigen Energie mit einer Photovoltaik-Anlage produziert.

StoClimate Produktionsstrategie

Die neue Produktionsanlage unterstreicht den „StoClimate“-Gedanken und ist somit wesentlicher Bestandteil der Sto-Strategie für die Zukunft.

Regionale Rohstoffe, kombiniert mit einer kompakten, durchdachten Lieferkette sowie einem modernen Logistikcenter und Zentrallager, machen die gesamte Produktion in Zukunft leistungsfähiger und schlagkräftiger. So wird auch das Sto-Kundenservice effizienter. Kurze Wege bedeuten auch weniger Energieaufwand, was die Produkte insgesamt nachhaltiger macht.

Neben der flächendeckenden Belieferung Österreichs kann von hier aus auch die für das Unternehmen wirtschaftlich wichtige Region Südeuropa ideal bedient werden.



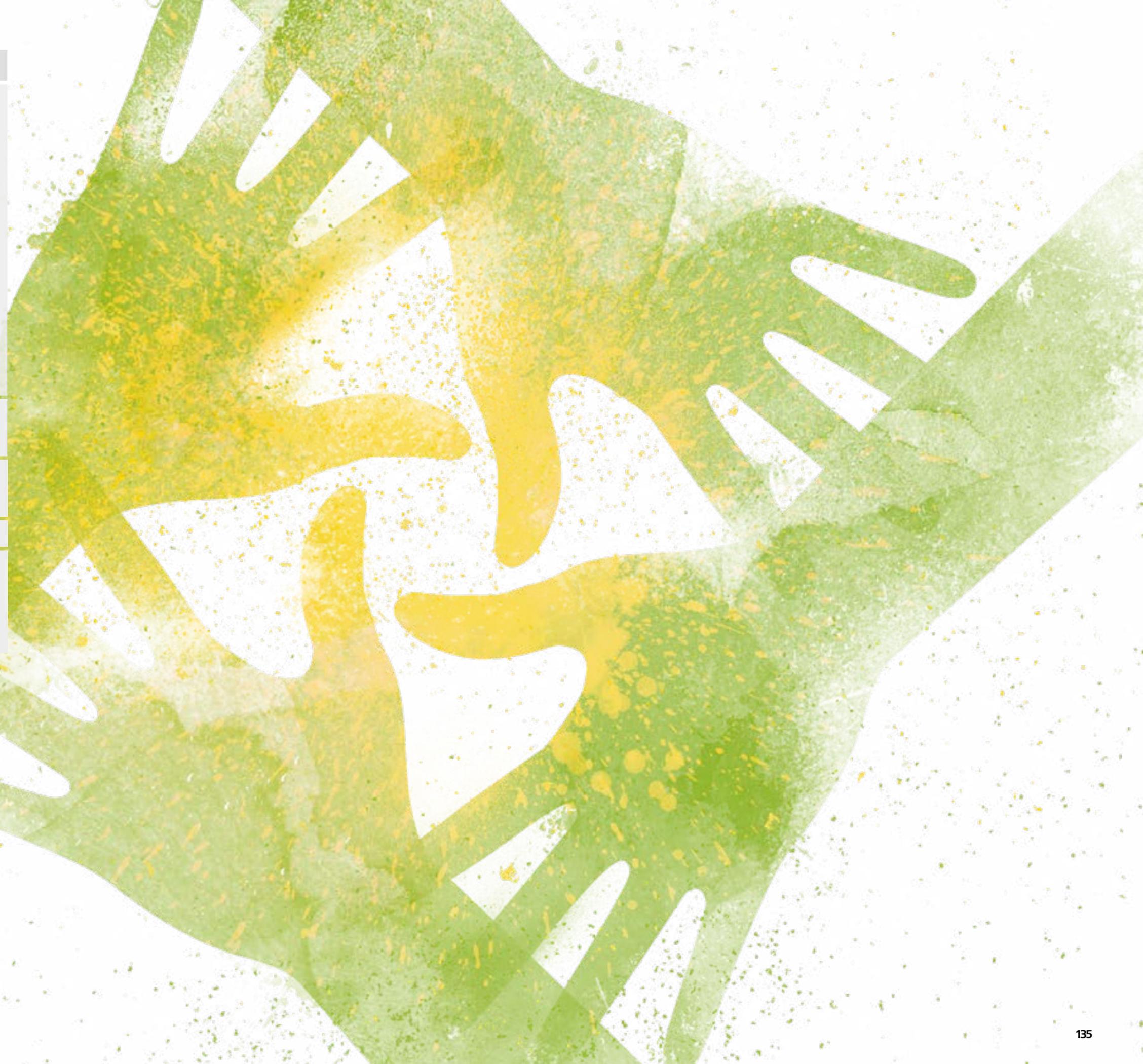
Soziale Verantwortung

[136](#) Managementansatz zur sozialen Verantwortung
[137](#) Klimaforum-Interview mit Mag. Dr. Johannes Vergeiner

[138](#) Wohlbefinden am Arbeitsplatz
[140](#) Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung
[142](#) Wertschätzung für Mitarbeiter

[143](#) Die Markenwerte von Sto

[144](#) Das Sto-Mitarbeiterforum fördert den Austausch
[146](#) Wertschätzung der Mitarbeiter
[148](#) Gesellschaftliche Verantwortung
[152](#) Klimaforum-Interview mit Mag. Marcus Wadsak
[154](#) Die Sto-Stiftung
[156](#) Soziale Verantwortung für die Umwelt



Managementansatz zur sozialen Verantwortung

Die soziale Verantwortung ist ein wesentlicher Teil der gesamten Nachhaltigkeitsstrategie, und darum auch eine Kerninitiative im gesamten Businessplan. Der gesamte Bereich der „Sozialen Verantwortung“ gliedert sich weiter in Aktivitäten für die einzelnen Stakeholder, Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt.

Im Bereich Arbeitgeberattraktivität und Employer-branding werden die Erwartungen und KPIs in der Strategie definiert. Sie beruhen einerseits auf der Fluktuationsrate, die jährlich überprüft und ausgewertet wird, andererseits auf der Weiterempfehlungsrate als guter Arbeitgeber. Dieser Wert wird im Rahmen der Mitarbeiterbefragungen evaluiert, die regelmäßig alle zwei bis drei Jahre durchgeführt werden. Diese geben außerdem noch andere wertvolle Einblicke in den Zufriedenheitsgrad der Mitarbeiter. Die Ergebnisse der letzten Umfrage 2019 wurden in allen Kategorien sorgfältig ausgewertet und Maßnahmen daraus abgeleitet. Diese Phase nach dem Mitarbeiterfeedback Prozesse, Abläufe, und personelle Bedürfnisse zu verbessern und zu verändern, dauert in der Regel ein bis zwei Jahre, da diese oft auch umfangreiche Projekte mit sich ziehen.

Zusätzlich dienen die verpflichtenden Mitarbeitergespräche zur Evaluierung von Bedürfnissen und neuen Ideen von Mitarbeitern. Auch das Mitarbeiterforum ist hierbei ein wichtiger Kanal für alle Mitarbeiter, um Beschwerden, Sorgen oder auch nur Anregungen auf Augenhöhe zu kommunizieren.

Im Bereichen „Soziale Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt“ werden keine zahlenbasierten KPIs hinterlegt. Ob und wie diese Leistungen des Unternehmens von außen wahrgenommen werden, wird oft von neuen Mitarbeitern und bei Kundengesprächen in Erfahrung gebracht, sowie an Feedback von Organisationen, die im Nachhaltigkeitsbereich tätig sind, wie „RespACT“ und „Verantwortung Zeigen!“ mit samt ihren

Netzwerken, die wiederum viele andere Unternehmen beinhalten.

Es werden alle Pressemeldungen gescreent, um am Ende des Jahres eine Auswertung der veröffentlichten Sto Presse-Nachrichten machen zu können. Diese Anzahl, sowie die Inhalte, geben ebenfalls Einblicke über die Außenwahrnehmung von Sto. Nach jeder Veranstaltung, wie zum Beispiel die Klimaforen, erhält die Zentrale in Villach das Feedback über die Außendienstmitarbeiter, die ihre Kunden dazu befragen. Automatisiertes Einholen von Kundenfeedback nach Veranstaltungen ist in Form von Leadmanagement mit dem Einführen des neuen CRM-Programms Salesforce ab 2022 geplant.

G103-3 Prüfung des Managementansatzes

G102-12 Externe Initiativen

HelpingHands@sto
Mitarbeiter unterstützen wohlthätige Projekte



Klimaforum-Interview mit Mag. Dr. Johannes Vergeiner

Der Leiter der Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik (ZAMG) in Innsbruck spricht über die Auswirkungen des Klimawandels in der alpinen Region.

Welche Auswirkungen sehen Sie für unsere alpine Region durch den Klimawandel? Welche Auswirkungen gibt es generell auf die aktuelle Wetterlage durch den Klimawandel?

Da gibt es zwei Aspekte, die in diesem Bereich wichtig sind: Da ist einmal der globale Aspekt, also was tut sich auf der Erde. Hier müssen wir bereits jetzt eine Erwärmung von 1°C feststellen, und zwar seit Beginn der Industrialisierung, vom Menschen gemacht. Das wird, so sagen es uns die Klimamodelle, in den nächsten Jahrzehnten noch sehr stark zunehmen. Das kann zu Problemen führen, die natürlich auch unseren Alpenraum betreffen, da wir ja eine globalisierte Welt sind. Für den Alpenraum speziell kann man sagen: Wir haben schon eine Erwärmung von 2 °C, also doppelt so viel wie global!

Beim zweiten wichtigen Parameter, dem Niederschlag, sind wir in einer Übergangsregion zwischen trockeneren Gebieten am Mittelmeer und feuchteren Regionen im Norden. Da tut sich also bei uns nicht sehr viel. Die Auswirkungen sind im Prinzip vielfältig. Es gibt aber auch positive Auswirkungen, die man auch einmal erwähnen sollte: Weniger kalte Winter bedeutet, man muss weniger heizen, was weniger schlechte Luft zur Folge hat. Viele Auswirkungen sind natürlich problematisch, vor allem im Bereich Naturgefahren, z. B. Hochwasser, Muren oder Steinschläge, wenn im Frühjahr tiefgefrorene Permafrost-Gebiete auftauen. Probleme in der Landwirtschaft gibt es ebenso, wenn etwa nicht heimische Schädlinge oder zunehmende Dürren, aber auch intensivere Niederschläge den Erträgen zusetzen.

Man könnte noch den Hitzestress im Sommer anführen. Insgesamt sind die Veränderungen im Alpenraum verkraftbar in dem Sinne, dass wir einfach infrastrukturelle Möglichkeiten haben, die andere Staaten, andere Gesellschaften und Länder nicht haben. Und es ist vielleicht auch eine Frage der Solidarität, uns zu überlegen, was man tun und ändern möchte. In dem Sinn sind alle Menschen, Gesellschaften, Firmen und alle Wirtschaftszweige, die etwas Nachhaltiges machen, Vorreiter und ein positives Beispiel, dem man folgen sollte.

Intros mit Interviews zum Sto-Klimaforum QR-Code scannen und Video ansehen.



Johannes Vergeiner im Interview
„Viele Auswirkungen [des Klimawandels] sind problematisch.“



Wohlbefinden am Arbeitsplatz

Uns bei Sto ist bewusst das die wichtigste Ressource unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind. Deswegen liegt uns das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter am Herzen.

Was macht einen Arbeitsplatz attraktiv? Neben einer gesunden Work-Life-Balance, also der Vereinbarkeit von beruflichen und privaten Interessen, sind Werte wie Kollegialität, Respekt und Chancen auf Aufstieg und Weiterbildung wichtige Kriterien.

Um dieses Wohlfühlklima zu erreichen, sind, laut dem Nachhaltigkeitskompass, Maßnahmen aus dem ökonomischen und sozialen Bereich ebenso wichtig, wie auch Rahmenbedingungen für ein gesundes und harmonisches Arbeitsumfeld. Vor allem die Mitarbeiter in der zentralen

Verwaltung und im Innendienst halten sich 80 % des Tages in Büroräumen auf. Eine ansprechende Farbgestaltung, sowie hochwertige Büromöbel gehören zum Standard von Sto. Nicht zuletzt wegen der fachlichen Farbgestaltungs kompetenz im eigenen Haus, wird vor allem auf die farbpsychologische Gestaltung der Büroräume großen Wert gelegt. Die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter werden dabei stets aufgenommen und soweit wie möglich umgesetzt.

Auch Grünpflanzen und Bilder können nach den jeweiligen Wünschen der Mitarbeiter auf

Obstkorb beim Empfang
Neben Kaffee und Kaltgetränken erhält jeder Mitarbeiter auch täglich kostenlos frisches Obst und Gemüse regionalen und saisonalen Ursprungs.



Firmenkosten gekauft werden, um die Arbeitsplätze harmonisch zu gestalten.

Jährlich werden Büroräume, Seminarräume und Schauräume in ganz Österreich saniert und den modernen Anforderungen entsprechend ausgestattet.

Für gesunde Snacks und Getränke sorgen die Obst- und Gemüsekörbe, die in allen Verkaufszentren den Mitarbeitern zur Verfügung stehen. Ebenso gibt es für alle gratis Getränke wie Mineralwasser, Säfte, Tees und Kaffee. Damit möchte man auch die Kommunikationskultur innerhalb der Firma fördern, denn informelle Treffen und kleinere Pausen an den Kaffeetheken sind wichtig für den Informationsaustausch und ein gutes Betriebsklima.

Immer gut informiert

Gut informiert zu sein fördert das „Wir-Gefühl“ im Unternehmen und ist eine Grundvoraussetzung für alle Mitarbeiter, um sich in einer Firma integriert zu fühlen. Mangelnde Transparenz sorgt für Gerüchte und Fehlinformationen, die zu einer Unbehaglichkeit für alle Arbeitnehmer führt.

Die Geschäftsführung und der Führungskreis haben die Wichtigkeit der internen Kommunikation erkannt und arbeiten permanent daran, diese noch weiter zu verbessern. Es gilt dabei der Grundsatz, alle wichtigen Informationen immer schnell und direkt an die Mitarbeiter zu vermitteln.

Ein wichtiges unterstützendes Tool dabei ist das

konzernweite „StoInside“ (Intranet), zu dem jeder Mitarbeiter Zugang hat. Alle Mitarbeiter erhalten dadurch Zugang zu allen Informationen (auch Informationen des Mutterkonzerns bzw. anderer internationaler Tochterunternehmen). Uneingeschränkte Zugangsrechte setzen voraus, dass das Unternehmen jedem Mitarbeiter zu vertrauen, Informationen und Daten vertraulich zu behandeln. Zu den Inhalten dieses Mitarbeiterportals zählen nicht nur technische und wirtschaftliche Informationen, sondern auch Bilder und Berichte über Feiern, Veranstaltungen, Schulungen und Jubiläen. Zudem wurde ein konzernweiter Marktplatz integriert, in dem Mitarbeiter Dinge anbieten, tauschen oder kaufen können.

Wichtige und aktuelle Unternehmensinhalte werden bei regelmäßigen Teambesprechungen, Tagungen, Klausuren, Schulungen und Veranstaltungen übermittelt. Laufende Abteilungs- bzw. Projektbesprechungen sorgen für den notwendigen fachlichen Informationsaustausch auf kurzem Wege. Bundesländerübergreifende Meetings und konzernweite Abstimmungen werden zunehmend mit Videokonferenzsystemen und WebEx abgehalten, um neben wertvollen Zeitressourcen vor allem den CO₂-Ausstoß einzusparen, der bei Dienstreisen verursacht wird.

Österreichweite Tagungen mit unterschiedlichen Fachbereichen werden von der Unternehmensführung auch als Motivationsfaktor gesehen und speziell gefördert. Neben der notwendigen Abstimmung zwischen den Mitarbeitern aus den Bundesländern und der Zentrale, werden diese Treffen von den Mitarbeitern auch zum internen

Austausch und Netzwerken hoch geschätzt. Ein abgestimmtes und sorgfältig ausgewähltes Rahmenprogramm für alle Veranstaltungen sorgen für gute Stimmung und Atmosphäre in der Belegschaft.

In fünf Führungskreism Meetings jährlich erarbeiten die Führungskräfte den gesamten operativen Aktionsplan des Unternehmens. Grundlage und Richtlinien dafür stellen die „Grundsätze für Zusammenarbeit und Führung der Sto-Gruppe“ dar.

Zusammenarbeit und Führung

Auch die Art und Weise wie Führungspersonen mit ihren Mitarbeitern umgehen und welche Kultur der Zusammenarbeit gepflegt wird, ist ein wichtiger Faktor für das Wohlbefinden im Unternehmen.

Die Führung und der Umgang mit unseren Mitarbeitern ist in den „Grundsätzen für Zusammenarbeit und Führung“ festgeschrieben und orientiert sich an den unveränderbaren Grundwerten für menschliche Verhaltensnormen. Ehrlichkeit, Ethik, Würde und Loyalität bestimmen den Führungs-, Umgangs- und Lebensstil im Unternehmen. Dass diese Werte erst dann zur Realität werden, wenn sie von allen Mitarbeitern gelebt werden, ist damit nicht nur eine Botschaft, sondern Verpflichtung für alle. Eine „menschliche“ Unternehmenskultur ist das Ergebnis.

Für alle Führungskräfte gilt demnach, dass sie sich nach den von der Firma festgelegten Richtlinien und Werten verhalten müssen.

Sie fördern die Mitarbeiter, selbstverantwortlich zu agieren. Ziele werden realistisch und greifbar formuliert und mit genauen Ressourcen hinterlegt, um sie nach nachvollziehbaren Maßstäben messbar zu machen. Um eine hohe Umsetzungswahrscheinlichkeit zu erreichen, sind klare Zielvereinbarungen mit realistischen Prioritäten und eine Fokussierung auf die wirklich bedeutenden Themen wichtig.

Wichtige Grundlage für gute Zusammenarbeit ist gegenseitiger Respekt. Anerkennung zu zeigen gehört ebenso dazu wie andere Wahrnehmungen und Ansichten zu akzeptieren, auch wenn man anderer Meinung ist. Steigende Marktanforderungen machen es notwendig, möglichst viel Know-how und Erfahrung der qualifizierten Mitarbeiter in Entscheidungen und Prozessänderungen einfließen zu lassen.

Eine wichtige Grundlage für die Leistungsfähigkeit von Menschen ist außerdem ihre Gesundheit. Ein präventives Gesundheitsmanagement ist insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels eine elementare Zukunftsaufgabe. Zur Erhaltung ihrer eigenen Arbeitsmarktfähigkeit engagieren sich die Mitarbeiter selbst stark für ihre Weiterbildung. Im Rahmen eines jährlich stattfindenden qualifizierten Mitarbeitergespräches – abseits vom Tagesgeschäft – klären Führungskraft und Mitarbeiter anhand der Aufgaben und ihrer Veränderungen den zukünftigen Bildungsbedarf und legen gemeinsam geeignete Entwicklungsmaßnahmen fest.

Bild rechts:
Formatvorgaben für das Sto-Mitarbeitergespräch.
Konzernweit werden Führungskräften die Mitarbeitergespräche vorgegeben.



Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung

Selbstwertgefühl fördern

Die persönliche Ansprache eines jeden Mitarbeiters fördert das Selbstwertgefühl und die Motivation in der täglichen Arbeit. Jeder Mitarbeiter hat das Anrecht auf ein jährliches Mitarbeitergespräch mit seinem Vorgesetzten, in dem die Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung besprochen wird.

Das persönliche Gespräch

Im persönlichen Gespräch und durch einen wertschätzenden Umgang mit den Mitarbeitern sollte jeder Mitarbeiter das Gefühl bekommen, dass seine Arbeit und er als Person im Unternehmen sehr geschätzt werden. Sto bezeichnet diese Mitarbeitergespräche nicht zu Unrecht oft als „Wohlfühlgespräche“.

Systematisch vorgehen

Speziell ausgearbeitete Vorlagen für den Mitarbeiter-Gesprächsbogen wurden auf dem Sto-Kompetenzmodell aufgebaut, die Werte wie „menschlich nah“, „erfahren“, „leistungsstark“ und „fortschrittlich“ enthalten. Dieses Kompetenzmodell wurde aus dem Sto-Leitbild und den „Grundsätzen zur Zusammenarbeit und Führung“ entwickelt und stellt die Grundlage der Unternehmenskultur dar.

In die Tat umsetzen

Schulungen und Aufforderungen der Führungskräfte zur Durchführung der Mitarbeitergespräche sollen eine verlässliche Umsetzung garantieren, wobei derzeit noch an der Regelmäßigkeit der Mitarbeitergespräche in allen Bereichen gearbeitet wird. Es erfolgt keine gesonderte Aufzeichnung bzgl. Geschlecht und Mitarbeiterkategorie.

Mit all diesen Maßnahmen möchte Sto ein Umfeld schaffen, in dem sich alle unsere Mitarbeiter wohlfühlen und ein erfolgreiches Zusammenarbeiten möglich ist.

Wertschätzung für Mitarbeiter

Ein gutes Betriebsklima und die positive Grundhaltung zum Unternehmen ist sowohl für die Mitarbeiter als auch für Kunden und Lieferanten eine wesentliche Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Viele Aktionen bzw. Angebote dienen dazu, die Gesundheit der Mitarbeiter zu fördern, ihre Motivation zu steigern und die Work-Live-Balance ausgewogen zu halten:

Jedem Mitarbeiter steht täglich frisches Obst und Gemüse kostenlos in Form eines gefüllten Korbes zur Verfügung. Tee, Kaffee und Mineralwasser können ebenfalls in unbegrenztem Ausmaß konsumiert werden. Der Kaffee, den Sto allen Mitarbeitern und Kunden zur Verfügung stellt, stammt aus biologischer Fair-Trade-Produktion. Jedes Jahr werden in ganz Österreich zwei Vitamintage für alle Mitarbeiter veranstaltet, um das Bewusstsein für gesunde Ernährung zu schärfen. Dabei werden gesunde Aufstriche und Brote von regionalen Anbietern, sowie Gemüse- und Obstsaft in allen Verkaufszentren für alle Mitarbeiter angeboten. Eine externe Arbeitsmedizinerin unterstützt regelmäßig mit fachkundigen Auskünften und schult Mitarbeiter zum Thema Bildschirmarbeitsplatz, Beleuchtung und ergonomisches Sitzen. Durch ein generelles Rauchverbot in den Firmengebäuden sowie einer Raucherentwöhnungsprämie möchte das Unternehmen auch bei diesem Thema unterstützend auf die Mitarbeiter einwirken.

Auf Lob und Anerkennung, nicht nur von den Führungskräften, sondern auch von Kollegen wird das ganze Jahr über Wert gelegt. Das „Gläserne Buch“ ist eine Art Ehrentafel, in welches jährlich Mitarbeiter mit einem besonderen Verdienst für das Unternehmen eingetragen werden. Eine Übergabe mit einer Urkunde und einer Geldprämie erfolgt in feierlichem Rahmen der jährlichen

Verkaufsberatertagung, um hier auch die Wertschätzung der Kollegen zu erhalten. Zusätzlich zu den gesetzlich vorgeschriebenen betrieblichen Leistungen bietet das Unternehmen ein interessantes Zusatzangebot für alle Mitarbeiter an. 6 % der gesamten Lohnkosten des Unternehmens sind freiwillige Prämienzahlungen an Mitarbeiter.

Mitarbeitermotivation und Mitarbeiterbelange sind fixe Themenpunkte bei jeder der fünf Führungskreissitzungen im Jahr. Dabei werden neue Ideen für zusätzliche Anreize besprochen.

Bei Sto wird nach einem Gleitzeitmodell gearbeitet. Außerhalb der Kernzeiten kann jeder Mitarbeiter seine Arbeitszeit selbst einteilen, um z. B. wichtige persönliche Termine wahrzunehmen. Zusätzlich werden flexible Arbeitszeitmodelle angeboten, um es karenzierten Mitarbeiter zu ermöglichen, sich in Form einer Teilzeitstelle wieder ins Berufsleben zu integrieren. Im Berichtszeitraum 2018- 2020 sind alle Mitarbeiter aus der Karenz entweder zurückgekehrt oder erneut in Karenz.

Sozialleistungen des Unternehmens

Jährliche Leistungsprämien	Freie Getränke (z.B. Kaffee)
Einkaufsgutscheine (Jahresende)	Poolfahrzeuge Privatnutzung
Fahrtkostenvergütung (Jahresende)	Unfallversicherung für alle Mitarbeiter, die betrieblich veranlasste Reisen durchführen
Stempelpremie	
Betriebliche Altersvorsorge	
Prämien für Geburt und Heirat	
Jubiläumsgelder	Attraktive Mitarbeiterkonditionen für alle Sto-Produkte
Raucherentwöhnungsprämie	
Täglich frisches Obst & Gemüse	

G102-16
Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen

G401-2
Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden

Menschlich nah

Wir beraten und betreuen von Mensch zu Mensch.

Erfahren

Wir finden immer die richtige Lösung.

Leistungsstark

Wir sind die besten an der Fassade für Energieeffizienz und Gestaltung.

Fortschrittlich

Wir setzen Maßstäbe.

Sto - Mein Partner für bessere Lösungen.



Kompetenzen der Mitarbeiter von Sto

Konfliktfähig
Fairness
Gegenseitiger Respekt
Kommunikationskultur
Teamorientierung
Kundenorientierung

Wissensaustausch
Kooperation/Networking
Interkulturelles Verständnis
Fachwissen
Serviceorientierung
Projektmanagement

Zielorientierung
Flexibilität & Effizienz
Klarheit & Konsequenz
Ressourcenbewusstsein
Beitrag zum Ganzen
Operative Exzellenz
Lösungsorientierung

Kontinuierliche Verbesserung
Schaffen von Transparenz
Innovationskraft
Veränderungsbereitschaft
Soziales Engagement

Zusätzliche Kompetenzen bei Führungskräften von Sto

Menschliche Anteilnahme
Ehrliche Feedbackkultur
Beteiligung der Mitarbeiter an Prozessänderungen
Wertschätzung zeigen

Konzentration auf Wesentliches
Situatives Führen
Strategisches Denken
Nachhaltiges Handeln
Analytisches Denken
Entscheidungskompetenz

Delegationsfähigkeit
Umgang mit Risiken
Marktorientierung
Professionalität
Selbstkritik/-reflexion

Konstruktive Streitkultur
Prozessorientierung
Motivation/Entwicklung
Intuition
Kritikfähigkeit
Mut
Lernbereitschaft

Die Markenwerte von Sto

Mehr als nur ein Image

Eine erfolgreiche Marke transportiert mehr als nur leere Worte oder austauschbare Werte. Sie ist mehr als nur kommunizierter Inhalt. Sie sitzt tief verankert in der DNA eines Unternehmens und drückt vereinfacht aus, womit was sich die Mitarbeiter des Unternehmens identifizieren. Sie macht bewusst, was Menschen bei Sto leben. Nicht nur im Dialog mit Kunden, sondern vor allem, wenn von außen keiner zusieht. Wie geht man miteinander um, wenn man nicht beobachtet wird? Wo liegen die klar definierten Grenzen von Richtig und Falsch?

Eine Bereicherung für den Alltag

Die Marke Sto steht für ein garantiertes Wohlfühlklima für Kunden und Mitarbeiter. Die damit verbundenen Werte stellen den Umgang miteinander auf ein tragfähiges und breites Fundament.



Das Sto-Mitarbeiterforum fördert den Austausch

Es braucht ein Bindeglied zwischen den Mitarbeitern und dem Management, um heikle Anliegen, Kritik oder Unzufriedenheit zum Ausdruck zu bringen. Das beschreibt die Funktion des Sto-Mitarbeiterforums.

Das Sto-Mitarbeiterforum fungiert als Arbeitnehmervertretung innerhalb der Organisation und übernimmt vielfältige Rollen: Als Sprachrohr für alle Mitarbeiter, als Antenne für Spannungsfelder innerhalb der Organisation, als vertrauensvolle Anlaufstelle für Anliegen und Vorschläge der Belegschaft, als unvoreingenommener Beistand in Konfliktsituationen und als kommunikatives Bindeglied zwischen Führungsebene und Arbeitnehmern.

Die Mitglieder des Mitarbeiterforums schaffen eine Vertrauensbasis innerhalb der Belegschaft, indem sie für alle kritischen Anliegen ein offenes Ohr haben und diese in diplomatischer Weise dem Führungskreis vorbringen. Sie pflegen einen wertschätzenden Dialog mit Vorgesetzten und Abteilungsleitern und stärken auf allen Seiten das Verständnis für das Arbeitsumfeld des Gegenübers. Dadurch hat sich das Mitarbeiterforum in den vergangenen 7 Jahren seines Bestehens eine breite Akzeptanz bei der Belegschaft und bei den Führungskräften aufgebaut. Das Sto-Mitarbeiterforum besteht aus 6 Vertretern der Belegschaft, die aus unterschiedlichen Bereichen und Bundesländern kommen. Alle bringen aus dem täglichen Umfeld ihre eigenen Erfahrungen mit. Ihr Ziel ist es, von Mitarbeitern zu lernen, eine bessere Sicht auf das Ganze zu bekommen und Verbesserungen anzuregen. Alle Sto-Mitarbeiter können kritische Anliegen direkt ihrem Vorgesetzten bzw. dem Vorgesetzten ihres Vorgesetzten mitteilen, der sich entweder direkt darum kümmert oder es an die nächsthöhere Abteilung weiterleitet. Sollte sich keine Lösung finden, besprechen sie das Anliegen mit dem Personalleiter und / oder Geschäftsführer

Die Anzahl kritischer Anliegen

2018	2019	2020
8	5	12

Die Steigerung 2020 geht auf die Pandemie zurück. Es gab viel Kommunikation betreffend der genauen Auslegung der Vorgaben, Fragen wie man sich in Alltagssituationen verhalten soll/muss etc. Im Berichtszeitraum wurden dem Mitarbeiterforum keine Fälle von sexuellen Übergriffen oder Mobbing gemeldet.

Der Erfolg des Mitarbeiterforums liegt vor allem in der aktiven und eigeninitiativen Eruiierung von Spannungs- und Handlungsfeldern, was von der Geschäftsführung mit hoher Priorität unterstützt wird. Im Zuge einer Evaluierung psychischer Belastungen, die 2016 allen Mitarbeitern auf freiwilliger Basis in kleinerem Rahmen und unter professioneller Leitung angeboten wurde, ergaben sich für das Mitarbeiterforum einige Handlungsfelder, worüber die Geschäftsführung umgehend informiert wurde. Daraus folgend wurden mehrere extern begleitete Projekte zur Prozessoptimierung in der Zusammenarbeit von Innen- und Außendienst gestartet, wodurch die meisten der gemeldeten Anliegen im Zuge deren Abarbeitung und Umsetzung abgedeckt wurden. Auch bei diesen Projekten ist das Mitarbeiterforum federführend in der Umsetzung, für eine ausgeglichene Balance zwischen Effizienz und Mitarbeiterzufriedenheit.

Ein besonders wichtiges Projekt „Prozessoptimierung Innendienst- und Außendienst“ welches

G102-33 Übermittlung kritischer Anliegen

G102-34 Art und Anzahl kritischer Anliegen

G403-1 Managementansatz für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

G406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen

zufolge zahlreicher Meldungen gestartet wurde, ist mittlerweile abgeschlossen. Ziel war es, die Arbeitsprozesse zwischen dem Innendienst und dem Außendienst zu erleichtern und vor allem die sehr belasteten Innendienstmitarbeiter zu entlasten.

Ein Teil des Projektes „Prozessoptimierung ID/AÜD“ war die Erstellung eines Handbuchs. Dieses Handbuch hilft den Innendienstmitarbeitern bei den sehr komplexen Auftragserstellungen im SAP. Dieses Handbuch deckt 80% des Arbeitsumfanges des Innendienstes ab. Das Projekt erstreckte sich über 2 Jahre intensiv und unter der Mitwirkung vieler Beteiligten. Insgesamt fließen 800 Arbeitsstunden in das Projekt, neben vier umfangreichen und mehrtägigen Workshops.

Das Mitarbeiterforum unterstützt nach dessen Abschluss das Projekt weiter bei der Implementierung des Prozesses in den operativen Tagesablauf. Ebenso unterstützt werden dabei die Führungskräfte, die Ergebnisse in die Mitarbeiterführung zu integrieren.

Im Interview erklärt Bernd Lercher, Leiter des Sto-Mitarbeiterforums, die Arbeit der Plattform, die 2020 ihren 7. Geburtstag feiert.

Wie meistert Sto und insbesondere seine Mitarbeiter die Corona-Krise?

Die Situation war und ist sehr herausfordernd. Regelungen und gesetzliche Bestimmungen haben

sich fast täglich verändert. Hier hat uns die Entwicklung der letzten Jahre extrem geholfen. Neben dem Mitarbeiterforum wurde 2019 auch der Personalsektor durch die Einstellung von Florian Fleischhacker sehr verstärkt. Sto hat in dieser Krise schnell reagiert und ein Krisenmanagement einberufen. Hierzu wurde der Führungskreis von Florian (Personalmanagement) und mir (Mitarbeiterforum) verstärkt.

Die Herausforderung bestand darin, die Gesundheit unserer Mitarbeiter, sowie unserer Geschäftspartner zu schützen, das Unternehmen Sto wirtschaftlich durch die Krise zu manövrieren und die gesetzlichen Vorgaben einzuhalten. Unsere

Das Sto-Mitarbeiterforum

Bernd Lercher und sechs weitere Angestellte kümmern sich seit 7 Jahren um kritische Anliegen der Mitarbeiter



Verantwortung verpflichtet: Das Sto-Mitarbeiterforum (Fortsetzung)

Kolleginnen und Kollegen haben wirklich außerordentliches geleistet. Hier gebührt ausdrücklich jenen Dank, die das Geschäft mit Kundenkontakt am Laufen hielten. Außerdem wurden von allen Kolleginnen und Kollegen sämtliche Maßnahmen mitgetragen, die Sto helfen, den wirtschaftlichen Schaden zu minimieren. Neben allen Unsicherheiten in Bezug auf die weitere Entwicklung des Virus bleibt die Erkenntnis, mit unserem Team schaffen wir das!

Welche Projekte der letzten sieben Jahre hatten den größten Impact?

Das Vorzeigeprojekt aus der Arbeit des Mitarbeiterforums ist sicher „Prozessoptimierung Innendienst/ Außendienst“. Unter dem Dach dieses Projektes gibt es eine Vielzahl von weiteren Projekten. Ziel ist es, den Bestellprozess zu optimieren. In der Folge werden unsere Kolleginnen und Kollegen auch strukturiert auf unsere Produkte geschult, die verantwortlichen Trainer werden vom Produktmanagement gecoacht, die Führungskräfte werden bei der Mitarbeiterführung geschult und viele weitere Verbesserungen sind in Ausarbeitung. Neben dem Projekt selbst haben wir im Unternehmen ein Bewusstsein entwickelt, dass wir uns spezielle Prozesse im Unternehmen genauer unter die Lupe nehmen. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass es oft Sinn macht, dass die Prozesse von Kolleginnen und Kollegen evaluiert werden, die nicht im Prozess mitwirken. Somit wird eine mögliche „prozessinterne Blindheit“ kompensiert. Hier kommt dann das Mitarbeiterforum ins Spiel und bietet die Unterstützung.

Wie setzt Sto den Leitgedanken der Mitarbeiterpartizipation im Arbeitsalltag um?

Kurz gesagt: Besser, aber nicht ausreichend. Es hat sich in den letzten 7 Jahren viel getan. Wie schon beschrieben haben unsere Kolleginnen und Kollegen neben dem Mitarbeiterforum seit 2019 noch eine weitere Ansprechperson mit Florian Fleischhacker. Ein klares Zeichen, dass das Unternehmen am Personalsektor investiert. Mitarbeiterpartizipation findet in der ersten Stufe in der fachlichen Hierarchie statt. Hier haben wir noch Aufholbedarf. Aber die Schritte in die richtige Richtung sind gesetzt.

Was ist das nächste größere Projekt, das nach der Corona-Krise in Angriff genommen wird?

Viele Projekte sind fertig konzipiert. Von einer Erkenntnis in einem Konzeptpapier hat aber niemand einen Vorteil. Somit gilt es, sämtliche Erkenntnisse in unseren Alltag zu implementieren. Dies braucht eine gute Kommunikation und Begleitung, woran wir gerade arbeiten. Wir stehen auch organisatorisch auf dem Prüfstand. Viele unserer langjährigen Kollegen sind in den nächsten Jahren am Absprung in den wohlverdienten Ruhestand, der Konzern und die Kunden stellen ständig neue Anforderungen – Stichwort Digitalisierung. Es gibt weiterhin interessante Herausforderungen in der Zukunft, die zu bewältigen sind. Recht zeitnahe wird die Zusammensetzung des Mitarbeiterforums neu gewählt. Eine Neuwahl ist auch immer eine neuerliche Legitimation dieser Einrichtung.

Wertschätzung der Mitarbeiter

E-Bikes

Ob Behördenwege, Beratungstermine bei Architekten in der Innenstadt oder einfach nur Jause holen: fünf der acht Verkaufszentren wurden bereits mit einem E-Bike ausgestattet. Die Begeisterung unter den Mitarbeitern ist groß, vor allem weil das E-Bike auch für die Nachhausewege ausgeliehen werden darf.

Gesunde Jause

Seit einigen Jahren bieten wir unseren Mitarbeitern in allen Standorten in Österreich zweimal im Jahr die „Gesunde Jause“. An einem jeweils ausgewählten Tag im Frühjahr und im Herbst wird unseren Teams ein Buffet mit frischem Gemüse und Obst, gesunden Aufstrichen und Gebäck, frischgepressten Säften und regionalen Schmankerln zur Verfügung gestellt. Eine willkommene Abwechslung und Anregung zur gesunden Ernährung kombiniert mit Gesundheitstipps und Beratungsgesprächen mit unserer Betriebsärztin.

Fahrradprämie

Im Zuge der StoClimate Nachhaltigkeitsinitiative erhalten alle Sto Mitarbeiter, die mit dem Rad zur Arbeit kommen und so mehr als 300 km im Jahr unterwegs sind, eine Prämie für ihr umweltbewusstes Engagement. Diese Idee wurde im Zuge einer Mitarbeiterbefragung eingebracht und konnte nun bereits 3 Jahre in Folge umgesetzt werden. Rund 25 Mitarbeiter aus ganz Österreich dürfen sich in diesem Zuge jedes Jahr über einen Gutschein für

ein Sportgeschäft erfreuen und sind zugleich vorbildliche Botschafter und Motivator für andere Mitarbeiter!

Arbeitsplatzsicherheit trotz Langzeiterkrankung

Sto ist besonders stolz auf die geringe Fluktuation im Unternehmen. Viele unserer Mitarbeiter sind schon seit Jahrzehnten Teil der Sto-Familie und schätzen die sozialen Werte, die das Unternehmen lebt. Dazu gehört auch, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die schwer erkranken und ihrer Tätigkeit für längere Zeit nicht nachgehen können, nach ihrer Genesung wieder in den Betriebsalltag integriert werden. Dies ist uns in einigen Fällen sehr gut gelungen und gibt unseren Mitarbeitern ein Gefühl der Sicherheit.

E-Bikes für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
Gebietsverkaufsleiter
Martin Reinisch tritt in die Pedale



Gesellschaftliche Verantwortung

Unter nachhaltigem Handeln versteht man den langfristigen, sorgfältigen und sparsamen Umgang mit den begrenzten Ressourcen unserer Welt – eine gesamtgesellschaftliche Verpflichtung.

RespACT und Global Compact – CSR als Verpflichtung

Seit 2012 ist die Sto Ges.m.b.H. Mitglied bei Global Compact, einer strategischen Initiative unter der Schirmherrschaft der Vereinten Nationen. Ihre Teilnehmer verpflichten sich dazu, alle ihre Arbeitsprozesse und Strategien an Prinzipien der Menschen- und Arbeitsrechte und des Umweltschutzes auszurichten sowie gegen Korruption vorzugehen. Im selben Jahr trat Sto auch dem international vernetzten, österreichischen Verein „respACT – Austrian Business Council for Sustainable Development“ bei, der führenden Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility (CSR) und nachhaltige Entwicklung in Österreich. Der Name respACT steht für „responsible action“ und bezeichnet das gesellschaftlich verantwortungsvolle Handeln von Unternehmen.

Gesellschaftlich gut verankert

Sto ist mit mehr als 100 Arbeitsplätzen am Standort Villach ein wichtiger Arbeitgeber der Stadt und zugleich auch Aushängeschild als nachhaltiger Betrieb in ganz Kärnten. Durch das ganzheitliche und transparente CSR-Engagement übernimmt Sto eine Vorbildrolle im Wirtschaftsraum Kärnten. Auch in den Bundesländern, wo sich die Verkaufszentren befinden, hat sich Sto als attraktiver Arbeitgeber längst einen Namen gemacht. Regionale Sponsorings für Kulturevents, Sportvereine oder Veranstaltungen sind wichtige Beiträge für unsere Integration in lokale Gemeinschaften, wofür wir 70 %

unseres Sponsoring-Budgets ausgeben. Damit steigern wir nicht nur die Bekanntheit der Firma, sondern unterstützen auch zwischenmenschliche Bindungen zwischen dem Außendienst und den Kunden, die vielfach in Vereinen und örtlichen Institutionen aktiv sind. Dafür erhält jede Vertriebs-einheit ein flexibles Budget für eigenverantwortliche Unterstützung lokaler Projekte. Kooperationen mit Schulen, Fachhochschulen, Universitäten und Berufsschulen in ganz Österreich tragen ebenfalls dazu bei, dass das Unternehmen auch bei jungen Menschen bekannt wird und der Nachhaltigkeitsgedanke von Sto mit der jungen Generation weiter wächst.

Um unserer sozialen Verantwortung als nachhaltiger Leitbetrieb in den einzelnen Regionen in ganz Österreich nachzukommen, werden viele externe Dienstleistungen an soziale Organisationen wie z.B. ProMente und Hilfswerk übergeben. Alte und ausgediente EDV Geräte werden von der Firma AfB Social & Green IT recycelt oder umweltschonend entsorgt. Mit diesem Projekt unterstützen wir die Beschäftigung beeinträchtigter Menschen und gleichzeitig einen ressourcen- und umweltschonenden Umgang mit unseren Altgeräten.

Verantwortung zeigen

„Verantwortung zeigen!“ verbindet Unternehmen, Institutionen und Organisationen, die sich in ihrem Einflussbereich für nachhaltiges Wirtschaften einsetzen und beitragen, dass Wirtschaft und Gesellschaft gut verbunden bleiben. Landesweite Aktionen stärken den sozialen Zusammenhalt, ►

Plattformen
Sto ist Mitglied diverser Plattformen, die sich nachhaltiger Entwicklung von Unternehmen widmen



G102-21 Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen

G413-1 Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen



helpinghands@sto: Soziales Engagement der Mitarbeiter

Erfolg wird geteilt

Nächstenliebe und Hilfsbereitschaft entwickeln sich in der heutigen Zeit zu immer wichtiger werdenden Tugenden der Menschheit. Sie ermöglichen es, Menschen, die in Notsituationen geraten sind, ein klein wenig Hoffnung und Lebensfreude zurück zu geben.

„Menschlich nah“ ist auch eines unserer vier Marktwerte, die in der Firmenphilosophie des ganzen Konzerns fest verankert sind. StoClimate umfasst neben der starken ökologischen Ausrichtung natürlich auch den sozialen Aspekt. Unter dem Projekt „helpinghands@sto“ können von allen Mitarbeitern Personen / Familien oder Institutionen genannt werden, die dringend Hilfe benötigen. Gemeinsam mit dem Mitarbeiterforum wird jährlich ein Projekt ausgewählt, für welches sowohl alle Mitarbeiter als auch das Unternehmen selbst spenden können.

helpinghands@Sto 2019

Jedes Jahr kurz vor Weihnachten packt das Ö3 sein Studio in einen Glas-Container und übersiedelt an einen speziellen Ort in Österreich: Es ist der Ort, an dem das „Ö3-Weihnachtswunder“ mit der Unterstützung des ganzen Landes wahr werden soll. 2019 sendete Ö3 fünf Tage lang live aus Villach und die Moderatoren Robert Kratky, Gabi Hiller und Andi Knoll, die 120 Stunden lang durchmoderierten, nahmen dabei Spenden im Wert von insgesamt 3,8 Mio € für den „Licht ins Dunkel“-Soforthilfefonds entgegen.

Im Jahr 2019 sah sich Sto in einer besonderen Verantwortung, nachdem die Ö3 Wunschküche in der Heimatstadt der Firmenzentrale in Villach zu Gast war und gleichzeitig der Auftakt des Jubiläumjahres „50 Jahre Sto“ gefeiert wurde. Gemeinsam mit allen Mitarbeitern österreichweit beschloss man in diesem Jahr gleich doppelt zu helfen. Die helpinghands-Initiative der gesamten

Belegschaft sammelte Geschenke für Kinder in Not aller Altersklassen. Insgesamt 240 Weihnachtspäckchen für Kinder, allesamt liebevoll verpackt und mit kleinen Botschaften versehen, trudelten in der Vorweihnachtszeit in der Zentrale ein, die dem Verein „Herz für Familien in Not“ übergeben wurden. Mit logistischer Meisterleistung wurden alle Geschenke sortiert nach Geschlecht und Alter und vor Weihnachten noch in Not geratenen Familien mit Kindern österreichweit übergeben.

Als zusätzlichen Mehrwert spendete die Firmenleitung den Bargeldwert jedes einzelnen Pakets, in Summe € 5.000, an die Weihnachts-wunder-Aktion für „Licht ins Dunkel“ und bekam als Dankeschön den Wunschtitel „Für immer jung“ von Wolfgang Ambros und Andre Heller zu hören. Mit dieser Spende bzw. Aktion startet Sto in sein 50-jähriges Österreich-Jubiläum 2020!

Gesellschaftliche Verantwortung (Fortsetzung)

Veranstaltungen und Projekte verbinden Führungskräfte in ihrem Engagement für soziale und ökologische Themen, für Menschlichkeit im Unternehmen und für langfristige Perspektiven. Seit 2021 ist Sto wieder Mitglied dieses Netzwerkes, um von diesem Netzwerk zu lernen und gute Ideen zukünftig in die CSR Strategie einfließen zu lassen.

helpinghands@Sto: Soziales Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Nächstenliebe und Hilfsbereitschaft entwickeln sich in der heutigen Zeit zu immer wichtiger werdenden Tugenden der Menschheit. Sie ermöglichen es, Menschen, die in Notsituationen geraten sind, ein klein wenig Hoffnung und Lebensfreude zurück zu geben.

2020 konnte dem Verein Kindertraum eine Spende von € 4.000,- durch die helpinghands@Sto-Initiative überreicht werden. Mittels eines Hör- und Wahrnehmungstrainings konnte der 17-jährige Tarik aus Niederösterreich durch ein spezielles und teures Klanguniversum therapiert werden, und so seine neuronalen Vernetzungen und sein Gleichgewichtssinn positiv beeinflusst werden.

Im Namen von Tarik danke

Liebe Sto Mitarbeiter,
wir blicken zurück auf ein Jahr, in dem wir uns trotz aller Herausforderungen gemeinsam an kleinen und großen Erfolgen erfreuen durften. Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen und Ihre wertvolle Unterstützung zur Erfüllung des großen Herzenswunsches von Tarik!

Mit freundlichen Grüßen
„Das Team der Stiftung Kindertraum“

Soziales Engagement für die Region Villach

Dass die Zentrale von Sto für ganz Österreich und die Balkanländer den Hauptstandort in Villach hat, ist dem Gründer Heinz Kuttin zu verdanken, der vor 50 Jahren in seiner Heimatstadt das Unternehmen aufbaute. Seither steht Sto mit der Stadt Villach in einer engen Partnerschaft.

Einerseits profitiert die Stadt und die gesamte Region von einem soliden, wirtschaftlich gesunden und stetig wachsenden Unternehmen, das zum Zeitpunkt der Berichterfassung 117 Mitarbeiter in Villach beschäftigt. Andererseits ist die Stadt dem Unternehmen während der Jahre des Wachstums und der Standortweiterung immer positiv gesinnt gewesen, und hat auch den Bau der neuen Produktion mit Freude mitgetragen, natürlich immer unter Einhaltung aller strengen Bau- und Genehmigungsverpflichtungen.

Sto ist auch ein wichtiger Ansprechpartner für die Stadt, wenn es um Nachhaltigkeit geht. So hat Sto im März 2021 auch einen LOI (Letter of intent) unterzeichnet, eine Absichtserklärung für eine Zusammenarbeit bei dem Forschungsprojekt „Stadt der Zukunft“, welches sich mit der Entwicklung von nachhaltigen Quartieren auseinandersetzt.

Kunstförderung strikt regional begrenzt

Sto ist seit vielen Jahren Förderer der Kleinkunsthöhle „Neue Bühne“ in Villach. Das Theater im Herzen von Villach kann bis zu 165 Zuschauer aufnehmen und hat durch seinen ansprechenden Spielplan eine sehr gute Akzeptanz und ganzjährige Auslastung. Sto möchte mit seinem Beitrag helfen,

Unterstützte Vereine und NGOs
Die Unterstützung ist strikt regional ausgerichtet



dieses regionale Kulturjuwel zu erhalten. Ein Mal jährlich bedanken sich der Intendant mit seinem Schauspielerensemble mit einer eigenen Vorstellung im geschlossenen Rahmen. Zu diesem besonderen Abend werden Kunden, Mitarbeiter und Freunde von Sto eingeladen.

Sportsponsoring mit regionalen Wurzeln

Villach steht auch patriotisch hinter seinem Eishockeyteam, dem VSV. Auch hier möchte Sto eine Geste setzen, um den Villacher Sportverein zu unterstützen. Seit über 10 Jahren ist Sto Sponsor für die „Blaujacks“ in Form einer Eiskreis- oder Bandenwerbung. Damit wird dem VSV das einzige Sportsponsoring im Unternehmen gewährt, welches sich historisch aus der guten Partnerschaft mit der Stadt Villach entwickelt hat.

Das Sto-Klimaforum als Veranstaltung im Sinne sozialer Verantwortung

Eine Idee des StoClimate Ideenwettbewerbs konnte 2019 und 2020 erfolgreich umgesetzt werden: die Bewusstseinsmachung des Klimawandels, vorgetragen durch renommierte Fachexperten und zugänglich für alle unsere Stakeholder, von Mitarbeitern mit deren Partnern, über Kunden, Lieferanten bis hin zu Schülern und Studenten (siehe Seite 77). Das Hauptthema der vier Klimaforen, nämlich die Klimaveränderung und die damit hergehenden Wetterextreme, war zum Auftakt der Veranstaltungsreihe mehr als aktuell, wurde doch zeitgleich die erste weltweite Klimademo von „Fridays for Future“ organisiert.

Experten und Vertreter von ZAMG, ORF, BOKU und WIFO erläuterten und diskutierten vor insgesamt 400 Besuchern die Auswirkungen der Klimaveränderung aus den unterschiedlichen Perspektiven. Abgerundet wurde das Programm mit einer Bilderreise in die Antarktis von dem Universum-Dokumentarfilmer und Expeditionsleiter Sepp Friedhuber.

G413-1 Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen

VSV vs. Jesenice
Sto unterstützt das lokale Eishockeyteam und erfüllt somit traditionelle Erwartungen an große Arbeitgeber in der Region.



Klimaforum-Interview mit Mag. Marcus Wadsak

Seit fast zehn Jahren leitet Marcus Wadsak die Wetterredaktion des ORF. Sto hat ihn um sein Statement zum Klimawandel gebeten. Sein Vortragsthema „Klimawandel - Fakten gegen Fake & Fiction“ interessiert.

Der Klimawandel ist die größte Herausforderung unserer Zeit, der mittlerweile durch die Zunahme der Wetterextreme für uns alle spürbar ist. Wie werden sich die Veränderungen des Wetters in Zukunft auf Österreich auswirken?

Es setzt sich genau das fort, was wir in den letzten Jahren erlebt haben: Seit 2000 haben wir kein einziges Jahr erlebt, das kühler als im Durchschnitt war. 2018 war überhaupt das wärmste Jahr in der 250-jährigen Messgeschichte. So warm war es noch nie, das haben wir alle nicht erlebt.

Der Trend, den wir in den letzten Jahren beobachtet haben, wird sich fortsetzen: Es wird wärmer – das ist die größte Veränderung, die passiert. Mit der Hitze kommt auch die Dürre, und die Hitze kann auch lebensgefährlich sein: Denken wir nur an 2003, die große europaweite Hitzewelle: Damals gab es 70.000 Menschen, die daran gestorben sind. Die Erwärmung, die ja in Österreich stärker ist als im globalen Mittel, wird uns am meisten beschäftigen, auch in Zukunft.

Was ist die Kernaussage Ihres Vortrags? Vielleicht haben Sie auch ein „To-do“ für uns, wie wir dazu beitragen können, den Klimawandel zu stoppen oder in Grenzen zu halten?

Der Klimawandel ist real – die globale Erwärmung ist auch bei uns in Österreich angekommen. Wir sind schuld, wir sind verantwortlich dafür, dass die Temperaturen weltweit ansteigen. Es wird wärmer und – das ist jetzt das Wichtige – wir müssen sofort beginnen, umzudenken und zu handeln. Und das

können wir nur, indem wir unsere Energien nachhaltiger und effizienter einsetzen. Es ist die größte Gefahr, dass wir das versäumen.

Es gibt nämlich wirklich wissenschaftlich keinen Grund, warum wir das Pariser Ziel mit 1,5 °C bis zum Ende des Jahrhunderts nicht erreichen können. Wir können das Ziel erreichen, wenn wir sofort beginnen zu handeln.



Intros mit Interviews zum Sto-Klimaforum QR-Code scannen und Video ansehen.



Diskussion während des Klimaforums v.l.n.r.: Marcus Wadsak (ORF), Sepp Friedhuber (Naturfotograf), Claudia Pritz (Sto) und Angela Köppl (WiFo)



Die Sto-Stiftung

Unter dem Motto „Wissen hilft“ setzt die Sto-Stiftung auf Zukunft durch Bildung. Sie will bei Bauschaffenden die Sinne für die umwelt- und menschengerechte Gestaltung von Lebensräumen schärfen.

Wer die Zukunft meistern will, muss heute schon die Grundlagen dafür schaffen. Kaum ein Faktor ist dafür von so zentraler Bedeutung wie die Bildung derer, die sich den Herausforderungen von morgen stellen werden. Die Investition in die Ausbildung der jungen Generation ist also eine Investition in die Zukunft unserer Gesellschaft.

Aus diesem Grund unterstützt die Sto-Stiftung junge Menschen in ihrer handwerklichen und akademischen Ausbildung. Neben der fachlichen Kompetenz soll dabei auch die Persönlichkeit und die soziale Verantwortung der Geförderten ein breites Fundament erhalten.

Die Umsetzung dieser Stiftungs Idee gliedert sich in vier Förderbereiche.

Förderbereich Maler- und Stuckateurhandwerk

Die Stiftung unterstützt einerseits solche Jugendliche in der Ausbildung, die persönlich oder wirtschaftlich hilfsbedürftig sind oder aber sich durch überdurchschnittliche Leistung und bemerkenswertes Engagement hervorheben.

Alle acht Berufsschulen für Maler und Lackierer in Österreich nehmen an dem StoStiftung-Förderprogramm „Du hast es drauf, zeig’s uns!“ teil. Seit acht Jahren werden in insgesamt 35 gefüllte Werkzeugkoffer an Berufsschüler vergeben, die durch ihre Leistungen und durch ihren sozialen Hintergrund die Kriterien erfüllen. Bei der feierlichen Übergabe werden sie als Vorbild vor den

Klassenkameraden gekürt. Sollten die Schüler die anstehende Lehrabschlussprüfung ebenfalls mit Bravour meistern, erhalten sie noch zusätzlich ein iPad als Belohnung und Wertschätzung. Ein Stipendium für die Meisterschule in Baden bei Wien komplementiert die Bildungspyramide und ermöglicht jungen Menschen eine Starthilfe in die Selbständigkeit.

Maximilian Prix ist dafür ein Musterbeispiel: Der Österreicher absolvierte mit finanzieller Unterstützung durch die Sto-Stiftung 2017 zunächst eine der besten Gesellenprüfungen im Land und hat sich seit 2018 als Malermeister erfolgreich selbständig gemacht.

Kofferübergabe an der Berufsschule in Salzburg
Simone Perchtaler und Katrin Pöschl haben die Gesellenprüfung geschafft und einen Werkzeugkoffer bekommen.



Förderprojekt für Stuckateure
Nachwuchshandwerker werden mit Werkzeugkoffern ausgestattet

Bild unten:
Novembertalks an der TU in Graz
Der polnische Architekt Wojciech Kotecki referiert über zeitgenössische Architektur in Warschau.

Seit 2020 wurde das Lehrlings- Förderprojekt auch auf die Stuckateur-Lehrlinge ausgeweitet. Fünf Koffer stehen nach dem Corona-Lockdown den Schulen, welche die Übergaben verzögert haben, für die besten Stuckateur-Nachwuchshandwerker bereit.

Förderbereich Architektur- und Bauwissenschaften

Neun Jahre lang organisierte das Institut für Architekturtechnologie an der TU Graz die Novemberrreihe. Die finanzielle Unterstützung erhielt das Institut unter der Leitung von Prof. Roger Riewe von der StoStiftung, deren zweite Säule Architekturstudenten gewidmet ist.

Jedes Jahr wurden jeden Montag im November vier internationale Architekten eingeladen, um sich, ihre Werke und Architekturtheorien den Studenten zu vermitteln. Ausgesucht und eingeladen wurden die Stararchitekten von dem Professor selbst, der am besten darüber Bescheid wusste, welche Themen die jungen angehenden Architekten am meisten interessieren.

2020 wurde diese Serie an der TU Graz beendet, um sie nach einer coronabedingten Pause 2021 an der TU Wien fortzusetzen.



Soziale Verantwortung für die Umwelt

Mit viel Engagement widmet sich die StoClimate-Initiative diversen Projekten, um der sozialen Verantwortung gegenüber der Umwelt nachzukommen.

Mehr Grün in Industriegebieten!

Mit der Aktion „Bientankstellen“ für einige unserer Verkaufszentren konnten wir kleine Blumenoasen mitten in den Industriegebieten schaffen. Den Standorten, wo wir genügend Wiesen und Grünflächen zur Verfügung haben, wurden Blumensamen und Gärtner zur Verfügung gestellt, um in der warmen Jahreszeit kleine Augenweiden entstehen zu lassen und gleichzeitig Nahrungsquellen für Bienen und andere Insekten zu bieten. Die Blumenwiesen werden rund um die neue Produktion in Villach 2021 erweitert, sodass die neue Industrieanlage eingebettet in eine Grünfläche mit kleinen Blumenoasen ist.

Feinstaub wird vor allem durch menschliches Handeln erzeugt. Primärer Feinstaub entsteht durch Emissionen aus Kraftfahrzeugen, Kraft- und Fernheizwerken, Öfen und Heizungen in Wohnhäusern, bei der Metall- und Stahlerzeugung oder auch beim Umschlagen von Schüttgütern.

In Ballungsgebieten ist der Straßenverkehr die dominierende Staubquelle. Dabei gelangt Feinstaub nicht nur aus Motoren – vorrangig aus Dieselmotoren – in die Luft, sondern auch durch Bremsen- und Reifenabrieb sowie durch die Aufwirbelung des Staubes von der Straßenoberfläche. Je nach Größe und Eindringtiefe der Teilchen sind die gesundheitlichen Wirkungen von Feinstaub verschieden.

Inbetriebnahme des Feinstaubsaugers
v.l.n.r.: Anton Kluge (Better Air GmbH), Pate Franz Klammer, Walter Wiedenbauer (Sto)

Feinstaubfilteranlage installiert

Seit 2019 stehen an der stark befahrenen Kreuzung bei der Sto Zentrale in Villach zwei Luftfilteranlagen. Mit einem Spezialfilter werden Feinstaubpartikel aufgenommen und die Luft somit gereinigt. Stellt man die Filterleistung mit den Feinstaubemissionen der Sto- Fahrzeugflotte gegenüber, kompensieren die beiden Litfaßsäulen den Feinstaub von insgesamt 16 Fahrzeugen.

Interview mit dem Erfinder der Feinstaubsauger, Anton Kluge (Better Air GmbH).

Herr Kluge, was genau ist Feinstaub, und was bewirkt er für den menschlichen Körper?



Blumenwiese bei Sto
Im Industriegebiet
werden Bienen fündig

Man sieht ihn nicht, man riecht ihn nicht, und er dringt praktisch bis in die letzten Winkel unseres Körpers ein. Die gesundheitlichen Auswirkungen der Mini-Partikel sind weit dramatischer als bisher angenommen. Neben den Atemwegen und der Lunge sind fast alle Organsysteme betroffen, wie zum Beispiel das zentrale Nervensystem. Eingatmete kleine Partikel gelangen auch entlang des Riechnervs bis in das Gehirn. Laut EU-Kommission ergibt sich für Österreich eine durchschnittliche Verkürzung der Lebenserwartung durch das Einatmen von Feinstaubpartikeln von acht Monaten. Das Umweltamt hat errechnet, dass die Menschen in der Stadt Salzburg 7 Monate, in Wien 12 Monate und in Graz 11 Monate früher sterben.

häusern in Operationssälen verwendet. Wir haben im Bezirk Spittal sowie in Villach bei der Fa. Sto, in Klagenfurt und Wolfsberg viele unserer Boxen aufgestellt.

Weiters haben wir eine Kooperation mit der Stadtgemeinde Spittal, wo wir 12 Fahrzeuge mit unserer mobilen Greenbox ausgestattet haben. Auch unsere Firmenfahrzeuge sind mit dem Feinstaubfilter ausgestattet. Zurzeit laufen Verhandlungen einer Kooperation mit dem Land Tirol sowie mit Rosenheim in Deutschland. Umso mehr Unternehmen wir für diese Werbemöglichkeit finden, umso mehr Türme können wir produzieren und aufstellen.

Feinstaubfilteranlage am Standort Villach
Der Feinstaubeintrag vom angrenzenden Lieferverkehr wird erfolgreich reduziert

Und wie kann die Greenbox hier sinnvoll eingesetzt werden?

Die Green-Box funktioniert wie ein Staubsauger, der die Luft durch ein Filtersystem ansaugt und reinigt. Von der Luft, die durch das Filtersystem fließt, werden 99% PM10 sowie 85 – 95 % PM1 gefiltert. Die Green-Box Stationär ist in ein Metallgehäuse integriert und schaut wie eine Litfaßsäule aus und wird mit Photovoltaik - Strom betrieben. Bei Fahrzeugen ist es ein Polyestergehäuse und wird am Dach des jeweiligen angebracht. Die Green-Box ist für Out- und Indoor geeignet. Je nach Größe werden zwischen 3000m³ bis 10.000m³ Feinstaub in der Stunde gereinigt.

Der Filter filtert nicht nur Feinstaub, sondern übrigens auch Viren und Bakterien. Da die Qualität der Filter sehr gut ist, wird dies auch bei Kranken-



Was Sto nachhaltig macht

Nachhaltigkeit & soziale Verantwortung

Technologieführerschaft

Design & Ästhetik

Serviceleistungen

2010

Sto hat Nachhaltigkeit als eine von vier Kernkompetenz in der Firmenstrategie seit 2017 verankert.



500

Tonnen CO₂ werden durch regionale Produktion ab 2021 gespart.

9

Imker wurden mit Bienenstöcken versorgt.



267

Tonnen Putz wurden 2018-2020 recycelt und zu Spachtelmasse verarbeitet.

4

Blumenwiesen wurden in Industrievierteln gepflanzt.



2800

LKW-Ladungen werden dank regionaler Produktion ab 2021 gespart.



93

Millionen Euro Umsatz wurden 2020 von der Sto Ges.m.b.H. erwirtschaftet.



320

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählt die Sto Ges.m.b.H. im Jahr 2020.

20

StoClimate Botschafter arbeiten im Einklang mit der Nachhaltigkeitsstrategie.



12

VerkaufsCenter werden mit Produkten aus regionaler Produktion versorgt.



96

gefüllte Werkzeugkoffer der Sto-Stiftung wurden von 2018-2020 an Malerlehrlinge überreicht.



80%

der Rohstoffe für die neue Produktionsanlage kommen aus einem Umkreis von 12 km.



2004

wurden bereits alle Standorte der Sto Ges.m.b.H. Klimabündnis-zertifiziert. Zur Zeit läuft die Rezertifizierung.

12



verschiedene Produkte werden in regionaler Produktion entlang der nachhaltigen Produktstrategie hergestellt.

4



E-Bikes stehen Mitarbeiter in den Verkaufszentren für kleinere Besorgungen zur Verfügung.

4



internationale Klimaschutzprojekte wurden durch Zertifikatszukauf unterstützt.



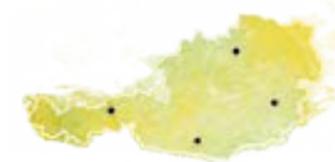
14.000

m³ Luft werden durch die Feinstaub-Filteranlagen in Villach in der Stunde gereinigt.



262.286

kWh Strom wurden 2020 mit den beiden Photovoltaikanlagen in Wien und Villach erzeugt. 2021 wird eine neue Anlage für zusätzliche 200.000 kWh errichtet.



4

Sto-Klimaforum Veranstaltungen wurden 2019 und 2020 durchgeführt.



1.

Platz im Staatspreis Unternehmensqualität als bester Newcomer des Jahres 2020.



19

Mitgliedschaften in Fachverbänden sichern den Dialog zwischen unterschiedlichen Stakeholdern.



10.546

Stunden befanden sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von 2018-2020 in Schulung.

GRI-Inhaltsindex

G102-55
GRI-Inhaltsindex

GRI Index	Beschreibung	Seite
	Allgemeine Angaben	
102-1	Name der Organisation	22
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	22, 92
102-3	Hauptsitz der Organisation	22, 26
102-4	Betriebsstätten	26
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	22
102-6	Belieferte Märkte	26
102-7	Größe der Organisation	22
102-8	Informationen zu angestellten und sonstigen Mitarbeitern	40, 42
102-9	Lieferkette	114
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	114
102-11	Vorsorgeansatz und Vorsorgeprinzip	50
102-12	Externe Initiativen	82, 136
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	82
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträger	10
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	20, 142
102-18	Führungsstruktur	24
102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	25, 61
102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	148
102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	24, 61
102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	61
102-26	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Festlegung von Zielen, Werten und Strategien	24, 61
102-28	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	24
102-29	Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen	25, 50
102-32	Die Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	61
102-33	Übermittlung kritischer Anliegen	144
102-34	Art und Anzahl kritischer Anliegen	144
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	72
102-41	Tarifverträge	41
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	72
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	70, 73
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	75
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	25
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	58, 60, 62
102-47	Liste der wesentlichen Themen	62
102-48	Neudarstellung der Informationen	60, 62
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	12
102-50	Berichtszeitraum	12
102-51	Datum des aktuellen Berichts	12
102-52	Berichtszyklus	12
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	12
102-54	Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	12
102-55	GRI-Inhaltsindex	160
102-56	Externe Prüfung	12
	Managementansatz	
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16, 59
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	16
103-3	Beurteilung des Managementansatz	56, 70, 86, 98, 136
	Wirtschaftliche Leistung	
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	50
201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation & andere mit Klimawandel verbundene Risiken & Chancen	49
201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	52

	Marktpräsenz	
202-1	Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn	41
	Korruptionsbekämpfung	
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	83
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	83
	Materialien	
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	119
301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	117
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	117
	Energie	
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	109
302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	111
302-3	Energieintensität	109, 111
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	111, 112
	Wasser und Abwasser	
303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	117
303-4	Wasserrückführung	118
	Emissionen	
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	108
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	108
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	108, 112
305-4	Intensität der THG-Emissionen erfüllt durch THG pro Tsd Euro Umsatz	108
305-6	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	119
	Abfall	
306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen	118
306-4	Transport von gefährlichen Abfall	118, 119
306-5	Von Abwasserleitung und/oder Oberflächenabfluss betroffene Gewässer	118
	Beschäftigung	
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	42, 46
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	142
401-3	Elternzeit	41
	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	
403-1	Managementansatz für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	144
403-2	Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	43
	Aus- und Weiterbildung	
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	48
404-3	%-Satz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	46
	Diversität und Chancengleichheit	
405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	41
	Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte	
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	144
	Kinderarbeit	
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	114
	Lokale Gemeinschaften	
413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	148, 151
	Soziale Bewertung der Lieferanten	
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	83
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	83
	Politische Einflussnahme	
415-1	Parteispenden	83
	Kundengesundheit und -sicherheit	
416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten & Dienstleistungen auf die Gesundheit & Sicherheit	93
	Marketing und Kennzeichnung	
417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	92
417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	93
417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	37
	Schutz der Kundendaten	
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	37
	Sozioökonomische Compliance	
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	53

Hauptsitz

Sto Ges.m.b.H.

Richtstraße 47
9500 Villach
Telefon 04242 33133-0
Telefax 04242 34347

Infoservice

Telefon 04242 33133-0
Telefax 04242 34347
info@sto.at
www.sto.at

Persönlicher Ansprechpartner

Claudia Pritz

Leitung Marketing und Kommunikation

Richtstraße 47
9500 Villach
Telefon 04242 33133-9131
Telefax 04242 34347
c.pritz@sto.com