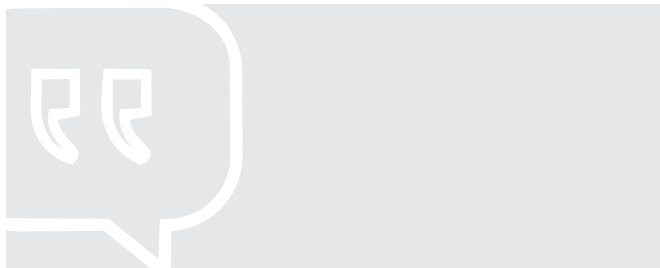


SEVERIN

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2025/2026



04 STATEMENT

Statement Geschäftsführung	06
Erstellungsgrundsätze dieses Bericht	07



08 VORSTELLUNG SEVERIN®

Severin® Historie	10
Produktsegmente	12
Auszeichnungen	15
Organisationsstruktur	16



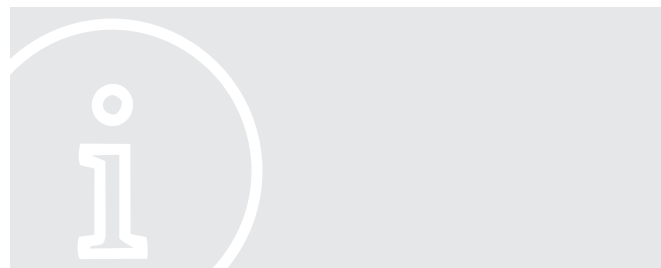
18 UNSER NACHHALTIGKEITSPROZESS

Unser Nachhaltigkeitsprozess	20
Wertschöpfungskette	23
PAT-Angaben (Policies, Actions, Targets)	24



26 INTERVIEWS

Nachhaltigkeit und Innovation in der Logistik	28
Entwicklungen im Kundenservice und Reparaturbereich	32
Ausblick zum Werksverkauf und der Vermarktung von B-Ware	36



38 ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Allgemeine Informationen	40
Klimawandel	46
Wasser und Marine Ressourcen	49
Biodiversität	49
Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	49
Arbeitskräfte des Unternehmens	50
Unternehmensführung	52
Anhang: Nicht berichtete Datenpunkte	53
Berichtsinformationen / Impressum	55



STATEMENT

1.0 STATEMENT

HALLO LIEBE LESER:INNEN,

seit über 130 Jahren steht Severin® für Produkte, die Menschen im Alltag begleiten und ihnen einen echten Mehrwert bieten. Als mittelständisches Unternehmen mit Wurzeln in Sundern im Sauerland verbinden wir damit einen Anspruch, der über zuverlässige Technik und gute Qualität hinausgeht: Produkte möglichst langlebig zu gestalten, Ressourcen bewusst einzusetzen und Verantwortung für die Auswirkungen unseres unternehmerischen Handelns zu übernehmen. Auch das verstehen wir unter unserem Anspruch „Premium für alle“.

Angesichts des Klimawandels und seiner ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Folgen sehen wir Unternehmen in der Verantwortung, nachhaltiges Wirtschaften konsequent voranzutreiben. Für uns bedeutet das, Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu betrachten. Von der Produktentwicklung und Beschaffung über Produktion und Logistik bis zum After-Sales-Service.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Langlebigkeit und Reparaturfähigkeit unserer Produkte. Eine hohe Ersatzteilverfügbarkeit und die Aufbereitung von Retouren tragen dazu bei, Produktlebenszyklen zu verlängern, Ressourcen zu schonen und Kreisläufe zu stärken. Gleichzeitig arbeiten wir gemeinsam mit unseren internationalen Partnern daran, unsere Lieferketten transparenter, resilienter und nachhaltiger zu gestalten.

Dafür braucht es konkrete Ziele und messbare Fortschritte. Zu unseren zentralen Vorhaben gehören die weitere Erhöhung der Wiederverwer-

tungsquote eingehender Retouren sowie die schrittweise Reduzierung unserer Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Emissionen bis 2030. Abteilungsübergreifende Arbeitsgruppen sowie interne und externe Expertise unterstützen uns dabei, relevante Maßnahmen umzusetzen, ihre Wirkung nachzuvollziehen und unsere Aktivitäten kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht möchten wir transparent zeigen, wo wir heute stehen, welche Fortschritte wir bereits erzielt haben und welche Aufgaben noch vor uns liegen. Der Bericht umfasst die Geschäftsjahre 2024 und 2025 und orientiert sich am VSME-Standard. Nachdem wir uns 2025 intensiv mit der doppelten Wesentlichkeit und dem Aufbau einer Datengrundlage für die ESRS-Berichterstattung beschäftigt haben, entschieden wir uns Anfang 2026 vor dem Hintergrund der regulatorischen Entwicklungen und unserer Unternehmensgröße für die Berichterstattung nach VSME.

Nachhaltigkeit verstehen wir als kontinuierlichen Prozess und als Teil der langfristigen Weiterentwicklung von Severin®. Unser Anspruch ist es, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Qualität und verantwortungsvolles Handeln miteinander zu verbinden. Dabei wollen wir Erreichtes ebenso transparent machen wie bestehende Herausforderungen und Schritt für Schritt daran arbeiten, unsere Nachhaltigkeitsleistung weiter zu verbessern und langfristigen Mehrwert für unsere Kund:innen, Mitarbeitenden, Partner:innen und die Umwelt zu schaffen.



Gerhard Sturm
CEO



Can Yildirim
CTO



Luca Kunze
Sustainability Expert

Gerhard Sturm

Can Yildirim

Luca Kunze

ERSTELLUNGSGRUNDSÄTZE DIESES BERICHTS

Dieser Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich am freiwilligen VSME-Standard (Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed Micro-, Small- and Medium-sized Undertakings) der EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group). Der VSME-Standard wurde entwickelt, um insbesondere nicht börsennotierten kleinen und mittleren Unternehmen einen einheitlichen Rahmen für die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung zu bieten.

Ziel des Berichts ist es, transparent über die wesentlichen Auswirkungen von Severin® auf Umwelt und Gesellschaft zu informieren. Gleichzeitig werden Nachhaltigkeitsthemen betrachtet, die finanzielle Auswirkungen auf das Unternehmen haben können. Dabei werden kurz-, mittel- und langfristige Zeithorizonte berücksichtigt. Die dargestellten Informationen und Kennzahlen wurden so ausgewählt und aufbereitet, dass sie relevant, verlässlich, vergleichbar, verständlich und überprüfbar sind. Um ein möglichst umfassendes Bild der Nachhaltigkeitsleistung von Severin® zu vermitteln, berücksichtigt der Bericht neben den Vorgaben des VSME-Standards auch relevante branchenspezifische Themen. Dabei werden sowohl quantitative Kennzahlen als auch qualitative Informationen und Erläuterungen dargestellt. Die Berichterstattung folgt dem im VSME vorgesehenen „If applicable“-Prinzip („sofern anwendbar“). Das bedeutet, dass nur solche Datenpunkte berichtet werden, die auf Severin® tatsächlich zutreffen beziehungsweise für das Unternehmen relevant sind. Anforderungen, die nicht anwendbar sind, werden entsprechend als solche gekennzeichnet.

Der Nachhaltigkeitsbericht wird alle zwei Jahre erstellt und öffentlich zugänglich gemacht. Er erscheint unabhängig vom Jahresabschluss und umfasst neben Severin® auch die einbezogenen Tochterunternehmen. Die Berichtszeiträume orientieren sich am Fiskaljahr und entsprechen damit grundsätzlich den Zeiträumen der Finanzberichterstattung. Dadurch soll eine möglichst hohe inhaltliche Vergleichbarkeit und Kohärenz zwischen finanziellen und nachhaltigkeitsbezogenen Informationen gewährleistet werden. Wo dies sinnvoll ist, verweist

der Bericht auf bereits veröffentlichte Dokumente, um Doppelungen zu vermeiden. Bestimmte Informationen können von der Offenlegung ausgenommen werden, wenn sie als vertraulich oder sensibel einzustufen sind. Wird von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht, wird dies an der entsprechenden Stelle im Bericht transparent kenntlich gemacht, beispielsweise durch einen Verweis auf B1, die allgemeine Offenlegung zur Grundlage der Berichterstattung im VSME-Basismodul.

Für eine bessere Lesbarkeit folgt die Gliederung dieses Berichts nicht durchgehend der Reihenfolge des VSME-Standards. Stattdessen sind die Inhalte nach thematischen Schwerpunkten strukturiert. Die jeweils relevanten Offenlegungsanforderungen und Datenpunkte des VSME-Standards werden in Klammern angegeben, beispielsweise §24. Auf diese Weise bleibt die Zuordnung zum Standard nachvollziehbar, während gleichzeitig ein praxisorientierter und lesefreundlicher Aufbau ermöglicht wird.

Ergänzende Informationen zur Nutzung der veröffentlichten Nachhaltigkeitsinformationen durch Finanzmarktteilnehmer:innen, beispielsweise Banken, Investor:innen oder berichtspflichtige Großunternehmen, finden sich am Ende des Berichts im Kapitel „Hintergrundinformationen für Finanzmarktteilnehmer (VSME-Standard – Anhang C)“. Dort wird erläutert, welche Angaben des Basis- und des umfassenden Moduls insbesondere für nachhaltigkeitsbezogene Finanzierungs- und Informationsanforderungen relevant sein können. Darüber hinaus werden die Zusammenhänge mit weiteren europäischen Regelwerken dargestellt. Dazu zählen insbesondere die SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation; EU-Offenlegungsverordnung), die Anforderungen der EBA (European Banking Authority; Europäische Bankenaufsichtsbehörde) an die Säule-3-Offenlegung von Banken sowie die EU-Benchmark-Verordnung (Benchmark Regulation, BMR). Damit wird nachvollziehbar, in welchen Bereichen die nach dem VSME-Standard veröffentlichten Unternehmensinformationen auch für Finanzinstitute und andere Marktteilnehmer von Bedeutung sein können.



VORSTELLUNG SEVERIN®

2.1

1892

Anton Severin gründet im Sauerland einen Handwerksbetrieb

1922

Eröffnung des neuen Werks in Sundern

1961

Eröffnung einer eigenen Prüfabteilung und eines telefonischen Kundendienstes

1976

Eigene Serviceabteilung mit Kundendienst

1991

Start der internationalen Expansion durch die Gründung der ersten Vertriebsgesellschaft in Frankreich

Gründung der
A. Severin & Co. GmbH

1921

Einstieg in elektrische Haushaltsgeräte

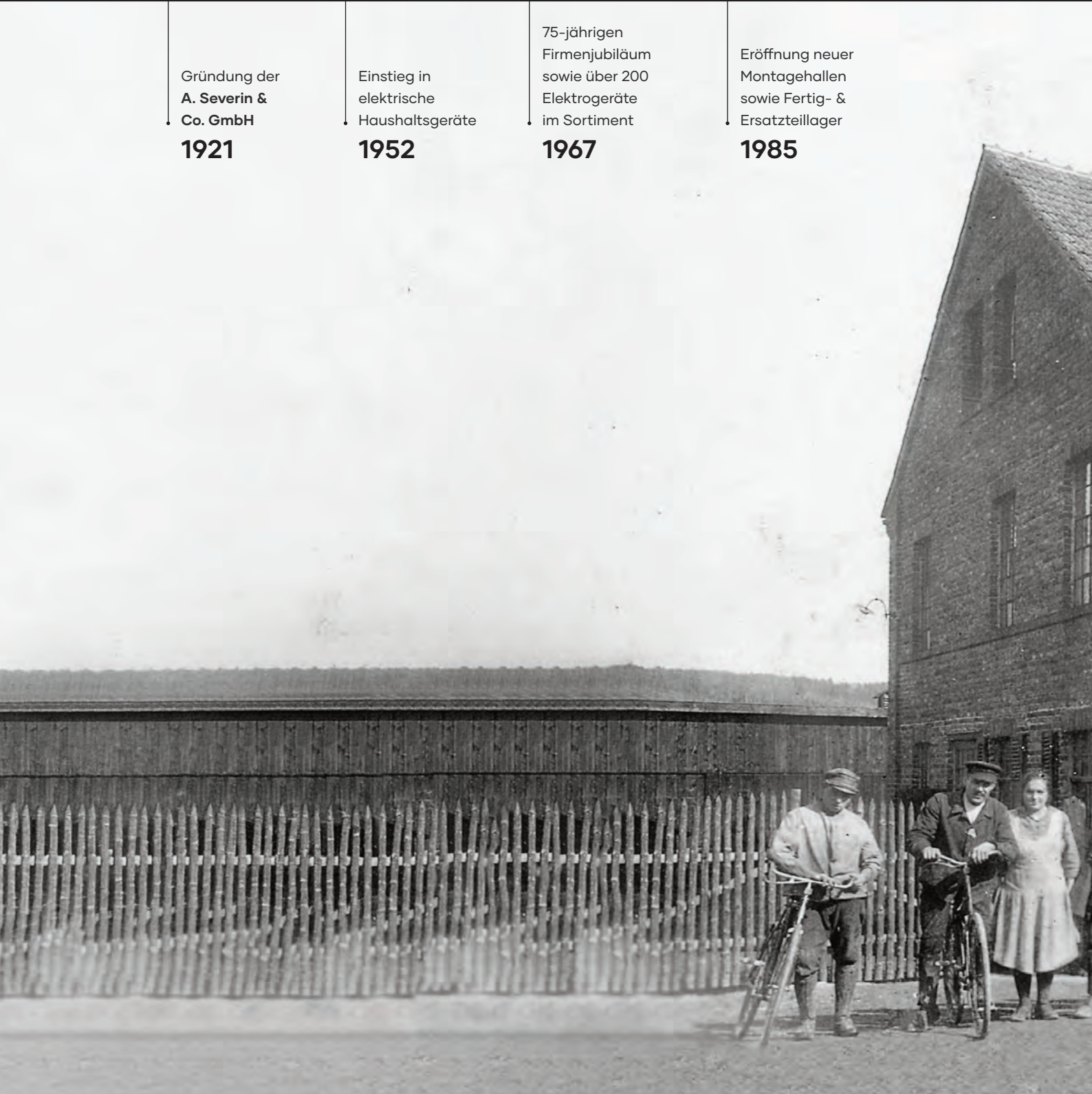
1952

75-jährigen Firmenjubiläum sowie über 200 Elektrogeräte im Sortiment

1967

Eröffnung neuer Montagehallen sowie Fertig- & Ersatzteillager

1985



SEVERIN® UNTERNEHMENS- GESCHICHTE

2015

Einstieg und
Übernahme
durch Copper
Oak Ventures

2024

Strategische
Neuausrichtung
und neuer,
moderner
Markenauftritt.

Inbetriebnahme des
Hochregallagers in
Sundern mit einer
Kapazität von
36.000 Palettenplätzen

2005

Ausbau von
E-Commerce und
internationalem
Geschäft.

2018

Die Geschichte von Severin® beginnt im Jahr **1892**, als Anton Severin im Sauerland einen Handwerksbetrieb gründete und damit den Grundstein für das heutige Unternehmen legte.

1921 entstand gemeinsam mit seinem Sohn Anton Severin jr. die A. Severin & Co. GmbH. Bereits ein Jahr später, **1922**, eröffnete das Unternehmen sein neues Werk in Sundern und schuf damit die Basis für weiteres Wachstum.

Mit dem Einstieg in die Produktion elektrischer Haushaltsgeräte **1952** begann ein neues Kapitel der Unternehmensgeschichte. **1961** folgte die Eröffnung einer eigenen Prüfteilung sowie eines telefonischen Kundendienstes zwei wichtige Meilensteine für Qualität und Service.

Zum 75-jährigen Firmenjubiläum im Jahr **1967** umfasste das Sortiment bereits mehr als 200 verschiedene Elektrogeräte. **1976** wurde der Kundenservice mit einer eigenen Serviceabteilung weiter ausgebaut.

Das kontinuierliche Wachstum spiegelte sich auch in den folgenden Investitionen wider: **1985** wurden neue Montagehallen sowie ein Fertigwaren- und Ersatzteillager eröffnet. Mit der Gründung der ersten Vertriebsgesellschaft in Frankreich **1991** begann die internationale Expansion.

Ein weiterer wichtiger Schritt in der Logistik erfolgte **2005** mit der Inbetriebnahme des Hochregallagers in Sundern, das über eine Kapazität von 36.000 Palettenplätzen verfügt.

2015 investierte das Dortmunder Family Office Copper Oak Ventures in Severin® und übernahm das Unternehmen schließlich **2018**. In den folgenden Jahren wurden insbesondere der E-Commerce gestärkt und die internationale Expansion konsequent vorangetrieben.

2024 startete Severin® mit einem modernen Markenauftritt, einer strategischen Neuausrichtung und einem klaren Fokus auf wachstumsstarke Segmente in eine neue Unternehmensphase.



2.2

PRODUKTSEGMENTE

Severin® ist ein international tätiges Unternehmen der Hausgerätebranche mit Hauptsitz in Sundern im Sauerland, Deutschland. Seit mehr als 130 Jahren entwickelt Severin® innovative und zuverlässige Haushaltsgeräte, die den Alltag der Menschen einfacher, komfortabler und lebenswerter machen.

Die Produktentwicklung, das Produktmanagement sowie die Qualitäts- und Sicherheitsprüfung erfolgen am Unternehmenssitz in Deutschland. Die Fertigung der Produkte erfolgt in enger Zusammenarbeit mit ausgewählten, langjährigen Produktionspartnern in Asien und Europa sowie weiteren qualifizierten Lieferant:innen.

Mit einem klaren Fokus auf Qualität, Benutzerfreundlichkeit und zeitgemäßes Design entwickeln wir Produkte, die den Anforderungen moderner Haushalte gerecht werden. Dabei stehen Innova-

tion und ein hoher Anspruch an Produktsicherheit und Service gleichermaßen im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns.

Die Vermarktung der Produkte erfolgt über verschiedene Vertriebskanäle. Neben dem Direktvertrieb an Endkund:innen beliefert Severin® den Fach- und Großhandel sowie internationale Handelspartner. Darüber hinaus ist das Unternehmen im OEM-Geschäft tätig und entwickelt sowie produziert Produkte für namhafte Handels- und Markenpartner weltweit.

Das Produktportfolio umfasst eine Vielzahl von elektrischen Haushaltsgeräten für unterschiedliche Anwendungsbereiche und deckt sowohl den täglichen Bedarf als auch besondere Genuss- und Lifestyle-Momente ab. Das Produktsortiment von Severin® umfasst vier zentrale Kategorien.



REINIGUNG & ORDNUNG



Der
SEVERIN
AKKU
HANDSTAUBSAUGER
S-POWER
OLYMP PRO

ERNÄHRUNG & ZUBEREITUNG



Der
SEVERIN
INDUKTIONS-
MILCHAUFSCÄUMER
SPUMA® GLASS



GRILLEN & GESELLIGKEIT

Der
SEVERIN
RACLETTE
GRILL
SEVENTO®

KI modifiziert



2.3

AUSZEICHNUNGEN

Wir entwickeln Produkte mit klarem Nutzenversprechen. Wir verstehen, was unseren Kund:innen im Alltag fehlt und entwickeln Innovationen, die nicht zufällig gut sind, sondern gezielt richtig. Weil sie echte Bedürfnisse erfüllen. Und das Leben spürbar bereichern.

Dass dieser Ansatz funktioniert, zeigen zahlreiche unserer Auszeichnungen:

- Top 100 Innovator 2023: Für besondere Innovationskraft im Mittelstand (www.top100.de, VÖ 12.03.2023)
- German Innovation Award Gold 2022: Für nutzerzentrierte Produktentwicklung (www.wettbewerbe-aktuell.de, VÖ 19.11.2021)
- Kitchen Innovation Award 2024: Für herausragende Funktion, Innovation, Design und Nachhaltigkeit (www.kitcheninnovationaward.de, VÖ 02.2025)
- Innovationspreis 2025 Sevento®



Sevento®

Unsere Designs entstehen zwischen Kundenbedürfnissen, funktionalen Anforderungen und technischen Möglichkeiten. Für uns gehört Benutzerfreundlichkeit genauso zum Design wie Ästhetik. Severin-Produkte erklären sich von selbst – und begeistern auf lange Sicht. Dass wir diesen Anspruch erfüllen, zeigen auch unsere Auszeichnungen wie der Red Dot Award (<https://www.red-dot.org/search?winners=all>, VÖ 04.2026) und der iF Design Award 2026 (<https://ifdesign.com/de/winner-ranking/project/severin-s-power-olymp-pro/755176>, VÖ 03.2026). Severin macht's möglich – mit Design, das mehr ist als Form.



red dot winner 2026

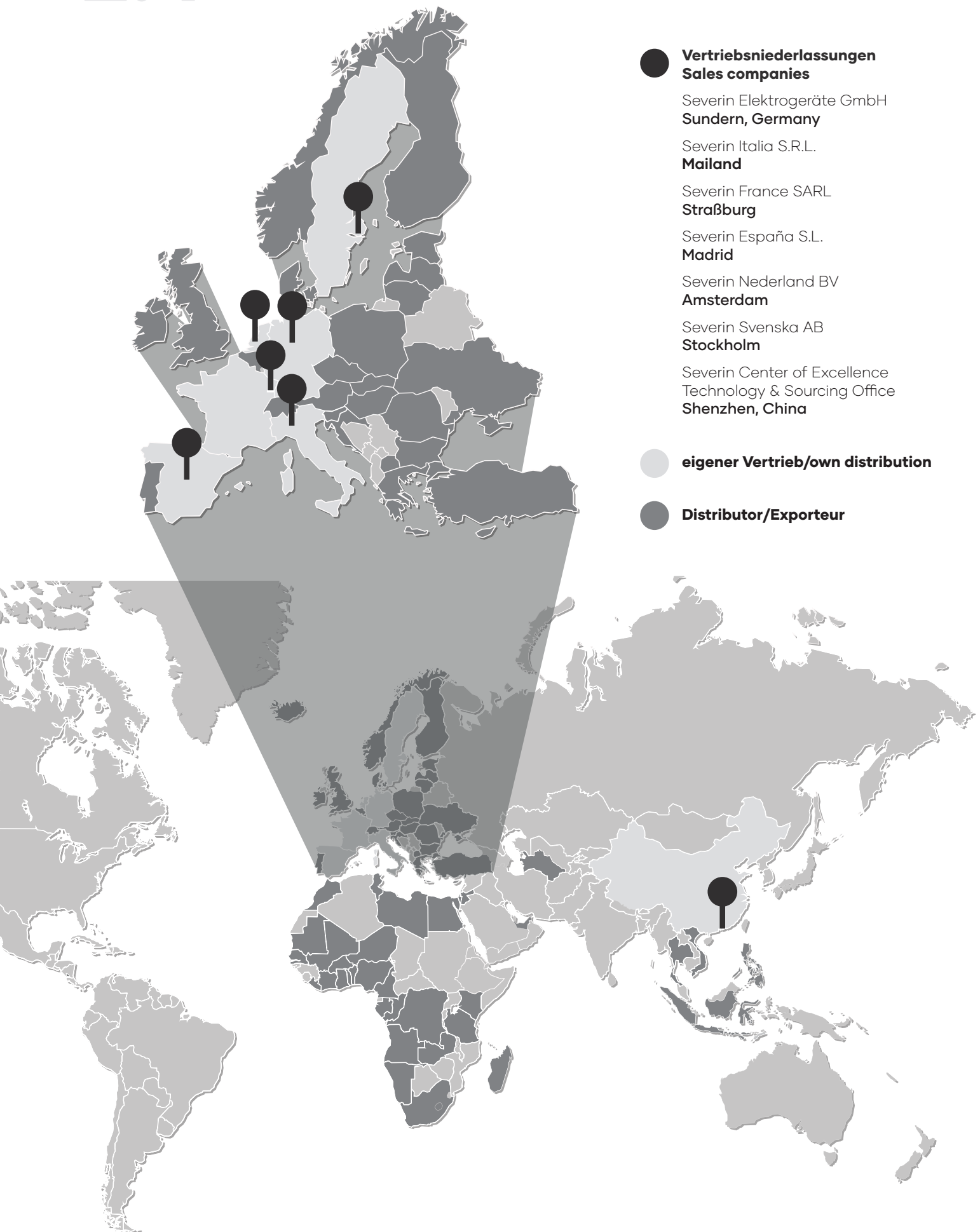


S-Power OLYMP PRO



S-Style SPEED PRO

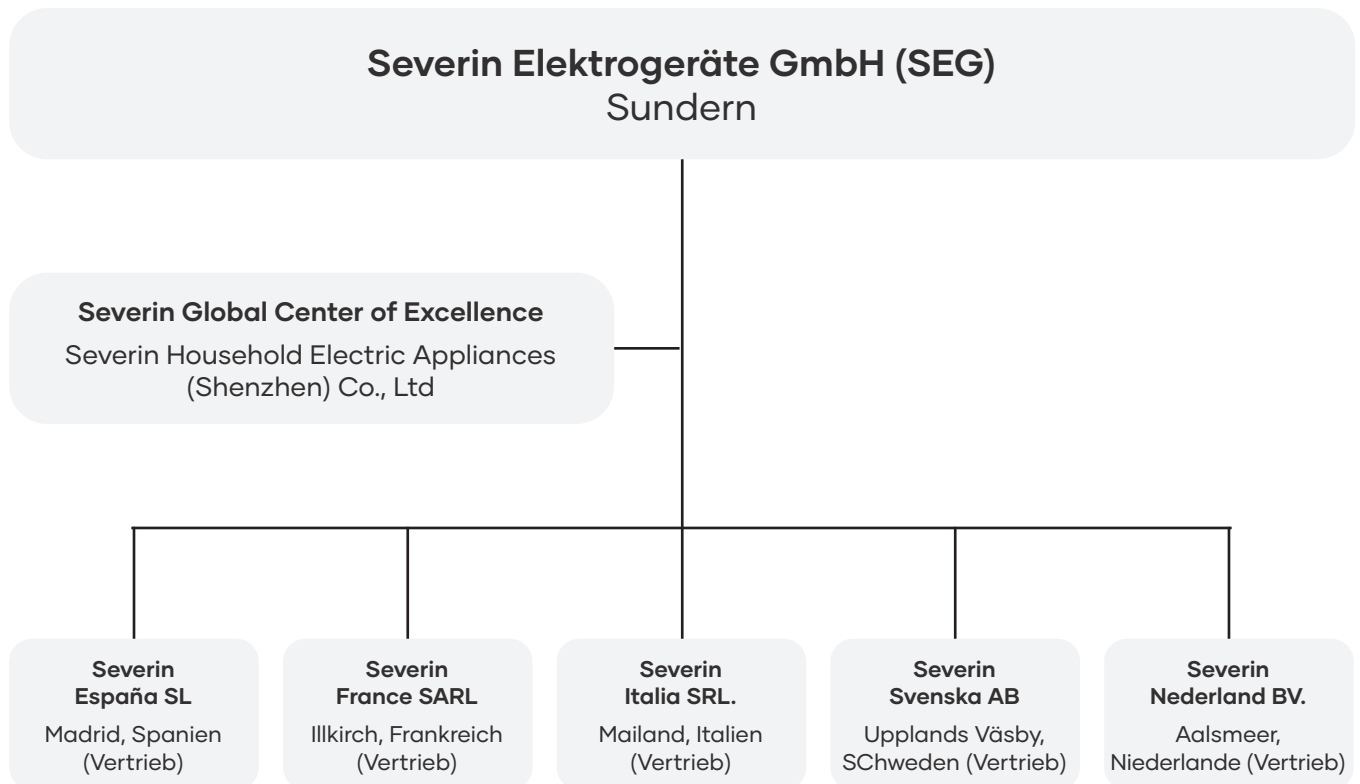
2.4



ORGANISATIONSTRUKTUR SEVERIN®

Unser Hauptsitz in Sundern im Sauerland bildet das zentrale Steuerungs- und Kompetenzzentrum von Severin®. Von hier aus gestalten die Bereiche Kundenservice, Logistik, Produktmanagement, Innovation, Marketing, Qualitätsmanagement und Produktsicherheit die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens. Gleichzeitig werden hier das Produktportfolio kontinuierlich optimiert sowie internationale Markt- und Vertriebsaktivitäten koordiniert.

Gemeinsam mit dem Vertriebsteam für den deutschen Markt sowie den Mitarbeitenden in fünf weiteren europäischen Vertriebsgesellschaften koordinieren wir den Vertrieb der Severin® Produkte in internationalen Märkten





UNSER NACHHALTIG- KEITSPROZESS

UNSER NACHHALTIGKEITSPROZESS

Von der Analyse zur Strategie

Unser Nachhaltigkeitsengagement basiert auf einem strukturierten und integrierten Prozess, der darauf abzielt, die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit systematisch zu erfassen, zu bewerten und gezielt zu adressieren. Durch eine fundierte Analyse unseres Unternehmensumfelds und die aktive Einbeziehung relevanter Stakeholder:innen haben wir eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, die auf die langfristige Resilienz des Unternehmens und die Schaffung gemeinsamen Mehrwerts ausgerichtet ist. Die folgenden Abschnitte beschreiben die einzelnen Phasen dieses Prozesses, die Schritt für Schritt zur Identifikation unserer wesentlichen Themen geführt haben.

Systemanalyse

Im ersten Schritt haben wir eine umfassende Analyse unseres Unternehmenssystems durchgeführt und die gesamte Wertschöpfungskette abgebildet: von der Rohstoffgewinnung und Komponentenbeschaffung über die Produktion in Asien und die Logistik bis hin zur Nutzung, Reparatur und Entsorgung unserer Produkte. Dieser Prozess ermöglichte es, die wesentlichen Nachhaltigkeitsauswirkungen entlang unserer Betriebsabläufe und Geschäftsbeziehungen systematisch zu identifizieren sowohl im Hinblick auf Risiken als auch auf Verbesserungspotenziale und konkrete Handlungsoptionen.

Kontextanalyse & Doppelte Wesentlichkeit

Im Anschluss an die Systemanalyse wurde eine Kontextanalyse durchgeführt. Diese umfasst zum einen, einen Vergleich mit relevanten Mitbewerbern anhand verschiedener Kriterien und zum anderen die Betrachtung aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen sowie branchenspezifischer Trends. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse bildeten die Grundlage für die anschließende Bewertung der wesentlichen Auswirkungen nach dem Prinzip der doppelten Wesentlichkeit, das zwei komplementäre Perspektiven miteinander verbindet:

Auswirkungswesentlichkeit (von innen nach außen):

Sie bewertet, wie die Geschäftstätigkeit von Severin® die Umwelt und die Gesellschaft beeinflusst, etwa durch Treibhausgasemissionen entlang der Lieferkette, den Einsatz von Ressourcen und Verpackungsmaterialien oder die Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette.

Finanzielle Wesentlichkeit (von außen nach innen):

Sie analysiert, wie Umwelt-, Sozial- und Governance-Faktoren (ESG) die finanzielle und operative Stabilität von Severin® beeinflussen können, beispielsweise durch regulatorische Anforderungen, Rohstoffverfügbarkeit oder Reputationsrisiken.

Die Integration beider Dimensionen ermöglicht es uns, nicht nur Risiken zu minimieren, sondern auch konkrete Maßnahmen zur Reduktion negativer Auswirkungen umzusetzen und einen positiven Mehrwert für Gesellschaft und Umwelt zu schaffen.

Einbeziehung der Stakeholder:innen

Nach Abschluss der Wesentlichkeitsanalyse haben wir die wichtigsten Stakeholder:innen identifiziert und aktiv in den Bewertungsprozess einbezogen. Ziel war es, ein möglichst vollständiges und repräsentatives Bild der Erwartungen und Prioritäten aller relevanten Interessensgruppen zu erhalten.

Der Prozess der Stakeholder:innen-Einbeziehung umfasste:

- die Identifizierung und Klassifizierung der wichtigsten Interessensgruppen: Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden, Lieferant:innen sowie interne Fachpersonen
- die Analyse ihrer Erwartungen und Prioritäten im Bereich Nachhaltigkeit
- die Integration ihres Feedbacks in die Priorisierung der wesentlichen Themen.

Die Einbindung erfolgte durch strukturierte Workshops sowie gezielte Einzelgespräche mit internen Fachpersonen aus den Bereichen Einkauf, Logistik, Marketing, HR und Kundenservice. Die Ergebnisse wurden ausgewertet und flossen direkt in die Finalisierung der wesentlichen Themen ein.

Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen

Aus der doppelten Wesentlichkeitsanalyse und dem Dialog mit den Stakeholder:innen haben sich unsere wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen herauskristallisiert. Diese bilden die strategische Grundlage des vorliegenden Berichts und umfassen:

UMWELT



- Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen (B3), Anpassung an den Klimawandel sowie Klimaschutz durch Reduktion direkter und indirekter Treibhausgasemissionen.
- Verschmutzung von Luft, Wasser und Boden (B4), Verschmutzung von Luft, Wasser und Boden entlang der Wertschöpfungskette.
- Wasser (B6), Wasserverbrauch und Eintrag von Mikroplastik in Böden und Gewässer.
- Biodiversität (B5), Flächenversiegelung sowie Beeinträchtigung von Lebensräumen durch Rohstoffgewinnung.
- Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement (B7), Kreislauffähigkeit von Produkten, Verpackungen und Abfallmanagement.

SOZIALES



- Belegschaft, Gesundheit und Sicherheit (B9)/ Vergütung, Tarifbindung und Weiterbildung (B10), Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit sowie Gleichbehandlung und Chancengleichheit.
- Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette, Arbeitsbedingungen, angemessene Entlohnung, Gesundheitsschutz und Menschenrechte bei Lieferant:innen.
- Betroffene Gemeinschaften, Schutz lokaler Gemeinschaften vor negativen Auswirkungen durch Rohstoffgewinnung und Logistik.

GOVERNANCE



- Unternehmensführung (B11), Schutz von Hinweisgebern, Management der Lieferantenbeziehungen sowie Prävention von Korruption und Bestechung.

Diese Themen wurden im Einklang mit dem VSME-Standard der EFRAG ausgewählt und spiegeln die für Severin® wesentlichen Aspekte wider. Sie decken dabei nicht alle möglichen Nachhaltigkeitsthemen ab, sondern ausschließlich jene, die sich aus der doppelten Wesentlichkeitsanalyse und dem Anspruchsgruppen-Engagement als Material erwiesen haben.

Mit dieser Strategie verpflichten wir uns zu konkreten, messbaren und zukunftsorientierten Maßnahmen. Auf den folgenden Seiten wird jedes Thema einzeln behandelt mit einer Darstellung dessen, was wir bereits tun, unserer Ziele sowie der relevanten Konzepte und Maßnahmen gemäß dem VSME-Standard.

Strategie

Im letzten Schritt wurde festgelegt, für welche wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen Severin® zunächst konkrete Strategien, Ziele und Maßnahmen entwickelt. Die folgenden Themen wurden ausgewählt:

- Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen (B3), Klimaschutz durch Reduktion von Treibhausgasemissionen, Energieversorgung und Mobilität.
- Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement (B7), Abfallmanagement, Zirkularität und Einsatz recycelter Materialien.
- Belegschaft, Gesundheit und Sicherheit (B9)/ Vergütung, Tarifbindung und Weiterbildung (B10), Gesundheitsschutz, Arbeitssicherheit sowie Gleichbehandlung und Chancengleichheit.
- Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette, Arbeitsbedingungen, Menschenrechte und Transparenz in der Lieferkette.
- Unternehmensführung (B11), Compliance, Verhaltenskodex, Whistleblowing und Lieferantenmanagement.

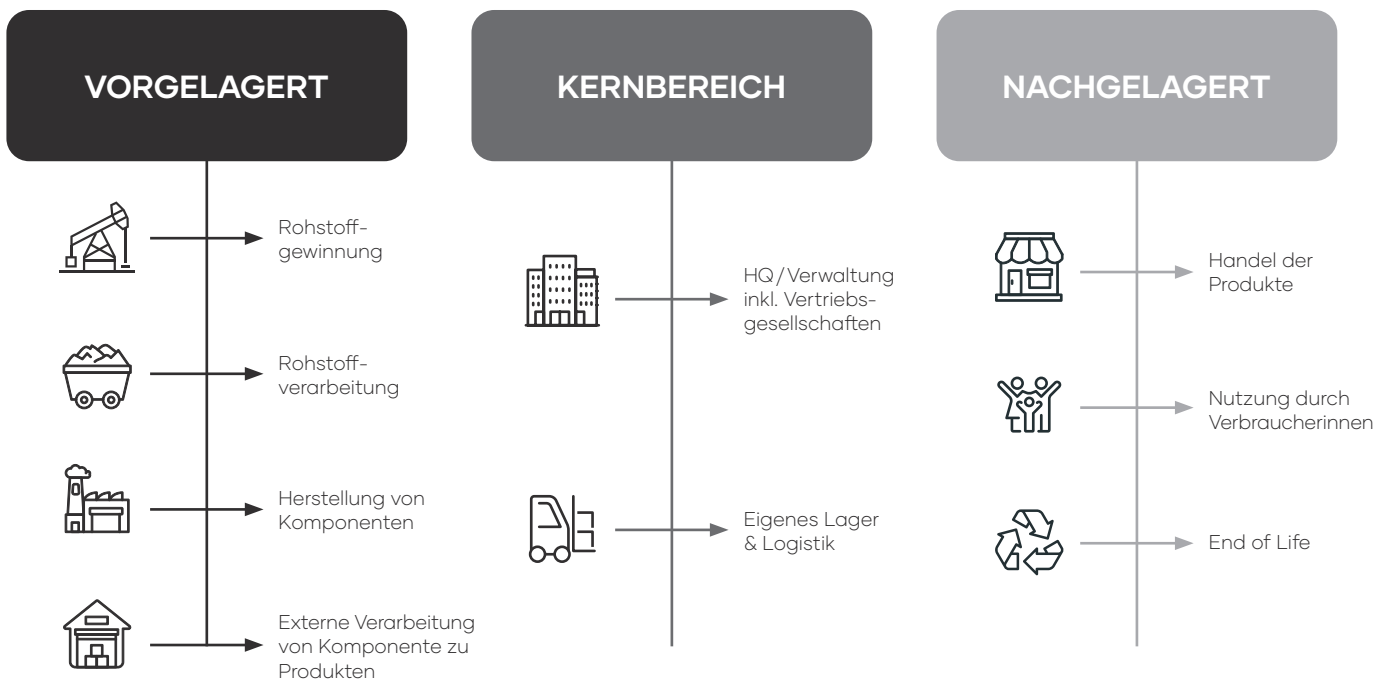
"Nachhaltigkeit bei Severin® ist mehr als nur ein Projekt – sie bildet die Grundlage unserer Zukunftsfähigkeit."

– Gerhard Sturm, CEO –



3.2

WERTSCHÖPFUNGSKETTE



Die Severin® Wertschöpfungskette verdeutlicht, an welchen Stellen entlang des Produktlebenszyklus Nachhaltigkeit eine Rolle spielt. Sie gliedert sich in drei Bereiche:

Vorgelagerte Prozesse: Umfassen die Rohstoffgewinnung, Rohstoffverarbeitung, Komponentenfertigung sowie die Produktion durch externe Partner. Im Fokus stehen eine verantwortungsvolle Beschaffung, die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards sowie die Zusammenarbeit mit Lieferant:innen.

Kernbereich: Beinhaltet die eigenen Unternehmensaktivitäten von der Produktentwicklung und dem Qualitätsmanagement über Verwaltung und Vertrieb bis hin zu Lager und Logistik. Ziel sind eine hohe Produktlebensdauer, Produktsicherheit und ein effizienter Energie- und Ressourceneinsatz.

Nachgelagerte Prozesse: Umfasst den Vertrieb, die Nutzung der Produkte sowie deren Reparatur, Wiederverwendung und das End-of-Life-Management. Wichtige Nachhaltigkeitsaspekte sind die Verlängerung der Produktlebensdauer durch Reparaturfähigkeit sowie die Förderung einer zukunftsfähigen Kreislaufwirtschaft.

PAT-ANGABEN (POLICIES, ACTIONS, TARGETS)

Titel	Eintrag
Klimaschutz – Energieversorgung – Ökostrom	[Ziel] 100 % Grünstrom an allen Standorten bis 2030.
Klimaschutz – Energieversorgung – Erneuerbare Energien	[Maßnahme] Potenzialanalyse für PV-Anlage wird bis Ende 2026 für Hauptstandort in Deutschland durchgeführt.
Klimaschutz – Dekarbonisierung – Gesamtstrategie	[Konzept] Eine Dekarbonisierungsstrategie liegt seit Ende 2025 vor.
Klimaschutz – Dekarbonisierung – Emissionsreduktion Scope 1 & 2	[Ziel] Severin® strebt an, die Treibhausgasemissionen der Scopes 1 und 2 bis 2030 um 50 % gegenüber dem Basisjahr 2022 zu reduzieren.
Klimaschutz – Dekarbonisierung – Emissionsreduktion Scope 3	[Ziel] Severin® strebt an, die Scope-3-Emissionen bis 2030 relativ zur Produktionsmenge (t CO ₂ e pro Output-Einheit) um 45 % gegenüber dem Basisjahr 2022 zu reduzieren.
Klimaschutz – Mobilität – Elektromobilität intern	[Ziel] 80% der Fahrzeuge auf E-Antrieb umstellen bis 2030.
Klimaschutz – Mobilität – Elektromobilität extern	[Ziel] Bis 2030 wird der Anteil der von Dienstleistern mit E-LKW erbrachten Transportkilometer im vor- und nachgelagerten Straßentransport erhöht.
Klimaschutz – Beschaffung – Nachhaltigkeitsbewertung Lieferant:innen	[Ziel] Bis spätestens Ende 2027 sind mindestens 95 % der Tier-1-Lieferant:innen anhand von ESG-Kriterien bewertet.
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft – Abfall – Abfallwirtschaftskonzept	[Negativaussage, Maßnahme] Bis zum Ende 2026 liegt ein überarbeitetes Abfallwirtschaftskonzept vor.
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft – Abfall – Abfalltrennung/-vermeidung	[Maßnahme] Weiteres Potenzial zur Reduktion der Abfallmengen wird bis Ende 2027 ermittelt.
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft – Abfall – Mitarbeiterschulungen	[Maßnahme] Neue Mitarbeitende und Auszubildende erhalten eine Schulung zur umweltgerechten Abfalltrennung.
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft – Zirkularität – Lieferantenanalyse	[Ziel] Bis zum Ende 2026 liegen Analysen bzgl. Materialfluss und Kreislauffähigkeit für 90 % des Einkaufsvolumens vor.
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft – Zirkularität – Konfliktmaterialien	[Maßnahme] Eine systematische Erfassung für alle kritischen Warengruppen wird fortgeführt, gefährliche Stoffe bleiben ausgeschlossen.
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft – Zirkularität – Produkte BOM-Analyse	[Maßnahme] Die systematische Auswertung der Stücklisten im SAP-System wird ab 2026 um Gewichts- und Materialangaben ergänzt.
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft – Zirkularität – Materialbewertungssystem	[Negativaussage, Maßnahme] Ein Bewertungsverfahren für die Zirkularität der Produkte wird bis Ende 2027 eingeführt.
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft – Zirkularität – Materialanalyse	[Konzept] Die Bewertungsmatrix für Lebensdauer wird bis Ende 2027 um eine Bewertung der Substituierbarkeit von Materialien ergänzt.
Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit – Ergonomische Arbeitsplatzgestaltung	[Maßnahme] Anfang 2027 sollen 100% der Büroarbeitsplätze einer ergonomischen Bewertung unterzogen werden.
Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit – Kooperationen mit Krankenkassen/Gesundheitstage	[Negativaussage, Maßnahme] Bis Ende 2026 sollen Kooperationen mit mind. einer Krankenkasse pro Standort bestehen und jährlich min. zwei Programme umgesetzt werden.

Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit – Sicherheitsbegehungen	[Maßnahme] Ab 2026 wird pro Quartal eine Sicherheitsbegehung mit anschließendem Bericht durchgeführt.
Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit – Sicherheitsunterweisung	[Maßnahme] 100 % der Mitarbeitenden erhalten jährlich eine dokumentierte Sicherheitsunterweisung.
Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit – Präventionskampagnen	[Maßnahme] Ab 2025 werden pro Jahr mindestens zwei Gesundheitskampagnen mit Präventionsschwerpunkt durchgeführt.
Gleichbehandlung und Chancengleichheit – Entwicklungspläne High Potentials	[Ziel] Bis Ende 2026 haben 80 % der weiblichen High Potentials individuelle Entwicklungspläne und nehmen an mind. einem Förderprogramm teil.
Gleichbehandlung und Chancengleichheit – Diversity/Bias-Schulung	[Ziel] Ab 2027 haben 100 % der Führungskräfte mindestens alle 3 Jahre an einer Diversity- & Bias-Schulung teilgenommen.
Gleichbehandlung und Chancengleichheit – Diversitätsmonitoring	[Maßnahme] Ab 2027 werden Diversitätsdaten jährlich auf Führungsebene erhoben und berichtet.
Code of Conduct	[Maßnahme] Die Lieferantenverträge werden bis Ende 2026 um ESG-Kriterien ergänzt und zusammen mit dem überarbeiteten Supplier Code of Conduct an alle Lieferant:innen gesendet. Bis Ende 2027 haben alle Lieferant:innen diese unterschrieben.
Transparenz in der Lieferkette	[Maßnahme] Bis Ende 2026 haben wir eine Risikoanalyse für 100 % der Tier-1-Lieferant:innen mit hohem Risiko abgeschlossen.
Stakeholder-Dialog mit Lieferant:innen	[Maßnahme] Bis Ende 2027 werden für 60 % der priorisierten Lieferant:innen in Hochrisikoländern und -branchen Bewertungen zu Arbeitsbedingungen und Menschenrechten dokumentiert.
Compliance – Schulung	[Maßnahme & Ziel] Der interne Verhaltenskodex ist im eigenen Unternehmenswiki verfügbar. Ab 2026 werden alle Mitarbeitenden jährlich in unserem Verhaltenskodex unterwiesen.
Compliance-Beauftragte:r	[Maßnahme] Wir beschäftigen weiterhin einen Compliance-Beauftragten.
Whistleblowing	[Maßnahme] Das Online-Hinweisgeberlösungstool bleibt weiterhin im Einsatz. Meldungen werden jährlich überwacht.
Anti-Korruption	[Maßnahme] Die bestehende Antikorruptionsrichtlinie bleibt weiterhin im Einsatz.
Lieferantenmanagement	[Konzept] Die bestehenden Einkaufsrichtlinien bleiben weiterhin im Einsatz und werden bei Bedarf angepasst.
Cybersecurity	[Maßnahme] Ab Q1/2026 Schwachstellenprüfung bei 100% aller Neueinstellungen mit erhöhtem Sicherheitsrisiko umgesetzt.
Cybersecurity	[Ziel] Awareness-Schulungsquote von 100% aller Beschäftigten pro Jahr ab 2025.
Cybersecurity	[Maßnahme] Umsetzung von 100% aller Maßnahmen aus Audits bis 12 Monate nach Audit-Bericht.



INTERVIEWS

INTERVIEW

NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION IN DER LOGISTIK

Interview mit Fuat Cakar – Director Global Supply Chain

Nachhaltigkeit spielt in der Logistik eine zunehmend zentrale Rolle. Fuat Cakar weist darauf hin, dass der Umfang entsprechender Maßnahmen auch von ihrer wirtschaftlichen Umsetzbarkeit abhängt. Nachhaltigkeit muss aus Sicht des Unternehmens stets wirtschaftlich umsetzbar sein, um langfristig erfolgreich integriert werden zu können. Grundsätzlich gilt der Ansatz, Produkte und Materialien nicht vorschnell zu entsorgen, sondern vorhandene Ressourcen möglichst effizient zu nutzen und nachhaltige Lösungen in bestehende Prozesse einzubinden.

Bereits heute werden verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um den ökologischen Fußabdruck der Logistik zu reduzieren. Ein Beispiel ist der Import von Produkten aus China. Nach der Ankunft im Hamburger Hafen erfolgt der Weitertransport nach Warstein bereits CO₂-neutral auf der Schiene. Perspektivisch besteht das Ziel, auch diesen Transportabschnitt vollständig auf elektrisch betriebene Lkw umzustellen, sobald dies wirtschaftlich sinnvoll realisierbar ist.

Veränderungen im Zeitraum 2024–2025

Ein bedeutender Entwicklungsschritt war die Optimierung der Lager- und Kommissionierungsprozesse. Zuvor wurden im Hochregallager sowohl einzelne Pakete als auch komplette Paletten über dieselben Prozesse abgewickelt. Eine Unterscheidung zwischen B2B- und B2C-Aufträgen fand nicht statt, wodurch die Lagertechnik teilweise ineffizient genutzt wurde. Beispielsweise belegten einzelne Kartons komplette Palettenstellplätze, was sowohl die Lagerkapazität als auch den Energieverbrauch der automatisierten Anlage unnötig erhöhte.

Im Rahmen einer umfassenden Prozessoptimierung wurden die Bereiche voneinander getrennt. Aufträge mit weniger als sieben Kartons werden nun direkt für den Versand an den Endkund:innen kommissioniert, während ausschließlich vollständig bestückte Paletten das Hochregallager durchlaufen. Diese Umstellung führte zu einer deutlichen Entlastung der Lagertechnik, einer effizienteren Kommissionie-

rung sowie einer höheren Prozessgeschwindigkeit. Gleichzeitig konnte die Auslastung der Anlage verbessert und der Energieverbrauch reduziert werden.



Maßnahmen zur Reduzierung von CO₂-Emissionen

Zwischen 2024 und 2025 wurden verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um Transportprozesse nachhaltiger zu gestalten. Ein wesentlicher Schwerpunkt lag auf der Optimierung von Verpackungen und Losgrößen. Durch eine bessere Anpassung der Kartonagen an die tatsächliche Produktgröße konnte das Luftvolumen in den Verpackungen deutlich reduziert werden. Dies ermöglicht eine bessere Auslastung der Transportfahrzeuge und senkt sowohl Materialverbrauch als auch CO₂-Emissionen.

Auch die Lagerstruktur für Ersatzteile wurde umfassend optimiert. Häufig benötigte Ersatzteile, die zuvor gemeinsam mit allen weiteren Artikeln in einer Halle gelagert wurden, sind heute in zwei zentralen Lagergängen zusammengefasst. Seltener benötigte Artikel wurden in andere Lagerbereiche verlagert. Gleichzeitig wurde ein eigener Bereich für den Transport geschaffen. Die neue Struktur ermöglicht kürzere Wege, reduziert den Suchaufwand und trägt zu einer effizienteren Kommissionierung bei.

Herausforderungen beim Einsatz emissionsarmer Transportmittel

Der Einsatz emissionsarmer Fahrzeuge stellt aktuell vor allem aus wirtschaftlicher Sicht eine Herausforderung dar. Die Anschaffungskosten für alternative Antriebstechnologien wie Elektro-Lkw sind derzeit noch vergleichsweise hoch. „Wir verfolgen daher die Strategie, neue Technologien schrittweise einzuführen, sobald diese wirtschaftlich tragfähig sind und einen nachhaltigen Mehrwert bieten.“ so Fuat Cakar.



Bedeutung von Schienen- und Binnenschifftransporten

Bereits heute nutzt das Unternehmen den sogenannten Warsteiner Zug als Alternative zum Straßentransport. Der Ausbau des Schienenverkehrs gestaltet sich jedoch schwierig. Insbesondere die Auswirkungen des Russland-Ukraine-Krieges haben die internationale Schienenlogistik erheblich beeinträchtigt und erschweren eine stärkere Verlagerung von Transporten auf die Schiene. Dennoch wird dieser Verkehrsträger langfristig weiterhin als wichtiger Bestandteil nachhaltiger Logistik betrachtet.

Digitalisierung administrativer Prozesse

Die Digitalisierung hat in den vergangenen Jahren wesentlich zu einer nachhaltigeren Logistik beigetragen. Mit der Einführung des SAP-S/4HANA-Systems wurden zahlreiche papierbasierte Prozesse vollständig digitalisiert. Frachtpapiere, Auftragsbestätigungen und weitere Dokumente werden heute überwiegend elektronisch verarbeitet. Während früher für nahezu jeden Auftrag umfangreiche Papierunterlagen erstellt wurden, erfolgt die Dokumentation inzwischen nahezu vollständig digital. Dadurch konnten Papierverbrauch, Druckkosten und physische Archivierung deutlich reduziert werden. Die

Einführung von SAP S/4HANA stellt den größten Digitalisierungsschritt der vergangenen Jahre dar. Das neue ERP-System bildet die Grundlage für effizientere Lager-, Versand- und Verwaltungsprozesse und ermöglicht eine deutlich bessere Vernetzung der einzelnen Unternehmensbereiche.

Perspektiven von KI, IoT und Datenanalysen

Künstliche Intelligenz, Robotik und datenbasierte Optimierung gelten als bedeutende Zukunftstechnologien für die Logistik. „Wir beobachten diese Entwicklungen intensiv und informieren uns regelmäßig auf Fachmessen über neue Technologien und Lösungsansätze.“ Einer kurzfristigen Umsetzung stehen derzeit jedoch häufig noch hohe Investitionskosten entgegen.

Mit Blick auf die weitere Entwicklung der Branche besteht die Erwartung, dass sich die Logistik zunehmend von der klassischen „Logistik 4.0“ in Richtung einer „Logistik 5.0“ weiterentwickeln wird. „Ich erwarte, dass Künstliche Intelligenz dabei den Menschen nicht ersetzt, sondern ihn gezielt bei komplexen Entscheidungen und wiederkehrenden Tätigkeiten unterstützt.“ Auch Robotiklösungen werden künftig voraussichtlich weiter an Bedeutung gewinnen, insbesondere in der Palettenlogistik und bei der Automatisierung logistischer Prozesse.





Ressourcenschonende Verpackungskonzepte

Ein aktuelles Zukunftsprojekt ist die Einführung einer automatisierten Verpackungsanlage nach dem Prinzip der „Box-First-Strategie“. Dabei wird bereits beim Erstellen des Versandauftrags automatisch die optimale Kartongröße berechnet. Anschließend produziert die Anlage eine exakt auf den Auftrag zugeschnittene Verpackung, in die der Mitarbeitende die kommissionierten Produkte direkt einlegt.

Durch diese angepasste Versandverpackung können Verpackungsmaterial, Füllstoffe und Transportvolumen erheblich reduziert werden. Gleichzeitig verbessert sich die Auslastung der Transportfahrzeuge, wodurch zusätzliche CO₂-Einsparungen erzielt werden können.

Mehrweg- und Recyclingkonzepte

Auch das Thema Recycling gewinnt zunehmend an Bedeutung. Bereits heute wird der Einsatz von Luftpolsterfolie möglichst geringgehalten. Mit einer Verpackungsanlage sollen anfallende Kartonaugenreste künftig direkt geschreddert und als umweltfreundlicheres Füllmaterial für neue Sendungen wiederverwendet werden. Dadurch entsteht ein interner Materialkreislauf, der Abfälle reduziert und den Bedarf an zusätzlichem Verpackungsmaterial deutlich verringert.

Zukunftsausblick bis 2030

Für die kommenden Jahre werden mehrere Entwicklungen die Logistik nachhaltig verändern. Ein wichtiger Trend ist die vollständige Digitalisierung von Lieferscheinen. Aktuell erhält jeder Kund:innen noch einen gedruckten Lieferschein. Perspektivisch sollen RFID-Technologien oder digitale Informationssysteme diese Dokumente ersetzen. Kund:innen könnten sämtliche Produktinformationen künftig direkt digital abrufen, wodurch Papier vollständig eingespart werden könnte.

Ein weiterer Zukunftstrend liegt in der zunehmenden Automatisierung logistischer Prozesse. Robotiklösungen für Paletten Handling und Kommissionierung werden weiter an Bedeutung gewinnen und Mitarbeitende bei körperlich belastenden Tätigkeiten unterstützen.

Darüber hinaus entwickelt sich der E-Commerce zunehmend in Richtung maximaler Liefergeschwindigkeit. Internationale Pilotprojekte, beispielsweise in den USA, zeigen bereits heute, dass Lieferzeiten von wenigen Stunden möglich sind. Auch in Europa steigt die Erwartungshaltung der Kund:innen an Same-Day- oder Next-Day-Delivery kontinuierlich. Vor allem jüngere Zielgruppen kaufen immer häufiger online ein, wodurch Geschwindigkeit zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor in der Logistik wird.

INTERVIEW

ENTWICKLUNGEN IM KUNDENSERVICE UND REPARATURBEREICH

Interview mit Patrick Abel – Head of Customer Service

Der Kundenservice befindet sich in einem kontinuierlichen Wandel. Insbesondere in den Jahren 2024 bis 2025 wurde deutlich, dass Kunden zunehmend digitale und automatisierte Serviceangebote erwarten. Viele Verbraucher:innen möchten Informationen eigenständig recherchieren und Probleme möglichst ohne direkten Kontakt zum Kundenservice lösen. Vor diesem Hintergrund werden die digitalen Self-Service-Angebote gezielt ausgebaut.

Zu den wichtigsten Maßnahmen zählen die Erweiterung des FAQ-Bereichs sowie die Entwicklung kurzer Erklär- und Anwendungsvideos, die häufig gestellte Fragen verständlich beantworten. Ziel dieser Angebote ist es, den Kund:innen jederzeit einen schnellen Zugang zu relevanten Informationen zu ermöglichen und gleichzeitig den Kundenservice von Standardanfragen zu entlasten. „Trotz dieser Entwicklung bleibt der persönliche Kontakt ein wesentlicher Bestandteil der Servicephilosophie unseres Unternehmens“ so Patrick Abel.

Häufigste Kundenanliegen

Die meisten Anfragen im Kundenservice beziehen sich auf Reparaturen und technische Fragestellungen. Diese lassen sich im Wesentlichen in drei Bereiche unterteilen:

- Bedienungs- und Anwendungsfragen,
- Ersatzteilanfragen sowie
- Reparaturaufträge.

Während sich viele Kund:innen zunächst über die Bedienung ihrer Geräte informieren möchten, wenden sich andere an den Kundenservice, um passende Ersatzteile zu bestellen oder eine Reparatur zu beantragen. Durch diese klare Strukturierung können Anfragen schneller bearbeitet und an die zuständigen Fachbereiche weitergeleitet werden.

Maßnahmen zur Verbesserung der Servicequalität

Zwischen 2024 und 2025 wurden zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, um die Servicequalität nachhaltig zu verbessern. Das Serviceteam wurde personell erweitert, insbesondere im telefonischen Kundenservice, um Wartezeiten zu reduzieren und eine höhere Erreichbarkeit sicherzustellen.

Darüber hinaus wurden bestehende Prozesse analysiert, verschlankt und stärker automatisiert. Die Einführung eines modernen Ticketsystems ermöglicht heute eine strukturierte Bearbeitung aller Kundenanfragen sowie eine transparente Nachverfolgung einzelner Vorgänge. Gleichzeitig wurde das Reparaturnetzwerk erweitert, wodurch Reparaturkapazitäten erhöht und Bearbeitungszeiten verkürzt werden konnten.

Ein weiterer Meilenstein war die Einführung von SAP S/4HANA sowie der Customer-Experience-Plattform (SAP CX). Beide Systeme ermöglichen eine bessere Vernetzung aller Serviceprozesse und schaffen eine einheitliche Datenbasis für Kundenanfragen.

Zusätzlich wurde in moderne Hard- und Software investiert. Eine neue Telefonanlage bildet künftig die technische Grundlage für den Einsatz von KI-gestützten Funktionen sowie Chatbots. Ein zukünftiger Schwerpunkt liegt auf der detaillierten Analyse der gesamten Servicekette von der Bestellung bis zur Auslieferung, um weitere Optimierungspotenziale zu identifizieren.





Digitalisierung im Kundenservice

Die Digitalisierung bildet einen wesentlichen Bestandteil der Weiterentwicklung des Kundenservice. Mit SAP S/4HANA und SAP Customer Experience wurden moderne Systeme eingeführt, die eine effizientere Bearbeitung von Kundenanfragen ermöglichen.

Zusätzlich unterstützen digitale Ticketsysteme, Online-Statusabfragen und Self-Service-Angebote sowohl die Mitarbeitenden als auch die Kund:innen. Durch diese Lösungen werden Bearbeitungszeiten verkürzt und Informationen schneller verfügbar gemacht.

Rolle von KI, Chatbots und Self-Service-Portalen

Bereits heute steht Kund:innen ein Live-Chat als zusätzlicher Kommunikationskanal zur Verfügung. Aufbauend auf dieser Lösung soll künftig ein KI-gestützter Chatbot eingeführt werden.

Dieser soll Standardfragen automatisiert beantworten, Produktempfehlungen geben und Kund:innen bei der Problemlösung unterstützen. Gleichzeitig wird betont, dass Künstliche Intelligenz den persönlichen Kundenkontakt nicht vollständig ersetzen soll. Vielmehr soll sie die Mitarbeitenden

entlasten und Freiräume für komplexere Kundenanliegen schaffen.

Häufigste Reparaturarten

Den größten Anteil der Reparaturen machen klassische Verschleißreparaturen aus. Dabei werden insbesondere Bauteile ersetzt, die durch den normalen Gebrauch einem natürlichen Verschleiß unterliegen. Ziel dieser Reparaturen ist es, die Lebensdauer der Produkte deutlich zu verlängern und einen frühzeitigen Austausch zu vermeiden.

Ablauf des Reparaturprozesses

Der Reparaturprozess ist kundenorientiert und transparent gestaltet. Nach Eingang des Geräts erhalten Kund:innen eine Eingangsbestätigung sowie eine individuelle Vorgangsnummer. Über diese kann der aktuelle Bearbeitungsstand jederzeit online eingesehen werden.

Die eigentliche Reparatur erfolgt in der Regel innerhalb von vier bis fünf Werktagen nach Wareneingang. Nach erfolgreicher Instandsetzung wird das Gerät an die Kund:innen zurückgesendet. Durch die transparente Statusverfolgung werden Unsicherheiten reduziert und die Kundenzufriedenheit erhöht.

Entscheidung zwischen Reparatur und Austausch

Ob ein Produkt repariert oder ersetzt wird, entscheidet ein internes Bewertungssystem (Grading). Dabei werden sowohl die technische Reparaturfähigkeit als auch die Wirtschaftlichkeit berücksichtigt.

Ist eine Reparatur technisch möglich und wirtschaftlich sinnvoll, werden die erforderlichen Ersatzteile frühzeitig definiert und bereitgestellt. Erst wenn eine Reparatur unverhältnismäßig hohe Kosten verursachen würde oder technisch nicht realisierbar ist, wird ein Austausch des Geräts in Betracht gezogen.

Entwicklung des Reparaturaufkommens

Das Reparaturaufkommen hat zwischen 2024 und 2025 spürbar zugenommen. Einerseits wurden zusätzliche Produktgruppen in das Reparaturportfolio aufgenommen, andererseits steigt auch die Bereitschaft der Kundinnen und Kunden, Geräte reparieren zu lassen, anstatt sie zu ersetzen.

Diese Entwicklung wird durch das wachsende Nachhaltigkeitsbewusstsein der Verbraucher:innen sowie durch gesetzliche Entwicklungen wie das europäische „Recht auf Reparatur“ zusätzlich unterstützt.

Beitrag zur Verlängerung der Produktlebensdauer

Der Reparaturservice leistet einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens. Reparaturen werden unabhängig davon durchgeführt, bei welchem Händler das Produkt erworben wurde. Dadurch wird die Nutzungsdauer der Geräte verlängert, das Vertrauen der Kund:innen gestärkt und die Entstehung von Elektroschrott reduziert.

Anstatt Geräte aufgrund kleinerer Defekte vollständig zu ersetzen, wird durch gezielte Reparaturen ihre weitere Nutzung ermöglicht und ihre Lebensdauer verlängert. Dadurch werden wertvolle Ressourcen geschont und zugleich die Prinzipien einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft unterstützt.

Europäisches Recht auf Reparatur

Das europäische „Recht auf Reparatur“ steht im Einklang mit unserer bestehenden Serviceausrichtung und stärkt den Ansatz, die Nutzungsdauer unserer Produkte durch Reparaturen zu verlängern.

Bereits heute bieten wir für zahlreiche Produktgruppen umfassende Ersatzteil- und Reparaturmöglichkeiten an. Dies gilt insbesondere für den Bereich Floorcare sowie für Major Domestic Appliances (MDA), beispielsweise Kühlgeräte. Aktuell können

rund 210 Geräte aus unserem Sortiment fachgerecht instandgesetzt und damit länger genutzt werden.

Messung der Kundenzufriedenheit

Die Kundenzufriedenheit wird mithilfe verschiedener Kennzahlen und Bewertungssysteme kontinuierlich überwacht. Nach Telefongesprächen sowie nach der Bearbeitung von E-Mail-Anfragen erhalten Kund:innen die Möglichkeit, ihre Erfahrungen zu bewerten. Ergänzend werden Kennzahlen wie der Net Promoter Score (NPS) sowie Bewertungen auf Plattformen wie Trusted Shops ausgewertet.

Aktuell erreichen wir dort einen durchschnittlichen Bewertungswert von 4,39 von 5 Sternen. Zukünftig soll ein Analysewerkzeug eingeführt werden, das Kundenbewertungen automatisiert auswertet und wiederkehrende Probleme frühzeitig erkennt. Die gewonnenen Erkenntnisse werden anschließend gemeinsam mit den beteiligten Fachabteilungen analysiert, um beispielsweise Lieferverzögerungen oder Prozessschwachstellen dauerhaft zu beheben.

Zukünftige Entwicklungen im Kundenservice

Ein wesentlicher Zukunftstrend liegt in der Weiterentwicklung digitaler Self-Service-Angebote. Es ist davon auszugehen, dass Kund:innen künftig verstärkt Künstliche Intelligenz nutzen werden, um Produktempfehlungen oder technische Unterstützung zu erhalten. Damit verbunden ist die Herausforderung, KI-Systemen qualitativ hochwertige, verlässliche und aktuelle Unternehmensinformationen bereitzustellen, um eine hohe Qualität der bereitgestellten Antworten sicherzustellen.

Ein weiterer Trend zeichnet sich in der stärkeren Integration ergänzender Serviceleistungen in den Kaufprozess ab. Bereits heute bieten viele Händler beispielsweise Garantieverlängerungen oder Zusatzversicherungen direkt im Warenkorb an. Patrick Abel geht davon aus, dass solche Angebote künftig weiter an Bedeutung gewinnen und zu einer stärkeren Verzahnung von Kundenservice und Vertrieb beitragen werden.

63,32*

NPS** Score 2026

Hervorragende weiterempfehlungsrate

4,58*

Trusted Shops 2026
von 5,00 Sternen

4,39*

Trusted Shops (365T)
Rollierender Jahresdurchschnitt

4,58*

Bewertung Kundenservice

Direktes Kundenfeedback aus Serviceinteraktionen

**Der Net Promoter Score (NPS) ist eine Kennzahl zur Messung der Kundenzufriedenheit & der BVeritschaft, ein Unternehmen oder Produkt weiterzuempfehlen.



Servicelevel
Telefon

81,6 %*

Annahme der
Anrufe innerhalb
von 20 Sekunden

Servicelevel
E-Mail

81,8 %*

Antworte auf
E-Mails innerhalb
von 48 Sekunden

Gesamtkunden-
zufriedenheit

79,8 %*

Gesamter Service-
Zufriedenheitsindex
über alle Kanäle

Zufriedenheit nach Segmenten (max. 5,00)



Zufriedenheit Lieferung

4,68*/5,00



Zufriedenheit Ware

4,64*/5,00



Zufriedenheit Kundenservice

4,55*/5,00

Starke Erreichbarkeit: Über 81%* aller Anrufe & Mails werden innerhalb der Soll-SLA bearbeitet.

Exzellente Logistik: Hohe Zufriedenheit bei der Belieferung (4,68/5,00)*

Hohe Kundenbindung: Der NPS von 63,32* sichert eine nachhaltig hohe Weiterempfehlung.



* Stand Juli 2026

INTERVIEW

AUSBLICK ZUM WERKSVERKAUF UND DER VERMARKTUNG VON B-WARE

Interview mit Daniel Raev – Junior Key Account Manager

Unsere Auszubildenden haben im Jahr 2026 mit großem Engagement einen umfangreichen Werksverkauf organisiert und erfolgreich durchgeführt, eine Leistung, die besondere Anerkennung verdient und die wir hier vorab bereits nennen wollen.

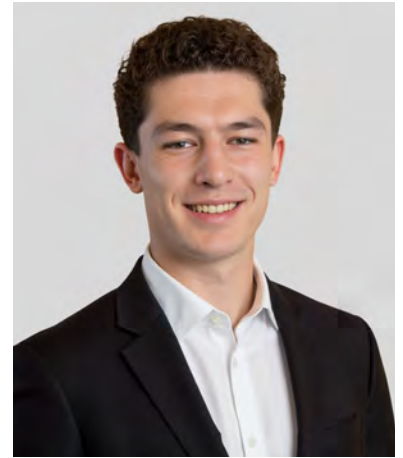
Im Rahmen des Projekts übernahmen die Auszubildenden für zwei Tage die eigenverantwortliche Leitung des Werksverkaufs. Bereits in der Vorbereitungsphase planten und organisierten sie sämtliche Abläufe. Dabei erhielt jede und jeder Auszubildende einen eigenen Verantwortungsbereich, beispielsweise in den Bereichen Warenpräsentation, Verkauf, Kassenabwicklung, Kundenbetreuung oder Organisation. Durch die eigenständige Planung und Durchführung konnten die Auszubildenden wertvolle praktische Erfahrungen sammeln, ihre organisatorischen und kommunikativen Fähigkeiten weiterentwickeln und Verantwortung im Arbeitsalltag übernehmen.



Der Werksverkauf bot ihnen die Möglichkeit, theoretisches Wissen direkt in die Praxis umzusetzen und wichtige Einblicke in betriebliche Prozesse zu gewinnen. „Gleichzeitig wurde Teamarbeit großgeschrieben, da die erfolgreiche Durchführung nur durch eine enge Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung möglich war“ so Daniel Raev. Das Projekt war somit nicht nur ein voller Erfolg für den Werksverkauf selbst, sondern auch ein wertvoller Bestandteil der Ausbildung und der persönlichen Weiterentwicklung der Auszubildenden.

Entstehung und Klassifizierung von B-Ware

Im Unternehmen erfolgt die Einstufung eines Produkts als B-Ware bereits vor der Einlagerung. Im Rahmen der Qualitätsprüfung (QS) werden sämtliche Geräte sorgfältig kontrolliert und auf optische oder funktionale Mängel untersucht. Produkte mit Beschädigungen oder kleineren Abweichungen von den Qualitätsstandards werden als B-Ware klassifiziert. Weist ein Produkt hingegen keine relevanten Mängel auf, wird es als A-Ware regulär in den Verkauf gegeben. Durch diesen standardisierten Prüfprozess wird sichergestellt, dass die Einstufung nachvollziehbar erfolgt und Kund:innen transparente Informationen über den Zustand der Produkte erhalten.



Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung

Der Werksverkauf leistet einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung von Produktverschwendung. Während der beiden Tage wurden sowohl A- als auch B-Ware angeboten. Hintergrund war unter anderem eine hohe Lagerauslastung, wodurch Bestände effizient abgebaut werden konnten. Die A-Ware wurde überwiegend in Halle 5 angeboten, während sich das Sortiment der B-Ware in Halle 6 befand. Innerhalb von 48 Stunden konnten mehr als 1.800 B-Ware-Produkte verkauft werden.

Darüber hinaus unterstützt der Verkauf von B-Ware die Nachhaltigkeitsstrategie von Severin®. Anstatt Produkte mit geringfügigen optischen Mängeln zu entsorgen, werden diese geprüft und erneut vermarktet. Dadurch werden Ressourcen geschont, Abfälle reduziert und die Lebensdauer der Produkte verlängert. Gleichzeitig erhalten Kund:innen die Möglichkeit, qualitativ hochwertige Produkte zu einem günstigeren Preis zu erwerben.



Kundenverhalten

Die Nachfrage nach B-Ware erstreckt sich über nahezu alle Kundengruppen. Entscheidend für die Kaufentscheidung ist häufig der geplante Verwendungszweck des Produkts. Für gelegentliche oder weniger anspruchsvolle Anwendungen genügen vielen Kund:innen ein preisreduziertes Gerät mit kleineren optischen Mängeln. Zielgruppen mit höheren Ansprüchen an Ausstattung oder Optik greifen hingegen häufiger zu A-Ware. Das wichtigste Kaufmotiv stellt eindeutig der Preis dar. Viele Kund:innen schätzen die Möglichkeit, hochwertige Markenprodukte zu deutlich günstigeren Konditionen als im regulären Onlinehandel zu erwerben.

Nachhaltigkeitsaspekte spielen zwar ebenfalls eine Rolle, stehen jedoch in den meisten Fällen hinter dem finanziellen Vorteil zurück. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Transparenz über den Zustand der Produkte.

Im Werksverkauf können Kund:innen die Geräte vor dem Kauf persönlich begutachten und sich selbst ein Bild von vorhandenen Gebrauchsspuren oder Verpackungsschäden machen. Gerade bei B-Ware bevorzugen viele Käufer:innen diese Möglichkeit, da sie Produkte mit optischen Mängeln ungern ohne vorherige Besichtigung erwerben würden. Die persönliche Begutachtung erhöht somit das Vertrauen in die Kaufentscheidung.

Wirtschaftliche Aspekte

Die Preisgestaltung von B-Ware stellt eine besondere Herausforderung dar, da jedes Produkt individuell bewertet werden muss. Grundlage für die Preisfindung bildeten die Herstellkosten sowie der jeweilige Zustand des Artikels. Dabei wurden Beschädigungen, Verpackungszustand und eventuelle Nutzungsspuren berücksichtigt, um für jedes Produkt einen angemessenen und fairen Verkaufspreis festzulegen. Ziel war es, sowohl den wirtschaftlichen Interessen des Unternehmens als auch den Erwartungen der Kund:innen an ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis gerecht zu werden.

Zukunftsaussichten

Für den Werksverkauf und den B-Waren-Markt werden weiterhin positive Entwicklungsmöglichkeiten gesehen. „Insbesondere Produkte aus dem Bereich Staubsauger und Floorcare erzielten eine hohe Nachfrage und gehörten zu den erfolgreichsten Warengruppen“ so Daniel Raev. Daraus ergibt sich die Erwartung, dass die Nachfrage nach diesen Produktkategorien in den kommenden Jahren weiter steigen könnte. Gleichzeitig bietet der B-Waren-Markt Potenzial, zusätzliche Kundengruppen anzusprechen, die verstärkt auf preisbewusstes und nachhaltiges Konsumverhalten achten.



ALLGEMEINE INFORMATIONEN

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

B1 – Grundlage für die Vorbereitung

Gewählte Modulooption

Für die Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichts haben wir gemäß dem VSME-Standard folgende Modulooption gewählt:

Option B: Basismodul und Comprehensive Modul

Unser Bericht umfasst somit alle Angaben des Basismoduls sowie zusätzliche Angaben zu unseren Nachhaltigkeitspolitiken, -maßnahmen und -zielen.

Unterlassene Offenlegung aufgrund von sensiblen oder geheimen Informationen

Bestimmte nach dem VSME-Standard vorgesehene Angaben wurden in diesem Nachhaltigkeitsbericht nicht veröffentlicht, da sie sensible bzw. vertrauliche Informationen enthalten. Eine Offenlegung dieser Informationen könnte die finanzielle Leistungsfähigkeit oder die Wettbewerbsposition unseres Unternehmens beeinträchtigen. Wir bestätigen, dass die nicht offengelegten Inhalte geschäftskritische Informationen betreffen, deren Veröffentlichung unserem Unternehmen voraussichtlich Nachteile verursachen würde.

Angabe der in die Konsolidierung einbezogenen Tochterunternehmen, die von der individuellen oder konsolidierten Nachhaltigkeitsberichterstattung befreit sind

Die nachfolgend aufgeführten Tochterunternehmen sind in den konsolidierten Nachhaltigkeitsbericht einbezogen und gemäß den geltenden gesetzlichen Bestimmungen von der Verpflichtung zur Erstellung eines eigenen Einzel- oder konsolidierten Nachhaltigkeitsberichts befreit: Severin France Sarl., Severin Italia Srl, Severin España SL, Severin Nederland BV und Severin Svenska AB, Severin Household Electric Appliances (Shenzhen) Co., Ltd.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung dieser Gesellschaften erfolgt vollständig im Rahmen dieses konsolidierten Nachhaltigkeitsberichts; eine gesonderte Veröffentlichung eines eigenen Nachhaltigkeitsberichts findet nicht statt.

Eingetragene Adresse der erfassten Tochterunternehmen

Die folgenden Tochterunternehmen sind in den vorliegenden konsolidierten Nachhaltigkeitsbericht einbezogen. Die jeweiligen eingetragenen Geschäftsanschriften lauten:

Severin France SARL: 4 Rue Denis Papin, 67400 Illkirch-Graffenstaden, Frankreich

Severin Italia S.R.L.: Via Domodossola 7, 20145 Mailand (Milano MI), Italien

Severin España S.L.: Av. de Castilla 2, Edificio Hungría-planta baja - Colours Coworking, 28830 San Fernando de Henares - Madrid, Spanien

Severin Nederland BV: Witteweg 60, 1431 GZ Aalsmeer, Niederlande

Severin Svenska AB: Johanneslundsvägen 12, 194 61 Upplands Väsby, Schweden

Severin Household Electric Appliances (Shenzhen) Co., Ltd.: 12/F, Wanfeng Coastal Building, No. 162 Nanhuan Road, Wanfeng, Xinqiao, Baoan District, Shenzhen, China

Rechtsform

Die Rechtsformen der in den konsolidierten Nachhaltigkeitsbericht einbezogenen Tochterunternehmen lauten wie folgt:

Severin France: Société à responsabilité limitée (Sarl.), Frankreich

Severin Italia: Società a responsabilità limitata (Srl.), Italien

Severin España: Sociedad Limitada (SL), Spanien

Severin Nederland: Besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (BV), Niederlande

Severin Svenska: Aktiebolag (AB), Schweden

Severin Household Electric Appliances (Shenzhen) Co., Ltd.: Limited Company (Ltd.), China

Code(s) der NACE-Sektorenklassifikation

Unser Unternehmen übt seine Geschäftstätigkeit in dem nachfolgend aufgeführten Wirtschaftszweig gemäß der NACE-Klassifikation aus: NACE-Code 46.43 – Großhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten.

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Bilanzsumme	83.580.731,35	79.649.960,88	€
Gesamt Umsatz	114.780.682,48	105.829.563,31	€
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden	276,00	231,00	gty
Gesamtanzahl Mitarbeitende (VZÄ)	256,89	220,68	FTE

Land der Haupttätigkeit und Standort der wesentlichen Vermögenswerte

Die Haupttätigkeit unseres Unternehmens wird in Deutschland ausgeübt. Die wesentlichen Vermögenswerte, einschließlich des Unternehmenssitzes sowie der zentralen Verwaltung, befinden sich am folgenden Standort: Severin Elektrogeräte GmbH, Röhre 27, 59846 Sundern, Deutschland

Geolokalisierung der eigenen, gepachteten oder verwalteten Standorte.

Die Hauptgeschäftstätigkeit unseres Unternehmens wird in Deutschland ausgeübt. Die wesentlichen Vermögenswerte, einschließlich des Unternehmenssitzes und der zentralen Verwaltung, befinden sich am folgenden Standort: Severin Elektrogeräte GmbH, Röhre 27, 59846 Sundern, Deutschland.

B2 – Praktiken, Strategien und künftige Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft

Offenlegung spezifischer Maßnahmen, Strategien oder künftiger Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft

Nachhaltigkeitsthema	Praktiken / Richtlinien / Initiativen vorhanden	Öffentlich zugänglich	Konkrete Zielsetzungen vorhanden
Klimawandel	JA	NEIN	JA
Umweltverschmutzung	NEIN	NEIN	NEIN
Wasser- und Meeresressourcen	NEIN	NEIN	NEIN
Biodiversität und Ökosysteme	NEIN	NEIN	NEIN
Kreislaufwirtschaft	JA	NEIN	JA
Arbeitskräfte des Unternehmens	JA	NEIN	JA

C1 – Strategie: Geschäftsmodell und Nachhaltigkeit – Verwandte Initiativen

Beschreibung der wesentlichen angebotenen Produkt- und (oder) Dienstleistungsgruppen

Unser Unternehmen bietet folgende wesentliche Produkt- und Dienstleistungsgruppen an:

Haushaltsgeräte: Wir entwickeln unsere Produkte an unserem Hauptsitz in Deutschland und arbeiten für deren Fertigung mit qualifizierten internationalen Produktionspartnern zusammen. Der Vertrieb erfolgt weltweit über verschiedene Absatzkanäle, darunter der Direktvertrieb an Endverbraucher:innen, der Großhandel sowie das OEM-Geschäft. Unser Sortiment umfasst ein breites Spektrum an Haushaltskleingeräten, Grillgeräten und Kühlgeräten. After-Sales-Service: Mit einem umfassenden Angebot an Reparatur- und Ersatzteildienstleistungen stellen wir die langfristige Funktionalität, Zuverlässigkeit und Kundenzufriedenheit über den gesamten Produktlebenszyklus sicher.

Beschreibung der wesentlichen Märkte, auf denen das Unternehmen tätig ist (z. B. B2B, Großhandel, Einzelhandel, Länder)

Severin vertreibt seine Produkte über verschiedene Handels- und Vertriebskanäle:

- LEH (Lebensmitteleinzelhandel): Vertrieb über Supermärkte, Verbrauchermärkte und andere Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels, die neben Lebensmitteln auch Non-Food-Produkte anbieten.
- Fachhandel: Vertrieb über spezialisierte Fachgeschäfte und Fachmärkte, beispielsweise aus dem Bereich Elektro- und Haushaltsgeräte.
- Möbelhandel: Vertrieb über Möbelhäuser und Einrichtungshäuser, die ergänzend zu Möbeln auch Haushalts- und Elektrogeräte anbieten.
- Loyalty: Vertrieb bzw. Vermarktung über Kundenbindungs- und Bonusprogramme. Kundinnen und Kunden können beispielsweise gesammelte Punkte für Produkte oder Prämien einlösen.
- DIY (Do It Yourself): Vertrieb über Baumärkte und Heimwerkermärkte. Neben klassischen Heimwerkerprodukten führen diese Händler häufig auch Elektro-, Haushalts- und saisonale Produkte.

Beschreibung der wichtigsten Geschäftsbeziehungen (z. B. wichtige LieferantInnen, KundInnen, Vertriebskanäle und Verbraucher:innen)

Die wichtigsten Geschäftsbeziehungen von Severin bestehen zum Gesellschafter, Mitarbeitenden, eigenen Vertriebsniederlassungen, E-Commerce-Kanälen, Lieferant:innen, dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH) sowie Banken. Diese Stakeholder sind insbesondere für die strategische Ausrichtung, den operativen Geschäftsbetrieb, die Beschaffung und den Vertrieb von Bedeutung.

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Geschätzte Anzahl der Lieferant:innen	58	66	qty

Liste der LieferantInnen und der mit ihnen verbundenen Sektoren und Geografien

Im Rahmen der Lieferkettenrisikoanalyse der Severin Elektrogeräte GmbH für die Warengruppe Household Appliances wurden die relevanten Lieferant:innen mit Sitz in China (ISO-Code: CHN) betrachtet. Aufgrund der länderspezifischen Rahmenbedingungen wird das Risiko für den Standort China als hoch eingestuft. Vor diesem Hintergrund werden sämtliche Lieferant:innen mit Sitz in China einer vertieften Risikoanalyse unterzogen. Dabei werden neben dem länderspezifischen Risiko auch lieferantenspezifische Faktoren wie die Art der gelieferten Produkte, das Beschaffungsvolumen, die Geschäftsbeziehung, vorhandene Zertifizierungen, Ergebnisse von Audits sowie die Umsetzung von Maßnahmen zur Einhaltung der Sorgfaltspflichten berücksichtigt.

Offenlegung von Elementen der Strategie, die sich auf Nachhaltigkeitsfragen beziehen oder diese beeinflussen

Severin® ist ein traditionsreicher Hersteller von Elektrohaushaltsgeräten mit Hauptsitz in Sundern und einer internationalen Vertriebs-, Beschaffungs- und Produktionsstruktur. Das Unternehmen richtet sein Ge-

schäftsmodell auf die Entwicklung, Vermarktung und Betreuung von Haushaltsgeräten für eine breite, internationale Kundschaft aus. Unter der Vision „Premium für Alle“ werden qualitativ hochwertige und zugleich erschwinglicher und alltagstauglicher Produkte angeboten. Dabei werden insbesondere Qualität, Verlässlichkeit, Verantwortung und Innovationsfähigkeit als prägende Elemente des Unternehmensverständnisses hervorgehoben. Die Unternehmensphilosophie beruht auf der Erfüllung globaler Sicherheitsstandards, einer starken Qualitäts- und Compliance-Orientierung sowie der Qualifizierung der Mitarbeitenden. Gleichzeitig wird eine Vision bis 2030 formuliert, in der Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil der Weiterentwicklung des Unternehmens, seiner Produkte und seiner wesentlichen Themenfelder verstanden wird.

Das aktuelle Strategiedokument zeigt, dass diese Ausrichtung bereits in konkrete Ziel- und Maßnahmenpfade übersetzt wird. Dies betrifft insbesondere die Felder Klimaschutz, Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft, Lieferkette, Arbeitskräfte sowie Unternehmensführung. Beispiele hierfür sind die geplante Dekarbonisierungsstrategie, der Ausbau ESG-basierter Lieferantenbewertungen, die Einführung von Materialfluss- und Kreislauffähigkeitsanalysen, die Erhöhung des Rezyklatanteils bei Produkten sowie die Weiterentwicklung von Bewertungsverfahren für Zirkularität und Lebensdauer. Damit wird deutlich, dass Severin® seine strategische Entwicklung entlang der gesamten Wertschöpfungskette ausrichtet und Nachhaltigkeit nicht nur als kommunikatives Leitbild, sondern als operativen Bestandteil seines Geschäftsmodells versteht.

Das Geschäftsmodell von Severin® zeichnet sich durch die Entwicklung und den Vertrieb qualitativ hochwertiger, langlebiger Haushaltsgeräte, eine internationale Marktausrichtung sowie einen umfassenden After-Sales-Service aus. Ergänzend werden Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft, verantwortungsvolle Lieferketten und Compliance systematisch in die Geschäftsprozesse und die strategische Unternehmensentwicklung integriert.

C2 – Beschreibung von Praktiken, Strategien und künftigen Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft

Kurze Beschreibung von Praktiken, Strategien oder zukünftigen Initiativen für eine nachhaltigere Wirtschaft

Klimawandel – Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen (B3)

Bereits umgesetzte Maßnahmen:

- Vollständige Erfassung und Bilanzierung der Scope-1- und Scope-2-Emissionen.
- Erhebung wesentlicher Scope-3-Emissionen, insbesondere aus eingekauften Gütern und Dienstleistungen, vor- und nachgelagerten Transporten, Geschäftsreisen sowie dem Pendelverkehr der Beschäftigten.
- Umsetzung verschiedener Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs am Standort Sondern, darunter die Umstellung auf energieeffiziente Beleuchtung sowie die Digitalisierung von Prozessen zur Verringerung des Papierverbrauchs.

Ziele:

- Versorgung aller Standorte mit 100 % Grünstrom bis 2030.
- Umstellung von 80 % des Fuhrparks auf Elektrofahrzeuge bis 2030.
- Bis 2030 wird der Anteil der von Dienstleistern mit E-LKW erbrachten Transportkilometer im vor- und nachgelagerten Straßentransport erhöht.
- Bewertung von mindestens 95 % der Tier-1-Lieferanten anhand definierter ESG-Kriterien bis spätestens Ende 2027.

Konzepte und Maßnahmen:

- Entwicklung einer unternehmensweiten Dekarbonisierungsstrategie bis Ende 2026.
- Durchführung einer Potenzialanalyse zur Installation einer Photovoltaikanlage am Hauptstandort in Deutschland bis Ende 2026.

Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement (B7)

Bereits umgesetzte Maßnahmen:

- Vertrieb von B-Ware über den Werkverkauf sowie Rücknahme beschädigter Geräte zur Aufbereitung.
- Schrittweise Umstellung auf teilweise plastikfreie Verpackungen seit 2023 unter Einsatz umweltfreundlicher Alternativen aus Karton und recycelter Luftpolsterfolie.
- Inbetriebnahme einer neuen Verpackungslinie am Standort Sundern mit nachhaltigen Füll- und Verpackungsmaterialien.
- Systematische Auswertung von Kundenbewertungen zu Reklamationen und Retouren zur Identifikation von Verbesserungspotenzialen.
- Einsatz von Rezyklaten, beispielsweise aus recycelten Kunststoffbauteilen, sowie Integration von Kreislaufwirtschaftsprinzipien in die Produktentwicklungsrichtlinien.

Ziele:

- Durchführung von Materialfluss- und Kreislauffähigkeitsanalysen für 90 % des Einkaufsvolumens bis Ende 2026.
- Erhöhung des Rezyklatanteils in eingekauften Produkten bis 2030, ausgenommen Anwendungen mit lebensmittelrechtlichen Anforderungen.

Konzepte und Maßnahmen:

- Überarbeitung des Abfallwirtschaftskonzepts bis zum ersten Quartal 2027.
- Dokumentation der Recyclingquoten gemeinsam mit Entsorgungspartnern ab dem vierten Quartal 2026.
- Ermittlung weiterer Potenziale zur Reduzierung der Abfallmengen bis Ende 2027.
- Schulung neuer Mitarbeitender und Auszubildender zur ordnungsgemäßen Abfalltrennung.
- Fortführung der systematischen Erfassung kritischer Warengruppen; gefährliche Stoffe bleiben ausgeschlossen.
- Weiterführung bestehender Maßnahmen zur Abfallvermeidung durch Wiederverwendung, insbesondere durch die Aufbereitung von B-Ware.
- Ergänzung der SAP-Stücklisten um Gewichts- und Materialinformationen ab 2026.
- Einführung eines Bewertungsverfahrens zur Ermittlung der Produktzirkularität bis Ende 2027.
- Erweiterung der Bewertungsmatrix für Produktlebensdauer um die Substituierbarkeit von Materialien bis Ende 2027.

Belegschaft – Gesundheit, Sicherheit, Vergütung und Weiterbildung (B9/B10)

Bereits umgesetzte Maßnahmen:

- Etablierung eines strukturierten Leadership-Programms sowie individueller Coaching-Angebote für Führungskräfte.
- Einführung flexibler Arbeitsmodelle zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie.
- Regelmäßige Personalgespräche und All-Hands-Meetings zur transparenten Kommunikation der Unternehmensziele.
- Einführung des Wellpass-Fitnessprogramms zur Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens der Mitarbeitenden.
- Einführung zusätzlicher Mitarbeiterbenefits, darunter Personalfragebogen und betriebliche Altersvorsorge.

Ziele:

- Jährliche dokumentierte Sicherheitsunterweisung für 100 % der Mitarbeitenden.
- Bis Ende 2026 verfügen 80 % der weiblichen High Potentials über individuelle Entwicklungspläne und nehmen an mindestens einem Förderprogramm teil.
- Ab 2027 haben alle Führungskräfte mindestens alle drei Jahre an einer Diversity- und Unconscious-Bias-Schulung teilgenommen.

Konzepte und Maßnahmen:

- Ergonomische Bewertung und gegebenenfalls Anpassung aller Büro- und Produktionsarbeitsplätze bis Anfang 2027.
- Aufbau einer Kooperation mit mindestens einer Krankenkasse pro Standort sowie Durchführung von mindestens zwei Gesundheitsprogrammen pro Jahr.
- Durchführung quartalsweiser Sicherheitsbegehungen einschließlich Dokumentation ab 2026.
- Durchführung von mindestens zwei arbeitsplatzbezogenen Präventions- und Gesundheitskampagnen pro Jahr ab 2025.
- Jährliche Erhebung und Berichterstattung von Diversitätskennzahlen auf Führungsebene ab 2027.

Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette (S2)

Bereits umgesetzte Maßnahmen:

- Mitgliedschaft bei amfori.
- Anwendung bestehender Einkaufsrichtlinien bei der Lieferantenauswahl und -bewertung.

Ziele:

- Für den Themenbereich S2 sind derzeit keine eigenständigen Ziele definiert; sämtliche Maßnahmen sind als operative Maßnahmen klassifiziert.

Konzepte und Maßnahmen:

- Ergänzung sämtlicher Lieferantenverträge um ESG-Anforderungen sowie Versand des überarbeiteten Supplier Code of Conduct an alle Lieferant:innen bis Ende 2026; vollständige Unterzeichnung bis Ende 2027.
- Durchführung einer Risikoanalyse für alle Tier-1-Lieferanten mit erhöhtem Risiko bis Ende 2026.
- Dokumentation von amfori-Bewertungen zu Arbeitsbedingungen und Menschenrechten für 60 % der priorisierten Lieferant:innen in Hochrisikoländern und Hochrisikobranchen bis Ende 2027.

Unternehmensführung (B11)

Bereits umgesetzte Maßnahmen

- Durchführung regelmäßiger Schulungen zu Kartellrecht, Antikorruption und Menschenrechten, insbesondere für Mitarbeitende in Vertrieb und Einkauf.
- Umsetzung umfassender Maßnahmen zur Prävention von Cyberkriminalität einschließlich regelmäßiger IT-Sicherheitsunterweisungen.
- Integration von Compliance-Themen in den Onboarding-Prozess neuer Mitarbeitender.

Ziele:

- Bewertung von 100 % der strategisch relevanten Risikolieferanten bis Ende 2026.

Konzepte und Maßnahmen:

- Der interne Verhaltenskodex ist im Unternehmenswiki veröffentlicht; ab 2026 erfolgt eine jährliche Schulung aller Mitarbeitenden.
- Fortführung der Funktion einer Compliance-Beauftragten.
- Weiterbetrieb des digitalen Hinweisgebersystems einschließlich jährlicher Auswertung eingehender Meldungen.
- Fortführung der bestehenden Antikorruptionsrichtlinie.
- Fortführung und bedarfsgerechte Aktualisierung der Einkaufsrichtlinien.
- Kommunikation des Verhaltenskodex an alle relevanten Führungskräfte sowie Integration in sämtliche wesentlichen Geschäftsprozesse bis zum zweiten Quartal 2026.

Beschreibung der höchsten Ebene in der Organisation, die für die Umsetzung der Konzepte verantwortlich ist

Die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie und deren Umsetzung liegt beim Managing Director (CEO) und Chief Technology Officer (CTO). Sie verantworten die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Unternehmensstrategie sowie die Erreichung der definierten Nachhaltigkeitsziele. Unterstützt wird der Managing Director und Chief Technology Officer durch den Nachhaltigkeitsexperten, der die operative Umsetzung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen, die Koordination des Nachhaltigkeitsmanagements sowie die Erfüllung der Berichts- und Dokumentationsanforderungen begleitet. Die Umsetzung erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den jeweiligen Fachbereichen, die für die ihnen zugeordneten Maßnahmen und Kennzahlen verantwortlich sind.

KLIMAWANDEL

B3 – Energie und Treibhausgasemissionen

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Gesamtenergieverbrauch im Eigenbetrieb	2077,57	4940,35	MWh
Elektrizität aus erneuerbare Energiequellen	702,10	649,31	MWh
Verbrauch aus erneuerbaren Brennstoffen	0	0	MWh
Gesamtenergieverbrauch aus erneuerbaren Quellen	702,10	649,31	MWh
Elektrizität aus fossilen Energiequellen	936,10	76,00	MWh
Brennstoffe aus fossilen Energiequellen	4398,42	4215,04	MWh
Gesamtenergieverbrauch aus fossilen Quellen	5334,52	4291,04	MWh
Gesamt Elektrizität	1638,20	725,31	MWh
Gesamt Brennstoffe	4398,42	4215,04	MWh
Gesamte THG-Emissionen (standortbasiert)	61.583,50	63.998,00	t CO ₂ e
THG-Emissionen Scope 1	224,03	156,19	t CO ₂ e
THG-Emissionen Scope 2 (standortbasiert)	805,85	1125,68	t CO ₂ e

C3 – Treibhausgasreduktionsziele und Klimawandel

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Gesamtenergieverbrauch im Eigenbetrieb	2077,57	4940,35	MWh
Absoluter Wert der Reduzierung der Treibhausgasemissionen (Scope 1)	15,17	83,01	t CO ₂ e
Prozentuale Reduzierung der Treibhausgasemissionen (Scope 1)	6,34	34,7	%
Absoluter Wert der standortbezogenen Reduzierung der Treibhausgasemissionen gemäß Scope 2	102,26	+217,57	t CO ₂ e
Prozentuale Reduzierung der standortbezogenen Scope 2-Treibhausgasemissionen (bezogen auf die Emissionen des Basisjahres)	6,34	+23,96	%
Absoluter Wert der Reduzierung der Treibhausgasemissionen nach Scope 3	30.306,33	28.143,87	t CO ₂ e
Prozentuale Reduzierung der Treibhausgasemissionen nach Scope 3 (bezogen auf die Emissionen des Basisjahres)	33,35	30,97	%

Zieljahr

Das Jahr 2030 bildet den zentralen Zeithorizont für die Umsetzung unserer wesentlichen Nachhaltigkeitsziele. Bis dahin wollen wir unter anderem unsere gesamten Treibhausgasemissionen gegenüber dem Basisjahr 2022 um 45 % reduzieren. Einzelne Maßnahmen sollen bereits deutlich früher realisiert werden. Dazu zählt beispielsweise die vollständige Umstellung aller Standorte auf Strom aus 100 % erneuerbaren Energien.

Basiswert

Der Basiswert für unsere wichtigsten Nachhaltigkeitsziele ist das Jahr 2022. Zum Beispiel bezieht sich unser Ziel, die Scope 1- und Scope 2-Treibhausgasemissionen bis 2030 um 50 % zu reduzieren, auf die Gesamtemissionen von 1.147 tCO₂e im Jahr 2022. Alle Fortschritte werden im Vergleich zu diesem Basiswert bewertet.

Basisjahr

Das Basisjahr für unsere wichtigsten Nachhaltigkeitsziele ist 2022. Alle Fortschritte bei der Zielerreichung, somit auch die Reduktion der Treibhausgasemissionen, werden im Vergleich zu diesem Jahr gemessen.

Einheiten für Ziele

Unsere Nachhaltigkeitsziele werden in folgenden Einheiten gemessen: Treibhausgasemissionen: metrische Tonnen CO₂-Äquivalent (tCO₂e) Anteil erneuerbarer Energien: Prozent (%) Abfallreduzierung: Prozent (%) Reduktion gegenüber dem Basiswert Rezyklatanteil in Produkten: Prozent (%) Teilnahme an Mitarbeiterschulungen: Prozent (%) der Mitarbeitenden

Beschreibung des Plans für den Übergang zum Klimaschutz, wenn Sie in Sektoren mit hohen Klimaauwirkungen tätig sind

Als Unternehmen tragen wir Verantwortung für die Reduzierung unserer klima- und energiebezogenen Auswirkungen und haben hierfür einen Übergangsplan entwickelt, der die schrittweise Dekarbonisierung unserer Geschäftstätigkeit unterstützt. Ziel ist es, unsere Emissionen kontinuierlich zu reduzieren und unser Geschäftsmodell an den langfristigen Anforderungen des Klimaschutzes auszurichten.

Ein zentrales Ziel unseres Übergangsplans ist die Reduktion der Scope-1- und Scope-2-Treibhausgasemissionen um 30 % bis 2030 gegenüber dem Basisjahr 2022. Zur Erreichung dieses Ziels setzen wir unter anderem auf die Nutzung erneuerbarer Energien, die Elektrifizierung unseres Fuhrparks sowie Maßnahmen zur Steigerung der Energie- und Logistikeffizienz.

Klimabezogene Ziele und Maßnahmen sind in unsere Unternehmensstrategie integriert und werden bei wesentlichen Investitionsentscheidungen berücksichtigt. Darüber hinaus arbeiten wir gemeinsam mit unseren Lieferant:innen an der Verbesserung der Umweltleistung entlang der Wertschöpfungskette und bewerten diese zunehmend anhand von ESG-Kriterien.

Die Umsetzung der Maßnahmen wird regelmäßig anhand definierter Kennzahlen überwacht und der Übergangsplan bei Bedarf weiterentwickelt, um neue regulatorische Anforderungen, technologische Entwicklungen und Erkenntnisse zu berücksichtigen. Unser Übergangsplan umfasst unsere eigenen Standorte sowie soweit möglich, die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette und unterstützt die langfristige Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens.

Beitrag des Übergangsplans zur Verringerung der Treibhausgasemissionen

Unser Übergangsplan bildet einen wesentlichen Baustein unserer Klimastrategie und trägt zur schrittweisen Reduzierung der Treibhausgasemissionen im eigenen Geschäftsbetrieb sowie entlang der Wertschöpfungskette bei. Zur Erreichung unserer Klimaziele setzen wir insbesondere auf den Ausbau erneuerbarer Energien, Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz, die Elektrifizierung des Fuhrparks sowie die kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung in der Lieferkette. Ziel ist es, die Scope-1- und Scope-2-Treibhausgasemissionen bis 2030 um 30 % gegenüber dem Basisjahr 2022 zu reduzieren. Die Umsetzung der Maßnahmen wird regelmäßig anhand definierter Kennzahlen überwacht und bei Bedarf an neue Erkenntnisse und Rahmenbedingungen angepasst. Darüber hinaus arbeiten wir gemeinsam mit unseren Lieferant:innen daran, Emissionen entlang der Wertschöpfungskette zu reduzieren und Nachhaltigkeitsanforderungen schrittweise zu stärken. Der Übergangsplan unterstützt damit die langfristige Ausrichtung unseres Unternehmens auf eine klimafreundlichere und ressourcenschonendere Geschäftstätigkeit.

Offenlegung der geplanten Verabschiedung eines Übergangsplans für die Eindämmung des Klimawandels in Sektoren mit hoher Klimaauswirkung

Wir erkennen die Bedeutung des Klimaschutzes und haben eine unternehmensweite Dekarbonisierungsstrategie entwickelt. Aufbauend auf dieser Strategie werden konkrete Maßnahmen und Ziele zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen kontinuierlich weiterentwickelt. Die Dekarbonisierungsstrategie umfasst unter anderem Reduktionsziele für die wesentlichen Treibhausgasemissionen, Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz sowie die schrittweise Einbindung der Wertschöpfungskette. Zudem werden die erzielten Fortschritte regelmäßig anhand definierter Kennzahlen überwacht. Die Strategie wurde unter Einbindung der relevanten Fachbereiche entwickelt und soll unternehmensweit umgesetzt werden. Sie wird regelmäßig überprüft und bei Bedarf an neue regulatorische, technologische und unternehmerische Entwicklungen angepasst.

C4 – Klimarisiko

Beschreibung von klimabedingten Gefahren und klimabedingten Übergangsereignissen

Im Rahmen unseres Risikomanagements bewerten wir regelmäßig klimabezogene Risiken und Chancen, die sich auf unsere Geschäftstätigkeit und Wertschöpfungskette auswirken können.

Zu den physischen Klimarisiken zählen insbesondere zunehmende Extremwetterereignisse wie Hitzeperioden, Starkregen, Überschwemmungen, Stürme oder Blitzschläge. Diese können zu Beeinträchtigungen von Standorten, Lieferketten und Logistikprozessen sowie zu Betriebsunterbrechungen führen. Darüber hinaus beobachten wir klimabedingte Übergangsrisiken. Hierzu gehören insbesondere regulatorische Entwicklungen, wie verschärfte Emissionsvorgaben oder steigende Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung, aber auch Veränderungen der Markt- und Kundenerwartungen hinsichtlich klimafreundlicher Produkte. Diese Entwicklungen können Investitionen in neue Technologien, Anpassungen unseres Produktportfolios sowie Veränderungen in der Zusammenarbeit mit Lieferant:innen erforderlich machen. Die identifizierten klimabezogenen Risiken werden regelmäßig bewertet und in unsere strategische Unternehmensplanung sowie unser Risikomanagement integriert, um geeignete Maßnahmen frühzeitig abzuleiten.

Offenlegung von Zeithorizonten für klimabedingte Gefahren

Für die Bewertung klimabedingter Risiken betrachten wir drei Zeithorizonte:

Kurzfristig (1 Jahr): Akute Risiken durch Starkregen, Stürme und Hitzewellen.

Mittelfristig (2–5 Jahre): Zunehmende Extremwetterereignisse und steigende Temperaturen mit möglichen Auswirkungen auf Standorte und Lieferketten.

Langfristig (> 5 Jahre): Chronische Klimaveränderungen wie steigende Durchschnittstemperaturen, Meeresspiegelanstieg und Dürre mit potenziellen Auswirkungen auf Standorte und Geschäftsmodell.

WASSER UND MARINE RESSOURCEN

B6 – Wasser

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Gesamter Wasserverbrauch	1764	1429	m ³

BIODIVERSITÄT

B5 – Biologische Vielfalt

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Anzahl der Standorte in oder in der Nähe von Schutzgebieten oder bedeutenden Biodiversitätsgebieten, die durch das Unternehmen negativ beeinflusst werden	0	0	qty
Fläche der Standorte in oder in der Nähe von Schutzgebieten oder bedeutenden Biodiversitätsgebieten, die durch das Unternehmen negativ beeinflusst werden	0	0	ha

RESSOURCENNUTZUNG & KREISLAUFWIRTSCHAFT

B7 – Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement

Beschreibung der Anwendung von Kreislaufwirtschaftspraktiken

Severin® wendet Kreislaufwirtschaftsprinzipien bereits in verschiedenen Unternehmensbereichen an. Ein Schwerpunkt liegt auf der Verlängerung der Produktlebensdauer durch Reparaturen, Ersatzteile und die Aufbereitung von Geräten. Zudem werden Geräte mit optischen Mängeln als B-Ware klassifiziert und entsprechend vermarktet. Darüber hinaus setzt Severin® auf reparierbare und langlebige Produkte und stellt auch nach Ablauf der Garantiezeit Ersatzteile, Serviceinformationen und Reparaturmöglichkeiten bereit. Auch in der Lieferkette sind entsprechende Anforderungen verankert. Der Supplier Code of Conduct verpflichtet Lieferanten zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Abfällen, gefährlichen Stoffen, natürlichen Ressourcen und Energie. Kritische Warengruppen werden systematisch erfasst und gefährliche Stoffe ausgeschlossen.

Beschreibung des Beitrags zur Kreislaufwirtschaft

Severin® hat für die Bereiche Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement konkrete Ziele und Meilensteine definiert. Bis zum Ende des vierten Quartals 2026 soll ein überarbeitetes Abfallwirtschaftskonzept vorliegen. Darüber hinaus ist vorgesehen, die Recyclingquote gemeinsam mit den beauftragten Verwertungsunternehmen systematisch zu dokumentieren. Bis Ende 2027 sollen weitere Potenziale zur Verringerung der Abfallmengen identifiziert werden. Auch im Bereich der Produkt- und Materialtransparenz verfolgt Severin® klare Zielsetzungen. Bis Ende 2026 sollen für 90 Prozent des Einkaufsvolumens Analysen zu Materialflüssen und Kreislauffähigkeit vorliegen. Ab 2027 werden die Stücklisten im SAP-System schrittweise um Gewichts- und Materialangaben ergänzt. Bis Ende 2027 soll zudem ein Verfahren zur Bewertung der Produktzirkularität eingeführt werden. Gleichzeitig wird die bestehende Bewertungsmatrix zur Produktle-

bensdauer um das Kriterium der Substituierbarkeit von Materialien erweitert. Als weiteres langfristiges Ziel nennt Severin® auf der Unternehmenswebsite die Umstellung des gesamten Sortiments auf Verpackungen aus recycelten Materialien. Zur Erreichung dieser Ziele setzt Severin® mehrere Konzepte und Maßnahmen parallel um. Im Abfallmanagement stehen insbesondere die Weiterentwicklung des bestehenden Abfallwirtschaftskonzepts, die Digitalisierung der Datenerfassung sowie die Dokumentation der Recyclingquote im Mittelpunkt. Ergänzend werden neue Mitarbeitende und Auszubildende zur umweltgerechten Abfalltrennung geschult.

Im Bereich der Produkt- und Materialsteuerung werden systematische Materialfluss- und Kreislauffähigkeitsanalysen aufgebaut. Gleichzeitig werden die SAP-Stücklisten um relevante Gewichts- und Materialdaten erweitert und ein strukturiertes Verfahren zur Bewertung der Zirkularität von Produkten entwickelt. Die bestehende Bewertungsmatrix zur Lebensdauer wird darüber hinaus um die Substituierbarkeit eingesetzter Materialien ergänzt. Auf diese Weise schafft Severin® die Voraussetzungen dafür, Zirkularität künftig nicht nur qualitativ, sondern zunehmend auf Basis belastbarer Daten zu bewerten. Zur Abfallvermeidung und Wiederverwendung führt Severin® zudem das bestehende Konzept zur Aufbereitung von B-Ware fort. Ergänzend sollen die Rücknahme- und Reparaturstrukturen weiter ausgebaut werden.

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Gesamtes jährliches Abfallaufkommen, aufgeschlüsselt nach Art (gefährlich)	0	0	t
Zur Entsorgung bestimmte Abfälle (gefährlich)	0	0	t
Von der Entsorgung abgezogene Abfälle zur Wiederverwertung oder Wiederverwendung (gefährlich)	0	0	t
Gesamtes jährliches Abfallaufkommen, aufgeschlüsselt nach Art (nicht gefährlich)	474,85	567,97	t
Gesamtmenge radioaktiver Abfälle	0	0	t

Berücksichtigt wurden das jährliche Aufkommen nicht gefährlicher Abfälle, Transportverpackungen sowie systembeteiligungspflichtige Verpackungen.

ARBEITSKRÄFTE DES UNTERNEHMENS

B8 – Arbeitskräfte - Allgemeine Merkmale

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden	276	231	qty
Mitarbeitende unbefristet	246	218	FTE
Mitarbeitende befristet	30	13	FTE
Mitarbeitende davon Frauen	138	109	qty
Mitarbeitende davon Männer	138	122	qty
Mitarbeitende davon divers	0	0	qty
Fluktuationsquote	18,84	46,32	%

Land des Arbeitsvertrags

Zum 31. Dezember 2025 sind unsere Mitarbeitenden in folgenden Ländern angestellt:

Deutschland: 231 Mitarbeitende

Frankreich: 10 Mitarbeitende

Italien: 4 Mitarbeitende

Spanien: 6 Mitarbeitende

Niederlande: 4 Mitarbeitende

Schweden: 4 Mitarbeitende

China 47 Mitarbeitende

Alle Arbeitsverträge entsprechen den jeweiligen nationalen arbeitsrechtlichen Vorgaben.

B9 – Arbeitskräfte – Gesundheit und Sicherheit

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Anzahl meldepflichtige Arbeitsunfälle – Angestellte	3	3	qty
Rate der meldepflichtigen Arbeitsunfälle	3	3	Anzahl der Unfälle pro 200.000 Arbeitsstunden
Anzahl Todesfälle infolge von arbeitsbedingten Verletzungen – Angestellte	0	0	qty

B10 – Arbeitskräfte – Entlohnung, Tarifverhandlungen und Ausbildung

Alle Arbeitskräfte erhalten einen angemessenen Lohn, der den geltenden Benchmarks entspricht

Die Vergütungsstruktur von Severin® orientiert sich an marktüblichen Vergleichswerten für vergleichbare Positionen in mittelständischen Unternehmen sowie an einschlägigen tariflichen Rahmenbedingungen. Gleichzeitig werden die individuellen Anforderungen und Rahmenbedingungen der jeweiligen Position berücksichtigt, sodass die Vergütung stets individuell festgelegt wird. Variable Vergütungsbestandteile sind auf die Unternehmensstrategie sowie die Zielsetzungen der Geschäftsführung ausgerichtet. Ihre Ausgestaltung erfolgt insbesondere auf Basis der finanziellen Unternehmensziele, insbesondere Umsatz und EBIT.

Die Vergütungen werden jährlich gemeinsam mit den verantwortlichen Bereichsleitungen überprüft. Im Anschluss erfolgt die Genehmigung durch die Geschäftsführung und die Gesellschafter im Rahmen des jährlichen Budgetprozesses.

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Anteil Mitarbeitende mit Tarifverträgen	0	0	%
Durchschnittliche Anzahl der Schulungsstunden davon Frauen	400	200	h
Durchschnittliche Anzahl der Schulungsstunden davon Männer	700	350	h

C6 – Zusätzliche Informationen über die eigene Belegschaft – Menschenrechtspolitik und -prozesse

Angabe, ob das Unternehmen über einen Verhaltenskodex oder eine Menschenrechtspolitik für die eigene Belegschaft verfügt? JA

Verhaltenskodex/Menschenrechtspolitik deckt Kinderarbeit ab? JA

Verhaltenskodex/Menschenrechtspolitik deckt Zwangsarbeit ab? JA

Verhaltenskodex/Menschenrechtspolitik deckt Menschenhandel ab? JA

Verhaltenskodex/Menschenrechtspolitik deckt Diskriminierung ab? JA

Verhaltenskodex/Menschenrechtspolitik deckt Unfallprävention ab? JA

Verhaltenskodex/Menschenrechtspolitik deckt anderes ab? JA, Ethisches Verhalten, Datenschutz

Angabe, ob das Unternehmen über einen Mechanismus zur Bearbeitung von Beschwerden der eigenen Belegschaft verfügt? JA – Severin® hat ein Hinweisgebersystem implementiert, welches es ermöglicht, anonym Hinweise für Gesetzesverstöße und unethisches Verhalten zu melden.

C7 – Schwerwiegende negative Vorfälle im Bereich der Menschenrechte

Bestätigte Vorfälle in der eigenen Belegschaft im Zusammenhang mit Kinderarbeit? NEIN

Bestätigte Vorfälle in der eigenen Belegschaft im Zusammenhang mit Zwangsarbeit? NEIN

Bestätigte Vorfälle in der eigenen Belegschaft im Zusammenhang mit Menschenhandel? NEIN

Bestätigte Vorfälle in der eigenen Belegschaft im Zusammenhang mit Diskriminierung? NEIN

Bestätigte Vorfälle in der eigenen Belegschaft im Zusammenhang mit anderem? NEIN

C8 – Unternehmen ist von den Paris-konformen Benchmarks der EU ausgeschlossen

Im Berichtszeitraum war unser Unternehmen von der Aufnahme in EU-Paris-konforme Benchmarks ausgeschlossen. Grund hierfür waren Geschäftstätigkeiten im Bereich fossiler Brennstoffe, die die in Artikel 12 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2020/1818 festgelegten Anforderungen für eine Aufnahme nicht erfüllen.

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

B11 – Verurteilungen und Geldstrafen wegen Korruption und Bestechung

Bezeichnung	2024	2025	Einheit
Verurteilungen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung (ESRS G1-4)	0	0	qty
Höhe der Geldbußen bei Verstößen gegen Antikorruptions- und Antibestechungsgesetze	0	0	€

Id	Bezeichnung	Begründung
B2 - Praktiken, Strategien und künftige Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft		
B2_02	Praktiken zur Förderung von Nachhaltigkeitsaspekten	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_03	Nachhaltigkeitsbezogene Strategien	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_04	Implementierte künftige Initiativen und Pläne zu Nachhaltigkeitsthemen	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_05	Zielvorgaben zur Überwachung der Umsetzung der Strategien	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_06	Zielvorgaben zur Überwachung der erzielten Fortschritte der Strategien	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_07	Zu diesen Praktiken, Strategien und künftigen Initiativen gehört, was das Unternehmen unternimmt, um seine negativen Auswirkungen zu verringern und seine positiven Auswirkungen auf Mensch und Umwelt zu verstärken, um so zu einer nachhaltigeren Wirtschaft beizutragen	Datenpunkt ist freiwillig
B2_08	Praktiken zur Verringerung negativer Auswirkungen auf Mensch und Umwelt, um zu einer nachhaltigeren Wirtschaft beizutragen	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_09	Strategien zur Verringerung der negativen Auswirkungen auf Mensch und Umwelt, um einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Wirtschaft zu leisten	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_10	Künftige Initiativen zur Verringerung der negativen Auswirkungen auf Mensch und Umwelt, um einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Wirtschaft zu leisten	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_11	Praktiken zur Verbesserung der positiven Auswirkungen auf Mensch und Umwelt, um zu einer nachhaltigeren Wirtschaft beizutragen	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_12	Strategien zur Verbesserung der positiven Auswirkungen auf Mensch und Umwelt, um zu einer nachhaltigeren Wirtschaft beizutragen	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_13	Künftige Initiativen zur Verbesserung der positiven Auswirkungen auf Mensch und Umwelt, um zu einer nachhaltigeren Wirtschaft beizutragen	Angabepflicht ist nicht wesentlich
B2_15	Wirksame Beteiligung von Arbeitskräften, NutzerInnen oder anderen interessierten Parteien oder Gemeinschaften an der Verwaltung	Datenpunkt ist freiwillig
B2_16	Die finanzielle Investition in das Kapital oder die Vermögenswerte von sozialwirtschaftlichen Einrichtungen	Datenpunkt ist freiwillig
B2_17	Beschränkungen bei der Gewinnausschüttung aufgrund der gemeinwohlorientierten Ausrichtung oder SGEI-Tätigkeiten vorhanden?	Datenpunkt ist freiwillig

C3 - Treibhausgasreduktionsziele und Klimawandel		
C3_17	Offenlegung der EMAS-Ziele für die Verringerung der Treibhausgasemissionen, sofern solche Ziele festgelegt werden	Datenpunkt ist freiwillig
C4 - Klimarisiko		
C4_05	Offenlegung potenzieller negativer Auswirkungen des Klimarisikos auf die finanzielle Leistungsfähigkeit oder die Geschäftstätigkeit über verschiedene Zeithorizonte	Datenpunkt ist freiwillig
B6 - Wasser		
B6_04	Zusätzliche erläuternde Informationen zum Kontext der Wasserentnahme oder des Wasserverbrauchs.	Datenpunkt ist freiwillig
B5 - Biologische Vielfalt		
B5_03	Gesamtnutzung der Landfläche	Datenpunkt ist freiwillig
B5_04	Versiegelte Gesamtfläche	Datenpunkt ist freiwillig
B5_05	Naturnaher Bereich vor Ort	Datenpunkt ist freiwillig
B5_06	Naturnaher Bereich außerhalb des Geländes	Datenpunkt ist freiwillig
B7 - Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement		
B7_08	Von der Entsorgung abgezogene Abfälle (nicht gefährliche Abfälle)	Datenpunkt ist freiwillig
C5 - Zusätzliche (allgemeine) Merkmale der Arbeitskräfte		
C5_01	Verhältnis von Frauen und Männern auf Führungsebene	Datenpunkt ist freiwillig
C5_02	Anzahl der Fremdarbeitskräfte/Leiharbeitskräfte- Selbstständige	Datenpunkt ist freiwillig
C5_03	Anzahl der Fremdarbeitskräften/Leiharbeitskräfte, die von Unternehmen gestellt werden, die hauptsächlich eine Beschäftigungstätigkeit ausüben	Datenpunkt ist freiwillig
C7 - Schwerwiegende negative Vorfälle im Bereich der Menschenrechte		
C7_06	Beschreibung der Maßnahmen zur Behebung der Vorfälle	Datenpunkt ist freiwillig
C8 - Einnahmen aus bestimmten Sektoren und Ausschluss von den EU-Referenzbenchmarks		
C8_01	Einnahmen aus umstrittenen Waffen	Keine Relevanz für Geschäftsmodell
C8_02	Einnahmen aus Anbau und Produktion von Tabak	Keine Relevanz für Geschäftsmodell
C8_03	Einnahmen aus dem Sektor fossile Brennstoffe (Kohle, Öl und Gas)	Keine Relevanz für Geschäftsmodell
C8_04	Einnahmen aus der Chemikalienproduktion	Keine Relevanz für Geschäftsmodell

BERICHTSINFORMATIONEN / IMPRESSUM

Berichtsjahr
2025

Herausgeber:in

Unternehmensname: Severin Elektrogeräte GmbH,
Adresse: Röhre, 59846 Sundern

Ansprechpartner

Luca Kunze
Sustainability Expert
luca.kunze@Severin.com
+49 2933 982 1231

Haftungsausschluss

Die Erhebung und Verarbeitung aller Angaben im Nachhaltigkeitsbericht ist mit größter Sorgfalt erfolgt. Dennoch können Fehler nicht zu 100% ausgeschlossen werden. Jegliche zukunftsgerichteten Aussagen wurden aufgrund von gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung getroffen.

Bildnachweise

Inhaber:in aller Bildrechte ist die Severin Elektrogeräte GmbH, ausgenommen, die von einer KI erstellten Inhalte auf Seite 12 und die von einer KI modifizierten Portraits auf Seite 6, 26, 30, 34.

