

OBI

NACHHALTIGKEITS- ERKLÄRUNG 2025



Inhalt

Über diesen Bericht	3
I. Allgemeines	
Vorstellung OBI	5
Governance bei OBI	13
Doppelte Wesentlichkeitsanalyse	15
II. Umwelt	
Klimawandel	19
Biologische Vielfalt & Ökosysteme	25
Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft	27
III. Soziales	
Eigene Belegschaft	33
Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette	42
Verbraucher & Endnutzer	46
IV. Governance	
Unternehmenspolitik	49
Impressum	

Über diesen Bericht

Die vorliegende Nachhaltigkeitserklärung der OBI Gruppe wurde auf freiwilliger Basis erstellt. In ihrer Struktur sowie in der inhaltlichen Ausgestaltung orientiert sie sich an den European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Die Berichterstattung dient somit der gezielten Vorbereitung auf die künftigen Berichtspflichten gemäß der EU-Richtlinie Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Der Konsolidierungskreis der Nachhaltigkeitserklärung entspricht dem des Jahresabschlusses. Entsprechend betreffen die in dieser Nachhaltigkeitserklärung dargestellten Informationen die OBI Group Holding SE & Co. KGaA (OGH) und alle Unternehmen, an denen die OGH unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist (im Folgenden „OBI“ oder „OBI Gruppe“ genannt). Dazu zählen sämtliche OBI Zentral- und Landesgesellschaften (Store Support Center, Abk. SSC) sowie alle 492 OBI Filialmärkte (Stichtag 31.12.2025). Von den insgesamt 647 OBI Märkten werden 132 von eigenständigen Franchisepartnern betrieben. Darüber hinaus hält OBI Beteiligungen an weiteren 23 OBI Märkten. Diese 155 Märkte finden, sofern nicht anders gekennzeichnet, keinen Eingang in diesen Bericht.

Die Nachhaltigkeitserklärung umfasst im Allgemeinen die gesamte Wertschöpfungskette von OBI wie im Schaubild unter **Unternehmensstrategie**  dargestellt. Momentan besteht noch keine lückenlose Transparenz in allen Stufen, insbesondere in der vielschichtigen, vorgelagerten Wertschöpfungskette. OBI hat sich bei der Identifizierung und Bewertung wesentlicher Auswirkungen, Risiken und Chancen (Impacts, Risks and Opportunities, IRO) an den Themenstandards der ESRS orientiert.

Aufgrund einer stellenweise unzureichenden Datengrundlage basieren die in der Nachhaltigkeitserklärung angegebenen Kennzahlen zum Teil auf Schätzungen. Diese Kennzahlen sind explizit gekennzeichnet. Darüber hinaus arbeitet OBI an einer kontinuierlichen Verbesserung und Präzisierung der Datenqualität. Ziel ist, dass alle Daten zuverlässig, vergleichbar und konsistent sind.



I.

Allgemeines

Vorstellung OBI

Geschäftsmodell

- Die OBI Unternehmensgruppe ist ein international tätiges Handelsunternehmen mit Hauptsitz in Wermelskirchen und einer der führenden Anbieter für DIY (Do-it-yourself) in Europa. Das Angebot umfasst Produkte und Dienstleistungen für die Bereiche Heimwerken, Bauen, Freizeit und Garten im Groß- und Einzelhandel.
- Kern des Geschäftsmodells bilden 647 stationäre Märkte, die sowohl im Eigenbetrieb von OBI als auch durch selbstständige Geschäftspartner geführt werden. Neben dem deutschen Heimatmarkt ist OBI in neun weiteren europäischen Ländern ansässig: Österreich, Polen, Italien, Tschechische Republik, Ungarn, Slowakei, Schweiz, Slowenien und Bosnien-Herzegowina. Außerdem betreibt OBI Beschaffungsstandorte in Hongkong, China und Vietnam.
- OBI ist geprägt von partnerschaftlichen Strukturen. Das Franchisemodell, das derzeit 132 Märkte umfasst, bildet dabei ein historisches Fundament für das europaweite Wachstum der Gruppe. Darüber hinaus erweitert OBI sein Ökosystem durch strategische Partnerschaften im Produkt- und Dienstleistungsbereich, um das Angebotsspektrum über das originäre Baumarktgeschäft hinaus zu erweitern.
- Als modernes Omnichannel Handelsunternehmen betreibt OBI eine Online-Plattform und setzt auf digitale Kund:innen- und Beratungskommunikation über die Applikation heyOBI. Knapp zehn Millionen registrierte Nutzer:innen in Deutschland, Österreich, Italien, Polen, Tschechien, der Slowakei und Ungarn verwenden die Applikation.
- Über das Kerngeschäft hinaus bietet OBI mit dem Bereich Retail Media für Markenpartner neue Vermarktungsmöglichkeiten im Heim- und Garten-segment an.
- OBI erreicht über integrierte On- und Offline-Kanäle eine heterogene Zielgruppe aus allen Alterssegmenten. Die kanalübergreifende Präsenz ermöglicht europaweit ca. 200 Millionen Kund:innenkontakte pro Jahr, wobei die Marke als fester Bezugspunkt für Heimwerkeraktivitäten im europäischen Raum etabliert ist.
- OBI ist ein Unternehmen der Tengelmann Gruppe.

Kennzahlen im Geschäftsjahr 2025 (Stichtag 31.12.2025)

OBI Gesamt

(inkl. Franchisepartner & Beteiligungsmärkte)

8,1 Mrd. Euro

Umsatz

37.571

Mitarbeitende

Innerhalb der Berichtsgrenzen

(nur OBI Filialmärkte + SSCs)

5,9 Mrd. Euro*

Umsatz

29.568

Mitarbeitende

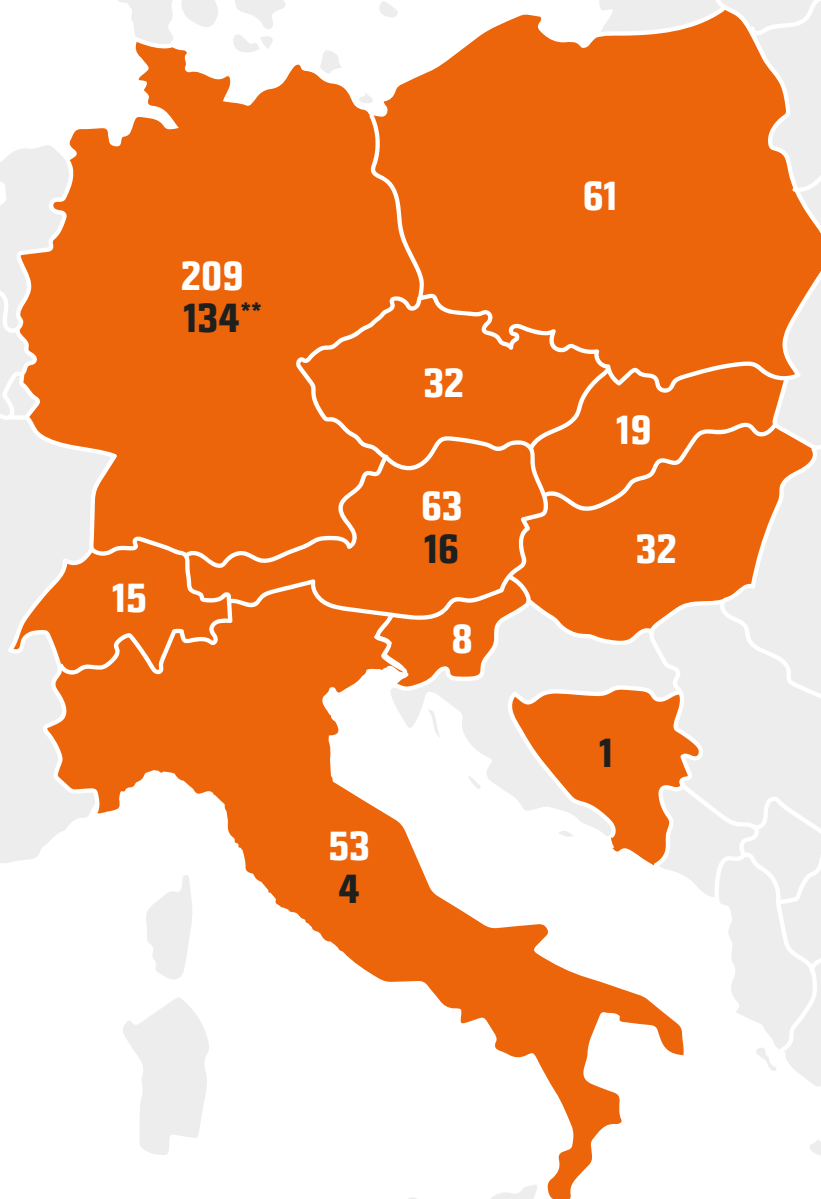


Abb: Übersicht der stationären OBI Märkte in Europa.

○ Filialmärkte ● Franchisepartner

* Konzernumsatz ohne Umsatzsteuer

** Davon 23 Beteiligungsmärkte

Wertschöpfungskette

Als internationales Handelsunternehmen kooperiert OBI mit zahlreichen Lieferanten und sonstigen Geschäftspartnern, um Kund:innen eine möglichst große Warenvielfalt anbieten zu können und sie auch bei komplexen Projektvorhaben durch Dienstleistungen und Beratung bestmöglich zu befähigen. Entsprechend vielfältig sind auch die Lieferketten.

Upstream

- Das OBI Sortiment besteht überwiegend aus Produkten von Markenherstellern (Einzelhandelsgeschäft) sowie zu einem geringeren Teil aus Eigenmarkenartikeln (Großhandelsgeschäft), um den Bedürfnissen der OBI Kund:innen gerecht zu werden und eine möglichst große Warenvielfalt anbieten zu können.

- Im Einzelhandelsbereich sind nahezu alle Lieferanten in Europa ansässig und liefern ihre Produkte meist auf direktem Wege in die OBI Märkte.

- Im Großhandelsbereich wird die Ware überwiegend durch die OBI Beschaffungsstandorte in Hongkong, China und Vietnam bezogen. Von den Produktionsstätten aus wird die Ware verpackt und direkt per Schiff, Bahn oder Lastwagen nach Europa an die drei Zentrallager in Wermelskirchen, Bedburg und Swiebodzin (Polen) verteilt. Von dort aus werden alle Märkte in Europa per Lastwagen beliefert.

Midstream

- Den mit Abstand größten Umsatzanteil erzielt OBI durch den stationären Verkauf der Ware in den OBI

Märkten. Für das E-Commerce-Geschäft gilt: Je nach Verfügbarkeit der Ware werden Kund:innen, die online bestellen, direkt aus dem Markt bzw. einem der Lagerstandorte oder via Dropshipping beliefert.

- Das E-Commerce-Geschäft hat sich vom reinen Onlineshop zu einem umfassenden Plattform-Ökosystem weiterentwickelt. Neben der heyOBI App, über die Beratung und Käufe abgewickelt werden, betreibt OBI einen eigenen Online-Marktplatz. Dieser ergänzt das bestehende Sortiment durch die Produkte und Services von Drittanbietern (Partnern). Zusätzlich zum Produktverkauf werden über die Plattform und deren Partner verschiedene Services vermittelt. Auch B2B-Angebote wie die heyOBI Profi-App mit Services für Handwerker:innen sind integriert.

Downstream

- Damit alle Kund:innen die bei OBI erworbenen Produkte optimal nutzen können, befinden sich auf den Verpackungen (bzw. Bedienungsanleitungen) Hinweise zur fachgerechten Nutzung und Entsorgung. Außerdem steht das Servicepersonal in den OBI Märkten jederzeit für Rückfragen zur Verfügung – auch telefonisch und online.

- Ausgediente Produkte können entsprechend den gesetzlichen Vorgaben bei der OBI Wertstoff-Rücknahme zurückgegeben werden (z. B. Altöl, Kfz- und Haushaltsbatterien, Akkus, Energiesparlampen, Leuchtstofflampen, LEDs, Farben, Lacke und PU-Schaumdosen). OBI bietet zudem die Rücknahme von Altgeräten beim Erwerb eines Neugeräts an.

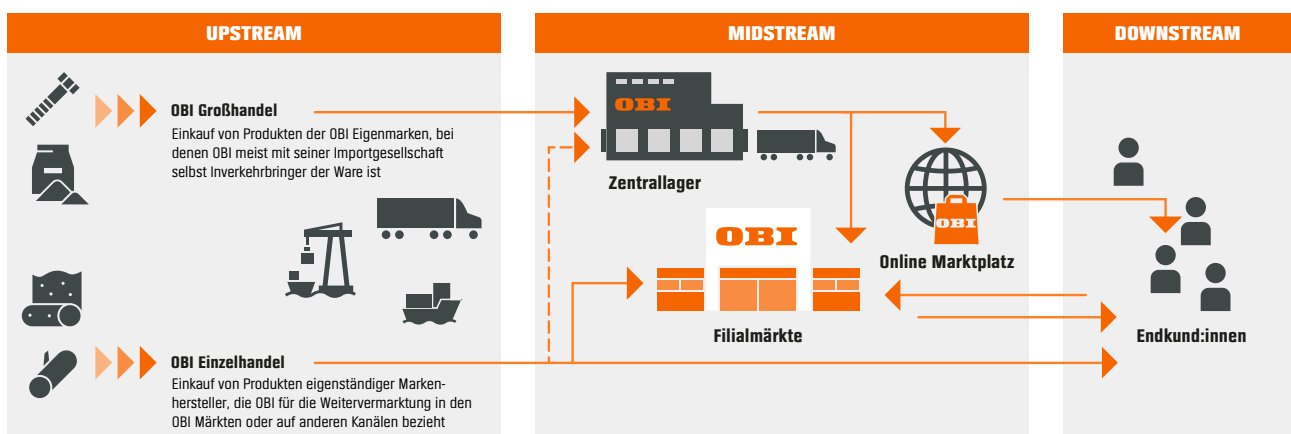


Abb: Stark vereinfachte Darstellung der OBI Wertschöpfungskette.

Unternehmensstrategie

OBI verfolgt die Vision, die erste Anlaufstelle in Europa für das Heim- und Gartensegment zu werden. Dabei wandelt sich das Unternehmen vom reinen Produkt-händler zum ganzheitlichen Projektbegleiter. Der strategische Fokus liegt darauf, Kund:innen zu befähigen, ihr Zuhause individuell zu gestalten und es zu ihrem perfekten Rückzugsort zu machen.

Um dieses Ziel zu erreichen, verzahnt OBI die Kompetenz der stationären Märkte mit digitalen Services zu einem umfassenden Ökosystem. Mit dieser Lösung können Kund:innen vom ersten Impuls bis zum fertigen Projekt begleitet werden, auf Wunsch einschließlich der passenden Expert:innen.

Franchising

Durch die enge Kooperation mit selbstständigen Unternehmer:innen verfügt OBI über das dichteste Marktnetzwerk in Deutschland. Ziel von OBI ist, dieses Modell durch eine verstärkte Partizipation der Franchise-Partner an neuen Wachstumsfeldern zu skalieren und Kund:innen sowie Partnern dadurch noch mehr Markenkontaktfächen zu bieten.

Partnering-Modell

Das Partnering-Modell erweitert die vertikale Wertschöpfung durch die Einbindung externer Spezialist:innen. OBI transformiert sich damit vom reinen Handelshaus zum Ökosystem-Anbieter für Heim und Garten. Durch „On-Demand“-Lösungen werden Kund:innen entlang des gesamten Projektzyklus begleitet – von der initialen Planung bis zur finalen Umsetzung. Dieses Modell integriert sowohl klassische DIY-Ansätze (Do-it-Yourself) als auch professionelle Dienstleistungsangebote (Do-it-for-Me), um unterschiedliche Marktsegmente effizient zu bedienen.

Retail Media

Mit der Tochtergesellschaft OBI First Media Group ist OBI bereits 2018 in das wachstumsstarke Segment der Retail Media eingestiegen. In einem Marktumfeld, in dem datengestützte Werbeformen stark an Bedeutung gewinnen, bietet OBI den Markenpartner:innen die Möglichkeit, Produkte kontextbezogen und kaufnah zu platzieren. Dadurch will OBI die Relevanz des OBI Ökosystems für externe Partner:innen weiter steigern.

Alles Machbar

Dieses Versprechen war, ist und bleibt der stabile Kern, um den sich bei OBI alles dreht.

Teil des **“ALLES MACHBAR Versprechens”** ist die Verantwortung von OBI für Mensch und Umwelt. OBI hat insgesamt sieben Handlungsfelder identifiziert, die für eine lebenswerte Gegenwart und Zukunft priorisiert werden. Diese werden in der ESG-Strategie **“Every Day A Little Better”** und den Säulen PRODUKT, UMWELT und MENSCH sowie der Grundlage GOVERNANCE zusammengefasst.

ESG-Strategie

Nachhaltige Sortimentsentwicklung

OBI betrachtet das breite Produktangebot als einen wichtigen Hebel, um negative Auswirkungen auf Mensch und Umwelt zu reduzieren. Deshalb will OBI die eigene Sortimentsentwicklung an wichtigen Nachhaltigkeitskriterien ausrichten. Klimaschutz, Respekt vor Biodiversität und Ökosystemen, verantwortungsvolle Ressourcennutzung und die Wahrung von fairen Arbeitsbedingungen stehen hierbei im Fokus. Dazu geht OBI in einen aktiven Austausch mit Lieferanten, um positive Verbesserungen gemeinsam umzusetzen.

Klimaschutz

OBI erkennt den dringenden Handlungsbedarf, den es braucht, um den globalen Klimawandel zu mitigieren. Deshalb verpflichtet sich OBI dazu, CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren und die Wertschöpfung auf die Anforderungen des Pariser Klimaabkommens auszurichten.

Gesellschaftliches Engagement

OBI sieht es als die eigene Pflicht, das gesellschaftliche Miteinander zu stärken – insbesondere in den lokalen Gemeinschaften in der Nähe der OBI Standorte. Unter dem Leitsatz „OBI als guter Nachbar“ unterstützt OBI deshalb lokale sowie ausgewählte überregionale Initiativen, die gemeinschaftliches Miteinander und Umweltschutz fördern. In Krisenzeiten – z. B. bei lokalen Naturkatastrophen – hilft OBI schnell und unkompliziert dort, wo die Not am größten ist.

Nachhaltige Geschäftsmodelle

OBI möchte Innovation und Nachhaltigkeit verbinden, um den traditionellen Handel in ein zukunftsfähiges Ökosystem zu transformieren, das ökonomischen Erfolg mit ökologischem Mehrwert vereint. Dabei setzt OBI verstärkt auf Kooperation über die DIY Branche hinaus.

Kreislaufwirtschaft

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet für OBI, die ökologischen Rahmenbedingungen zu respektieren. Deshalb will OBI unnötige Ressourcennutzung und Abfälle innerhalb der Geschäftstätigkeit so weit wie möglich vermeiden. Die Ausrichtung der internen Prozesse an Prinzipien der Kreislaufwirtschaft ist für OBI daher ein elementarer Baustein für zukunftsfreundliches Handeln.

Mitarbeitendenversprechen

OBI achtet die eigenen Mitarbeitenden – sowohl in den OBI Märkten und Lagerstandorten als auch den OBI Store Support Centern (OBI Zentralstandorten) – als die wichtigste Säule des Unternehmenserfolgs. OBI fördert deshalb ein sicheres, inklusives und diverses Arbeitsumfeld, in dem die Mitarbeitenden sich entfalten und ihre Kompetenzen optimal weiterentwickeln können.

Das Fundament der im Berichtsjahr 2023 formulierten „Every Day A Little Better“-Strategie ist ein verantwortungsvoller Umgang mit allen internen und externen Anspruchsgruppen. Dieser Umgang basiert auf den OBI Unternehmenswerten Schaffensfreude, Eigenverantwortung, Gemeinschaft und Entwicklung und steht im Einklang mit dem OBI Verhaltenskodex.

Stakeholdermanagement

OBI steht im Rahmen der eigenen internationalen Geschäftstätigkeit auf vielfältige und themenspezifische Art und Weise in Verbindung mit zahlreichen Stakeholdern. Dabei ist der kontinuierliche Austausch über verschiedene Dialogformate ein wesentlicher Bestandteil der täglichen Arbeit und essenziell, um Impulse für die wirtschaftliche und nachhaltige Weiterentwicklung zu gewinnen. Die vorgebrachten Anliegen und Interessen der Stakeholder werden durch die jeweiligen Fachbereiche in die relevanten Unternehmensprozesse

eingetragen und somit in den Steuerungsprozess einbezogen.

Auf Basis einer fundierten Wertschöpfungsanalyse wurden acht wesentliche Stakeholdergruppen identifiziert. Die nachstehende Aufzählung konkretisiert deren Erwartungen sowie die etablierten Formate des gemeinsamen Dialogs.

Stakeholder	Stakeholderinteressen und -ziele	Austauschformate*
MITARBEITENDE	• Beschäftigungssicherheit und faire Vergütung • Positives, inklusives und diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld • Gesundheit und Wohlbefinden • Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben • Reduktion von Abfällen und Papier • Arbeitgeber mit einer starken Marke und unbescholtener Reputation	Der kontinuierliche und konstruktive Austausch mit den Betriebsräten zu allen Belangen der Belegschaft ist ein Kernbaustein der internen Dialogstruktur von OBI. Darüber hinaus bindet das Unternehmen die Mitarbeitenden über vielfältige Formate aktiv ein: OBI informiert regelmäßig über interne Newsletter, Podcasts und das Intranet „oneOBI“ über aktuelle Unternehmensentwicklungen. Um länderübergreifendes Feedback direkt zu berücksichtigen, führt OBI zweimal jährlich Mitarbeitendenbefragungen durch. Im Rahmen des ebenfalls zweimal jährlich stattfindenden Mitarbeitendenpanels befragt das Unternehmen zudem alle Mitarbeitenden in den Märkten gezielt nach ihrer Einschätzung zu spezifischen fachlichen Themen, Projekten und Prozessen. Für die Mitarbeitenden in den Store Support Centern bieten die zentrale wiederkehrende Infoveranstaltung „All Hands In“ sowie das Dialogformat „Meet the CEO“ direkten Raum für Austausch und Feedback. Eine wichtige Rolle spielen zudem die inzwischen sieben Empowerment-Gruppen: Sie treffen sich monatlich zum themenspezifischen Austausch und liefern wertvolle Sichtweisen sowie praktische Handlungsempfehlungen aus Perspektive der jeweils betroffenen Gruppen. Speziell zum Thema Nachhaltigkeit bietet der Fachbereich ESG einmal pro Quartal ein virtuelles „ESG-Community Update“ für alle interessierten OBI Mitarbeitenden an.

* Zusätzlich zu den genannten Austauschformaten steht es allen Stakeholdern frei, jegliche unethischen Aktivitäten und Verdachtsfälle anonym und rund um die Uhr über das Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren „Speak up“ zu melden.

Stakeholder	Stakeholderinteressen und -ziele	Austauschformate*
KUND:INNEN	• Gutes Preis/Leistungsverhältnis und langlebige Produkte • Sicheres Einkaufserlebnis • Ausweitung von E-Ladesäulen bei OBI Märkten • Produkte und Services für ein gesundes und energieeffizientes Zuhause • Wahlmöglichkeit von umweltfreundlichen Alternativen • Mehr Aufklärung über ökologische Verträglichkeit von Produkten und Dienstleistungen (z.B. Markt-Displays, Öko-Zertifizierung)	Die erste Anlaufstelle sind die OBI Märkte, in denen Produkte, Beratung und Services angeboten werden. Darüber hinaus stehen Servicemitarbeitende per Telefon, E-Mail, über die OBI Homepage oder auf Social Media für Wünsche, Fragen und Kritik zur Verfügung. Regelmäßige Befragungen der Kund:innen und Marktstudien sind ebenfalls essenzieller Bestandteil, um wandelnden Bedürfnissen sowie nachhaltigen Interessen und Bedenken Rechnung zu tragen. Über die heyOBI App haben Kund:innen in sieben OBI Ländern die Möglichkeit, sich per Chat direkt an OBI Expert:innen zu wenden.
FRANCHISE-PARTNER	• Erfolgreiches Ökosystem • Faire und stabile Franchisenehmerkonditionen • Bekannte, starke Marke • Gestaltungsfreiheit	Das OBI Franchisepartner-Management agiert als zentrale Schnittstelle für alle Belange der Partner und organisiert neben den obligatorischen bilateralen Jahresgesprächen verschiedene überregionale Austauschformate. Während die halbjährlich tagenden Fachausschüsse die operative, fachbezogene Diskussion sichern, wird im dreimal jährlich stattfindenden Beirat in Deutschland die übergeordnete strategische Steuerung besprochen. Der enge Austausch zu aktuellen Projekten wird durch regelmäßige Termine mit den operativ aktiven Franchisepartnern (aFP) vertieft und durch die jährliche Tagung im Herbst als zentrale Netzwerkplattform für alle Partner abgerundet. Ergänzend nehmen die Marktleiterinnen und Marktleiter der Partnerbetriebe an den jährlichen OBI Marktleitertagungen teil. Der kontinuierliche Wissenstransfer und das Einholen von Stimmungsbildern werden zudem durch einen halbjährlichen Newsletter, anlassbezogene Impulsbefragungen sowie informelle Formate wie regionale Round Tables und den internationalen „Next Generation Day“ sichergestellt.
LIEFERANTEN & GESCHÄFTSPARTNER	• Zugang zu Endkund:innen • Zusammenarbeit bei Innovationen • Stabile und langfristige Geschäftsbeziehungen • Faire und partnerschaftliche Zusammenarbeit	Neben den obligatorischen Jahresgesprächen pflegt das Unternehmen den kontinuierlichen Dialog mit seinen Lieferanten. Ein zentrales Element bilden die regelmäßig stattfindenden „Alles Machbar Supplier Days“ (zuletzt 2023 und 2025). Ergänzend erfolgt ein individueller, anlassbezogener Austausch über fest definierte Ansprechpartner:innen in zentralen Konzernfunktionen – insbesondere in den Fachbereichen Category Management, Global Sourcing, Indirect Procurement sowie Solution & Product Partnering.
GESELLSCHAFTER & AUFSICHTSRAT	• Transparenz über Geschäftsentwicklung und ESG-Fortschritt • Gewinnbringendes Investment: positive finanzielle Performance • Fortbestand des Unternehmens	Für die Gesellschafter ist das Thema Nachhaltigkeit von hoher Bedeutung. Deshalb werden relevante Aspekte für Umwelt und Mensch nicht nur in Aufsichtsratssitzungen, sondern auch in regelmäßigen Sustainability Roundtables mit verschiedenen Beteiligungen der Tengelmann Twenty-One KG diskutiert. Der OBI Fachbereich ESG vertritt OBI in diesen Roundtable-Formaten.

* Zusätzlich zu den genannten Austauschformaten steht es allen Stakeholdern frei, jegliche unethischen Aktivitäten und Verdachtsfälle anonym und rund um die Uhr über das Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren „Speak up“ zu melden.

Stakeholder	Stakeholderinteressen und -ziele	Austauschformate*
FINANZIERUNGSPARTNER	• Transparenz über Geschäftsentwicklung und ESG-Fortschritt • Positive finanzielle Performance und Absicherung des Kreditrisikos gegen transitorische und physische Klimarisiken • Erfüllung eigener regulatorischer Anforderungen	Hauptansprechpartner für die Zusammenarbeit von OBI mit Finanzierungspartnern ist der Fachbereich Group Treasury & Corporate Finance in enger Abstimmung mit dem ESG Team. Neben anlassbezogenen Austauschformaten (inklusive Beantwortung spezifischer ESG-Fragenbögen) veranstaltet dieser ein jährliches Dialogformat, bei dem bei Bedarf auch relevante ESG-Aspekte vorgestellt und diskutiert werden.
POLITIK, VERBÄNDE & NGOS	• Erhalt von Arbeitsplätzen • Einhaltung von Gesetzen • Faire und sichere Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette • Erarbeitung von Branchenlösungen • Reduktion von CO₂ entlang der gesamten Wertschöpfungskette • Keine negativen Konsequenzen für die Allgemeinheit aus der wirtschaftlichen Tätigkeit • Nachhaltige Sortimentsgestaltung	Primär engagiert sich OBI in diversen nationalen und internationalen Branchenverbänden wie BHB, EDRA/GHIN und HDE. In diesen finden regelmäßige Austauschformate statt, insbesondere zu regulatorischen Anforderungen im Kontext der Nachhaltigkeit. Ergänzt wird dieses Engagement durch einen kontinuierlichen Austausch mit NGOs, mit welchen das Unternehmen im Rahmen von strategischem Sparring und themenspezifischer Zusammenarbeit im engen Dialog steht.
ÖFFENTLICHKEIT & MEDIEN	• Informationen über wirtschaftliche Aktivitäten und Produkte, insbesondere Veränderungen und Neuheiten • Einblicke in das Unternehmen und die Marke OBI • Keine negativen Konsequenzen für Umwelt und Allgemeinheit aus der wirtschaftlichen Tätigkeit	Erste Anlaufstelle für die Öffentlichkeit sind die OBI Corporate Website, Social Media Kanäle sowie die direkte Kontaktaufnahme zur Abteilung Corporate Communications & PR von OBI. Eine verlässliche Erreichbarkeit stellt OBI über ein 24/7-Pressetelefon und ein zentrales E-Mail-Postfach sicher. Zur aktiven Pressearbeit zählt zudem der regelmäßige Versand von Pressemitteilungen sowie deren Veröffentlichung auf der OBI Corporate Webseite. Zudem fördert das Unternehmen den direkten Austausch durch die professionelle Vorbereitung und Vor-Ort-Betreuung von Speaker Placements, Interviews und TV-Aufnahmen.

* Zusätzlich zu den genannten Austauschformaten steht es allen Stakeholdern frei, jegliche unethischen Aktivitäten und Verdachtsfälle anonym und rund um die Uhr über das Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren „Speak up“ zu melden.

Governance bei OBI

Für die Leitung und Überwachung von OBI bilden nationale Gesetze sowie Gesellschaftsverträge den Ordnungsrahmen. Entsprechend folgt OBI einem dualistischen Modell bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat mit jeweils vier bzw. sechs Mitgliedern.

Die Vorstände stimmen sich in regelmäßigen Vorstandssitzungen ab – je nach Themenlage gemeinsam mit den jeweiligen Fachverantwortlichen. Kontrolliert und beraten wird die Geschäftsführung durch den Aufsichtsrat. Aufsichtsratssitzungen finden mindestens viermal jährlich sowie nach Bedarf statt. Des Weiteren unterrichtet der Vorstandsvorsitzende den Aufsichtsratsvorsitzenden laufend über wesentliche Entwicklungen und Entscheidungen. Das Management ESG-relevanter Auswirkungen, Risiken und Chancen wird nach Bedarf in den Vorstand- und Aufsichtsratssitzungen besprochen.

ESG-Governance

Die Steuerung der Nachhaltigkeitsaspekte erfolgt bei OBI durch eine Kombination aus zentraler Koordination und dezentraler Fachverantwortung. Der Fachbereich ESG fungiert als primäre Steuerungseinheit für die gesamte Unternehmensgruppe und ist seit Januar 2025 organisatorisch im neu geschaffenen Ressort People and Organisational Development verankert. Ihm obliegen die methodische Leitung sowie die gruppenweite Überwachung der Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen. Der Fachbereich ESG ist für die Durchführung der doppelten Wesentlichkeitsanalyse verantwortlich und stellt die Konsistenz der Nachhaltigkeitsstrategie

sicher. Die Funktion Chief People and Organisational Development Officer trägt die Gesamtverantwortung für das Thema ESG auf Vorstandsebene und verantwortet außerdem die Themen Franchise Partnering, People, Legal und Compliance sowie Real Estate.

Die operative Umsetzung der definierten Nachhaltigkeitsziele erfolgt in enger Abstimmung zwischen dem Fachbereich ESG und den jeweiligen OBI Fachabteilungen. Während der Fachbereich ESG primär die Rahmenbedingungen setzt und strategische Konzepte definiert, liegt die Verantwortung für die Durchführung der Maßnahmen meist direkt in den betroffenen Funktionsbereichen.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt wurden keine spezialisierten ESG-Gremien auf Managementebene implementiert. Vielmehr erfolgt die Steuerung über die bestehenden Linienstrukturen und regelmäßige Abstimmungsformate zwischen dem Fachbereich ESG und den anderen OBI Fachbereichen. Ziel ist es, dauerhafte und starke Strukturen zu schaffen, um das Thema Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln und im Unternehmen fest zu verankern.

Nachhaltigkeitsbezogene Anreizsysteme

Um die Ertragsstärke des Unternehmens sicherzustellen, berücksichtigt OBI für die Ermittlung der variablen Vergütung vorrangig das Erreichen finanzieller Konzernziele. Der prozentuale Anteil von ESG-Zielen an der variablen Vorstandsvergütung liegt im niedrigen zweistelligen Bereich. Hierbei werden die zentralen Zieldimensionen Mitarbeitendenzufriedenheit (eNPS), Kund:innenzufriedenheit (NPS) sowie die Erstellung der Nachhaltigkeitserklärung berücksichtigt.

Der OBI Aufsichtsrat erhält eine fixe Vergütung.

ESG-Risikomanagement

Die OBI Gruppe überwacht Chancen und Risiken für die geschäftliche Entwicklung mithilfe eines unternehmensweit implementierten Risikomanagements. Als Chancen bzw. Risiken betrachtet OBI mögliche Entwicklungen oder Ereignisse, die zu einer positiven bzw. negativen Abweichung von den Zielen der Unternehmensgruppe führen können. Anhand konzernweit einheitlicher Kriterien identifizieren, analysieren und bewerten die Verantwortlichen der Geschäftsbereiche Chancen und Risiken, unterstützt durch das Risikomanagement. Dadurch lassen sich geeignete Maßnahmen zur Risikosteuerung einleiten und deren Umsetzung überwachen. Das Risikomanagement schafft Transparenz, ermöglicht zielgerichtete Maßnahmen und hilft inakzeptablen oder bestandsgefährdenden Risiken entgegenzuwirken. Auf Veranlassung des Vorstandes werden die Ergebnisse halbjährlich berichtet, um frühzeitig über mögliche Chancen und Risiken, ergriffene Maßnahmen und den damit verbundenen Handlungsbedarf zu informieren. Die Risikoberichterstattung von OBI stellt eine Nettobetrachtung der verbleibenden Risiken unter Berücksichtigung der ergriffenen Maßnahmen dar. Das OBI Risk Management Manual beschreibt alle Details zu Methodik und Prozessen des Risikomanagements. Die Verantwortung für das Thema liegt im Fachbereich Corporate Legal. Um eine umfas-

sende und aktuelle Bewertung möglicher ökologischer, sozialer oder Governance-Risiken entlang der gesamten Lieferkette zu gewährleisten, wurde das bei OBI bereits vorhandene Risikomanagement erweitert und speziell im Hinblick auf ESG-Risiken ergänzt. Grundlage hierfür bildet die im Geschäftsjahr 2025 durchgeführte doppelte Wesentlichkeitsanalyse, welche die wesentlichen Chancen und Risiken für die Nachhaltigkeitsstrategie ermittelt. Eine detaillierte Beschreibung des Vorgehens mit Blick auf das Thema Menschenrechte findet sich in der Grundsatzerklärung auf der Website des Unternehmens (Rubrik „Compliance“). Alle Bereiche der OBI Gruppe, die in den Anwendungsbereich des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) fallen, wurden in die Risikoanalyse einbezogen und dem LkSG-Risikomanagement unterworfen.

Das Vorgehen im Hinblick auf die übrigen ESG-Themen wird auf den nächsten beiden Seiten unter „Doppelte Wesentlichkeitsanalyse“ erläutert und vom Fachbereich ESG verantwortet.

Doppelte Wesentlichkeitsanalyse

Methodik

Die doppelte Wesentlichkeitsanalyse (Double Materiality Assessment, DMA) wurde in einem mehrstufigen, systematischen Verfahren in Anlehnung an die Anforderungen der ESRS durchgeführt. Ziel war es, wesentliche ESG-bezogene Auswirkungen, Risiken und Chancen zu identifizieren und ihre Relevanz für OBI zu bewerten. Grundlage für die Erstellung einer initialen Liste potenziell relevanter Nachhaltigkeitsthemen waren das Themenspektrum der ESRS sowie relevante Aspekte der OBI Wertschöpfungskette. Darüber hinaus wurden Aktivitäten von vergleichbaren Unternehmen identifiziert und aktuelle Branchentrends geprüft.

1. Stakeholder-Mapping & Engagement

Im ersten Schritt wurden OBI Ansprechpartner:innen identifiziert, die als repräsentative Vertretung für die acht relevanten **Stakeholdergruppen**  dienen.

Hierbei wurden Fachexpert:innen ausgewählt, die im regelmäßigen Kontakt oder Austausch mit den jeweiligen Anspruchsgruppen stehen. Um eine fundierte Einschätzung der für OBI wesentlichen Themen zu gewährleisten, wurden strukturierte Interviews mit den Fachexpert:innen durchgeführt. Sie dienten als Grundlage für eine Gesamteinschätzung der Stakeholder-Relevanz in Bezug auf OBI.

2. Identifikation wesentlicher Auswirkungen, Risiken und Chancen

Aufbauend auf den Erkenntnissen aus dem Stakeholder-Mapping haben interne ESG-Expert:innen in Workshops einen Katalog aller möglichen IRO für OBI definiert. In diesem Schritt wurden die identifizierten IRO bereits systematisch nach ihrem Zeithorizont, der Art des

Einflusses (tatsächlich vs. potenziell) sowie ihrer Verortung innerhalb der Wertschöpfungskette klassifiziert.

3. Bewertung der Wesentlichkeit

In dieser Phase nahmen die OBI ESG-Expert:innen eine umfassende Bewertung der Wesentlichkeitsfaktoren für jede identifizierte IRO vor.

■ **Impact Materiality:** Zur Bewertung der Wesentlichkeit der Auswirkungen wurden Umfang, Ausmaß und Unabänderlichkeit sowie die Wahrscheinlichkeit positiver und negativer potenzieller Auswirkungen berücksichtigt. Für menschenrechtsbezogene Auswirkungen hatte die Beurteilung der jeweiligen Schweregrade Vorrang vor der Eintrittswahrscheinlichkeit.

■ **Financial Materiality:** Im Rahmen der finanziellen Wesentlichkeitsanalyse bewertete OBI die wirtschaftliche Bedeutung von ESG-Risiken und -Chancen auf Basis ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und ihrer finanziellen Auswirkungen.

Zur Schließung interner Wissenslücken hat OBI auf bestehende Analysen des Sortiments sowie der vorgelegten Wertschöpfungskette zurückgegriffen, die in Kooperation mit einer externen, auf das Thema Nachhaltigkeit spezialisierten Beratung durchgeführt wurden. Diese hat das gesamte Groß- und Einzelhandelsortiment von OBI hinsichtlich der Aspekte Treibhausgasemissionen, Umweltverschmutzung, Wasserverbrauch, Biodiversität und Ressourcennutzung analysiert sowie die Kernsortimente auf statistischer Basis modelliert.

Dabei wurden sowohl Standortdaten der Lieferanten sowie die wirtschaftliche Relevanz verschiedener Sortimentsbereiche berücksichtigt. Anhand der Analyseergebnisse hat OBI wesentliche Aspekte gefiltert und priorisiert.

4. Validierung

Nach Abschluss der Wesentlichkeitsbewertung folgte eine bedarfsorientierte Validierung der Ergebnisse durch interne Fachexpert:innen in Form einer gezielten Verifikation der Argumentationsstränge und Ergebnisse. Abhängig von den jeweiligen Ergebnissen kann eine weitergehende Überprüfung erforderlich sein. Schließlich wurden die finalisierten Erkenntnisse mit dem oberen Management und dem Vorstand von OBI abgestimmt.

Mit dieser strukturierten Vorgehensweise stellt OBI sicher, dass die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen nachvollziehbar identifiziert, bewertet und mit der Unternehmensstrategie verknüpft werden können. Zusätzlich zu diesem allgemeinen Ansatz wurden teilweise themenspezifische Prozesse und Bewertungsverfahren der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen durchgeführt, die im Folgenden ergänzend erläutert werden.

Ergänzende Information zur klimabezogenen Wesentlichkeitsanalyse

Die Liste der IRO für das Thema Klimawandel berücksichtigt sowohl physische als auch transitorische Risiken und Chancen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Zur Bewertung wurden interne Informationen, zum Beispiel die OBI Treibhausgasbilanz, sowie externe Informationen und Desktop-Recherche genutzt. Im Geschäftsjahr 2025 wurde außerdem eine systematische physische Klimaszenario- und Resilienzanalyse auf Standortebene begonnen. Ziel ist es, die potenziellen Auswirkungen des Klimawandels auf OBI Standorte sowie das gesamte Geschäftsmodell ganzheitlich zu bewerten, daraus Handlungsfelder abzuleiten und die langfristige Resilienz des Unternehmens gegenüber klimabezogenen Entwicklungen zu stärken. Bei der Durchführung dieser Analyse werden durch den Weltklimarat IPCC definierte Szenarien verwendet. Hierbei fokussiert sich OBI auf den repräsentativen Konzentrationspfad (RCP) 4.5 sowie den RCP 8.5.

Übersicht Ergebnisse

OBI vertreibt über alle Kanäle hinweg eine Vielzahl an Produkten, die international beschafft und europaweit vertrieben werden. Ebenso vielfältig sind auch die Auswirkungen, Risiken und Chancen im Bereich Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette – angefangen vom Erwerb der Rohstoffe für die Herstellung der Produkte bis hin zum Verkauf und der Vermarktung der Produkte im Markt sowie online. Im Rahmen der doppelten Wesentlichkeitsanalyse 2025 wurden insgesamt 30 wesentliche IRO in sieben thematischen Standards identifiziert, die in der folgenden Übersicht visualisiert und dem OBI Geschäftsmodell bzw. der Wertschöpfungskette zugeordnet sind. Detaillierte Beschreibungen der IRO werden jeweils in den themenbezogenen Abschnitten dieses Berichts dargestellt.



					Upstream	Midstream	Downstream
Umwelt	Klimawandel	1	⚡	Wetterrisiken			
		2	—	Emissionen			
		3	⚡	Energiekostenrisiken			
		4	—	Energieverbrauch			
	Biodiversität & Ökosysteme	5	—	Landnutzungsänderungen			
	Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft	6	—	Ressourcenverbrauch			
		7	—	Produktentsorgung			
		8	—	Betriebsabfälle			
Soziales	Eigene Belegschaft	9	+	Beschäftigungssicherheit			
		10	+	Vergütungsgerechtigkeit			
		11	—	Work-Life-Balance			
		12	—	Gesundheitsschutz			
		13	+	Mitbestimmung			
		14	+	Vielfalt			
		15	—	Chancengerechtigkeit			
		16	—	Diskriminierungsfälle			
		17	—	Barrierefreiheit			
	Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette	18	—	Arbeitsbedingungen			
		19	—	Chancengerechtigkeit			
		20	—	Sonstige Rechte			
	Verbraucher & Endnutzer	21	—	Gesundheitsschutz			
		22	—	Produktsicherheit			
Governance	Unternehmenspolitik	23	+	Unternehmenskultur			
		24	+	Werteorientiertes Handeln			
		25	—	Hinweisgeberschutz			
		26	—	Korruptionsfälle			
		27	⚡	Korruptionsrisiken			
		28	⚡	Datenschutzrisiken			
		29	⚡	IT-Sicherheitsrisiken			
		30	—	Stakeholderdaten			

Abb: Übersicht über die wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen von OBI und deren Verortung in der Wertschöpfungskette.

+ Potenziell positive Auswirkung
 — Potenziell negative Auswirkung
 ⚡ Risiko
+ Tatsächlich positive Auswirkung
 — Tatsächlich negative Auswirkung
 🚀 Chance



II.

Umwelt

Klimawandel

Die Auswirkungen des menschengemachten Klimawandels auf Ökosysteme und die Gesellschaft zählen zu den größten Herausforderungen unserer Zeit. Von einer zunehmenden Veränderung der klimatischen Bedingungen ist auch OBI mittelbar und unmittelbar betroffen, zum Beispiel durch potenziell instabilere Lieferketten, steigende Betriebskosten, regulatorische Änderungen oder eine sich wandelnde Kund:innennachfrage.

In diesem Kapitel werden zunächst die als wesentlich identifizierten Auswirkungen auf das Klima sowie die wesentlichen Risiken und Chancen für OBI dargestellt. Anschließend werden die implementierten Konzepte, Ziele und Maßnahmen, die zur Prävention und Abhilfe dienen, beschrieben.

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wertschöpfungskette	IRO-Beschreibung
Anpassung an den Klimawandel	Finanzielles Risiko	Kurz-, mittel- und langfristig	Eigene Geschäftstätigkeit	1 Planungsunsicherheiten durch unvorhersehbare und wechselnde Wetterperioden (z. B. Dürren oder starke Regenfälle) können in der Gartensaison zu Ertragsrückgängen führen, zum Beispiel in Form von Umsatzverlusten als auch durch höhere Abschreibungen auf nicht verkaufte Saisonware.
Klimaschutz	Tatsächliche negative Auswirkung		Gesamte Wertschöpfungskette	2 Durch die eigene Geschäftstätigkeit sowie entlang der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette entstehen bei OBI Treibhausgasemissionen, die zum Klimawandel beitragen.
Energie	Finanzielles Risiko		Eigene Geschäftstätigkeit	3 Steigende Energiepreise können die Betriebskosten von OBI insbesondere in den Märkten erhöhen, was sich negativ auf die Rentabilität und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens auswirken könnte.
Energie	Tatsächliche negative Auswirkung		Gesamte Wertschöpfungskette	4 In der gesamten Wertschöpfungskette von OBI wird Energie verbraucht, insbesondere durch die Herstellung, den Transport und die Nutzung von Produkten sowie den Betrieb der OBI Märkte.

Umgang mit den wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Konzepte und Ziele

■ **OBI Klimastrategie:** Die OBI Klimastrategie gilt für die gesamte OBI Gruppe und wird seit dem Jahr 2023 kontinuierlich weiterentwickelt. Sie verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz zur Dekarbonisierung, mit dem Emissionen von Treibhausgasen (THG) reduziert oder vermieden werden sollen. Als Basis dient das Pariser Klimaabkommen, das die Begrenzung der globalen Erwärmung auf deutlich unter 2 °C gegenüber vorindustriellen Werten anstrebt, idealerweise auf 1,5 °C. Um dieser globalen Verpflichtung gerecht zu werden, orientiert sich OBI an den Anforderungen der Science Based Targets initiative (SBTi), einer weltweit anerkannten Organisation, die Unternehmen dabei unterstützt, wissenschaftsbasierte Emissionsreduktionsziele festzulegen. Hierbei liegt der Schwerpunkt zunächst auf einer kurz- bis mittelfristigen Treibhausgasreduktion. Da OBI in den Bereichen Scope 1 (direkte Emissionen) und Scope 2 (indirekte Emissionen aus bezogener Energie) größere Handlungsfähigkeit hat, wurden hierfür bereits im Jahr 2023 verbindliche interne Ziele definiert und eine Roadmap zur Umsetzung ausgearbeitet. Diese fokussiert insbesondere die Erhöhung der Energieeffizienz, die Optimierung von Prozessen sowie die Umstellung auf erneuerbare Energien. Im Scope 3 werden derzeit konkrete Klimaziele für die OBI Gruppe erarbeitet und ein Maßnahmenplan entwickelt. Im Jahr 2024 hat sich OBI außerdem offiziell zur Einreichung von Zielen bei der Science-Based Targets initiative (SBTi) verpflichtet, um die umfassende Ausrichtung der OBI Klimaziele an den Zielsetzungen des Pariser Klimaabkommens sicherzustellen. Im Rahmen der Vorbereitung auf den Validierungsprozess werden die existierenden Scope-1- und Scope-2-Ziele auf aktuelle Anforderungen der Science-Based Targets initiative geprüft. Gleichzeitig werden die in Entwicklung stehenden Scope-3-Ziele auf die geltenden Anforderungen ausgerichtet.

Derzeitige Zielsetzungen lauten:

🎯 **Scope 1 und 2:** Reduktion der THG-Emissionen um 50% innerhalb von zehn Jahren (Basisjahr 2021).

🎯 **Scope 3:** Erarbeitung und Veröffentlichung von Zielen für Scope-3-Emissionen (indirekte Emissionen aus der Wertschöpfungskette, z. B. Produkte und Transport) bis zum Jahr 2026.

🎯 **SBTi-Validierung:** Validierung der Klimaziele (near-term targets) durch die Science Based Targets initiative (SBTi) bis zum Jahr 2026.

■ **Energiemanagementsystem gemäß DIN EN ISO 50001:** Die OBI Energiepolitik für OBI Deutschland ist eine verbindliche Unternehmensrichtlinie und bildet die Grundlage für ein Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001. Dieses Dokument definiert die prinzipiellen Verpflichtungen des Top-Managements der OBI Group Holding und setzt den Rahmen für alle energie-relevanten Aktivitäten in Deutschland. Die Einführung des internationalen Standards DIN EN ISO 50001 im Geschäftsjahr 2025 stellt zudem sicher, dass die Energieeffizienz als verbindliches Kriterium in den Bewertungsprozess beim Betrieb der Märkte und Prozesse einbezogen wird.

■ **Umweltmanagementsystem gemäß ISO 14001:** OBI Italien steuert seine ökologische Performance über ein Umweltmanagementsystem (UMS), das nach der international anerkannten Norm ISO 14001 zertifiziert ist. Dieser Rahmen gewährleistet einen systematischen Ansatz zur Identifizierung, Überwachung und kontinuierlichen Verbesserung der wesentlichen Umweltaspekte des Unternehmens. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Steigerung der Ressourcen- und Energieeffizienz sowie einem prozessorientierten Abfallmanagement an allen Betriebs- und Einzelhandelsstandorten.

■ **OBI Car Policy:** OBI verfügt über eine gruppenweite Dienstwagenrichtlinie (Car Policy), deren länderspezifische Umsetzung und Bestimmungen so gestaltet sind, dass sie den jeweiligen nationalen rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen Rechnung tragen. In Deutschland motiviert eine differenzierte Kostenstruktur die Mitarbeitenden zur Wahl emissionsarmer Fahrzeuge. Dies soll somit zur Reduktion der Treibhausgasemissionen des Fuhrparks beitragen. Die Policy nutzt eine feste Monatspauschale, wodurch vollelektrische Fahrzeuge (E-Autos) finanziell attraktiver werden, da sie den Nutzenden ermöglicht, innerhalb des Budgets ein hochwertigeres oder besser ausgestattetes Modell zu wählen. Die Installation einer privaten Wallbox wird durch OBI mit 500 Euro bezuschusst. Darüber hinaus gilt, dass Benzinfahrzeuge ab einer bestimmten jährlichen Maximalfahrleistung nicht mehr im Fuhrpark zugelassen sind. In den übrigen OBI Ländern ist der Bruttolistenpreis noch immer das entscheidende Auswahlkriterium.

Maßnahmen

■ **Strom aus erneuerbaren Energien:** Die Beschaffung von Strom aus erneuerbaren Energien ist ein zentraler Hebel zur Reduktion der Scope-2-Emissionen. Seit dem Geschäftsjahr 2023 beziehen fast alle OBI Filialmärkte in Deutschland zu 100 % Strom aus erneuerbaren Energien über Herkunftsnachweise aus Windkraft. Diese Maßnahme wurde im Geschäftsjahr 2025 auch in Polen umgesetzt, wo inzwischen knapp zwei Drittel aller Märkte ebenfalls Ökostrom mit Herkunftsnachweisen aus erneuerbaren Quellen beziehen.

■ **Ausbau von Photovoltaikanlagen:** OBI treibt den Ausbau der Photovoltaikkapazitäten auf den Dächern der Märkte, Bürogebäude und Lagerstandorte kontinuierlich voran. Dabei setzt OBI überwiegend auf einen partnerschaftlichen Ansatz, bei dem Betreiber die Anlagen errichten und warten, während OBI den erzeugten Strom direkt abnimmt. Seit dem Start des Programms im Jahr 2024 hat OBI insgesamt 28 OBI Märkte in drei Ländern mit PV-Anlagen ausgestattet.

■ **LED-Beleuchtung:** Die systematische Umrüstung der Standorte auf moderne, energiesparende LED-Technik zielt auf die Reduktion des Stromverbrauchs (Scope 2) ab. Nach der erfolgten Umstellung der Leuchtmittel setzt

OBI nun die Modernisierung der Märkte mit zukunftsorientierten Beleuchtungssystemen fort. Im Geschäftsjahr 2025 wurden diesbezüglich insgesamt 18 Projekte in Deutschland und Österreich sowie zwei Projekte in Italien umgesetzt.

■ **Umrüstung auf Wärmepumpen:** Zur Dekarbonisierung des Heizbedarfs hat OBI damit begonnen, fossile Heizsysteme durch effiziente Wärmepumpen auszutauschen bzw. zu ergänzen, sofern technisch und wirtschaftlich sinnvoll. Im Berichtszeitraum wurde in insgesamt sechs deutschen OBI Märkten eine Wärmepumpe zur Unterstützung der Heizung installiert.

■ **Elektrifizierung der Dienstwagenflotte:** OBI strebt eine kontinuierliche Elektrifizierung der Dienstwagenflotte an, unterstützt durch eine Anpassung der Car Policy, die E-Fahrzeuge attraktiver machen soll. Dadurch konnte OBI im Berichtszeitraum den Anteil vollelektrischer Firmenwagen in Deutschland deutlich steigern.

■ **Scope-3-Taskforce und „Make it Zero“:** Als Gründungsmitglied der Scope 3-Taskforce des globalen Branchennetzwerks EDRA/GHIN engagiert sich OBI aktiv im Rahmen der Initiative „Make it Zero“. OBI ist überzeugt, dass die komplexe Herausforderung der Dekarbonisierung des Scope 3 nur durch branchenweite Kooperation erfolgreich bewältigt werden kann. In diesem Kontext hat sich OBI zusätzlich verpflichtet, mit einer signifikanten Anzahl an Lieferanten zusammenzuarbeiten, um sicherzustellen, dass diese ebenfalls ambitionierte Klimaschutzmaßnahmen verfolgen. OBI hat die Absicht, auch in Zukunft ein treibendes Mitglied der „Make It Zero“-Initiative von EDRA/GHIN zu bleiben.

■ **Angebot von energiesparenden Produkten:** Europaweit verkauft OBI eine Vielzahl von Produkten für energieeffizientes Wohnen. Durch die Kooperation mit spezialisierten Partnern leistet OBI Unterstützung bei der Durchführung komplexer energetischer Sanierungsvorhaben, inklusive Anleitung und Beratung. Außerdem wird das eigene Energiesparangebot stetig ausgebaut. Im Geschäftsjahr 2025 hat OBI beispielsweise den heyOBI Energy Tracker entwickelt und erstmals zum Verkauf angeboten. Dieser befähigt Kund:innen, ihre Energiekosten im Blick zu behalten und damit Ressourcen

zu schonen. Außerdem bietet OBI seit dem Frühjahr 2025 in Deutschland gemeinsam mit Partnern Smart Home End-to-End-Lösungen zum Energiesparen an.

■ **Ausbau der Ladeinfrastruktur:** An aktuell 51 deutschen Marktstandorten bietet OBI Flächen für E-Ladestationen an, wovon allein 21 im Jahr 2025 in Betrieb ge-

nommen wurden. In Kooperation mit vier Partnern, welche die Anlagen betreiben, stattet OBI sowohl Eigentums- als auch Mietobjekte sukzessive mit durchschnittlich sechs Ladepunkten pro Standort aus. Durch die öffentliche Zugänglichkeit der Säulen meist auch außerhalb der Öffnungszeiten leistet das Unternehmen einen wesentlichen Beitrag zur kommunalen Infrastruktur.

THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen

Treibhausgasbilanz (tCO ₂ e)	2021	2024	2025	vs. Vorjahr (2024)	vs. Basisjahr (2021)
Scope 1	67.818	51.710	54.434	5%	-20%
Wärme (direkt)	58.218	43.535	46.495		
Fuhrpark (direkt)	9.600	7.847	7.694		
Kühlmittel*		328	245		
Scope 2 (location-based)	113.186	66.773	70.929	6 %	-37 %
Scope 2 (market-based)	107.512	50.666	37.762	-25%	-65%
Elektrizität (indirekt)	93.828	42.063	29.510		
Gebäude	93.828	41.759	29.468		
Fuhrpark	n/a	304	42		
Wärme (indirekt)	13.685	8.603	8.252		
Scope 3	8.379.608	6.837.953	6.737.671	-1%	-20%
vorgelagert**	4.618.048	3.805.546	3.792.568		
nachgelagert***	3.761.560	3.032.407	2.945.103		
Gesamte Emissionen	8.554.939	6.940.329	6.829.867	-2%	-20%

* Aufgrund fehlender Erhebung sind Kühlmittel erst seit 2024 erhoben

** Eingekaufte Güter und Dienstleistungen, Kapitalgüter, Brennstoff- und energiebezogene Emissionen, vorgelagerter Transport und Verteilung, Abfälle aus Betrieb, Geschäftsreisen, Anfahrt Mitarbeitende

*** Nachgelagerter Transport und Verteilung, Nutzungsphase, Entsorgung von verkauften Produkten, Franchises

Methodik

Die Berechnung der OBI Treibhausgasbilanz erfolgte in Übereinstimmung mit den Anforderungen der Corporate Standards des Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Die Emissionen wurden dabei in drei Scopes und insgesamt 20 Unterkategorien unterteilt. Es wurden alle für die

Geschäftstätigkeit relevanten Kategorien in die Berechnung einbezogen. Die Kategorien 3.8 (Geleaste Sachanlagen upstream), 3.10 (Verarbeitung verkaufter Produkte), 3.13 (Geleaste Sachanlagen downstream) sowie 3.15 (Investitionen) wurden aufgrund des Geschäftsmodells von OBI als unwesentlich (not material) eingestuft.

Die Festlegung der Organisationsgrenzen basiert auf dem operativen Kontrollansatz des GHG Protocol. Eingang in die Bilanz fanden sämtliche Filialmärkte, Store Support Center und Logistikstandorte sowie die steuerbaren Equity-Beteiligungsmärkte. Da OBI über keine operative Kontrolle über die Standorte der Franchise-Partner verfügt, wurden diese nicht in die Scopes 1 und 2 einbezogen. Entsprechend dem GHG Protocol wurden die Scope-1- und Scope-2-Emissionen der Franchise-Partner stattdessen als indirekte Emissionen in Scope 3 (Downstream) ausgewiesen. Produkte, die Franchise-Partner eigenständig bei Drittanbietern bezogen haben, waren nicht Teil der Bilanzierung. Produkte, die über die OBI Group Sourcing (OGS) bezogen und an Franchise-Standorte geliefert wurden, sind hingegen vollumfänglich enthalten.

Bei der Quantifizierung priorisiert OBI die Verwendung von Primärdaten (z. B. tatsächlicher Energieverbrauch, spezifische Heiztechnologien und standortbezogene Strommische).

- **Scope 1 & 2:** Verbleibende Datenlücken wurden auf Basis valider Vergleichswerte extrapoliert.
- **Scope 3:** Insbesondere bei der Ermittlung der Materialemissionen der Produkte basieren die Werte teilweise noch auf fundierten Annahmen und Schätzungen. OBI verfolgt das Ziel, die Datenqualität in Scope 3 durch eine engere Zusammenarbeit mit Lieferanten sukzessive zu erhöhen.

Rekalibrierung der Vorjahre und Dienstleisterwechsel

Im Oktober 2025 erfolgte ein Wechsel des Dienstleisters zur Ermittlung der Treibhausgasbilanz. Um die Vergleichbarkeit der Datenreihen zu gewährleisten, wurden die Jahre 2021 und 2024 einer Neuberechnung unterzogen. Dies war erforderlich, da der Wechsel der Emissionsfaktoren-Datenbanken zu signifikanten Abweichungen führte.

Zusätzlich wurde der Umfang der Kategorie 3.1 (Eingekaufte Waren und Dienstleistungen) insofern angepasst, dass Produkte, welche die OBI Franchise-Partner eigenständig von Drittanbietern beziehen, nicht mehr in Scope 3 der OBI Gruppe aufgenommen werden. Dies entspricht den gängigen Branchenstandards.

Fortschritt

Insgesamt zeigt die OBI Treibhausgasbilanz eine Fortsetzung des Reduktionstrends gegenüber dem Basisjahr 2021, weist jedoch im direkten Jahresvergleich differenzierte Entwicklungen in den einzelnen Scopes auf. Die Gesamtemissionen beliefen sich im Jahr 2025 auf etwa 6,8 Millionen tCO₂e. Dies entspricht einer Reduktion von 2 % im Vergleich zum Vorjahr und einer signifikanten Senkung um 20 % gegenüber dem Basisjahr 2021.

Im Bereich der direkten Emissionen (Scope 1) verzeichnete OBI einen Anstieg um 5 % im Vergleich zu 2024. Diese Zunahme resultiert primär aus einem witterungsbedingt oder operativ gestiegenen Wärmeverbrauch (+6,8 % ggü. Vorjahr).

Bei den Scope-2-Emissionen (market-based) erzielte OBI eine deutliche Senkung um 25 % gegenüber dem Vorjahr. Der absolute Stromverbrauch sank um 1 %. Der Hauptgrund für die starke Reduktion lag in der strategischen Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Quellen, insbesondere durch den umfangreichen Zukauf von erneuerbarer Energie an den Standorten in Polen. Dies unterstreicht die Wirksamkeit der Hebel in der Energiebeschaffung.

Die indirekten Emissionen in der Wertschöpfungskette (Scope 3) blieben mit über 98 % der Gesamtemissionen die größte Herausforderung. Die Emissionen sanken moderat um 1 % gegenüber dem Vorjahr. Der wesentliche Treiber war das Volumen der eingekauften und verkauften Waren. Da sich dieses Volumen auf einem stabilen Niveau zum Vorjahr bewegt, sind die Änderungen marginal. Schwankungen in kleineren Scope-3-Kategorien (z. B. Geschäftsreisen oder Abfall) sind auf verbesserte Primärdaten (Activity Data) oder aktualisierte Emissionsfaktoren zurückzuführen.

Energieverbrauch und Energiemix

Energieverbrauch und Energiemix (in MWh)	2025
Brennstoffverbrauch aus Kohle und Kohleerzeugnissen	0
Brennstoffverbrauch aus Rohöl und Erdölerzeugnissen	13.542
Brennstoffverbrauch aus Erdgas	245.093
Brennstoffverbrauch aus sonstigen fossilen Quellen	293
Verbrauch aus erworbener oder erhaltener Elektrizität, Wärme, Dampf und Kühlung und aus fossilen Quellen	74.157
Gesamtverbrauch fossiler Energie	333.085
<i>Anteil fossiler Quellen am Gesamtenergieverbrauch (in %)</i>	68 %
Verbrauch aus nuklearen Quellen	14.540
<i>Anteil des Verbrauchs aus nuklearen Quellen am Gesamtenergieverbrauch (in %)</i>	3 %
Brennstoffverbrauch für erneuerbare Quellen, einschließlich Biomasse (auch Industrie- und Siedlungsabfällen biologischen Ursprungs, Biogas, Wasserstoff aus erneuerbaren Quellen usw.)	1.949
Verbrauch aus erworbener oder erhaltener Elektrizität, Wärme, Dampf und Kühlung und aus erneuerbaren Quellen	140.667
Verbrauch selbst erzeugter erneuerbarer Energie, bei der es sich nicht um Brennstoffe handelt	8
Gesamtverbrauch erneuerbare Energie	142.623
<i>Anteil erneuerbarer Quellen am Gesamtenergieverbrauch (in %)</i>	29 %
Gesamtenergieverbrauch	490.083

Methodik

Der Berichtsumfang entspricht dem Scope der Klimabilanz und umfasst alle Standorte unter operativer Kontrolle von OBI. Dies beinhaltet sämtliche Filialmärkte, Store Support Center sowie Logistikstandorte in Deutschland, Österreich, Tschechien, der Slowakei, Slowenien, Ungarn, der Schweiz, Italien und Polen sowie die asiatischen Bürostandorte. Einbezogen sind zudem die steuerbaren Equity-Märkte. Nicht berücksichtigt wurden nicht steuerbare Equity-Beteiligungen sowie Franchise-Märkte.

An allen Standorten unter operativer Kontrolle wurden Strom- und Wärmeverbräuche erhoben. Die Erfassung der Strom- und Wärmedaten erfolgte standortabhängig entweder über eine fortlaufende Datenübermittlung oder mittels einer jährlichen manuellen Erhebung. Bestehende Datenlücken wurden mittels Zeitreihenvorhersagen

oder Gradtagszahlen geschlossen. Die Ermittlung des Energiemixes basiert primär auf den spezifischen Tarifierläuterungen der jeweiligen Versorger. Sofern keine standortspezifischen Informationen vorliegen, wurden die Kennzahlen auf Basis des jeweiligen Landesstandards ermittelt. Kraftstoffverbräuche der Mitarbeitenden mit Firmenwagen wurden über Literverbräuche aus Tankkartenauswertungen sowie teilweise auf Kostenbasis erhoben.

Da die Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2025 erstmals umfassend in Anlehnung an die CSRD-Anforderungen aufbereitet wurden, entfiel eine tabellarische Gegenüberstellung mit den Vorjahreswerten, um eine Fehlinterpretation aufgrund der veränderten Datenbasis zu vermeiden.

Biologische Vielfalt & Ökosysteme

Biodiversität bezeichnet die biologische Vielfalt von Arten und Ökosystemen und ist die Grundlage für das Überleben auf der Erde. Insbesondere land- und forstwirtschaftliche Aktivitäten in der Wertschöpfungskette von OBI können sich auf lokale Ökosysteme und Biodiversität auswirken. OBI vertreibt viele Naturprodukte, wie zum Beispiel Holz, Pflanzen oder Erden. Deshalb ist es für OBI wichtig, die Ökosysteme in den Produktionsländern zu respektieren und negative Konsequenzen einzudämmen.

In diesem Kapitel werden zunächst die als wesentlich identifizierten Auswirkungen auf die biologische Vielfalt sowie die wesentlichen Risiken und Chancen für OBI dargestellt. Anschließend werden die implementierten Konzepte, Ziele und Maßnahmen, die zur Prävention und Abhilfe dienen, beschrieben.

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wertschöpfungskette	IRO-Beschreibung
Direkte Ursachen des Biodiversitätsverlusts	Tatsächliche negative Auswirkung	Kurz-, mittel- und langfristig	Upstream	5 Der Bezug von risikobehafteten Rohstoffen (z. B. Holz, Torf, Pflanzen, Sand oder Stein) trägt zu Landnutzungsänderungen bei, was ökologische Systeme beeinträchtigen und Biodiversitätsverluste zur Folge haben kann.

Umgang mit den wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Konzepte und Ziele

■ **Nachhaltige Sortimentsstrategie:** Basierend auf der Analyse des Sortiments hat OBI eine nachhaltige Sortimentsstrategie für die gesamte OBI Gruppe definiert, die vier strategische Prioritäten verfolgt. Eine davon ist der Schutz von Biodiversität. In diesem Rahmen wurden die Vermeidung von Entwaldung sowie der Schutz von Mooren zunächst als Prioritäten in der vorgelagerten Wertschöpfungskette definiert. Zusätzlich beschreibt die nachhaltige Sortimentsstrategie das Potenzial von OBI, die eigenen Kunden zu befähigen, sodass diese in ihrem eigenen Zuhause zum Biodiversitätsschutz beitragen können. Innerhalb der nachhaltigen Sortimentsstrategie wurden die Zielsetzungen des Kunming-Montreal-Global Biodiversity Frameworks berücksichtigt.

■ **OBI Timber Policy:** Die interne Einkaufsrichtlinie OBI Timber Policy beschreibt die Grundsätze zur Beschaffung von Holz und Holzprodukten aus legaler Quelle und nachhaltiger Forstwirtschaft. Sie gilt für das gesamte Holzsortiment der OBI Gruppe, d. h. für Eigenmarken ebenso wie für Herstellerprodukte. Die Richtlinie etabliert ein Sorgfaltspfichtensystem beim Sourcing von Holzprodukten. Teil der Timber Policy ist eine Risikomatrix für die gängigen Holzarten und Herkunftsländer. Die jeweiligen Risikoniveaus werden durch das interne Qualitätsmanagement regelmäßig neu bewertet.

Maßnahmen

■ Mitgliedschaft Forest Stewardship Council (FSC®):

Als Gründungsmitglied des FSC® Deutschland setzt OBI bereits seit 1998 auf einen international anerkannten Standard für kontrollierte Forstwirtschaft und fordert für Holzarten, die gemäß Risikomatrix ein erhöhtes Herkunftsrisiko haben könnten, den Nachweis einer FSC-Zertifizierung. Der FSC legt hierfür Umwelt- sowie Sozialstandards fest und lässt über akkreditierte Zertifizierungsunternehmen prüfen, ob diese tatsächlich eingehalten werden.

■ Vorbereitung auf die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR):

Die EU-Verordnung für entwaldungsfreie Lieferketten (EUDR) zielt darauf ab, die Entwaldung systematisch zu bekämpfen und so den Schutz bestehender Wälder sowie der globalen biologischen Vielfalt nachhaltig zu stärken. OBI nutzte das gesamte Jahr 2025, um die notwendigen Grundlagen zur Compliance zu schaffen sowie die erforderliche digitale Infrastruktur und umfassende Due-Diligence-Prozesse zu implementieren.

■ **Aufforstung:** Aufgrund des hohen Anteils an Holzprodukten im Sortiment ist neben der Beschaffung auch das Thema Aufforstung für OBI relevant.

- Seit fünf Jahren kooperiert OBI in Polen mit der Organisation „Las na Zawsze“, um bestehende Naturwälder zu schützen und neue zu pflanzen, die später nicht zur kommerziellen Nutzung, sondern als Lebensraum und Ökosystem dienen. Auch dank der vielen freiwilligen OBI Mitarbeitenden wurde im Jahr 2025 bereits das dreizehnte Waldstück gepflanzt.
- Regelmäßig beteiligen sich die OBI Auszubildenden an der jährlichen Baumpflanzaktion des Branchenverbands BHB.

■ Ausstieg aus torfhaltigen Erden:

Moore sind einzigartige Ökosysteme mit hochspezialisierten Tier- und Pflanzenarten. Der Abbau von Torf für Blumen- und Pflanzenerden schädigt wertvolle Lebensräume. Daher hat sich OBI dazu entschieden, ab 2025 in Deutschland und Österreich zentralseitig nur noch torffreie Erden einzukaufen. Der Torfanteil der Erden im OBI Sortiment wurde in den vergangenen Jahren bereits reduziert. Die letzten noch existierenden Verträge liefen im Jahr 2025 aus.

■ Umstellung ausgewählter Pflanzen auf torffreie Erde:

Da fast alle OBI Märkte mit großen Gartencentern ausgestattet sind, ist OBI bestrebt, das Pflanzensortiment sukzessive nachhaltiger umzugestalten und kooperiert zu diesem Zweck mit ausgewählten Lieferanten. Nachdem bereits die Serie „Grow by OBI Vitalfutter“ in der vergangenen Berichtsperiode erfolgreich auf torffreie Erde umgestellt wurde, folgten im Geschäftsjahr 2025 alle Grow by OBI Teichpflanzen. Grow by OBI Pflanzen werden aktuell in Deutschland, Österreich, Schweiz, Slowenien, Slowakei und Ungarn angeboten.

■ Transportverpackung aus Paludi-Biomasse:

Gemeinsam mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette hat OBI im Jahr 2025 einen neuen Karton für den Pflanzentransport entwickelt, der zu 10% aus Rohrglanzgras besteht – ein Rohstoff, der auf wiedervernässten Mooren angebaut werden kann. Dieses Pilotprojekt soll Anreize schaffen, trockengelegte Moore nass zu bewirtschaften und so die wertvolle Klimaschutzfunktion der Moore wiederherzustellen. Die Maßnahme wurde mit dem Deutschen Verpackungspreis in der Kategorie Nachhaltigkeit – Materials substitution prämiert. Die Transportverpackung aus Paludi-Biomasse ist ausschließlich in Deutschland erhältlich.

Ressourcennutzung & Kreislaufwirtschaft

OBI setzt sich dafür ein, Ressourcen zu sparen und Abfälle innerhalb der gesamten Geschäftstätigkeit zu vermeiden. Ein Großteil des Sortiments basiert auf natürlichen Rohstoffen, deren verantwortungsvolle Nutzung und Entsorgung von zentraler Bedeutung ist. Die Steigerung der Ressourceneffizienz entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist daher ein wichtiger Bestandteil der unternehmerischen Verantwortung von OBI.

In diesem Kapitel werden zunächst die als wesentlich identifizierten Auswirkungen auf natürlich vorhandene Ressourcen sowie die wesentlichen Risiken und Chancen für OBI dargestellt. Anschließend werden die implementierten Konzepte, Ziele und Maßnahmen, die zur Prävention und Abhilfe dienen, beschrieben.

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wertschöpfungskette	IRO-Beschreibung
Ressourcen-zuflüsse	Tatsächliche negative Auswirkung	Kurz-, mittel- und langfristig	Upstream	6 Für die Herstellung der von OBI angebotenen Produkte werden verschiedene natürliche Ressourcen eingesetzt, was zu einem erhöhten Ressourcenverbrauch und potenziellen Umweltbelastungen, wie der Erschöpfung natürlicher Rohstoffe und dem Verlust von Ökosystemen, führen kann.
Ressourcen-abflüsse			Downstream	7 Die Entsorgung von Produkten und Verpackungen durch OBI Kund:innen trägt zum Gesamtabfallaufkommen bei, welches durch thermische Verwertung oder Eintrag von Abfall in die Umwelt Schäden verursachen kann.
Abfälle			Eigene Geschäftstätigkeit	8 Die Entsorgung an OBI Betriebsstandorten trägt zum Gesamtabfallaufkommen bei, welches durch thermische Verwertung oder Eintrag von Abfall in die Umweltschäden verursachen kann.

Umgang mit den wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Konzepte und Ziele

■ **10-R-Strategien:** OBI strebt danach, das Geschäftsmodell der OBI Gruppe stärker an zirkulären Prozessen auszurichten. Dabei orientiert sich OBI an den 10-R-Strategien, einem Rahmenwerk zur Minimierung des Ressourcen-

verbrauchs, zur Verlängerung der Produktlebensdauer und zur Vermeidung von Abfällen. Die 10 Rs decken den gesamten Lebenszyklus eines Produkts ab. Sie ergänzen die nachhaltige Sortimentsstrategie, die Ressourcenschonung im Sinne der Kreislaufwirtschaft priorisiert.

Folgende Anwendungshierarchie wird durch OBI als Leitplanke zur Definition von Maßnahmen und Hebeln genutzt:

- **R0 Refuse (Ablehnen):** Produkte und Dienstleistungen bewusst ablehnen, die unnötig sind oder schädliche Auswirkungen haben.
- **R1 Rethink (Überdenken):** Produkte und Geschäftsmodelle neu denken, um Ressourcen effizienter zu nutzen und Abfall zu minimieren.
- **R2 Reduce (Reduzieren):** Den Verbrauch von Materialien und Energie insgesamt verringern.
- **R3 Reuse (Wiederverwenden):** Produkte oder Komponenten wiederverwenden, beispielsweise durch den Verkauf von Gebrauchtwaren oder durch Mehrweg-Pfandsysteme.
- **R4 Repair (Reparieren):** Defekte Produkte reparieren, anstatt sie wegzuworfen, um ihre Lebensdauer zu verlängern.
- **R5 Refurbish (Aufbereiten):** Gebrauchte Produkte wieder aufbereiten und weitervermarkten.
- **R6 Remanufacture (Wiederherstellen):** Produkte umfassend überholen, um sie wie neu wiederherzustellen.
- **R7 Repurpose (Umnutzen):** Produkte für einen anderen Zweck oder in einer neuen Funktion einsetzen.
- **R8 Recycle (Recyceln):** Materialien aus Abfall wieder aufbereiten, um neue Produkte herzustellen.
- **R9 Recover (Zurückgewinnen):** Energie aus Abfall gewinnen, beispielsweise durch Verbrennung.
- **Umweltmanagementsystem gemäß ISO 14001:** OBI Italien steuert seine ökologische Performance über ein Umweltmanagementsystem (UMS), das nach der international anerkannten Norm ISO 14001 zertifiziert ist. Dieser Rahmen gewährleistet einen systematischen Ansatz zur Identifizierung, Überwachung und kontinuierlichen Verbesserung der wesentlichen Umweltaspekte des Unternehmens. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Steigerung der Ressourceneffizienz sowie einem prozessorientierten Abfallmanagement an allen Betriebs- und Einzelhandelsstandorten.
- **OBI Verpackungsrichtlinie:** Einen wichtigen Aspekt zur Ressourceneinsparung im Sortiment stellen Transport- und Produktverpackungen dar. Hierbei sieht sich OBI

insbesondere in der Verantwortung, die Verpackungen der OBI Großhandelsware zu optimieren. Die OBI Verpackungsrichtlinie gilt für den Großhandel und regelt alle Fragen im Zusammenhang mit den rechtlichen und technischen Anforderungen an Verkaufs- und Transportverpackungen. Zentrale Aspekte dabei sind der Produktschutz und die rechtliche Konformität der Verkaufsverpackungen sowie die Vermeidung übermäßiger Abfallmengen, die Abschaffung kritischer Materialien, Hinweise für Kund:innen zur korrekten Entsorgung, die Verbesserung der Verwertbarkeit von Verpackungsabfällen und die Wiederverwendung von Verpackungen. So sind zum Beispiel PVC, EPS, mit Kunststoff kaschierte Kartonagen und schwarze Kunststoffe (außer in besonderen Ausnahmefällen) ausgeschlossen.

■ Sustainable Packaging Policy – Eigenmarken:

Diese ergänzende, 2024 veröffentlichte Verpackungsrichtlinie bildet die Basis für eine konsequente Verbesserung der Verpackungen von OBI Eigenmarken im Hinblick auf Nachhaltigkeit. Ein besonderer Fokus liegt auf der Reduktion von Plastikverpackungen sowie dem Einsatz zertifizierter und recycelter Materialien. Außerdem beschreibt die neue Verpackungsrichtlinie die Anforderungen von OBI an die Recyclingfähigkeit von Verpackungen, um einen Beitrag zu funktionierenden Recyclingkreisläufen zu leisten. Folgende vier Ziele sind in der Sustainable Packaging Policy für die Produktverpackungen der Eigenmarken explizit formuliert:

 **Kreislauffähigkeit:** Maximale (~ 100%) Recyclingfähigkeit bis 2028

 **Zertifizierung:** 100% Zertifizierung (FSC® oder PEFC) von Papierverpackungen bis 2028

 **Plastikreduktion:** Reduktion des Plastikeinsatzes bei den Eigenmarken LUX und Euromate um 25% (2028 vs. 2023), im Verhältnis zum eingekauften Volumen

 **Recyclingmaterial:** 40% Rezyklatanteil in Kunststoffverpackungen bis 2028

■ **Länderspezifische Leitfäden zur Abfalltrennung:** Insbesondere in den OBI Märkten und Lagerstandorten

entstehen verschiedene Abfälle. Beim Eintreffen neuer Produkte werden beispielsweise häufig Verpackungsmaterialien entsorgt, darunter Wertstoffe wie Kartonagen, Kunststofffolien und Styropor. Zur operativen Unterstützung der Belegschaft stellt OBI detaillierte, länderspezifisch angepasste Leitfäden zur gewerblichen Abfalltrennung bereit. Sie dienen als verbindliche Arbeitsgrundlage für die korrekte Sortierung zahlreicher Abfallkategorien. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der vorschriftsmäßigen Handhabung gefährlicher Abfälle.

■ **Abfallvermeidungsplan gemäß DIN SPEC 91436:**

Mithilfe eines Abfallvermeidungsplans wurde ein interner systematischer Ansatz in der Organisation etabliert, um Abfälle entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren und alle relevanten Akteure – von Lieferanten bis zu Mitarbeitenden – aktiv einzubinden. Eine klar definierte organisatorische Struktur stellt die Einhaltung sämtlicher rechtlicher Anforderungen an Abfallmanagement, Entsorgung und Kreislaufwirtschaft sicher. Zudem hat OBI innovative Ansätze zur Abfallreduktion und Vermeidung entwickelt und umgesetzt. Der Abfallvermeidungsplan gilt bislang vor allem für Deutschland. Eine Aktualisierung und Weiterentwicklung ist bereits in Planung. Der Abfallvermeidungsplan zählt auf dieses übergeordnete Ziel ein:



Abfallvermeidung: Reduktion des Anteils (stofflich) nichtverwertbarer Abfälle im eigenen Unternehmen (OBI Gruppe) um 40% bis zum Jahr 2028 (vs. 2023)

Maßnahmen

■ **Verpackungsumstellung der OBI Eigenmarkenprodukte (Rethink):** Im Berichtszeitraum 2025 hat OBI die Verpackungen diverser Eigenmarkenprodukte mit Blick auf die in der Sustainable Packaging Policy definierten Ziele optimiert. Diese Umstellungen konzentrierten sich auf die Recyclingfähigkeit, den verstärkten Einsatz ökologisch nachhaltiger Alternativen wie FSC-zertifizierte Kartons und Papier, Reduktion von Kunststoff sowie die Substitution durch Recycling-Kunststoff.

■ **Softwarelösung für Verpackungsdaten (Rethink):**

Um umfassendere Erkenntnisse und Informationen zur Nachhaltigkeit der Eigenmarkenverpackungen zu erhalten, führt OBI derzeit eine Softwarelösung ein, welche ver-

schiedene Verpackungsdaten konsolidiert und visualisiert. Ziel ist es, Aspekte wie Recyclingfähigkeit, Rezyklatanteil oder Materialzusammensetzung der OBI Eigenmarkenverpackungen besser nachhalten und steuern zu können.

■ **Optimierung der Pflanzentrays (Reuse + Recycle):**

Pflanzentrays sind Behälter, in denen Pflanzen an OBI geliefert und in den Märkten präsentiert werden. Seit längerer Zeit hat OBI diese in Deutschland bereits auf ein sogenanntes „Closed-Loop-Recycling“-System umgestellt. Das bedeutet, dass die Trays an eine zentrale Sammelstelle zurücktransportiert, sortiert und zur Wiederverwendung oder zum Recycling vorbereitet werden. Defekte beziehungsweise nicht erneut nutzbare Trays werden zu sortenreinem Polystyrol recycelt, das wieder in den Produktionsprozess einfließt. Zusätzlich hat OBI, als Mitbegründer der Initiative Euro Plant Tray e.V., im Geschäftsjahr 2025 Mehrweg-Pflanzentrays in deutschen OBI Märkten eingeführt. Im Jahr 2025 lag der Fokus auf der sukzessiven Einführung und dem Aufbau der damit verbundenen Prozesse. 2026 soll die Anzahl der Mehrweg-Pflanzentrays weiter erhöht werden.

■ **OBI Mietmodell (Rethink):** In Kooperation mit Boels Rental stellt OBI europaweit in nahezu allen OBI Märkten Geräte und Werkzeuge bereit, die bei Bedarf gemietet werden können. Dadurch fördert OBI einen bewussten Umgang mit Konsumgütern und verhindert, dass Kund:innen ein Neugerät kaufen müssen, welches möglicherweise nur wenige Male genutzt wird. Innerhalb des Mietmodells strebt OBI nach konstanter Optimierung und arbeitet an der fortlaufenden Elektrifizierung des Bestands. Zum Beispiel wurde bereits begonnen, Benzinmotorsensen und -kettensägen durch Elektrogeräte zu ersetzen. Zum Ende des Geschäftsjahres 2025 war ein Großteil der motorisierten Mietgeräte bereits elektrifiziert.

■ **Partner für Innovation und Nachhaltigkeit (Rethink):**

Ein zentraler Bestandteil einer nachhaltigeren und ressourcenschonenderen Entwicklung ist für OBI die Kooperation entlang der Wertschöpfungskette. Deshalb tritt OBI gegenüber Herstellern und Lieferanten als kooperativer Partner für nachhaltigere Produkte und Lösungen auf. So hat OBI beispielsweise als exklusiver Handelspartner die limitierte Closed Loop-Edition der Bohrmaschine Bosch Universal Impact 800 auf der Fläche eingeführt.

Das Gehäuse dieser Edition (alle von außen sichtbaren Komponenten des Hauptproduktes ohne Kabel und Zubehör) besteht zu 78 % aus recyceltem Kunststoff, der aus ausgedienten Elektrowerkzeugen zurückgewonnen wurde. Bekräftigt wird dies auch durch die Zertifizierung des Closed Loops durch den TÜV Süd. Durch diese gemeinsame Vorgehensweise positioniert sich OBI für Markenhersteller als relevanter Partner bei der Entwicklung von nachhaltigeren Lösungen.

■ **Pilotierung „Bring Back Pot“ (Reuse):** Mit dem Pflanzentopf „Bring Back Pot“ haben OBI und seine Partner ein Pilotprojekt auf dem deutschen Markt durchgeführt. Kund:innen konnten den im Pfandsystem erworbenen Mehrweg-Behälter nach dem Umpflanzen zuhause in den OBI Markt zurückbringen. Im Ergebnis hat OBI beschlossen, das Konzept zunächst nicht weiter einzuführen, sondern sich auf Mehrweg-Pflanzentrays zu konzentrieren.

■ **Einführung „Bring Back Box“ (Reuse):** Im Berichtsjahr hat OBI in nahezu allen OBI Ländern die sogenannte „Bring Back Box“ eingeführt. Der Behälter aus Kunststoff mit einem Rezyklatanteil von 100 % eignet sich für Pflanzen und kleinere Gegenstände. Kund:innen können die Box mehrfach zum Transport von Einkäufen verwenden oder sie in unbeschädigtem Zustand zurückgeben. In letzterem Fall erstattet OBI freiwillig den Kaufpreis.

■ **Schulung und Sensibilisierung (Reduce):** Um das Umweltbewusstsein zu stärken und eine korrekte Abfalltrennung sicherzustellen, führen mehrere OBI Länder Schulungsmaßnahmen durch. In Deutschland erfolgt die gezielte Vermittlung von Wissen über E-Learning-Module sowie begleitende Informationsmaterialien. Ungarn setzt auf jährliche Abfallbilanz-Prüfungen und externe Beratung, während in Polen die Unterweisung bereits im Onboarding-Prozess für neue Mitarbeitende verankert ist. In Tschechien und der Slowakei erfolgt eine Sensibilisierung bedarfsorientiert, sofern bei internen Inspektionen Abweichungen in der Entsorgungspraxis festgestellt werden.

■ **Zertifizierung für die „Zero Waste“-Vision (Reduce):** Im Rahmen der unternehmensweiten Bestrebungen zur konsequenten Reduktion nicht verwertbarer Abfälle hat OBI im Geschäftsjahr 2025 zehn ausgewählte OBI

Märkte in Deutschland sowie das Store Support Center in Wermelskirchen nach der DIN SPEC 91436 („Zero Waste“-Vision) zertifizieren lassen und dabei den Status „Silber“ erreicht.

■ **Abfallvermeidung durch Produktspenden (Reduce):** OBI Italien hat die Kooperation mit der Plattform Regusto als Prozess zur Abfallvermeidung etabliert. Bei dieser Initiative werden gebrauchstaugliche Güter gezielt an über 1.300 Hilfsorganisationen gespendet. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2025 wurde das Projekt auf alle 52 Märkte sowie das italienische Store Support Center ausgeweitet, wodurch 54 Tonnen Waren vor der Vernichtung bewahrt wurden.

■ **Skalierung von „Too Good to Go“ (Reduce):** Um Pflanzen, die nicht mehr dem notwendigen Verkaufsstandard entsprechen, einer sinnvollen Verwendung zuzuführen, hat OBI im Geschäftsjahr 2025 die Kooperation mit der Plattform „Too Good To Go“ in Deutschland und Österreich ausgeweitet. Zum Ende des Geschäftsjahres 2025 beteiligen sich bereits über 250 deutsche und mehr als 60 österreichische Standorte an dieser Initiative, wodurch bereits mehr als 100.000 Pflanzentüten erfolgreich vermarktet werden konnten. Aufgrund der positiven Resonanz und der hohen operativen Effizienz plant OBI, das Konzept zeitnah auch in weiteren Ländern auszurollen sowie das Angebot perspektivisch auf weitere Warengruppen zu skalieren.

■ **Prozessoptimierung der Mehrweggestelle (Reuse):** Beim Transport von den Lagerstandorten in die OBI Märkte werden für gewisse Langteile selbst entwickelte Holzgestelle verwendet. In der Regel wurden diese Holzgestelle nach der Nutzung in den OBI Märkten entsorgt. OBI hat sich entschieden, diese Einweggestelle in einer ersten Region sukzessive durch Mehrweggestelle zu ersetzen. Insgesamt wurden bereits knapp 80 deutsche OBI Märkte der Region West mit Mehrweggestellen beliefert. Aktuell arbeitet OBI daran, die prozessualen Abläufe zu optimieren, um eine Ausweitung des Konzepts zu ermöglichen.

■ **Einführung Umverpackungssäcke (Reduce):** Beim Verladen von Sackware wie Zement, Estrich oder Mörtel kommt es in den OBI Märkten regelmäßig zu Beschädi-

gungen, wodurch die Produkte nicht mehr regulär verkauft werden können. Zur Reduktion vermeidbarer Abfälle hat OBI einen speziellen Umverpackungssack entwickelt. Damit können beschädigte Säcke sicher neu verpackt und zu einem reduzierten Preis verkauft werden. Seit Dezember 2025 stehen die Umverpackungssäcke in allen OBI Ländern flächendeckend zur Verfügung und können von den OBI Märkten bei Bedarf bestellt werden.

■ **Rücknahme von ausgedienten Produkten (Recycle + Recover):** Um Rohstoffe in den Recyclingkreislauf zurückzuführen, können ausgediente Produkte europaweit entsprechend den gesetzlichen Vorgaben bei OBI

zurückgegeben werden (z. B. Altöl, Kfz- und Haushaltsbatterien, Akkus, Energiesparlampen, Leuchtstofflampen, LEDs, Farben, Lacke und PU-Schaumdosen). OBI bietet zudem die Rücknahme von Altgeräten beim Erwerb eines Neugeräts an. Die gezielte Ansprache der OBI Kund:innen erfolgt in den Märkten und über digitale Kanäle.

Angaben zu Ressourcenabflüssen

Abfallbilanz (in t)	2025
Gesamtmenge Abfall	72.121
davon nicht gefährliche Abfälle	70.129
davon gefährliche Abfälle	1.992
Holzabfälle	23.136
Papier, Pappe, Kartonage	13.939
Kommunale und sonstige ungefährliche Abfälle	11.407
Baumischabfälle	13.008
Kunststoff- und Gummiabfälle	2.922
Biologische Abfälle	3.428
Metallschrott	1.399
Gefährliche Abfälle	1.992
Elektroschrott	141
Sonstige Abfälle*	749

* Darin enthalten chemische Abfälle, Verbrennungsabfall, Glas, Textilien und Farb- und Lackabfälle

Methodik

Die erfassten Entsorgungsmengen umfassen alle Filialmärkte, Store Support Center sowie Logistikstandorte in Deutschland, Österreich, Tschechien, der Slowakei, Slowenien, Ungarn, der Schweiz, Italien und Polen sowie die asiatischen Bürostandorte. Nicht berücksichtigt wurden steuerbare und nicht steuerbare Equity-Beteiligungen sowie Franchise-Märkte (FP-Märkte).

Die Entsorgungsmengen basieren primär auf den Meldungen der beauftragten Entsorger. Fehlende Meldungen wurden auf Basis von Erfahrungswerten hochgerechnet. Für die Standorte in der Schweiz wurden aufgrund der Übernahme ehemaliger Franchise-Märkte sowie Neueröffnungen die Daten von zwei Bestandsmärkten als Basis für eine Hochrechnung der gesamten Schweizer Entsorgungsmengen herangezogen.



III.

Soziales

Eigene Belegschaft

OBI achtet die rund 30.000 eigenen Mitarbeitenden – sowohl in den OBI Märkten und Lagerstandorten als auch den OBI Store Support Centern – als die wichtigste Säule des Unternehmenserfolgs. Deshalb fördert die Gruppe ein sicheres und inklusives Arbeitsumfeld, in dem die Mitarbeitenden sich entfalten und ihre Kompetenzen optimal weiterentwickeln können. Eine vielfältige Belegschaft ist essenziell für den Unternehmenserfolg und die Innovationskraft von OBI.

In diesem Kapitel werden zunächst die als wesentlich identifizierten Auswirkungen auf die eigene Belegschaft sowie die wesentlichen Risiken und Chancen für OBI dargestellt. Anschließend werden die implementierten Konzepte, Ziele und Maßnahmen, die zur Prävention und Abhilfe dienen, beschrieben.

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wertschöpfungskette	IRO-Beschreibung
Arbeitsbedingungen	Tatsächliche positive Auswirkung	Kurz-, mittel- und langfristig	Eigene Geschäftstätigkeit	9 Durch die Schaffung sicherer Arbeitsplätze und den hohen Anteil unbefristeter Beschäftigungsverhältnisse trägt OBI zu einer stabilen Einkommenssituation und zur Verbesserung der Lebensqualität der Mitarbeitenden bei.
	Potenzielle negative Auswirkung	Kurzfristig		10 OBI fördert die Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeitenden durch angemessene Vergütungssysteme, einschließlich der Berücksichtigung freiwilliger Tariflöhne, tarifvertraglicher Prämien und einer Entlohnung ohne Geschlechterunterscheidung. 11 Unzureichende Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, lange Arbeitszeiten sowie unflexible Arbeitsmodelle könnten zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen wie Stress, Erschöpfung und Burnout beitragen und sich negativ auf das Wohlbefinden der Mitarbeitenden auswirken. 12 Mögliche Mängel in der Arbeitssicherheit oder Fehlverhalten könnten zu schweren Unfällen führen und das Wohlbefinden sowie die Gesundheit der Mitarbeitenden gefährden.

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wert-schöpfungskette	IRO-Beschreibung
Gleich-behandlung und Chancen-gleichheit für alle	Tatsächliche positive Auswirkung	Kurz-, mittel- und langfristig	Eigene Geschäftstätigkeit	13 Durch das im Unternehmen gelebte Recht auf Vereinigungsfreiheit wird es den Mitarbeitenden ermöglicht, für die Berücksichtigung der eigenen Interessen und Bedürfnisse einzutreten – z. B. in Form von Betriebsräten.
				14 Vielfalt im Unternehmen, wie die Förderung unterschiedlicher Perspektiven und die Unterstützung einer inklusiven Arbeitsumgebung, wirkt sich positiv auf die Zufriedenheit der Mitarbeitenden aus.
	Potenzielle negative Auswirkung	Mittelfristig		15 Ungleichheiten bei Beförderung und Entwicklung sowie Einschränkungen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben könnten die Karrierechancen einzelner Mitarbeitender beeinträchtigen und sich negativ auf ihre Lebensführung, wirtschaftliche Situation, Gesundheit und langfristige berufliche Perspektiven auswirken.
		Kurzfristig		16 Fehlende Präventivmaßnahmen gegen Diskriminierung, Belästigung oder Gewalt könnten dazu führen, dass entsprechende Vorfälle auftreten, das Wohlbefinden der Betroffenen beeinträchtigt wird und Unsicherheit sowie ein belastendes Arbeitsumfeld unter den Mitarbeitenden entsteht.
				17 Barrieren im Arbeitsumfeld könnten Mitarbeitende mit Behinderungen in ihrer Arbeitsfähigkeit einschränken und zu Benachteiligungen führen, wodurch sowohl ihre Leistung als auch ihre Integration ins Team negativ beeinflusst werden könnte.

Umgang mit den wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Arbeitsbedingungen

Konzepte und Ziele

Die Belegschaft von OBI ist fast ausschließlich in Europa ansässig, wo die Einhaltung der Menschenrechte weit überwiegend per Gesetz geregelt ist. OBI verfolgt das Ziel, attraktive Arbeitsplätze zu bieten und die Mitarbeitendenzufriedenheit kontinuierlich zu steigern. Dazu achtet OBI darauf, dass geltende Arbeitnehmerrechte sowie alle länderspezifischen Bestimmungen in Bezug auf Lohn, Arbeitszeiten und sonstige arbeitsschutzrelevante Aspekte eingehalten oder übertroffen werden. Da die Konzernzentrale in Deutschland ansässig ist, werden viele in Deutschland geltende Standards konzernweit gelebt.

Die Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO) sowie die allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen werden durch OBI befolgt und manifestieren sich in den folgenden Richtlinien:

■ **Grundsatzerklärung:** Mit der Grundsatzerklärung gemäß den Anforderungen des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes definiert OBI die strategische Ausrichtung zur Achtung der Menschenrechte – insbesondere auch zur Einhaltung fairer Arbeitsbedingungen – im eigenen Geschäftsbereich sowie in der gesamten Wertschöpfungskette. Sie bildet den maßgeblichen Rahmen, der klare Verhaltensanforderungen für alle Mitarbeitenden und Partner formuliert. Soziale Mindeststandards, wie Diskriminierungsfreiheit, Arbeitsschutz und der Schutz natürlicher Lebensgrundlagen, werden durch Präventionsmaßnahmen und ein transparentes Beschwerdeverfahren sichergestellt.

■ **OBI Verhaltenskodex:** Als oberste Ebene der Richtlinien- und Geschäftsanweisungsstruktur bei OBI ist der OBI Verhaltenskodex für das tägliche Verhalten verbindlich. Dieser Verhaltenskodex gilt für alle Mitarbeitenden inklusive Führungskräften, Vorstand und Aufsichtsrat in allen Unternehmen der OBI Gruppe und definiert übergeordnete Standards.

Die Themenfelder sind unter anderem:

- Keine Diskriminierung, Gewalt oder Belästigung am Arbeitsplatz
- Vereinigungsfreiheit
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- Arbeitszeiten, Löhne und Gehälter

Alle Geschäftsanweisungen und Regelungen orientieren sich an den im Verhaltenskodex definierten Standards.

■ **Lokale Standards für Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit sowie ISO 45001:** Um allen Mitarbeitenden ein sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten, haben alle europäischen OBI Länder – basierend auf den jeweiligen gesetzlichen Anforderungen – nationale Standards für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz etabliert. In fast allen Ländern steuern interne Fachkräfte für Arbeitssicherheit zentrale Prozesse und die Zusammenarbeit mit Arbeitsmediziner:innen. Zusätzlich fördern Sicherheitsbeauftragte und teilweise auch interdisziplinäre Arbeitsschutzausschüsse den Austausch zwischen Management, Betriebsräten und Mediziner:innen, um länderübergreifend gesundheitsschonende Standards umzusetzen. Über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus hat OBI Italien ein spezifisches Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit implementiert. Dieses umfasst unter anderem kontinuierliche Risiko-Monitorings, detaillierte Unfallanalysen sowie regelmäßige interne Audits. Infolgedessen ist OBI Italien durch den TÜV nach ISO 45001 zertifiziert.

■ **Stärkung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben:** OBI fördert die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, um Mitarbeiterbindung und Chancengerechtigkeit zu fördern. Ein familienfreundliches Arbeitsumfeld gilt dabei als strategischer Erfolgsfaktor für das Recruiting und die Personalentwicklung. Kern der Strategie ist ein ganzheitliches Angebot aus flexiblen Arbeitsmodellen und bedarfsgerechten Benefits.

Verbindliche Richtlinien, Betriebsvereinbarungen und Geschäftsanweisungen bilden hierfür den transparenten Rahmen und verankern Flexibilität, Fürsorge und Gleichberechtigung fest in der Unternehmenskultur.

Die folgenden Richtlinien gelten aktuell für Deutschland und wurden teilweise von weiteren OBI Ländern adaptiert:

- Betriebsvereinbarungen für mobiles Arbeiten mit unterschiedlichen Interessenvertretungen
- Betriebsvereinbarungen zur Vereinbarkeit von beruflichen und privaten Belangen mit unterschiedlichen Interessensvertretungen
- Nationale Geschäftsanweisung „New Work“ mit Regelungen zu Brückenteilzeit, Sabbatical/ Notfallauszeit und Urlaub 2.0

Maßnahmen

■ Objektive Entgeltstrukturen und tarifliche

Standards: OBI achtet auf angemessene und faire Vergütung. In OBI Ländern mit etablierten Tarifstrukturen für den Einzelhandel orientiert sich OBI konsequent an diesen Standards. In Deutschland, Österreich und Italien erfolgt die Entlohnung flächendeckend auf Basis oder in Anlehnung an die jeweiligen Kollektivverträge. Dies gilt ebenso für die Logistikstandorte, die an die Bestimmungen der Einzelhandels- und Logistiktarifverträge gebunden sind. Außerdem prüft OBI regelmäßig die Weitergabe von tariflichen Erhöhungen. In Ländern ohne branchenspezifische Tarifverträge stellt OBI durch marktübliche Vereinbarungen und die jährliche Anpassung an gesetzliche Mindestlöhne eine faire Bezahlung sicher. Die Einordnung in Tarif- oder Funktionsgruppen erfolgt ausschließlich gemäß der ausgeübten Tätigkeit und der Stellenbewertung auf Basis sachlicher Kriterien, ohne geschlechterspezifische Differenzierung. Auch an den Zentralstandorten dient ein kriteriengestütztes System zur Stellenbewertung als objektiver Ordnungsrahmen. Da Mitarbeitende einen rechtlich gesicherten Auskunftsanspruch nach dem EU-Transparenzgesetz zur Überprüfung der Angemessenheit ihrer Bezahlung haben, müssen aus Sicht von OBI keine weiteren Maßnahmen zur Sicherstellung einer angemessenen Bezahlung der Mitarbeitenden formuliert werden.

■ Erfolgsbeteiligung und freiwillige Zusatzangebote:

Zusätzlich zur laufenden Vergütung bestehen bei OBI in mehreren Ländern Betriebsvereinbarungen zur variablen Vergütung. Für die Ermittlung berücksichtigt OBI insbesondere das Erreichen von Konzernzielen sowie die mit der Arbeitnehmervertretung vereinbarten Rege-

lungen. OBI bietet darüber hinaus weitere attraktive Angebote wie Einkaufsrabatte und Job-Räder für Mitarbeitende an. Diese Angebote variieren je nach Land.

■ Konstruktive Zusammenarbeit mit Betriebsräten:

Konzernweit wird die Vereinigungsfreiheit der Mitarbeitenden und das Recht, Interessenvertretungen zu bilden und diese Interessen im Rahmen der jeweils geltenden nationalen Gesetze wahrzunehmen, von OBI respektiert und geschätzt. Allein in Deutschland existieren bei OBI ein Konzernbetriebsrat, mehrere Gesamtbetriebsräte sowie ein Gemeinschaftsbetriebsrat und ca. 100 lokale Betriebsräte in den Märkten. Auch an den OBI Standorten in Ungarn und Österreich gibt es Betriebsräte. OBI pflegt eine respektvolle Zusammenarbeit mit allen Arbeitnehmervertretungen und beteiligt die zuständigen Gremien fortlaufend entsprechend den gesetzlichen Vorgaben an kurz-, mittel- und langfristigen (strategischen) Projekten.

■ Gefährdungsbeurteilungen und Unfallanalysen:

Um Gefährdungen und Unfälle zu verhindern, werden in allen europäischen OBI Ländern Gefährdungsbeurteilungen erstellt, Wirksamkeitskontrollen durchgeführt und Maßnahmen zur Vermeidung von Risiken eingeleitet. Des Weiteren werden Unfallanalysen erstellt. Grundsätzlich erhalten alle Mitarbeitenden Schutzausrüstung, je nach Gefährdung ihres Arbeitsplatzes.

■ Arbeitsschutz- und Sicherheitstrainings:

Alle Mitarbeitenden werden in regelmäßigen Abständen in den Bereichen Arbeits-, Gesundheits- und Brandschutz unterwiesen. Dies erfolgt in Deutschland durch interaktive, praxisnahe E-Learnings, in anderen Ländern auch durch Präsenzworkshops. Die relevanten Unterweisungsdokumente, Betriebsanweisungen und Handouts sind über das Intranet und interne Kommunikationskanäle abrufbar. An fast allen Standorten stellt OBI zudem die Erstversorgung durch ausgebildete Ersthelfer:innen sowie Brandschutz- und Evakuierungshelfer:innen sicher. In Deutschland (nur Märkte) und Italien ist der Arbeitsschutz aufgrund seiner strategischen Relevanz für alle Managementebenen fest in der Führungskräfteentwicklung verankert.

■ **Gesundheitsprävention:** OBI fördert die mentale und physische Gesundheit der Mitarbeitenden durch ein breites Spektrum an Präventionsmaßnahmen, darunter Fitnessangebote (digital/in Präsenz), Ernährungsberatung, Coachings und Workshops. Die Ausgestaltung der Programme erfolgt bedarfsorientiert auf Länderebene, um lokale Anforderungen und Möglichkeiten optimal zu berücksichtigen.

■ **Flexible Arbeitszeitgestaltung:** Um den individuellen Bedürfnissen der Belegschaft in verschiedenen Lebensphasen gerecht zu werden, bietet OBI differenzierte Modelle zur Flexibilisierung der Arbeitszeit an. Mitarbeitende können in nahezu allen OBI Ländern ihre vertragliche Arbeitszeit für einen Zeitraum von drei bis zwölf Monaten befristet reduzieren (Brückenteilzeit). Für längere, geplante Auszeiten von ein bis sechs Monaten bietet OBI Sabbatical-Optionen an. Diese können von allen Mitarbeitenden in Deutschland sowie von den Mitarbeitenden des SSC in Slowenien in Anspruch genommen werden. In Deutschland und Italien haben alle Mitarbeitenden zudem die Möglichkeit, mit bis zu zehn zusätzlichen Urlaubstagen pro Jahr ihre individuelle Erholungszeit flexibel zu erweitern.

■ **Hybrides Arbeiten und Standortflexibilität:** In der Mehrheit der OBI Länder können Mitarbeitende der Store Support Center ein hybrides Arbeitsmodell nutzen. Dieses erlaubt mindestens zwei optionale Remote-Arbeitstage pro Woche. Ergänzend ermöglicht das Programm „Workwide@OBI“ in einigen OBI Ländern mobiles Arbeiten an bis zu 20 zusätzlichen Tagen pro Kalenderjahr im europäischen Ausland (EWR und Schweiz).

■ **Flexible Dienstplangestaltung:** In den deutschen OBI Märkten haben Mitarbeitende unter anderem die Möglichkeit, eine 4-Tage-Woche in Anspruch zu nehmen oder eine Gehaltserhöhung in Freizeit umzuwandeln. Grundsätzlich wird die individuelle Situation der Mitarbeitenden mit betreuungsbedürftigen Kindern oder Angehörigen bei der Einsatzplangestaltung berücksichtigt. Außerdem haben Mitarbeitende Anspruch auf einen arbeitsfreien Samstag pro Monat und bekommen einen halben Arbeitstag geschenkt, wenn sie an ihrem Geburtstag arbeiten müssen.

■ **Unterstützungsleistungen für Familie:** Zur gezielten Stärkung eines familienfreundlichen Arbeitsumfelds bietet OBI in Deutschland über die gesetzlichen Anforderungen hinaus Zusatzleistungen an. Diese umfassen unter anderem einen Familienservice zur Unterstützung und Beratung bei der Kinderbetreuung und Angehörigenpflege sowie kostenlose digitale Nachhilfeangebote für Kinder von Mitarbeitenden (ubiMaster). Zudem stellt OBI an den Zentralstandorten betriebsnahe Kitaplätze zur Verfügung.

Vielfalt & Chancengerechtigkeit

Konzepte und Ziele

■ **Diversitäts- und Inklusions-Strategie:** OBI verfolgt eine internationale Diversitäts- und Inklusions-Strategie mit dem Ziel, das Bewusstsein zu schärfen, zu informieren und die Einhaltung von Rechtsvorschriften sicherzustellen. Die Strategie umfasst das Diversity Versprechen, die Zielschwerpunkte sowie die acht Diversity Dimensionen, die OBI bei der Entwicklung von intersektionalen Maßnahmen fokussiert, und adressiert Mitarbeitende, Kund:innen und Öffentlichkeit. Zusätzlich beinhaltet die Strategie entsprechende globale und lokale Maßnahmen.

■ **Charta der Vielfalt:** Mit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt in Deutschland, Österreich, Italien und Polen setzt OBI ein klares Zeichen für Inklusion. Als Teil dieser 2006 ins Leben gerufenen Arbeitgebendeninitiative verpflichtet sich OBI aktiv dazu, Vielfalt und Wertschätzung fest in der Unternehmenskultur zu verankern.

■ **Globale Anti-Diskriminierungsrichtlinie:** OBI hat eine umfassende Richtlinie gegen Diskriminierung veröffentlicht, die gruppenweit für alle Länder und Mitarbeitenden verbindlich ist und einen einheitlichen Rahmen für die Prävention, Identifikation und Ahndung von Diskriminierung schafft. Die globale Anti-Diskriminierungsrichtlinie definiert Diskriminierungsformen und Belästigungstatbestände, inklusive Fallbeispielen aus dem Arbeitsalltag, und regelt ein standardisiertes Vorgehen bei Beschwerden. Ein wesentlicher Bestandteil ist die Benennung der Meldewege sowie der zuständigen Anlaufstellen für betroffene Mitarbeitende.

■ **Leitfäden:** Darüber hinaus gibt es für die Mitarbeitenden in Deutschland themenspezifische Leitfäden, die ein diskriminierungssensibles Umfeld und Miteinander fördern.

- Leitfaden „Aktiv sein als Verbündete:r“
- Leitfaden „Vielfalt der Generationen“
- Leitfaden „Vielfalt der Ethnien und Nationalitäten“
- Leitfaden „Vielfalt der Familien“
- Leitfaden „Vielfalt der Geschlechter“
- Leitfaden „trans* Inklusivität“
- Leitfaden „Vielfalt der körperlichen und geistigen Fähigkeiten“
- Leitfaden „Neurodiversität“
- Leitfaden „Religions- und Glaubensvielfalt“
- Leitfaden „Vielfalt der sexuellen Identitäten“
- Leitfaden „Vielfalt der sozialen Herkunft“

OBI verfolgt das Ziel, Vielfalt und Inklusion in der Unternehmenskultur zu verankern, Diskriminierung zu verhindern und ein wertschätzendes Miteinander zu fördern, um die Mitarbeitendenzufriedenheit zu steigern. Insbesondere das Schaffen gerechter Karrierechancen ist ein zentrales Anliegen der Diversitäts- und Inklusionsbestrebungen von OBI. Dies wurde mit der Formulierung einer klaren Zielsetzung festgeschrieben.

 **Führungskräfte:** Mindestens ein Drittel weibliche Führungskräfte bis zum Jahr 2030.*

* Im OBI Store Support Center betrifft dies das Top- und mittlere Management (OBI Levels C-F) und in den OBI Märkten die (stellvertretenden) Marktleitungen.

Maßnahmen

■ **Trainings:** OBI hat im Berichtszeitraum verpflichtende Trainings zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) als neuen gruppenweiten Qualitätsstandard für alle Führungskräfte konzipiert. Die Teilnehmenden werden im verantwortungsvollen Umgang mit Diskriminierungsfällen und der Förderung eines inklusiven Arbeitsumfelds geschult. Die Trainings werden in 2026 schrittweise für alle OBI Länder eingeführt.

■ **Aufklärung:** OBI arbeitet in mehreren OBI Ländern daran, durch Kampagnen und Aufklärung ein Bewusstsein für das Thema Diversität und Inklusion zu schaffen. In diesem Zusammenhang haben im Berichtszeitraum regelmäßige Info-Calls zu verschiedenen Diversity-Themen wie sozialer Herkunft, Queerness oder Male

Allyship stattgefunden. Dazu zählen auch Informationen über Anlauf- und Beschwerdestellen sowie über interne und externe Angebote für Beratung und (soziale) Unterstützung.

■ **Interne Standards und Auszeichnungen:** Um erfolgreich gelebte Chancengerechtigkeit im Unternehmen sichtbar zu machen, arbeitet OBI in Deutschland aktuell an der Pilotierung des internen „Zertifikats für Vielfalt“ mit dem Ziel, es 2026 individuell in den SSC sowie in den Märkten einzuführen. Das Zertifikat soll Maßnahmen für Chancengerechtigkeit verankern und anschließend auf die jeweiligen Geschäftsbereiche übertragen.

■ **Empowerment Gruppen:** In den Geschäftsjahren 2024 und 2025 hat OBI in Deutschland (nur SSC) sieben sogenannte Empowerment Gruppen etabliert, deren Mitglieder sich in einem geschützten Raum zu Diskriminierungserfahrungen austauschen und eigenverantwortlich Maßnahmen entwickeln. Dazu zählen die Gruppen Multicultural@OBI (international), Ü55@OBI, Women@OBI (international), Alleinerziehende@OBI, NeuDiv@OBI, Wir.Eltern@OBI sowie eine Gruppe für Kolleg:innen mit (chronischer) körperlicher oder psychischer Erkrankung. Zusätzlich haben sich in Tschechien und der Slowakei engagierte Kolleg:innen bereichsübergreifend zu einer Arbeitsgruppe zusammengeschlossen, um den Austausch zwischen Jung und Alt zu stärken.

■ **Kooperationen:** Im Berichtszeitraum hat OBI langfristige Partnerschaften mit den Organisationen Employers for Equality und Female Resources etabliert. Diese Kooperationen sind darauf ausgerichtet, externe Expertise in das Unternehmen einzubringen, Fortschritte im Bereich Diversität und Inklusion an Branchenstandards zu messen und allen Mitarbeitenden den Zugang zu unternehmensübergreifenden Netzwerken sowie professionellen Entwicklungsmöglichkeiten zu eröffnen.

■ **Interne Netzwerke:** Im vierten Quartal 2025 hat die Empowerment-Gruppe Women@OBI in Deutschland das interne Netzwerktreffen „Zukunftsmacher:innen“ ins Leben gerufen. Dabei sind alle Kolleginnen eingeladen, sich miteinander auszutauschen, voneinander zu lernen und teamübergreifend zusammenzukommen, um wertvolle Diskurse und neue Impulse für die eigene Karriere mitzunehmen.

■ **Schaffung neuer Räumlichkeiten:** OBI hat in den Store Support Centern in Deutschland Ruheräume sowie „Silent Working Areas“ eingeführt. Diese bieten Mitarbeitenden mit chronischen Erkrankungen, schwangeren und stillenden Frauen die Möglichkeit, sich kurzzeitig zurückzuziehen sowie Mitarbeitenden mit erhöhter Lärmempfindlichkeit die Möglichkeit, auch innerhalb von Großraumbüros konzentriert und ablenkungsfrei zu arbeiten.

■ **Stille Stunde:** In Polen wurde die „Stille Stunde“ landesweit in allen OBI Märkten für täglich vier Stunden eingeführt. Dies ermöglicht sowohl Kund:innen als auch Mitarbeitenden, in einer ablenkungsarmen und reizreduzierten Umgebung einzukaufen bzw. zu arbeiten.

Einbeziehung der eigenen Belegschaft

■ **Interne Kommunikation:** Alle Mitarbeitenden werden regelmäßig durch interne Newsletter, Podcasts und das Social Intranet OneOBI über aktuelle Unternehmensentwicklungen informiert. One OBI ist inzwischen in allen OBI Ländern ausgerollt und kann von allen Mitarbeitenden als Informationsquelle und für gegenseitigen Austausch genutzt werden.

■ **Mitarbeitendenbefragung:** Zweimal jährlich finden anonyme Mitarbeitendenbefragungen statt, die transparent für die gesamte Belegschaft ausgewertet und analysiert werden. Im Rahmen der Befragungen bewerten die Mitarbeitenden interne Abläufe, Führungskräfte und Prozesse.

■ **Austausch mit Betriebsräten:** OBI arbeitet mit allen Interessenvertretungen konstruktiv zusammen und kommt den eingeräumten Informations-, Unterrichts- und Beteiligungsrechten überobligatorisch nach. Im Falle von langfristigen und/oder strategischen Projekten werden die Gremien gemäß ihrer Zuständigkeit an regelmäßigen Terminen fortlaufend beteiligt.

■ **Operatives Feedback:** Über eine eigene App kann OBI in den Märkten Aufwandstreiber und Mehrbelastungen bei Mitarbeitenden durch Befragungen ermitteln und zukünftig verbessern oder abschaffen.

■ **Townhall Meeting:** Der OBI Vorstand berichtet mehrmals im Jahr persönlich gegenüber der SSC-Belegschaft über die strategische Entwicklung sowie die aktuelle wirtschaftliche Lage des Unternehmens. Mitarbeitende erhalten in diesem Rahmen regelmäßig die Gelegenheit, Fragen zu stellen und Anmerkungen zu platzieren. So

fand zum Beispiel im Geschäftsjahr 2025 die Mitarbeitendenversammlung „All Hands In“ monatlich statt. Vier dieser Termine waren international ausgelegt, sodass SSC-Mitarbeitende aller OBI Länder teilnehmen konnten.

■ **Themenspezifische Dialogformate:** Speziell zum Thema Nachhaltigkeit bietet der Fachbereich ESG einmal pro Quartal für interessierte OBI Mitarbeitende ein virtuelles ESG-Community Update an. In diesem werden aktuelle Projekte vorgestellt und die Möglichkeit für den Austausch zum Thema Nachhaltigkeit gegeben. Der Fachbereich Diversity & Inclusion veranstaltet einmal jährlich einen digitalen Diversity Day mit internationaler Beteiligung. Eine wichtige Rolle spielen zudem die inzwischen sieben Empowerment-Gruppen: Sie treffen sich monatlich zum themenspezifischen Austausch und liefern wertvolle Sichtweisen sowie praktische Handlungsempfehlungen aus Perspektive der jeweils betroffenen Gruppen.

■ **Beschwerdesystem:** Über das Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren „Speak up“ können jederzeit, kostenfrei und anonym Verstöße gegen Menschenrechte, Umweltschutzvorschriften, geldwäscherechtliche Vorschriften oder sonstige Gesetze gemeldet werden. Eine von Expert:innen entwickelte IT-Infrastruktur verhindert, dass die Identität der hinweisgebenden Person offengelegt wird.

Merkmale der Beschäftigten

Mitarbeitende nach Geschlecht	2025
Gesamtbelegschaft	29.568
davon weiblich	14.827
davon männlich	14.741
davon divers	0

Methodik

Zum Stichtag 31.12.2025 beschäftigte OBI insgesamt 29.568 Mitarbeitende. Sofern nicht anders angegeben, basieren die in Kopfzahlen (Headcount) ausgewiesenen Daten im Wesentlichen auf den internen Personalstammdatensystemen von OBI. Auf die Darstellung der Kategorie „divers“ wurde aufgrund eines Nennwertes von Null in den nachfolgenden Metriken verzichtet.

Die Angaben umfassen alle Filialmärkte, Store Support Center sowie Logistikstandorte in Deutschland, Österreich, Tschechien, der Slowakei, Slowenien, Ungarn, der Schweiz, Italien und Polen sowie die asiatischen OBI Bürostandorte. Die Mitglieder des OBI Vorstands sind in den Angaben enthalten. Nicht berücksichtigt wurden nicht steuerbare Equity-Beteiligungen sowie Franchise-Märkte (FP-Märkte).

Mitarbeitende nach Ländern	2025
Deutschland	13.846
davon weiblich	6.674
davon männlich	7.172
Polen	4.545
davon weiblich	2.319
davon männlich	2.226
Österreich	2.923
davon weiblich	1.565
davon männlich	1.358

Methodik

Um die hinreichende Transparenz für die größten OBI Länder zu ermöglichen, werden Länder mit einem Anteil

von mindestens 10 % an der Gesamtbelegschaft separat ausgewiesen.

Mitarbeitende nach Arbeitsverhältnis	2025
Unbefristeter Arbeitsvertrag	26.228
davon weiblich	13.424
davon männlich	12.804
Befristeter Arbeitsvertrag	3.340
davon weiblich	1.423
davon männlich	1.917

Methodik

Die Klassifizierung von unbefristeten und befristeten Beschäftigungsverhältnissen erfolgte primär nach unternehmensweit einheitlichen Definitionen. In Fällen,

in denen lokale Besonderheiten eine Abweichung erfordern, wurden ergänzend die jeweiligen nationalen Rechtsvorschriften herangezogen. Um die Abbildung der Belegschaftsstruktur weiter zu präzisieren, wurde die

Erhebungsmethodik im Jahr 2025 angepasst. Ab diesem Berichtszeitraum werden Aushilfen und Auszubildende in die Berechnung der befristeten Beschäftigungsverhältnisse inkludiert. Aufgrund dieser Erweiterung der Datenbasis fiel die Anzahl der befristeten Verträge im Vergleich zum

Vorjahr höher aus. Ein direkter Vergleich mit den im Bericht 2024 veröffentlichten Kennzahlen ist daher nur eingeschränkt möglich, da der Anstieg primär auf diese methodische Neuerung und nicht auf eine strukturelle Änderung der Beschäftigungspolitik zurückzuführen ist.

Diversitätskennzahlen

Führungskräfte im Mittleren- und Top-Management nach Geschlecht	2025	Quote
Führungskräfte	1.178	
davon weiblich	291	25 %
davon männlich	887	75 %

Methodik

Zum Stichtag 31.12.2025 lag der Anteil weiblicher Führungskräfte bei 25 %. Die Kennzahl umfasst den OBI Vorstand und die ersten drei Führungsebenen unterhalb des Vorstands (OBI Level C bis F) sowie die Positionen der Filialleitung und der stellvertretenden Filialleitung. Zur Berechnung wurde die Anzahl der weiblichen Führungskräfte auf

den definierten Ebenen ins Verhältnis zur Gesamtzahl aller Führungskräfte auf diesen Ebenen gesetzt. Da es sich um eine reine Stichtagsbetrachtung handelt, werden unterjährige Fluktuationen oder vorübergehende Schwankungen im Verlaufe des Geschäftsjahres nicht in dieser Metrik abgebildet.

Mitarbeitende nach Altersgruppen	2025
Bis 30 Jahre	4.992
31 bis 50 Jahre	15.144
Über 50 Jahre	9.432

Methodik

Die Darstellung der Altersstruktur erfolgt durch die Verteilung der Mitarbeitenden auf definierte Altersgruppen. Zur Ermittlung der Kennzahl wird die Anzahl der Personen

pro Altersgruppe ins Verhältnis zur Grundgesamtheit (Gesamtpersonenzahl zum Bilanzstichtag) gesetzt. Das Alter der einzelnen Mitarbeitenden wurde dabei zum Stichtag 31.12.2025 ermittelt.

Gesundheitsschutz & Sicherheit

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	2025
Anzahl meldepflichtiger Arbeitsunfälle	668
Rate der meldepflichtigen Arbeitsunfälle	13,2
Anzahl der Todesfälle	0

Methodik

Die Quote der meldepflichtigen Arbeitsunfälle wird auf Basis einer Referenzgröße von 1.000.000 geleisteten Arbeitsstunden berechnet. In die Kennzahl fließen alle meldepflichtigen Arbeitsunfälle auf Basis der nationalen

Rechtsvorschriften der Länder ein, in denen die Mitarbeitenden tätig sind. Für das Geschäftsjahr 2025 wurden innerhalb der Belegschaft keine Todesfälle verzeichnet, die auf arbeitsbedingte Verletzungen oder Unfälle zurückzuführen sind.

Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

Als international agierendes Handelsunternehmen ist OBI in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette auf eine Vielzahl von Arbeitskräften angewiesen, die an der Rohstoffgewinnung, der Produktherstellung, Logistik, Vermarktung und Entsorgung beteiligt sind. Die Achtung der international anerkannten Menschenrechte, die auch durch das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz (LkSG) geschützt werden, bildet die Grundlage jeglichen Handelns der OBI Gruppe. Die Verpflichtung zur Einhaltung von Menschen- und Umweltrechten wird entlang der gesamten Lieferkette bekräftigt.

In diesem Kapitel werden zunächst die als wesentlich identifizierten Auswirkungen auf die Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette sowie die wesentlichen Risiken und Chancen für OBI dargestellt. Anschließend werden die implementierten Konzepte, Ziele und Maßnahmen, die zur Prävention und Abhilfe dienen, beschrieben.

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wertschöpfungskette	IRO-Beschreibung
Arbeitsbedingungen	Potenzielle negative Auswirkung	Kurzfristig	Upstream	18 Wenn OBI keinen ausreichenden Einfluss auf die (Vor-)Lieferanten oder Dienstleistungsunternehmen ausübt, könnten die Arbeitsbedingungen von Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette negativ beeinträchtigt sein (z. B. Verstöße gegen Arbeitszeit- und Pausenregelungen, angemessene Entlohnung, Vereinigungsfreiheit, Arbeitssicherheit). Dies kann zu Beeinträchtigungen der Gesundheit und des Wohlbefindens der betroffenen Mitarbeitenden führen und negative soziale Auswirkungen entlang der Lieferkette nach sich ziehen.
Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle				19 Wenn OBI keinen ausreichenden Einfluss auf die (Vor-)Lieferanten oder Dienstleistungsunternehmen ausübt, könnten Gleichbehandlung und Chancengleichheit von Arbeitskräften in der WK negativ beeinträchtigt sein (Ungleichheit der Geschlechter, Belästigung & Gewalt am Arbeitsplatz). Dies kann zu Beeinträchtigungen der Gesundheit und des Wohlbefindens der betroffenen Mitarbeitenden führen und negative soziale Auswirkungen entlang der Lieferkette nach sich ziehen.

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wert-schöpfungskette	IRO-Beschreibung
Sonstige arbeits-bezogene Rechte	Potenzielle negative Auswirkung	Kurzfristig	Upstream und Downstream	20 Wenn OBI keinen ausreichenden Einfluss auf die (Vor-)Lieferanten oder Dienstleistungsunternehmen ausübt, könnten sonstige arbeitsbezogene Rechte von Arbeitskräften in der WK negativ beeinträchtigt sein (insbesondere Kinderarbeit und Zwangsarbeit). Dies kann zu Beeinträchtigungen der Gesundheit und des Wohlbefindens der betroffenen Mitarbeitenden führen und negative soziale Auswirkungen entlang der Lieferkette nach sich ziehen.

Umgang mit den wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Konzepte und Ziele

Die Kernarbeitsnormen der Internationalen Labour Organization (ILO) sowie die allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen werden durch OBI befolgt und anerkannt. In Einklang mit dem LkSG verfolgt OBI das Ziel, menschenrechtlichen Risiken vorzubeugen, diese zu minimieren und die Verletzung menschenrechtsbezogener Pflichten zu beenden.

Zu diesem Zweck hat OBI einen Menschenrechtsbeauftragten bestellt, der die Aufgaben nach § 4 Abs. 3 LkSG wahrnimmt und direkt an den Vorstand berichtet. Der Menschenrechtsbeauftragte überwacht das LkSG-Risikomanagement, das operativ von Leitungspersonen (LkSG-Steuerungsgruppe) gesteuert wird. Für die Umsetzung sind gruppenweite Arbeitskreise zuständig.

Zur Wahrung der Menschenrechte müssen alle Lieferanten und Geschäftspartner der gesamten OBI Gruppe die folgenden Richtlinien anerkennen:

- **Grundsatzerklärung:** OBI hat eine Grundsatzerklärung gemäß den Anforderungen des § 6 Abs. 2 LkSG veröffentlicht. Sie beschreibt

das Verfahren, mit dem OBI den eigenen Pflichten nach dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz nachkommt. Ferner enthält sie die Ergebnisse der Risikoanalyse und die Erwartungshaltung, die das Unternehmen an die Mitarbeitenden und Zulieferer richtet. Die Grundsatzerklärung wurde im Geschäftsjahr 2025 auf Grundlage der durchgeführten Risikoanalyse aktualisiert.

- **Verhaltenskodex für Geschäftspartner:** Die OBI Gruppe hat neben einem Verhaltenskodex für Mitarbeitende auch einen Verhaltenskodex für Geschäftspartner verabschiedet. Beide verpflichten insbesondere auch zur Einhaltung der international anerkannten Menschenrechte. Der OBI Verhaltenskodex für Geschäftspartner räumt OBI Kontrollrechte ein, verpflichtet die Lieferanten zur Information ihrer Mitarbeitenden über menschenrechtliche Risiken und enthält Vorgaben zu Maßnahmen bei Verstößen. Geschäftspartner werden darin angewiesen, etwaige Verstöße unverzüglich zu unterbinden und Maßnahmen zu ergreifen, die negative Auswirkungen verhindern oder minimieren.

Maßnahmen

■ **Durchführung von Risikoanalysen:** Ausgangslage für die Identifizierung von Risiken ist die jährliche Risikoanalyse im eigenen Geschäftsbereich und bei den unmittelbaren Zulieferern. Diese wurde im Geschäftsjahr 2025 erweitert.

Die Risikoanalyse im eigenen Geschäftsbereich basiert auf der Auswertung der Informationen, die in allen LkSG-relevanten Bereichen der OBI Gruppe abgefragt und regelmäßig aktualisiert werden. Zudem werden sonstige interne und öffentlich verfügbare Risikoindikatoren berücksichtigt. Diese Informationen werden plausibilisiert, bewertet und mit den verantwortlichen Personen der einzelnen Risikobereiche abgestimmt. Im Ergebnis sieht OBI aufgrund des Risikoprofils und der bestehenden Präventionsmaßnahmen gegenwärtig keine Notwendigkeit, einzelne menschenrechtliche Risikopositionen im eigenen Geschäftsbereich zu priorisieren. OBI wird das Hauptaugenmerk in diesem Bereich aber weiterhin auf die Gewährleistung eines sicheren und diskriminierungsfreien Arbeitsumfeldes legen.

Hinsichtlich der Risikoanalyse bei unmittelbaren Zulieferern fokussiert die OBI Gruppe Lieferanten von Handelsware. Das sind Einzel- und Großhändler, die Produkte für den Verkauf in den OBI Märkten liefern. Um in einem ersten Schritt abstrakte Risiken festzustellen, werden diese Lieferanten anhand von anerkannten Länder- und Branchenindizes sowie unter Berücksichtigung von Wesentlichkeitsgrenzen betrachtet. Über hierbei ermittelte potenzielle Risikozulieferer werden in einem weiteren Schritt weitere Informationen gesammelt, um eine konkrete Risikoidentifikation und Bewertung vorzunehmen.

■ **Auditierung:** Bereits seit mehr als 15 Jahren ist OBI Mitglied der amfori Business Social Compliance Initiative (amfori BSCI), einer Unternehmensinitiative zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten. OBI lässt im Rahmen dieses Engagements die Produktionsstätten aller Großhandelslieferanten in Risikoländern (z. B. China, Vietnam, Türkei, Indien, Bangladesch) durch externe Sozialaudits überprüfen, insbesondere durch amfori BSCI auf die Einhaltung des geltenden BSCI-Verhaltenskodex. OBI fordert ein BSCI-Rating (oder

ein vergleichbares Rating) von A, B oder C (Gesamtbewertung „sehr gut“, „gut“ oder „akzeptabel“). Diese Bewertung ist Voraussetzung für die Aufnahme als neuer Lieferant im Großhandel bei der OBI Gruppe. Lieferanten, die ein Rating von D oder E (Gesamtbewertung „ungenügend“ bis „nicht akzeptabel“) aufweisen, können keine Lieferanten der OBI Gruppe werden.

Aufgrund der Ergebnisse der konkreten Risikoanalyse, bei der sich vor allem in dem Prüfungsbereich „Arbeitszeiten“ in China Risiken ergeben haben, wird die OBI Gruppe diesen Risikobereich priorisieren, soweit dies nach den Besonderheiten des Marktes möglich ist.

■ **Standardisiertes Vorgehen bei Verstößen:** OBI toleriert keine Verstöße gegen Menschenrechte und Umweltbelange, weder im eigenen Geschäftsbereich noch bei den Zulieferern und erwartet von allen Geschäftspartnern das gleiche Engagement. Die Einhaltung der vorgegebenen Grundsätze ist wesentlich für das Vertragsverhältnis mit OBI. Verstoßen Geschäftspartner gegen menschenrechtsbezogene Grundsätze und Pflichten, ist OBI unter Beachtung der für das Vertragsverhältnis geltenden gesetzlichen Regelungen (insbesondere zu Fristsetzung und Abmahnung) zur außerordentlichen Kündigung der Geschäftsbeziehung zu dem betreffenden Geschäftspartner berechtigt. Nach eigenem Ermessen kann OBI auf eine Kündigung verzichten und von dem Geschäftspartner verlangen, dass er ein Konzept zur Beendigung oder Minimierung des Verstoßes und zur Vermeidung zukünftiger Verstöße erstellt und umsetzt. Bei einem tatsächlichen oder vermuteten Verstoß steht es OBI frei, die Geschäftsbeziehung temporär auszusetzen.

■ **Schulungen:** Im Berichtszeitraum 2025 wurde damit begonnen, ein umfassendes Schulungskonzept für Mitarbeitende zu erarbeiten. Erste Mitarbeitende aus dem Einkaufsbereich wurden bereits zum Thema Menschenrechte in der Lieferkette geschult.

Einbeziehung von Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette

OBI verfügt über zwei Wege, die Einhaltung der Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette zu überwachen. Neben der Durchführung von Sozialaudits hat die OBI Gruppe das unternehmensinterne Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren „Speak up“ implementiert. Hiermit können sowohl Mitarbeitende als auch Dritte auf menschenrechtliche Risiken oder Verstöße hinweisen, die durch das wirtschaftliche Handeln von OBI im eigenen Geschäftsbereich oder eines unmittelbaren oder mittelbaren Zulieferers von OBI entstanden sind oder entstehen könnten. „Speak up“ ist international ausgerichtet und unterstützt neben Deutsch und Englisch noch 13 weitere Sprachen, die im Unternehmenskontext der OBI Gruppe relevant sind. Hinweisgebende

können über „Speak Up“ anonym bleiben. Dabei kann durch die Erstellung eines Postkastens auch mit anonymen Hinweisgebenden kommuniziert werden. Das Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren ist über die OBI Website unter dem Punkt „Compliance“ oder einen QR-Code einfach zugänglich. Außerdem bemüht sich OBI, potenziell Betroffene auf „Speak up“ aufmerksam zu machen. So wurden zum Beispiel die OBI Märkte und Lagerstandorte (im Wareneingangsbereich) mit Hinweisschildern ausgestattet, die den QR Code und eine Erläuterung des Verfahrens enthalten.

OBI geht allen Hinweisen strukturiert nach und unternimmt bei substantiierter Kenntnis sofortige Maßnahmen.

Verbraucher und Endnutzer

Jedes Jahr erreicht OBI europaweit über alle stationären und digitalen Kanäle hinweg etwa 200 Millionen Kund:innen. OBI ist bestrebt, diesen ein sicheres und positives Einkaufserlebnis zu bieten. Außerdem sollen alle Kund:innen zuverlässig hochwertige Produkte vorfinden, die dazu befähigen, das Zuhause nach den eigenen Vorstellungen zu gestalten und zu verbessern.

In diesem Kapitel werden zunächst die als wesentlich identifizierten Auswirkungen auf Verbraucher und Endnutzer sowie die wesentlichen Risiken und Chancen für OBI dargestellt.

Anschließend werden die implementierten Konzepte, Ziele und Maßnahmen, die zur Prävention und Abhilfe dienen, beschrieben.

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wert-schöpfungskette	IRO-Beschreibung
Persönliche Sicherheit von Verbraucher:innen und/oder Endnutzer:innen	Potenzielle negative Auswirkung	Kurzfristig	Downstream	21 Falls Gesundheits- und Sicherheitsanforderungen im OBI Markt nicht ausreichend kommuniziert und umgesetzt werden, könnte die Gesundheit von Kund:innen geschädigt werden.
				22 Falls Sicherheitshinweise nicht hinreichend kommuniziert werden, könnten risikobehaftete Produkte unsachgemäß genutzt oder unbeaufsichtigt gelassen werden, was sich negativ auf die Gesundheit und Sicherheit von Kund:innen auswirken könnte.

Umgang mit den wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Gesundheits- und Sicherheitsanforderungen in den Märkten

OBI hat den Anspruch, allen Mitarbeitenden einen sicheren Arbeitsplatz und allen Kund:innen ein sicheres Einkaufserlebnis zu bieten. Entsprechend profitieren Kund:innen gleichermaßen von den bereits beschriebenen Managementansätzen zum Thema Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit. **Eigene Belegschaft** 

Produktsicherheit

Konzepte und Ziele

Das OBI Sortiment besteht aus Produkten von Markenherstellern (Einzelhandelsgeschäft) sowie aus Eigenmarkenartikeln (überwiegend Großhandelsgeschäft). Der Fachbereich Qualitätsmanagement befasst sich mit den regulatorischen Anforderungen für die OBI Wirtschaftsakteure Groß- und Einzelhandel, inklusive der stationären und digitalen Vertriebskanäle. Auf Basis von aktuellen Normen und Gesetzen, etablierten Marktstandards sowie weiterführenden, internen OBI-Vorgaben

entwickelt der Fachbereich funktionsübergreifende Konzepte und begleitet deren Umsetzung. Auf diese Weise hat OBI eine klare Wirkung auf die Eigenschaften und die Präsentation der Produkte.

Anforderungen für die chemische Prüfung von Ware

inkl. Verpackungen: Die OBI Chemical Compliance Policy konsolidiert die chemischen Anforderungen für Produkte und deren Verpackungen. Insbesondere schafft die OBI Chemical Compliance Policy Transparenz darüber, welche Stoffe und Mengen aufgrund gesetzlicher Vorschriften und zum Schutz der Verbraucher:innen und der Umwelt nicht oder nur beschränkt verwendet werden dürfen. Sie richtet sich an die Lieferanten des Großhandels sowie an die Labore, in denen die Artikel des Großhandels kontrolliert werden.

Maßnahmen

■ **Systematische Risikominimierung durch Stammdatenmanagement:** Die Identifikation risikobehafteter Produkte erfolgt systemseitig direkt in den Artikelstammdaten. Die daraus resultierenden Sicherheitsanforderungen werden durch automatisierte Prozessketten

gesteuert und von den zuständigen Produktmanagern sowie Marktleiter:innen operativ umgesetzt. Auf diese Weise wird zum Beispiel sichergestellt, dass kritische Sortimente verschlossen gelagert und ausschließlich von qualifiziertem Personal verkauft werden.

■ **Kontrolle Einzelhandelsware:** Über einen Regelprozess stellt OBI die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben sicher. Nahezu alle Lieferanten der Einzelhandelsware kommen aus Europa und unterliegen strengen gesetzlichen Vorgaben. Über Lieferantenvereinbarungen stellt OBI zudem sicher, dass von Partnern ausschließlich Ware bezogen wird, die den europäischen Produkt- und Sicherheitsanforderungen entspricht. Außerdem kontrolliert OBI sowohl dokumentarisch als auch physisch, dass die Anforderungen an die Produkt-Compliance erfüllt werden.

■ **Kontrolle Großhandelsware:** Regelmäßig stattfindende Inspektionen sichern die Einhaltung der OBI Qualitätsstandards ab. Neben einer Fertigungs- und Produktionskontrolle werden alle Lieferanten jedoch bereits im Vorfeld auf Basis qualitativer und sozialer Audits streng geprüft und ausgewählt.

Einbeziehung von Verbrauchern und Endnutzern

Das direkte Feedback der Kund:innen ist für das Thema Produktsicherheit unerlässlich. Neben den unter **Stakeholdermanagement**  erläuterten Kanälen werden Anliegen bei Bedarf über die Service-Hotline der OBI Website direkt an den After-Sales-Service weitergeleitet. Durch die enge Verzahnung von After-Sales-Service und Qualitätsmanagement fließen diese Rückmeldungen unmittelbar in die Qualitätsentwicklung zurück und gewährleisten so die stetige Verbesserung der Prozesse und Produkte.

Die Basis für eine sichere und kund:innenorientierte Servicequalität bilden verbindliche Leitlinien, die Kommunikation, Service-Level und Prozesse unter Berücksichtigung der Informationsrechte regeln. Der Reklamationsprozess ist hierbei konzeptionell in einer zentralen Prozess- und Wissensdatenbank verankert und bildet die wesentliche Grundlage für die Qualifizierung externer Dienstleistungspartner.



IV.

Governance

Unternehmenspolitik

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln ist für OBI die Grundlage der Geschäftstätigkeit. Dazu zählt, dass sich alle Mitarbeitenden im Rahmen ihrer geschäftlichen Tätigkeit konsequent an die geltenden lokalen, nationalen und internationalen Gesetze sowie internen Richtlinien halten, um Vertrauensverluste bei Stakeholdern vorzubeugen und den guten Ruf der OBI Gruppe zu schützen.

In diesem Kapitel werden zunächst die als wesentlich identifizierten Auswirkungen auf Mitarbeitende und die Gesellschaft sowie die wesentlichen Risiken und Chancen für OBI dargestellt. Anschließend werden die implementierten Konzepte, Ziele und Maßnahmen, die zur Prävention und Abhilfe dienen, beschrieben.

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wertschöpfungskette	IRO-Beschreibung
Unternehmenskultur	Tatsächliche positive Auswirkung	Kurz-, mittel- und langfristig	Eigene Geschäftstätigkeit	23 Durch eine werteorientierte Unternehmenskultur, die Diversität, gegenseitigen Respekt und konstruktive Zusammenarbeit fördert, entsteht ein positives Arbeitsumfeld, das zur Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeitenden beiträgt und ethisches Verhalten unterstützt.
			Eigene Geschäftstätigkeit und Downstream	24 Durch die Realisierung lokaler Sozialprojekte und die Bereitstellung situativer Unterstützung in Notsituationen generiert OBI einen gesellschaftlichen Mehrwert. Dieses Engagement macht die interne Wertekultur nach außen hin sichtbar.
Schutz von Hinweisgebenden	Potenzielle negative Auswirkung		Gesamte Wertschöpfungskette	25 Unzureichende Schutzmaßnahmen für Hinweisgebende könnten dazu führen, dass deren Anonymität, berufliche Stellung oder persönliche Sicherheit gefährdet wird. Dies kann negative Auswirkungen auf das Wohlbefinden der betroffenen Personen zur Folge haben. Darüber hinaus kann ein mangelhaftes Schutzsystem das Vertrauen in interne Meldemechanismen reduzieren und somit die Effektivität der Compliance- und Risikomanagementprozesse beeinträchtigen.
Korruption und Bestechung	Potenziell finanzielles Risiko		Eigene Geschäftstätigkeit	26 In der Geschäftstätigkeit von OBI könnte es zu Korruptions- oder Bestechungsfällen kommen, die sich negativ auf die betroffenen Parteien auswirken können (Vorkommnisse). 27 Korruptionsfälle können zu Strafzahlungen und erheblichen Reputationsschäden führen, was sich negativ auf das Vertrauen von Stakeholdern auswirken kann.

Unterthema	Art der Wesentlichkeit	Zeithorizont	Verortung Wert-schöpfungskette	IRO-Beschreibung
Datenschutz und Cyber-security (unternehmensspezifisch)	Finanzielles Risiko	Kurzfristig	Eigene Geschäftstätigkeit	28 Die Verletzung personenbezogener Daten könnte das Unternehmen finanziell negativ beeinflussen – direkt aufgrund von Strafzahlungen sowie indirekt über den Vertrauensverlust bei Stakeholdern. 29 Unternehmensdaten (Betriebssysteme) könnten durch Datenlecks oder Hackerangriffe von unbefugten Dritten missbraucht werden, was den allgemeinen Geschäftsbetrieb gefährden würde.
	Potenzielle negative Auswirkung		Eigene Geschäftstätigkeit und Downstream	30 Stakeholderdaten könnten durch Datenlecks oder Hackerangriffe von unbefugten Dritten missbraucht werden, was die Privatsphäre der betroffenen Personen gefährden würde.

Umgang mit den wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Unternehmenskultur und Compliance

Konzepte und Ziele

■ **Werte:** Ethisches und wertebasiertes Handeln sind fester Bestandteil der Unternehmenskultur von OBI. Um diesen Anspruch operativ zu verankern, hat OBI 2023 in einem integrativen und internationalen Ansatz den Wertekanon aktualisiert. Die Werte lauten:

Schaffensfreude: Wir haben Spaß am Machen.

Entwicklung: Wir wachsen gemeinsam.

Gemeinschaft: Wir gehen partnerschaftlich miteinander um.

Eigenverantwortung: Wir übernehmen und geben Verantwortung

■ **OBI Verhaltenskodex:** Basierend auf der Vision, der Mission und den Werten von OBI wurde auch ein Verhaltenskodex entwickelt und 2024 in aktualisierter Form verabschiedet. Als oberste Ebene der Richtlinien- und Geschäftsanweisungsstruktur ist der OBI Verhaltenskodex für das tägliche Verhalten verbindlich. Er gilt für alle Mitarbeitenden inklusive Führungskräfte, Vorstand und Aufsichtsrat in allen Unternehmen der OBI Gruppe.

Er soll als Orientierungshilfe dienen und die Mitarbeitenden sensibilisieren, um mögliche Risiken, etwa im Bereich der Bestechlichkeit und Bestechung, zu erkennen und verantwortungsvolle Lösungen zu finden. Alle Geschäftsanweisungen und Regelungen orientieren sich an den im Verhaltenskodex definierten Standards. Er steht in allen für OBI relevanten Sprachen zur Verfügung.

Entsprechend den Risiken der Geschäftstätigkeit deckt der Verhaltenskodex die folgenden Themenfelder ab:

- Keine Diskriminierung, Gewalt oder Belästigung am Arbeitsplatz
- Vereinigungsfreiheit
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- Arbeitszeiten, Löhne und Gehälter
- Umgang mit Vermögenswerten der OBI Gruppe
- Umgang mit IT-Systemen der OBI Gruppe
- Schutz von Geschäftsgeheimnissen und geistigem Eigentum
- Interessenkonflikte
- Verbot von Bestechung und Bestechlichkeit
- Spenden und Sponsoring
- Bekämpfung von Geldwäsche und von Terrorismusfinanzierung

- Fairer Wettbewerb und Verbot von Kartellen
- Datenschutz
- Menschenrechte
- Nachhaltigkeit und Umweltschutz
- Reputation der OBI Gruppe

Der Vorstand der OBI Group Holding SE & Co. KGaA fordert alle Mitarbeitenden der OBI Gruppe auf, sich mit dem Verhaltenskodex vertraut zu machen und ihn bei allen Entscheidungen und Maßnahmen im Rahmen der Tätigkeit für die OBI Gruppe zu befolgen. Die Einhaltung der einschlägigen Gesetze sowie der internen Vorgaben, insbesondere des Verhaltenskodex, ist Aufgabe aller Vorstände, Führungskräfte und Mitarbeitenden.

■ **Compliance-Management-Ansatz:** Die Compliance-Tätigkeit beruht auf den drei Säulen Prävention, Detektion und Reaktion. Ziel ist es, Compliance-Verstöße durch die ergriffenen Präventionsmaßnahmen, Schulungsangebote und für Compliance-Themen zuständige Ansprechpersonen von vornherein zu verhindern und, sofern dies nicht möglich ist, so früh wie möglich zu identifizieren, abzustellen sowie erforderliche Folgemaßnahmen zu ergreifen. Die damit verfolgte frühzeitige Aufdeckung eines Risikos oder Verstoßes ermöglicht es OBI, unverzüglich zu reagieren und Maßnahmen zu ergreifen, um Schaden von der OBI Gruppe und der Allgemeinheit abzuwenden.

■ **Konzernanweisung zur Korruptionsprävention:** Die Konzernanweisung zur Korruptionsprävention konkretisiert das im OBI Verhaltenskodex behandelte Korruptionsverbot und regelt den Umgang mit Zuwendungen, Spenden, Sponsoring und Interessenkonflikten im Rahmen der geschäftlichen Tätigkeit für die OBI Gruppe. Sie gilt für die gesamte Unternehmensgruppe und wurde in alle OBI relevanten Sprachen übersetzt. Die Konzernanweisung wurde sowohl in den Store Support Centern als auch in den OBI Märkten kommuniziert.

■ **Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren „Speak up“:** Jegliche unethischen oder kriminellen Aktivitäten der OBI Gruppe können über „Speak up“ gemeldet werden. Auf der Plattform können alle Mitarbeitenden, Kund:innen, Lieferanten, Geschäftspartner, Dienstleister und sonstige Personen auf Verstöße gegen Menschen-

rechte, Umweltschutzvorschriften oder geldwäscherechtliche Vorschriften hinweisen und Meldungen abgeben. Alle eingehenden Hinweise werden unter Einhaltung des Hinweisgeberschutzgesetzes geprüft und behandelt. „Speak up“ ermöglicht auf Wunsch eine anonyme Meldung und ist jederzeit in 15 Sprachen kostenfrei nutzbar.

■ **Schutz von Hinweisgebenden und Verfahrensordnung für „Speak up“:** Über „Speak up“ erteilte Hinweise und die Identität der Hinweisgebenden werden strikt vertraulich behandelt. Jeder Hinweis wird von Hinweisbearbeiter:innen bei OBI vertraulich geprüft und bearbeitet. Hinweisbearbeiter:innen sind ausschließlich Mitarbeitende einer Gesellschaft der OBI Gruppe. Die OBI Gruppe steht dafür ein, dass die Hinweisbearbeiter:innen unparteiisch, vertraulich und bei der Hinweisbearbeitung fachlich unabhängig sind. Hinweisgebende setzen sich für das Gemeinwohl ein, indem sie wichtige Informationen über Rechtsverstöße und Missstände liefern. Ihr Schutz ist der Schlüssel, um sie zur Meldung zu ermutigen, damit sie zur Bekämpfung von Korruption und von anderem Fehlverhalten beitragen können. Bei OBI haben Hinweisgebende keinerlei Schlechterstellung, Strafen oder sonstige disziplinarische Maßnahmen zu befürchten, wenn sie in gutem Glauben einen vermuteten Verstoß gegen Gesetze oder interne Vorgaben wie den Verhaltenskodex melden oder sich weigern, regelwidrig zu handeln. Weitere Informationen zur Abgabe und Bearbeitung von Hinweisen finden sich in der OBI Verfahrensordnung für das Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren, die ebenfalls auf der OBI Website öffentlich zugänglich ist.

Maßnahmen

■ **Kommunikation/Schulungen:** Der Verhaltenskodex, das Verbot von Korruption und das Hinweisgeber- und Beschwerdeverfahren „Speak up“ sind Gegenstand der Onboarding-Veranstaltungen in der OBI-Gruppe. Insbesondere werden alle Mitarbeiter:innen aufgefordert, ihren Vorgesetzten oder den Compliance-Ansprechpersonen unverzüglich jedes Verhalten oder jeden Vorfall zu melden, bei dem ein Verstoß gegen gesetzliche oder interne Regelungen besteht oder vermutet wird. Alternativ kann die Meldung auch über „Speak up“ erfolgen. Zudem setzt OBI national und international

auf Präsenzschulungen, um das Bewusstsein für diese Themen weiter zu schärfen. Diese begannen im Berichtsjahr und werden im kommenden Jahr fortgeführt. Dabei verfolgt OBI einen risikobasierten Ansatz, mit dem Mitarbeitende in eher risikobehafteten Bereichen umfassender und intensiver geschult werden. Diese Schulung beschränkt sich nicht nur auf Deutschland, sondern erfolgt in allen Ländern, in denen die OBI Gruppe tätig ist.

Vorfälle Korruption

Im Berichtszeitraum gab es keine bestätigten Fälle von Korruption oder Bestechung in der OBI Gruppe. Auch bei den Geschäftspartnern sind keine Fälle bekannt. Im Berichtszeitraum gab es außerdem keine erheblichen Bußgelder oder nichtmonetären Sanktionen aufgrund der Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich.

Werteorientiertes Handeln

Konzepte und Ziele

Engagement ist bei OBI untrennbar mit dem Wert „Gemeinschaft“ verknüpft. Der partnerschaftliche Umgang miteinander bildet das Fundament für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung, die soziale Teilhabe aktiv fördert. Durch gezielte Aktivitäten leistet OBI einen Beitrag zur Stärkung gemeinsamer Wertvorstellungen und schärft das Verständnis von unternehmerischer Verantwortung nach innen und außen.

Maßnahmen

■ **OBI Wunschbaumaktion:** Die Wunschbaumaktion ist ein etablierter Bestandteil des gesellschaftlichen Engagements von OBI und dient dazu, Kindern und Jugendlichen aus einkommensschwachen oder sozial benachteiligten Haushalten an Weihnachten eine Freude zu machen. Im Berichtszeitraum haben sich insgesamt sieben Länder an der Aktion beteiligt, sodass durch die Mitwirkung der Belegschaft insgesamt 557 individuelle Bedarfe und Wünsche erfüllt werden konnten. Die Aktion wird in Kooperation mit lokalen sozialen Trägern durchgeführt und trägt aktiv zur Förderung der sozialen Teilhabe in den Regionen der Standorte bei.

■ **Regelmäßig wiederkehrende Audits:** Um Compliance-Verstöße frühzeitig aufzudecken, sind sowohl regelmäßig wiederkehrende Audits durch eine unabhängige Prüfgesellschaft als auch die Tätigkeit der internen Revision wesentlich.

■ **Initiative „Machbarschaft“:** OBI Österreich hat im Geschäftsjahr 2025 die Initiative „Machbarschaft“ ins Leben gerufen, um das soziale Miteinander und die lokale Gemeinschaft zu stärken. Aus zahlreichen Einreichungen wählte eine Fachjury neun Leuchtturmprojekte aus, jeweils eines pro Bundesland. OBI unterstützte die Umsetzung durch die Bereitstellung von Baumaterialien, fachliche Expertise vor Ort sowie eine mobile Werkstatt. Ziel der Aktion ist die Stärkung des regionalen Gemeinschaftsgefühls und die Instandsetzung sozialer Einrichtungen durch gemeinschaftliches Handeln.

■ **Azubi-Projektwochen:** Im Rahmen der jährlich stattfindenden Azubi-Projektwochen haben im Geschäftsjahr 2025 über 250 Nachwuchskräfte ihre fachliche Expertise und soziale Verantwortung unter Beweis gestellt. In insgesamt 23 eigenverantwortlich umgesetzten Projekten wurden soziale Einrichtungen durch handwerkliche Leistungen nachhaltig unterstützt – von der Gestaltung von Schulgärten über den Bau von Außenanlagen bis hin zu umfassenden Renovierungsarbeiten.

■ **Kooperation mit Regusto:** Seit 2024 kooperiert OBI Italien mit der Plattform Regusto. Diese ermöglicht es, Produkte mit eingeschränkter Verkaufsfähigkeit gezielt an über 1.300 registrierte Hilfsorganisationen zu vermitteln. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2025 waren alle 52 OBI Märkte sowie das italienische Store Support Center daran beteiligt und haben insgesamt 54 Tonnen an Waren gespendet. Damit leistet OBI Italien einen wesentlichen Beitrag zur verantwortungsvollen Ressourcennutzung und unterstützt lokale soziale Akteure mit dringend benötigten Sachspenden.

■ **Bildungsprogramm „GemüseAckerdemie“:** Im Geschäftsjahr 2025 hat OBI sein Engagement für ökologische Bildung weiter ausgebaut und die Patenschaft für eine fünfte Schule im Rahmen der „GemüseAckerdemie“ des Sozialunternehmens Acker übernommen. Kinder und Jugendliche können auf dem schuleigenen Acker wertvolle Praxiserfahrung sammeln. Das von OBI geförderte Programm vermittelt spielerisch Wissen über Naturverbundenheit, gesunde Ernährung sowie nachhaltigen Gemüseanbau.

Datenschutz

Konzepte und Ziele

■ **Kompetenzrichtlinie Datenschutzorganisation:** Die Überwachung der Datenschutz-Compliance erfolgt durch eine robuste Datenschutzorganisation mit verschiedenen Ebenen, deren Aufbau und Zuständigkeit in einer eigenen „Kompetenzrichtlinie Datenschutzorganisation“ geregelt ist.

■ **Europäische Standards und interne Konzepte:** Die OBI Gruppe unterliegt in ihren europäischen Geschäftsgebieten der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der EU und den jeweiligen nationalen Datenschutzgesetzen (z. B. dem BDSG in Deutschland). Für die Geschäftstätigkeiten in der Schweiz gilt das Schweizer Datenschutzgesetz. OBI legt besonderen Wert auf die Einhaltung des geltenden Datenschutzrechts und informiert konzernweit über die Grundsätze des Datenschutzes und der Datensparsamkeit. Personenbezogene Daten werden mit hoher Sorgfalt behandelt. Die Erhebung, Speicherung, Nutzung und sonstige Verarbeitung personenbezogener Daten erfolgt nur im gesetzlich zulässigen Umfang und auf Basis geeigneter Rechtsgrundlagen. Dabei bilden die Grundsätze der Rechtmäßigkeit, Transparenz, Zweckbindung, Datenminimierung, Richtigkeit und Speicherbegrenzung das Fundament der Datenverarbeitung durch OBI. Die Wahrung der Integrität und Vertraulichkeit durch angemessene technische und organisatorische Maßnahmen (TOMs) ist für uns essenziell, um die Rechte betroffener Personen jederzeit zu gewährleisten.

Dabei setzt OBI auf verbindliche Standards für alle Mitarbeitenden. Alle internen Richtlinien sind im Intranet abrufbar und werden teilweise durch themen-, länder-

und/oder zielgruppenspezifische Richtlinien ergänzt. Beispiele dafür sind:

- **Datenschutzhandbuch für Beschäftigte**
- **Geschäftsanweisung zum Einsatz von KI**

Der Schutz der Privatsphäre ist ein wesentlicher Bestandteil der unternehmerischen Verantwortung, insbesondere vor dem Hintergrund der digitalen Transformation, und wird durch die folgenden Maßnahmen sichergestellt:

Maßnahmen

■ **Schulungen:** Für alle Mitarbeitenden gibt es regelmäßige, verpflichtende Compliance-Schulungen zur Sensibilisierung für datenschutzrechtliche Themen sowie für interne Richtlinien. Die Schulungen erläutern, welche Anforderungen Mitarbeitende bei OBI im Umgang mit personenbezogenen Daten erfüllen müssen.

■ **Freigabe neuer IT-Systeme:** Die Einführung neuer IT-Systeme wird durch eine von der Datenschutzorganisation vorgegebene „Datenschutzcheckliste“ begleitet, die sicherstellt, dass alle erforderlichen Informationen zur Verarbeitung personenbezogener Daten vor der Freigabe neuer IT-Systeme transparent zusammengestellt und geprüft werden.

■ **Transparenz:** Datenschutzhinweise für die digitalen Angebote (z. B. auf www.obide.de und in der heyOBI App) sowie für die stationären Märkte sind jederzeit für Kund:innen und Partner zugänglich und werden bei Änderungen der Verarbeitungsprozesse proaktiv aktualisiert.

■ **Kontrollmechanismen:** OBI führt regelmäßige Audits durch, um die Einhaltung der Datenschutzstandards und der gesetzlichen Vorgaben sicherzustellen.

Datensicherheit

Konzepte und Ziele

Sämtliche Konzepte und Maßnahmen orientieren sich an internationalen Normen wie ISO/IEC 27001. Weiterhin werden Empfehlungen vom deutschen Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) sowie vom amerikanischen National Institute of Standards and Technology (NIST) beachtet.

Folgende übergeordnete Richtlinien gelten für die gesamte Unternehmensgruppe:

■ **Informations-Sicherheits-Management-System (ISMS):**

Angesichts der zunehmenden Digitalisierung des Geschäftsmodells sind alle OBI Daten, insbesondere Mitarbeitenden- und Kund:innendaten, sowie deren sichere Verarbeitung und Übertragung, intern und extern, maßgeblich für den Geschäftserfolg von OBI. Deshalb hat OBI ein Informations-Sicherheits-Management-System (ISMS) mit drei zentralen Schutzzielen eingeführt: Vertraulichkeit, Verfügbarkeit sowie Integrität.

■ **Kompetenzrichtlinie Informationssicherheitsorganisation:**

Die Basis für das unternehmensweite ISMS bildet die „Kompetenzrichtlinie Informationssicherheit organisation“, welche die risikobasierte Festlegung von Verantwortlichkeiten, Prozessen und Richtlinien für OBI im Umgang mit sensiblen Informationswerten gewährleistet.

■ **Informationssicherheitsrichtlinie:** Die Informationssicherheitsleitlinie beschreibt die Ziele des Informationssicherheitsmanagements bei OBI, den Geltungsbereich sowie die Organisation, Strategie und das Anforderungsmanagement. Durch sie wird das Grundgerüst des Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) beschrieben, wodurch sie die Basis für die Tätigkeiten in diesem Bereich darstellt.

■ **Informationssicherheitshandbuch (ISHB):** Das ISHB beinhaltet sämtliche Richtlinien und Anforderungen aus der Informationssicherheit, die für alle Mitarbeitenden verpflichtend sind und unternehmensweit gelten, wie zum Beispiel:

- **Sicherheit von Informationen und Dokumenten:** Dieses Dokument richtet sich an alle Mitarbeitenden. Es etabliert ein vierstufiges Klassifizierungssystem für Informationen, das den Schutzbedarf angibt und entsprechende Handhabungsmaßnahmen festlegt. Es werden Verantwortlichkeiten für den Schutz von Informationen zugewiesen. Zudem dient das Dokument als Leitfaden für den Umgang mit Informationen im Arbeitsalltag.
- **Umgang mit Sicherheitsereignissen:** Dieses Dokument richtet sich an alle Mitarbeitenden und beinhaltet Anforderungen an den Umgang mit Ereignissen, die die Informationssicherheit beeinträchtigen können. Neben Cyberangriffen können auch unberechtigte Zugriffe auf IT-Systeme oder vertrauliche Dokumente, unberechtigte Personen in Gebäuden, der Verlust von Informationen und ähnliche Situationen zu einem Sicherheitsvorfall führen. Diese Richtlinie stellt Anforderungen an die Bewertung von Sicherheitsereignissen, die Meldekette, deren Behandlung, Dokumentation und Prävention.
- **Informationssicherheitsrisikomanagement:** Dieses Dokument richtet sich an alle Verantwortlichen für Prozesse, IT-Systeme und IT-Services (Produkte) und beinhaltet Anforderung an die Steuerung von Informationssicherheitsrisiken innerhalb des Verantwortungsbereichs. Verfahrensschritte sind Prozessanalyse und Kritikalitätsbewertung sowie Risikoanalyse und Maßnahmendefinition.
- **Sicherheitsüberprüfung von IT-Systemen:** Diese Richtlinie richtet sich an Verantwortliche für IT-Systeme (z. B. Applikationen, IT-Infrastruktur, IT-Plattformen, IT-Services), die selbst betrieben oder eingekauft (z. B. SaaS, PaaS, IaaS) sind. Sie beschreibt Anforderungen zur Durchführung und Beauftragung von Penetrationstests und Vulnerability Scans, um Schwachstellen in verantworteten Systemen aufzudecken und zu behandeln.
- **Passwörter und Authentisierung:** Diese Richtlinie richtet sich an alle Mitarbeitenden und beinhaltet Anforderungen an den Einsatz von Passwörtern, PINs und anderen Anmelde-methoden. Sie legt die Komplexität von Passwörtern und den Umgang mit Passwörtern fest. Zudem beschreibt sie das Erfordernis von starken Authentifizierungsmechanismen wie Passwordless, Windows Hello, Multi-Faktor-Authentifizierung (MFA) und Zertifikate.
- **Zugangs- und Zugriffssteuerung:** Diese Richtlinie richtet sich an alle Verantwortlichen für Infor-

mationen, Prozesse und Systeme und beinhaltet Anforderungen an den angemessenen Schutz durch eine geordnete Zugangs- und Zugriffssteuerung.

Darüber hinaus gibt es diverse tiefergehende Richtlinien, die sich an spezifische Zielgruppen wenden.

Maßnahmen

Das Informationssicherheitsmanagement ist als Regelprozess (kontinuierliche Verbesserung) konzipiert. Es beinhaltet die folgenden jährlichen Maßnahmen:

- **Risikomanagement:** Analyse und Behandlung von Informationssicherheitsrisiken sowie Integration von Anforderungen der Informationssicherheit in die Geschäftsprozesse von OBI.
- **Schulungen:** Durch Awareness-Kampagnen werden Mitarbeitende geschult, Bedrohungen zu erkennen und im Alltag zu bewältigen. Außerdem gibt es ein verpflichtendes E-Learning „Informationssicherheit bei OBI“ in der OBI Academy (für alle Mitarbeitenden).
- **Beratung:** Mitarbeitende und Führungskräfte werden jederzeit und umfänglich zu Themen der Informationssicherheit beraten.

■ **Integration:** Anforderungen der Informationssicherheit werden in die Geschäftsprozesse von OBI integriert.

■ **Prävention:** Sie umfasst die Schulung der Mitarbeitenden und die Durchführung von präventiven Tests zur Überprüfung der eigenen digitalen Systeme mittels Phishing-Simulationen, Schwachstellen-Offenlegungsprogrammen (VDP), Bug-Bounty-Programmen, Penetration Tests kritischer Systeme (intern und extern) sowie Purple-Teaming-Übungen. Damit werden die Fähigkeiten gestärkt, Bedrohungen zu erkennen und zu bewältigen.

Unterschiedliche Aspekte des ISMS werden im Rahmen der Jahresabschlussprüfung sowie durch dedizierte Audits externer Auditoren regelmäßig auf ihre Wirksamkeit überprüft. Zusätzlich gibt es verschiedene Reporting-Kanäle an die Geschäftsführung der OST sowie den Vorstand der OGH, um über die kontinuierlichen Aktivitäten des ISMS zu berichten und eventuelle Arbeitsaufträge entgegenzunehmen.

Abkürzungsverzeichnis

AGG	Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz
amfori BSCI	amfori Business Social Compliance Initiative
BDSG	Bundesdatenschutzgesetz
BHB	Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (Branchenverband)
BSI	Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive
DMA	Double Materiality Assessment (Doppelte Wesentlichkeitsanalyse)
DSGVO	Datenschutz-Grundverordnung
EDRA/GHIN	European DIY Retail Association/Global Home Improvement Network
eNPS	employee Net Promoter Score (Kennzahl für Mitarbeitendenzufriedenheit)
EPS	Expandiertes Polystyrol (Styropor)
ESG	Environmental, Social and Governance (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung)
ESRS	European Sustainability Reporting Standards
EUDR	European Union Deforestation Regulation (EU-Entwaldungsverordnung)
FM	Filialmärkte
FP & BM	Franchisepartner & Beteiligungsmärkte
FSC®	Forest Stewardship Council
GHG	Greenhouse Gas Protocol (Treibhausgas-Protokoll)
IPCC	Intergovernmental Panel on Climate Change (Weltklimarat)
IRO	Impacts, Risks and Opportunities (Auswirkungen, Risiken und Chancen)
ISMS	Informations-Sicherheits-Management-System
ISO	International Organization for Standardization
LkSG	Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz
NIST	National Institute of Standards and Technology
NPS	Net Promoter Score (Kennzahl für Kundinnenzufriedenheit)
OGH	OBI Group Holding SE & Co. KGaA
PEFC	Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes
PVC	Polyvinylchlorid
RCP	Representative Concentration Pathway (repräsentativer Konzentrationspfad)
SBTi	Science Based Targets initiative
SSC	Store Support Center (Zentralstandorte)
THG	Treibhausgas
TOMs	Technische und organisatorische Maßnahmen
UMS	Umweltmanagementsystem

Herausgeber

OBI Group Holding SE & Co. KGaA

Albert-Einstein-Str. 7-9 | 42929 Wermelskirchen

Tel.: 02196 90 62 000

Verantwortlich

Heide Schulte-Beckhausen, Valentina Wehr, Isabel Frey

Art Direction

nju communications KG

Redaktion

Eleonora Scholz, Lisa Heider

Fotos in diesem Nachhaltigkeitsbericht

René Schiffer, Adobe Stock

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung von Inhalten,
auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher
Genehmigung des Herausgebers.

presse@obi.de



Veröffentlicht Juni 2026