

SEQUENZ_26

**Journal über Nachhaltigkeit
in der MERKUR GROUP**



01

Die MERKUR GROUP ist ein international tätiges Glücksspiel- und Entertainment-Unternehmen
Gegründet in 1957 beschäftigt die Unternehmensgruppe heute über 15.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Ihr Kerngeschäft besteht darin, Spiele zu entwickeln, zu produzieren und weltweit zu vertreiben – sowohl für stationäre Geldspielgeräte als auch für digitale Anwendungen. Darüber hinaus betreibt die Unternehmensgruppe eigene Spielhallen und Spielbanken, in denen diese Spiele direkt beim Endkunden eingesetzt werden. Damit ist MERKUR nicht nur in der Entwicklung und Bereitstellung von Produkten tätig, sondern auch im direkten Betrieb regulierter Glücksspielangebote.

Zum Geschäftsmodell gehören außerdem Sportwetten sowie Online-Gaming-Angebote. Über verschiedene Plattformen bietet das Unternehmen digitale Casinospiele und Wettmöglichkeiten an und erschließt damit gezielt wachsende Online-Märkte.

Insgesamt basiert das Geschäftsmodell der MERKUR GROUP auf einem integrierten Ansatz: Von der Spieleentwicklung über die Produktion und den Vertrieb bis hin zum Betrieb eigener Spielstätten und Online-Angebote bildet die Unternehmensgruppe wesentliche Teile der Wertschöpfungskette im Glücksspielbereich ab.



INHALTSVERZEICHNIS

02

Auftakt

Kurzporträt: Wer wir sind



08

Menschen & Struktur

Nachhaltigkeit braucht Menschen, die Verantwortung übernehmen



34

Stakeholderdialog

Nachhaltigkeit entsteht im Dialog



06

Vorwort

Sequenz_26: Verantwortung braucht Substanz



18

Politik & Regulatorik

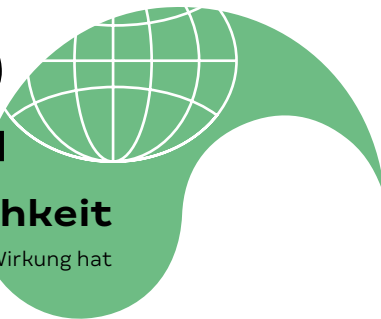
Politische Leitplanken im Wandel



22

Wesentlichkeit

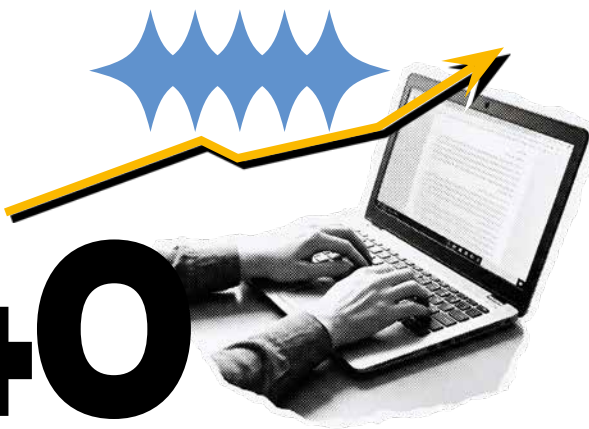
Wesentlich ist, was Wirkung hat



40

Datenmanagement

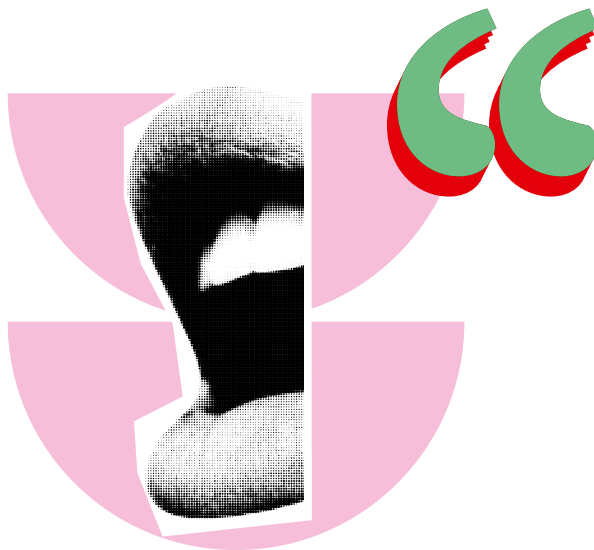
Nachhaltigkeit braucht Datenklarheit



50

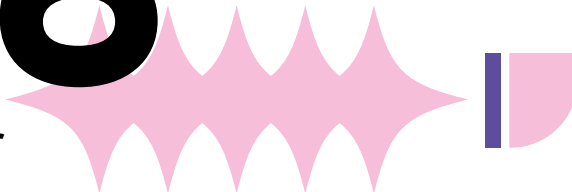
Kommunikation

Kommunikation schafft Verständnis



56

Glossar



44

Klimaschutz

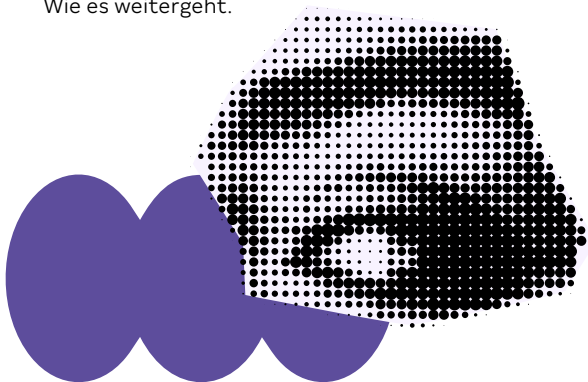
Wo stehen wir heute?



54

Ausblick

Wo wir stehen. Wie es weitergeht.



02

Verantwortung braucht Substanz



Liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit ist für uns kein Buzzword, kein kurzfristiger Trend und keine lästige Berichtspflicht. Sie ist Ausdruck unserer unternehmerischen Verantwortung – und zugleich eine zentrale Voraussetzung für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg.

In den vergangenen Jahren haben wir uns in der MERKUR GROUP gezielt auf den Weg gemacht, Nachhaltigkeit systematischer in unserem Unternehmen zu verankern. Wir haben Strukturen aufgebaut, Verantwortlichkeiten definiert, Prozesse entwickelt und begonnen, belastbare Daten zu erheben. Viele dieser Schritte sind im Hintergrund erfolgt – und genau deshalb sind sie so belastbar und wirksam. Denn nachhaltiges Handeln beginnt nicht mit Kommunikation, sondern mit Substanz.

Mit **SEQUENZ_26** machen wir diesen Weg sichtbar. Der Name steht für Entwicklung in klaren Schritten – und für die Überzeugung, dass nachhaltige Transformation konsequent über Zeit entsteht.

Dabei leiten uns die Werte, die unsere Unternehmensgruppe seit jeher prägen: Spielfreude, Leidenschaft, Innovation, Seriosität und Verlässlichkeit. Mit Nachhaltigkeit haben wir dieses Werteverständnis bewusst erweitert. Gemeinsam geben diese Werte unserem unternehmerischen Handeln eine klare Richtung.

Heute können wir sagen: Wir haben wichtige Fortschritte erzielt. Nachhaltigkeit ist zunehmend Teil unserer Entscheidungen, unserer Steuerung und unserer Zusammenarbeit geworden. Dabei verstehen wir sie nicht als isoliertes Thema, sondern als Zusammenspiel im Kräftefeld von ökologischer Verantwortung, sozialem Engagement und wirtschaftlicher Stabilität.

Gleichzeitig bewegen wir uns in einem dynamischen regulatorischen Umfeld. Der European Green Deal, die CSRD und die ESRS schaffen neue Anforderungen an Transparenz und Vergleichbarkeit.



Manfred Stoffers
Stellvertretender Vorstandssprecher
MERKUR GROUP

Entscheidend ist jedoch die richtige Balance. Nachhaltigkeit darf nicht durch Bürokratie bestimmt und zum Selbstzweck degradiert werden, sondern muss ihre Wirksamkeit entfalten. Denn Nachhaltigkeit entsteht nicht auf dem Papier, sondern durch wirtschaftlich starke Unternehmen, die investieren, Innovationen vorantreiben und sichere Arbeitsplätze schaffen.

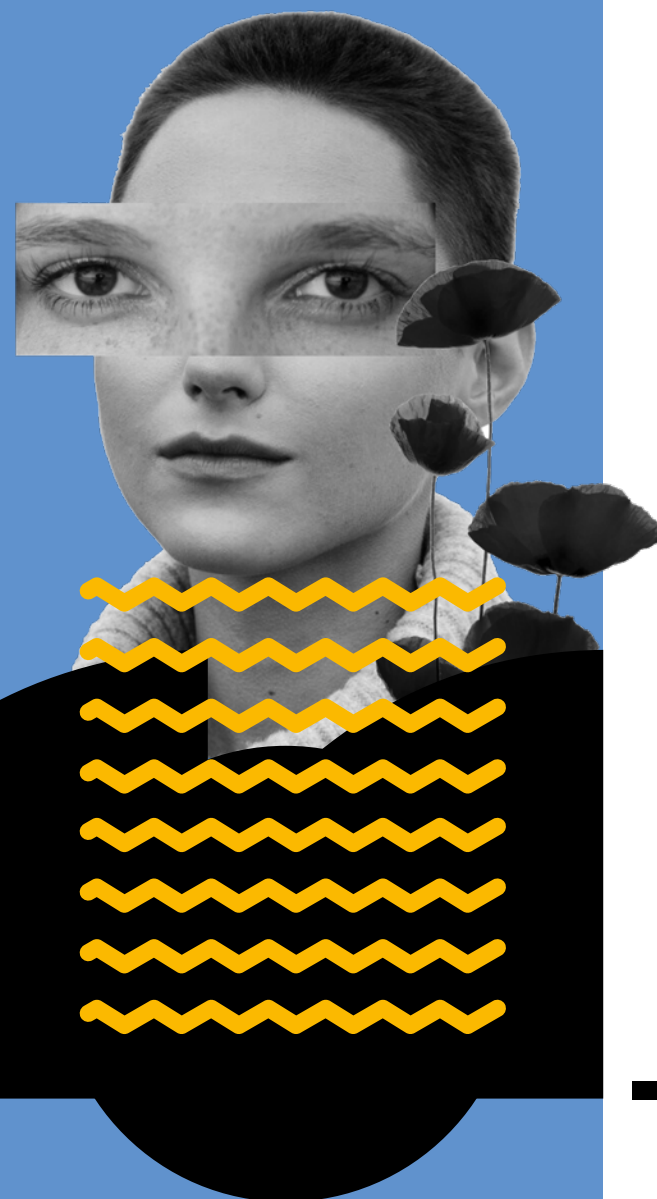
Dieses Journal ist eine Momentaufnahme auf unserem Weg. Es zeigt, wo wir stehen, was wir gelernt haben und wohin wir uns entwickeln wollen. Und es ist zugleich eine Einladung zum Dialog – innerhalb unseres Unternehmens und darüber hinaus.

**Wir sind auf dem Weg.
Und wir gehen ihn konsequent weiter.**


Manfred Stoffers

03

& MENSCHEN STRUKTUR



**Nachhaltigkeit
braucht Menschen,
die Verantwortung
übernehmen.**

Damit Nachhaltigkeit im Unternehmen wirksam werden kann, braucht es klare Zuständigkeiten, fachliche Expertise und die enge Zusammenarbeit vieler Bereiche. Vor diesem Hintergrund wurde im Jahr 2022 der Bereich GROUP Sustainability ins Leben gerufen, um Nachhaltigkeit gezielt zu steuern, transparent zu machen und systematisch in bestehende Strukturen zu integrieren.

Seitdem wird das Thema Nachhaltigkeit durch unser Team konsequent weiterentwickelt – nicht nur in Form von Kennzahlen und verpflichtender Berichterstattung, sondern mit dem klaren Ziel, Nachhaltigkeitsthemen strukturiert zu bündeln, klare Verantwortlichkeiten zu schaffen und eine fundierte Grundlage für Entscheidungen zu etablieren – von der Datenerhebung bis zur strategischen Weiterentwicklung.

Nachhaltigkeit
braucht Menschen,
die Verantwortung
übernehmen

MENSCHEN & STRUKTUR

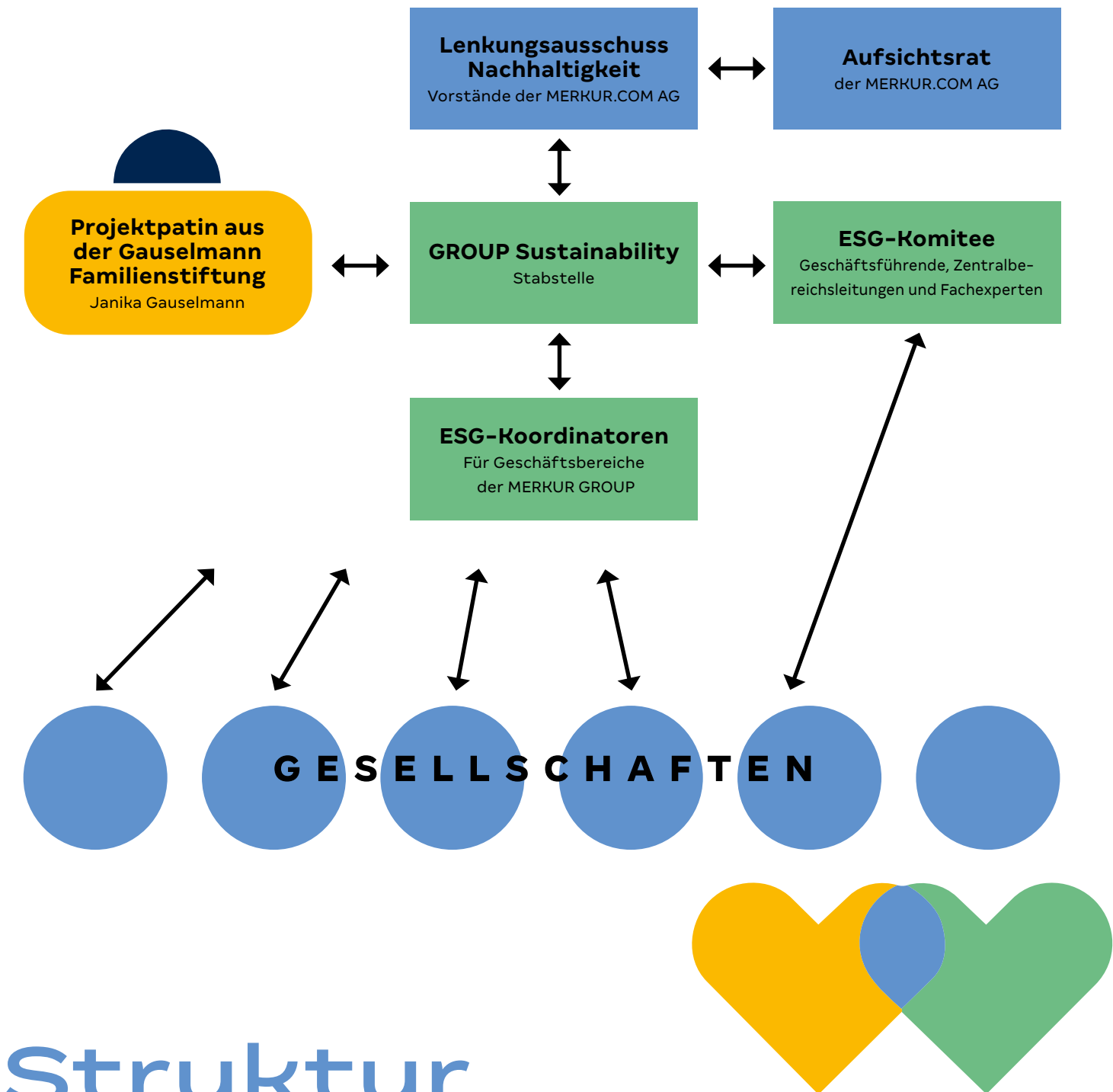
Ganzheitliche Integration ist entscheidend

Um Nachhaltigkeit nicht als isoliertes Projekt zu behandeln, sondern ganzheitlich in unsere Unternehmensstrukturen und Prozesse zu integrieren, ist eine Verankerung in allen Ebenen des Unternehmens wichtig.

Deshalb wurde der Lenkungsausschuss Nachhaltigkeit auf Vorstandsebene ins Leben gerufen, der die strategische Richtung setzt und zentrale Entscheidungen trifft. Die operative Umsetzung erfolgt funktionsübergreifend – in enger Zusammenarbeit zwischen einem ESG-Komitee, bestehend aus Expertinnen und Experten unterschiedlicher Fachbereiche, unseren ESG-Koordinatorinnen und -Koordinatoren und dem Bereich GROUP Sustainability. So entsteht ein starkes unternehmensweites Netzwerk, das Expertise bündelt und Nachhaltigkeit Schritt für Schritt in Prozesse, Entscheidungen und Strukturen integriert. Als zusätzliche Ansprechpartnerin steht uns dabei Janika Gauselmann (Mitglied im Vorstand der Gauselmann Familienstiftung) als Projektpatin zur Seite.

Ganzheitliche Integration ist entscheidend

Organisationsstruktur Nachhaltigkeit



Struktur

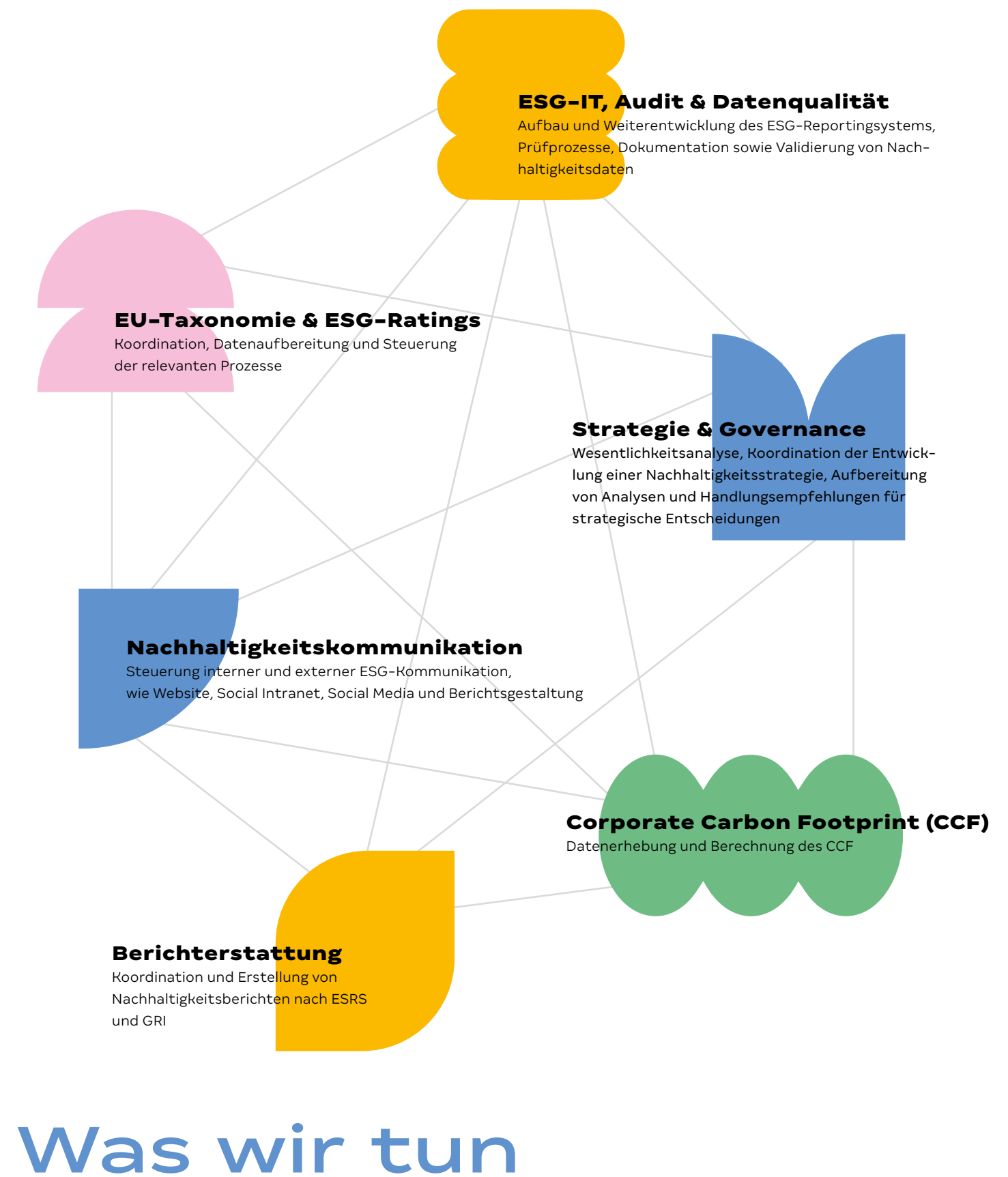


Patrik Groß, Junior Analyst Sustainability, Josephine Rosemeier, Project Manager GROUP Sustainability, Nils Rullkötter, Director of GROUP Marketing / GROUP Sustainability, Louisa Pfeil, Teamlead GROUP Sustainability und Sebastian Kitzelmann, Director of GROUP M&A / GROUP Sustainability.

Wer wir sind

Uns verbindet ein hoher Qualitätsanspruch sowie die gemeinsame Motivation, Nachhaltigkeitsthemen innerhalb der MERKUR GROUP aktiv zu gestalten und voranzutreiben!

Das Kernteam der GROUP Sustainability besteht aus fünf Mitarbeitenden mit unterschiedlichen fachlichen Schwerpunkten. Diese Vielfalt ermöglicht es uns, Nachhaltigkeit ganzheitlich zu denken und mit verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten.



Was wir tun

NEUER TEAMLEAD

STECKBRIEF

Name Louisa Pfeil

Position Teamlead GROUP Sustainability

Bereich GROUP Sustainability

Werdegang bei MERKUR

2018 Start als duale Studentin bei der MERKUR GROUP. Nach Abschluss zunächst Specialist HR Compliance im GROUP HR. 2023 Projektmanagerin Nachhaltigkeit, „(...)weil der Blick hier größer wird: nicht nur auf die Mitarbeitenden im Unternehmen selbst, sondern auch auf Gesellschaft, Umwelt, Regulatorik und die Frage, welche Verantwortung ein Unternehmen tatsächlich übernimmt.“ Seit März 2025 Teamlead für den Bereich GROUP Sustainability.

Dein Fokus

Nachhaltigkeit nicht auf Berichtspflichten zu reduzieren, sondern so aufzubauen, dass sie in Strukturen, Entscheidungen und Zusammenarbeit wirksam wird.

Was dich an der Sache antreibt

Dass Nachhaltigkeit sichtbar macht, wie ernst ein Unternehmen Verantwortung wirklich nimmt. Das ist kein Idealismus. Es ist eine reale Chance, Anspruch in Strukturen, Daten und Entscheidungen zu übersetzen. Man kann sie nutzen oder liegen lassen.

Größte Herausforderung

Komplexität so zu übersetzen, dass daraus Orientierung und nächste Schritte entstehen, ohne sie dabei glattzubügeln.

Was besonders Spaß macht

Wenn aus Regulatorik und Daten langsam etwas entsteht, mit dem man wirklich arbeiten kann. Besonders dann, wenn ein Thema morgens noch unlösbar wirkt und abends zumindest eine Richtung hat. Das ist selten glamourös, aber erstaunlich zufriedenstellend. Man wird bescheiden.

Dein Job in drei Worten

Übersetzen. Verankern. Weitermachen.

Ohne dieses Tool geht nichts

Humor. In der Bürokratie nicht vorgesehen, und deshalb unverzichtbar. Regulatorik wird dadurch nicht kürzer, aber man sieht sie freundlicher an.

Louisa Pfeil im Interview

Wie bist du zum Thema Nachhaltigkeit gekommen?

Mein Weg in die Nachhaltigkeit war kein klassischer, sondern hat sich aus meiner Zeit im HR-Bereich entwickelt. Für mich bedeutet Nachhaltigkeit, Entscheidungen bewusst und mit Blick in die Zukunft zu treffen – also so, dass sie auch langfristig Bestand haben. Da das auch meinem persönlichen Anspruch im beruflichen Handeln entspricht, war der Schritt in diesen Bereich für mich eine ideale Möglichkeit, dieses Potenzial gezielt einzubringen und weiterzuentwickeln.

Nachhaltigkeit zu etablieren ist ein komplexes Thema – wie hast du dich auf deine neue Aufgabe vorbereitet?

Indem ich mich intensiv mit den fachlichen Grundlagen auseinandergesetzt habe – sowohl mit regulatorischen Anforderungen als auch mit unseren internen Prozessen. Dabei habe ich schnell gemerkt: Nachhaltigkeit entsteht nicht im stillen Kämmerlein. Vieles ist im Unternehmen oder bestehenden Strukturen bereits unbewusst vorhanden – nur nicht immer gebündelt oder sichtbar. Genau hier liegt unsere Aufgabe: diese Ansätze zusammenzuführen, zu strukturieren und in belastbare Prozesse zu überführen. Dafür ist es aber entscheidend, das Unternehmen wirklich zu verstehen – denn nur so kann Nachhaltigkeit langfristig wirksam integriert werden.

Was fasziniert dich an deinem heutigen Aufgabengebiet am meisten?

Mich begeistert vor allem das Tempo, mit dem wir mit dem Bereich Nachhaltigkeit Strukturen aufgebaut haben. In kurzer Zeit sind belastbare Datenprozesse und klare Verantwortlichkeiten entstanden. Besonders spannend finde ich die Verbindung aus Analyse und Kommunikation: Wir arbeiten tief in den Kennzahlen und schaffen es gleichzeitig, diese so aufzubereiten, dass sie für andere verständlich und nutzbar werden. Und wir stehen noch am Anfang. Zu sehen, wie aus ersten Strukturen konkrete Unternehmensentscheidungen entstehen, motiviert mich jeden Tag aufs Neue.

Was macht euch als Team aus?

Gerade in einem dynamischen Umfeld wie der Nachhaltigkeit braucht es die richtige Balance aus Struktur und Flexibilität. Wir reagieren schnell und pragmatisch, ohne dabei die langfristige Ausrichtung aus dem Blick zu verlieren. Das funktioniert, weil bei uns im Team unterschiedliche Stärken zusammenkommen – von analytischer Tiefe bis hin zu Kommunikationsstärke. Und weil wir Verantwortung nicht nur für unsere Themen, sondern auch füreinander übernehmen.

STECKBRIEF

Name Patrik Groß
Position Junior Analyst Sustainability
Bereich GROUP Sustainability
Background BWL-Studium mit Schwerpunkten Controlling/Finanzen sowie Energie- und Nachhaltigkeitsmanagement

Dein Fokus

Unterstützung des Teams bei der Analyse und Aufbereitung von Nachhaltigkeitskennzahlen

Aktuelle „Lieblingskennzahl“

Umweltkennzahlen – sie bilden die grundlegende Basis für unseren Corporate Carbon Footprint (CCF), den wir bei der MERKUR GROUP im Geschäftsjahr 2025 das erste Mal eigenständig und vollständig berechnet haben.

Größte Herausforderung

Unterschiedliche Datenqualitäten aus verschiedenen Quellen vergleichbar und belastbar zusammenzuführen

Was besonders Spaß macht

Komplexe Kennzahlen entwickeln, berechnen und mit realistischen Annahmen arbeiten

Deine Motivation

Die Verbindung aus analytischem Arbeiten und dem Ziel, nachhaltige Entwicklungen transparenter zu machen

Patrik Groß
Junior Analyst

Dein Job in drei Worten

Analytisch. Datengetrieben. Herausfordernd.

Ohne dieses Tool geht nichts

Microsoft Excel

NEU IM TEAM

Unsere Nachhaltigkeitskoordinatorinnen und -koordinatoren

Melissa Hodde
MERKUR Games

Richard Hermann
MERKUR Operations & Sportsbetting

Svenja Backhaus
MERKUR Casinos

In der MERKUR GROUP kümmern sich drei Nachhaltigkeitskoordinatorinnen und -koordinatoren um die systematische Erhebung, Prüfung und Validierung relevanter Kennzahlen in den einzelnen Gesellschaften. Durch ihr breites Netzwerk und ihre tiefgehende Expertise in den jeweiligen Unternehmensbereichen leisten sie einen wichtigen Beitrag – insbesondere angesichts der Vielzahl an Tochterunternehmen.

Im Kern ihrer Arbeit steht das Datenmanagement: Sie koordinieren die Erhebung, Prüfung und Validierung aller nachhaltigkeitsrelevanten Kennzahlen über sämtliche Gesellschaften hinweg – national wie international. Dabei unterstützen sie die jeweiligen Ansprechpartner in den Gesellschaften vor Ort, klären Fragen, schaffen Verständnis für Anforderungen und stellen sicher, dass die Daten nicht nur vollständig, sondern auch plausibel und vergleichbar sind.

In enger Zusammenarbeit mit den Nachhaltigkeitskoordinatorinnen und -koordinatoren treiben sie im Bereich GROUP Sustainability die kontinuierliche Weiterentwicklung der Datenerfassungsprozesse voran und schaffen einheitliche, konzernweite Standards. Das bildet die Grundlage für eine verlässliche Nachhaltigkeitsberichterstattung und leistet gleichzeitig einen wichtigen Beitrag, um Transparenz zu erhöhen, Fortschritte messbar zu machen und Nachhaltigkeit in der Unternehmensgruppe zu verankern.

NACHHALTIGKEIT MESS- BAR MACHEN

04

Politische Leitplanken im Wandel



VERANTWORTUNG

Politische Entscheidungen und regulatorische Vorgaben bestimmen den Takt, in dem sich Nachhaltigkeit im Unternehmen weiterentwickelt. Sie machen konkreter, was Nachhaltigkeit für Unternehmen bedeutet und welche Antworten wir als MERKUR GROUP darauf in der Praxis finden müssen.

Eine kurze Einordnung.



Regulatorik.

Seit dem European Green Deal im Jahr 2019 wird Nachhaltigkeit in Europa zunehmend rechtlich verankert. Mit der **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** und den dazugehörigen **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** definiert die EU verbindliche Vorgaben für die Nachhaltigkeitsberichterstattung großer Unternehmen.

Mit dem **Omnibus-Paket** wurden zentrale Elemente angepasst und zeitlich neu geordnet. Der Anwendungsbereich wurde überarbeitet, Schwellenwerte neu gefasst. Weitere Präzisierungen der ESRS werden 2026 erwartet. Aus dem **Green Deal** entstehen zudem weitere verbindliche Vorgaben zu unternehmerischen Sorgfaltspflichten, Rohstoffnachweisen und wirtschaftlichen Steuerungsinstrumenten wie **EU-Taxonomie** und **CO₂-Grenzausgleich**. Gemeinsam ist diesen Vorgaben, dass sie Nachhaltigkeit nicht mehr als freiwillige Initiative verstehen, sondern als Bestandteil unternehmerischer Verantwortung und Steuerung.

Glossar

Green Deal – European Green Deal

Der politische Rahmen der EU für die nachhaltige Transformation. Er steht für zentrale Initiativen und Regelwerke, mit denen Europa bis 2050 klimaneutral werden soll.

CSRD – Corporate Sustainability Reporting Directive

Die EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Sie definiert den rechtlichen Rahmen dafür, welche Unternehmen wie über Nachhaltigkeit berichten.

ESRS – European Sustainability Reporting Standards

Die Berichtsstandards zur CSRD. Sie konkretisieren, welche Nachhaltigkeitsinformationen Unternehmen offenlegen müssen.

GRI – Global Reporting Initiative

Ein international etablierter Standard für die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung. Er schafft Orientierung dafür, wie Unternehmen über Nachhaltigkeitsthemen berichten können.

Omnibus-Paket

Bezeichnung für ein EU-Maßnahmenpaket, mit dem bestehende Vorgaben unter anderem zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und zu Sorgfaltspflichten angepasst und verschoben werden.

EU-Taxonomie

Ein EU-Regelwerk zur Einordnung ökologisch nachhaltiger Wirtschaftstätigkeiten.

CO₂-Grenzausgleich – CBAM – Carbon Border Adjustment Mechanism

Der CO₂-Grenzausgleichsmechanismus der EU für bestimmte Importe. Er soll Wettbewerbsverzerrungen durch unterschiedlich hohe CO₂-Kosten verringern.

UNSER UMGANG MIT DIESER DYNAMIK

Auch wenn die Berichtspflicht für die MERKUR GROUP nach aktuellem Stand erst später greift, bereiten wir uns gezielt auf die europäischen Standards vor. Nach aktueller Einschätzung wird die CSRD-Berichtspflicht für uns ab dem Geschäftsjahr 2028 relevant. Ergänzend orientieren wir uns freiwillig am international etablierten GRI-Standard, um unsere Nachhaltigkeitsinformationen strukturiert und nachvollziehbar aufzubereiten. Die verbleibende Zeit nutzen wir, um die notwendigen Grundlagen systematisch aufzubauen. Dazu entwickeln wir unser Datenmanagement weiter, klären Zuständigkeiten und prüfen bestehende Prozesse im Hinblick auf künftige Anforderungen.

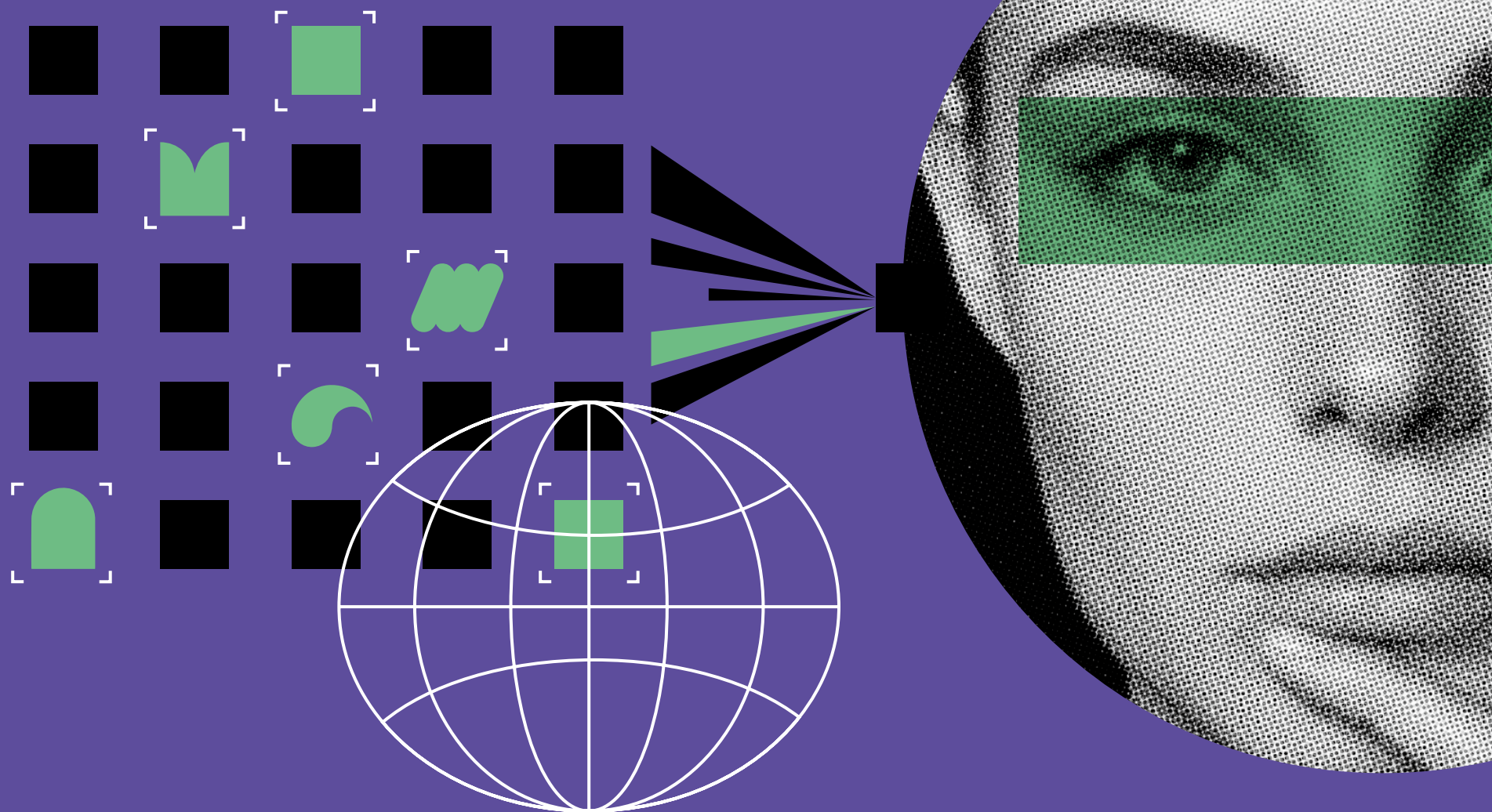
Gleichzeitig berücksichtigen wir, dass sich regulatorische Details weiterentwickeln werden. Wir verfolgen diese Entwicklungen kontinuierlich und beziehen sie in unsere Planung ein. Auf diese Weise schaffen wir Schritt für Schritt die Voraussetzungen für eine strukturierte und verlässliche Umsetzung der europäischen Vorgaben.



05

WESENTLICHKEIT

Wesentlich ist,
was Wirkung hat



Was ist wirklich wichtig - und für wen?

Mit der Wesentlichkeitsanalyse bewerten wir als MERKUR GROUP, welche Nachhaltigkeitsthemen für unsere Geschäftstätigkeit, unsere Anspruchsgruppen und unsere Berichterstattung besonders relevant sind. Entscheidend ist dabei die doppelte Perspektive: Welche Auswirkungen hat unser Handeln auf Umwelt und Gesellschaft? Und welche Chancen und Risiken ergeben sich daraus für uns als Unternehmen?

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein wichtiger Schritt, um Nachhaltigkeitsthemen systematisch einzuordnen. Sie analysiert, welche Themen für ein Unternehmen relevant sind, und liefert dafür nachvollziehbare Gründe.

Bevor die Wesentlichkeitsanalyse zur Ermittlung wichtiger Themen eingesetzt werden kann, muss zunächst das passende Vorgehen entwickelt werden. Weil kein Unternehmen dem anderen gleicht, gibt es keine vollständig einheitliche praktische Umsetzung. Auch wir als MERKUR GROUP standen vor der Aufgabe, ein Verfahren zu entwickeln, anzuwenden und kontinuierlich zu verbessern. Vorgegeben war der methodische Rahmen als Grundlage für die Ausgestaltung unserer Wesentlichkeitsanalyse. Dieser stützt sich inhaltlich auf vordefinierte Nachhaltigkeitsthemen sowie Anforderungen an die Berichterstattung.

Unsere Wesentlichkeitsanalyse sollte vor allem eines leisten: große Datenmengen und unterschiedliche Perspektiven bündeln, vielschichtige Bewertungen verständlich machen und daraus ein klares, belastbares Gesamtbild entwickeln. Für unsere global aufgestellte Unternehmensgruppe mit über 200 Tochtergesellschaften war dieser Prozess anspruchsvoll.

In einem intensiven Prozess haben wir die Wesentlichkeitsanalyse entwickelt. Dieser erste Schritt war wichtig, doch die entscheidende Phase folgte erst mit ihrer Durchführung.

Was macht ein Thema wesentlich?

Insgesamt existieren rund 100 Nachhaltigkeitsthemen, die wir grundsätzlich betrachten müssen. Eine Verpflichtung, alle Themen gleichzeitig zu verbessern, besteht jedoch nicht. Entscheidend ist vielmehr, die tatsächlich relevanten Handlungsfelder zu erkennen und zu bewerten. Mit der Wesentlichkeitsanalyse bestimmen wir aus der Vielzahl möglicher Themen diejenigen, die für die MERKUR GROUP von besonderer Bedeutung sind.

Ein Beispiel für ein wesentliches Thema sind nachhaltige Arbeitsbedingungen: Faire Bezahlung, Arbeitssicherheit, Chancengleichheit und Weiterbildung wirken unmittelbar auf das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden. Gleichzeitig beeinflussen genau diese Faktoren Motivation, Leistungsfähigkeit und damit auch unseren Unternehmenserfolg.

Hier wird die sogenannte doppelte Wesentlichkeit deutlich. Wir betrachten einerseits, wie unser unternehmerisches Handeln auf Menschen und Umwelt wirkt. Andererseits analysieren wir, welche Risiken und Chancen sich aus diesen Themen für uns als MERKUR GROUP ergeben. Erst diese doppelte Perspektive ermöglicht es, Verantwortung und Wirtschaftlichkeit zusammenzudenken. Sie bildet die Grundlage für eine umfassende und transparente Bewertung von Risiken, Chancen und unternehmerischer Verantwortung. Ohne diese doppelte Perspektive besteht die Gefahr, dass Unternehmen vor allem vorteilhafte Themen in den Vordergrund stellen und kritische Aspekte zu wenig berücksichtigen. Die doppelte Wesentlichkeit hilft, solche Verzerrungen zu vermeiden.

Eine wichtige Rolle bei der Wesentlichkeitsanalyse spielen externe Perspektiven. Sie unterstützen uns dabei, relevante Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und einzuordnen. So entsteht eine fundierte Entscheidungsgrundlage, um Nachhaltigkeitsthemen gezielt zu bewerten und weiterzuentwickeln





Von der Theorie in die Praxis

Die Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse erfolgt in einem methodischen Rahmen. Die konkrete Umsetzung muss jedoch zum jeweiligen Unternehmen passen. Auch wir haben ein Vorgehen entwickelt, das zu unserer Organisation und unseren Anforderungen passt. Josephine Rosemeier, Project Manager GROUP Sustainability, gibt einen Einblick in die Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse:

Wie seid ihr vorgegangen, um aus rund 100 Nachhaltigkeitsthemen die wesentlichen Themen für die MERKUR GROUP zu bestimmen?

Als Grundlage für die Themenauswahl haben wir unsere Wertschöpfungskette systematisch und detailliert abgebildet. So konnten wir transparent machen, an welchen Stellen unserer Geschäftsaktivitäten wir mit Nachhaltigkeit in Berührung kommen. Zudem haben wir bewusst externe Unterstützung eingebunden, um ein geeignetes Bewertungsinstrument zu entwickeln, mit dem wir die Vielzahl an Themen systematisch erfassen und einordnen können. Auf dieser Basis haben wir gemeinsam mit verschiedenen Fachbereichen der MERKUR GROUP die Nachhaltigkeitsthemen bewertet. Rund 30 Mitglieder des ESG-Komitees haben in zehn Workshops über mehrere Tage hinweg Einschätzungen eingebracht und die Themen aus unterschiedlichen Perspektiven bewertet. Insgesamt kamen über 10.000 Bewertungen zusammen. Am Ende haben wir die Ergebnisse zusammengeführt und mit unseren Stakeholdern diskutiert.

Wie habt ihr die vielen Bewertungen strukturiert verarbeitet?

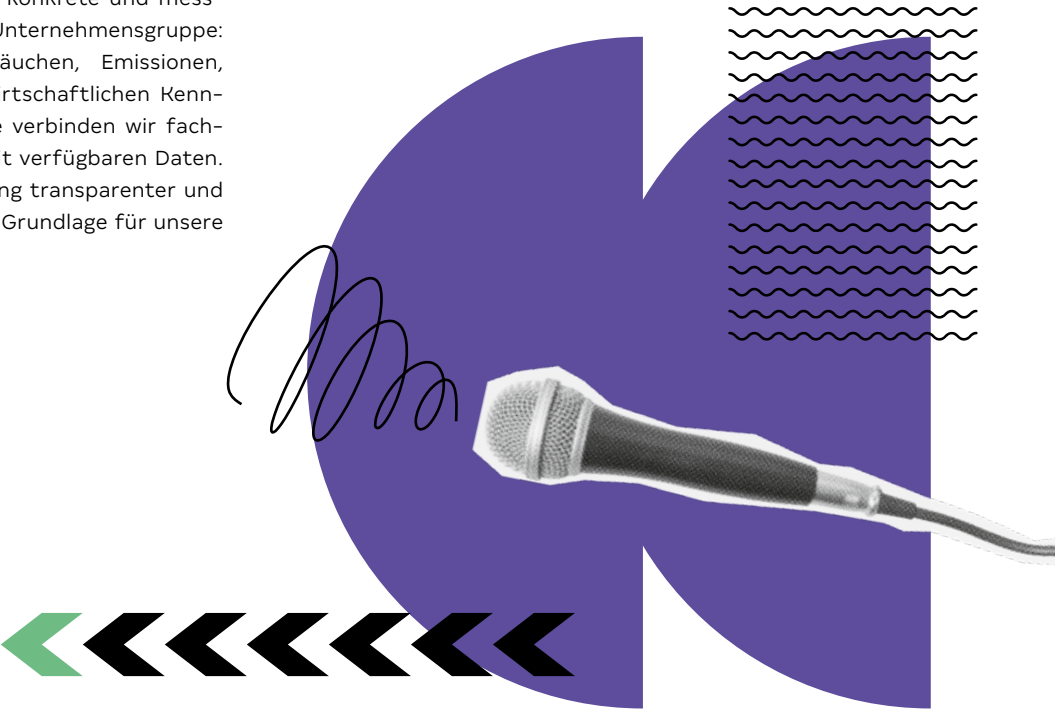
Die Bewertungen kamen aus unterschiedlichen Fachbereichen und Perspektiven. Deshalb ließen sie sich nicht direkt miteinander vergleichen. Wir haben sie zunächst in ein System überführt, das wir gemeinsam mit der Beratungsfirma entwickelt haben. Die Bewertungen wurden anhand klar definierter Kriterien mit einem Punktesystem vergeben. So konnten wir die Informationen vergleichbar machen, Schritt für Schritt ein konsistentes Gesamtbild entwickeln und am Ende die Themen bestimmen, die für uns wesentlich sind.

Wie stellt ihr die Glaubwürdigkeit der Ergebnisse sicher? Und wie vermeidet ihr dabei mögliche Verzerrungen durch interne Bewertungen?

Die doppelte Wesentlichkeit ist die methodische Grundlage im Bewertungsprozess. Sie hilft uns, unterschiedliche Perspektiven einzubeziehen, Bewertungen nachvollziehbar zu machen und mögliche Verzerrungen zu reduzieren. Darüber hinaus stützen wir die Einschätzungen unseres ESG-Komitees, wo immer möglich, auf konkrete und messbare Daten aus der Unternehmensgruppe: etwa zu Energieverbräuchen, Emissionen, Mitarbeitenden oder wirtschaftlichen Kennzahlen. Auf diese Weise verbinden wir fachliche Einschätzungen mit verfügbaren Daten. Das macht die Bewertung transparenter und schafft eine belastbare Grundlage für unsere Wesentlichkeitsanalyse.

Die MERKUR GROUP hat eine Vielzahl an Geschäftsfeldern, die sich weiterentwickeln. Wie berücksichtigt ihr Veränderungen entlang der Wertschöpfungskette in der Wesentlichkeitsanalyse?

Wir überprüfen unsere wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen alle zwei Jahre und passen sie bei Bedarf an. Methodisch orientieren wir uns an der Wertschöpfungskette der Unternehmensgruppe sowie an den europäischen Nachhaltigkeitsstandards ESRS und dem freiwilligen GRI-Standard. Besonders wichtig ist uns dabei der regelmäßige Austausch mit externen Stakeholdern. Er hilft uns, Entwicklungen einzuordnen und Veränderungen frühzeitig zu berücksichtigen. 2025 haben wir unseren ersten Aktualisierungszyklus abgeschlossen. Dabei haben wir überprüft, ob die bisherigen Bewertungen weiterhin tragen oder einzelne Themen neu eingeordnet werden müssen. Die Prüfung bestätigt die bisherige Priorisierung und Richtung – nur einzelne Themen haben sich verschoben.



IN SECHS SCHRITTEN

zu den wesentlichen Themen

1. Geschäftsaktivitäten bestimmen

Zu Beginn haben wir geklärt, welche Geschäftsaktivitäten für die Wesentlichkeitsanalyse relevant sind, und die Wertschöpfungskette der MERKUR GROUP systematisch abgebildet.



2. Auswirkungen definieren

Nachdem wir 39 Wirtschaftsaktivitäten für die MERKUR GROUP identifiziert hatten, haben wir ihre möglichen positiven und negativen Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft erfasst.



3. Chancen und Risiken identifizieren

Im Rahmen der finanziellen Wesentlichkeit prüften wir, welche Chancen und Risiken sich aus Nachhaltigkeitsthemen für die MERKUR GROUP ergeben können.



4. Bewerten

Um diese komplexen Themen belastbar bewerten zu können, braucht es das Know-how vieler Kolleginnen und Kollegen aus der MERKUR GROUP. Das ESG-Komitee hat die Auswirkungen, Chancen und Risiken anhand definierter Kriterien bewertet. Dabei sind insgesamt 10.783 Bewertungen zusammengekommen.



5. Zusammenführen

Die Bewertungen wurden zusammengeführt, verarbeitet und im zehnten Workshop gemeinsam überprüft.



6. Stakeholder-Dialog

Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse haben wir externen Stakeholdern aus Politik, Finanzwesen, Wirtschaft sowie Bildungs- und Sozialwesen vorgestellt und mit ihnen diskutiert. Dabei zeigte sich eine hohe Übereinstimmung mit den intern erarbeiteten Ergebnissen.

DIE WESENTLICHEN THEMEN IN DER MERKUR GROUP

Die wesentlichen Themen in der MERKUR GROUP

Unsere wesentlichen Themen lassen sich in vier Felder gliedern. Sie orientieren sich an etablierten Nachhaltigkeitskategorien und strukturieren zugleich die inhaltlichen Schwerpunkte unserer Berichterstattung: Von zentralen Partnern bis zu eher stillen, aber grundlegenden Akteuren. Wer im Detail dazu gehört, erläutern wir ab Seite 34.

Im Bereich **Unternehmensführung** stehen verantwortungsvolle Führung, klare Zuständigkeiten und die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben im Mittelpunkt. Diese Aspekte bilden das Fundament für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln.

Im Bereich **Umwelt** beschäftigen wir uns insbesondere mit Treibhausgasemissionen und dem Einsatz von Ressourcen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Im Themenfeld **Soziales** richten wir unseren Fokus vor allem auf die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Endnutzerinnen und Endnutzer. Dabei stehen insbesondere unsere Spielerinnen und Spieler im Mittelpunkt und die Frage, wie sie konkret mit unseren Angeboten umgehen bzw. darauf reagieren. Entsprechend kommt Responsible Gaming eine zentrale Bedeutung zu.

Im Bereich **Wirtschaft** leisten stabile Geschäftsmodelle einen Beitrag zur Sicherung von Arbeitsplätzen und verlässlichen Lieferketten. Darüber hinaus tragen wir durch Steuerleistungen zur Finanzierung



öffentlicher Aufgaben bei und setzen uns für faire Wettbewerbsbedingungen ein. Diese wirtschaftliche Dimension haben wir bewusst ergänzt, weil sie eine Grundlage dafür bildet, Verantwortung langfristig wahrnehmen zu können.

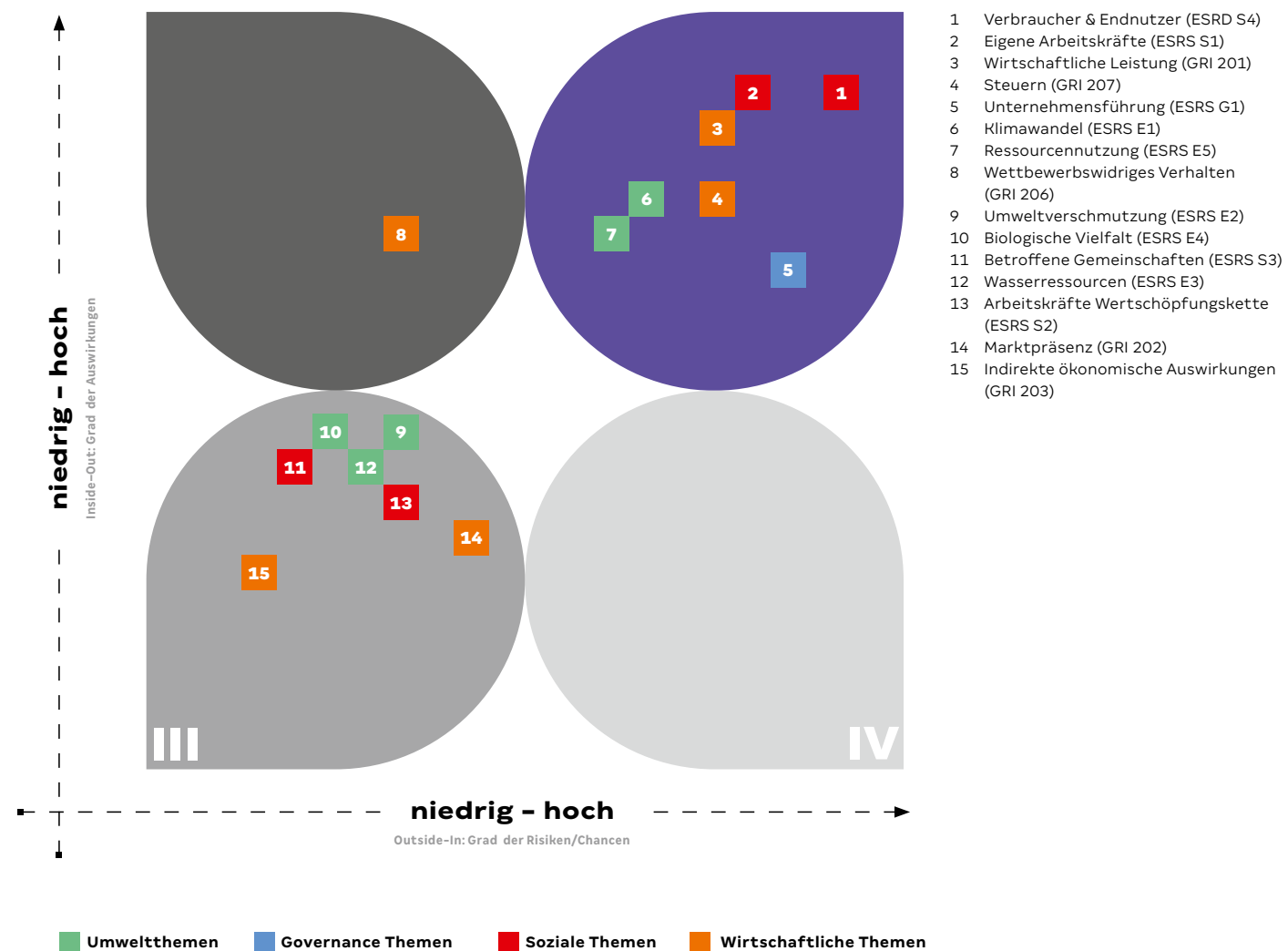
In ihrer Gesamtheit geben die Themenfelder einen Überblick darüber, wo die MERKUR GROUP wesentliche Auswirkungen, Chancen und Risiken sieht. Dabei hilft uns insbesondere die strukturierte Bewertung der einzelnen Themen, Prioritäten zu setzen und unsere Nachhaltigkeitsarbeit gezielt weiterzuentwickeln.

Den zentralen Kategorien sind acht wesentliche Themen untergeordnet:

1. **Verbraucher & Endnutzer**
2. **Mitarbeitende der MERKUR GROUP**
3. **Wirtschaftlichkeit**
4. **Steuern**
5. **Unternehmensführung**
6. **Klimawandel**
7. **Ressourcennutzung**
8. **Fairer Wettbewerb**

Ergebnisdarstellung

Wesentlichkeitsmatrix 2025



Die Wesentlichkeitsmatrix bietet einen kompakten Überblick über die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen und ihre Gewichtung. Sie ordnet sie anhand der beiden Dimensionen „Auswirkungsgrad unserer Geschäftstätigkeit“ sowie die damit verbundenen „Chancen und Risiken“.



Scannen Sie den QR-Code und erfahren Sie im Video mehr darüber, wie wir unsere Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt haben:

1. Verbraucher & Endnutzer

Spiel-, Wett- und Online-Angebote sind Teil eines regulierten Unterhaltungsmarkts. Für die MERKUR GROUP ist entscheidend, dass Menschen diese Angebote informiert, sicher und verantwortungsvoll nutzen können. Deshalb stehen klare Regeln, verständliche Informationen und Prävention im Mittelpunkt. Dazu gehören Responsible Gaming, der Schutz Minderjähriger, Datenschutz, verantwortungsvolle Vermarktung sowie transparente Hinweise zu Spielregeln, Gewinnchancen, Risiken und Hilfsangeboten.

2. Mitarbeitende der MERKUR GROUP

Unsere Unternehmensgruppe lebt von den Menschen, die in Spielstätten, Spielbanken, Online-Casinos, Produktion, Entwicklung, Verwaltung und vielen weiteren Bereichen arbeiten. Für sie geht es um verlässliche Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit, faire Behandlung, Weiterbildung und ein respektvolles Miteinander. Diese Themen sind wesentlich, weil sie unmittelbar auf Motivation, Bindung und Leistungsfähigkeit wirken.

3. Wirtschaftlichkeit

Verantwortung braucht wirtschaftliche Stabilität. Nur ein wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen kann Arbeitsplätze sichern, investieren, Innovationen vorantreiben und langfristig in regulierten Märkten bestehen. Für die MERKUR GROUP ist wirtschaftliche Leistungsfähigkeit deshalb kein Gegenpol zu Nachhaltigkeit, sondern eine Voraussetzung dafür, Verantwortung dauerhaft wahrnehmen zu können.

4. Steuern

Steuern und Abgaben zeigen, dass unternehmerische Wertschöpfung auch einen öffentlichen Beitrag leistet. Die MERKUR GROUP erfüllt steuerliche Pflichten als selbstverständlichen Teil ihrer unternehmerischen Verantwortung. Dazu gehören Unternehmenssteuern, mitarbeiterbezogene Abgaben und sektorspezifische Abgaben im Glücksspielumfeld z.B. Glücksspielabgaben und Vergnü- gungssteuern Entscheidend ist ein regel- konformer Umgang mit steuerlichen Vorgaben.



5. Unternehmens- führung

In einem regulierten Geschäfts- umfeld braucht verantwortliches Handeln klare Regeln, Zuständig- keiten und Kontrollen. Für die MERKUR GROUP gehören dazu Compliance-Strukturen, der Code of Conduct, interne Kontroll- mechanismen und das Hinweis- gebersystem SPEAK UP. Sie sollen helfen, rechtmäßiges und integres Verhalten zu sichern und mögliche Regelverstöße frühzeitig erkenn- bar zu machen.

6. Klimawandel

Klimabezogene Verantwortung beginnt bei einer eigenen Daten- und Entscheidungsgrundlage. Für die MERKUR GROUP geht es vor allem um Energieverbrauch, direk- te und indirekte Treibhausgas- emissionen sowie Risiken, die sich aus Klimawandel, Regulierung und steigenden Kosten ergeben können. Das bestehende Energiemanage- ment, Effizienzmaßnahmen und die Weiterentwicklung der Emis- sionsdaten bilden die Grundlage für die nächsten Schritte.

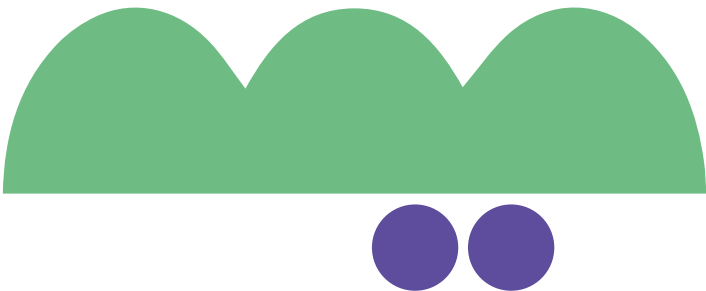
7. Ressourcennutzung

Spielgeräte, Terminals und tech- nische Systeme bestehen aus Materialien, die beschafft, ver- arbeitet, genutzt, repariert und am Ende ihres Lebenszyklus ver- wertet werden müssen. Deshalb ist Ressourcennutzung für die MERKUR GROUP besonders eng mit Produktion, Elektronikkompo- nenten, Ersatzteilen und Wieder- aufbereitung verbunden. Im Fokus steht, Materialien möglichst lange im Einsatz zu halten und Abfälle sachgerecht zu behandeln.

8. Fairer Wettbewerb

Fairer Wettbewerb ist die Grund- lage für funktionierende regulierte Märkte. Für die MERKUR GROUP bedeutet das, kartell- und wett- bewerbsrechtliche Vorgaben ein- zuhalten und Geschäftspartnern, Kundinnen und Kunden sowie Behörden verlässlich gegenüber- zutreten. Compliance-Strukturen, klare Erwartungen an rechtmä- ßiges Verhalten und Meldemögli- chkeiten über SPEAK UP unterstüt- zen diesen Anspruch.

Welche Themen für
die MERKUR GROUP
nicht als wesentlich
eingestuft wurden
– und warum

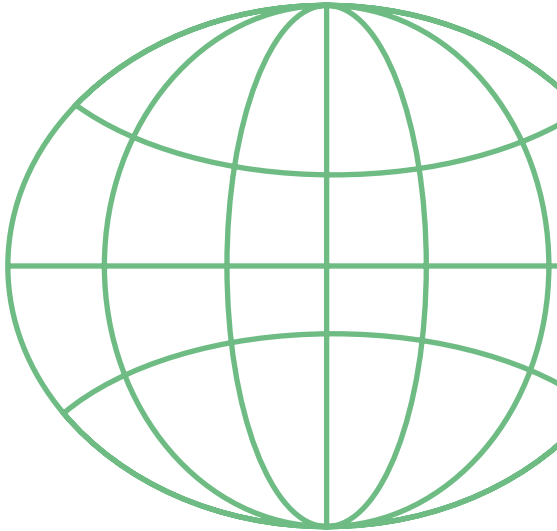


Die Einstufung eines Themas als nicht wesentlich bedeutet nicht, dass das Thema grundsätzlich unwichtig für die MERKUR GROUP ist. Sie ist das Ergebnis einer strukturierten Analyse und zeigt, dass ein Thema den festgelegten Schwellenwert nicht erreicht hat. Im Verhältnis zu anderen Themen ist es in der Bewertung weniger stark ins Gewicht gefallen.

Diese Einschätzung ist nicht statisch. Sie wird regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst. Das gilt besonders dann, wenn sich interne Strukturen oder externe Rahmenbedingungen verändern. Der reguläre Aktualisierungszyklus beträgt zwei Jahre. So bleibt die Bewertung anschlussfähig an die Entwicklung des Unternehmens.

Unsere aktuellen nicht als wesentlich
eingestuften Themen

- Umweltverschmutzung
- Biologische Vielfalt
- Betroffene Gemeinschaften
- Wasserressourcen
- Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette
- Marktpräsenz
- Indirekte ökonomische Auswirkungen



Die Ergebnisse unserer Wesentlichkeitsanalyse bilden die Grundlage für unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung und die Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsfahrplans. Sie helfen uns, unsere Schwerpunkte nachvollziehbar zu setzen und uns auf die Themen zu konzentrieren, die nach unserer Analyse wesentlich sind.

Wir haben von Anfang an externe Stakeholder aktiv eingebunden. Der Dialog hat uns zusätzliche Perspektiven eröffnet und dazu beigetragen, die Ergebnisse unserer Analyse einzuordnen. Mehr dazu lesen Sie auf den folgenden Seiten.

WESENT



LICH!

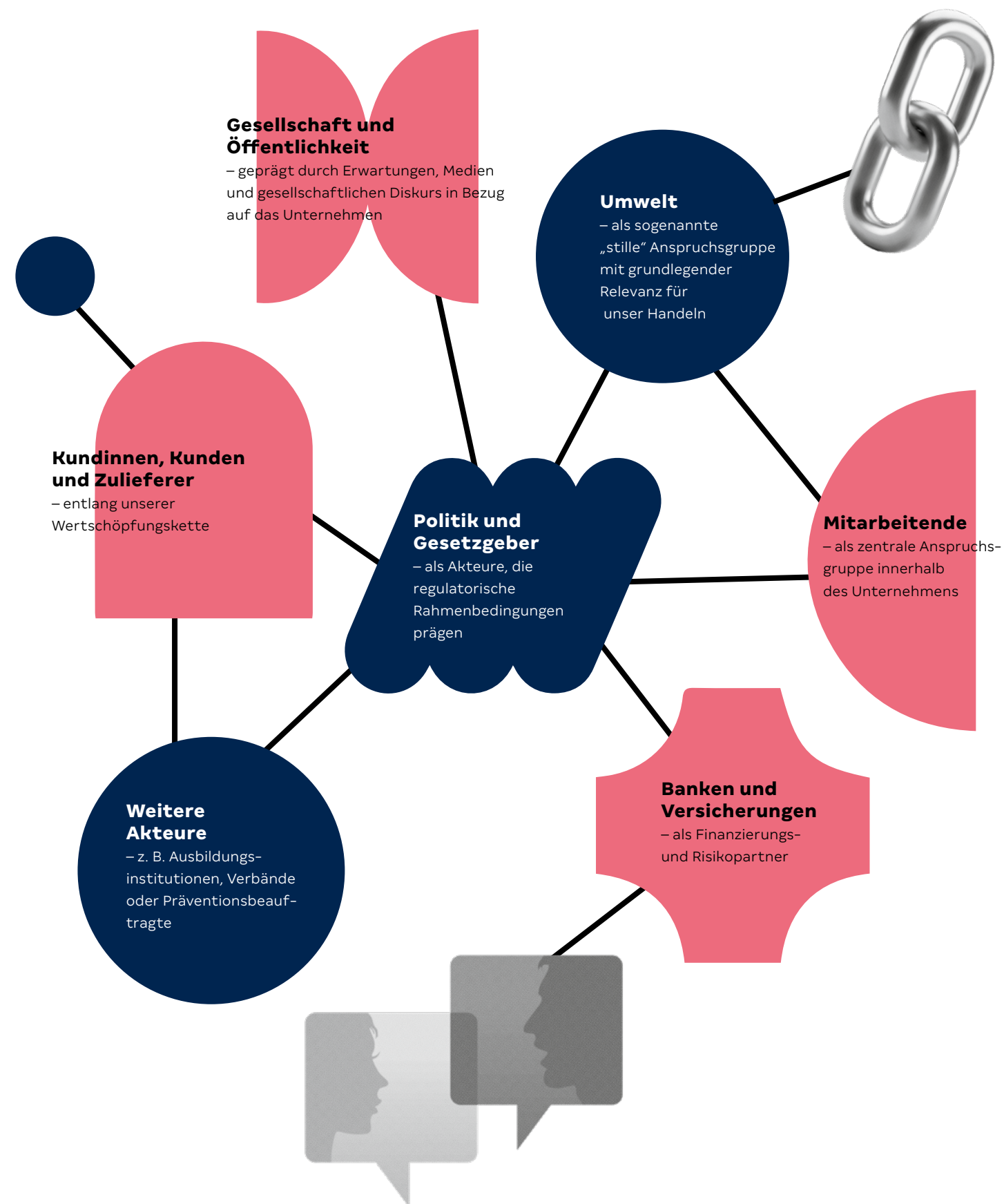


Im Dialog mit unseren Stakeholdern

Nachhaltigkeit entsteht nicht im Unternehmen allein. Sie braucht den Austausch mit Menschen und Institutionen, die unser Handeln einordnen, bewerten oder davon betroffen sind. Für uns als MERKUR GROUP ist dieser Dialog wichtig, weil unser unternehmerisches Handeln von unterschiedlichen Erwartungen, regulatorischen Anforderungen und gesellschaftlichen Perspektiven begleitet wird.

Der Austausch mit unseren Stakeholdern hilft uns, relevante Themen zu identifizieren, Erwartungen besser zu verstehen, mögliche Risiken frühzeitig zu erkennen und Entscheidungen differenziert vorzubereiten. Gleichzeitig stärkt er auch die Nachvollziehbarkeit unserer Nachhaltigkeitsarbeit.

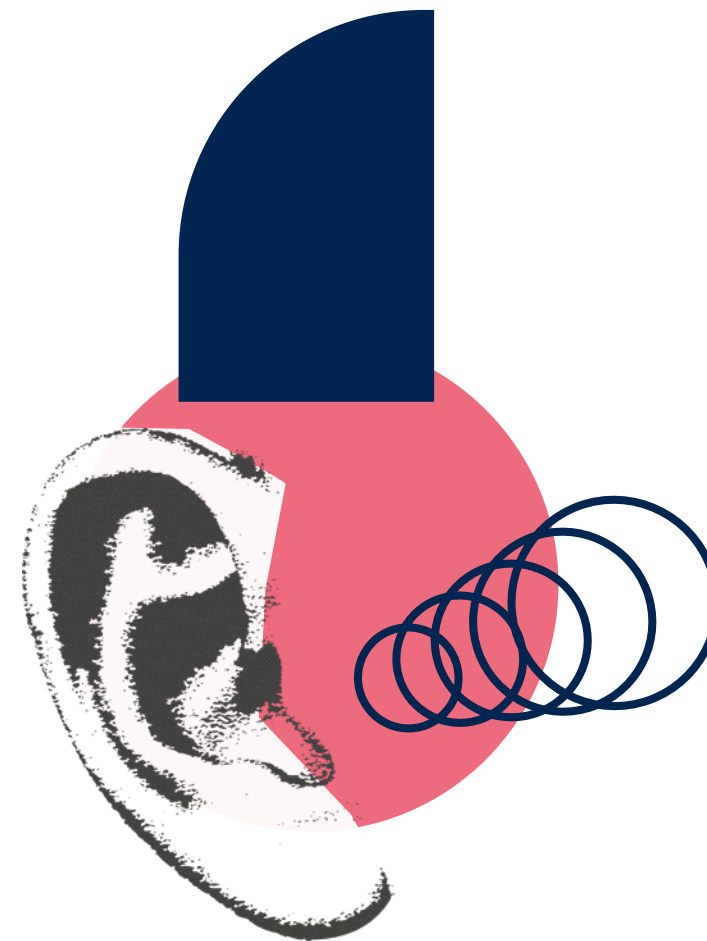
Als Stakeholder der MERKUR GROUP verstehen wir alle Anspruchsgruppen, die von unseren Aktivitäten beeinflusst werden oder selbst Einfluss auf unser unternehmerisches Handeln nehmen. Auch die europäischen Nachhaltigkeitsstandards ESRS (European Sustainability Reporting Standards) sehen eine strukturierte Auseinandersetzung mit den relevanten Stakeholdern und ihren Erwartungen vor.



WIE SIEHT UNSER STAKEHOLDER-DIALOG AUS?

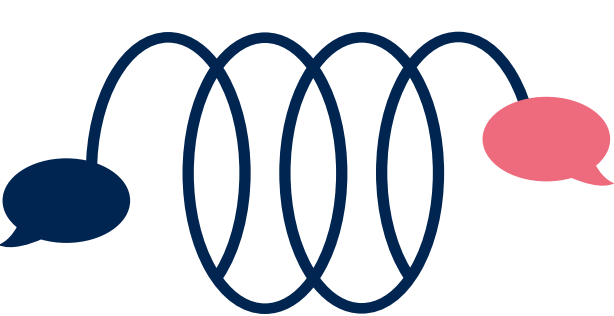
Wir stehen regelmäßig mit den Anspruchsgruppen im Austausch, die für unsere Nachhaltigkeitsarbeit besonders relevant sind. Dazu nutzen wir unterschiedliche Formate – darunter direkte Abstimmungen und Interviews oder aber ESG-Fragebögen, Workshops und Fachgespräche.

Entscheidend ist für uns, Erwartungen frühzeitig zu erkennen, Anforderungen transparent zu machen und wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsarbeit aufzunehmen. Denn ein kontinuierlicher Dialog stellt sicher, dass Nachhaltigkeit nicht isoliert betrachtet wird, sondern im engen Austausch mit den Perspektiven, die für unser Unternehmen und unser Umfeld relevant sind.



Interview mit Dr. Gerald Staacke und Benjamin Schattenberg, IHK Ostwestfalen

Neben einem aktiven und kontinuierlichen Dialog mit unseren Stakeholdern bildet auch der Austausch mit anderen Unternehmen eine wertvolle Grundlage für unsere Arbeit. Die Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen bietet mit ihrem Umweltausschuss ein regionales Forum, in dem Unternehmen aus Ostwestfalen Nachhaltigkeitsthemen diskutieren und Erfahrungen teilen können. Im Herbst 2026 wird der Umweltausschuss erstmals bei der MERKUR GROUP zu Gast sein und einen tieferen Einblick in unsere Nachhaltigkeitsarbeit erhalten.



Dr. Gerald Staacke
Referatsleiter Planung und Umwelt



Benjamin Schattenberg
Referent Innovation, Technologie, Nachhaltigkeit

Dr. Gerald Staacke und Benjamin Schattenberg organisieren den Umweltausschuss und erläutern im Interview, warum der gegenseitige Austausch so wichtig ist und wie Unternehmen davon profitieren können:

Welche Rolle spielt der IHK-Umweltausschuss für den Austausch zu Nachhaltigkeitsthemen und warum ist dieser Dialog wichtig?

Der IHK-Umweltausschuss bietet ein starkes Netzwerk, in dem regionale Unternehmen Nachhaltigkeitsthemen gemeinsam diskutieren und einordnen. Er bündelt Expertise, ermöglicht den Austausch bewährter Praxisbeispiele und unterstützt dabei, Herausforderungen – etwa im Hinblick auf Regulierung, Technik und Wirtschaftlichkeit – gemeinsam zu bewältigen. Gerade bei wachsenden Anforderungen wie CSRD und ESRS bietet der Ausschuss Orientierung und schafft Sicherheit. Der Austausch fördert den Wissenstransfer, macht Risiken frühzeitig sichtbar und hilft, praxistaugliche Lösungen für die Umsetzung neuer Anforderungen zu entwickeln. Gleichzeitig stärkt er die regionale Vernetzung und den Zusammenhalt zwischen Unternehmen in Ostwestfalen.

Welche Vorteile ergeben sich, wenn Unternehmen aktiv den Austausch mit ihren Stakeholdern suchen?

Ein aktiver Austausch mit den Stakeholdern bringt Unternehmen auf mehreren Ebenen weiter. Er trägt zu robusten Geschäftsentscheidungen bei, da Stakeholder wertvolle Hinweise auf Risiken entlang der Wertschöpfungskette liefern können – von Energie und Rohstoffen bis hin zu sozialen Themen. Gleichzeitig ermöglicht er, Erwartungen und Prioritäten gezielt abzugleichen, was eine wesentliche Grundlage für eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichterstattung darstellt. Ein aktiver Dialog verbessert auch die Datenqualität, weil er dazu beiträgt, die für die CSRD benötigten, qualitativen und quantitativen Informationen effizient zu erheben. Das schafft Reputations- und Vertrauensvorteile und erhöht die Glaubwürdigkeit gegenüber wichtigen Anspruchsgruppen wie Banken, Politik und Kunden.

Welche Entwicklung beobachten Sie aktuell in den verschiedenen Branchen im Bereich Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit gewinnt branchenübergreifend weiter an Bedeutung – insbesondere bei Themen wie Flächen- und Standortentwicklung, Energieeffizienz sowie nachhaltigen Energiesystemen. Während die Industrie verstärkt auf Energie- und Materialeffizienz sowie Kreislaufwirtschaft setzt, rücken im Handel und bei Dienstleistern Transparenz entlang der Lieferketten stärker in den Fokus.

Gleichzeitig zeigt sich aktuell aber auch, dass nicht alle Unternehmen gleichermaßen in Nachhaltigkeitsthemen investieren können. Wirtschaftlicher Druck, geopolitische Unsicherheiten und temporäre Verzögerungen bei Regulierungen führen teilweise zu einer abwartenden Haltung sowie zu einer Konzentration auf die bloße Erfüllung regulatorischer Anforderungen. Umso wichtiger ist der Austausch, etwa im Rahmen des IHK-Umweltausschusses, um praxisnahe und kosteneffiziente Lösungen aufzuzeigen und voneinander zu lernen.

07



Nachhaltigkeit braucht Datenklarheit

Nachhaltigkeit braucht mehr als gute Absichten – sie braucht belastbare Daten. Doch Daten liegen oft verstreut in unterschiedlichen Systemen, Abteilungen und Kontexten. Erst wenn sie sauber erfasst und zusammengeführt werden, entstehen verlässliche Kennzahlen, die Orientierung geben und als Grundlage für Berichterstattung, Steuerung und gezielte Maßnahmen dienen.

Daten sind der Rohstoff glaubwürdiger Nachhaltigkeitsberichterstattung. Wie bei jedem Rohstoff kommt es allerdings darauf an, wie er gewonnen, verarbeitet und eingesetzt wird. Erst wenn Daten sorgfältig erhoben, transparent aufbereitet und sinnvoll interpretiert werden, entfalten sie ihren eigentlichen Wert.

Was berichtet werden muss, wie tief Unternehmen blicken sollen und wie transparent sie dabei sein müssen, legt die CSRD regulatorisch fest. Aber so klar die Anforderungen auch formuliert sind, so anspruchsvoll ist ihre praktische Umsetzung. Denn die Realität in Unternehmen ist komplexer, vielfältiger, lebendiger.

Wir kennen das aus eigener Erfahrung: Nachhaltigkeitsdaten entstehen nicht an einem Ort. Sie verteilen sich über Abteilungen, Systeme, Zuständigkeiten. Vom Einkauf über Produktion bis hin zum Controlling sind sie weltweit verstreut. Gleichzeitig nimmt die Menge an benötigten Detailinformationen deutlich zu.

Der eigentliche Kraftakt liegt nicht im Verstehen der Regeln, sondern im Aufbau eines Systems mit klaren Strukturen und durchdachten Prozessen. Im Fokus stehen dabei die Standardisierung der Datensammlung sowie der schrittweise Ausbau von Automatisierung. Wir setzen dabei auf Integration statt Insellösungen. Denn neue Systeme allein lösen kein Problem, wenn sie nicht mit dem Bestehenden zusammenspielen. Wir haben unser vorhandenes MERKUR GROUP Controlling System zur Erfassung finanzieller Kennzahlen um ESG-Themen weiterentwickelt und nutzen damit eine vertraute Systemlogik für die Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Diese Weiterentwicklung nennen wir ESG-IT-Tool. Sie unterstützt uns dabei, nachhaltigkeitsrelevante Daten strukturiert zu sammeln, zu prüfen und auszuwerten. Das Tool macht die Berichterstattung handhabbarer, ersetzt jedoch nicht die fachliche Prüfung und Plausibilisierung der Daten. Diese Aufgaben übernehmen unsere ESG-Koordinatoren. Sie prüfen die Daten auf Vollständigkeit und Plausibilität, unterstützen bei Fragen und Auffälligkeiten und pflegen die Auswertungsberichte.

APP LICAT ION

Unsere ESG-IT-Business-Application

Wer glaubwürdig über Nachhaltigkeit berichten will, muss sie messbar machen. Unser IT-Tool erfasst Kennzahlen aus allen Bereichen, bündelt die Daten und schafft so Transparenz.

Eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung der ESG-IT-Business-Application hatten Roland Faludi, Leiter GROUP Controlling, und Mirko Buggenthin, Head of GROUP Data and Analytics. Gemeinsam mit dem Bereich GROUP Sustainability haben sie die IT-Lösung entwickelt, das die Datensammlung zentralisiert und die Datenverwaltung gezielt unterstützt.

Im folgenden Interview geben sie zusammen mit Louisa Pfeil, Teamlead GROUP Sustainability, spannende Einblicke in die Entwicklung der ESG-IT-Business-Application und zeigen, wie sie in der Praxis zum Einsatz kommt:

Frau Pfeil, wie sind Sie die Herausforderung angegangen, ein ESG-Datenmanagement in einer komplexen und global agierenden Unternehmensgruppe aufzubauen?

Am Anfang ging es darum, die IT-Business Applikation zu entwickeln, also Plattformen und Schnittstellen zu definieren, um die Daten zusammenzuführen. Gleichzeitig suchten wir nach einer im Konzern bestehenden IT-Lösung, die der komplexen Struktur des Nachhaltigkeitsmanagements gerecht werden konnte. Roland Faludi vom GROUP Controlling ist mit konzernweiten Datenstrukturen und der gruppenweiten Erhebung von Kennzahlen seit langem vertraut. Er arbeitet mit dem MERKUR GROUP Consolidation System (GCS), einer IT-Business Applikation, mit der konzernweit finanzielle Kennzahlen analysiert und berichtet werden. Damit war er ein wichtiger Ansprechpartner, als es darum ging, eine IT-Lösung für die ESG-Datensammlung zu entwickeln.

Mirko Buggenthin, damals noch bei der BEIT GmbH, hat die IT-Business Applikation technisch umgesetzt. Er hat die Komplexität des Nachhaltigkeitsmanagements präzise analysiert und in das MERKUR GCS integriert. So können Daten gruppenweit gesammelt, miteinander verglichen und besser geprüft werden.



Roland Faludi

Leiter GROUP Controlling

Mirko Buggenthin

Head of GROUP Data and Analytics

Louisa Pfeil

Teamlead GROUP Sustainability

Herr Faludi, können Sie die IT-Lösung in wenigen Worten beschreiben?

Die ESG-IT-Business Applikation ist eine Erweiterung unseres MERKUR GROUP Consolidation Systems und basiert auf der SAP-Welt. Damit konnten wir die ESG-Datenerhebung in eine einheitliche Logik bringen.

Was ist aus Ihrer Sicht der größte Vorteil der IT-Business-Applikation?

Der größte Vorteil ist aus meiner Sicht die Kombination aus einer einheitlichen Systemlogik und einer einfachen Anwendung. Einerseits liegen die ESG-Daten zentral vor und lassen sich zum Teil direkt in Reports überführen. Das spart spürbar Zeit – gerade bei regelmäßigen Berichten. Andererseits sind viele Abläufe durch die Integration in das bestehende System bereits vertraut, was den Einstieg in das Sammeln nachhaltigkeitsrelevanter Daten für unsere Tochterunternehmen deutlich leichter macht.

Herr Buggenthin, Sie haben die ESG IT-Business Applikation technisch umgesetzt. Was war für Sie dabei der wichtigste Aspekt?

Nachhaltigkeitsmanagement benötigt in erster Linie Konsistenz und Nachvollziehbarkeit. Entscheidend war, die Daten so zu strukturieren, dass sie aus unterschiedlichen Gesellschaften einheitlich zusammengeführt und weiterverarbeitet werden können. Dafür mussten die Datenerfassung im GCS und die Verarbeitung in SAP Datasphere eng aufeinander abgestimmt werden.

Können Sie skizzieren, wie die Daten im Tool von der Eingabe bis zur Auswertung weiterverarbeitet werden?

Im IT-Tool laufen Daten aus zwei Quellen zusammen. Ein Teil stammt aus zentralen Systemen, auf die wir für die Datenerhebung direkt zugreifen können. Weitere Daten werden bei den Gesellschaften abgefragt und über strukturierte Eingabemasken erfasst. Ergänzt werden diese Angaben durch Kommentare und Erläuterungen, damit wir die Zahlen fachlich einordnen und Auffälligkeiten nachvollziehen können. Anschließend werden die Daten in SAP Datasphere gespeichert, verarbeitet und für die Auswertung aufbereitet. Die Ergebnisse werden abschließend in der SAP Analytics Cloud zusammenfassend dargestellt.

Frau Pfeil, was ermöglichen die erhobenen Daten bereits – und wo stoßen Sie noch an Grenzen?

Die erhobenen Daten liefern uns bereits verlässliche Kennzahlen, die wir für Berichterstattung, Analysen und die Ableitung erster Maßnahmen nutzen können. Gleichzeitig zeigen sich auf globaler Ebene Unterschiede in der Datenerfassung, bedingt durch verschiedene kulturelle und infrastrukturelle Rahmenbedingungen. Wir entwickeln die ESG IT-Business-Applikation, wie auch unsere Datenprozesse, kontinuierlich weiter, um die Datenerhebung, Auswertung und Vergleichbarkeit weiter zu verbessern. Die IT-Lösung ist fester Bestandteil unserer täglichen Arbeit.

Ohne verlässliche Daten bleibt Nachhaltigkeit eine Behauptung. Erst durch sie wird sie messbar, steuerbar und glaubwürdig.

08

Klima Schutz

WO STEHEN Wo stehen wir heute? WIR HEUTE

Was mit dem Ziel der Europäischen Union begann, bis 2050 klimaneutral zu werden, ist heute wichtiger Bestandteil unternehmerischer Verantwortung. Viele Unternehmen analysieren ihre Emissionen und arbeiten daran, ihre Klimawirkung besser zu verstehen und zu steuern.

Auch wir als MERKUR GROUP haben uns in den vergangenen Jahren intensiv mit unserem Einfluss auf das Klima auseinandergesetzt. Dass der Klimawandel zu den großen Herausforderungen unserer Zeit gehört und auch wir als Unternehmensgruppe Verantwortung tragen, wurde nicht erst durch unsere Wesentlichkeitsanalyse deutlich. Sie hat jedoch bestätigt, dass Klimawandel zu den wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen der MERKUR GROUP gehört und im Kontext unserer weiteren wesentlichen Themen betrachtet werden muss.

Vor diesem Hintergrund haben wir uns gezielt damit beschäftigt, wie wir zuverlässig einschätzen können, wo wir als MERKUR GROUP beim Klimaschutz stehen und wie es von dort aus weitergeht. Dabei hat sich einmal mehr gezeigt: Eine belastbare Bewertung erfordert eine fundierte, transparente und konsistente Datengrundlage.

Die Datengrundlage der Klimaberichterstattung

Wer sich mit Klimaberichterstattung beschäftigt, stößt schnell auf eine Vielzahl an Fachbegriffen. Denn Emissionen sind nicht gleich Emissionen. Treibhausgasemissionen (THG) umfassen den Ausstoß von Gasen wie Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄) oder Lachgas (N₂O), die zur globalen Erwärmung beitragen. Sie entstehen zum Beispiel durch Stromverbrauch in Gebäuden, Geschäftsreisen oder in der Produktion – aber auch entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Um diese unterschiedlichen Gase vergleichbar zu machen, werden sie in die einheitliche Größe der CO₂-Äquivalente (CO₂e) umgerechnet.

Unternehmen machen ihre Emissionen transparent, indem sie ihre CO₂-Äquivalente systematisch in einer Klimabilanz erfassen. Die Summe dieser Emissionen wird als **Corporate Carbon Footprint (CCF)** bezeichnet. Grundlage für die Berechnung sind international anerkannte Standards wie das Greenhouse Gas Protocol, das die Emissionen in drei Bereiche – sogenannte Scopes – unterteilt:

- **Scope 1:** direkte Emissionen aus eigenen Quellen
- **Scope 2:** indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie wie Strom oder Wärme
- **Scope 3:** weitere indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette

„Ich habe den Einstieg als sehr engagiert und ernsthaft wahrgenommen. Von Anfang an war das Thema in einen strategischen Rahmen von Nachhaltigkeit und Klimaschutz eingebettet.“

Mit dieser fachlichen Unterstützung konnten wir als MERKUR GROUP nicht nur tiefer in den methodischen Rahmen hineinwachsen, sondern auch unseren Prozess und unsere Datengrundlage Schritt für Schritt weiterentwickeln.

„Ihr habt euch fachlich, prozessual, personell und organisatorisch weiterentwickelt. Besonders positiv sehe ich, dass ihr euch nicht ausschließlich an Reporting-Anforderungen orientiert. Bei euch erkenne ich einen Ansatz, der über reine Berichtspflichten hinaus geht.“

Mit wachsender Erfahrung ist auch die interne Kompetenz der MERKUR GROUP im Umgang mit Klimadaten gewachsen. Deshalb wurde die CCF-Berechnung für das Jahr 2025 erstmals eigenständig durchgeführt. Nachdem in den ersten Projekten noch die externe Expertise von FORLIANCE stärker im Vordergrund stand, liegt der gesamte Prozess nun in unserer eigenen Verantwortung – von der Datenerhebung über die Berechnung bis hin zur Auswertung unserer Emissionen.

FORLIANCE hat diesen Schritt weiterhin fachlich begleitet. Grundlage war ein Coaching-Ansatz, der theoretisches Wissen mit der praktischen Anwendung verbindet: Zunächst wurden methodische Grundlagen vermittelt, anschließend wurde die eigenständige Berechnung im regelmäßigen Austausch begleitet und geprüft.



Scannen Sie den QR-Code und erfahren Sie mehr zum Thema CO₂-Bilanz

„Natürlich erfordert der Aufbau interner Kapazitäten Ressourcen und ist mit Aufwand verbunden. Für ein wirksames ESG-Reporting ist es jedoch vorteilhaft, die Kompetenz im eigenen Haus zu haben. Aus meiner Sicht geht ihr diesen Schritt zum richtigen Zeitpunkt.“

Mit dem CCF für das Geschäftsjahr 2025 haben wir die Emissionen der gesamten MERKUR GROUP bereits zum zweiten Mal ermittelt. Der Vergleich mit dem Vorjahr hilft uns dabei, Entwicklungen besser einzuordnen und die Ergebnisse auf ihre Plausibilität zu prüfen. Gleichzeitig wird deutlich, wo wesentliche Emissionen entstehen. Im nächsten Schritt geht es darum, zu definieren, wie wir diese Emissionen in eine Klimastrategie überführen und daraus geeignete Maßnahmen für die weitere Steuerung abzuleiten.

„Die CO₂-Bilanz ist eine strategische Kenngröße. Sie liefert die Grundlage für Planungs- und Managemententscheidungen. Reporting ist eher eine Folge davon. Entscheidend sind die Kennzahlen, um Hotspots zu identifizieren und gezielt Maßnahmen abzuleiten.“



Michael Sahm
Director Advisory,
FORLIANCE GmbH

Leitet die Climate Strategy Advisory Unit und begleitet Unternehmen auf ihrem Weg zu Netto-Null-Emissionen.

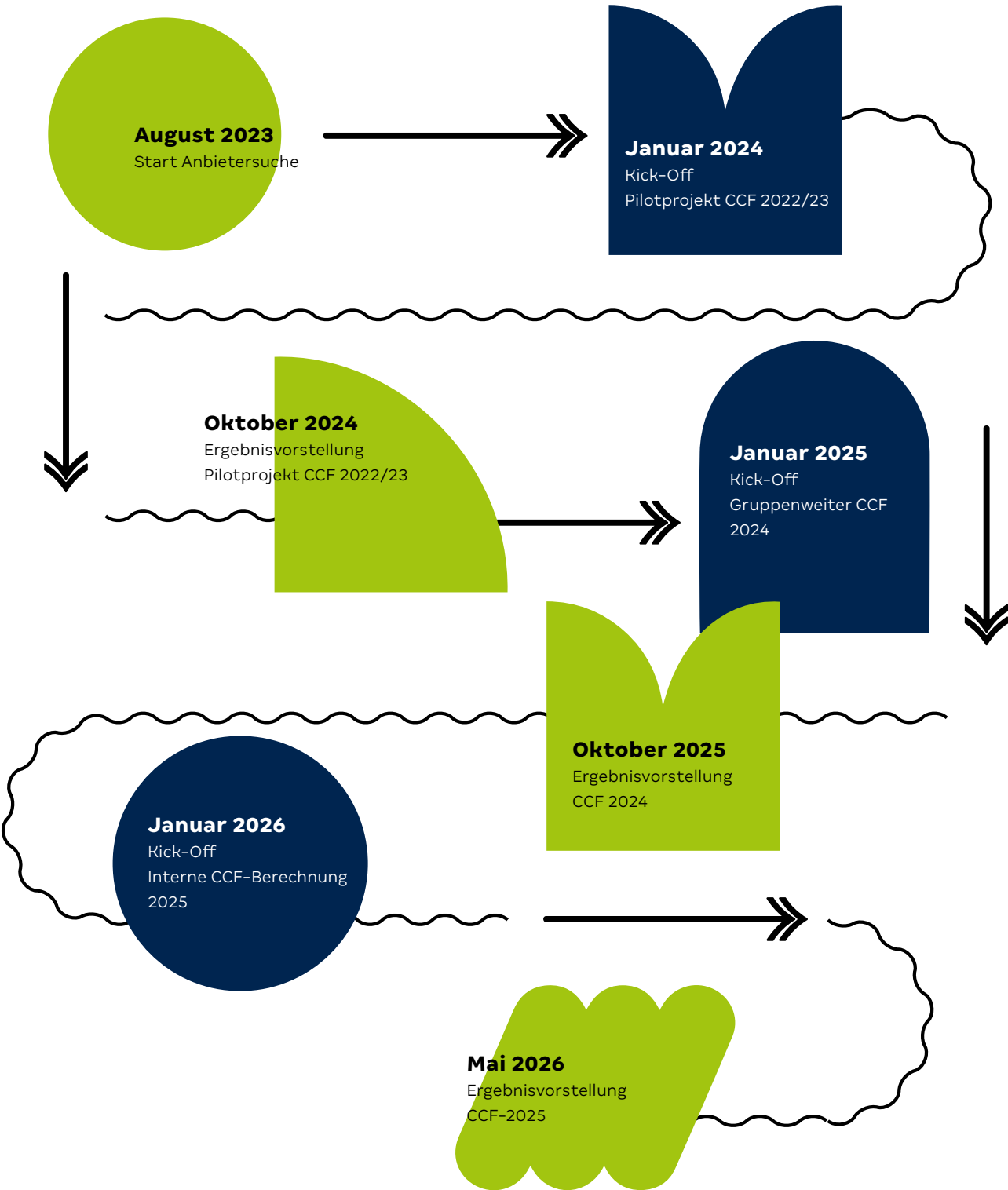
EINBLICK IN UNSEREN ENTWICKLUNGSPROZESS

Doch wie entsteht eine solche Klimabilanz eigentlich in der Praxis? Die Klimaberichterstattung folgt zwar einem methodischen Rahmen – dennoch zeigt sich bei der Auswertung bestehender Datengrundlagen schnell: Emissionsdaten liegen in einem Unternehmen nicht einfach fertig vor.

Viele Werte müssen erst zusammengetragen, aus bestehenden Daten abgeleitet oder mithilfe von Annahmen und Umrechnungen ermittelt werden. Entsprechend eng arbeiten dabei verschiedene Bereiche im Unternehmen zusammen. Um diese anspruchsvolle Aufgabe fachlich sauber aufzusetzen, haben wir uns als MERKUR GROUP Unterstützung durch das Beratungsunternehmen FORLIANCE geholt, das uns seither auf unserem Weg begleitet.

JEDES JAHR EIN SCHRITT WEITER.

Schritt für Schritt zur eigenen CCF-Berechnung



Glossar

Treibhausgasemissionen (THG)

Treibhausgasemissionen umfassen alle Gase, die zur Erderwärmung beitragen. Dazu zählen unter anderem Kohlendioxid, Methan und Lachgas.

Kohlendioxid (CO₂)

Kohlendioxid ist das bekannteste Treibhausgas. Es entsteht vor allem bei der Verbrennung fossiler Energieträger wie Kohle, Öl und Gas.

Methan (CH₄)

Methan ist ein sehr wirkungsstarkes Treibhausgas, das unter anderem in der Landwirtschaft, bei der Energiegewinnung und in Abfallprozessen entsteht.

Lachgas (N₂O)

Lachgas ist ein weiteres Treibhausgas, das vor allem in der Landwirtschaft durch Düngemittel sowie in industriellen Prozessen freigesetzt wird.

CO₂-Äquivalente (CO₂e)

CO₂-Äquivalente dienen dazu, unterschiedliche Treibhausgase vergleichbar zu machen. Ihre Klimawirkung wird in eine gemeinsame Einheit auf Basis von CO₂ umgerechnet.

Corporate Carbon Footprint (CCF)

Der Corporate Carbon Footprint beschreibt die Gesamtheit aller Treibhausgasemissionen eines Unternehmens innerhalb eines bestimmten Zeitraums.

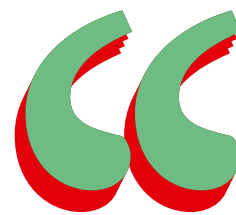
Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol)

Internationaler Standard zur Erfassung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen, der eine einheitliche Bilanzierung nach Scope 1, 2 und 3 ermöglicht.

Scopes

Die sogenannten Scopes unterteilen die Emissionen eines Unternehmens in drei Kategorien: direkte Emissionen aus eigenen Quellen (Scope 1), indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie (Scope 2) sowie weitere indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette (Scope 3).

09



KOMMUNIKATION SCHAFFT VERSTÄNDNIS

**„Nachhaltigkeit wird erst dann wirksam,
wenn aus Information Verständnis
und aus Verständnis Handeln wird.“**

Kommunikation ist ein Schlüssel für erfolgreiche Transformation und Wandel. Und genau aus diesem Grund haben wir die Kommunikation auch von Beginn an mitgedacht. Unsere ersten Schritte zum Aufbau von Nachhaltigkeitsstrukturen in der MERKUR GROUP lagen seit 2022 – neben der Priorisierung relevanter Themen und KPIs, der Auswahl geeigneter IT-Applikationen sowie der Einführung nachvollziehbarer Prozesse zur Datenerhebung – daher auch in einer zielgerichteten Kommunikation.

Uns war es dabei besonders wichtig, zunächst innerhalb des Unternehmens Sensibilisierung, Akzeptanz und Motivation auf allen Ebenen zu schaffen. Ziel war es, ein gemeinsames Verständnis für nachhaltiges Handeln und Wirtschaften aufzubauen und die aktive Mitwirkung der Mitarbeitenden zu stärken. Denn uns war bewusst: Ohne die Unterstützung der Mitarbeitenden lässt sich Nachhaltigkeit nicht wirksam im Unternehmen verankern.

Die externe Kommunikation wurde anfänglich bewusst auf die Webpräsenz und ausgewählte Informationsmaterialien beschränkt. Auf dieser Grundlage bauen wir sie nun schrittweise weiter aus.

Interne Kommunikation: Social Intranet als Plattform

Eine wichtige Basis unserer internen Kommunikation ist unser gruppenweites Social Intranet – eine Informationsplattform für unsere Mitarbeitenden im In- und Ausland.

Handeln und Wirtschaften aufzubauen und die aktive Mitwirkung der Mitarbeitenden zu stärken. Denn uns war bewusst: Ohne die Unterstützung der Mitarbeitenden lässt sich Nachhaltigkeit nicht wirksam im Unternehmen verankern.

Auf unserer Informationsseite MERKUR sustain werden im Social Intranet der MERKUR GROUP alle Themen rund um Nachhaltigkeit gebündelt. Die Seite dient Mitarbeitenden als Anlaufstelle und wird regelmäßig mit Beiträgen zu unterschiedlichen ESG-Themen bespielt. Von Entwicklungen und Fortschritten bis hin zu aktuellen Nachrichten aus den Themenfeldern **Environment**, **Social** oder **Governance**.

Auch grundlegende Inhalte wie unsere Organisationsstruktur, Kontaktmöglichkeiten, wichtige Dokumente und ein Glossar, das Fachbegriffe verständlich erklärt, sind hier für die Mitarbeitenden einsehbar.

Mittlerweile ist MERKUR sustain für uns zu einem wichtigen Kommunikationskanal innerhalb des Unternehmens geworden. Die Seite informiert, verbindet und lädt dazu ein, sich aktiv mit Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen.



MERKUR sustain

Um Nachhaltigkeit innerhalb der MERKUR GROUP wiedererkennbar zu machen, haben wir ein eigenes Logo und einen einprägsamen Namen entwickelt: MERKUR sustain.



Content is key

Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der anschaulichen Aufbereitung grundlegender Nachhaltigkeitsthemen. So erklären wir beispielsweise die Wesentlichkeitsanalyse oder die Rolle verschiedener Stakeholder bewusst einfach und praxisnah, um ein gemeinsames Verständnis zu schaffen. Wir wollen nicht berieseln oder belehren, sondern nachhaltig überzeugen. Dabei ist abwechslungsreicher Content „key“: Erklärvideos, Interviews, Quizze, aber auch informierende Beiträge zu unterschiedlichen Nachhaltigkeitsthemen bieten eine Mischung aus Information und Beteiligung, um Mitarbeitende zu erreichen und zur Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit anzuregen.

Unsere Learnings

Nach mehr als zwei Jahren MERKUR sustain, fast 550 Followern, zahlreichen Beiträgen und vielen Interaktionen zeigt sich vor allem eines: Nachhaltigkeitskommunikation ist kein Sprint, sondern ein Dauerlauf.

Zu Beginn haben wir unsere Inhalte im zweiwöchentlichen Rhythmus veröffentlicht. Die größte Herausforderung dabei war, kontinuierlich qualitativ hochwertigen und gleichzeitig ansprechenden Content zu liefern – insbesondere in der Aufbauphase, in der konkrete Ergebnisse oft noch nicht sichtbar sind.

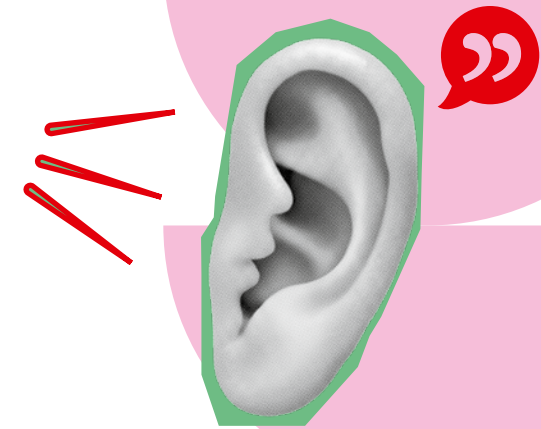
Unser Fazit nach dem ersten Jahr auf myMERKUR: Inhalte funktionieren besonders gut, wenn sie kurzweilig sind – etwa in Form von Videos oder interaktiven Formaten, die zum Mitmachen einladen. Gleichzeitig haben wir gelernt, dass es nicht immer einfach ist, komplexe Nachhaltigkeitsthemen verständlich und spannend zugleich aufzubereiten. Daher haben wir unseren Veröffentlichungsrhythmus angepasst und setzen heute auf das Prinzip „Qualität vor Quantität“. Im dreiwöchentlichen Turnus bleibt mehr Raum für kreative und aufwendigere Formate, wie Videos oder Quizformate – und damit für Inhalte, die wirklich im Gedächtnis der Mitarbeitenden bleiben.

Externe Nachhaltigkeits- kommunikation im Aufbau

Nach dem Aufbau unserer internen Nachhaltigkeitskommunikation folgt nun der nächste Schritt: der Ausbau unserer externen Kommunikation. Erste Einblicke in unser Nachhaltigkeitsverständnis haben wir bereits früh über unsere Website gegeben. Nun öffnen wir uns Schritt für Schritt auch nach außen.

Dieser Bericht ist dabei ein wichtiger Meilenstein: Er macht unsere bisherigen Aktivitäten noch sichtbarer und schafft Transparenz darüber, wie wir Nachhaltigkeit in der MERKUR GROUP verstehen und konkret umsetzen.

Parallel dazu entwickeln wir unsere externe Kommunikation gezielt weiter – etwa durch den Ausbau unserer Webpräsenz sowie die stärkere Integration von Nachhaltigkeitsthemen in unsere LinkedIn-Kommunikation. So werden unsere Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit zunehmend auch außerhalb der MERKUR GROUP sichtbar und erlebbar. Wichtig ist dabei, nur das zu kommunizieren, was fachlich belastbar ist und unseren tatsächlichen Entwicklungsstand angemessen widerspiegelt.



Heute & Morgen

AUSBLICK

Wo wir stehen.

Wo wir stehen | Sequenz_26

Sequenz_26 zeigt, wie aus einzelnen Themen ein gemeinsames Bild entsteht: von ersten Strukturen und Daten über klare Zuständigkeiten bis hin zu einem Verständnis davon, wie Nachhaltigkeit in der MERKUR GROUP wirken kann.



**TEAM UND
KOMMUNIKATION**



**POLITIK UND
REGULATORIK**



**WESENT
LICHKEITS
ANALYSE**



STAKEHOLDER-DIALOG



Wie es weitergeht.

Wie es weitergeht | Sequenz_27

Strategie. Datentiefe. Steuerung. Weiterentwicklung.

Die Grundlagen sind gelegt. Jetzt geht es darum, sie weiterzuentwickeln – mit einer Nachhaltigkeitsstrategie, ersten Zielen und Maßnahmen, einer weiterentwickelten Klimabilanz und einer stetig erweiterten und vertieften Datenbasis.

Die nächste Sequenz beginnt jetzt. Sequenz_27 erzählt, wie wir sie gestalten.

Anspruchsgruppen / Stakeholder

Personen, Gruppen oder Institutionen, die von den Aktivitäten eines Unternehmens betroffen sind oder Einfluss auf dessen Handeln nehmen können.

CBAM / CO₂-Grenzausgleich

Der Carbon Border Adjustment Mechanism ist ein EU-Instrument für bestimmte importierte Waren. Er soll Unterschiede bei CO₂-Kosten zwischen EU- und Nicht-EU-Produktion verringern.

CCF / Corporate Carbon Footprint

Der Corporate Carbon Footprint beschreibt die Gesamtheit der Treibhausgasemissionen eines Unternehmens innerhalb eines bestimmten Zeitraums.

CO₂ / Kohlendioxid

Kohlendioxid ist ein wichtiges Treibhausgas. Es entsteht vor allem bei der Verbrennung fossiler Energieträger wie Kohle, Öl und Gas.

CO₂e / CO₂-Äquivalente

CO₂-Äquivalente machen die Klimawirkung verschiedener Treibhausgase vergleichbar, indem sie auf eine gemeinsame Einheit umgerechnet werden.

Code of Conduct

Ein Verhaltenskodex, der Grundsätze und Erwartungen für integriertes, rechtmäßiges und verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen beschreibt.

Compliance

Compliance bedeutet die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, interner Regeln und verbindlicher Standards.

CSRD / Corporate Sustainability Reporting Directive

EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Sie legt den rechtlichen Rahmen dafür fest, welche Unternehmen über Nachhaltigkeit berichten müssen.

Doppelte Wesentlichkeit

Bewertungsprinzip der Nachhaltigkeitsberichterstattung: Betrachtet wird, wie ein Unternehmen auf Umwelt und Gesellschaft wirkt und welche Chancen oder Risiken Nachhaltigkeitsthemen für das Unternehmen haben.

ESG

Abkürzung für Environment, Social und Governance. Gemeint sind Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsthemen.

ESG-IT-Tool

Unternehmensinternes System zur strukturierten Erfassung, Prüfung und Auswertung nachhaltigkeitsrelevanter Daten.

ESRS / European Sustainability Reporting Standards

Europäische Berichtsstandards zur CSRD. Sie konkretisieren, welche Nachhaltigkeitsinformationen offengelegt werden sollen.

EU-Taxonomie

EU-Regelwerk zur Einordnung ökologisch nachhaltiger Wirtschaftstätigkeiten anhand definierter Kriterien.

European Green Deal

Politischer Rahmen der Europäischen Union für die nachhaltige Transformation. Ziel ist unter anderem, Europa bis 2050 klimaneutral zu machen.

GHG Protocol / Greenhouse Gas Protocol

International anerkannter Standard zur Erfassung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen.

GRI / Global Reporting Initiative

International etablierter Standard für die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Klimabilanz

Systematische Erfassung und Auswertung der Treibhausgasemissionen eines Unternehmens oder einer Organisation.

Methan / CH₄

Methan ist ein besonders wirkungsstarkes Treibhausgas, das unter anderem in Landwirtschaft, Energiegewinnung und Abfallprozessen entsteht.

N₂O / Lachgas

Lachgas ist ein Treibhausgas, das vor allem durch Düngemittel in der Landwirtschaft sowie in industriellen Prozessen freigesetzt werden kann.

Omnibus-Paket

EU-Maßnahmenpaket, mit dem bestehende Vorgaben unter anderem zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und zu Sorgfaltspflichten angepasst und zeitlich neu geordnet wurden.

Responsible Gaming

Ansatz für verantwortungsvolles Glücksspiel. Dazu gehören unter anderem Prävention, Spielerschutz, klare Informationen und Hilfsangebote.

Scope 1

Direkte Treibhausgasemissionen aus Quellen, die ein Unternehmen selbst besitzt oder kontrolliert.

Scope 2

Indirekte Treibhausgasemissionen aus eingekaufter Energie, zum Beispiel Strom oder Wärme.

Scope 3

Weitere indirekte Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette, zum Beispiel aus eingekauften Waren, Dienstleistungen, Reisen oder Entsorgung.

SPEAK UP

Hinweisgebersystem der MERKUR GROUP, über das mögliche Regelverstöße gemeldet werden können.

Treibhausgasemissionen / THG

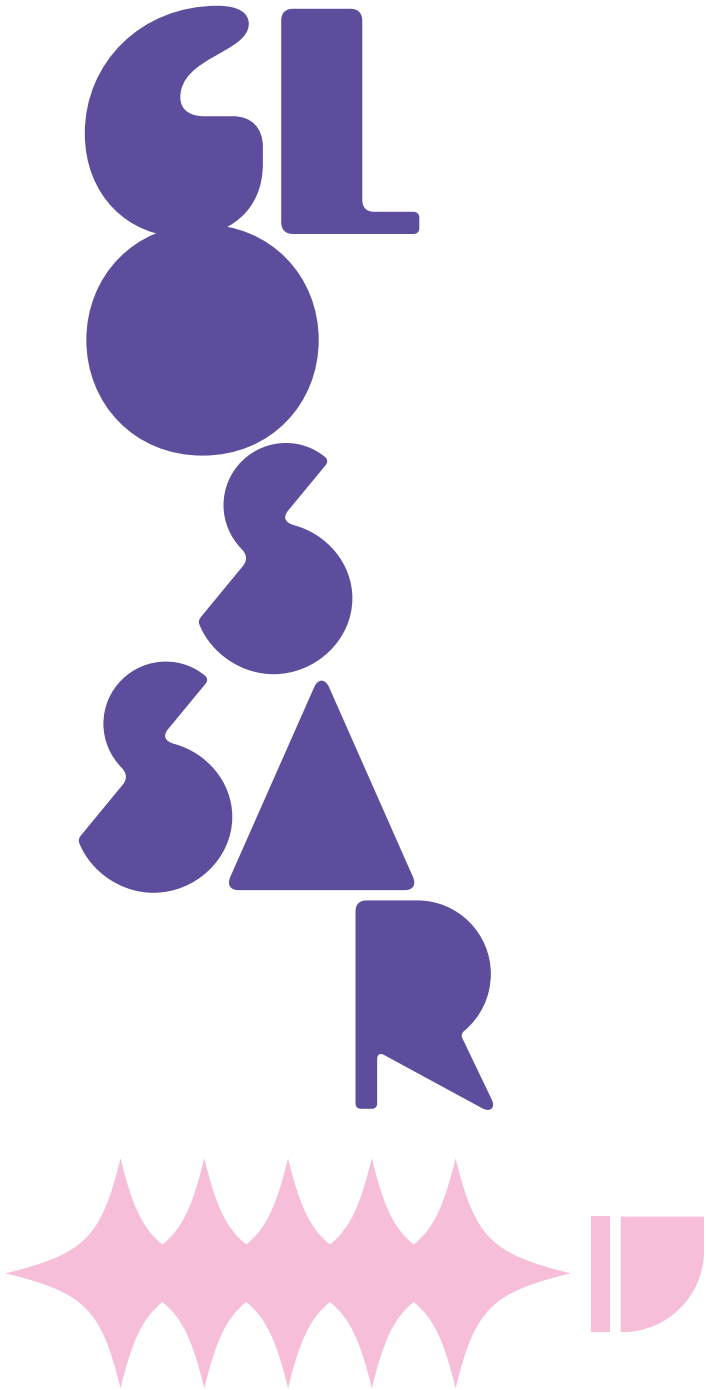
Emissionen von Gasen, die zur Erderwärmung beitragen. Dazu zählen unter anderem CO₂, Methan und Lachgas.

Wertschöpfungskette

Alle Schritte, die zur Entwicklung, Herstellung, Nutzung und Verwertung eines Produkts oder einer Dienstleistung beitragen.

Wesentlichkeitsanalyse

Analyse, mit der Unternehmen bestimmen, welche Nachhaltigkeitsthemen für Geschäftstätigkeit, Anspruchsgruppen und Berichterstattung besonders relevant sind.



ANHANG



Was Zahlen sichtbar machen

**Nachhaltigkeit braucht Haltung.
Aber sie braucht auch Nachweise.**

Der Tabellenanhang legt die Datengrundlage unter das, was die vorangegangenen Seiten beschreiben. Er zeigt ausgewählte Kennzahlen aus Umwelt, Sozialem und Unternehmensführung – und macht nachvollziehbar, worauf unsere Berichterstattung heute aufbaut.

Dabei gilt: Zahlen erklären nicht alles. Gerade am Anfang einer systematischen Berichterstattung sind sie vor allem eine Grundlage. Sie sind der Ausgangspunkt dafür, wo aus Transparenz künftig Strategien, Ziele und Maßnahmen abgeleitet werden können.

Der Tabellenanhang ist deshalb kein formaler Zusatz. Er ist Teil der Substanz.

Er macht nachvollziehbar, auf welcher Grundlage wir berichten und wie sich unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung Schritt für Schritt weiterentwickelt.

Denn Transparenz entsteht nicht allein durch Worte. Sie entsteht auch durch die Bereitschaft, Zahlen offenzulegen, einzuordnen und aus ihnen zu lernen.

Auch die Art und Weise, wie wir Daten erheben, entwickelt sich dabei weiter – mit jedem Berichtsjahr werden Erfassungsmethoden, Datenquellen und Genauigkeit präziser. Das verändert zwangsläufig auch die Vergleichbarkeit einzelner Werte im Jahresvergleich.

Im Überblick

Der Tabellenanhang umfasst Kennzahlen zu:
Energie und Klima
Verbräuche, Energiemix, Emissionen und Intensitäten

Wasser, Abfall und Ressourcen
Wasserentnahme, Abwasser, Abfallmengen und Behandlungsarten

Beschäftigung und Arbeitsstruktur
Belegschaft, Vertragsarten, Beschäftigungsformen, Fremdarbeitskräfte und Fluktuation

Vielfalt
Geschlecht, Alter und Behinderung

Entwicklung, Sicherheit und Vereinbarkeit
Weiterbildung, Leistungs- und Laufbahnbeurteilungen, Arbeitssicherheit und familiäre Freistellungen

Integrität und Compliance
Diskriminierungs- und Belästigungsmeldungen sowie Anti-Korruptionstrainings

E1-5 Energieverbrauch und Energiemix

Energieverbrauch und Energiemix	2024	2025
1) Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	183.351,6	168.232,1
2) Gesamtverbrauch fossiler Energie (in MWh)	117.117,2	149.762,4
a) Brennstoffverbrauch aus Kohle und Kohleerzeugnissen (in MWh)	0,0	0,0
b) Brennstoffverbrauch aus Rohöl und Erdölerzeugnissen (in MWh)	25.871,9	26.636,5
c) Brennstoffverbrauch aus Erdgas (in MWh)	32.008,6	30.603,6
d) Brennstoffverbrauch aus sonstigen fossilen Quellen (in MWh)	1.087,7	484,9
e) Verbrauch aus erworbener oder erhaltener Elektrizität, Wärme, Dampf und Kühlung und aus fossilen Quellen (in MWh)	57.592,2	91.447,2
3) Verbrauch aus nuklearen Quellen (in MWh)	6.106,9	3.936,3
4) Gesamtverbrauch erneuerbarer Energie (in MWh)	60.127,5	14.533,4
a) Brennstoffverbrauch aus erneuerbaren Quellen, einschließlich Biomasse (aus Industrie- und Siedlungsabfällen biologischen Ursprungs, Biogas, Wasserstoff aus erneuerbaren Quellen usw.) (in MWh)	40,3	39,3
b) Verbrauch aus erworbener oder erhaltener Elektrizität, Wärme, Dampf und Kühlung und aus erneuerbaren Quellen (in MWh)	59.088,5	13.429,2
c) Verbrauch selbst erzeugter Energie, bei der es sich nicht um Brennstoffe handelt (in MWh)	998,7	1.064,9
5) Anteil des Verbrauchs aus fossilen Quellen am Gesamtenergieverbrauch (in %)	63,9	89,0
6) Anteil des Verbrauchs aus nuklearen Quellen am Gesamtenergieverbrauch (in %)	3,3	2,3
7) Anteil des Verbrauchs aus erneuerbaren Quellen am Gesamtenergieverbrauch (in %)	32,8	8,6

Erläuterung: Die ausgewiesenen Werte basieren auf den erfassten Brennstoffverbräuchen sowie der zugekauften Elektrizität, Wärme, Dampf und Kühlung aller Gesellschaften. Die Zuordnung der Energiequellen (fossil, erneuerbar und nuklear) erfolgt auf Grundlage des jeweiligen nationalen Strommixes bzw. vorhandener Herkunftsnachweise.

Indirekte Energiemengen aus Strom, Wärme, Dampf und Kühlung werden anteilig den jeweiligen Energiequellen zugeordnet, indem der prozentuale Anteil erneuerbarer und nuklearer Energie der jeweiligen Gesellschaft auf den Gesamtenergieverbrauch angewendet wird. Die verbleibenden Anteile werden dem fossilen Energieverbrauch zugerechnet. Dieses Vorgehen gilt ebenfalls für Gesellschaften, denen keine Informationen über ihren Strommix vorliegen.

Einordnung: Datenerhebung und -qualität wurden weiterentwickelt. Veränderungen zwischen den Vergleichsjahren sind auch Ausdruck dieser methodischen Weiterentwicklung. Eine abschließende Einordnung wird mit der Datenbasis der kommenden Jahre möglich.

E1-5 Energieintensität

Energieintensität pro Nettoumsatz	2024	2025
1) Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	183.351,6	168.232,1
a) Energieverbrauch aus Tätigkeiten in klimaintensiven Sektoren (in MWh)	26.492,0	26.419,3
2) Nettoumsatz (in mio. EUR)	1.955,9	2.107,3
a) Nettoumsatz aus Tätigkeiten in klimaintensiven Sektoren (in mio. EUR)	957,8	986,9
3) Energieintensität in Zusammenhang mit Tätigkeiten in klimaintensiven Sektoren (in MWh / mio. EUR)	27,7	26,8

Erläuterung: Die Identifizierung der Gesellschaften, die klimaintensiven Sektoren zugeordnet werden, erfolgt anhand der jeweils zugewiesenen Haupt-NACE-Klassifizierung. Fällt die Haupt-NACE-Klassifizierung einer Gesellschaft unter die Definition eines klimaintensiven Sektors, wird der gesamte Energieverbrauch dieser Gesellschaft als Energieverbrauch aus Tätigkeiten in klimaintensiven Sektoren ausgewiesen.

Die entsprechenden Energieverbräuche werden anschließend aggregiert und ins Verhältnis zu den Nettoeinnahmen der Tätigkeiten in klimaintensiven Sektoren gesetzt. Daraus ergibt sich die Energieintensität.

E1-6 THG Emissionen

THG-Bruttoemissionen Scope 1,2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen	Rückblickend				Etappenziele & Zieljahre		
	2024	2025	N	% N / N-1	2030	2050	Jährlich % des Ziels / wBasisjahr
Scope-1-Treibhausgasemissionen							
Scope-1-THG-Bruttoemissionen (in t CO ₂ e)	13.422,7	13.546,7					
Prozentsatz der Scope-1-Treibhausgasemissionen aus regulierten Emissionshandelssystemen (in %)	0,0	0,0					
Scope-2-Treibhausgasemissionen							
Standortbezogene Scope-2-THG-Bruttoemissionen (in t CO ₂ e)	37.799,7	40.888,9					
Marktbezogene Scope-2-THG-Bruttoemissionen (in t CO ₂ e)	32.009,7	44.610,7					
Signifikante Scope-3-Treibhausgasemissionen							
Gesamte indirekte (Scope-3-) THG-Bruttoemissionen (in t CO ₂ e)	137.275,3	142.091,3					
1 Erworbene Waren und Dienstleistungen (in t CO ₂ e)	56.371,1	37.217,8					
2 Investitionsgüter (in t CO ₂ e)	17.503,9	23.558,3					
3 Tätigkeiten im Zusammenhang mit Brennstoffen und Energie (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten) (in t CO ₂ e)	12.808,2	13.007,5					
4 Vorgelagerter Transport und Vertrieb (in t CO ₂ e)	1.884,7	2.220,8					
5 Abfallaufkommen in Betrieben (in t CO ₂ e)	1.733,7	1.205,4					
6 Geschäftsreisen (in t CO ₂ e)	3.445,0	3.519,7					
7 Pendelnde Arbeitnehmer (in t CO ₂ e)	6.185,4	15.199,2					
8 Vorgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter (in t CO ₂ e)							
9 Nachgelagerter Transport (in t CO ₂ e)	184,6	2.505,4					
10 Verarbeitung verkaufter Produkte (in t CO ₂ e)							
11 Verwendung verkaufter Produkte (in t CO ₂ e)	37.148,8	43.651,3					
12 Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer (in t CO ₂ e)	9,9	6,1					
13 Nachgelagerte geleaste Wirtschaftsgüter (in t CO ₂ e)							
14 Franchises (in t CO ₂ e)							
15 Investitionen (in t CO ₂ e)							
THG-Emissionen insgesamt							
THG-Emissionen insgesamt (standbezogen) (in t CO ₂ e)	188.497,7	196.511,2					
THG-Emissionen insgesamt (marktbezogen) (in t CO ₂ e)	182.707,7	200.228,3					

Erläuterung: Die ausgewiesenen Werte basieren auf der Treibhausgasbilanzierung gemäß dem GHG Protocol. Für die Berechnung wurden verschiedene Datengrundlagen, darunter Finanzdaten, Produktionsdaten und Daten von Drittanbietern, herangezogen und mithilfe wissenschaftlich fundierter Emissionsfaktoren aus anerkannten Emissionsdatenbanken in CO₂-Äquivalente umgerechnet.

E1-6 Emissionsintensität

Treibhausgasintensität pro Nettoumsatz	2024	2025
Nettoumsatz (in mio. EUR)	1.955,9	2.107,3
THG-Emissionen insgesamt (marktbezogen) (in t CO ₂ e)	182.707,7	200.228,3
Intensität der THG-Emissionen (marktbezogen) (in t CO ₂ e / mio. EUR)	93,4	95,0
THG-Emissionen insgesamt (standortbezogen) (in t CO ₂ e)	188.497,7	196.511,2
Intensität der THG-Emissionen (standortbezogen) (in t CO ₂ e / mio. EUR)	96,4	93,3

Erläuterung: Die in der Tabelle dargestellten Gesamtemissionen werden sowohl nach marktbasiertem als auch nach standortbasiertem Ansatz ausgewiesen. Zur Ermittlung der Emissionsintensität werden die jeweiligen Gesamtemissionen ins Verhältnis zum Nettoumsatz gesetzt.

E3-4 Wasserverbrauch

Wasserverbrauch	2024	2025
1) Gesamte Wasserentnahme (in m³)	282.702,7	263.557,2
a) Wasserentnahme aus Gebieten mit wasserbezogenen Risiken (in m3)	15.800,3	11.204,1
2) Gesamtwasserverbrauch (in m³)	-	-
a) Wasserverbrauch aus Gebieten mit wasserbezogenen Risiken (in m3)	-	-
3) Gesamtvolumen des abgeleiteten Wassers (in m³)	282.679,6	262.918,9
4) Gesamtvolumen des zurückgewonnenen und wiederverwendeten Wassers (in m³)	0,6	0,6
5) Gesamtvolumen des gespeicherten Wassers (in m³)	0,0	0,0
6) Wasserintensität der gesamten Wasserentnahme (in m³ / mio. EUR Nettoumsatz)	144,5	120,9
7) Wasserintensität des Gesamtwasserverbrauchs (in m³ / mio. EUR Nettoumsatz)	-	-

Erläuterung: Die ausgewiesenen Werte basieren auf den von den Gesellschaften gemeldeten Wasserentnahmemengen aus kommunaler Versorgung sowie den erfassten Abwassermengen. Für Gesellschaften, denen keine Informationen zu den angefallenen Abwassermengen vorliegen, wird angenommen, dass die Wasserentnahme dem Abwasseraufkommen entspricht, da dort Wasser nahezu ausschließlich für sanitäre Zwecke genutzt wird.

Die Identifizierung von Gesellschaften und deren Hauptstandorten mit potenziellen Wasserrisiken erfolgt anhand des WRI Aqueduct Water Risk Atlas. Das Volumen des zurückgewonnenen, wiederverwendeten sowie gespeicherten Wassers wird auf Grundlage der von den Gesellschaften gemeldeten Daten ausgewiesen. Die Wasserintensität ergibt sich aus dem Verhältnis der gesamten Wasserentnahme zum Nettoumsatz.

Im Jahr 2025 entfielen rund 4 % des gesamten Wasserverbrauchs auf Standorte mit potenziellen Wasserrisiken. Dies verdeutlicht, dass sich weiterhin nur wenige Standorte in Regionen mit Wasserstress befinden und diese zudem einen vergleichsweise geringen Wasserbedarf aufweisen.

Einordnung: Datenerhebung und -qualität wurden weiterentwickelt. Veränderungen zwischen den Vergleichsjahren sind auch Ausdruck dieser methodischen Weiterentwicklung. Eine abschließende Einordnung wird mit der Datenbasis der kommenden Jahre möglich.

E5-5 Abfallaufkommen nach Abfallkategorie

Abfallaufkommen nach Abfallkategorie (in t)	2024	2025
1) Gesamtmenge des Abfallaufkommens	10.415,7	9.833,1
a) Verwerteter Abfall	3.194,9	2.175,1
i) Gefährlicher Abfall	0,0	7,8
ii) Nicht gefährlicher Abfall	3.194,9	2.167,4
b) Beseitigter Abfall	6.768,0	7.182,3
i) Gefährlicher Abfall	0,7	102,2
ii) Nicht gefährlicher Abfall	6.767,3	7.080,1
c) Nicht aufgeteilter Abfall	452,7	475,7
2) Gesamtmenge gefährlicher Abfälle	3,3	110,0
3) Gesamtmenge radioaktiver Abfälle	0,0	0,0

Erläuterung: Die Abfallmengen basieren auf den von den Gesellschaften gemeldeten Daten der beauftragten Entsorgungsunternehmen. Die Zuordnung zu gefährlichen und ungefährlichen Abfällen sowie zu Verwertungs- oder Beseitigungsverfahren erfolgt gemäß den Vorgaben von ESRS E5-5 und GRI 306 sowie dem europäischen Abfallverzeichnis (AVV). Nicht aufgeteilte Abfallmengen entstehen, wenn eine abschließende Verwertungs- oder Beseitigungsart zum Zeitpunkt der Meldung noch nicht vorlag.

Insgesamt zeigt sich, dass der von der MERKUR GROUP erzeugte gefährliche Abfall nur einen sehr geringen Anteil an der Gesamtmenge des Abfallaufkommens ausmacht. Diese gefährlichen Abfälle fallen primär in den Produktionsstandorten an, die alle durch eine ISO 14001 Zertifizierung (Umweltmanagement) abgedeckt sind. Es gibt keinen radioaktiven Abfall innerhalb der MERKUR GROUP.

E5-5 Abfallaufkommen nach Behandlungsart

Abfallaufkommen nach Behandlungsart	2024	2025
1) Gesamtmenge des Abfallaufkommens (in t)	10.415,7	9.833,1
a) Verwerteter Abfall (in t)	3.194,9	2.175,1
i) Vorbereitung zur Wiederverwertung (in t)	8,5	50,7
ii) Recycling (in t)	3.160,8	2.099,6
iii) Kompostierung (in t)	18,7	17,6
iv) Sonstige Verwertungsverfahren (in t)	7,0	7,2
b) Beseitigter Abfall (in t)	6.768,0	7.182,3
i) Verbrennung (in t)	686,1	1.073,1
ii) Deponierung (in t)	3.221,2	3.125,7
iii) Sonstige Arten der Beseitigung (in t)	2.860,8	2.983,4
c) Nicht aufgeteilter Abfall (in t)	452,7	475,7
2) Gesamtmenge nicht recycelter Abfälle (in t)	7.220,7	7.658,0
3) Anteil des nicht recycelten Abfalls (in %)	69,3	77,9

Erläuterung: Die Einordnung der Abfallmengen in die Kategorien Wiederverwendung, Recycling, Kompostierung, sonstige Verwertung sowie Verbrennung, Deponierung oder sonstige Beseitigung erfolgt nach den Vorgaben von ESRS E5-5 und GRI 306. Die Kategorien spiegeln die im europäischen Abfallrecht definierten Behandlungsarten wider. Die Menge der nicht recycelten Abfälle umfasst alle Abfälle, die nicht wiederverwendet, recycelt oder kompostiert werden konnten. Der Anteil nicht recycelter Abfälle ergibt sich aus dem Verhältnis der nicht wiederverwendeten, nicht recycelten und nicht kompostierten Abfallmengen zum gesamten Abfallaufkommen. Die Gewichte der wiederaufbereiteten Geräte sind in diesen Daten nicht enthalten.

S1-6 Zusammensetzung der Belegschaft nach Geschlecht

Zusammensetzung der Belegschaft nach Geschlecht	2024	2025
1) Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.023	14.701
a) Männlich	7.163	7.689
b) Weiblich	6.859	7.011
c) Divers	1	1
2) Gesamtzahl der Beschäftigten (FTE)	12.685,8	13.289,6
a) Männlich	6.720,3	7.215,9
b) Weiblich	5.965,1	6.073,3
c) Divers	0,4	0,4

Erläuterung: Die ausgewiesenen Headcount-Daten weichen vom Gesamtheadcount der MERKUR GROUP ab, da Quotengesellschaften im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht berücksichtigt werden. Darüber hinaus basierten die Headcount-Angaben für das Berichtsjahr 2024 aufgrund zum Zeitpunkt der Berichterstellung noch nicht vollständig verfügbarer Jahresdaten aus SAP SuccessFactors auf konsolidierten Monatsreports. Hieraus ergaben sich systembedingte Abweichungen zur Gesamtzahl der Beschäftigten in weiteren S1-6-Tabellen. Beide Sachverhalte wurden im Rahmen der Berichtsperiode 2025 durch die Einführung monatlicher Data Freezes vollständig bereinigt.

S1-6 Zusammensetzung der Belegschaft nach wesentlichen Ländern

Zusammensetzung der Belegschaft nach wesentlichen Ländern	2024	2025
1) Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.023	14.701
a) Deutschland	6.914	7.119
b) Vereinigtes Königreich	2.970	3.295
c) Serbien	2.468	2.598
d) Andere Länder	1.671	1.689
2) Gesamtzahl der Beschäftigten (FTE)	12.685,8	13.289,6
a) Deutschland	5.870,6	6.106,0
b) Vereinigtes Königreich	2.679,3	2.966,1
c) Serbien	2.516,9	2.576,7
d) Andere Länder	1.619,1	1.640,9

Erläuterung: Die Zuordnung der Länder zu den wesentlichen Ländern erfolgt gemäß ESRS, sofern ein Land mehr als 50 Beschäftigte umfasst und mindestens 10 % der Gesamtbelegschaft repräsentiert. Länder, die diese Schwellenwerte nicht erreichen, werden in der Kategorie „Andere Länder“ zusammengefasst. Die zugrunde liegenden Daten stammen aus SAP SuccessFactors. Die Vollzeitäquivalente (Full-Time Equivalent, FTE) ergeben sich aus der Umrechnung der individuellen vertraglich vereinbarten Arbeitszeiten.

S1-6 Zusammensetzung der Belegschaft nach Beschäftigungsart

Zusammensetzung der Belegschaft nach Beschäftigungsart	2024	2025
1) Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.100	14.701
a) Beschäftigte mit unbefristeten Arbeitsverträgen (Headcount)	8.884	8.821
i) Männlich	4.982	5.083
ii) Weiblich	3.901	3.738
iii) Divers	1	0
b) Beschäftigte mit befristeten Arbeitsverträgen (Headcount)	1.270	1.155
i) Männlich	549	543
ii) Weiblich	721	612
iii) Divers	0	0
c) Nicht zugeordnete Beschäftigte (Headcount)	3.946	4.725
2) Gesamtzahl der Beschäftigten (FTE)	12.691,6	13.257,8
a) Beschäftigte mit unbefristeten Arbeitsverträgen (FTE)	8.133,8	8.066,4
i) Männlich	4.723,3	4.811,0
ii) Weiblich	3.409,5	3.255,5
iii) Divers	1,0	0,0
b) Beschäftigte mit befristeten Arbeitsverträgen (FTE)	1.182,7	1.047,1
i) Männlich	507,1	495,9
ii) Weiblich	675,6	551,2
iii) Divers	0,0	0,0
c) Nicht zugeordnete Beschäftigte (FTE)	3.375,1	4.144,3

Erläuterung: Die Einordnung der Beschäftigten in unbefristete, befristete sowie nicht zugeordnete Kategorien erfolgt auf Basis der in SAP SuccessFactors hinterlegten Vertragsdaten. Die Berechnung der Vollzeitäquivalente (Full-Time Equivalent, FTE) basiert auf den individuell vereinbarten vertraglichen Arbeitszeiten. Aufgrund unterschiedlicher Datenquellen und -stände können die Angaben von den Headcount-Werten in anderen S1-6-Tabellen für das Geschäftsjahr 2024 abweichen. Bestehende Inkonsistenzen wurden im Berichtsjahr 2025 durch die Einführung monatlicher Data Freezes vollständig bereinigt. Die Datengrundlage bildet überwiegend SAP SuccessFactors. Fehlende Informationen aus den Spielstätten in Niedersachsen wurden aus datenschutzrechtlichen Gründen separat in aggregierter Form erhoben und anschließend auf die zugrunde liegenden Datensätze verteilt. Dadurch können geringfügige, farblich gekennzeichnete Abweichungen im Beschäftigungsstatus entstehen.

S1-6 Zusammensetzung der Belegschaft nach Vertragsart

Zusammensetzung der Belegschaft nach Vertragsart	2024	2025
1) Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.100	14.701
a) Beschäftigte mit regelmäßiger Beschäftigung (Personenanzahl)	13.614	14.178
i) Männlich	6.988	7.447
ii) Weiblich	6.624	6.730
iii) Divers	2	1
b) Abrufkräfte / Beschäftigte mit unregelmäßiger Beschäftigung (Headcount)	486	523
i) Männlich	225	242
ii) Weiblich	261	281
iii) Divers	0	0
2) Gesamtzahl der Beschäftigten (FTE)	12.691,6	13.257,8
a) Beschäftigte mit regelmäßiger Beschäftigung (FTE)	12.554,2	13.045,1
i) Männlich	6.703,0	7.096,2
ii) Weiblich	5.849,2	5.948,5
iii) Divers	2,0	0,4
b) Abrufkräfte / Beschäftigte mit unregelmäßiger Beschäftigung (FTE)	137,4	212,7
i) Männlich	67,6	103,7
ii) Weiblich	69,8	109,1
iii) Divers	0,0	0,0

Erläuterung: Die zugrunde liegenden Daten stammen aus den in SAP SuccessFactors hinterlegten Vertragsinformationen. Beschäftigte mit regelmäßiger Beschäftigung umfassen alle Mitarbeitenden mit vertraglich definierten und planbaren Arbeitszeiten. Abrufkräfte bzw. Mitarbeitende mit unregelmäßiger Beschäftigung sind solche ohne garantierte Stunden oder mit variablen Einsatzzeiten. Die Vollzeitäquivalente (Full-Time Equivalent, FTE) werden durch die Umrechnung der jeweiligen vertraglich vereinbarten bzw. gemeldeten Arbeitszeiten in ein Vollzeitäquivalent ermittelt. Aufgrund unterschiedlicher Datenquellen und -stände können die Angaben von den Headcount-Werten in anderen S1-6-Tabellen für das Geschäftsjahr 2024 abweichen. Diese Inkonsistenzen wurden im Berichtsjahr 2025 durch die Einführung monatlicher Data Freezes vollständig bereinigt. Die Datengrundlage basiert überwiegend auf SAP SuccessFactors. Fehlende Informationen aus den Spielstätten in Niedersachsen wurden aus datenschutzrechtlichen Gründen separat in aggregierter Form erhoben und anschließend auf die zugrunde liegenden Datensätze verteilt.

S1-6 Arbeitnehmerfluktuation

Arbeitnehmerfluktuation	2024	2025
Durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.176	14.216
Anzahl der ausgeschiedenen Beschäftigten (Headcount)	4.033	4.201
Fluktuationsquote der Beschäftigten (%)	28,6	28,6

Erläuterung: Zur Ermittlung der Arbeitnehmerfluktuation wurde auf Grundlage monatlicher Berichte (jeweils zum Monatsende erhoben) der durchschnittliche Personalbestand berechnet. Die Anzahl der ausgeschiedenen Beschäftigten umfasst sämtliche Mitarbeitenden, die das Unternehmen im Verlauf der Berichtsperiode verlassen haben. Die Fluktuationsquote ergibt sich aus dem Verhältnis der Anzahl ausgeschiedener Mitarbeitender zum durchschnittlichen Personalbestand.

S1-7 Zusammensetzung der Fremdarbeitskräfte nach Geschlecht

Zusammensetzung der Fremdarbeitskräfte nach Geschlecht	2024	2025
1) Gesamtzahl der Fremdarbeitskräfte (Personenanzahl)	138	105
a) Männlich	11	49
b) Weiblich	25	32
c) Divers	0	0
d) undefiniert	102	24
2) Gesamtzahl der Fremdarbeitskräfte (FTE)	125,5	90,9
a) Männlich	10,6	47,1
b) Weiblich	13,3	19,8
c) Divers	0,0	0,0
d) undefiniert	101,5	24,0

Erläuterung: Die Angaben umfassen Zeitarbeitskräfte sowie weitere externe Personen, die unter der Weisung der MERKUR GROUP tätig sind, jedoch nicht in einem direkten Beschäftigungsverhältnis mit dem Unternehmen stehen. Die FTE-Werte werden auf Basis der vertraglich vereinbarten Einsatzzeiten berechnet. Aufgrund datenschutzrechtlicher Vorgaben liegen nicht in allen Fällen Informationen zum Geschlecht vor; diese werden daher als „Undefiniert“ ausgewiesen.

S1-9 Diversität nach Geschlecht

Verteilung der Geschlechter nach Führungsebene	2024	2025
1) Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.100	14.701
2) Gesamtzahl der Beschäftigten auf oberster Führungsebene (Headcount)	221	253
a) Beschäftigte L1-Ebene (Headcount)	5	5
i) Männlich	5	5
ii) Weiblich	0	0
iii) Divers	0	0
b) Prozentualer Anteil der Beschäftigten auf L1-Ebene (%)	2,3	2,0
i) Männlich	100,0	100,0
ii) Weiblich	0,0	0,0
iii) Divers	0,0	0,0
c) Beschäftigte L2-Ebene (Headcount)	83	82
i) Männlich	74	73
ii) Weiblich	9	9
iii) Divers	0	0
d) Prozentualer Anteil der Beschäftigten auf L2-Ebene (%)	37,6	32,4
i) Männlich	89,2	89,0
ii) Weiblich	10,8	11,0
iii) Divers	0,0	0,0
e) Beschäftigte L3-Ebene (Headcount)	133	166
i) Männlich	97	123
ii) Weiblich	36	43
iii) Divers	0	0
f) Prozentualer Anteil der Beschäftigten auf L3-Ebene (%)	60,2	65,6
i) Männlich	72,9	74,1
ii) Weiblich	27,1	25,9
iii) Divers	0,0	0,0
3) Gesamtzahl der Beschäftigten auf Führungsebene (Headcount)	1.278	1.328
a) Beschäftigte L4-Ebene (Headcount)	362	364
i) Männlich	240	237
ii) Weiblich	122	127
iii) Divers	0	0
b) Prozentualer Anteil der Beschäftigten auf L4-Ebene (%)	28,3	27,4
i) Männlich	66,3	65,1
ii) Weiblich	33,7	34,9
iii) Divers	0,0	0,0

S1-9 Diversität nach Geschlecht

Verteilung der Geschlechter nach Führungsebene	2024	2025
1) Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.100	14.701
2) Gesamtzahl der Beschäftigten auf oberster Führungsebene (Headcount)	221	253
c) Beschäftigte L5-Ebene (Headcount)	143	175
i) Männlich	125	155
ii) Weiblich	18	20
iii) Divers	0	0
d) Prozentualer Anteil der Beschäftigten auf L5-Ebene (%)	11,2	13,2
i) Männlich	87,4	88,6
ii) Weiblich	12,6	11,4
iii) Divers	0,0	0,0
e) Beschäftigte L6-Ebene (Headcount)	773	789
i) Männlich	393	422
ii) Weiblich	380	367
iii) Divers	0	0
f) Prozentualer Anteil der Beschäftigten auf L6-Ebene (%)	60,5	59,4
i) Männlich	50,8	53,5
ii) Weiblich	49,2	46,5
iii) Divers	0,0	0,0
4) Gesamtzahl der Beschäftigten auf Specialist-Ebene (Headcount)	12.601	13.120
a) Beschäftigte L7-Ebene (Headcount)	12.601	13.120
i) Männlich	6.279	6.674
ii) Weiblich	6.320	6.445
iii) Divers	2	1
b) Prozentualer Anteil der Beschäftigten auf L7-Ebene (%)	100,0	100,0
i) Männlich	49,8	50,9
ii) Weiblich	50,2	49,1
iii) Divers	0,0	0,0

Erläuterung: Die Zuordnung der Beschäftigten zu den Führungsebenen L1 bis L7 erfolgt auf Grundlage der im HR-System SAP SuccessFactors hinterlegten Organisationsstruktur.

L1 umfasst die oberste Führungsebene (Vorstand),
L2 und L3 repräsentieren die beiden weiteren Ebenen des oberen und mittleren Managements (Geschäftsführungen und Bereichsleitungen),
L4 bis L6 bilden die operativen Führungsbereiche (Abteilungs-, Gruppen- und Teamleitungen), und
L7 umfasst spezialisierte Fachfunktionen ohne Führungsverantwortung.

Die prozentualen Angaben zeigen den jeweiligen Anteil der Beschäftigten einer Ebene im Verhältnis zur Gesamtzahl der Personen, die der entsprechenden Strukturstufe zugeordnet sind.

S1-9 Diversität nach Alter

Altersverteilung der Beschäftigten	2024	2025
1) Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.100	14.701
a) Unter 30 Jahren	4.770	4.791
b) 30 bis 50 Jahre	6.102	6.520
c) Über 50 Jahre	3.225	3.389
2) Prozentualer Anteil der Beschäftigten (%)	100,0	100,0
a) Unter 30 Jahren	33,8	32,6
b) 30 bis 50 Jahre	43,3	44,4
c) Über 50 Jahre	22,9	23,1

Erläuterung: Die Zuordnung der Beschäftigten zu den Altersgruppen erfolgt auf Grundlage des Alters zum Bilanzstichtag. Die prozentualen Angaben zeigen den Anteil der jeweiligen Altersgruppe an der Gesamtbelegschaft. Die Daten stammen aus SAP SuccessFactors und umfassen sämtliche aktiven Beschäftigungsverhältnisse.

S1-11 Soziale Absicherung

Soziale Absicherung	2024	2025
Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.023	14.701
a) Davon Beschäftigte mit sozialer Absicherung (%)	92,9	95,2

Erläuterung: Die Angaben basieren auf den von den Gesellschaften im Konsolidierungssystem hinterlegten Informationen zu nationalen und betrieblichen Sozialleistungen. Die prozentuale Kennzahl bezieht sich auf sämtliche Beschäftigten, die gemäß den jeweils geltenden nationalen Regelungen gesetzlich abgesichert sind oder aufgrund betrieblicher Vereinbarungen zusätzliche Leistungen erhalten.

S1-12 Menschen mit Behinderungen

Menschen mit Behinderungen	2024	2025
Gesamtzahl der Beschäftigten (Headcount)	14.100	14.701
Gesamtzahl der Beschäftigten mit Behinderungen (Headcount)	165	197
Anteil der Beschäftigten mit Behinderungen (%)	1,2	1,3

Erläuterung: Die Erfassung erfolgt auf Grundlage freiwilliger Selbstauskünfte der Beschäftigten sowie – sofern vorhanden – nationaler Anerkennungsverfahren. Die vorliegenden Informationen werden zentral aus SAP SuccessFactors angebunden. Die prozentualen Angaben zeigen den Anteil der Beschäftigten, bei denen eine Behinderung gemäß den jeweils geltenden nationalen gesetzlichen Definitionen registriert ist.

S1-13 Leistungs- und Laufbahnbeurteilungen

Leistungs- und Laufbahnbeurteilungen	2024	2025
Anteil der Beschäftigten mit Teilnahme an Leistungs- und Laufbahnbeurteilungen (%)	38,7	39,3
a) Männlich	53,6	54,3
b) Weiblich	46,4	45,7
c) Divers	0,0	0,0

Erläuterung: Die Daten basieren auf Meldungen der Konzerngesellschaften zu durchgeführten Leistungs- und Entwicklungsgesprächen. Die prozentualen Angaben beziehen sich auf die Gruppe der Beschäftigten, für die eine entsprechende Beurteilung vorgesehen ist. Unterschiede zwischen den Gesellschaften können sich aus abweichenden nationalen oder betrieblichen Prozessen ergeben.

S1-13 Schulungsstunden

Schulungsstunden	2024	2025
Durchschnittliche Schulungsstunden pro Beschäftigten (Stunden)	4,5	6,3
a) Beschäftigte L1–Führungsebene (Stunden)	2,2	15,3
i) Männlich	2,2	15,3
ii) Weiblich	0,0	0,0
iii) Divers	0,0	0,0
b) Beschäftigte L2–Führungsebene (Stunden)	9,3	9,6
i) Männlich	9,1	9,0
ii) Weiblich	10,6	14,7
iii) Divers	0,0	0,0
c) Beschäftigte L3–Führungsebene (Stunden)	6,1	7,1
i) Männlich	5,5	7,7
ii) Weiblich	7,7	5,2
iii) Divers	0,0	0,0
d) Beschäftigte L4–Führungsebene (Stunden)	10,6	12,1
i) Männlich	9,4	11,8
ii) Weiblich	12,8	12,8
iii) Divers	0,0	0,0
e) Beschäftigte L5–Führungsebene (Stunden)	3,5	3,9
i) Männlich	2,5	2,3
ii) Weiblich	10,2	16,1
iii) Divers	0,0	0,0
f) Beschäftigte L6–Führungsebene (Stunden)	7,9	14,7
i) Männlich	10,5	13,9
ii) Weiblich	5,2	15,6
iii) Divers	0,0	0,0
g) Beschäftigte L7–Führungsebene (Stunden)	4,1	5,7
i) Männlich	3,6	4,9
ii) Weiblich	4,5	6,5
iii) Divers	0,0	0,0

Erläuterung: Die erfassten Schulungsstunden umfassen sämtliche dokumentierten Weiterbildungs- und Trainingsmaßnahmen im Berichtsjahr. Die Durchschnittswerte ergeben sich aus der Gesamtsumme der gemeldeten Schulungsstunden, dividiert durch die Anzahl der Beschäftigten je Führungsebene (L1–L7). Die Zuordnung der Ebenen entspricht den Organisationsstrukturen in SAP SuccessFactors.

S1-14 Gesundheitsschutz und Sicherheit

Gesundheitsschutz und Sicherheit	2024	2025
1) Prozentsatz der Beschäftigten, die durch ein Managementsystem für Gesundheit und Sicherheit abgedeckt sind (%)	7,2	7,0
2) Prozentsatz der Beschäftigten, die durch ein extern zertifiziertes Managementsystem für Gesundheit und Sicherheit abgedeckt sind (%)	7,2	7,0
3) Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle (Anzahl)	0	0
a) Davon Todesfälle infolge arbeitsbedingter Verletzungen (Anzahl)	0	0
b) Davon Todesfälle infolge arbeitsbedingter Erkrankungen (Anzahl)	0	0
4) Gesamtzahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle (Anzahl)	127	157
5) Quote der meldepflichtigen Arbeitsunfälle (pro 1.000.000 geleistete Arbeitsstunden)	4,9	5,9
6) Gesamtzahl der meldepflichtigen arbeitsbedingten Erkrankungen (Anzahl)	0	0
7) Gesamtzahl der Ausfalltage infolge arbeitsbedingter Verletzungen und Erkrankungen (Tage)	2.393	2.772
a) Davon Ausfalltage infolge arbeitsbedingter Verletzungen (Tage)	2.393	2.772
b) Davon Ausfalltage infolge arbeitsbedingter Erkrankungen (Tage)	0	0
c) Davon Ausfalltage infolge arbeitsbedingter Todesfälle durch Arbeitsunfälle (Tage)	0	0
d) Davon Ausfalltage infolge von Todesfällen durch arbeitsbedingte Erkrankungen (Tage)	0	0

Erläuterung: Die Kennzahlen basieren auf Meldungen der einzelnen Konzerngesellschaften zu Arbeitsunfällen, Ausfalltagen sowie arbeitsbedingten Erkrankungen. Die Unfallquote wird als Anzahl meldepflichtiger Vorfälle je eine Million Arbeitsstunden berechnet. Die Arbeitsstunden ergeben sich aus den im HR-System hinterlegten vertraglichen Arbeitszeiten. Zertifizierungen im Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz basieren auf externen Audits nach ISO 45001. Ein meldepflichtiger Arbeitsunfall ist definiert als ein einzelnes Ereignis während der Arbeit, das zu physischen oder psychischen Schäden bei Personen führt. Die Gesamtzahl der meldepflichtigen Vorfälle umfasst Todesfälle, Arbeitsunfälle mit Ausfallzeiten, Fälle eingeschränkter Arbeitsfähigkeit sowie Fälle mit medizinischer Behandlung. Diese Kennzahl wird von den Tochtergesellschaften fallweise gemeldet. Die Angaben zur Abdeckung der Beschäftigten durch Managementsysteme für Gesundheit und Sicherheit werden in dieser Berichtsperiode nicht ausgewiesen, da das zugrunde liegende Reporting-System diese Daten derzeit noch nicht konsistent abbilden kann. Aus Gründen der Datenqualität wurden die entsprechenden Werte daher neutral geschwärzt.

S1-15 Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben

Arbeitsfreistellung aus familiären Gründen	2024	2025
1) Anteil der Beschäftigten mit Anspruch auf Arbeitsfreistellung aus familiären Gründen (%)	91,8	92,5
2) Anteil der anspruchsberechtigten Beschäftigten, die eine Arbeitsfreistellung aus familiären Gründen in Anspruch genommen haben (%)	7,4	7,2
a) Männlich	24,6	38,0
b) Weiblich	75,4	61,9
c) Divers	0,0	0,1

Erläuterung: Die Angaben basieren auf den in SAP SuccessFactors dokumentierten Meldungen zu Elternzeit, Mutterschutz, Pflegezeit sowie vergleichbaren gesetzlich oder betrieblich geregelten Freistellungen. Die prozentualen Werte beziehen sich auf die Gesamtzahl der anspruchsberechtigten Beschäftigten. Die geschlechtsspezifische Auswertung erfolgt auf Grundlage der in SAP SuccessFactors hinterlegten Selbstauskünfte.

S1-17 Diskriminierungs- und Belästigungsvorfälle

Diskriminierungs- und Belästigungsvorfälle	2024	2025
Gesamtzahl der gemeldeten Fälle von Diskriminierung; einschließlich Belästigung	34	56

Erläuterung: Ausgewiesen wird die Gesamtzahl aller im Berichtsjahr eingegangenen Meldungen zu Diskriminierung und Belästigung gemäß den im ESRS sowie in GRI 406 definierten Kategorien. Die Kennzahl umfasst sowohl abgeschlossene als auch im Berichtszeitraum noch bearbeitete Fälle

G1-3 Anti-Korruptionstraining

Anti-Korruptionstraining	2024	2025
1) Gesamtzahl der Anti-Korruptions Schulungsstunden (Stunden)	112,1	233,3
a) Beschäftigte L1-Führungsebene (Stunden)	0,0	14,7
b) Beschäftigte L2-Führungsebene (Stunden)	0,3	15,0
c) Beschäftigte L3-Führungsebene (Stunden)	10,0	16,2
d) Beschäftigte L4-Führungsebene (Stunden)	10,7	20,7
e) Beschäftigte L5-Führungsebene (Stunden)	8,8	14,7
f) Beschäftigte L6-Führungsebene (Stunden)	21,8	25,7
g) Beschäftigte L7-Führungsebene (Stunden)	60,6	126,2
2) Gesamtzahl der Beschäftigten mit risikobehafteten Funktionen (Personenzahl)	117,0	229,0
3) Anteil der geschulten Beschäftigten mit risikobehafteten Funktionen (%)	85,5	50,2

Erläuterung: Die Daten stammen sowohl aus den Meldungen der Gesellschaften im Rahmen des Konsolidierungssystems als auch aus zentral bereitgestellten Informationen des Learning Management Systems (LMS) SAP SuccessFactors Learning. Die ausgewiesenen Schulungsstunden umfassen sämtliche im Berichtsjahr dokumentierten Trainingsmaßnahmen im Bereich Anti-Korruption. Die im Berichtsjahr 2024 vergleichsweise niedrigen Schulungsstunden sind auf eine eingeschränkte Datenverfügbarkeit sowie auf noch nicht vollständig harmonisierte Reportingprozesse zurückzuführen.



IMPRES
SUM

Herausgeber
MERKUR.COM AG
Verantwortlicher i.S.d. Presserechts: Mario Hoffmeister

GROUP Sustainability
Merkur-Allee 1–15
32339 Espelkamp
Bundesrepublik Deutschland

Redaktion: Tiago Dias Ferreira, Louisa Pfeil,
Josephine Rosemeier, Nils Rullkötter, Lukas Schlingmann,
Anna Sotnikov, Sina Treichel
Gestaltung: Tanja Hartmeier, Vanessa Laborde Ochoa
Bildnachweise: Michelle Arnold, Thomas F. Starke

Veröffentlichung
Im Juli 2026

Kontakt für nachhaltigkeitsbezogene Fragen:
nachhaltigkeit@merkur.com

MERKUR.COM AG im Internet:
www.merkur.group

Hinweis: Dieser Kommunikationsbericht gibt einen Überblick über ausgewählte Nachhaltigkeitsthemen der MERKUR GROUP. Die Inhalte wurden sorgfältig erstellt. Änderungen regulatorischer Anforderungen oder interner Prozesse nach Redaktionsschluss können nicht ausgeschlossen werden.



MERKUR GROUP

www.merkur.group

