



Nachhaltigkeit 2012 und 2013: Positive Entwicklung in Österreich

SERIE TEIL 12. 2012 war ein aufregendes CSR-Jahr. Viele neue Awards, einige neue Gütesiegel, zahlreiche Skandale und viele gute Aktivitäten haben wir kennengelernt. Manche Unternehmen sind schon ganz vorne mit dabei, andere verrennen sich in einer Sackgasse, und wieder andere Unternehmen scheren sich überhaupt nicht um die Themen der Zukunft.

Alles in Allem konnten wir ein äußerst positives Bild der Nachhaltigkeitsbestrebungen in Österreich zeichnen. Wir haben aber auch viel von internen Hindernissen in Handelsunternehmen gehört. Zum Beispiel, dass manche Handelsunternehmen zwar eine stringente CSR-Strategie verfolgen, der Einkauf im selbigen Unternehmen jedoch diese Kriterien mitnichten als Einkaufsentscheidung heranzieht. Der Werbekostenzuschuss schlägt noch immer die sozialen Arbeitsbedingungen beim produzierenden Betrieb. Doch auch hier ist ein Wandel zu erkennen, der sich auch 2013 fortsetzen wird.

In dieser Ausgabe wollen wir Ihnen auch ein paar aktuelle Ereignisse näher bringen und Ihnen berichten, wie die Rewe International AG das Jahr 2012 punkto CSR sieht und was der Handelskonzern für 2013 plant. Die Rolle der Medien wurde im CSR-Circle diskutiert, und wir wollen Ihnen auch die Meinung anderer Medienhäuser nicht vorenthalten. Schließlich weisen wir Sie noch auf wichtige Termine für den Jahresstart hin und hoffen, Sie auf der einen oder anderen Veranstaltung zu treffen.

Grüne Marken in Österreich

Im November wurden erstmals Unternehmen und ihre Produkte mit dem „Green Brands“ Gütesiegel ausgezeichnet. Green Brands ist eine internationale, unabhängige und selbstständige Brand-Marketing-Organisation mit Hauptsitz auf der „grünen Insel“ Irland. Die Organisation verleiht ein Gütesiegel – in internationaler Zusammenarbeit mit ebenfalls unabhängigen Institutionen und Gesellschaften im Umweltschutz-/



AUSGEZEICHNET. Auch Spar hat den Preis „Green Brands Austria“ erhalten. Unser Bild zeigt Norbert Lux, COO Green Brands, Dr. Gerhard Drexel, Spar-Vorstandsvorsitzender, und Dr. Friedrich Hinterberger, Chef des SERI Nachhaltigkeitsinstituts (v. l.).

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbereich sowie mit Markt- und Meinungsforschungsinstituten. Mit der Auszeichnung werden „grüne“ Marken des täglichen Lebens prämiert, die auf das zunehmende Bewusstsein der Bevölkerung für mehr Nachhaltigkeit, Umweltschutz und gesunden Lebensstil reagieren bzw. von Beginn an so ausgerichtet sind.

Die Organisation Green Brands honoriert damit die Verpflichtung der Marken zu Klimaschutz, Nachhaltigkeit und ökologischer Verantwortung in einzigartiger Weise.

Toni Hubmann wurde mit seinem Unternehmen Toni's mit dem „Green Brands Austria 2012“ Gütesiegel ausgezeichnet, weil das Unternehmen schon seit über 25 Jahren nachweislich nachhaltig und ökologisch verantwortlich agiert und produziert. Toni's Freilandeier konnte das aufwändige Prüfungsverfahren nicht nur für das Unternehmen sondern auch für die Produkte positiv abschließen und erhält dafür den Award in beiden Bereichen.

Auch an Spar wurde das Gütesiegel „Green Brands Austria“ verliehen. Dr. Gerhard Drexel, Vorstandsvorsitzender der Spar Österreich, kommentiert das so: „Wir fühlen uns mit

der Auszeichnung zum Green Brand für unser jahrelanges, kontinuierliches Engagement für Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz bei Spar voll bestätigt und hoch motiviert, den eingeschlagenen Weg fortzuführen und immer noch zu verbessern.“

Zahlreiche CSR-Highlights bei Rewe

Die Handelszeitung wollte wissen, wie denn das CSR-Jahr 2012 beim Marktführer Rewe gelaufen ist und hat dazu Tanja Dietrich-Hübner, die Leiterin der Nachhaltigkeitsabteilung der Rewe International AG, im Exklusiv-Interview befragt.

DIE HANDELSZEITUNG: Was ist aus Ihrer Sicht 2012 besonders gut gelaufen im Hinblick auf CSR-Belange?

TANJA DIETRICH-HÜBNER: Bei Rewe International AG gab es 2012 etliche Highlights: Die Umstellung auf gentechnikfreies Hühnerfleisch, der weitere Ausbau unseres ProPlanet Sortiments – neben noch mehr Obst- und Gemüseprodukten mit dem Label, gibt es nun auch Eier und Fisch –, die Eröffnung der 500. Energieeffizienz-Filiale, die Einführung von Recycling-Taschen aus Altkunststoff oder auch die weitere Forcierung unserer Initiative „Lernen macht Schu-

le‘ gemeinsam mit der Caritas und der Wirtschaftsuniversität Wien. Ein ganz besonderes Ereignis waren für uns natürlich auch wieder unsere Nachhaltigen Wochen, mit einem Stakeholderforum bzw. dem intensiven Austausch mit Partnern, Mitarbeitern und Kunden als Höhepunkt.

Und auch generell hat sich in Sachen Nachhaltigkeit in Österreich einiges getan. Immer mehr Unternehmen beschäftigen sich, vor allem in ihren jeweiligen Kernbereichen mit dem Thema und ziehen Konsequenzen. Das verstärkt insgesamt die Dynamik und treibt Weiterentwicklungen voran, was uns sehr freut.

Was lief 2012 besonders schlecht oder war stark verbesserungsbefähigt?

Lassen Sie mich das generell beantworten: Höhen und Tiefen gibt es immer und in jedem Bereich. Gerade bei nachhaltigen Projekten gilt es oftmals, langfristig zu denken und sich geduldig zu zeigen. Denn es liegt in der ‚Natur der Sache‘, dass ‚Nachhaltigkeit‘ meist keine so raschen Ergebnisse erzielt, wie man es sich wünschen würde. Die Früchte der Arbeit können oft erst in der weiteren Zukunft geerntet werden. Hier gilt es dran zu bleiben.

Was erwarten Sie sich von 2013? Welche Projekte möchten Sie im kommenden Jahr umsetzen?

Wir werden auch 2013 sicherlich wieder das eine oder andere neue Projekt ins Leben rufen. Insbesondere ist es uns aber ein Anliegen, auch die begonnenen konsequent fortzuführen, wie beispielsweise unsere konzernweite Richtlinie für die Herkunft und Fangmethoden bei Fischen. Einen Überblick über alle Aktivitäten wird es übrigens wieder im Herbst geben – da erscheint nämlich die nächste Ausgabe unseres Nachhaltigkeitsberichts.

Wir danken für das Gespräch.



Tanja Dietrich-Hübner leitet die Nachhaltigkeitsabteilung der Rewe International AG.





MÄCHTIG? OHNMACHTIG? Über die Rolle der Medien diskutierten Reinhard Herok, Johannes Kaup, Roswitha Reisinger, MBA, Eigentümerin und Geschäftsführerin des Lebensart-Verlages, Mark Perry, Mag. Barbara Eppensteiner und Cornelia Dankl (v. l.) im renommierten CSR Circle in Wien.

Macht & Ohnmacht der Medien

Der CSR-Circle ist ein offenes Netzwerk für Menschen, die sich für Nachhaltigkeitsthemen interessieren und einen nachhaltigen Wandel in Österreich unterstützen wollen. Unter dem Motto „Macht & Ohn-

ternet und Social Media bringen die altgedienten Geschäftsmodelle ins Wanken.

Die Verlage kämpfen um Abonnent/innen und Werbekunden. Journalisten werden gekündigt und Zeitungen zusammengelegt, um die Kosten zu reduzieren. Was bedeuten diese Entwicklungen für die Zukunft von unabhängiger Information?



macht der Medien“ diskutierte der CSR-Circle am 22. November die Rolle der Medien im Bereich Corporate Social Responsibility.

„Blood, Sex and Crime“: Das sind die Zutaten für erfolgreiche Zeitungen und TV-Formate. Ist CSR dazu das Salz oder das Haar in der Suppe? Inwieweit passt CSR in das mediale Rezept?

Die Medienbranche befindet sich im Umbruch. Gratiszeitungen, In-

Können „soziale Netzwerke“ die Rolle der Medien übernehmen?

Wer will, wer braucht Qualitätsjournalismus überhaupt? Können Twitter und facebook die Rolle der Medien etwa besser übernehmen? Haben Informationen über CSR und Nachhaltigkeit in diesem Rahmen noch Platz? Und wenn ja, welche Rolle spielen sie?

Unter der Moderation von Cornelia Dankl und Reinhard Herok diskutierten unter anderem Mag.

anter Themen, die in anderen Medien zu kurz kommen. Grundsatz unseres Konzeptes ist der offene Zugang für die Programmierer. Das bringt eine Vielfalt von Themen, die ganz nahe an den Bedürfnissen der Betroffenen sind.“

Mark Perry: „Damals, als die Hainburger Au besetzt wurde, war die ‚Krone‘ die einzige Tageszeitung auf der Seite der Aubesetzer, während alle anderen die Regierungslinie gebracht haben. Darüber hinaus haben wir viele Kampagnen gefahren, gegen Gentechnik und Atomkraft und für die Biobauern. Ich schreib mir die Seele aus dem Leib, weil mein Herz für diese Themen schlägt.“

Mag. Johannes Kaup: „Es ist auch bei uns nicht leicht, nachhaltige Themen unterzubringen. Denn es sind nicht die Journalisten, die das Unternehmen führen, sondern Leute, die auf die Reichweite schauen.“

Termine: Das sollten Sie 2013 auf keinen Fall verpassen.

● Noch bis 28. Februar läuft die Ausstellung zu nachhaltiger Ernährung **„Aufgetischt“** in Ebersberg nahe München. Die Ausstellung im Museum „Wald und Umwelt“ geht der Frage nach, was wir wirklich auf den Teller bekommen und welche regionalen sowie globalen Einflüsse auf Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft unsere Ernährung hat.

● Am 8. Jänner beginnt die Einreichfrist für den **TRIGOS 2013**. Dieses Jahr wurde der Trigos aufgewertet, da er die Ausschreibung als Partner des EU-weiten CSR-Programms gewonnen hat.

● Am 29. Jänner beginnt in der Leipziger Messe die **Terratec 2013**. Die internationale Fachmesse für Umwelttechnik und Umweltdienstleistungen geht bis zum 31. Jänner.

● 27. April: Der **6. Diversity Ball** findet wieder im Kursalon Wien statt. Der Ball verbindet Menschen unterschiedlicher Sprache, Herkunft, Religion, Weltanschauung, Geschlecht und sexueller Identität sowie Behinderung. Tanzen Sie mit.

● 28. Mai: Um das Thema Energie geht es am **Vienna Energy Forum 2013**, der ein Jahr nach Rio+20 stattfindet. Was hat sich getan, was wird kommen? Erfahren Sie es hier.

● Am 29. Mai geht es dann weiter nach Sofia zur **„Save the Planet“-Exhibition**. Müllmanagement und Recycling sind Schwerpunkte. Besuchen Sie auch den Austrian Pavillon, der zum 4. Mal im Inter Expo Center Sofia mit dabei ist. ■

Kontakt zum Autor:

Constantin Wollenhaupt, M.A.
Mobil: 0676 9669751
E-Mail: wollenhaupt@vollposten-kommunikation.at



Constantin Wollenhaupt

SO LIEF ES FÜR SPAR

Für die Entwicklung und Realisierung der neuen, internationalen Auszeichnung ökologisch nachhaltiger Unternehmen und Produkte wurde die Organisation auch von höchst kompetenten österreichischen Partnern unterstützt.

Die Beratung und Betreuung zur Erstellung der Kriterienkataloge für die Validierungsverfahren wurde vom wissenschaftlichen Nachhaltigkeitsinstitut SERI (www.Seri.at) durchgeführt und in Zusammenarbeit mit einer hochrangigen Jury in die Praxis umgesetzt. Die Validierung der nominierten Unternehmen/Produkte – das aufwändige Prüfungsverfahren anhand umfangreicher Kriterienkataloge – wird von ALLPLAN (www.Allplan.at) durchgeführt.

Spar wurde im Rahmen einer repräsentativen Befragung der österreichischen Bevölkerung durch das Marktforschungsinstitut synovate in den Kategorien „Kaufhäuser/Handelsketten“ und „Lebensmittel-Einzelhändler“ mit großem Abstand als beste „grüne Marke“ nominiert. Damit konnte sich Spar dem aufwändigen und umfangreichen Prüfungsverfahren (Validierung) unterziehen, das mit Bravour bestand wurde. In letzter Instanz bestätigte die hochkarätige Jury Spar die Auszeichnung als Mag. Carmen Wieser, CSR-Leiterin Spar, sowie DI Franz Hölzl, Leiter der Nachhaltigkeitsabteilung bei Spar, waren ebenfalls bei der Übergabe zugegen und zeigten sich über die Auszeichnung hoch erfreut.

Fritz Hinterberger, Chef des SERI Nachhaltigkeitsinstituts, überbrachte die Glückwünsche im Namen der gesamten Jury und betonte dabei die Wichtigkeit, erkannte Verbesserungspotenziale für die ökologische Nachhaltigkeit nicht nur zur Kenntnis zu nehmen, sondern auch umzusetzen, was Spar Österreich eindrucksvoll gelinge.

SO LIEF ES FÜR TONI HUBMANN

In einem dreistufigen Verfahren hat sich die Fachjury aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Umweltverbänden vor allem deshalb für Toni's entschieden, weil das Unternehmen nun schon seit über 25 Jahren nachweislich nachhaltig und ökologisch verantwortlich agiert und produziert. Toni's Freilandeier konnte das aufwändige Prüfungsverfahren nicht nur für das Unternehmen sondern auch für die Produkte positiv abschließen und erhält dafür den Award in beiden Bereichen.

Norbert Lux, COO der Green Brands, begründet die Auszeichnung so: „Toni's und seine Bäuerinnen und Bauern leben den ökologischen Umgang mit der Natur täglich. Eine Marke die in über 25 Jahren ein derart ökologisch und sozial verantwortliches Bewusstsein entwickelt hat, ist jedenfalls ein Green Brand.“

„Green Brand“ zu sein, heißt mit all seiner Kraft das zu achten was uns täglich umgibt. Das ist nicht immer einfach, aber es lohnt sich“, ist Toni Hubmann, Geschäftsführer von Toni's Freilandeier überzeugt. Für Toni Hubmann ist das alles eine Frage der Haltung. Eine respektvolle und würdevolle Haltung gegenüber Mensch, Tier und Umwelt erfordert eben genauso viel Mut, wie Durchhaltevermögen. Eigenschaften die dem Pionier der Freilandhaltung nicht fremd sind. Weshalb man bei Toni's aktuell auch Hähne aus einer speziellen Zweinutzungsrasse aufzieht. Die Hennen zum Eierlegen, die Hähne zum Mästen. So wie es damals war, bevor man die Ethik in der Tierhaltung einem Leistungsgedanken in der Produktion geopfert hat.

Für seine Sicht der Dinge wurde Toni's heuer bereits mit dem Trigos (Österreichs renommiertesten Nachhaltigkeitspreis) in der Kategorie Markt ausgezeichnet. Insgesamt also ein gutes Jahr für die Umwelt und auch für Toni's.

