

Wiener Zeitung (Morgenausgabe) Seite csrJahrbuch58, 29.01.2014

Gelebte CSR in der Praxis
Thema: Wertschöpfungskette



Hofers Herz für Bienen: Da es ein Drittel aller Lebensmittel nur dank Bienen gibt, ist die Lebensmittelkette selbst unter die Imker gegangen und betreibt auch einen Biobienenschutzfonds. (links)

Chocolatier Zotter setzt bei allen Rohstoffen, die aus südlichen Ländern kommen, auf 100 Prozent Fairtrade.

„Wir wollen auch in ökologischer und sozialer Hinsicht Sicherheit bieten“

FRIEDHELM DOLD, HOFER

„Das alles ist unsere Konsequenz eines mittlerweile zehnjährigen Weges“, betont Kneißl. Auf diesem Weg ist auch ein eigenes Kleinwasserkraftwerk entstanden, das Ökostrom für das Unternehmen liefert, ein CO₂-neutrales Energiekonzept für die Gläserne Fabrik und ein Gesundheitszentrum, wo alle MitarbeiterInnen von Schirnhofers samt deren Familienangehörigen einen Termin zur Gesundenuntersuchung auf „Erste-Klasse Niveau“ vereinbaren oder auch bei akuten Beschwerden ärztliche Hilfe in Anspruch nehmen können.

20 Hofer-Leuchttürme bis 2020

Natürlich weiß der Lebensmittelhändler Hofer, wie man die grüne PR-Klavatur spielt, etwa wenn via facebook aufgerufen wird, Blumenwiesenfotos hochzuladen, um ein Zeichen für Naturvielfalt und Bienen zu setzen. Aber um aus dem Schatten des grünaktiven Mitbewerbs zu treten, hat Hofer jetzt Substantielles aus dem Marketingkoffer geholt: Unter dem Titel „Projekt 2020“ werden alle Nachhaltigkeitsaktivitäten gebündelt, und Hofer verspricht bis 2020 mindestens 20 Leuchtturmprojekte unter Einbeziehung der Kunden umzusetzen.

Das Glaubwürdigkeits-Attest stellt ein Stakeholder-Beirat aus, an dem unabhängige und durchaus kämpferische ExpertInnen wie Helga Kromp-Kolb von der Universität für Bodenkultur in Wien und Ernährungsmediziner Kurt Widhalm teilhaben. Widhalm sieht als Ziel der Hofer-Initiative, „das Verhalten der Menschen nachhaltig zu beeinflussen“, und Kromp-Kolb möchte „als ständige Mahnerin (...) Hofer anspornen, der Branche ehrgeizige Maßstäbe vorzulegen“.

Und das sieht zum Beispiel so aus: Hofer „schwärmt“ für Bienen, geht selbst unter die Imker und gründet einen Bienenschutzfonds, „da es ein Drittel aller Lebensmittel nur dank Bienen gibt“. Oder man kann bei Hofer auch Grünstrom einkaufen. Dank einer Kooperation mit oekostrom ist der Strom natürlich zu 100 % sauber und aus Österreich. Beworben wird das ungewöhnliche Produkt, das es 2013 gleich zwei Mal im Angebot gab, in gewohnter Manier: „Ganz unkompliziert, zum günstigsten Preis, solange der Vorrat reicht.“ Der Umstieg auf grünen Strom wird so auch für Leute, die bisher keinen Zugang dazu hatten, leicht gemacht. Passend dazu ruft Hofer zur großen „Energiefresser-Jagd“ auf und bietet Produkte, die jedem Einzelnen beim Energiesparen helfen können.

Zugleich trimmt Hofer seine 440 Filialen auf Energieeffizienz. Jede fünfte Filiale, und jeder Neubau sowieso, erfüllt den GreenBuilding-Standard für niedrigen Heizwärmebedarf. Zur Heizung und Kühlung wird eine Kälte-Wärme-Verbundanlage eingesetzt, wo die Abwärme der Kühlung zum Heizen der Filialen verwendet wird. Stromersparnis innerhalb eines Jahres: rund fünf Prozent.

Mit der Produktlinie „Zurück zum Ursprung“ nimmt es Hofer auch ernst: Der Fokus liegt auf regionaler österreichischer Herkunft und traditioneller Herstellung. Im restlichen Sortiment setzt Hofer ebenso verstärkt auf Nachhaltigkeitsthemen: Verzicht auf künstliche Konser-

Wiener Zeitung (Morgenausgabe) Seite csrJahrbuch59, 29.01.2014

vierungs- oder Farbstoffe, verantwortungsvolle Beschaffung von Fisch, Holz, Kakao oder Palmöl wie auch Sozialstandards in Produktionsländern angestrebt werden.

„Wir sind noch nicht zu 100 Prozent perfekt“, kommentieren die Hofer-Generaldirektoren Friedhelm Dold und Günther Helm selbstkritisch die neue Ausrichtung, „aber die Richtung ist klar definiert. Wir wollen auch in ökologischer und sozialer Hinsicht Sicherheit bieten.“ „Es bleibt noch viel zu tun“, moniert Helga Kromp-Kolb, „aber Hofer hat mit der Grünstromaktion und dem Projekt 2020 einen guten Anfang gemacht.“

Zotter: Schritt für Schritt die Lieferkette entlang

Gregor Sieböck wandert. Und wenn der Weltenwanderer einmal geht, dann richtig weit. Rund 30.000 Kilometer hat er schon in den Füßen; per pedes hat er die halbe Welt bereist. Seit August 2013 ist er wieder unterwegs, „um die Menschen hinter all den Zotter-Zutaten zu entdecken“, wie er sagt. Sieböck wandert entlang der weltweiten Zotter-Lieferantenketten. „Auf dieser Reise möchte ich einfach zeigen, was Bio ausmacht und was es besonders macht. Ich möchte die einzelnen Menschen hinter dem Produkt vorstellen, zeigen, wie sie leben, welche Visionen sie haben und herausfinden, warum sie Bio produzieren und versuchen, im Einklang mit der Erde zu wirtschaften.“ Ein Jahr lang wird er unterwegs sein und Tagebuch über Honig, Hanf und Chili schreiben.

Dem Schokoladenhersteller Zotter kann diese Initiative des wandernden Wirtschafts- und Umweltwissenschaftlers nur recht sein. Gerade die Kakaoernte, also der Ursprung jeder Schokolade, ist ja bekanntlich ein Hort ausbeuterischer Kinderarbeit, und Zotter hat von Anfang an gezeigt, dass es auch anders gehen kann. Die Kommunikation über die ausschließlich nach Fairtrade zertifizierten Zotter-Rohstoffe ist allerdings nicht so leicht. Wenn eine neue Sorte „Affengeiler Bananenkaffee“ heißt, ist das recht flott, der kleine Vermerk „66% Fairtrade“ bringt aber kritische Genießer zum Grübeln. „Selbstverständlich ist alles, was aus dem Süden kommt, 100% Fairtrade“, sagt Zotter, „aber in der Schokolade sind eben auch heimische Rohstoffe wie Butter und Milch, und die gibt es eben nicht in Fairtrade. Wozu auch? Wir beziehen jetzt übrigens auch IMO-zertifizierten Kakao aus Brasilien, Kongo und der Dominikanischen Republik. IMO ist zwar nicht so bekannt wie Fairtrade, folgt aber den gleichen Richtlinien und kontrolliert darüber hinaus auch das verarbeitende Unternehmen. Auch unsere Zotter-Manufaktur wurde von der IMO hinsichtlich Bio und fairen Arbeitsbedingungen geprüft.“

Auch bei Rohstoffen aus der Heimat schätzt der Chocolatier das besondere ökologische Gewissen, wie er es etwa bei den Tiroler Bergbauern findet: „Ein Großteil der Milch wird morgens und abends mit Seilbahnen von den Bergbauern angeliefert. Weil die vollen Milchkannen jeweils die leeren Kannen den Berg hinaufziehen, arbeitet das System besonders energieeffizient und verursacht in seinem Betrieb von insgesamt acht Seilbahnen nur Stromkosten in der Höhe von fünfzehn Euro pro Jahr!“

Achtsam entlang der Wertschöpfung

Embatex

Das Kärntner Unternehmen hat sich auf die Wiederbefüllung von Druckerpatronen und Tonerkartuschen spezialisiert und vermeidet so 500 Tonnen Müll/Jahr.

Hotel Stern Tirol

Das Familienhotel in Obsteig am Mieminger Plateau hat dank konsequenter Klimaschutzstrategie den CO₂-Verbrauch seiner Gäste auf zwölf Kilogramm reduziert, u.a. durch den bevorzugten Kauf von Lebensmitteln aus der Region.

Sonnenor

Bio-Pionier Johannes Gutmann produziert mit großem Erfolg Tees, Kaffee und Kräuter auf Biobasis.

Belutti Planen

Der „zweite Lebenszyklus“ als Produktionskonzept: Das Unternehmen macht aus Lkw-Planen und Hightec-Textilien neue Produkte.

UNITO (Universal) Versand

Der Versandhändler baut kontinuierlich seine Bio-Sortimente aus und fördert den nachhaltigen Anbau von Baumwolle in Afrika.

Aufsehen erregt hat Zotter auch mit seinem 2011 initiierten „Essbaren Tiergarten“, der laufend erweitert wird. Eigentlich sollte es ja nur eine Kantine für die MitarbeiterInnen sein. Das Fleisch sollte aus eigener Haltung kommen und direkt vor der Haustüre erlebbar sein, weil Zotter das Wissen um die Herkunft wichtig war. „Eigentlich geht das alle an“, dachte Zotter und machte die Kantine öffentlich zugänglich. „Erst streicheln, dann essen“, ist jetzt das etwas gruselig anmutende Motto, aber letztlich geht es dem Schokoladenhersteller um die Wahrheit unseres Essens. Der Tiegarten ist energieautark, die Tiere leben in wohligen Erdställen, und wer Fleisch speisen mag, der kann froh sein, dass es auf diese Art gehalten wurde.

Zotter weiß jedenfalls, wie man Lieferketten nachhaltig gestaltet und wie man sie vermarktet. Beharrlich am richtigen Weg bleiben, Schritt für Schritt, wie Gregor Sieböck, der gerade irgendwo zwischen Afrika und heimischen Almen auf den Spuren der Zotter-Rohstoffe unterwegs ist.