

Nachhaltigkeitsbericht



IKEA Österreich
2020/21



Über diesen Bericht

Der vorliegende Bericht ist der erste Nachhaltigkeitsbericht von IKEA in Österreich in Anlehnung an die GRI-Richtlinien und beinhaltet Informationen der Geschäftsjahre 2020 und 2021. Dieser Bericht behandelt primär Aktivitäten von IKEA in Österreich. Informationen über internationale Aktivitäten finden sich im Nachhaltigkeitsbericht von Inter IKEA und Ingka. (GRI 102-1)

Der nächste Bericht ist für 2024 geplant und wird Informationen über die Geschäftsjahre 2022 und 2023 enthalten. (GRI 102-51)

In diesem Bericht möchten wir über unsere Erfolge, aber auch über die Heraus-

forderungen auf unserer Nachhaltigkeitsreise informieren. Dieser Bericht wurde in Anlehnung an die GRI-Standards: Option Kern erstellt. (GRI 102-54)

Dies wurde durch externe Prüfer:innen begutachtet. Mit der Überprüfung wurde die Firma Quality Austria beauftragt. Umweltkennzahlen und deren Richtigkeit wurden bereits von KPMG evaluiert und daher in die Quality-Austria-Nachhaltigkeitsberichtsvalidierung und -Prüfbescheinigung nicht aufgenommen. (GRI 102-56)

Für Fragen, Anregungen und Feedback zu diesem Bericht stehen Elisabeth Dal-Bianco (Communication Operations Manager) und Florian Thalheimer (Country Sustainability Manager) unter ikea.austria@ikea.com zur Verfügung. (GRI 102-53)

Hej!

Inhalt

1. Vorwort des CEOs	3
2. Rückblick Pandemie	4
3. Nachhaltigkeits-Meilensteine	6
4. IKEA Vision	8
5. Stakeholder-Einbindung	13
6. Highlights aus dem Bericht	15
7. Better Company	16
8. Better Homes	23
9. Better Planet	32
10. Better Lives	40
11. Kennzahlen	47
12. Ziele & Maßnahmen	50
13. GRI-Inhaltsindex	52

2er-Sofa KLIPPAN

Bezug:
Storvreta rot/weiß

► Langlebige Metallfedern in der Sitzpolsterung verleihen dem Sofa federnden Komfort, damit du viele Jahre lang sitzen, liegen, entspannen und dich wohlfühlen kannst.



„I truly want to make the world a better place. And I found in IKEA the right place to do it. One of IKEA's values is ‚People & Planet Positive‘: I will be representing and fighting for it – due to the importance of the topic but especially because of my personal conviction that we can and shall change the world with every small move forward.“

Alpaslan Deliloglu
Country Manager und Chief Sustainability Officer
IKEA Österreich

(GRI 102-14)

Hej,

ich freue mich sehr, unseren ersten validierten Nachhaltigkeitsbericht für IKEA Österreich für die Geschäftsjahre 2020 und 2021 vorstellen zu dürfen. Wir setzen uns schon seit vielen Jahren für Nachhaltigkeit ein und übernehmen gesellschaftliche Verantwortung. Mit diesem Bericht wollen wir Einblicke darüber geben, wie wir unsere Geschäfte in Österreich tätigen, welche Initiativen wir unterstützen, um notleidenden Menschen in diesem Land zu helfen, und vor allem welche Maßnahmen wir bei IKEA setzen, um gegen die globale Klimakrise anzukämpfen. Wir bei IKEA wissen, dass wir selbst manchmal Teil des Problems sind, aber wir arbeiten hart daran, ein Teil der Lösung zu werden.

In meiner Funktion als Chief Executive Officer bin ich gleichzeitig auch Chief Sustainability Officer für Österreich. Es ist meine tiefe Überzeugung, dass wir bei IKEA einen Beitrag leisten können und müssen, damit diese Welt auch weiterhin für zukünftige Generationen ein lebenswerter Ort bleibt bzw. wird. Wir sind entschlossen, uns für eine Welt einzusetzen, in der wir alle besser auf die Umwelt, auf die Ressourcen der Erde und auf unsere Mitmenschen achten.

Die letzten beiden Jahre werden uns wohl immer in Erinnerung bleiben. Die Pandemie hat den Stellenwert des Zuhauses für viele Menschen langfristig verändert und daher auch uns gefordert, neue Services wie „Click & Collect Kontaktlos“ anzubieten, die die Gesundheit der Menschen beim Einkauf nicht gefährden. 2021 konnten wir jedoch trotz Covid-19 einige nachhaltige Aktivitäten setzen. Wir haben einen der nachhaltigsten IKEA Stores weltweit, den ersten City Store im Herzen Wiens, eröffnet. Wir haben die Regenbogenflagge gehisst, uns für Vielfalt und den Abbau von Vorurteilen eingesetzt, mit „Zuhause mit Papa“ zur Sensibilisierung der Väterrolle in Österreich beigetragen und unsere Nachhaltigkeitsstrategie „People & Planet Positive“ vorangetrieben.

Das Ziel von IKEA weltweit ist es, bis 2030 ein klimapositives und kreislauforientiertes Unternehmen zu werden und ein gesundes und nachhaltiges Leben für viele Menschen erschwinglich zu machen.

Nachhaltigkeit lässt sich nicht aufschieben, wir müssen jetzt handeln. Die Klimakrise bedroht den Alltag von vielen Menschen – schon heute und ganz besonders von künftigen Generationen. Wir müssen die Art und Weise überdenken, wie wir leben, arbeiten und reisen, und das alles innerhalb der Grenzen unseres Planeten. Wir müssen zusammenarbeiten, um Produkte nachhaltig zu beschaffen, zu produzieren und zu nutzen, und Lösungen für eine sauberere, umweltfreundlichere Zukunft entwickeln.

Wir sind erst am Beginn dieser Reise. Eine Übersicht, was wir bereits alles geschafft haben, zeigen unsere bisherigen Nachhaltigkeits-Meilensteine in Österreich.

Unter dem Motto „Leap Year of Sustainability“ haben wir zahlreiche Schwerpunkte und Nachhaltigkeitsmaßnahmen gesetzt, die wir in den kommenden Jahren weiterführen werden. Über unsere Erfolge, aber auch über die Herausforderungen auf diesem Weg wollen wir auf den nächsten Seiten informieren. Es geht darum, in allem, was wir tun, besser zu werden und zu einem besseren Leben der vielen beizutragen.



Wir sind auf dem Weg, aber es gibt noch viel zu tun!

Alpaslan Deliloglu
Chief Executive Officer und Chief Sustainability Officer
IKEA Österreich



Auswirkungen der Covid-19-Pandemie

Die Covid-19-Pandemie hat uns – wie alle anderen auch – vor eine noch nie da gewesene Herausforderung gestellt. In dieser Zeit der großen Unsicherheit haben uns unsere starken Werte als Leuchtturm gedient, und wir haben uns an ihnen bei all unseren Entscheidungen und Priorisierungen orientiert. Von Beginn an die allerhöchste Priorität hatte die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter:innen und Kund:innen – danach haben wir in weiterer Folge all unsere Entscheidungen ausgerichtet und getroffen. Das inkludierte für uns nicht nur die physische Gesundheit, sondern auch die mentale Gesundheit. Um unseren Mitarbeiter:innen Stabilität zu bieten und ihnen zumindest die finanziellen Sorgen zu nehmen, haben wir keine Kurzarbeit in Anspruch genommen und allen unseren Mitarbeiter:innen 100 % Gehalt gezahlt. Dies wurde von unseren Mitarbeiter:innen auch mit einer riesigen Einsatzbereitschaft und großer Flexibilität honoriert.

Einen weiteren Schwerpunkt während der Corona-Krise haben wir auf Kommunikation gelegt. Wir haben unsere Mitarbeiter:innen stets gut und rechtzeitig über aktuelle Entwicklungen der Pandemie und die damit verbundenen faktischen und rechtlichen Auswirkungen an den Standorten (wie Lockdowns, Änderungen der Öffnungszeiten, 2G-/3G-Regel etc.) informiert. Dieser Eindruck wurde uns auch in der letzten Mitarbeiterbefragung rückgemeldet, in der wir sehr gute Werte bezüglich unseres Handelns und der Kommunikation in der Corona-Pandemie bekommen haben.

Das Leben zuhause

Die Pandemie hat den Stellenwert des Zuhauses für viele Menschen langfristig verändert. In den Lockdowns wurde es zum Mittelpunkt des

gesamten Alltags, musste an die unterschiedlichen Anforderungen der Familienmitglieder angepasst werden und war für das psychische Wohlbefinden von großer Bedeutung.

Um die Menschen bei der positiven Gestaltung ihres Zuhauses zu unterstützen und auch um Arbeitsplätze zu sichern, sind wir zu Beginn des ersten Lockdowns über Nacht dazu übergegangen, unsere Kund:innen ausschließlich online über IKEA.at zu bedienen. Außerdem konnten sich die Kund:innen via Online-Expertenplanung von unseren Mitarbeiter:innen beraten lassen. Während der Lockdowns haben wir unsere Einrichtungshäuser in „Logistik-Einheiten“ umgewandelt, in denen alle Mitarbeiter:innen, unabhängig von ihrer sonstigen Rolle oder ihrem eigentlichen Job, gemeinsam an der Erfüllung der Online-Kundenbestellungen gearbeitet haben. Ihnen allen, die sich dieser unglaublichen Herausforderung gestellt und stets Flexibilität sowie Engagement bewiesen haben, ein großes Dankeschön!

Wir sind sehr stolz darauf, dass alle Jobs aus eigener Kraft gesichert werden konnten. Des Weiteren haben wir uns dafür entschieden, keinerlei finanzielle staatliche Unterstützungsleistungen in Anspruch zu nehmen, sodass sie anderen, härter getroffenen Branchen zur Verfügung gestellt werden konnten.

Trotz Umsatzeinbußen durch die Schließungen unserer Einrichtungshäuser ist es uns gelungen, letztendlich sogar zu wachsen. Und nicht nur das: Seit Beginn der Pandemie haben wir über 20 Millionen Euro unter anderem in die Schaffung von 500 zusätzlichen Arbeitsplätzen sowie für die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen aufgewendet.

Die Gesundheitskrise hat uns enger zusammen-
geschweißt und unseren geschäftlichen Wandel
beschleunigt, indem sie uns gezwungen hat, noch
kreativer zu werden und Probleme in wenigen
Wochen zu lösen, die normalerweise Jahre
gedauert hätten. Trotz dieser schwierigen Zeit
zeigte sich unser Wert Togetherness durch den
starken Zusammenhalt während der Pandemie.

(GRI 403-6)

Investitionen in die Gesundheit (GJ 20/21)

**1 Mio. Gratismasken pro Jahr für
Mitarbeiter:innen und Kund:innen**

**900 Plexiglaswände in Einrichtungshäusern
zur Wahrung der Sicherheit**

**1.234 Desinfektionsspender mit einer
Füllmenge von insgesamt 12.345 Litern**

**400 Sticker für Bodenmarkierungen zur
Wahrung des Sicherheitsabstands**

**Zahlreiche Impfmöglichkeiten und
Testangebote**

**Regelmäßige Sicherheitsaudits: monatliche
Überprüfung von Sicherheitsvorgaben zur
Vermeidung einer Ansteckung durch
Virusausbreitung über die Atemwege**

**„IKEA is a safe place“: Wir haben nach den
Lockdowns die Entscheidung getroffen, den
Schwerpunkt auf eine sichere Wieder-
eröffnung zu legen, und bewusst auf
aggressive Werbung, die viele Leute
gleichzeitig in die Stores gebracht hätte,
verzichtet.**

Investitionen in die Gesundheit

Unser Hauptaugenmerk während der Krise lag
darauf sicherzustellen, dass IKEA ein sicherer Ort
zum Arbeiten ist und gleichzeitig ein bedenken-
loses Einkaufserlebnis ermöglicht.

Unter dem Motto „IKEA is a safe place“ haben wir
im letzten Jahr viel investiert, damit IKEA ein
sicherer Ort für Kund:innen und Mitarbeiter:innen
ist, und unser umfangreiches Sicherheitskonzept
optimiert. Dazu zählten die Einführung von
Hygienemaßnahmen, die Bereitstellung von
Schutzausrüstungen sowie Schulungen der
Mitarbeiter:innen und die Durchführung von
internen Audits, um die Einhaltung der Sicher-
heitsanforderungen und den Schutz der
Gesundheit zu gewährleisten.

In herausfordernden Zeiten wie diesen hat
neben der körperlichen auch die mentale
Gesundheit hohe Priorität. Unser Fokus lag auf
der physischen und psychischen Resilienz unserer
Mitarbeiter:innen und von deren Familien-
angehörigen. Wir haben dazu die Kampagne
„R U OK?“ ins Leben gerufen. Sie zielte darauf ab,
den offenen Dialog über Belastungen und
Probleme unter Kolleg:innen anzuregen. Für
zusätzliche Erholung konnten sich alle Mitarbei-
tende überdies „Me-Time“, eine Auszeit von bis
zu einem Tag, nehmen. Im Geschäftsjahr 2020
gab es außerdem zusätzliche Zeitausgleichs-/
Urlaubstage für die Mitarbeiter:innen.

Um gesundes Arbeiten auch unter den veränderten
Bedingungen und im Home-Office zu fördern,
haben wir sechs große Initiativen implementiert.

Für alle Mitarbeiter:innen im Home-Office wurde
eine neue Routine entwickelt und auch
entsprechendes Equipment zur Verfügung
gestellt.

Impfaktionen, Testangebote

Um allen interessierten Mitarbeiter:innen eine
freiwillige Covid-19-Impfung anbieten zu können
und den Zugang so einfach wie möglich zu
gestalten, haben wir betriebliche Impfmöglich-
keiten (von Impfstraße bis Impfbus) für die Units
organisiert. Auch Angehörige konnten davon
Gebrauch machen.

Darüber hinaus gab es verschiedene andere
Initiativen wie z.B. Gemeinsam mit dem Land
Oberösterreich unterstützte IKEA Haid den
Versuch, die Impfquote zu steigern, und bot eine
Pop-up-Impfstelle im Bällebad von IKEA Haid an.
Die Impfmöglichkeit im Einrichtungshaus hatte
das Ziel, vor allem die junge Zielgruppe zu
erreichen und einen interessanten Ort für die
Impfung anzubieten.

Zusätzliche finanzielle Wertschätzung für die Mitarbeiter:innen: UPPSKATTA

Als Dank und Anerkennung für den außer-
gewöhnlichen Einsatz während der Covid-19-
Pandemie hat die Ingka Gruppe im aktuellen
Geschäftsjahr für all ihre Mitarbeiter:innen
weltweit insgesamt 110 Millionen Euro aus-
geschüttet – so auch in Österreich. Die
Gesamtsumme von UPPSKATTA (Anerkennung auf
schwedisch) beträgt bei den österreichischen
Mitarbeiter:innen mehr als 2,5 Millionen Euro
zusätzlich zu allen bestehenden finanziellen
Anreizen bei IKEA wie dem „One
IKEA Bonus“ und „Tack!“.

€ 2,5 Mio. (GJ 21)
finanzielles Dankeschön
für Mitarbeiter:innen

Nachbarschaftshilfe

Die Pandemie hat besonders die Ärmsten unter
uns getroffen. IKEA Österreich trägt als
Unternehmen eine große Verantwortung und
setzt sich gegen Armut und soziale Ungerech-
tigkeit ein. Mit der Corona-Nothilfe-Aktion sowie
der Initiative „Ein Ort namens Zuhause“
unterstützten wir Hilfsorganisationen im Kampf
gegen soziale Ungerechtigkeit mit Sach- und
Geldspenden im Gesamtwert von 936.703,75 Euro.
Die Partner in dieser Zeit waren Caritas, Diakonie,
Volkshilfe, Pro Juventute, Hilfswerk, Caritas
Socialis, Rote Nasen Cliniclowns, Elisabethbrot,
Ronald McDonald Kinderhilfe, diverse Spitäler und
Feuerwehren.

€ 438.960,70 (GJ 21)
an Sach- und Geldspenden

Auswirkungen in der Lieferkette

Die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie werden
immer deutlicher spürbar und betreffen
Industrien weltweit. Im Geschäftsjahr 2020 und
2021 ist es IKEA gelungen, die massiven Kosten-
steigerungen entlang der Versorgungskette
aufzufangen, ohne die Preise für unsere Produkte
zu erhöhen. Leider sind auch wir nicht immun
gegen die makroökonomischen Entwicklungen,
mit denen Unternehmen, Einzelhändler und die
breite Bevölkerung seit der Pandemie konfrontiert
sind, sodass Einschränkungen bei der Verfüg-
barkeit und Preiserhöhungen auch für uns im
Geschäftsjahr 2022 unumgänglich sind.

Unsere bisherigen Nachhaltigkeits-Meilensteine in Österreich

Seit 1977 ist IKEA mittlerweile in Österreich vertreten. Wir setzen uns seit vielen Jahren aktiv für Nachhaltigkeit ein. Eine Reihe von Maßnahmen zeugt von den vielfältigen Umweltaktivitäten und unserem sozialen Engagement. Die folgende Übersicht (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) soll einen Einblick in unsere bisherige Nachhaltigkeitsreise in Österreich geben.

1997

1997: Zum 20 Jahre IKEA Jubiläum in Österreich erhalten alle Mitarbeiter:innen ein Fahrrad.

2003

2003: Der erste IKEA Österreich Umweltverantwortliche wird ernannt.

2007

2007: Als erstes Unternehmen in Österreich beginnt IKEA im Frühjahr 2007, seine Dienstwagenflotte auf umweltfreundliche Hybridautos umzustellen.

2007: Im September wird IKEA Österreich Gründungsmitglied und erster Partner der WWF CLIMATE GROUP in Österreich.

2007: IKEA Österreich wird zum ersten Mal als einer der besten Arbeitgeber Österreichs ausgezeichnet.

2007: Zum 30. Geburtstag verschenkt IKEA 300.000 Energiesparlampen in den City Centern jener Städte, in denen wir Standorte haben, um auf das Thema aufmerksam zu machen und vielen Menschen die Möglichkeit zu bieten, etwas nachhaltiger zu leben.

2008

Seit **2008** sind wir als familienfreundlicher Arbeitgeber über berufundfamilie zertifiziert.

Mit November **2008** ist Klagenfurt das umweltfreundlichste IKEA Einrichtungshaus Österreichs. Geheizt und gekühlt wird es – innovativ und ressourcenschonend – mit Erdwärme.

2009

Seit Jänner **2009** bezieht IKEA in Österreich 100 % Ökostrom aus Wasserkraft, Windenergie, Photovoltaikanlagen und Biomasse. Beliefert werden alle Standorte in Österreich.

Seit Februar **2009** haben IKEA Kund:innen die Möglichkeit, ihre Neuerwerbungen mit Leihtransportern von Carsharing.at nachhause zu bringen. Diese wurden eigens für IKEA auf den umweltfreundlicheren Erdgasantrieb umgerüstet und sind Teil der Strategie, den Anteil jener Kund:innen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu IKEA kommen, zu erhöhen.

Im Juni **2009** spendet IKEA Möbel für den Verein neuerHAUS, ein Projekt, das Obdachlosen in Wien wieder Obdach gibt und ihnen den Start in ein neues Leben ermöglicht.

Im Juni **2009** startet IKEA Salzburg mit einer „Stromtankstelle“!

2009: IKEA Salzburg bekommt den Energy Globe Award für die Umsetzung von Initiativen aus den Bereichen erneuerbare Energie, Energieeffizienz, Umwelt- und Klimaschutz.

Juni **2009:** IKEA Innsbruck fördert mit einem Zuschuss zum Jahresticket ganz gezielt die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für die Fahrt zu einem Einrichtungshaus.

2010: IKEA Österreich bekommt die Auszeichnung „Familienfreundlich HANDELn“.

2010: IKEA Österreich veröffentlicht ersten Umwelt- & Sozialbericht für das Jahr 2009.

2010

2011

2011: IKEA Österreich wird für vorbildliche Work-Life-Flexibility mit dem European Diversity Leadership Honours Award ausgezeichnet.

2011: Auf der „Wohnen & Interieur“-Messe in Wien baut IKEA ein ganzes Haus und zeigt darin, welche Möglichkeiten jeder und jede Einzelne hat, bei der Einrichtung, auch ohne viel Geld auszugeben, auf die Umwelt zu schauen.

2011: Riesenerfolg für die IKEA Stoffspielzeug-Aktion: IKEA Österreich spendet 229.859 Euro an UNICEF.

2013

2013: IKEA stellt Nachhaltigkeitsstrategie „People & Planet Positive“ mit ehrgeizigen 2020-Zielen vor, die auch in Österreich gelten.

2013: „BILLY hilft“: IKEA spendet 53.500 Euro für die Hochwasseropfer.

2014

2014: IKEA bringt ein eigenes E-Bike auf den Markt, Österreich ist Testland.

2014: Vorreiterrolle bei modernen Jobmodellen für mehr Equality: Bei IKEA Haid teilen sich erstmals zwei Frauen zu gleichen Teilen den Top-Job als Einrichtungshauschefin und führen rund 300 Mitarbeiter:innen.

2014: Die erste Photovoltaikanlage auf dem Dach eines heimischen IKEA Einrichtungshauses geht in Innsbruck ans Netz.

2014: Der Anteil von Frauen in Top-Führungspositionen liegt das erste Mal in Österreich bei 50 %.

2015

2015: Das Beleuchtungssortiment von IKEA besteht zu 100 % aus LEDs.

2015: IKEA launcht die Veggie Balls GRÖNSAKSBULLAR, die vegetarische Alternative zu den heiß geliebten Fleischbällchen.

2015: IKEA Graz nimmt eine Photovoltaikanlage in Betrieb.

2015: IKEA Standort Wels implementiert die größte Photovoltaikanlage in Österreich.

2015: Das gesamte Fischsortiment ist ab September MSC- bzw. ASC-zertifiziert.

2015: Im November 2015 lädt IKEA Österreich Besucher:innen ein, ein Zeichen der Solidarität zu setzen und einen Sticker mit der Aufschrift „Zusammen helfen wir – ich bin dabei“ auf eine Spendenwand zu kleben. Insgesamt spendet IKEA eine halbe Million Euro an die Caritas-Flüchtlingshilfe für die Einrichtung von Unterkünften und Integrationsprojekten.

2016

2016: An fast allen IKEA Standorten gibt es nun eine SMATRICES Turbo-Ladestation für Elektrofahrzeuge.

2016: Mit Photovoltaik gegen den Klimawandel: neue PV-Anlage in Haid. Bereits fünf Stores in Österreich haben Photovoltaikanlagen auf den Dächern installiert.

2016: Altöl wird zu 100 % recycelt und zu Biodiesel umgewandelt.

2017

2017: Bienenstöcke, Obstbaumwiese, Photovoltaik: IKEA Graz wird zum Vorzeigehaus hinsichtlich Nachhaltigkeit umgebaut.

Seit **2017** feiern wir den IDAHOT Day am 17. Mai für mehr Toleranz zu LGBTQ+.

2017: Die Küchenfront KUNGSBACKA, bestehend aus 100 % recycelten Materialien, wird gelauncht.

2017: IKEA implementiert ein neues System, das genau misst, wie viel Lebensmittelabfall an welchem Standort entsteht, um darauf aufbauend entsprechende Aktionspläne gegen Lebensmittelverschwendung zu setzen.

2018

2018: Seit 2018 wird mit der Aktion „Zweites Leben“ gebrauchten IKEA Möbeln ein neues Leben ermöglicht, statt sie zu entsorgen. Kund:innen bekommen für ihre alten Möbel Geld, die guten Stücke selbst werden 1:1 in der Fundgrube angeboten, deutlich gekennzeichnet als Gebraucht Möbel.

2018: IKEA Österreich führt erstmals ein IKEA Mindestgehalt ein, das über dem Kollektivvertragsniveau liegt und Lebenskosten in Österreich berücksichtigt.

2018: IKEA bringt den Veggie Dog auf den Markt.

2018: IKEA Österreich erhält Auszeichnung für seine Lehrlingsausbildung.

2019: Neues Service „Längeres Leben“ verlängert mit Reparaturservice den Produktlebenszyklus.

2019: Der Chief Executive Officer (Geschäftsführer) jedes Landes ist nun auch Chief Sustainability Officer und damit für das Vortreiben der Nachhaltigkeitsagenden im eigenen Land verantwortlich.

2019: Das neue Logistikzentrum Wien-Strebersdorf ist BREEAM-zertifiziert und weist mit Europas größtem Eisspeicher sowie einem Dach voller Photovoltaik etliche innovative Nachhaltigkeitsfeatures auf.

2019

Meilensteine 2020/21

2020

2020: Mit der Corona-Nothilfe-Aktion sowie der Initiative „Ein Ort namens Zuhause“ unterstützen wir Hilfsorganisationen im Kampf gegen soziale Ungerechtigkeit mit Sach- und Geldspenden im Gesamtwert von 233.000 Euro.

2020: IKEA launcht fleischlose Bällchen VÄXTBULLAR auf rein pflanzlicher Basis.

2020: Zum ersten Mal werden in allen IKEA Restaurants, Cafésbars und Bistros in Österreich einmalig an drei Tagen ausschließlich Gerichte ohne Fleisch oder Fisch serviert, um die Menschen zu einem gesünderen und nachhaltigeren Leben zu motivieren und vegetarische Alternativen aufzuzeigen.

2020: Um näher an die vielen Menschen zu kommen, wird das erste IKEA Planungsstudio Österreichs in Dornbirn eröffnet.

2020: Wir haben in der Pandemie keine Kurzarbeit in Anspruch genommen oder staatliche Unterstützungsleistungen beansprucht.

2021

2021: Kampagne „R U OK?“ zur Destigmatisierung von psychischen Belastungen und Problemen und zur Förderung des Dialogs rund um das Thema mentale Gesundheit.

2021: Zertifikat Audit berufundfamilie: IKEA Österreich zum vierten Mal als familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet.

2021: Einführung eines „Food Waste Watcher“-Tools in den Restaurants in allen Einrichtungshäusern in Österreich, um Lebensmittelabfälle so gering wie möglich zu halten.

2021: IKEA Österreich erhält Gütesiegel equaliTA für Frauenförderung und Gleichstellung.

2021: Kampagne „Zuhause mit Papa“ gemeinsam mit der schwedischen Botschaft, um den gesellschaftlichen Diskurs voranzutreiben und eine Sensibilisierung für die Väterrolle in Haushalt, Kindererziehung und Familienleben in Österreich zu schaffen.

2021: Für eine CO₂-neutrale Zukunft: IKEA Österreich führt Elektrofahrzeug-Flotte für Last-Mile Delivery im Großraum Wien ein.

2021: IKEA Wien Westbahnhof: Autofreies Vorzeigeprojekt in Sachen nachhaltiges Bauen wird eröffnet.

2021: Insgesamt werden Spenden im Wert von rund 438.960 Euro bereitgestellt – der Großteil davon in Form von Sachspenden.

2021: Zusätzliche finanzielle Wertschätzung für die Mitarbeiter:innen als Dank und Anerkennung für den außergewöhnlichen Einsatz während der Covid-19-Pandemie im Gesamtwert von über 2,5 Millionen Euro.



IKEA Vision, Geschäfts- und Mitarbeiteridee



Unsere große Leidenschaft ist das Leben zuhause. Wir suchen stets nach neuen, besseren Arbeitsweisen, von der Entwicklung eines Schaukelstuhls, der in ein flaches Paket passt, bis hin zu LED-Lampen, die für alle erschwinglich sind.

Unsere Vision ist es, für die vielen Menschen einen besseren Alltag zu schaffen – für die Kund:innen, aber auch für unsere Mitarbeiter:innen und diejenigen, die bei unseren Lieferant:innen arbeiten.

Wir wollen ein breites Sortiment formschöner und funktionsgerechter Einrichtungsgegenstände zu Preisen anbieten, die so günstig sind, dass möglichst viele Menschen sie sich leisten können.

Unsere Vision geht über Einrichtung hinaus. Wir möchten, dass unsere Geschäftstätigkeit eine positive Wirkung auf die Welt hat – angefangen damit, woher wir unsere Materialien beziehen, bis hin zu der Art und Weise, wie wir unseren Kund:innen helfen, zuhause ein nachhaltigeres Leben zu führen.

(GRI 102-11)

IKEA „People & Planet Positive“-Strategie

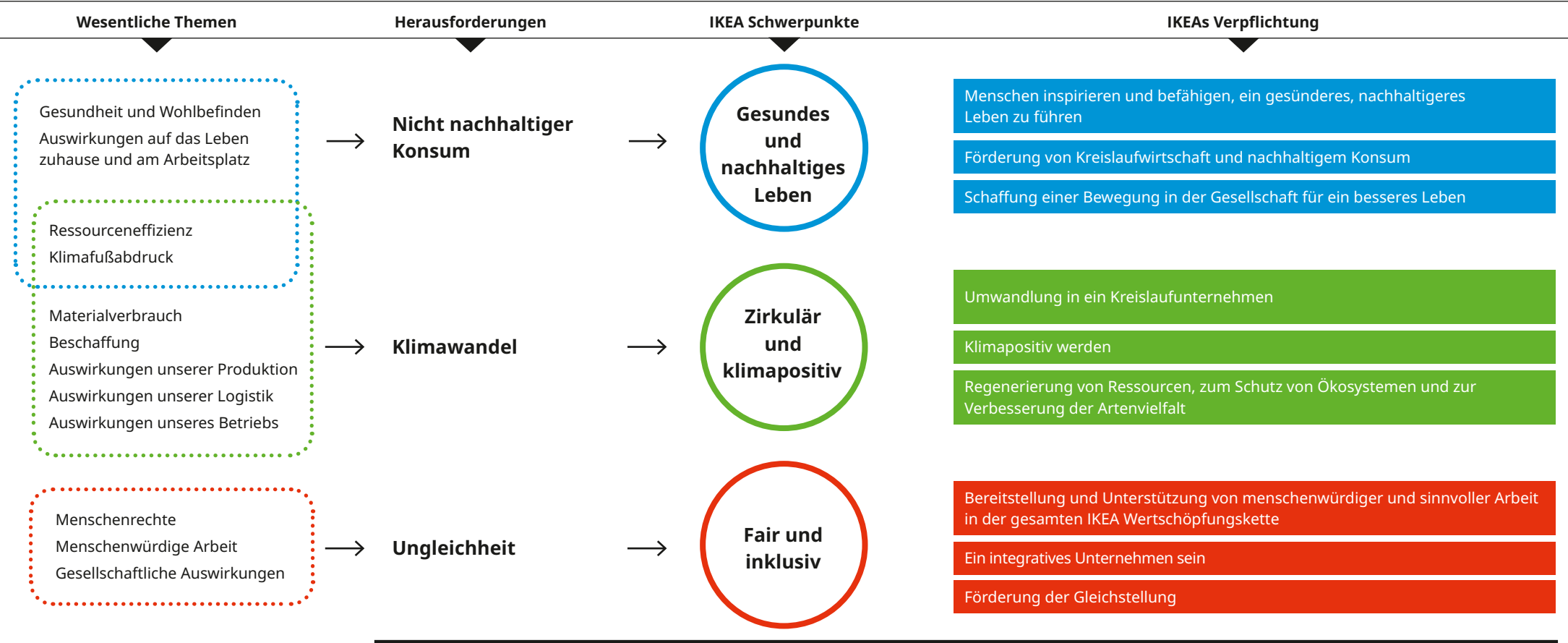
Um einen positiven Einfluss auf den Planeten zu haben, hat IKEA drei große Herausforderungen identifiziert, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen. Als Antwort auf diese drei Heraus-

forderungen hat IKEA drei entsprechende Schwerpunktbereiche festgelegt, die uns dabei helfen sollen, die IKEA Vision zu erfüllen und bis 2030 eine positive Entwicklung für

Mensch und Umwelt zu erreichen. Wir unterstützen die ambitionierten Klimaziele von IKEA – jede Landesorganisation ist gefordert, geeignete Schritte zu setzen, um das

gemeinsame Ziel, den konzernweiten Klimafußabdruck bis 2030 drastisch zu senken, zu erreichen. Für Österreich gibt es noch keine Roadmap zur klimapositiven Entwicklung. Ziel ist es,

bis zum nächsten Bericht eine solche für Österreich zu entwickeln und entsprechende Maßnahmen abzuleiten.



Fundament: IKEA Kultur & Werte, UN Sustainable Development Goals, UN-Grundsätze für Menschen- und Kinderrechte

Wusstest du



Klimapositiv bedeutet mehr Treibhausgasemissionen zu reduzieren, als die IKEA Wertschöpfungskette ausstößt, während das IKEA Geschäft wächst. Dies wird erreicht, ohne auf die Kompensation von CO₂ angewiesen zu sein. Die Verpflichtung beinhaltet das Ziel, bis 2030 die absoluten Treibhausgasemissionen aus der IKEA Wertschöpfungskette um mindestens 15 % im Vergleich zum GJ 16 zu reduzieren. Die aktuelle Reduktion gegenüber diesem Ziel liegt bei 5,8 %. Unter Berücksichtigung des geschätzten Wachstums im gleichen Zeitraum entspricht das Ziel einer Reduzierung des durchschnittlichen Klima-Fußabdrucks pro Produkt um schätzungsweise 70 %. Darüber hinaus werden Teilziele für bestimmte Teile der IKEA Wertschöpfungskette festgelegt. Weitere Informationen findest du im IKEA Klimabericht GJ 21.

[IKEA Klimabericht GJ 21](#)



(GRI 102-9)

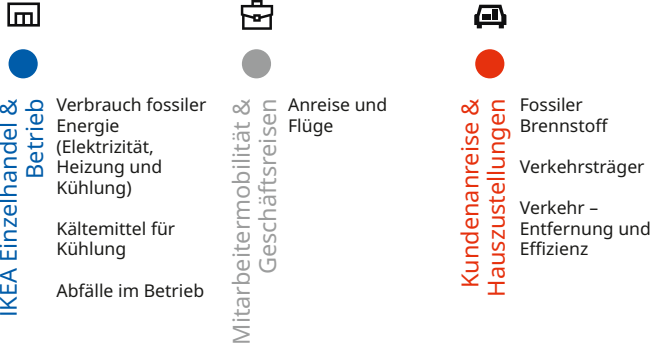
IKEA Wertschöpfungskette

Um den Klimawandel auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen und das Ziel zu erreichen, bis 2030 ein klimapositives Unternehmen zu werden, möchte IKEA den Klimafußabdruck über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg verstehen und messen – damit entsprechende Maßnahmen gesetzt werden können. Folgendermaßen sieht die globale und österreichische Wertschöpfungskette bei IKEA aus:

IKEA Wertschöpfungskette global vorgelagert



IKEA Österreich Kerngeschäft



nachgelagert



(GRI 102-44, GRI 102-46 GRI 102-47, GRI 103-1)

Wesentliche Themen IKEA Österreich

Auf Basis der globalen Wesentlichkeitsanalyse und unserer lokalen Wertschöpfungskette wurden für IKEA in Österreich folgende wesentliche Themen abgeleitet mit denen wir uns auseinandersetzen:

Auswirkungen auf das Leben zuhause und am Arbeitsplatz

Wir bei IKEA haben die Vision, Menschen einen besseren Alltag zu ermöglichen. Wir wollen Produkte, Lösungen und Wissen sowie unsere Markenbekanntheit in Österreich nutzen, viele Menschen zu einem bewussteren Verhalten zu lenken und sie zu inspirieren, nachhaltiger und gesünder zu leben – zuhause und am Arbeitsplatz.

Kreislaufwirtschaft

Kaufen, verwenden, wegwerfen: So sieht der Lebenszyklus vieler Produkte aus, und das müssen wir langfristig ändern, um Müll zu vermeiden und Ressourcen zu sparen. Unser Ziel in Österreich ist es, den Lebenszyklus unserer Produkte zu verlängern oder ihnen sogar mehr als ein Leben zu ermöglichen, z.B. mit dem Ausbau unserer Angebote in den Circular Hubs in unseren Einrichtungshäusern.

An- und Abreise zu IKEA und Lieferungen (Transport)

Einen großen Anteil an unseren CO₂-Emissionen in Österreich haben die An- und Abreise der Kund:innen und Mitarbeiter:innen sowie Lieferungen. Unser Ziel ist es, diese CO₂-Emissionen bis 2030 deutlich zu reduzieren, indem wir langfristig vermehrt unsere Standorte in die Zentren der Städte verlagern und die Speditionslieferung mit elektrisch betriebenen LKWs ausbauen.

Climate Footprint

Die durch Treibhausgase verursachten klimatischen Veränderungen haben messbare negative Auswirkungen auf das Leben vieler Menschen und den Zustand unseres Planeten. Unser Ziel ist es, die durch unsere Geschäftstätigkeit verursachten Emissionen sukzessive in den kommenden Jahren zu reduzieren und so dazu beizutragen, dass IKEA weltweit bis 2030 klimapositiv wird.

Wichtige gesellschaftliche Interessen

IKEA Österreich sieht sich als Teil der österreichischen Gesellschaft und setzt sich für eine sozial gerechtere und nachhaltigere Zukunft ein. Wir beziehen zu gesellschaftspolitischen und -kritischen Themen öffentlich Stellung und zeigen diese auch durch Aktivitäten in unseren Einrichtungshäusern.

Nachhaltige und verantwortungsvolle Beschaffung

Wir arbeiten nur mit Lieferant:innen und Geschäftspartner:innen zusammen, die unser Engagement für Nachhaltigkeit teilen und die Anforderungen, die in unserem Verhaltenskodex für nachhaltige Beschaffung festgehalten sind, erfüllen.

Zulieferer und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter:innen

Gute Arbeitsbedingungen, Arbeitnehmergesundheit und -sicherheit haben für IKEA nicht nur einen hohen Stellenwert bei den eigenen Mitarbeiter:innen. Unser Ziel ist es, mit Partner:innen zusammenzuarbeiten, die Menschenrechte und Sozialstandards einhalten und ihren Mitarbeiter:innen faire und sichere Arbeitsbedingungen bieten.

Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen

Als Arbeitgeber haben wir eine hohe Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiter:innen. Ihr Wohlergehen und ihre Gesundheit liegen uns bei IKEA sehr am Herzen. Wir sorgen für ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld, setzen präventive Maßnahmen, um Unfälle zu vermeiden, und unterstützen unsere Mitarbeiter:innen bei psychischen und physischen Problemen.

Vielfalt & Inklusion

Wir wollen, dass sich unsere Mitarbeiter:innen in ihrer Unterschiedlichkeit bei uns willkommen, respektiert und geschätzt fühlen. Ein inklusives Arbeitsumfeld bedeutet für uns, dass sich alle einbringen können – so wie sie sind. Wir setzen uns aktiv für Gleichstellung und Gleichbehandlung in Österreich ein.

Einbeziehung der Gemeinschaft

IKEA Österreich will in den Gemeinden, in denen wir präsent sind, ein guter und verlässlicher Nachbar sein, der einen positiven Beitrag für die Gemeinschaft leistet. Wir sind bemüht, einen aktiven Dialog mit allen Stakeholder:innen zu führen, sowie karitative und soziale Organisationen bei der Armutsbekämpfung zu unterstützen.



Die Wesentlichkeitsanalyse wird künftig weiterentwickelt, indem die wesentlichen Themen von IKEA global mit den österreichischen Interessen und Perspektiven abgeglichen werden. Dazu werden interne und externe Umfragen eingesetzt als auch Interviews und Befragungen mit den diversen Stakeholder:innen herangezogen werden.

Unser Beitrag zu den UN Sustainable Development Goals

Wir unterstützen die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen in ihrem Bestreben, eine bessere Welt für alle zu erreichen. Als globales Unternehmen spielen wir eine wichtige Rolle bei der Erreichung der SDGs. Die folgende Tabelle zeigt, wie wir bei IKEA in Österreich zu den einzelnen Zielen beitragen.

	Armut in all ihren Formen überall beenden	• Bereitstellung und Unterstützung menschenwürdiger und sinnvoller Arbeit. • Personen mit Fluchthintergrund integrieren und ihre Fähigkeiten für eine Beschäftigung entwickeln. • Partnerschaft mit NGOs, um positive Veränderungen in lokalen Gemeinschaften zu bewirken.		Sicherstellung des Zugangs zu erschwinglicher, zuverlässiger, nachhaltiger und moderner Energie für alle	• Erzeugung von erneuerbarer Energie durch Investitionen in Solarenergie.
	Beendigung des Hungers, Erreichung von Ernährungssicherheit und verbesserter Ernährung sowie Förderung einer nachhaltigen Landwirtschaft	• Verringerung des Fleischkonsums durch unsere pflanzlichen Gerichte. • Verantwortungsvolle Beschaffung unserer Lebensmittel, Reduzierung der Lebensmittelabfälle in unseren Betrieben.		Förderung von nachhaltigem, integrativem Wirtschaftswachstum, produktiver Vollbeschäftigung und menschenwürdiger Arbeit für alle	• Wir sind ein integrativer Arbeitgeber und investieren in die Entwicklung unserer Mitarbeiter:innen. • Wir bieten und unterstützen menschenwürdige und sinnvolle Arbeit. • Verbesserung der Standards in unserer Lieferkette durch IWAY, den IKEA Verhaltenskodex für Lieferant:innen. • Unterstützung von Flüchtlingen bei der Entwicklung von Fähigkeiten für eine Beschäftigung. Unterstützung von Lieferant:innen und Mieter:innen in Krisenzeiten. • Partnerschaften mit sozialen Unternehmen, um Chancen für Menschen zu schaffen, die von Armut und anderen Hindernissen betroffen sind.
	Sicherstellung eines gesunden Lebens und Förderung des Wohlbefindens für alle Menschen jeden Alters	• Mit unseren Produkten und unserer Kommunikation zu einer gesunden und nachhaltigen Lebensweise inspirieren und diese ermöglichen. • Wir bieten Kund:innen und Mitarbeiter:innen gesündere Lebensmittel an. • Wir setzen uns für eine gesunde Zukunft für Kinder ein, indem wir positive Klimainitiativen starten. • Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz, einschließlich des Schutzes von Mitarbeiter:innen und Kund:innen während der Covid-19-Pandemie.		Aufbau einer widerstandsfähigen Infrastruktur, Förderung einer integrativen und nachhaltigen Industrialisierung und Unterstützung von Innovationen	• Erzeugung von erneuerbarer Energie durch Investitionen in Solarenergie. • Investitionen in erneuerbare Heiz- und Kühlsysteme für unsere Gebäude. • Verringerung der durch Reisen und Lieferungen verursachten Emissionen. Ausweitung der emissionsfreien Hauszustellung.
	Gewährleistung einer integrativen und gerechten Qualitätsbildung und Förderung von Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle	• Unterstützung von Flüchtlingen bei der Entwicklung von Fähigkeiten für die Beschäftigung. • Wir bieten unseren Mitarbeiter:innen Möglichkeiten zur Weiterbildung und Entwicklung. • Bereitstellung und Förderung von Lern- und angemessenen Beschäftigungsmöglichkeiten für junge Menschen (Lehrlingsprogramm).		Verringerung der Ungleichheit innerhalb und zwischen den Ländern	• Förderung einer gerechten und integrativen Gesellschaft und Achtung der Menschenrechte. • Respektierung und Unterstützung der Rechte von Kindern. • Unterstützung eines gerechteren Lebens für junge Arbeitnehmer:innen und Wanderarbeitnehmer:innen. • Unterstützung von Flüchtlingen bei der Entwicklung von Fähigkeiten für die Beschäftigung. • Einsatz für die Gleichstellung, unabhängig von Geschlecht, Religion, sexueller Orientierung und Alter.
	Verwirklichung der Gleichstellung der Geschlechter und Stärkung der Rolle aller Frauen und Mädchen	• Einsatz für die Gleichstellung der Geschlechter und für gleiches Entgelt.		Städte und menschliche Siedlungen integrativ, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig machen	• Abfallminimierung. • Wir inspirieren und befähigen unsere Kund:innen, durch IKEA Produkte nachhaltiger zu leben, und fördern den Kreislaufkonsum. • Unterstützung von Gemeinden während Covid-19. Verringerung der durch Reisen und Lieferungen verursachten Emissionen.
	Gewährleistung der Verfügbarkeit und nachhaltigen Bewirtschaftung von Wasser und sanitären Einrichtungen für alle	• Bedachter Umgang mit Wasser. Kund:innen und Mitarbeiter:innen dazu inspirieren und befähigen, zuhause Wasser zu sparen.		Gewährleistung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster	• Kund:innen inspirieren und befähigen, nachhaltiger einzukaufen. • Abfallminimierung und kreislaufforientierte Nutzung von Ressourcen. • Verantwortungsbewusste Beschaffung von Waren und Dienstleistungen, die zum Betrieb unseres Unternehmens beitragen.

(GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44, GRI 102-21)

Stakeholder-Einbindung



Um den Wandel voranzutreiben und zu unterstützen, arbeiten wir mit unterschiedlichen Stakeholder:innen zusammen. Uns gegenseitig zu inspirieren, voneinander zu lernen und gemeinsam Lösungen zu finden ist ein wesentlicher Bestandteil für die Erreichung der IKEA Nachhaltigkeitsziele.

Wir stehen dazu kontinuierlich in Kontakt mit unseren Interessengruppen. Dafür verwenden wir unterschiedlichste Kommunikationsinstrumente und Formate, die eine systematische Einbeziehung unserer Stakeholder:innen gewährleisten. Wir tauschen uns mit diesen regelmäßig aus und bieten diverse Feedback-Möglichkeiten an.

Unsere wichtigsten Stakeholder-Gruppen

Stakeholder-Gruppe	Bedeutung für IKEA	Interessen/Erwartungen an IKEA	Dialogformen
Mitarbeiter:innen	- Sie machen IKEA zu dem, was es ist und wie es von unseren Partner:innen und Kund:innen gesehen wird. - Ohne ihren täglichen Einsatz könnte IKEA keine Produkte verkaufen, weder in den Einrichtungshäusern noch online.	- Faires, gleichberechtigtes und inklusives Arbeitsumfeld - Sicherheit & Gesundheit am Arbeitsplatz - Weiterentwicklungsmöglichkeiten - Aufgaben, die motivieren - Guter Teamspirit - Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben - Wertschätzung	- Direkte Kommunikation via Mails, Teams etc. und persönliche Gespräche - Mitarbeitergespräche - Veranstaltungen - Intranet - Mail - Newsletter, Infomails und E-Learnings - Social Media - Umfragen
Lieferant:innen	- Ermöglichen durch ihre Produkte und Dienstleistungen einen reibungslosen Ablauf in unseren Einrichtungshäusern und Distributionscentern. - Von der Qualität und dem Preis ihrer Produkte ist unser Erfolg abhängig.	- Langfristige Geschäftsbeziehungen - Transparente und nachvollziehbare Ausschreibungen - Gute Aufträge	- Persönlicher Austausch - Einkauf-Ausschreibungs-Tools - Audits
Kund:innen	- Durch sie erlangen wir die „Lizenz zum Handeln“. - Unser Sortiment spiegelt ihre Wünsche wider – sei es, ein gesundes und nachhaltigeres Leben zu führen oder sich ein Zuhause zu schaffen, in dem sich Menschen wohlfühlen. - Unser wirtschaftlicher Erfolg hängt maßgeblich davon ab, ob wir ihre Bedürfnisse mit unseren Produkten treffen.	- Inspirierende, erschwingliche und qualitativ hochwertige Einrichtungsgegenstände - Gutes und freundliches Kundenservice	- IKEA Homepage - IKEA Kundendienst (Telefon, Chat, IKEA Family Club) - Persönliche Gespräche in den Stores - IKEA Life at Home Report
NGOs und Sozialunternehmen	- Unterstützen IKEA bei seinem Anliegen, vor allem armutsbetroffenen Kindern und Müttern in Österreich zu helfen. - Geben an IKEA Know-how weiter, z. B. im Bereich LGBTQ+, und helfen uns somit, uns weiterzuentwickeln.	- Partnerschaften auf Augenhöhe - Sachspenden, finanzielle Unterstützung für soziale und karitative Einrichtungen - Förderprogramme, z. B. für Menschen auf der Flucht	- Persönlicher Austausch zu konkreten karitativen Projekten - Erfahrungsaustausch zu Themen wie z. B. LGBTQ+
Öffentliche Institutionen	Geben die gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftstätigkeit von IKEA in Österreich vor.	- Wertschöpfung in Österreich - Steuerliche Einnahmen - Transparentes Geschäftsgebaren	- Persönlicher Austausch - Inspektionen
Gemeinden, in denen wir tätig sind	- Durch ihre Unterstützung und Toleranz ermöglichen sie uns, unserer Geschäftstätigkeit an den unterschiedlichen Standorten nachzukommen. - Zusammenarbeit bei der Errichtung von neuen Standorten	- Offene & transparente Kommunikation zu Projekten im unmittelbaren Umfeld - Rasche Bearbeitung von Anliegen der Anrainer:innen - Regionale Arbeitsplätze	- Persönlicher Austausch - Führungen an Standorten
Zivilgesellschaft	- Meinungsbildung - Kritisches Feedback	- Transparente Information - Verantwortungsvolle Lieferkette	- Homepage - Social Media - Auskunft

(GRI 102-21, GRI 102-44)

Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen

Eine Möglichkeit, Einblick in die Erwartungen unserer Stakeholder:innen in Bezug auf Nachhaltigkeit zu bekommen, sind Umfragen und Studien.

Mitarbeiterbefragung

IKEA führt regelmäßig Mitarbeiterbefragungen durch. Im Geschäftsjahr 2021 wurde erstmals die Befragung „Ishare“ umgesetzt. Insgesamt haben 2.535 Mitarbeiter:innen in ganz Österreich daran teilgenommen. Das sind 73,1%. Die Umfrage umfasste rund 80 Fragen zu verschiedenen Themenblöcken, wie z. B. Arbeitszufriedenheit, IKEA als Arbeitgeber, Covid, Nachhaltigkeit, Vielfalt & Inklusion und vieles mehr. Auf Basis der Ergebnisse wurden entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung definiert und umgesetzt.

Life at Home Report

Die Pandemie hat den Stellenwert des Zuhauses für viele Menschen nachhaltig verändert. Der IKEA Life at Home Report 2021 bietet neue Einblicke in das psychische Wohlbefinden der Österreicher:innen sowie deren Leben zuhause und zeigt beispielsweise, dass es einen klaren Zusammenhang zwischen den eigenen vier Wänden und der mentalen Gesundheit gibt:

Die gesamte Studie kann unter <https://www.ikea.com/at/de/life-at-home/> nachgelesen werden, eine Kurzfassung der österreichischen Ergebnisse gibt es [hier](#).

GlobeScan

Gemeinsam mit GlobeScan, einem unabhängigen Beratungsunternehmen, hat IKEA im Jahr 2021 über 34.000 Menschen in 32 Ländern befragt, wie sie in Bezug auf den Klimawandel denken, fühlen und handeln.

Die Studie zeigt, dass die Menschen auf der ganzen Welt den starken Wunsch haben, gesünder und nachhaltiger zu leben, aber die Mehrheit hat keine größeren Veränderungen vorgenommen. Fast die Hälfte der Menschen denkt, dass dies zu teuer ist.

In Österreich wurden dazu 1.169 Personen befragt. Die Studie zeigt die Erwartungshaltung der Österreicher:innen an IKEA in Bezug auf den Klimawandel. Das Ergebnis zeigt anhand der folgenden Übersicht, dass IKEA in verschiedenen Nachhaltigkeitsbereichen gefordert ist, von Verpackungsthemen bis hin zur nachhaltigen Gestaltung des Sortiments.

Diese Erkenntnisse bestätigen, dass IKEA eine wichtige Rolle zukommt, indem es erschwingliche und wünschenswerte Lösungen anbietet, die viele Menschen zu einem gesünderen, nachhaltigeren Leben inspirieren und befähigen.

Weitere Infos zu den weltweiten Ergebnissen dieser Studie gibt es hier:

 [25_10_21_IKEA-Globescan-Summary-2021-10-212.pdf](https://www.ingka.com/25_10_21_IKEA-Globescan-Summary-2021-10-212.pdf)
(ingka.com)

GlobeScan Ergebnisse: Erwartungshaltung der Österreicher:innen an IKEA in Bezug auf Klimaschutzmaßnahmen

Nachhaltige, erschwingliche Produkte

Langlebige Produkte

Lokal hergestellte Produkte

Nachhaltige Produkte

Erschwingliche Produkte

Nachhaltige Materialien/ Beschaffung

Weniger Holz/nachhaltiges Holz

Nachhaltige Materialien

Nachhaltige Produktion/Lieferant:innen

Weniger Plastik

Kommunikation & Interessenvertretung

Mehr Kommunikation/Transparenz

Anwaltschaft

Nachhaltige Lebensstile fördern

Nachhaltige Verpackungen

Reduzierte Verpackung

Nachhaltigere Verpackungen

Energienutzung

Reduktion des CO₂-Fußabdrucks

Erneuerbare Energie

Nachhaltige Lieferungen

Energienutzung

Zirkuläre Lösungen

Abfallwirtschaft

Recyclbare Produkte

Recycelte Materialien

Recycling-/Sammel-/Reparatursysteme

Produktverleih

Wiederaufforstung

Highlights aus diesem Bericht

Einführung eines „Food Waste Watcher“-Tools

in allen Restaurants in allen Einrichtungshäusern in Österreich, um Lebensmittelabfälle so gering wie möglich zu halten.

Seit Einführung des Tools 2021 hatten wir 15 g pro Kund:in an Lebensmittel abfallen.

Kampagne „Zuhause mit Papa“

gemeinsam mit der schwedischen Botschaft, um den gesellschaftlichen Diskurs voranzutreiben und eine Sensibilisierung für die Väterrolle in Haushalt, Kindererziehung und Familienleben in Österreich zu schaffen.

Wir decken ca. 20 % unseres eigenen Strombedarfs

Wir haben an sieben Standorten PV-Anlagen und produzieren damit ca. 20 % unseres Strombedarfs selbst.

2.341 t Klimafußabdruck (GJ 2021)

Der CO₂-Fußabdruck von IKEA Österreich betrug 2.341 Tonnen CO₂e. Darin enthalten sind Emissionen aus Energie, mit einem Gesamtanteil von 88,4%, Abfall (9,1%) und Wasser (2,5%).

€ 438.960 an Spenden (GJ 2021)

Insgesamt wurden Spenden im Wert von rund € 438.960 bereitgestellt – der Großteil davon in Form von Sachspenden.

€ 127.439.475 Investitionen in Österreich

Investition in die Erneuerungen bestehender Einrichtungshäuser: € 18 Mio.; Investition in Planungsstudios: € ~2 Mio.; Investition Wien-Westbahnhof: € 105 Mio. – insgesamt € 142 Mio. über zwei Jahre.

IKEA Wien Westbahnhof wird eröffnet

Autofrei und Vorzeigeprojekt in Sachen nachhaltiges Bauen.

Emissionsfreie Lieferungen

304 t CO₂-Einsparung pro Jahr durch emissionsfreie Lieferungen mittels Elektrofahrzeugflotte im Großraum Wien.

Planungsstudio Dornbirn

Um näher an die vielen Menschen zu kommen, wird das erste IKEA Planungsstudio Österreichs in Dornbirn eröffnet.

VÄXTBULLAR

IKEA launcht fleischlose Bällchen VÄXTBULLAR auf rein pflanzlicher Basis und mit wesentlich geringerem Klimafußabdruck.

695.399

wiederverwertbare Produkte

erhielten im Geschäftsjahr 2021 im Circular Hub eine zweite Chance. Das entspricht € 8,5 Mio. Umsatz.

Weder Kurzarbeit noch staatliche Hilfe

IKEA Österreich hat keine Kurzarbeit und keine staatliche Hilfe im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie in Anspruch genommen.

„R U OK?“-Kampagne

für Mitarbeiter:innen zur Destigmatisierung von psychischen Belastungen und Problemen und zur Förderung des Dialogs rund um das Thema mentale Gesundheit.

€ 2,5 Mio. UPPSKATTA

Einmalige zusätzliche finanzielle Wertschätzung für die Mitarbeiter:innen als Dank und Anerkennung für den außergewöhnlichen Einsatz während der Covid-19-Pandemie.

76.601

Weiterbildungsstunden

Im Geschäftsjahr 2021 wurden insgesamt 76.601 Stunden für die Weiterbildung investiert.

50:50[↑]

50% der Managementpositionen sind von Frauen besetzt. Insgesamt sind in Österreich 57% der Mitarbeitenden weiblich.

IWAY

Seit über 20 Jahren haben wir bei IKEA einen strengen Verhaltenskodex für eine verantwortungsvolle Beschaffung von Produkten, Dienstleistungen und Materialien.



Kreislaufwirtschaft

Mit dem „Zweites Leben“-Service erhalten Kund:innen eine Guthabekarte für das Zurückbringen gut erhaltener Möbelstücke. Diese werden in den Circular Hubs zu erschwinglichen Preisen weiterverkauft.

35 Personen mit Fluchthintergrund

wurden im Rahmen des „Skills for Employment“-Programms trainiert und ausgebildet, um ihnen bessere Möglichkeiten für den Arbeitsmarkt zu geben.

Better Company

IKEA ist ein werteorientiertes Unternehmen, und unsere Leidenschaft ist das Leben zuhause. Das Herz des IKEA Konzepts bildet unsere Vision, den vielen Menschen einen besseren Alltag zu ermöglichen. Das bedeutet mehr, als erschwingliche und qualitativ hochwertige Einrichtungsgegenstände anzubieten. Es geht darum, Verantwortung für Umwelt und Menschen zu übernehmen: für IKEA Kund:innen, Mitarbeiter:innen und für jene, die in unserer Wertschöpfungskette beschäftigt sind.

Wir setzen uns für eine Welt ein, in der wir besser auf unsere Mitmenschen und unseren Planeten achten. Wir wissen, dass wir selbst auch manchmal Teil des Problems sind, aber wir arbeiten hart daran, ein Teil der Lösung zu werden.

Wir streben danach, ein faires, integratives und selbstbestimmtes Unternehmen zu sein, mit guter Unternehmensführung, Chancengleichheit und Achtung der Menschenrechte in unserer gesamten Wertschöpfungskette.



(GRI 102-1, GRI 102-2, GRI 102-6, GRI 102-7)

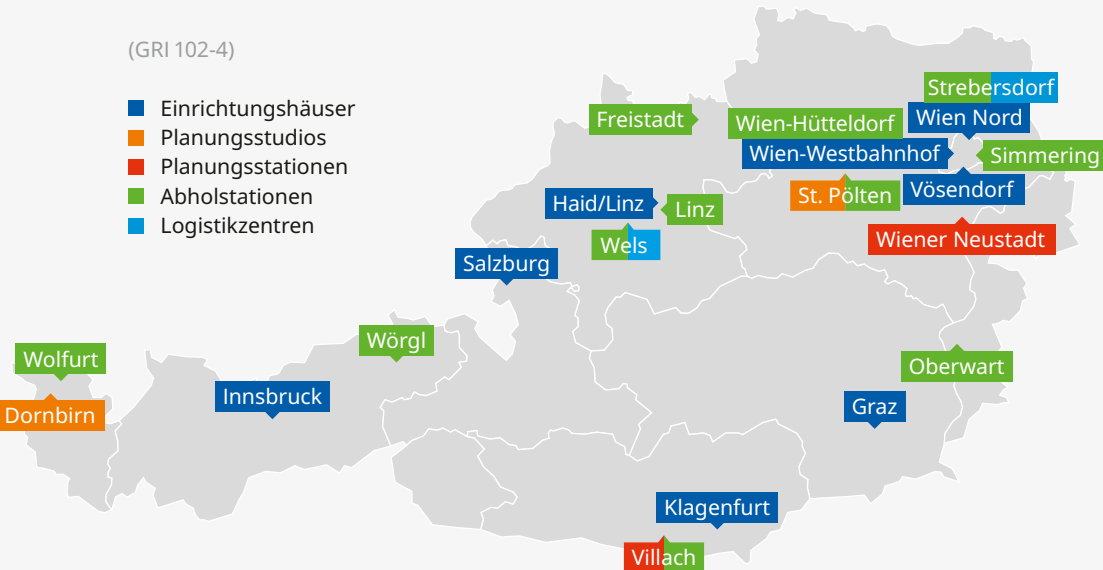
IKEA in Österreich

Seit über 40 Jahren sind wir mittlerweile auch in Österreich vertreten. Hier betreiben wir aktuell acht Einrichtungshäuser, zwei Planungsstudios, zwei Planungsstationen, elf Abholstationen, zwei Logistikzentren, ein Customer Support Center und diverse Services, wie z. B. „Click & Collect“, „Click & Collect in deiner Nähe“.

Im Geschäftsjahr 2021 haben wir in Österreich 9,2 Millionen Menschen in unseren IKEA Einrichtungshäusern begrüßt, und unsere Website IKEA.at wurde mehr als 52 Millionen Mal besucht. Rund 3.500 Mitarbeiter:innen arbeiten ständig daran, unser Service zu verbessern und unsere Kund:innen zufriedenzustellen. Um ihre Erwartungen zu erfüllen, investieren wir in neue, innovative Einrichtungsformate und digitale Plattformen. Seit Ende 2019 leitet Alpaslan Deliloglu als Geschäftsführer und Chief Sustainability Officer IKEA in Österreich.

(GRI 102-4)

- Einrichtungshäuser
- Planungsstudios
- Planungsstationen
- Abholstationen
- Logistikzentren

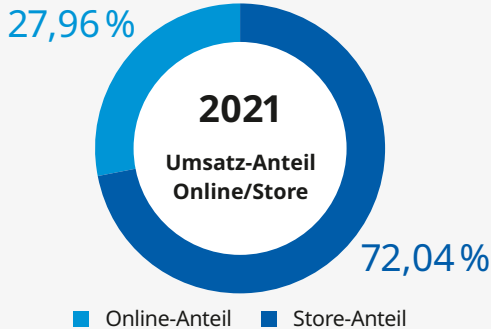
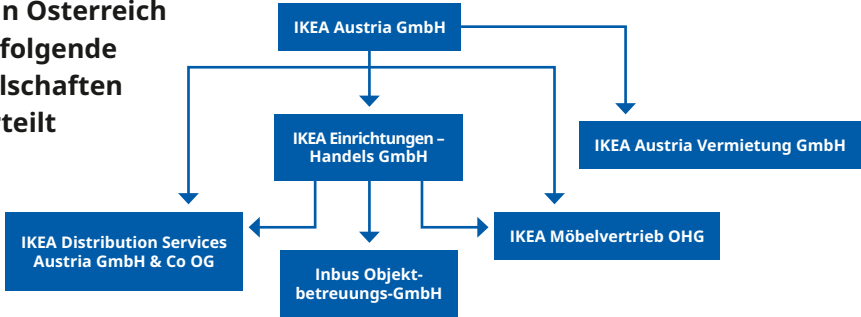


Wusstest du



Der Name IKEA ist eine Kombination aus den Initialen des IKEA Gründers Ingvar Kamprad (IK) und den jeweils ersten Buchstaben des Hofes und des Dorfs, auf bzw. in dem er aufwuchs – Elmtaryd und Agunnaryd (EA).

IKEA in Österreich ist in folgende Gesellschaften unterteilt



1.037.206

Online-Käufe GJ 21

7.910.712

Käufe im Einrichtungshaus GJ 21

Unsere treuesten Kund:innen sind die IKEA Family Mitglieder. Monatlich melden sich mehr als 5.000 neue Mitglieder an. Aktuell gibt es 1,6 Millionen IKEA Family Mitglieder in Österreich.

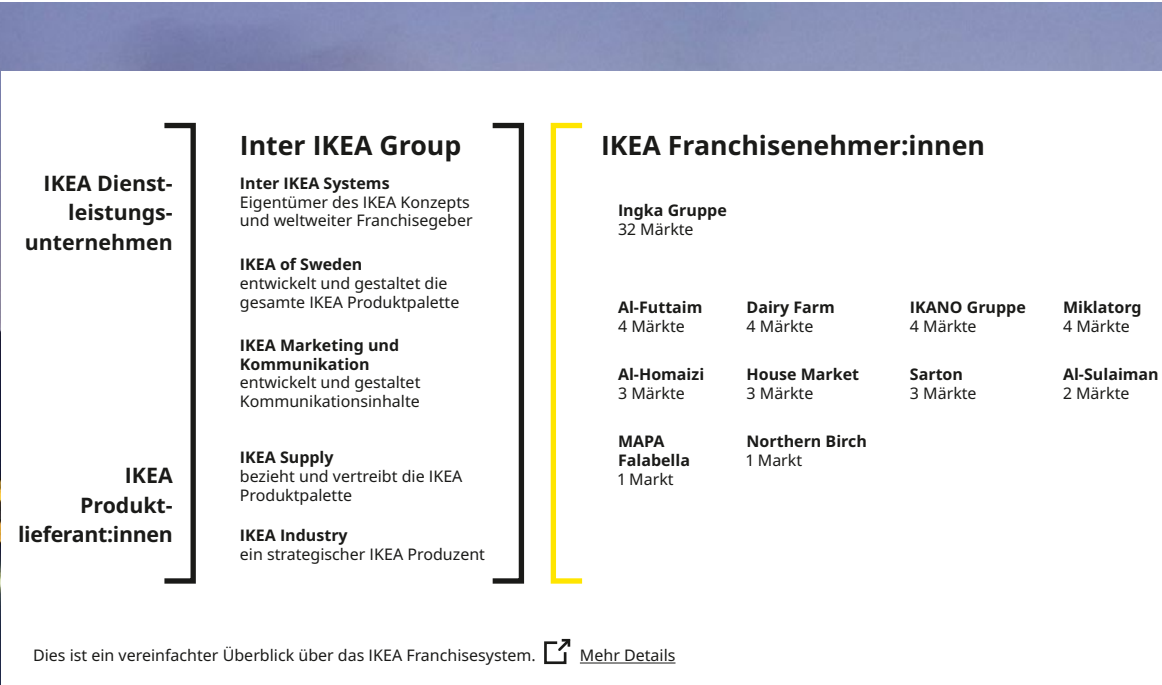
 <https://www.ikea.com/at/de/ikea-family/>

Für alle Unternehmen gibt es das Business Service „IKEA for Business“.

 <https://www.ikea.com/at/de/ikea-business/>

(GRI 102-5)

Eigentümerstruktur



Über das IKEA Franchisesystem

Das IKEA Einzelhandelsgeschäft wird über ein Franchisesystem mit Franchisenehmern betrieben, die autorisiert sind, das IKEA Sortiment innerhalb bestimmter geografischer Gebiete zu vermarkten und zu verkaufen. Inter IKEA Systems B.V. ist Eigentümer des IKEA Konzepts und weltweiter IKEA Franchisegeber, der es auch verschiedenen IKEA Unternehmen überträgt. Heute haben zwölf verschiedene Gruppen von Unternehmen das Recht, im Rahmen von Franchiseverträgen mit Inter IKEA Systems B.V. IKEA Verkaufskanäle zu besitzen und zu betreiben.

Über die Ingka Gruppe

Die Ingka Gruppe (Ingka Holding B.V. und ihre kontrollierten Einheiten) ist einer von zwölf unterschiedlichen Konzernen, der IKEA Verkaufskanäle unter dem Franchiseabkommen mit Inter IKEA Systems B.V. besitzt. Die Ingka Gruppe ist das weltweit größte Einrichtungsunternehmen innerhalb der IKEA Gruppe mit 392 Einrichtungshäusern in 32 Ländern, u. a. mit Stores in Europa, Amerika, Asien etc. Auch die IKEA Einrichtungshäuser in Österreich werden von der Ingka Gruppe betrieben. Sie besteht aus drei Geschäftsbereichen: IKEA Retail, Ingka Investments und Ingka Centres.

Über Inter IKEA

Inter IKEA Group ist die Unternehmensgruppe, die die IKEA Franchisenehmer mit

der Sortimentsentwicklung und den Lieferant:innen verbindet und die gesamte strategische Ausrichtung von IKEA abstimmt. Inter IKEA entwickelt das Sortiment, liefert Produkte und stellt Kommunikationslösungen bereit.

Finanzielle Unabhängigkeit

IKEAs Finanzierungs-konzept basiert seit 75 Jahren darauf, dass nur vorher verdientes Geld wirklich ausgegeben wird. Diese finanzielle Unabhängigkeit ermöglicht es uns, zielgerichtete Entscheidungen zu treffen und in Generationen und nicht in Quartalen zu denken.

Die Ingka Gruppe ist im Besitz einer niederländischen Stiftung, der Stichting Ingka Foundation. Mit der Gründung der Ingka Stiftung im Jahr 1982 hat Ingvar Kamprad eine Struktur geschaffen, die langfristige Eigenverantwortung und Unabhängigkeit der Ingka Gruppe sichert.

Die Ingka Gruppe investiert einen Teil des Nettogewinns wieder in unser Geschäft. Dies ermöglicht es uns, unsere Preise möglichst niedrig zu halten, das Wachstum zu beschleunigen, Arbeitsplätze zu sichern und unsere Nachhaltigkeits- und gesellschaftlichen Ziele zu erreichen. Der andere Teil des Nettogewinns, der nicht in das Unternehmen reinvestiert wird, wird als Dividende an die Ingka Stiftung, die unabhängige Eigentümerin der Ingka Gruppe, ausgeschüttet. Die Ingka Stiftung verwendet die Dividenden, um die IKEA Stiftung bei ihren wohltätigen Zwecken zu unterstützen.



Wertschöpfung in Österreich

Wir führen unsere Geschäfte auf verantwortungsvolle Weise und wollen einen positiven wirtschaftlichen Beitrag in allen Ländern leisten, in denen wir tätig sind – so auch in Österreich. Dies geschieht durch Investitionen in neue IKEA Standorte, die Schaffung von Arbeitsplätzen und Investitionen in unsere Mitarbeiter:innen, durch die Beauftragung lokaler Dienstleister:innen und Lieferant:innen und unser Engagement für die Gesellschaft.

Um einen Beitrag zur allgemeinen Verpflichtung von IKEA zu leisten, bis 2030 klimapositiv zu werden, investieren wir in Österreich einerseits in Projekte, die die Energieeffizienz unserer bestehenden Einrichtungshäuser erhöhen, und andererseits in neue Storekonzepte, die sich dem veränderten Shoppingverhalten der Kund:innen anpassen. Die Stores sollen durch ihre zentrale Lage in den Städten öffentlich erreichbar sein und somit den Individualverkehr vermeiden helfen.

Investitionen in die Erneuerungen bestehender Einrichtungshäuser:

€ 18 Mio. (GJ 21)

Insgesamt zahlen wir für Produkte und Serviceleistungen rund € 150 Mio. (GJ 21) an Lieferant:innen in Österreich, mehr als 95 % davon sind Firmen in Österreich.

Produkte und Serviceleistungen:

€ ~150 Mio.

IKEA hat in Österreich seit der Eröffnung des ersten Einrichtungshauses im Jahr 1977 stets alle anfallenden Steuern gezahlt. Neben der Ertragssteuer zahlen wir in Österreich Grundsteuer sowie weitere Steuern.

Unser jährlicher Steuersatz: 27 %.

Mit der Eröffnung des IKEA Wien Westbahnhof im August 2021 haben wir das Experiment des ersten City IKEA ohne Parkplätze erfolgreich gewagt. Das Vorzeigeprojekt in Sachen Nachhaltigkeit und Gebäudebegrünung soll die vielen Menschen zu einem nachhaltigeren Leben inspirieren.

Investition in den City IKEA:

€ 105 Mio. (GJ 21)

Neben dem IKEA Planungsstudio in Dornbirn ist im September 2021 ein weiterer Standort in St. Pölten dazugekommen. Das Ziel ist es, in urbaner Lage rundum Planungsservices bei professioneller, persönlicher Beratung anzubieten.

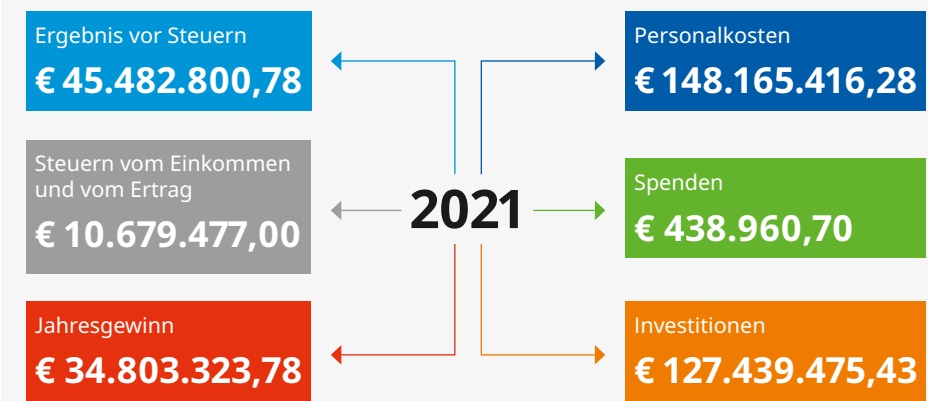
Investitionen in Planungsstudios:

€ ~2 Mio.

Mit der EV-LKW-Flotte im IKEA Logistikzentrum Strebersdorf, bestehend aus 30 Fahrzeugen, setzen wir weitere Schritte in Richtung Nachhaltigkeitsstrategie. Durch den Umstieg auf die Elektrofahrzeuge können bereits im ersten Jahr rund 117.000 Lieferungen im Großraum Wien emissionsfrei durchgeführt und der CO₂-Ausstoß somit um mehr als 300 Tonnen verringert werden.

Investitionen in EV Trucks: € 4,5 Mio.

(GRI 102-7, GRI 201-1)



Geld- und Sachspenden

Die Pandemie hat die Ärmsten unter uns besonders hart getroffen. IKEA Österreich trägt als Unternehmen eine große Verantwortung und setzt sich gegen Armut und soziale Ungerechtigkeit ein. Mit der Initiative „Ein Ort namens Zuhause“ unterstützen wir Hilfsorganisationen mit Sach- und Geldspenden gegen soziale Ungerechtigkeit. Die größten Partner:innen in der Armutsbekämpfung waren 2020 und 2021 Caritas, Diakonie, Volkshilfe, Pro Juventute und Elisabethstift.

Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2021 Spenden im Wert von rund 438.960 Euro bereitgestellt – der Großteil davon in Form von Sachspenden.

Im Geschäftsjahr 2020 wurden mit unseren Spendenaktionen und dem Corona Emergency Community Support insgesamt Sach- und Geldspenden im Wert von rund 497.743 Euro zur Verfügung gestellt.

Sustainability Governance

Der Vorstand der Ingka Holding B.V. ist für die „People & Planet Positive“-Strategie der Ingka Gruppe verantwortlich, den Fortschritt zur Erreichung der gesetzten Ziele, einschließlich unserer Klimapositiv-Ziele.

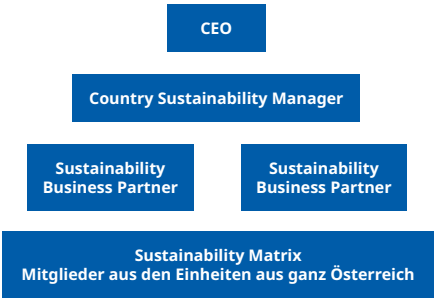
Die „People & Planet Positive“-Strategie der Ingka Gruppe gilt für alle drei Geschäftsbereiche und somit auch für IKEA Retail. Die Strategie wird formell vom Vorstand unter Berücksichtigung der Empfehlungen des Aufsichtsrats beschlossen. Der Nachhaltigkeitsausschuss des Vorstands unter dem Vorsitz des CFO und stellvertretenden CEO der Ingka Gruppe definiert und verfolgt die übergreifenden Prioritäten, Prinzipien und Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit innerhalb der Ingka Gruppe.

Unser Chief Sustainability Officer (CSO) überwacht unsere Leistungen im Hinblick auf die Verpflichtungen der Ingka Group „People & Planet Positive“-Strategie. Der CSO organisiert den Nachhaltigkeitsausschuss und ist dessen stellvertretender Vorsitzender, der vom Nachhaltigkeitsmanagement-Team unterstützt wird.

Das Managementteam besteht aus Manager:innen der Konzernfunktionen Nachhaltigkeit, Konzernkommunikation und Finanzen sowie den Nachhaltigkeitsmanager:innen von IKEA Retail und Ingka Centres. Das Managementteam ist für die Entwicklung der Nachhaltigkeitspolitik, -strategie und -führung verantwortlich und beaufsichtigt unsere Nachhaltigkeitsleistung, Kommunikations- und Innovationsprogramme. Manager:innen aus den Bereichen Beschaffung und Business Risk & Compliance nehmen an den entsprechenden Sitzungen teil.

Nachhaltigkeitsmanagement in Österreich

Seit 2019 sind alle Country Retail Manager, also Geschäftsführer:innen, auch gleichzeitig Chief Sustainability Officer (CSO) in ihrem Land. So ist Alpaslan Deliloglu in seiner Funktion als CEO in Österreich auch für die Nachhaltigkeitsziele und deren Umsetzung auf Landesebene verantwortlich. Darüber hinaus ist Nachhaltigkeit in sein Entwicklungsprogramm und seine Ziele integriert.



In Österreich wird der CSO vom Nachhaltigkeitsmanager und seinem Team unterstützt, um die Nachhaltigkeitsagenden von IKEA Österreich voranzutreiben. Nachhaltigkeit ist als selbstverständlicher Bestandteil in allen Funktionen und in allen Units verankert.

(GRI 102-18, GRI 102-19, GRI 102-20, GRI 102-23, GRI 102-26)

Für die österreichweite Abstimmung wurde eine Nachhaltigkeitsarbeitsgruppe, die sogenannte „Sustainability Matrix“, ins Leben gerufen. Sie besteht aus Einheiten von Mitgliedern und hält regelmäßig im Jahr Sitzungen ab, in denen laufende Maßnahmen überprüft und neue Aktivitäten zur Zielerreichung der „People & Planet Positive“-Strategie gesetzt werden.

Im Zuge unserer internen Store Audits, der „Commercial Reviews“, werden unsere IKEA Einrichtungshäuser regelmäßig auch in Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit überprüft. Dabei werden in sämtlichen Zielbereichen der IKEA „People & Planet Positive“-Strategie Zielsetzungen und lokale Maßnahmen kontrolliert und gegebenenfalls Verbesserungen vorgenommen. 2021 wurden drei unserer Einrichtungshäuser im Zuge des IKEA „People & Planet Positive“ Commercial Review überprüft, das waren Graz, Wien Nord und Haid/Linz.

(GRI 102-12)

Netzwerke & Initiativen, in denen wir aktiv sind

WWF CLIMATE GROUP

IKEA Österreich arbeitet mit dem WWF zusammen, um den eigenen Klimafußabdruck zu senken, nachhaltige Produkte sowie Dienstleistungen zu fördern und mittels Bewusstseinsbildung möglichst viele Menschen zu mehr Umwelt- und Klimaschutz zu motivieren. Zudem ist IKEA Gründungsmitglied der WWF CLIMATE GROUP, des Unternehmensnetzwerks für wirksamen Klimaschutz in Österreich.

RespACT

Mitglied von RespACT, dem austrian business council for sustainable development.

TRIGOS

Seit einigen Jahren ist IKEA Österreich Partner des TRIGOS, Österreichs renommierteste Auszeichnung für verantwortungsvolles Wirtschaften.

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 102-16, GRI 102-17)

IKEA Verhaltenskodex in Österreich

Wir wollen unsere Geschäfte auf eine integre und transparente Weise führen, basierend auf unserer Kultur, die von Fairness, Respekt und Wertschätzung geprägt ist.

Der Verhaltenskodex der Ingka Gruppe setzt unsere wichtigsten Werte in Verhaltensweisen um, beschreibt, wofür die Ingka Gruppe steht, und legt fest, welche Handlungsweisen von jedem bzw. jeder Mitarbeiter:in erwartet werden. Er gibt uns Orientierung, wie wir uns als Mitarbeiter:innen der Ingka Gruppe sowohl unter-

einander wie auch gegenüber anderen Stakeholder-Gruppen zu verhalten haben und welche Maßnahmen bei Interessenkonflikten zu tätigen sind.

Verstöße gegen unsere Compliance können für Einzelne und für die Ingka Gruppe große Risiken bergen. Bei Verdacht von Verstößen können Betroffene ihre Bedenken entweder ihrer Führungskraft, Personen aus der Abteilung für Risk Management & Compliance, der Personalabteilung melden.

Schulungen

Alle Mitarbeiter:innen werden zu Beginn und zur Auffrischung jährlich zu unserem Verhaltenskodex, Antikorruption und Compliance sowie dem Thema Datenschutz geschult.

Im Geschäftsjahr 2021 haben 167 Mitarbeiter:innen die Schulung erhalten.



Datensicherheit und Datenschutz

Der Schutz von personenbezogenen Daten hat bei uns oberste Priorität. Wir gehen sorgfältig und verantwortungsbewusst mit Informationen um, um unsere Kund:innen, unsere Mitarbeiter:innen und unser Unternehmen zu schützen. Wir haben ein umfangreiches Kontrollsystem, um sicherzustellen, dass alle Gesetze und internen Vorgaben eingehalten werden. Darüber hinaus gibt es einen Information Security & Data Privacy Leader, der sich um die Sicherstellung kümmert.

 <https://www.ikea.com/at/de/customer-service/privacy-policy/>

Schaffung einer nachhaltigen IKEA Wertschöpfungskette

IKEA ist sich seiner großen Verantwortung angesichts der langen internationalen Wertschöpfungskette sehr bewusst. Aus diesem Grund begrüßt IKEA ausdrücklich ein von internationalen Organisationen gefordertes EU-Lieferkettengesetz.

Seit über 20 Jahren haben wir bei IKEA einen strengen Verhaltenskodex für eine verantwortungsvolle Beschaffung von Produkten, Dienstleistungen, Materialien und Komponenten: IWAY.

Es ist ein verbindlicher Standard und legt klare Erwartungen an die Umwelt-,

Sozial- und Arbeitsbedingungen sowie den Tierschutz für alle Lieferant:innen und Dienstleister:innen fest, die mit IKEA zusammenarbeiten. IWAY basiert auf international anerkannten Standards und Grundsätzen für Menschenrechte, Umweltschutz, Arbeitnehmersicherheit und Arbeitnehmersicherheit sowie auf unseren eigenen IKEA Werten und der Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen. Es ist die Grundlage für unsere gesamte Nachhaltigkeitsarbeit zusammen mit unseren direkten Lieferant:innen und Subunternehmer:innen in der gesamten Wertschöpfungskette.

IWAY-Prinzipien

1

Die IWAY-Prinzipien werden durch effektive Routinen und einen offenen Dialog umgesetzt

2

Das Geschäft wird gesetzeskonform und mit Integrität geführt

3

Kinder werden geschützt, Möglichkeiten zum Lernen geschaffen und das Familienleben gefördert

4

Die grundlegenden Arbeitsrechte werden respektiert

5

Die Mitarbeitenden erhalten Freizeit, werden verantwortungsvoll bezahlt und erhalten Möglichkeiten zur Kompetenzentwicklung

6

Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden wird geschützt

7

Die Arbeits- und Lebensbedingungen sind angemessen

8

Die Umwelt wird geschützt

9

Ressourcen, einschließlich Wasser und Abfall, werden nachhaltig und zirkulär verwaltet

10

Tiere werden unter würdigen Bedingungen gehalten

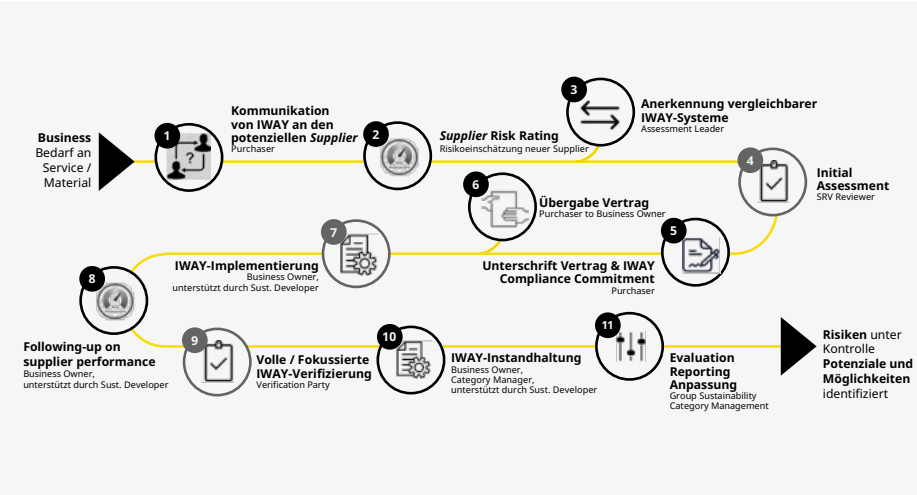
Der IWAY-Prozess

Die aktuelle Version des IWAY-Standards, der IWAY-Standard 6.0, wurde im September 2020 nach einer umfassenden Überarbeitung eingeführt, an der viele IKEA Mitarbeiter:innen sowie mehrere Lieferant:innen, andere multinationale Unternehmen und Nicht-regierungsorganisationen beteiligt waren.

In Österreich beziehen wir IWAY in alle neuen Beschaffungsverträge ein und rollen IWAY 6.0 auf alle vertraglich gebundenen Lieferant:innen aus, wobei wir uns auf jene mit hohen und kritischen Risiken sowie

auf strategisch wichtige Lieferant:innen konzentrieren. Bisher wurden 75 % aller Procurement-Verträge auf IWAY 6.0 abgeändert.

Wir sind an langfristigen Geschäftsbeziehungen interessiert, mit Partner:innen, die unsere Werte und Visionen teilen. Sollte es zu Abweichungen von unseren IWAY-Richtlinien kommen, werden Maßnahmen zur Behebung besprochen und eingeleitet. Bei Verstößen ziehen wir jedoch entsprechende Konsequenzen, bis hin zur Beendigung der Geschäftsbeziehung.



Better Homes



Was uns zu IKEA macht, ist unsere Leidenschaft für ein besseres Leben zuhause. Seit Generationen sind wir bestrebt, die Bedürfnisse der Menschen zu verstehen und ihnen mit inspirierenden und erschwinglichen Einrichtungsideen ein besseres Leben zu ermöglichen.

Die Pandemie hat das Leben der Menschen zuhause in jedem Aspekt verändert. Die eigenen vier Wände mussten mehr Funktionen erfüllen und mehr Probleme lösen als je zuvor.

Die Art und Weise, wie wir zuhause leben, hat jedoch nicht nur Auswirkungen auf unser Wohlbefinden, sondern auch einen großen

Einfluss auf die Umwelt und unseren Planeten. Viele Menschen sind sich dessen bewusst und wollen gesündere und nachhaltigere Kaufentscheidungen treffen – aber nicht auf Kosten von Preis, Qualität oder Komfort.

Die Nachfrage nach erschwinglichen, nachhaltigen und qualitativ hochwertigen Einrichtungsgegenständen macht IKEA aktueller denn je und ermöglicht uns, unserer Vision gerecht zu werden, einen besseren Alltag für viele Menschen zu schaffen. Wir glauben, dass ein besseres Zuhause ein besseres Leben ermöglicht.

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Unser Beitrag für ein nachhaltigeres Leben zuhause

Die IKEA Vision, Menschen einen besseren Alltag zu ermöglichen, schließt den Aspekt der Nachhaltigkeit ein. Wir sehen Nachhaltigkeit nicht nur als Verantwortung, sondern auch als Geschäftschance, mit Produkten aus nachhaltigen Materialien bis hin zu Lösungen, die helfen, Wasser, Energie und Ressourcen zu sparen. Als weltweit größtes Einrichtungsunternehmen hat IKEA die Möglichkeit, viele Menschen zu einem bewussteren Verhalten zu lenken und sie zu inspirieren, nachhaltiger zu leben.

Um dies zu erreichen, setzen wir in folgenden Bereichen Schwerpunkte:

- Nachhaltige Produkte & Lebensmittel
- Lösungen und Tipps für ein nachhaltigeres Leben
- IKEA für alle zugänglich und erschwinglich machen, wann und wo auch immer

IKEA Life at Home Report

Für ein besseres Verständnis der Lebensgewohnheiten der Menschen führt IKEA weltweit eine Studie durch, die im sogenannten „IKEA Life at Home Report“ zusammengefasst ist. Auch Österreich ist Teil dieser Studie. Das Ergebnis für 2021 zeigt, dass die Pandemie den Stellenwert des Zuhauses für viele Menschen nachhaltig verändert hat und dass es einen klaren Zusammenhang zwischen den eigenen vier Wänden und der mentalen Gesundheit gibt.

 Mehr Informationen zu der Studie: [IKEA Life at Home Report](#)

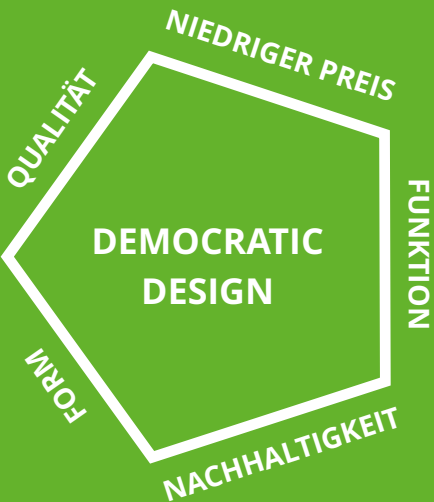
Nachhaltige Produkte & Lebensmittel

Democratic Design

Unser Ansatz:
Gute und leistbare Produkte

Democratic Design ist ein Instrument, das wir bei der Entwicklung und Bewertung der Produkte, die wir in unser Sortiment aufnehmen, einsetzen. Wenn bei einem Design alle fünf Dimensionen, nämlich Funktion, Form, Qualität, Nachhaltigkeit sowie niedriger Preis, im Gleichgewicht sind, betrachten wir es als Democratic Design.

Damit Democratic Design funktioniert, bezieht IKEA von Anfang an verschiedene Kompetenzen in den Entwicklungs- und Entwurfsprozess ein, von den Designer:innen über die Ingenieur:innen bis hin zu den Verpackungs- und Lieferkettenexpert:innen.



Im IKEA Österreich Sortiment sind im Geschäftsjahr 2021 insgesamt rund 11.000 Produkte vorzufinden – bereits 5.129 davon sind nachhaltiger. Das sind knapp 43% unserer Produkte, die einen Anteil von 31,5% am Gesamtumsatz ausmachen.

Was verstehen wir unter nachhaltigeren Produkten?

Man kann Nachhaltigkeit bei Produkten auf verschiedenste Weise definieren: angefangen beim Material, aus dem sie gemacht sind, bis hin zu der Art und Weise, wie sie die Endkonsument:innen bei einem nachhaltigeren Leben unterstützen. Wir haben acht große Kategorien geschaffen, die den Vorteil des Produktes definieren wie die folgende Übersicht zeigt. Intern gibt es insgesamt 37 Unterkategorien, die die Produkte und ihre Vorteile weiter differenzieren. Mehr Details gibt es auf den folgenden Seiten.



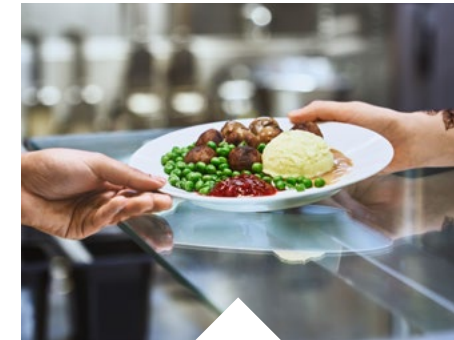
Energie sparen

In diese Kategorie fallen energieeffiziente Produkte oder Unterstützer bzw. Ermöglicher von energieeffizientem Verhalten zuhause. Alle effizienten Küchengeräte, LED-Lampen und -Leuchtmittel, isolierende Jalousien und vieles mehr gehören dazu.



Wasser sparen

Produkte in dieser Kategorie helfen uns jeden Tag, Wasser zu sparen. Von der Küche bis zum Bad ermöglichen unsere Strahlregler mit der Einbindung von Luft in den Wasserstrom, den Wasserverbrauch aktiv zu senken.



Gesunde und nachhaltige Lebensmittel

IKEA Food steht für unsere Lebensmittel, die einer strengen Zertifizierung unterliegen. Es sind Produkte, die unter die MSC-, ASC-, UTZ-, Bio- oder Organic-Zertifizierung fallen.

Abfallvermeidung

Diese Kategorie besteht aus Produkten, welche uns ermöglichen, Müll zu vermeiden. Von Food-containern und Batterien bis zu Mehrweg-Einkaufstaschen sind alle Produkte wiederverwendbar und helfen unseren Kund:innen, Müll einzusparen.



Bessere Materialien

Bessere Materialien sind die größte Kategorie. Dazu gehören zum Beispiel Produkte aus recycelten oder erneuerbaren Rohstoffen. Derzeit sind 57% der von IKEA verwendeten Materialien erneuerbar und 17% recycelt.



Längeres Leben

Diese Kategorie besteht aus Produkten, welche unseren Waren ein längeres Leben ermöglichen. Von Lacken, Lasuren bis zu Matratzenschonern sorgen sie für Schutz, Erneuerung und Multifunktionalität.

Besser gemacht

Besser gemacht ist eine besondere Kategorie, weil sie mit unserem sozialen Bestreben zu tun hat. Darunter fallen Produkte, welche in verschiedenen Projekten, die die IKEA Foundation weltweit fördert, handgemacht werden.



Zuhause

Diese Kategorie besteht aus Produkten, welche uns ein besseres und gesünderes Zuhause ermöglichen – von ergonomischen Produkten fürs Schlafen & Arbeiten bis hin zu Luftreinigern.



Bessere Materialien

Bis 2030 will IKEA nur noch Produkte anbieten, die aus recycelten oder erneuerbaren Materialien bestehen. Derzeit sind 56 % der von uns verwendeten Materialien erneuerbar und 17 % recycelt.

Einer der wichtigsten Rohstoffe für IKEA Produkte ist Holz. Holz ist aus Umweltsicht eine gute Wahl. Es wächst nach und kann recycelt werden.

Heute sind mehr als 98 % des Holzes, das IKEA für seine Produkte verwendet, entweder FSC®-zertifiziert oder recycelt. IKEA verwendet kein illegal in intakten Urwäldern gefälltes Holz für die Produktion der Produkte. Dies ist eines der Hauptkriterien, die IKEA an seine Lieferant:innen für Massivholz stellt. IKEA kämpft gegen illegale Abholzung und fördert die Produktion von Holz aus zertifizierten, nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. Sollte es bei einem dieser Lieferant:innen zu einem Verstoß kommen, zieht IKEA entsprechende Konsequenzen, bis hin zur Beendigung der Geschäftsbeziehung.

IKEA hat eine „Forest Positive Agenda“ für 2030 aufgestellt, die die Waldressourcen für die kommenden Generationen unterstützt und setzt sich dafür ein, dass verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung weltweit zum Standard wird.

 [Informationen zur Forest Positive Agenda](#)

Durch die Verwendung von recyceltem Kunststoff in den Produkten verbrauchen wir weniger neue Rohstoffe und schonen die Umwelt; gleichzeitig bekommen vorhandene Materialien eine zweite Chance. Das schont die Umwelt.

73 %

der für das IKEA Sortiment verwendeten Materialien sind erneuerbar oder recycelt (GJ 21).



KUNGSBACKA Küchenfront
(Folie besteht aus mind. 90 % recycelten PET-Flaschen, die Spanplatte ist zu 100 % recycelt)

 [Link Video YouTube](#)



FRAKTA Tasche
(mind. 60 % recyceltes Polypropylen; sehr oft wiederverwendbar)





TOFTLUND Teppich
(mind. 80 % recyceltes Polyester; 100 % weich, kuschelig und warm, 0 % Schaf)



TJENA Aufbewahrungsbox
(100 % recyceltes Papier; durch die Wiederverwertung von Altpapier sparen wir jährlich viele Tonnen Holz)

Energie sparen

LED-Leuchtmittel sind eine großartige Alternative zu traditionellen Glühbirnen. Sie verbrauchen 85 % weniger Energie und haben eine längere Lebensdauer (bis zu 25.000 Stunden).

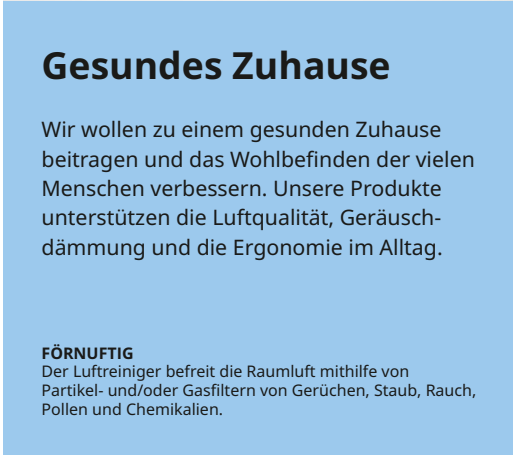
Unsere Produkte ermöglichen es den Menschen, ihren täglichen Energieverbrauch durch energieeffiziente Haushaltsgeräte, LED-Lampen und -Leuchten oder Smart-Home-Produkte zu reduzieren.



SOLHETTA
Die neue SOLHETTA-Serie ist 30 % effizienter als die alten LED-Leuchtmittel.



TILLREDA
Induktionskochfelder kochen sparsam, schnell und exakt, da die Magnetfelder die Energie direkt in den Topfboden leiten. Drei Mal effizienter als Gas, 10 % weniger Energieverbrauch als Keramik und bis zu 30 % Zeitersparnis.



Gesundes Zuhause

Wir wollen zu einem gesunden Zuhause beitragen und das Wohlbefinden der vielen Menschen verbessern. Unsere Produkte unterstützen die Luftqualität, Geräuschdämmung und die Ergonomie im Alltag.

FÖRNUFTIG
Der Luftreiniger befreit die Raumluft mithilfe von Partikel- und/oder Gasfiltern von Gerüchen, Staub, Rauch, Pollen und Chemikalien.



STENKOL Ladegerät: Polycarbonat-Kunststoff (mind. 50 % recycelt), **LADDA** Akkus: bis zu 1.000 Mal aufladbar.

Wasser sparen

Mehr als 15 % des weltweiten Wasserverbrauchs passiert zuhause. Unsere wassersparenden Produkte für Küche, Bad und Dusche beinhalten Mischbatterien, aber auch energieeffiziente Spülmaschinen. Unsere Duschköpfe und Mischbatterien senken den Wasserverbrauch um bis zu 50 % bei gleichbleibend gutem Wasserdruck.

DALSKÄR Inkl. Strahlregler (5,7 l/Min.)



Abfallvermeidung

Mit ein paar cleveren Veränderungen zuhause lassen sich Abfälle reduzieren und Ressourcen schonen.

Seit Oktober 2021 ist Schluss mit Einwegbatterien bei IKEA Österreich. Neue, wiederaufladbare **LADDA Akkus** helfen dabei, Abfall zu reduzieren und Kosten zu sparen.

Längeres Leben

Unser Ziel ist es, den Lebenszyklus unserer Produkte zu verlängern oder ihnen sogar – im Sinne des Kreislaufs – mehr als ein Leben zu ermöglichen. Dazu gehören beispielsweise Produkte, die mit Kindern „mitwachsen“, oder Pflegeprodukte, Lacke, Lasuren etc.

Mit dem „Zweites Leben“-Service erhalten Kund:innen für das Zurückbringen gut erhaltener Möbelstücke eine Guthabekarte.



In den Circular Hubs unserer Einrichtungshäuser werden IKEA Secondhand-Produkte zu erschwinglichen Preisen verkauft.

In den sogenannten „Learn & Share Areas“ der Circular Hubs kann man sich Ideen holen, wie gebrauchte Produkte aufgemöbelt werden können, um an ihnen länger Freude zu haben. Außerdem bieten wir zur Verlängerung der Produktlebensdauer Reparaturdienste an.

Mehr dazu im Kapitel „Better Planet“

Besser gemacht

Mit unseren nachhaltigen Produkten möchten wir den Alltag vieler Menschen verbessern. Auch das derjenigen, die sie herstellen. In Zusammenarbeit mit Sozialunternehmen entstehen zum Beispiel handgefertigte Teppiche oder andere saisonale Produkte.

Die IKEA Foundation leistet einen großen Beitrag dazu, Kindern und Jugendlichen in den ärmsten Regionen der Welt die Aussicht auf eine bessere Zukunft zu geben.

 [IKEA Foundation](#)

LOKALT Jede Kissenhülle ist ein Einzelstück, denn Quasten, Stickereien und Nähte sind von geschickten Handwerkerinnen in Jordanien manuell ausgeführt. Das Produkt wird im Sozialunternehmen Jordan River Foundation von Hand gefertigt. Die Herstellung sichert den Handwerkerinnen – Jordanierinnen und syrischen Flüchtlingen – langfristigen Lebensunterhalt und trägt zur wirtschaftlichen Stärkung bei.



Gesunde und nachhaltige Lebensmittel

Als einer der größten Lebensmittelanbieter der Welt machen wir große Schritte in Richtung einer gesünderen und klimafreundlichen Zukunft, indem wir mehr pflanzliche Lebensmittel anbieten. Es gibt bereits an allen IKEA Food Standorten ein breites Angebot an Gerichten auf pflanzlicher Basis. Auch andere Produkte auf pflanzlicher Basis werden im Restaurant und in den Schwedenshops angeboten.

Mehr als ein Viertel des Essens wird in vielen Haushalten jeden Tag weggeworfen. Das bedeutet nicht nur eine Menge Geld, sondern auch mehr CO₂-Emissionen durch die Lebensmittelproduktion. Unser Sortiment an Produkten für die Lebensmittelaufbewahrung kann dabei helfen, einen Teil dieser Verschwendung zu vermeiden.

IKEA Food verfolgt schon seit vielen Jahren das Ziel, den vielen Kund:innen in den IKEA Bistros, Restaurants und Schwedenshops gesündere und nachhaltiger produzierte Lebensmittel anzubieten. Dazu bezieht IKEA Lebensmittel mit folgenden Zertifizierungen: MSC, ASC, UTZ, Rainforest Alliance, Organic, Bio.

21,61 %

der verkauften Bällchen-gerichte waren Pflanzen- und vegetarische Bällchen. (GJ 21)



HUVUDROLL 2021 wurden die Fleischlosbällchen in Österreich eingeführt; ihr ökologischer Fußabdruck beträgt schätzungsweise 4 % von den klassischen Fleischbällchen.

Wusstest du

In den Produktdetails jedes IKEA Produktes findest du unter der Rubrik „Umwelt & Material“ und „Nachhaltigkeit & Umwelt“ auf [IKEA.at](https://www.ikea.at) die wichtigsten Bestandteile, den Recyclinganteil und wie umweltfreundlich das Produkt ist.

Lösungen und Tipps für einen nachhaltigeren Alltag

Als weltweit größter Einzeleinrichtungshändler hat IKEA die Möglichkeit, seine Kund:innen zu einem bewussteren Verhalten zu lenken und sie zu inspirieren, nachhaltiger zu leben.

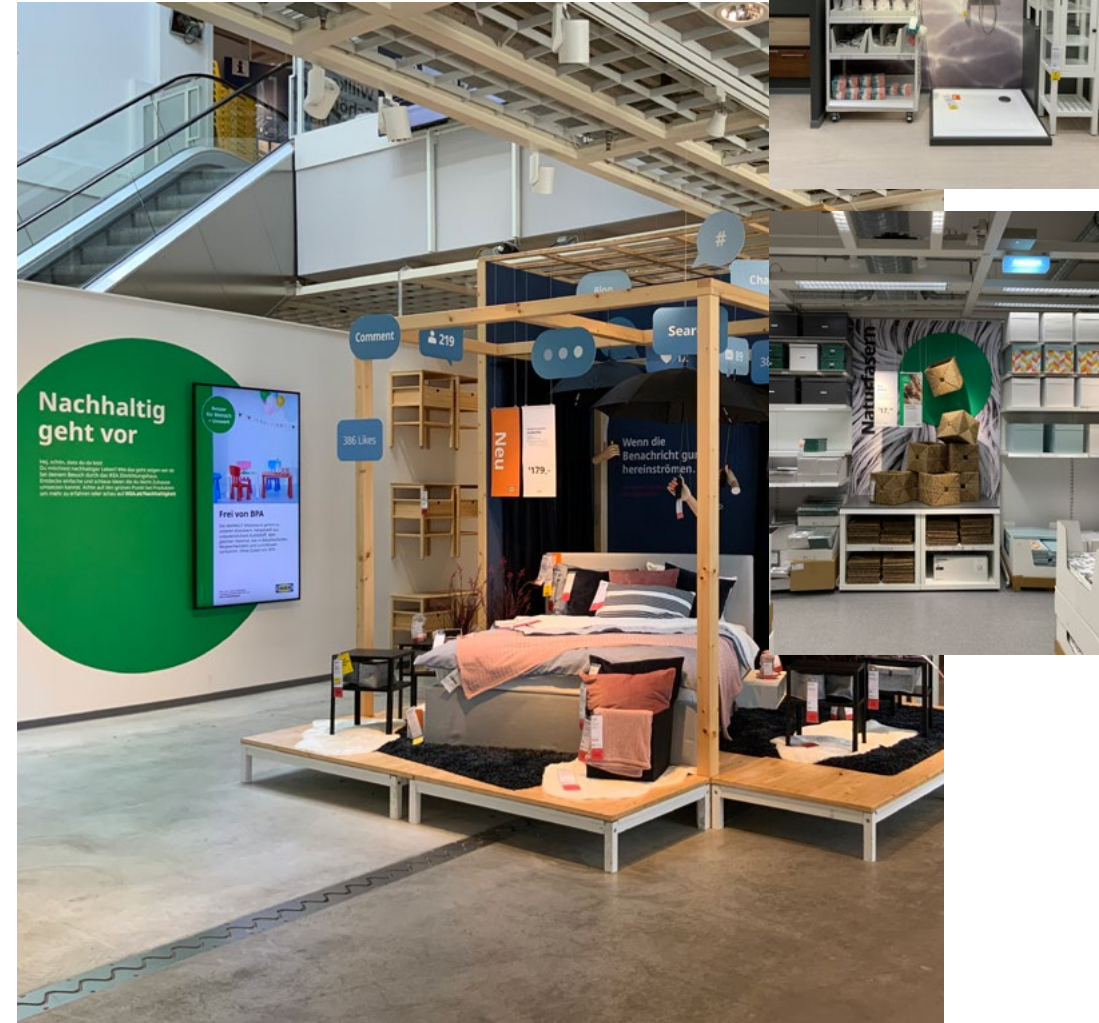
Dabei hilft uns die Kommunikation, die wir zum Thema Nachhaltigkeit in unseren IKEA Einrichtungshäusern, an unseren Treffpunkten und auf unseren Websites und in anderen Kanälen verstärkt haben. So wurde ein Leitfaden für alle unsere Einrichtungshäuser entwickelt, der sie dabei unterstützt, Produkte und Lösungen für ein nachhaltigeres Leben im gesamten Einrichtungshaus hervorzuheben – vom Parkplatz bis hin zu unseren Restaurants und Zimmereinrichtungen.

Wir informieren über nachhaltige Materialien in Produkten und zeigen Lösungen, wie man zuhause nachhaltiger leben kann – mit Tipps und Ideen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung, zum Sparen von Energie, zum Trennen von Abfall u. v. m.

Darüber hinaus bieten wir DIY-Aktivitäten und Mitmach-Videos zur Verlängerung der Produktlebensdauer und Ressourcennutzung sowie viele andere inspirierende Ideen.

 [Ein Leitfaden für nachhaltiges Leben](#)

Mit den grünen Punkten in unseren Einrichtungshäusern möchten wir die vielen Menschen zu einem nachhaltigeren Lebensstil sowie zum richtigen Umgang mit wertvollen Ressourcen inspirieren. Im gesamten Einrichtungshaus gibt es Information zu nachhaltigen Produkten und zahlreiche Tipps & Tricks rund um die Themen Müllvermeidung, Energiesparen und Umweltschutz in den eigenen vier Wänden.



IKEA für alle zugänglich und erschwinglich machen, wann und wo auch immer

Nachhaltigkeit für die vielen leistbar machen

IKEA steht für clevere Einrichtungslösungen zu einem erschwinglichen Preis. Produkte so günstig anzubieten, dass möglichst viele Menschen sie sich leisten können, ist einer der wichtigsten Grundsätze unseres Unternehmens. Von Produkten aus nachhaltigeren Materialien bis hin zu Lösungen, die helfen, Energie und Wasser zu sparen und Abfall zu vermeiden, wollen wir es einfach, inspirierend und erschwinglich machen, nachhaltige Entscheidungen zu treffen.



Näher an den vielen Menschen

Unser Leben, das Kundenverhalten und auch die Mobilitätsgewohnheiten ändern sich rasant. Entsprechend braucht es neue Wege. Um die sich ändernden Bedürfnisse zu erfüllen und um besser erreichbar zu sein, bringen wir IKEA auf neue Art und Weise zu den Menschen. Wir werden dort sein, wo die vielen Menschen sind – und mehr Kund:innen die Möglichkeit bieten zu wählen, wann, wo und wie sie mit IKEA in Kontakt treten möchten.

Wien wird zum Vorreiter: IKEA am Westbahnhof

Unser neuer IKEA Wien Westbahnhof ist komplett autofrei – das Konzept ist gänzlich auf Fußgänger:innen, Öffi-Nutzer:innen und Radfahrer:innen ausgerichtet. Das ist unser erstes innerstädtisches Einrichtungshaus, das die gesamte Produktpalette von IKEA anbietet und am selben oder nächsten Tag nachhause liefert, sodass die Kund:innen das Auto zuhause lassen können. Durch die öffentliche Erreichbarkeit von IKEA Wien Westbahnhof rechnen wir künftig mit einer jährlichen Einsparung von rund 350.000 Autofahrten zu IKEA Wien Vösendorf und IKEA Wien Nord, also rund 1.000 Tonnen CO₂e.

IKEA Planungsstudios

Die IKEA Planungsstudios liegen jeweils in zentraler Lage und bieten Rundum-Planungsservices bei professioneller persönlicher Beratung an – alle Wunschartikel aus dem IKEA Sortiment werden nachhause oder an eine Abholstation in der Nähe geliefert. Neben dem IKEA Planungsstudio in Dornbirn, das im November 2020 eröffnet wurde, ist im September 2021 ein weiterer Standort in St. Pölten dazugekommen.

IKEA Planungsstationen

Auch mit unseren Planungsstationen kommen wir näher zu den Kund:innen. Das neue IKEA Format bietet individuelle Beratung in direkter Nachbarschaft und maximale digitale Inspiration und Services auf minimalem Raum (80 m² direkt in den beliebten Einkaufszentren). Seit November 2021 heißt die IKEA Planungsstation in Villach alle Kund:innen herzlich willkommen, die Eröffnung der Station in Wiener Neustadt fand im Dezember 2021 statt.



Omni-Channel für ein besseres Kundenerlebnis

Wir bieten eine Vielzahl an digitalen und physischen Treffpunkten, um die unterschiedlichen Bedürfnisse unserer Kund:innen zu verschiedenen Zeiten zu erfüllen.

IKEA App

Seit Februar 2021 ist die neue IKEA App in den österreichischen App Stores verfügbar. Sie steckt voller Inspirationen und bietet viele praktische Funktionen wie ein persönliches Profil mit hinterlegter IKEA Family Karte, eine Merkliste sowie eine Shopping-Funktion, mit der IKEA Kund:innen ihre Einkäufe in nur wenigen Klicks bestellen und bezahlen können.

Scan and Pay

Diese neue Funktion in der IKEA App ermöglicht es IKEA Kund:innen, während des Einkaufs im Einrichtungshaus ihre Produkte mit der IKEA App selbst zu scannen und wie gewohnt in ihren Einkaufswagen zu legen. Das Bezahlen erfolgt ganz stressfrei und ohne lange Wartezeit an den Kassen.

Click & Collect

Die Online-Bestellung und Selbstabholung ist ein beliebtes Service bei IKEA, das in den Einrichtungshäusern sowie an derzeit elf Abholstationen in ganz Österreich angeboten wird.

IKEA rückt noch näher an die Kund:innen im ganzen Land: Das innovative, kontaktlose Abholservice „Click & Collect in deiner Nähe“ wird mittlerweile bei 40 BILLA-Märkten in ganz Österreich angeboten. Kund:innen können dabei bequem online bei IKEA shoppen und ihren Einkauf auf dem Parkplatz eines BILLA-Marktes abholen.

 [Click & Collect – schnell & sicher abholen](#)



Better Planet

Die Klimakrise bedroht den Alltag von vielen Menschen – schon heute und ganz besonders von künftigen Generationen. Die letzten Jahre waren die bisher wärmsten seit Aufzeichnungsbeginn. Die globalen Temperaturen liegen bereits mehr als 1,1 Grad Celsius über dem vorindustriellen Niveau, auch Österreich ist von dieser Entwicklung nicht verschont: Schmelzende Gletscher, steigende Anzahl an Hitzetagen und Unwetterkatastrophen sind nur einige Beispiele dafür, wie auch hierzulande die Klimakrise spürbar ist. Diese klimabedingten Veränderungen haben messbare Auswirkungen, auch auf unsere Geschäftstätigkeit.

(GRI 103-1, GRI 102-11)

Klimafußabdruck

IKEA hat sich verpflichtet, bis 2030 die Treibhausgas (THG)-Emissionen im Vergleich zu 2016 um 50% zu reduzieren. Ziel ist es, bis 2030 klimapositiv zu werden, also trotz Wirtschaftswachstum mehr THG-Emissionen zu reduzieren, als die IKEA Wertschöpfungskette ausstößt.

Auch wir bei IKEA Österreich unterstützen diese ambitionierten Klimaziele – als Landesorganisation sind wir gefordert, geeignete Schritte zu setzen, um das gemeinsame Ziel, den konzernweiten Klimafußabdruck bis 2030 drastisch zu senken, zu erreichen. In folgenden Bereichen setzen wir daher Maßnahmen in Österreich, um die THG-Emissionen zu reduzieren:

- bei unseren Gebäuden (Einrichtungshäuser & Logistikzentren)
- bei Lieferungen nachhause
- bei Fahrten der Kund:innen und Mitarbeiter:innen zu IKEA Standorten und Dienstreisen

Der Strom, den wir beziehen, kommt zu **100%** aus erneuerbaren Quellen.



Klimafußabdruck unserer Geschäftstätigkeit

IKEA in Österreich ist seit vielen Jahren bemüht den eigenen CO₂-Fußabdruck zu reduzieren.

Während wir 2007 noch einen CO₂-Fußabdruck von 9.695 Tonnen hatten, konnten wir 2010, unter anderem durch die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Quellen, unseren Fußabdruck um 75 % auf 1.948 Tonnen senken.

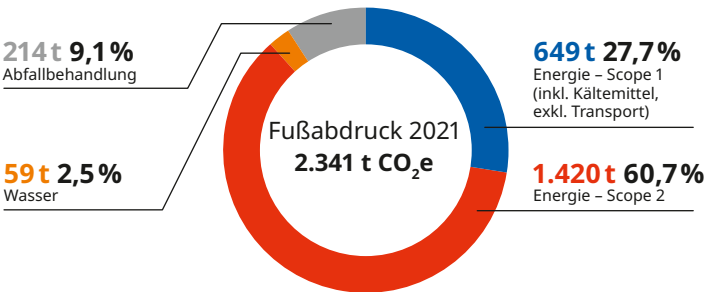
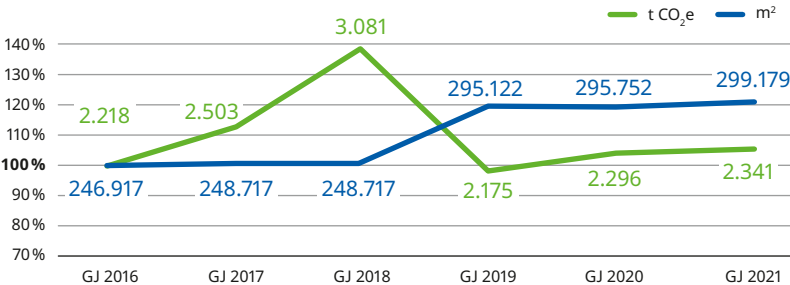
Obwohl wir in den letzten Jahren immer deutlich gewachsen sind, Standorte erweitert und einen neuen Standort eröffnet haben, konnten wir unseren Klimafußabdruck relativ konstant halten.

Der CO₂-Fußabdruck von IKEA Österreich betrug im Geschäftsjahr 2021 insgesamt 2.341 Tonnen CO₂e. Darin enthalten sind Emissionen aus Energie, mit einem Gesamtanteil von 88,4 %, Abfall (9,1 %) und Wasser (2,5 %).

Wir wollen in den nächsten Jahren Maßnahmen setzen, die unseren Klimafußabdruck deutlich senken.

Die genaue Roadmap dorthin mit einer Auflistung konkreter Maßnahmen und deren Impact auf unseren CO₂-Fußabdruck ist derzeit in Erarbeitung und soll im Geschäftsjahr 2023 fertig gestellt sein.

Klimafußabdruck in t CO₂e vs. Fläche aller Units in m²



(GRI 103-2)

IKEA Einrichtungshäuser & Logistikzentren

In Österreich haben vor allem Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz unserer Einrichtungshäuser und Logistikzentren, neben der Umstellung auf erneuerbare Energieträger, den größten Hebel auf unseren Klimafußabdruck.

Deswegen haben wir, beginnend mit 2015, auf unseren Einheiten Photovoltaikanlagen errichtet. Mittlerweile sind sechs unserer IKEA Einrichtungshäuser und beide IKEA Logistikzentren mit PV-Anlagen ausgestattet, die mit einer Gesamtleistung von 4,7 Megawatt Peak insgesamt 20% unseres Eigenbedarfs an Energie abdecken. Auf den Dächern von IKEA Wien Vösendorf und IKEA Wien Nord konnten bisher aus statischen Gründen keine Photovoltaikanlagen installiert werden.

Zusätzlich zu den Photovoltaikanlagen beziehen wir Energie durch Fernwärme (Graz, Wien Nord, Salzburg, Haid), durch Erdwärme (Klagenfurt), mit Pellets (Wels) und durch Wärmepumpen (Innsbruck, Westbahnhof). In Vösendorf ist die Umstellung von Gas auf Fernwärme bereits eingeleitet.

Das IKEA Einrichtungshaus Klagenfurt wird seit 2008, damals als erstes Einrichtungshaus in ganz Österreich, mit Erdwärme geheizt und gekühlt. Modernste Regelsysteme steuern die Anlagen bedarfsorientiert über Frequenzumformer, CO₂-Sensoren und Besucherzählung. Damit wird Energie effizient dort eingesetzt, wo sie benötigt wird. Während ein vergleichbares Einrichtungshaus pro Monat für einen Fußabdruck von bis zu 70 Tonnen CO₂e verursacht, braucht Klagenfurt 10% davon. Darüber hinaus gibt es einen Regenwassertank, der für die Bewässerung der Außenanlagen und die Versorgung der WCs mit Brauchwasser sorgt.

Maßnahmen zur Energieeffizienz

Seit 2020 werden alle Heiz- und Kühlsysteme auf energieeffiziente Geräte mit geringem CO₂-Fußabdruck umgerüstet, das Gleiche gilt auch für die eingesetzten Kühlmittel. Eine weitere Maßnahme ist die Umstellung sämtlicher Leuchtmittel auf LED bei allen Gebäuden und Parkplätzen – hier liegen wir schon bei 95%.

Bis 2028 werden alle Standorte mit Lüftungsanlagen, die dem neuesten Stand der Technik entsprechen, ausgestattet. Der Austausch der Dachhaut und somit auch Dämmungsmaßnahmen wurden 2021 bei IKEA Wien Nord durchgeführt, für IKEA Innsbruck steht dies 2022 auf dem Plan.



IKEA Wien Westbahnhof zählt aktuell zu den Top 3 im „Most sustainable store Ranking“ weltweit.

Die Bestrebung bei IKEA ist es, dass jeder neue IKEA Standort, der weltweit gebaut wird, noch nachhaltiger ist als der vorangegangene.



20 %
unseres Strombedarfs decken wir durch unsere PV-Anlagen ab.

4,7 MW Peak
Gesamtleistung liefern unsere PV-Anlagen.

Biodiversität

Neben den Maßnahmen, um unseren Klimafußabdruck zu reduzieren, haben wir an unseren Standorten auch einige andere Aktivitäten zum Umweltschutz gesetzt: Seit 2016 betreibt IKEA Graz eine Streuobstwiese in der Größe von 5.000 m² und neun Bienenstöcke.

IKEA Wien Westbahnhof bietet ausreichend Platz für Vögel zu nisten und nutzt das Regenwasser zum Gießen.

Ein weiteres Projekt zum Erhalt der Biodiversität ist am Standort in Salzburg geplant.



IKEA Wien Westbahnhof

Unser neuester Standort IKEA Wien Westbahnhof, der im August 2021 seine Türen öffnete, ist ein Vorzeigestandort in Sachen Nachhaltigkeit, autofrei und mitten in der Stadt. Die begrünte Fassade sowie Dachterrasse sorgen für ein angenehmeres Mikroklima. An einem Hitzetag können wir damit die Nachbarschaft um bis zu -1,5 Grad Celsius kühlen. Zusätzlich wurde am gesamten Gebäudedach eine PV-Anlage von 800 m² installiert und ein eigener Energiespeicher für die eigenerzeugte Energie errichtet. Durch Wärmepumpe, Energiespeicher und Energieoptimierung kalkulieren wir mit einer Einsparung von 120 Tonnen CO₂e pro Jahr versus konventionelle Systeme.

160 Bäume für das Klima

Insgesamt 160 Bäume auf dem Haus sorgen für ein angenehmeres Mikroklima. An einem Hitzetag können wir damit die Nachbarschaft um bis zu -1,5 Grad Celsius kühlen. Die Bäume sorgen aber auch für eine bessere Luft in der Umgebung, da sie gleichzeitig Stickstoff in Sauerstoff umwandeln.

Circular Hub – ein zweites Leben für Produkte

Mit dem Kauf von IKEA Produkten aus dem Circular Hub wird die Produktlebensdauer verlängert und damit auch Ressourcen gespart.

Verkehrsknotenpunkt Westbahnhof

Das ganze Gebäude ist auf Fußgänger:innen, Offi-Fahrer:innen und Radfahrer:innen ausgerichtet. Wir erwarten uns dadurch eine Ersparnis von rund 350.000 Autofahrten. Gegenüber einem herkömmlichen Einrichtungshaus entspricht das einer Einsparung von 1.000 Tonnen CO₂.



Biodiversität in der Stadt

Auf allen Ebenen gibt es Freiflächen mit Grünpflanzen, begrünte Fassadenelemente, Vogelnester, Bienenstöcke, Insektenhotels und lichtdurchflutete Bereiche. An der Fassade sind Nistplätze angebracht, sodass sich Turmfalken und Mauersegler bei uns wohl fühlen können.

Ultraeffiziente Wärmepumpe

Im Gebäude ist eine ultraeffiziente Wärmepumpe eingebaut, die gleichzeitig als Backup-Kühler eingesetzt werden kann. Durch diese Wärmepumpe wird der Energieverbrauch einerseits verringert und andererseits mehr Richtung Strom aus nachhaltigen Quellen gesteuert.

 **GREENPASS®-Platinum-Zertifikat**

 **BREEAM-Zertifikat Excellence**

IKEA Radzustellung

Wir bieten vom Westbahnhof eine Transportmöglichkeit mit dem E-Lastenrad an – ein umweltfreundliches und auch soziales Service. Dieses Projekt wird von Wien Work durchgeführt, um arbeitsmarktfernen Menschen den Wiedereinstieg in die Arbeitswelt zu erleichtern.

Emissionsfreie Lieferung

Unser Ziel: ab Ende 2021 alle Lieferungen in der Stadt Wien emissionsfrei durchzuführen. In einem ersten Schritt erfolgt die emissionsfreie Zustellung, ausgehend von Strebersdorf, in alle 23 Wiener Gemeindebezirke und im Umkreis von 30 Kilometern.

Photovoltaikanlage inklusive Stromspeichersystem

Auf dem Dach sind insgesamt 280 Solar-Paneele auf einer Fläche von 800 m² installiert, die einer Gesamtleistung von 88 kWp entsprechen.

IKEA Logistikzentrum Wien-Strebersdorf

Das IKEA Logistikzentrum in Wien-Strebersdorf, das 2019 fertig gestellt wurde, weist mit Europas größtem Eisspeicher sowie einem Photovoltaikdach etliche innovative Nachhaltigkeitsfeatures auf. Aufgrund der innovativen technischen Maßnahmen rechnen wir mit einer jährlichen Einsparung von 275 Tonnen CO₂e gegenüber fossilen Heizungsarten.

E-Charging

Sowohl für Kund:innen als auch für Mitarbeiter:innen gibt es Anschlüsse zum Laden.

 **BREEAM-Zertifikat „Very Good“**

Österreichischer Solarpreis 2020

Energy Globe Styria Award 2019

Weniger Bodenversiegelung
durch ein zweistöckiges Lager.

Emissionsfreie Lieferung im Großraum Wien
an die Kund:innen durch EV Trucks.



Box on Demand Packaging

Eine neue Maschine zur Verpackung von Paketen sorgt dafür, dass nur 30 % vom Ordervolumen an Füllmaterial benötigt werden. Darüber hinaus werden alte Kartonagen als Füllmaterial wiederverwendet.

Professionelles Abfallmanagement

Anreise

Leicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Zug, Bus und Straßenbahn) und Fahrrädern erreichbar. Fahrradabstellplätze und Ladestationen für E-Bikes.

Heizung

Eisspeicher/ Wärmepumpe, Gasheizung für Notfälle (Greengas).

Kühlung

Eisspeicher zur Emissionsminderung durch Kühlung.

Verkehrsknotenpunkt

- Innerhalb der Stadtgrenze
- 50 % des gefüllten Volumens für Wien und Umgebung
- Öffentlicher Verkehr
- Enge Anbindung an die Autobahn

IKEA Lieferungen nachhause

Im August 2021 starteten wir im Logistikzentrum Wien-Strebersdorf mit den ersten emissionsfreien Lieferungen durch eine Elektrofahrzeugflotte in alle Wiener Gemeindebezirke. In weiterer Folge wird diese Zustellmethode auf alle IKEA Einrichtungshäuser in Österreich ausgeweitet. Unser Ziel ist es, 95 % aller Lieferungen in Österreich bis Ende des Geschäftsjahres 2023 emissionsfrei durchzuführen.

Die Umstellung auf Elektrofahrzeuge bedeutet eine CO₂-Einsparung von mehr als 304 Tonnen pro Jahr – durch die emissionsfreie Lieferung gelingt IKEA ein wichtiger Schritt bei der Umsetzung umweltfreundlicher und nachhaltiger Prozesse. Das entspricht mehr als 1,5 Millionen Streckenkilometern.

Während die LKWs Energie tanken, können sie beladen werden: Dazu dienen 28 Ladesäulen mit Schnellladefunktion mit einer Stärke von bis zu 75 Kilowatt. Der Strom, mit dem die Flotte versorgt wird, kommt aus 100 % erneuerbaren Energieträgern sowie aus der Einspeisung vorhandener PV-Anlagen.



304 t
CO₂-Einsparung pro Jahr durch Umstellung auf Elektrofahrzeuge.



350.000
Autofahrten bzw. rund **1.000**
Tonnen CO₂e spart IKEA Wien Westbahnhof durch die öffentliche Erreichbarkeit.

(GRI 103-1, GRI 103-2)

Anreise der IKEA Kund:innen und Mitarbeiter:innen sowie Dienstreisen

Als Teil der Ingka Gruppe haben wir das Ziel, alle CO₂-Emissionen durch die An- und Abreise von Kund:innen und Mitarbeiter:innen zu und von unseren Standorten bis 2030 um 50 % zu reduzieren.

Wir sind aktuell in der Planung und Evaluierung aller notwendigen Maßnahmen, um dieses Ziel zu erreichen. Unser neues Einrichtungshaus Wien-Westbahnhof ist auch in diesem Zusammenhang ein erster wichtiger Schritt. Der neue IKEA Store ist komplett autofrei – das Konzept ist gänzlich auf Fußgänger:innen, Öffi-Nutzer:innen und Radfahrer:innen ausgerichtet. Dadurch rechnen wir mit einer jährlichen Einsparung von rund 350.000 Autofahrten zu IKEA Wien Vösendorf und IKEA Wien Nord, also rund 1.000 Tonnen CO₂e. Auch mit unseren Planungsstationen kommen wir näher zu den Kund:innen. Die meisten unserer Standorte, die mit dem Auto erreichbar sind, verfügen über E-Ladestationen.

Unsere Dienstfahrzeugflotte besteht derzeit aus Hybridfahrzeugen und zum Teil noch aus Dieselaautos, von denen wir uns sukzessive trennen. Unser Ziel ist es, dass ab 2025 alle Dienstautos in Österreich elektrisch angetrieben werden.

Die Einführung einer neuen Remote Work Policy soll Mitarbeiter:innen, soweit es mit ihrer jeweiligen Tätigkeit vereinbar ist, ermöglichen, von zuhause aus zu arbeiten und somit weniger CO₂-Emissionen zu verursachen.

Einige der Standorte bieten Zuschüsse für öffentliche Verkehrsmittel an oder Anreizsysteme, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu kommen.

Die Anzahl der Dienstreisen, aber vor allem die Fahrten zur Arbeit waren in den letzten beiden Jahren aufgrund der Pandemie stark reduziert.

(GRI 103-1, GRI 103-2)

Kreislaufwirtschaft

Um ein kreislaforientiertes Unternehmen zu werden, arbeitet IKEA daran, Ressourcen effizienter einzusetzen und Abfälle bei Produkten sowie in unseren Gebäuden und Betrieben zu reduzieren und zu vermeiden.

Strategische Ziele von IKEA für 2030

- Jedes Produkt von Anfang an so zu gestalten, dass es wiederverwendet, aufgearbeitet, wiederaufbereitet und schließlich recycelt werden kann, indem IKEA während des Produktentwicklungsprozesses die Grundsätze des zirkulären Produktdesigns anwendet.
- IKEA strebt an, nur erneuerbare oder recycelte Materialien zu verwenden. Am Ende des Geschäftsjahres 2021 basierten 56 % des globalen Sortiments auf erneuerbaren Materialien wie Holz und Baumwolle, 17% enthielten recycelte Materialien.
- Suche nach Kreislaufösungen für bestehende und neue Kund:innen, um Produkte zu erwerben, zu pflegen und weiterzugeben.
- Wir übernehmen die Führung und schließen uns mit anderen zusammen, indem wir uns einsetzen, zusammenarbeiten und Geschäftspartnerschaften eingehen.

Mehr zur Umstellung auf nachhaltige Materialien & Produkte im globalen IKEA Bericht.
 [Globaler IKEA Bericht](#)



Circular Hubs – IKEA macht Kreislaufwirtschaft erlebbar
Im Geschäftsjahr 2021 haben wir mit der Umfunktionierung der Fundgruben in den IKEA Einrichtungshäusern in „Circular Hubs“ einen wichtigen Schritt auf dem Weg, ein zirkuläres Unternehmen zu werden, gesetzt.

Damit möchten wir zeigen, wie jede:r Einzelne den Lebenszyklus der eigenen Möbelstücke verlängern kann und mit Tipps und Tricks zu einem nachhaltigeren Konsum inspirieren.

Unser Beitrag in Österreich zur Kreislaufwirtschaft

Wir testen Services, die den Kund:innen neue Möglichkeiten bieten, kreislauffähige IKEA Produkte zu erwerben, zu pflegen und weiterzugeben, damit die Ressourcen länger genutzt werden können. Dazu gehören:

- **„Zweites Leben“-Service:** Kund:innen erhalten für das Zurückbringen gut erhaltener Möbelstücke eine Guthabekarte.
- **Circular Hubs:** In unseren Einrichtungshäusern werden IKEA Secondhand-Produkte zu erschwinglichen Preisen verkauft. Dazu gehören Ausstellungsstücke, gebrauchte Möbelstücke aus unserem Rückkaufservice, zurückgegebene Produkte, oder Einrichtungsgegenstände, die aus dem Sortiment genommen wurden.
- **Learn & Share Areas:** Ideen, wie gebrauchte Produkte aufgemöbelt werden können, um deren Leben zu verlängern.
- **Reparatordienste** zur Verlängerung der Produktlebensdauer.
- **Ersatzteile** (im Einrichtungshaus und online)



695.399
wieder-
verwertbare
Produkte

wurden im GJ 21 im Circular Hub verkauft. Das entspricht € 8,5 Mio. Umsatz.

572
Produkte

erhielten ein zweites Leben durch Kund:innen, die gut erhaltene Möbelstücke gegen eine Guthabekarte eingetauscht haben.

149.791
Produkte

wurden neu verpackt und wiederverkauft.

Mehr als
32.100
Kund:innen

nutzten im GJ 21 unser Ersatzteil-service, wobei **67.413 Ersatzteile** bereitgestellt wurden.

Unser Beitrag in Österreich zur Abfallvermeidung

Der größte Teil des von uns produzierten Abfalls stammt aus unseren Standorten, und etwa die Hälfte davon ist Verpackungsmaterial. Der Rest besteht aus Produktabfällen (von beschädigten Produkten oder Kundenrücksendungen) und Lebensmittelabfällen aus unseren Restaurants und Cafés.

Wir wollen das Abfallaufkommen in unseren Betrieben und Gebäuden durch folgende Maßnahmen senken:

- Reduzierung von Betriebsabfällen
- Erhöhung unserer Recyclingrate
- Reduzierung von Verpackungs-, Produkt- und Lebensmittelabfällen in IKEA Restaurants und Cafés und IKEA Bistros

IKEA arbeitet kontinuierlich daran, Materialien nachhaltiger zu gestalten, mit dem Ziel, weniger Ressourcen zu verbrauchen. Derzeit sind unter 10 % des Verpackungsmaterials bei IKEA aus Kunststoff, bis 2028 soll jegliches Plastik aus den Verpackungen verbannt werden.



Lebensmittelabfälle

Wir engagieren uns für klimabewusstes Handeln und wollen aufzeigen, dass die Verminderung von Essensabfällen in der Küche ein wichtiger Beitrag zum Umweltschutz ist.

Wir haben in allen IKEA Restaurants, Cafébars und Bistros in Österreich schon lange strikte Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung entwickelt:

Food Waste Watcher

IKEA hat im letzten Jahr ein neues „Food Waste Watcher“-Tool in allen Einrichtungshäusern in Österreich eingeführt, um Lebensmittelabfälle so gering wie möglich zu halten und entsprechende Schritte zur Reduzierung zu setzen. „Food Waste Watcher“ hilft ebenfalls bei der kontinuierlichen Anpassung der Bestellprozesse, Arbeitsweisen und Produktion der

Lebensmittel. Seit Einführung des Tools im Geschäftsjahr 2021 hatten wir 15 Gramm pro Kund:in an Lebensmittelabfällen.

Ampelsystem

Mithilfe eines Ampelsystems werden die unterschiedlichen Umsatzstärken der Tage gemessen und speziell daran angepasste Produktionspläne für jedes IKEA Einrichtungshaus in Österreich erstellt – somit produziert IKEA strikt nach Listen und achtet auf Tageszeiten sowie Wettereinflüsse, die eine Beeinflussung der Kundenfrequenz mit sich bringen.

Zusätzlich unterstützt IKEA die vom WWF Österreich initiierte Kampagne „Teller statt Tonne“ und macht auf den sparsamen Gebrauch wertvoller Ressourcen aufmerksam.

 <https://www.wwf.at/nachhaltig-leben/lebensmittelverschwendung/>

Wusstest du

IKEA entwickelt flache Pakete nicht, um mehr zu verkaufen, sondern um mehr zu sparen. Flache Pakete bringen eine optimale Ausnutzung der Ladekapazität und dadurch weniger Transporte – das reduziert auch die Emissionen. Dass IKEA dafür recycelbare Verpackungen verwendet, für die nur ein Minimum an Rohstoffen benötigt wird, hilft zusätzlich.

10.231 t

Abfälle insgesamt (GJ 21)

8.932 t

Materialrecycling (GJ 21)

~ 90 %

Recyclingquote (GJ 21)

10 %

des Verpackungsmaterials bei IKEA sind aus Kunststoff (GJ 21)

133 t

Lebensmittelabfälle (GJ 21)

15 g/Kund:in

Lebensmittelabfälle (GJ 21)

12,5 %

weniger Lebensmittelabfälle (GJ 21)



Better Lives

Bei allem, was wir tun, steht der Mensch im Mittelpunkt. Wir wollen eine führende Rolle bei der Schaffung einer gerechteren und gleichberechtigteren Gesellschaft übernehmen und das Leben von Millionen von Menschen verbessern, die mit unserem Unternehmen zu tun haben oder von ihm beeinflusst werden. Angefangen bei unseren Mitarbeiter:innen und der Lieferkette bis hin zu unseren Kund:innen, Nachbarschaften und Gemeinden.



**Wir rekrutieren
Menschen,
keine
Lebensläufe.**



(GRI 102-16)

Unsere Kultur und Werte

Wir bei IKEA glauben, dass jede Person am besten ist, wenn sie einfach sie selbst sein kann. Wir sind eine vielfältige Gruppe bodenständiger, offener Menschen, die alle eines gemeinsam haben: eine Leidenschaft für Heimeinrichtung. Wir kommen aus allen Teilen der Welt und teilen die gleiche inspirierende Vision: „Den vielen Menschen einen besseren Alltag zu schaffen“. Mithilfe unserer gemeinsamen Werte versuchen wir, diese Vision zu verwirklichen. Diese Werte motivieren uns und sind das Fundament unserer offenen, aufrichtigen Kultur, die alle miteinbezieht.

Alles, was wir tun, basiert auf Gemeinschaft und Enthusiasmus.

Wenn Mitarbeiter:innen gefragt werden, was sie am meisten schätzen, sagen sie, die IKEA Kultur. Unsere gemeinsamen Werte und unsere Kultur sind wesentlicher Bestandteil dessen, was IKEA einzigartig macht – sowohl als Marke als auch als Arbeitsplatz.

Unser Anspruch bei People & Culture

Unsere Werte sind fester Bestandteil im Recruiting und Onboarding und in der Einschulung neuer Mitarbeiter:innen. Zudem werden sie bei unseren Werte-Trainings und im Rahmen unserer jährlichen Feedback-Gespräche weiter vertieft. Wir arbeiten eng mit der internen Kommunikation zusammen, um die Werte in unserer täglichen Zusammenarbeit zu leben und mit gutem Beispiel voranzugehen.

Die IKEA Unternehmenswerte

Weil wir alle die gleichen Werte teilen, sind wir in der Lage, die IKEA Kultur als etwas Starkes und Lebendiges zu bewahren. „Das Testament eines Möbelhändlers“, das der IKEA Gründer Ingvar Kamprad im Jahr 1976 verfasst hat, ist heute ebenso gültig wie damals und dient als Grundlage der IKEA Werte.

- Gemeinschaft
- Wir kümmern uns um Menschen und den Planeten
- Kostenbewusstsein
- Einfachheit
- Erneuern und Verbessern
- Anders mit Bedeutung
- Verantwortung übertragen und übernehmen
- Mit gutem Beispiel vorangehen

[🔗 Die wichtigsten IKEA Werte im Detail](#)

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Ein fairer, gleichberechtigter und inklusiver Arbeitsplatz

Wir wollen, dass sich die Mitarbeiter:innen in ihrer Unterschiedlichkeit bei uns willkommen, respektiert und geschätzt fühlen. Ein inklusives Arbeitsumfeld bedeutet für uns, dass sich alle einbringen können: unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft, sexueller Orientierung, Religion, Hautfarbe, Behinderung oder anderen Dimensionen der eigenen Identität. Es geht jeden Tag um das gelebte Miteinander, um eine Vielfalt von Menschen und ihren Ideen zu ermöglichen.

Gleichstellung

Das Ziel von IKEA ist, weltweit führend in Sachen Gleichstellung zu sein und in allen Bereichen des Unternehmens sowie in der Gesellschaft positiv zu wirken. Deswegen gehören Gleichstellung, Gleichbehandlung und die Erhöhung des Frauenanteils in Managementpositionen seit vielen Jahren zu den Kernthemen der globalen Unternehmensstrategie von IKEA.

Wir bei IKEA Österreich setzen uns schon seit langem aktiv für das Thema Gleichberechtigung ein – immer verbunden mit konkreten Zielen: 50 % Frauen in Führungspositionen und gleiches Gehalt für gleiche Tätigkeit. Die Gender Balance liegt insgesamt bei 50:50. Aber wir wollen mehr, denn wir wissen: Es ist ein langer Weg zur völligen Gleichberechtigung. Und wir leisten Schritt für Schritt unseren Beitrag: Von den rund 3.500 Mitarbeitenden sind knapp 57 % weiblich und 43 % männlich. Bei den Mitarbeitenden mit Migrationshintergrund sind wir mit 49 % Männer und 51 % Frauen noch näher an 50:50 dran.

(GRI 103-1, GRI 103-2)

LGBTQ+

Wir möchten, dass sich Menschen jeglicher sexueller Orientierung und Geschlechtsidentität überall zuhause fühlen, nicht nur bei IKEA.

IKEA hat einen globalen LGBTQ+-Inklusionsplan eingeführt, der einen systematischen Ansatz verfolgt – von der Etablierung des Mindsets für LGBTQ+-Inklusion bis hin zur Schaffung einer inklusiven Arbeitsumgebung. Der Plan ermöglicht eine einheitliche Arbeitsweise für die LGBTQ+-Inklusion.

Seit 2017 feiern wir am 17. Mai den Internationalen Tag gegen Homophobie, Transphobie, Biphobie und Interphobie (IDAHOT), um uns für das Recht unserer LGBTQ+-Mitarbeitenden einzusetzen, sie selbst zu sein. 2021 stand der IDAHOT bei IKEA unter dem Motto „Progress is made“.

Seit 2018 gibt es bei IKEA Österreich eine eigene Ansprechperson für dieses Thema, die auch die Co-Worker Networking Group LGBTQ+ ins Leben gerufen hat. Wir beschäftigen uns in einer abteilungsübergreifenden Projektgruppe intensiv mit gendersensibler Sprache und schulen unsere Führungskräfte und Mitarbeiter:innen im Erkennen von unbewussten Vorurteilen.



57%

aller Mitarbeiter:innen sind weiblich

50%

Frauen in Führungspositionen

48

unterschiedliche Nationalitäten

Mit eigenen Produkten wie der Regenbogentasche und gesellschaftlichem Engagement wie der Unterzeichnung der Petition für diskriminierungsfreies Blutspenden setzen wir uns gegen Hass und für mehr Toleranz und Gleichberechtigung ein.

Im Bereich LGBTQ+ unterstützen uns einige Partner:innen in Österreich, wie z. B. Pride Biz Austria oder VIMÖ (Verein Intergeschlechtlicher Menschen Österreich).

Menschen mit Behinderung

An der Inklusion von Menschen mit Behinderung arbeiten wir gemeinsam mit Kooperationspartnern wie myAbility und NEBA und setzen Maßnahmen, um dieses Anliegen im Unternehmen voranzutreiben. Unsere Vorzeigestandorte in Österreich sind Innsbruck und Wels. Außerdem ist der Standort Westbahnhof mit dem „Fair für alle“-Zertifikat für Barrierefreiheit ausgezeichnet worden.

Unterschiedliche Nationalitäten

Insgesamt 48 Nationalitäten arbeiten bei uns. Wir haben 35 Menschen mit Fluchthintergrund integriert, weitere folgen im Rahmen unseres „Skills for Employment“-Programms.



Vereinbarkeit von Beruf- und Privatleben

Wir sehen es als unsere Aufgabe, Mitarbeiter:innen in all ihren Lebensphasen, in all ihrer Vielfalt & Unterschiedlichkeit zu unterstützen – denn Familie ist ein wichtiger Wert für uns. Wir sehen die Familie als ein soziales Netzwerk aus Personen, die einen umschließen und persönlich sehr wichtig sind.

Wir möchten einen Schritt weiter gehen und ein Arbeitsumfeld schaffen, das es ermöglicht, die Arbeitswelt mit der privaten Welt gut zu vereinbaren.

Um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu fördern, hat IKEA eine ganze Reihe von Maßnahmen gesetzt. Allen voran stehen unterschiedliche Arbeitsmodelle bzw. flexible Teilzeitmodelle – auch auf Top-Ebene.

Wir starteten gemeinsam mit der schwedischen Botschaft die Kampagne „Zuhause mit Papa“. Unter dem Motto „Der Weg zu einer gleichberechtigten Gesellschaft beginnt zuhause“ war es das Ziel, den gesellschaftlichen Diskurs voranzutreiben und eine Sensibilisierung der Väterrolle in Haushalt, Kindererziehung und Familienleben in Österreich zu schaffen.

Um unsere Mitarbeiter:innen bei der Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben zu unterstützen, arbeiten wir mit folgenden Partner:innen auf diesem Gebiet zusammen: back2business, balanceUp, JobTwiner, Mamawahrheiten, SheConomy sowie berufundfamilie.

(GRI 404-2)

Weiterbildung & lebenslanges Lernen

Wir glauben, dass jeder und jede ein Talent ist, und investieren in die Aus- und Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter:innen. Neben Trainingsangeboten bieten wir eine Vielzahl an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Führungskräfteprogramme an. Weiterentwicklung bedeutet bei IKEA, seine persönliche Laufbahn individuell gestalten zu können. Dafür haben wir verschiedene Instrumente wie Leistungs- und Entwicklungsgespräche, individuelle Trainingspläne und Nachfolgeplanung. Im Geschäftsjahr 2021 wurden insgesamt 76.601 Stunden für die Weiterbildung investiert.

(GRI 103-3)

Auszeichnungen für unser Handeln

Die Teilnahme an Audits oder Zertifizierungsprozessen ist eine ausgezeichnete Möglichkeit, um zu sehen, wo wir bei IKEA in Österreich stehen und wo es Verbesserungsmöglichkeiten gibt. Denn gemeinsam wollen wir einen besseren Alltag für uns alle schaffen. Beispiele für Zertifizierungen, die wir in Österreich erhalten haben, sind:

- equalitA-Gütesiegel für Frauenförderung und Gleichstellung
- Audit berufundfamilie
- Charta der Vielfalt
- „Great Start! Zertifizierter Lehrbetrieb“
- „Wir sind inklusiv“: Auszeichnung für IKEA Innsbruck
- „Fair für alle“: Zertifikat für IKEA Wien-Westbahnhof
- Kununu Top Company
- Kununu Open Company
- Charta für Betriebliche Gesundheitsförderung



Lehrberufe bei IKEA

In den IKEA Standorten investieren wir viel Zeit in die Ausbildung unserer Lehrlinge. Unsere Lehrlinge lernen alle Bereiche des Unternehmens kennen und bekommen einen umfassenden Überblick über alle Prozesse. Damit stehen ihnen nach der Lehrzeit zahlreiche Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen offen. Derzeit haben wir folgende Lehrberufe: Einzelhandelskauffrau/-mann, Betriebslogistikkauffrau/-mann, Systemgastronomiefachfrau/-mann.

Im Geschäftsjahr 2021 haben wir 54 Lehrlinge im Einzelhandel, 18 in Betriebslogistik und drei in der Systemgastronomie. Außerdem gibt es einen Lehrling aus dem Bereich „Medienfachkraft Grafik“. Im September 2021 haben 28 neue Lehrlinge mit ihrem ersten Lehrjahr begonnen.

25

Väter in Karenz

76.601

Weistudierungsstunden
gesamt IKEA Österreich

76

Lehrlinge
aktuell

28

neue Lehrlinge mit
September 2021

IKEA Leader Program

Mit dem „IKEA Leader Program“ suchen wir Talente, die das Potenzial haben, Führungskräfte in den Einrichtungshäusern, Logistikzentren sowie dem Customer Support Center zu werden. 2021 investierte IKEA Österreich dafür € 1 Mio.

(GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-5, GRI 403-6)

Gesundheit und Wohlergehen

Als Arbeitgeber haben wir eine hohe Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiter:innen. Ihr Wohlergehen und ihre Gesundheit liegen uns bei IKEA sehr am Herzen. Für ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld arbeitet unsere People- & Culture-Abteilung gemeinsam mit der Safety- und Security-Abteilung. In ihren Zuständigkeitsbereich fällt, zum einen auf die Einhaltung von Standards, Regeln und Richtlinien zu achten und zum anderen durch Schulungen zur Bewusstseinsbildung der Mitarbeiter:innen zum Thema Arbeitssicherheit beizutragen. Um die Förderung der Gesundheit und des Wohlergehens der Mitarbeiter:innen kümmert sich seit dem Geschäftsjahr 2021 die eigens dafür geschaffene Position Health & Wellbeing. Im Fokus stehen dabei die drei Schwerpunkte: körperliche, psychische und finanzielle Gesundheit. In jeder Unit gibt es eine:n Arbeitsmediziner:in, diese unterstützen und beraten auf den Gebieten des Gesundheitsschutzes, der mitarbeitergerechten Arbeitsgestaltung und der auf Arbeitsbedingungen bezogenen Gesundheitsförderung.

Aufgrund der Covid-19-Pandemie haben wir 2020 strikte Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen eingeführt, Investitionen für Schutzmaßnahmen getätigt sowie unsere Mitarbeiter:innen regelmäßig zur Einhaltung der korrekten Hygienemaßnahmen geschult. Des Weiteren können wir zur Sicherheit aller Menschen in unseren Einrichtungshäusern mittels Besucherzählsystem Kundenströme steuern und so Abstand zwischen den Menschen wahren.

Seit Beginn der Pandemie hat IKEA unter dem Motto „We care for our people“ alle Mitarbeiter:innen im Bereich der körperlichen, finanziellen und seelischen Gesundheit unterstützt. Neben einem kostenlosen Beratungsangebot (psychologische, Lebens- & Sozial- sowie Finanzberatung) für IKEA Mitarbeiter:innen und ihre Familienangehörigen gibt es nun einen besonderen Schwerpunkt auf mentale Gesundheit, u.a. drei große Initiativen, die im Geschäftsjahr 2021 gestartet wurden:

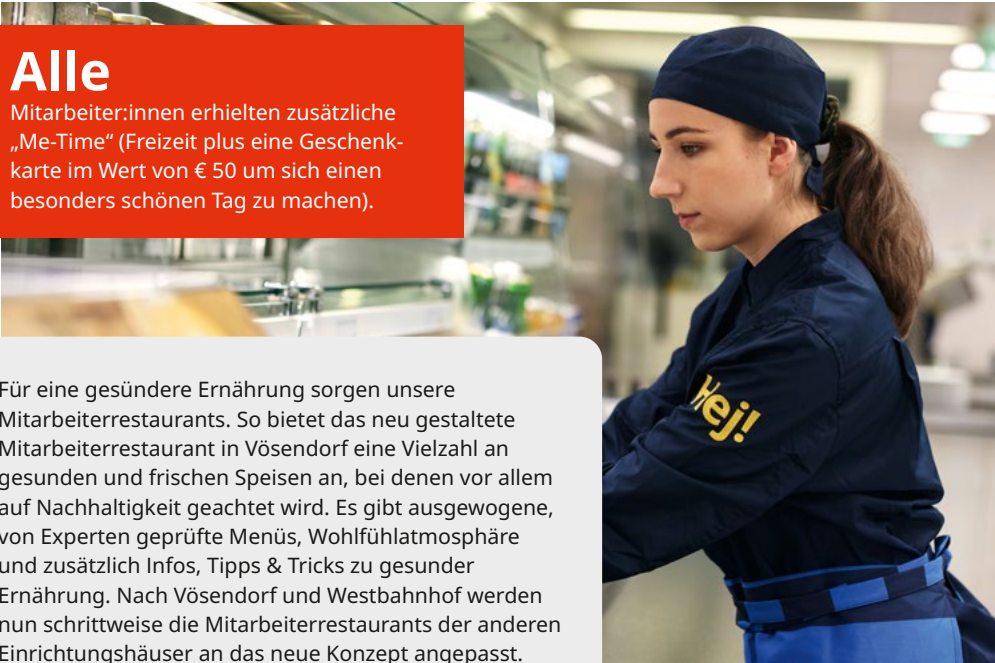
1. Interne weltweite Bewusstseinskampagne „R U OK?“ zur Destigmatisierung von psychischen Belastungen und Problemen. Die Kampagne zielt darauf ab, den offenen Dialog über Belastungen und Problemen unter Kolleg:innen anzuregen, die gegenseitige Unterstützung zu fördern und Hilfsangebote in Anspruch zu nehmen.

Als Teil der Kampagne schenkt IKEA allen Mitarbeiter:innen zusätzliche Freizeit, um die Notwendigkeit der Selbstfürsorge zu unterstreichen, die sogenannte „Me Time“.

- 2. Kooperation: „Erste Hilfe für die Seele“. Gemeinsam mit pro mente Austria bildet IKEA österreichweit in allen Einheiten circa 70 psychische Ersthelfer:innen aus. Darüber hinaus werden in allen Units Arbeits- und Betriebspsycholog:innen implementiert.
- 3. Interne Präventionsprogramme zur Stärkung seelischer Ressourcen, von Anti-Stress-Training oder Leadership-Training „Healthy Leading“ bis hin zu Online-Yoga.



Charta für Betriebliche Gesundheitsförderung



Alle
Mitarbeiter:innen erhielten zusätzliche „Me-Time“ (Freizeit plus eine Geschenkkarte im Wert von € 50 um sich einen besonders schönen Tag zu machen).

Für eine gesündere Ernährung sorgen unsere Mitarbeiterrestaurants. So bietet das neu gestaltete Mitarbeiterrestaurant in Vösendorf eine Vielzahl an gesunden und frischen Speisen an, bei denen vor allem auf Nachhaltigkeit geachtet wird. Es gibt ausgewogene, von Experten geprüfte Menüs, Wohlfühlatmosphäre und zusätzlich Infos, Tipps & Tricks zu gesunder Ernährung. Nach Vösendorf und Westbahnhof werden nun schrittweise die Mitarbeiterrestaurants der anderen Einrichtungshäuser an das neue Konzept angepasst.

(GRI 201-3)

Unsere Wertschätzung der Mitarbeiter:innen

Ein wichtiger Teil der Anerkennung bei IKEA sind die Vergütung und Sozialleistungen, um sich bei den Mitarbeiter:innen für das Engagement zu bedanken.

Tack!

Durch unser Treueprogramm „Tack!“ erhalten unsere Mitarbeiter:innen als Dank für Loyalität und Engagement einen zusätzlichen Beitrag zur Altersvorsorge pro Jahr, ab einer Firmenzugehörigkeit von 5 Jahren. Im Geschäftsjahr 2021 wurden dafür 2.569.171 Euro in die Pensionskasse eingezahlt.

One IKEA Bonus

Das „One IKEA“-Bonusprogramm ist ein leistungs-basiertes Bonussystem für sämtliche Mitarbeiter:innen. Es baut auf unseren Werten der Einfachheit und Gemeinschaft auf, durch die alle in derselben Abteilung auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten. Im Geschäftsjahr 2021 wurden dafür ca. 12,7 Mio. Euro in Österreich ausgeschüttet.

Verantwortungsvolles Mindestgehalt

Bei IKEA haben wir bereits 2018 mit der Einführung von „Responsible Wage“ einen wichtigen Schritt gesetzt, um unseren Mitarbeiter:innen eine faire Entlohnung zu sichern, mit der sie sich auch ihr Leben leisten können. Dieses IKEA Mindestgehalt wird jährlich valorisiert und entsprechend angehoben; dabei orientieren wir uns an der jährlichen Kollektivvertragserhöhung der Handelsangestellten. Auf dieses IKEA Mindestgehalt haben alle Mitarbeiter:innen Anspruch, unabhängig davon,

welchem Kollektivvertrag sie unterliegen. Bei uns kommen verschiedene KVs zur Anwendung (HAngKV, HArbKV, Gastro-KVs, Logistik- & Speditions-KVs), die unterschiedlich hohe Einstiegsgehälter und -löhne bieten. Das IKEA Mindestgehalt leistet daher einen wesentlichen Beitrag dazu, alle unsere Mitarbeiter:innen bei der Entlohnung fair zu behandeln und Bereiche, die niedrige kollektivvertragliche Einstiegsgehälter bieten, für potenzielle Mitarbeiter:innen zu attraktivieren. Im Geschäftsjahr 2021 betrug das IKEA Mindestgehalt 1.910 Euro.

Finanzielle Gesundheit

Zur Förderung der finanziellen Gesundheit der Mitarbeiter:innen wurde im Geschäftsjahr 2021 das bestehende Beratungsangebot um eine Kooperation mit einem Employee Assistant Service (Corrente/Life Works) erweitert. IKEA Mitarbeiter:innen und ihre im selben Haushalt lebenden Familienangehörigen haben in diesem Rahmen die Möglichkeit, sich in sämtlichen finanziellen Angelegenheiten (von der Haushaltsrechnung über Finanzierungsmöglichkeiten bis hin zur Pensionsvorsorge) professionell beraten und begleiten zu lassen. Das Angebot ist kostenlos und vertraulich.

Sonstige Benefits für Mitarbeiter:innen

Die Art und Weise, wie wir bei IKEA unsere Mitarbeiter:innen belohnen und anerkennen, ist ein wichtiger Teil des Arbeitsverhältnisses und der Mitarbeitererfahrung. Das Ziel ist es, sowohl garantierte Leistungen (sogenannte „Core Benefits“) anzubieten als auch personalisierte Leistungen, die den individuellen Vorlieben und der Lebenssituation unserer Mitarbeiter:innen entsprechen (sogenannte „Flexible Benefits“).

Zu den Core Benefits, die wir bei IKEA Österreich bereits anbieten, gehören unter anderem: Lebensversicherung, Kollektivunfallversicherung, Mitarbeiterhilfeprogramm (Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, einen externen Berater bei beruflichen, persönlichen oder finanziellen Problemen zu kontaktieren), Firmen-, Abteilungs- und Teamfeiern.



€ 1.910

IKEA Mindestgehalt 2021



(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 413-1, GRI 201-1, GRI 203-2)

Unser gesellschaftliches Engagement

Vielen Menschen einen besseren Alltag zu schaffen bedeutet für uns auch, dort zu helfen, wo es dringend nötig ist. Wir bei IKEA setzen uns seit vielen Jahren gegen Armut und soziale Ungerechtigkeit ein.

Wir haben uns als Ziel gesetzt, in den Gemeinden, in denen wir präsent sind, einen positiven Einfluss zu nehmen. In langjährigen Partnerschaften mit NGOs und Sozialunternehmen unterstützen wir vor allem armutsbetroffene Kinder und Mütter in Österreich.

Wir bei IKEA sind davon überzeugt, dass wir einen großen Beitrag zu einem besseren Alltag für die vielen Menschen leisten können. Es sind die kleinen und größeren Dinge, mit denen wir uns bei IKEA Österreich seit vielen Jahren gegen Armut und soziale Ungerechtigkeit einsetzen.

Im Geschäftsjahr 2021 konnten wir mit zahlreichen Geld- und Sachspenden Verantwortung übernehmen und Menschen helfen, die von der Pandemie besonders stark betroffen sind. Insgesamt haben wir Spenden im Wert von rund 633.400 Euro bereitgestellt. Mit zahlreichen Einrichtungsgegenständen für Organisationen in ganz Österreich, Essenslieferungen und Guthabekarten konnten wir einen besseren Alltag für viele Menschen schaffen.

Im Geschäftsjahr 2020 hat IKEA Österreich Sachspenden im Wert von 497.743,05 Euro zur Verfügung gestellt.

Die IKEA Foundation setzt sich seit vielen Jahren dafür ein, ein besseres Leben auf einem lebenswerten Planeten zu schaffen. Hierfür arbeitet sie weltweit mit Partnerorganisationen vor Ort zusammen. <https://ikeafoundation.org/>

Von IKEA Österreich werden unter anderem Hilfsprojekte folgender Organisationen unterstützt: Pro Juventute, Caritas Österreich, Diakonie, Volkshilfe, Elisabethsbrot und SOS Kinderdorf.

Neben den zentralen Programmen von IKEA in Österreich arbeitet jede Unit darüber hinaus mit lokalen Nachbarschaften, Organisationen und Verbänden zusammen.

Gesellschaftliches Engagement

(GRI 103-1, GRI 103-2)

„Skills for Employment“-Programm

Seit Herbst 2020 läuft das „Refugees Skills for Employment“-Programm, im Rahmen dessen IKEA weltweit mindestens 2.500 Menschen mit Flüchtlingsstatus trainiert und ausbildet, um ihnen bessere Möglichkeiten für den Arbeitsmarkt zu geben. Österreich hat sich verpflichtet, zumindest 120 Menschen in drei Jahren auszubilden. IKEA Österreich arbeitet hier mit dem UNHCR und einigen österreichweiten und regionalen NGOs wie MTOP Wien, fairMATCHING Salzburg, chancen:reich Innsbruck und vielen mehr zusammen.

35

Personen mit Fluchthintergrund integriert (GJ 2021)

Kennzahlen

Finanz

GRI	Finanzkennzahlen [€]	GJ 2020	GJ 2021
201-1, 102-7	Ergebnis vor Steuern	€ 54.684.384,13	€ 45.482.800,78
	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	€ 14.631.812,14	€ 10.679.477,00
	Jahresgewinn	€ 40.052.571,99	€ 34.803.323,78
	Personalkosten	€ 129.735.981,58	€ 148.165.416,28
201-1	Spenden	€ 497.743,05	€ 438.960,70
	Investitionen	€ 51.272.845,54	€ 127.439.475,43

Arbeitssicherheit

GRI	Kennzahlen	Berechnung	Eigene Mitarbeiter:innen GJ 2020	Eigene Mitarbeiter:innen GJ 2021
403-9	Arbeitsunfälle mit Todesfolge	Anzahl	0	0
	Häufigkeit tödlicher Arbeitsunfälle	pro Mio. Arbeitsstunden	0	0
	Arbeitsbedingte Verletzungen mit schwerer Folge	Anzahl	0	0
	Häufigkeit der arbeitsbedingten Verletzungen mit schwerer Folge	pro Mio. Arbeitsstunden	0	0
	Summe aller Unfälle (TRI)	Anzahl	0	0
	Häufigkeit der gesamtberichtspflichtigen Arbeitsunfälle (TRIF)	pro Mio. Arbeitsstunden	0,4	0,4
	Beinaheunfälle	Anzahl	3	11
	Ausfallstage	Anzahl	n.a.	219
	Arbeitsunfälle mit Ausfallzeit (LTI)	Anzahl	0	2

Compliance

GRI	Kennzahlen	Berechnung	GJ 2020	GJ 2021
102-9	Anzahl der Lieferant:innen gesamt	Anzahl	1.373	1.416
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferant:innen	%	n.a.	95 %
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	Anzahl	0	0
205-2	Anzahl der Angestellten, die eine Schulung zur Korruptionsbekämpfung erhalten haben	Anzahl	0	167
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Anzahl	0	0
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Anzahl	0	0
307-1	Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	Anzahl	0	0
308-1	Neue Lieferant:innen, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	Anzahl	0	0
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Anzahl	0	0
407-1	Betriebsstätten und Lieferant:innen, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	Anzahl	0	0
408-1	Betriebsstätten und Lieferant:innen mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	Anzahl	0	0
409-1	Betriebsstätten und Lieferant:innen mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	Anzahl	0	0
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	Anzahl	0	0
414-1	Neue Lieferant:innen, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	Anzahl	0	0
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Anzahl	0	1
415-1	Parteispenden in Euro	in Euro	0	0
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	Anzahl	0	0
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	Anzahl	0	0

Umwelt

GRI	Planetarischer Fußabdruck [t CO ₂ e]	GJ 2020	GJ 2021
305-1	Gesamter planetarischer Fußabdruck (ohne Transport)	2.296	2.341
	Energie – Scope 1 (Fußabdruck, inkl. Kältemitteln, exkl. Transport)	681	649
	Vor Ort eingesetzte fossile Brennstoffe (Fußabdruck)	379	529
	Vor Ort eingesetzter Biokraftstoff (Fußabdruck)	56	18
	Kältemittel (Fußabdruck)	247	102
305-2	Energie – Scope 2 (Fußabdruck)	1.303	1.420
	Elektrizität (Fußabdruck)	0	17
	Fernwärme (Fußabdruck)	1.303	1.403
	Fernkälte (Fußabdruck)		0
	Wasser (Fußabdruck)	74	59
305-3	Abfallbehandlung (Fußabdruck)	238	214
	Energie – Scope 1 und 2 (Fußabdruck, ohne Kältemittel und Transport) – Mieter	0	20
	Wasser (Fußabdruck) – Mieter		0,1
	Energie (inkl. Kühlmitteln, exkl. Transport)	1.984	2.069
	Abfall	238	214

GRI	Gesamter Energieverbrauch [kWh]	GJ 2020	GJ 2021
302-1	Gesamte verbrauchte Energie	38.913.287	39.011.964
	Elektrizität – verbraucht	26.658.700	26.720.508
	Fernwärme – verbraucht	6.847.173	8.551.980
	Erdgas – Vor-Ort-Verbrauch	1.677.641	2.402.186
	Diesel, 100 % mineralisch – Vor-Ort-Verbrauch	120.465	140.684
	Diesel-Biokraftstoff-Gemisch – Vor-Ort-Einsatz	25.677	19.920
	Biomasse, holzbasiert – Vor-Ort-Einsatz	3.583.630	1.176.686

GRI	Abfallmenge nach Arten [t]	GJ 2020	GJ 2021
306-3	Abfall gesamt	10.180	10.231
	Pappe/Papier (Zusammenfassung)	5.894	6.226
	Holz (Zusammenfassung)	2.204	1.775
	Metalle (Zusammenfassung)	300	310
	Kunststoffe (Zusammenfassung)	295	293
	Glas (Zusammenfassung)	31,1	34,3
	Textilien (Zusammenfassung)	0,895	0,426
	Gemischte Möbel (Zusammenfassung)	40,4	60,4
	Lebensmittelabfälle (Zusammenfassung)	152	133
	Organische Abfälle (Non-Food) (Zusammenfassung)	177	232
	Elektrogeräte (Zusammenfassung)	46,8	55,2
	Gemischte nicht gefährliche Abfälle (Zusammenfassung)	1.029	1.091
	Gemischte gefährliche Abfälle (Zusammenfassung)	9,58	20,39

GRI	Abfallmenge nach Behandlungsmethode [t]	GJ 2020	GJ 2021
306-4 306-5	Abfall gesamt	10.180	10.231
	Materialrecycling	8.944	8.932
	Biogas	267	295
	Kompost	30,5	21,4
	Externe Sortieranlage	18,5	53,6
	Verbrennung mit Energierückgewinnung	863	920
	Verbrennung ohne Energierückgewinnung	0,0	0,0
	Deponie	10,1	8,82
	IKEA Kreislaufströme insgesamt	0,00	0,034
	Sonstige	46,35	0,00

GRI	Wasserverbrauch [m³]	GJ 2020	GJ 2021
303-5	Gesamtverbrauch	56.712	45.282
	Wasser – externe Versorgung	54.845	42.769
	Wasser – Regenwassernutzung	982	1.184
	Wasser – Brunnen	885	1.329

HR

GRI	Kennzahlen	GJ 2020	GJ 2021
	Durchschnittsbelegschaft	3.143	3.487
102-7 102-8 405-1	Gesamtbelegschaft (alle Mitarbeiter:innen, die innerhalb des Geschäftsjahres beschäftigt waren)	4.005	4.438
	davon Männer	1.717	1.942
	davon Männer [%]	42,87%	43,76 %
	davon Frauen	2.288	2.496
	davon Frauen [%]	57,13 %	56,24 %
102-8 405-1	Contractors (Headcounts)	n. a.	n. a.
	davon Männer	n. a.	n. a.
	davon Frauen	n. a.	n. a.
102-8 405-1	IKEA Mitarbeiter:innen (Headcounts)	4.005	4.438
	davon Männer	1.717	1.942
	davon Frauen	2.288	2.496
	davon Vollzeit	1.977	2.211
	davon Vollzeit Frauen	846	922
	davon Vollzeit Männer	1.977	2.211
	davon Teilzeit	2.267	2.465
	davon Teilzeit Frauen	1.580	1.705
	davon Teilzeit Männer	688	761
	davon befristet	573	508
	davon befristet Frauen	352	291
	davon befristet Männer	221	217
	davon unbefristet	3.572	4.127
	davon unbefristet Frauen	2.017	2.318
	davon unbefristet Männer	1.556	1.810
401-3	Elternteilzeit gesamt		
	davon Frauen	96	116
	davon Frauen [%]	96,97%	97,48 %
	davon Männer	3	3
	davon Männer [%]	3,03%	2,52%
102-8 405-1	Mutter-/Vaterkarenz		
	Mutterkarenz	190	206
	Mutterkarenz [%]	75,70 %	89,18 %

GRI	Kennzahlen	GJ 2020	GJ 2021
	Vaterkarenz	61	25
	Vaterkarenz %	24,30 %	10,82 %
	Freigestellte Mitarbeiter:innen	0	0
	Mitarbeiter:innen mit Sabbatical	0	0
405-1	Alter		
	unter 30	1.598	1.769
	unter 30 [%]	39,90 %	39,86 %
	30–50	1.863	2.065
	30–50 [%]	46,52 %	46,53 %
	ab 50	544	604
	ab 50 [%]	13,58 %	13,61 %
405-1	Österreichische Staatsbürgerschaft	2.866	2.994
	Österreichische Staatsbürgerschaft [%]	71,56 %	67,46 %
	Andere Staatsbürgerschaft	1.139	1.444
405-1	Personen mit Behinderung	68	Daten sind noch nicht verfügbar
405-1 a	Personen mit Mitarbeiterverantwortung	365	386
	davon Männer	182	189
	davon Männer [%]	49,86 %	48,96 %
	davon Frauen	183	197
	davon Frauen [%]	50,14 %	51,04 %
	davon unter 30	39	41
	davon unter 30 [%]	10,68 %	10,62 %
	davon 30–50	264	276
	davon 30–50 [%]	72,33 %	71,50 %
	davon ab 50	62	69
	davon ab 50 [%]	16,99 %	17,88 %
401-1	Gesamte Personalstandsentwicklung (Austritte)	846	965
	davon Männer	392	437
	davon Frauen	454	528
	davon unter 30	454	537
	davon 30–50	320	358
	davon ab 50	72	70
	Mitarbeiterfluktuation (reine Mitarbeiterkündigungen)	415	525

GRI	Kennzahlen	GJ 2020	GJ 2021
	Mitarbeiterfluktuation (DG- + DN-Kündigungen) [%]	54,89 %	63,79 %
	Mitarbeiterfluktuation (nur DN-Kündigungen) [%]	44 %	35 %
	Gesamte Personalstandsentwicklung [%]	24,33 %	23,66 %
	Neueinstellungen	1.269	1.363
	Neueinstellungen [%]	31,69 %	30,71 %
	davon Männer	586	629
	davon Frauen	683	734
	davon unter 30	716	791
	davon 30–50	477	505
	davon ab 50	76	67
	Home Office Days		
404-1	Weiterbildungsstunden gesamt	64.762	76.601
	Durchschnittlich investierte Trainingsstunden: Mitarbeiter:innen	n. a.	17
	Durchschnittlich investierte Trainingsstunden: Leader/Manager:innen	n. a.	31
	Weibliche Teilnehmende an Leadership-Programmen	n. a.	56,20 %
	Männliche Teilnehmende an Leadership-Programmen	n. a.	43,80 %
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden	Alle Leistungen werden FT- und PT-Mitarbeiter:innen gewährt	Alle Leistungen werden FT- und PT-Mitarbeiter:innen gewährt
404-3	Prozentsatz der Mitarbeiter:innen, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	93 %	95 %
405-2	Verhältnis Grundvergütung von Frauen zu Männern	1,98 %	1,38 %
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	n. a.	2 Fälle
102-41	Tarifverträge – Prozentsatz der gesamten Angestellten, die von Tarifverträgen erfasst sind	100 %	100 %

Ziele und Maßnahmen

Better Company

Ziele	Maßnahmen	Zieljahr
Wir leisten einen positiven wirtschaftlichen Beitrag durch unsere Geschäftsaktivitäten.	Investitionen in IKEA Standorte, Schaffung von Arbeitsplätzen und Investitionen in unsere Mitarbeiter:innen, Beauftragung lokaler Dienstleister:innen und Lieferant:innen und Engagement für die Gesellschaft.	laufend
Alle Mitarbeiter:innen absolvieren jährliche Schulungen zu unserem Verhaltenskodex.	Regelmäßige Schulungen zu Datenschutz und Code of Conduct für alle Mitarbeiter:innen.	laufend
Alle Mitarbeiter:innen in sensiblen Bereichen absolvieren eine persönliche Schulung zu unserem Rahmenwerk gegen Bestechung und Korruption.	Jährliches Anti-Korruptions- und Compliance(ABC)-Training für ausgewählte Mitarbeiter:innen.	laufend
100 % der Vertragslieferant:innen halten jedes Jahr die IWAY-Vorschriften ein.	Lieferantenaudits.	laufend
100 % der Vertragslieferant:innen halten jedes Jahr die IWAY-Vorschriften ein.	Überprüfung der Lieferant:innen anhand der Risikomatrix.	laufend
100 % der Vertragslieferant:innen halten jedes Jahr die IWAY-Vorschriften ein.	Procurement-Verträge zu 100 % auf IWAY 6.0 abändern.	2023
Kompetenzsteigerung der Mitarbeiter:innen zu IWAY.	Überarbeitung der IWAY-Schulungen und Einführung einer verpflichtenden Teilnahme an IWAY-Trainings.	2022

Better Lives

Ziele	Maßnahmen	Zieljahr
Chancengleichheit.	Trustline implementieren	2024
Gleicher Lohn für gleiche Tätigkeit.	Gender-Pay-Gap-Analyse und entsprechende Maßnahmen zur Gleichstellung.	2022
Gleichstellung in der Gesellschaft vorantreiben.	Mindestens 25 % aller Ingka Manager:innen sollen einer anderen Nationalität oder Ethnie angehören.	2024
Gleichstellung in der Gesellschaft vorantreiben.	50 % der Führungskräfte in allen Units sind Frauen.	2025
Gleichstellung in der Gesellschaft vorantreiben.	IDAHOT-Awarenesskampagne zum Thema LGBTQ+.	jährlich
Gleichstellung in der Gesellschaft vorantreiben.	Das Reflektieren der österreichischen Bevölkerung in allen hierarchischen Levels und in Bezug auf unterschiedlichste Diversity-Dimensionen.	2025
Erreichung eines ausgewogenen Geschlechterverhältnisses in der Führungsebene.	50:50 in allen Boards, Committees, Groups.	2022
Anteil von Menschen mit Behinderung von 1,4 % auf 3 % in der gesamten Belegschaft erhöhen.	Zusammenarbeit mit myAbility und dem Netzwerk Berufliche Assistenz (NEBA) des Sozialministeriums.	2022
Anteil von Menschen mit Behinderung von 3 % auf 4 % in der gesamten Belegschaft erhöhen.	Reflektieren der Österreichischen Gesellschaft mit Behinderungen.	2023
Lebenslanges Lernen ermöglichen.	Mindestens 80 % der Mitarbeiter:innen werden befähigt, ihre Kompetenzen zu entwickeln.	laufend
Lebenslanges Lernen ermöglichen.	Weiterführung des Lehrlingsangebots und „Great Start!“-zertifizierter Lehrbetrieb.	laufend
	Wien-Westbahnhof startet mit der Lehrlingsausbildung im Frühling.	2022
Lebenslanges Lernen ermöglichen.	Regelmäßige Weiterbildung unser Mitarbeiter:innen.	laufend
Faires Mindestgehalt.	Jährliche Überprüfung und Bestimmung des IKEA Mindestgehalts. Die Höhe hängt von der ökonomischen Situation, Inflationsrate und KV-Erhöhungen ab.	laufend
Förderungen der Mitarbeitergesundheit.	Ausbildung von psychischen Ersthelfer:innen in den Units, Arbeitspsychologen in allen Units.	2022
Förderungen der Mitarbeitergesundheit.	Gesündere Ernährung, mehr Nachhaltigkeit und positive Pausenkultur durch neu gestaltetes Mitarbeiterrestaurant (schrittweise Anpassung der anderen Einrichtungshäuser).	2022–2023
Kinderarmut in Österreich bekämpfen.	K.ARM.A.-Punkte: „KinderARMut Abschaffen“-Spenden und Bewusstseinskampagne gegen Kinderarmut in Kooperation mit der Volkshilfe.	2022
Unterstützung von 120 Flüchtlingen, ihre Fähigkeiten zu verbessern, um eine sinnvolle Beschäftigung innerhalb oder außerhalb von IKEA zu finden.	„Skills for Employment“-Programm: Training von mindestens 120 Menschen in drei Jahren.	2022

Better Planet

Ziele	Maßnahmen	Zieljahr
Klimafußabdruck verringern.	Erstellen einer strategischen Roadmap für die CO ₂ -Reduktion in Österreich.	2022
Erneuerbare Heiz- und Kühlsysteme in 100 % unserer Gebäude bis 2030.	Umstellung aller eingesetzten Kühlmittel auf Kühlmittel mit geringem CO ₂ -Fußabdruck.	laufend
Verringerung der relativen Treibhausgasemissionen durch An-/Abreise zum/vom Arbeitsplatz.	Alle eigenen/geleasten/gemeinsam genutzten Fahrzeuge in unserer Flotte sollen Elektrofahrzeuge oder andere emissionsfreie Optionen sein.	2025
95 % des Transports für Kundenlieferungen sollen mit Elektrofahrzeugen (EV) oder anderen emissionsfreien Lösungen erfolgen.	Umstieg auf Elektrofahrzeug-Flotte für Last-Mile Delivery in Österreich.	2023
95 % des Transports für Kundenlieferungen sollen mit Elektrofahrzeugen (EV) oder anderen emissionsfreien Lösungen erfolgen.	Umstieg auf CO ₂ -neutrale Paketlieferungen in Österreich.	2025
Erfassung der Scope 3-relevanten Emissionen der Mitarbeitermobilität.	Umfrage zur Mitarbeitermobilität zur Erhebung des Ist-Standes.	2022
Reduktion von Lebensmittelabfällen.	Zusammenarbeit mit „Too Good To Go“, um die Verschwendung zu bekämpfen und den Verbraucher:innen überschüssige Lebensmittel anzubieten – Start Pilot in drei Stores mit 10.1.2022.	2022
CO ₂ -Fußabdruck bei Lebensmittelsortiment reduzieren.	Mehr pflanzlich basierte Lebensmittel im Food-Sortiment anbieten.	2025
CO ₂ -Fußabdruck bei Lebensmittelsortiment reduzieren.	50 % der in den Restaurants angebotenen Hauptmahlzeiten sollen pflanzlich und 80 % ohne rotes Fleisch sein.	2025
CO ₂ -Fußabdruck bei Lebensmittelsortiment reduzieren.	80 % aller verpackten Lebensmittel sollen auf pflanzlicher Basis angeboten werden.	2025
CO ₂ -Fußabdruck bei Lebensmittelsortiment reduzieren.	80 % aller Hauptgerichte, die im schwedischen Restaurant angeboten werden, entsprechen den Kriterien aus dem IKEA Food Nutrition Profiling System von IKEA für gesünderes Essen.	2025
CO ₂ -Fußabdruck bei Lebensmittelsortiment reduzieren.	40 % aller angebotenen verpackten Lebensmittel sollen gesünder sein.	2025
Reduzierung unserer Betriebsabfälle und 100 % Recycling der Abfälle.	Keine Plastikverpackungen mehr.	2028
Reduzierung unserer Betriebsabfälle und 100 % Recycling der Abfälle.	30 % Reduktion von Füllmaterial bei Paketlieferungen durch Einsatz von „Box on Demand“-Pakaging-Maschine in Strebersdorf.	laufend
Rückgabe von 50 % der Pappe und Kunststoffe, die aus unseren Einrichtungshäusern und der Rücknahme durch unsere Kund:innen stammen, an die IKEA Lieferkette.	Projekt ARA – Aufklärung der Kund:innen zum Thema Entsorgung und Mülltrennung.	2022

Better Homes

Ziele	Maßnahmen	Zieljahr
Kund:innen inspirieren, nachhaltige Entscheidungen zu treffen.	Informationen, wie IKEA Produkte bezogen und hergestellt werden und wie diese es ermöglichen, nachhaltiger zu leben, beispielsweise durch Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs und Minimierung von Abfall.	2030
Sensibilisierung der Kund:innen zu einem nachhaltigeren Leben.	IKEA Sustainable Living Shops mit Tipps und Inspirationen für einen nachhaltigeren Alltag und Lebensstil.	2022
Kund:innen zu einem gesünderen Essen animieren.	Einführung von fleischlosen Gerichten.	laufend
Reduktion der relativen Emissionen um 50 % von Mitarbeiter- und Kundenfahrten zu unseren physischen Touchpoints.	Näher an die Kund:innen durch Eröffnung von Planungsstationen (St. Pölten, Wr. Neustadt).	2022
Reduktion der relativen Emissionen um 50 % von Mitarbeiter- und Kundenfahrten zu unseren physischen Touchpoints.	Implementieren von Live-Shopping-Möglichkeiten.	2023

GRI-Inhaltsindex

GRI	Beschreibung	Bemerkungen/Erklärungen	Kapitel	Seite	SDG
GRI 102	Allgemeine Angaben 2016				
	Organisationsprofil				
102-1	Name der Organisation	IKEA Austria GmbH	Better Company	2, 17	
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		Better Company	17	
102-3	Hauptsitz der Organisation	IKEA Austria GesmbH, Südring, 2334 Vösendorf	Better Company		
102-4	Betriebsstätten		Better Company	17	
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		Better Company	18	
102-6	Belieferte Märkte		Better Company	17	
102-7	Größe der Organisation		Better Company, Better Lives, Kennzahlen	17, 19, 47, 49	
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeiter:innen		Better Lives, Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 8.5, 10.3
102-9	Lieferkette		Nachhaltigkeitsstrategie, Kennzahlen	10, 47	
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	n. a.			
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip		Nachhaltigkeitsstrategie, Better Planet	9, 11	
102-12	Externe Initiativen		Better Company	20	
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	Handelsverband, respACT, WWF Climate Group, Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation, PRVA, myAbility, Klimabündnis Österreich			
	Strategie				
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers		Vorwort	3	
102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	Managing Sustainability Risks (Ingka Group) https://www.ingka.com/reporting/better-company/meeting-best-practise-standards-for-governance/#risk-management			
	Ethik und Integrität				
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen		Better Company, Better Lives	21, 41	SDG 16.3
102-17	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik		Better Company	21	
	Unternehmensführung				
102-18	Führungsstruktur		Better Company	20	
102-19	Delegation von Befugnissen	https://www.ingka.com/reporting/better-company/meeting-best-practise-standards-for-governance/#risk-management	Better Company	20	
102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen		Better Company	20	
102-21	Dialog mit Stakeholder:innen zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen		Stakeholder-Einbindung	13, 14	
102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans		Better Company	20	SDG 16.6
102-26	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Festlegung von Zielen, Werten und Strategien		Better Company	20	
102-29	Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen	Managing Sustainability Risks (Ingka Group)			

GRI	Beschreibung	Bemerkungen/Erklärungen	Kapitel	Seite	SDG
102-32	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	Die finale Freigabe des Berichts erfolgte durch den Geschäftsführer Alpaslan Deliloglu			
	Einbindung von Stakeholder:innen				
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen		Stakeholder-Einbindung	13	
102-41	Tarifverträge		Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 8.8
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder:innen		Stakeholder-Einbindung	13	
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholder:innen		Stakeholder-Einbindung	13	
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen		Nachhaltigkeitsstrategie, Stakeholder-Einbindung	11, 13, 14	
	Vorgehensweise bei der Berichterstattung				
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	IKEA Austria GmbH IKEA Einrichtungen-Handels GmbH Inbus Objektbetreuungs-GmbH IKEA Distribution Services Austria GmbH & Co OG IKEA Möbelvertrieb OHG IKEA Austria Vermietung GmbH			
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen		Nachhaltigkeitsstrategie	11	
102-47	Liste der wesentlichen Themen		Nachhaltigkeitsstrategie	11	
102-48	Neudarstellung von Informationen	n. a.			
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	n. a.			
102-50	Berichtszeitraum	Der Berichtszeitraum entspricht zwei Geschäftsjahren von 1.9.2019 bis 31.8.2021. Das Geschäftsjahr von IKEA dauert von September bis inklusive August des Folgejahres			
102-51	Datum des letzten Berichts	Dies ist der erste Bericht in Anlehnung an die GRI-Standards		2	
102-52	Berichtszyklus	Alle zwei Jahre, der nächste Bericht wird 2024 für die Geschäftsjahre 2022 und 2023 erstellt			
102-53	Ansprechpartner:innen bei Fragen zum Bericht	Elisabeth Dal-Bianco, Florian Thalheimer		2	
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	Dieser Bericht wurde in Anlehnung an die GRI-Standards erstellt		2	
102-55	GRI-Inhaltsindex		GRI-Inhaltsindex	52	
102-56	Externe Prüfung		Anhang	2, Anhang	
	Wesentliche Themen & zusätzliche Themen				
GRI 201	Wirtschaftliche Leistung 2016				
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		Better Company, Kennzahlen, Better Lives	19, 46, 47	SDG: 8.1, 8.2, 9.1
201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne		Better Lives, Wirtschaftliche Kennzahlen und Kennzahlen Mitarbeiter:innen	45	
GRI 203	Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016				
203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen		„Skills for Employment“-Programm	46	SDG: 1.2, 1.4, 8.2, 8.3, 8.5
	Wesentliches Thema: Klimafußabdruck				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-2	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile*		Better Planet	11, 33, 34	
GRI 302	Energie 2016				
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation		Kennzahlen	48	SDG 7.2, 7.3, 8.4, 12.2, 13.1

GRI	Beschreibung	Bemerkungen/Erklärungen	Kapitel	Seite	SDG
GRI 305	Emissionen 2016				
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)		Kennzahlen	48	SDG 3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)		Kennzahlen	48	SDG 3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)		Kennzahlen	48	SDG 3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
	Wesentliches Thema: Anreise Kund:innen & Lieferungen (Transport)				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-2	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile*		Better Planet	11, 37	
	Wesentliches Thema: Kreislaufwirtschaft				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-2	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile*		Better Planet, Kennzahlen gerettete Produkte	11, 38 f.	
GRI 303	Wasser und Abwasser 2018				
303-5	Wasserverbrauch		Kennzahlen Wasserverbrauch	48	SDG 6.4
GRI 306	Abfall 2020				
306-3	Angefallener Abfall		Kennzahlen Abfall	48	SDG 3.9, 6.3, 6.6, 12.4, 14.1, 15.1
306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall		Kennzahlen Abfall	48	SDG 3.9, 12.4
306-5	Zur Entsorgung bestimmter Abfall		Kennzahlen Abfall	48	SDG 6.6, 14.2, 15.5
	Wesentliches Thema: Nachhaltige und verantwortungsvolle Beschaffung				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-3	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile, Beurteilung des Managementansatzes		Better Company	11, 21 f.	
	Wesentliches Thema: Zulieferer & das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter:innen				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-3	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile, Beurteilung des Managementansatzes		Better Company	11, 21 f.	
GRI 204	Beschaffungspraktiken 2016				
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten		Kennzahlen Compliance	47	
GRI 308	Umweltbewertung der Lieferanten 2016				
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden		Kennzahlen Compliance	47	
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen		Kennzahlen Compliance	47	
GRI 407	Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016				
407-1	Betriebsstätten und Lieferant:innen, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte		Kennzahlen Compliance	47	
GRI 408	Kinderarbeit 2016				
408-1	Betriebsstätten und Lieferant:innen mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit		Kennzahlen Compliance	47	
GRI 409	Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016				
409-1	Betriebsstätten und Lieferant:innen mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit		Kennzahlen Compliance	47	

GRI	Beschreibung	Bemerkungen/Erklärungen	Kapitel	Seite	SDG
GRI 412	Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016				
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde			47	
GRI 414	Soziale Bewertung von Lieferant:innen 2016				
414-1	Neue Lieferant:innen, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden		Kennzahlen Compliance	47	
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Im Geschäftsjahr 2021 gab es einen Fall, bei dem ein Lieferant gegen die IWAY Richtlinien verstoßen hat. Die Geschäftsbeziehung wurde beendet.	Kennzahlen Compliance	47	
	Wesentliches Thema: Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen				
GRI 103	Managementansatz 2016				
GRI 103-1-3	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile, Beurteilung des Managementansatzes			11, 42 ff.	
GRI 401	Beschäftigung 2016				
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation			49	SDG 5.1, 8.5, 8.6, 10.3
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmer:innen oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden		Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 3.3, 5.4, 8.5
401-3	Elternzeit		Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 5.1, 5.4, 8.5
GRI 404	Aus- und Weiterbildung 2016				
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellte:n		Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 4.3, 4.4, 4.5, 5.1, 8.2, 8.5, 10.3
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe		Better Lives	43	SDG 8.2, 8.5
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Entwicklung erhalten		Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 5.1, 8.5, 10.3
GRI 403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018				
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			44	SDG 8.8
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen			44	SDG 8.8
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste			44	SDG 8.8
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			44	SDG 8.8, 16.7
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			44	SDG 8.8
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter:innen		Pandemie, Better Lives	5, 44	SDG 3.7, 3.8
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen		Kennzahlen Arbeitssicherheit	47	SDG 3.6, 3.9, 8.8, 16.1
	Wesentliches Thema: Vielfalt & Inklusion				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-3	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile, Beurteilung des Managementansatzes		Better Lives	11, 42 f.	
GRI 405	Diversität und Chancengleichheit 2016				
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten		Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 5.1, 5.5, 8.5
405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern		Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 5.1, 8.5, 10.3

GRI	Beschreibung	Bemerkungen/Erklärungen	Kapitel	Seite	SDG
GRI 406	Nichtdiskriminierung 2016				
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	Im Berichtszeitraum gab es zwei Beschwerden. Der Equality Diversity & Inclusion Leader konnte die Vorfälle mittels Gespräch mit allen Beteiligten lösen	Kennzahlen Mitarbeiter:innen	49	SDG 5.1, 8.8
	Wesentliches Thema: Einbindung der Gemeinschaft				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-2	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile*		Better Lives	11, 46	
GRI 413	Lokale Gemeinschaften 2016				
413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgeabschätzungen und Förderprogramme		Better Lives	46	
	Wesentliches Thema: Auswirkungen auf das Leben zuhause und am Arbeitsplatz				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-3	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile, Beurteilung des Managementansatzes		Stakeholder-Einbindung, Better Homes	11, 24 ff.	
	Wesentliches Thema: Wichtige gesellschaftliche Interessen				
GRI 103	Managementansatz 2016				
103-1-2	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung, der Managementansatz und seine Bestandteile*		Better Lives	11, 42, 46	
	Zusätzliche Themen zu Compliance				
GRI 205	Korruptionsbekämpfung 2016				
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden		Kennzahlen IWAY	47	SDG 16.5
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung		Better Company, Kennzahlen IWAY	47	SDG 16.5
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		Kennzahlen IWAY	47	SDG 16.5
GRI 206	Wettbewerbswidriges Verhalten 2016				
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung		Kennzahlen IWAY	47	SDG 16.5
GRI 307	Umwelt-Compliance 2016				
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen		Kennzahlen IWAY	47	SDG 16.3
GRI 415	Politische Einflussnahme 2016				
415-1	Parteispenden		Kennzahlen IWAY	47	
GRI 418	Schutz der Kundendaten 2016				
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten		Kennzahlen IWAY	47	SDG 16.3
GRI 419	Sozioökonomische Compliance 2016				
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		Kennzahlen IWAY	47	SDG 16.3

* Bei einigen wesentlichen Themen können noch keine Angaben zur Beurteilung des Managementansatzes (GRI 103-3) gemacht werden, beim nächsten Bericht werden wir dieser Anforderung nachkommen.

IKEA Austria GmbH

SCS Südring
2334 Vösendorf-SÜD
Österreich

Gültigkeitserklärung und Prüfbescheinigung

Quality Austria - Trainings, Zertifizierungs und Begutachtungs GmbH
Zelinkagasse 10/3, 1010 Wien, Österreich

wurde als unabhängige Zertifizierungsgesellschaft von der IKEA Austria GmbH (IKEA Österreich) mit Sitz in Wien beauftragt, den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht zu validieren. Der Bericht ist der erste Nachhaltigkeitsbericht von IKEA Austria GmbH, der in Anlehnung an die GRI Richtlinien erstellt wurde.

Die Nachhaltigkeitsstrategie von IKEA wird für den gesamten Konzern festgelegt. Der Nachhaltigkeitsbericht von IKEA Österreich soll hervorheben, wie diese Strategie in den Standorten Österreichs operativ umgesetzt wird.

Die Validierung des Nachhaltigkeitsberichtes von IKEA Österreich schließt somit die Entwicklung der Konzernnachhaltigkeitsstrategie nicht mit ein. Fokus liegt auf den Auswirkungen der Aktivitäten von IKEA Österreich auf die Umwelt und die Gesellschaft in Österreich. Außerdem wurde die Überprüfung der Umweltkennzahlen aus dem Anwendungsbereich der Validierung ausgeschlossen. Die Umweltkennzahlen und der Weg zu „Climate Positive by 2030“ wurden aus dem INKA Group Bericht „Data and Progress FY21“ entnommen. Für diesen Bericht liegt ein „Assurance Report“ von KPMG vor.

Die Verfahren der Quality Austria - Trainings, Zertifizierungs und Begutachtungs GmbH hinsichtlich der Validierung von Nachhaltigkeitsberichten basieren auf den Anforderungen der ÖVE/ÖNORM EN ISO/IEC 17021 und werden jährlich überprüft.

Während des Audits wurde Einsicht in Unterlagen, Prozessdokumentation, Daten und Kennzahlen und ähnliche Nachweise genommen, um hinreichende Evidenz hinsichtlich Nachhaltigkeitskontext, Wesentlichkeit, Vollständigkeit, Ausgewogenheit, Vergleichbarkeit, Genauigkeit, Aktualität, Klarheit und Verlässlichkeit der Aussagen im Nachhaltigkeitsbericht der IKEA Österreich zu erhalten. Darüber hinaus wurde die Verankerung des Nachhaltigkeitsprozesses im Unternehmen durch Interviews mit einzelnen Verantwortungsträger*innen und Mitarbeiter*innen aus mehreren Standorten geprüft. Die Beurteilung dieses Nachhaltigkeitsberichtes erfolgt daher auf Basis einzelner Stichproben, wobei die letztendliche Verantwortlichkeit für die veröffentlichten Inhalte bei der IKEA Austria GmbH mit Sitz in Wien liegt.

Die Auditoren hatten im Berichtsprozess umfassenden Einblick in alle erforderlichen Unterlagen, die uneingeschränkt zur Verfügung gestellt wurden und bestätigen hiermit, dass der Nachhaltigkeitsbericht der IKEA Austria mit Sitz in Wien sämtlichen referenzierten Anforderungen der GRI-Standards, Option Kern entspricht.

Wien, 21.02.2022



Mag. Annelie Fischer MSc
Leitende Auditorin



DI Axel Dick; MSc
Prokurist
Business Development Umwelt und Energie, CSR

Sitz: Wien, FN 234367h beim HG Wien
DVR 0953067
UID-Nr: ATU 57217835

UniCredit Bank Austria AG
BLZ 12000, Konto Nr. 50670 594 501
IBAN AT 91 1200 0506 7059 4501
SWIFT BKAUATWW



© Ingka Holding B.V. 2022. Some images by courtesy of Inter IKEA Systems B.V.

IKEA Österreich
Nachhaltigkeitsbericht
2020/21

Stand: Februar 2022

 [IKEA.at](https://www.IKEA.at)

