

Zweites Leben Shop
Lebe smärt und nachhaltig



Probier mal was Neues,
Kauf was Gebrauchtes.

Hej!

Hej!

Nachhaltigkeitsbericht



IKEA Österreich
2022/23





(GRI 2-3, GRI 2-5, GRI 2-14)

Über diesen Bericht

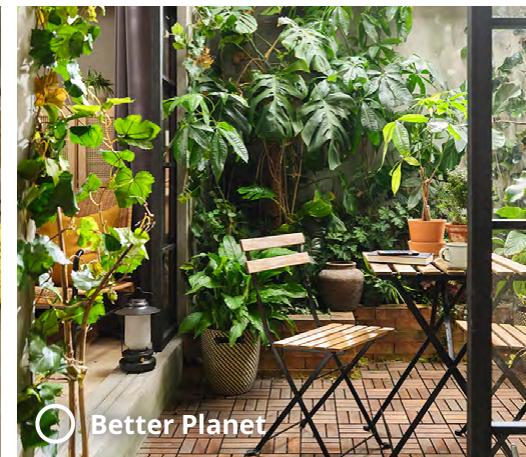
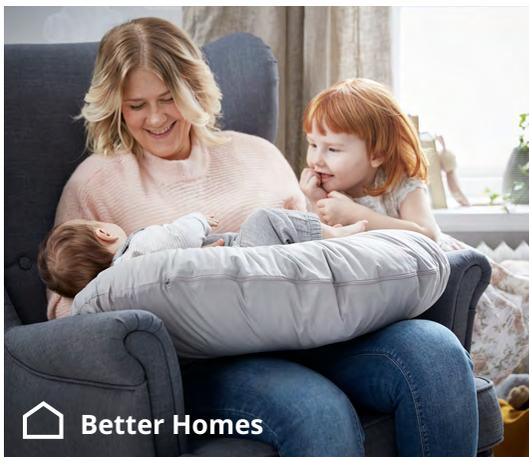
IKEA Österreich veröffentlicht den zweiten Nachhaltigkeitsbericht und deckt damit die Geschäftsjahre 2022 und 2023 (September 2021 bis inkl. August 2023) ab. Während Informationen über internationale Aktivitäten in den Nachhaltigkeitsberichten von Inter IKEA und Ingka nachzulesen sind, umfasst dieser Bericht Aktivitäten von IKEA in Österreich. Der nächste Bericht ist für 2026 geplant und wird Informationen über die Geschäftsjahre 2024 und 2025 enthalten.

IKEA Österreich ist nicht zur Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts verpflichtet und muss auch für das Geschäftsjahr 2025 keinen eigenständigen Bericht nach der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) verfassen. Dennoch sieht das Unternehmen es als wesentlichen Teil seiner gesellschaftlichen Verantwortung in Österreich, in einem eigenen Bericht offen und transparent über seine Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit zu kommunizieren.

Mit dem vorliegenden Bericht möchte IKEA Österreich alle relevanten Stakeholder:innen (siehe dazu Kapitel Stakeholder:innen-Einbindung) informieren, legt jedoch den Fokus auf das Fachpublikum. Die gesammelten Informationen enthalten konkrete Entwicklungen und Erfolge, geben aber auch Aufschluss über noch ungelöste Probleme, Hürden und aktuelle Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit.

Dieser Bericht wurde unter Bezugnahme auf die GRI-Standards 2021 erstellt und von der Geschäftsführung genehmigt. Die Begutachtung hat durch externe Prüfer:innen der Firma Quality Austria stattgefunden. Finanz- und Umweltkennzahlen und deren Richtigkeit wurden bereits von KPMG validiert. Quality Austria hat im Rahmen der Validierung die Inhalte und Angaben auf Vollständigkeit und Plausibilität gegenüber den Anforderungen der GRI Standards geprüft.

Für Fragen, Anregungen und Feedback zu diesem Bericht steht das IKEA Österreich Team – vertreten durch Elisabeth Dal-Bianco (Communication Operations Manager) und Florian Thalheimer (Country Sustainability Manager) zur Verfügung:
nachhaltigkeitsbericht.ikea.at@ingka.ikea.com



Inhalt

Überblick 2024

- 4 Vorwort
- 6 Meilensteine
- 8 Unternehmensporträt
- 9 Eigentümerstruktur
- 10 Wertschöpfungskette
- 11 Governance
- 13 „People & Planet Positive“-Strategie
- 14 Stakeholder:innen-Einbindung
- 15 Wesentlichkeitsanalyse

18 Better Homes

- 19 Überblick
- 20 Konsum und Konsumverhalten
- 22 Produkt- und Konsument:innen-Sicherheit
- 24 Ziele und Maßnahmen

25 Better Lives

- 26 Überblick
- 27 Arbeitsbedingungen
- 30 Inklusion und Gleichbehandlung
- 32 Aus- und Weiterbildung
- 33 Ziele und Maßnahmen

34 Better Planet

- 35 Überblick
- 36 Klimaschutz
- 38 CO₂-Roadmap
- 40 Forstwirtschaft
- 42 Ressourceneinsatz und Kreislaufwirtschaft
- 44 Abfall und Verpackungen
- 46 Biodiversität
- 47 Ziele und Maßnahmen

48 Better Company

- 49 Überblick
- 50 Transparenz
- 52 Finanzielle Rentabilität
- 53 Steuern
- 54 Verantwortungsbewusste Beschaffung
- 57 Ziele und Maßnahmen

58 Kennzahlen

66 GRI-Index



(GRI 2-22)

Vorwort

Die Ereignisse der letzten zwei Jahre haben die Gesellschaft und die Wirtschaft stark beeinflusst. Neben langfristigen Herausforderungen wie der Klimakrise und den Turbulenzen am Arbeitsmarkt prägte den Berichtszeitraum des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts eine Vielzahl von Krisen: eine Pandemie, deren Effekte und Auswirkungen noch immer stark spürbar sind, eine allgegenwärtige Teuerung oder die menschliche Tragödie des Krieges in der Ukraine. Die Zeit der multiplen Krisen beschäftigte nicht nur jede:n Einzelne:n, sondern stellte auch Unternehmen vor große, beispiellose Herausforderungen.

Produkte, die sich viele Menschen leisten können, haben bei IKEA eine lange Tradition und stehen seit der Gründung des Unternehmens vor 80 Jahren im Fokus. Schon der schwedische Unternehmensgründer Ingvar Kamrad hat im Jahr 1976 unternehmensweit zu höchstem Preis- und Qualitätsbewusstsein im Sinne der Kund:innen gedrängt. Doch die Vielzahl der Krisen und die damit verbundene Teuerung führte auch bei IKEA zu höheren Kosten entlang der Lieferkette.

Gleichzeitig bedroht die Klimakrise das Leben jetziger und künftiger Generationen: Daher braucht es jetzt Lösungen für eine umweltfreundliche Zukunft sowie Konzepte, die unsere Art zu leben und zu wirtschaften neu definieren. Während IKEA bewusst ist, Teil des Problems zu sein, wird im Unternehmen intensiv daran gearbeitet, Teil der Lösung zu werden.

Seit über 45 Jahren ist IKEA als internationale Marke am heimischen Markt vertreten. Mit rund 3.600 Mitarbeitenden, acht Einrichtungshäusern, sechs Planungsstudios und einem dichten Netzwerk an Abholstationen bringt IKEA – gemäß seiner Vision, den vielen Menschen einen besseren Alltag zu schaffen – schwedisches Lebensgefühl und leistbare Qualität nach Österreich. Neben strategischer Expansion, laufenden Innovationen sowie seiner sozialen und ökonomischen Agenda ist sich IKEA seiner ökologischen Verantwortung bewusst.

Mit dem vorliegenden Bericht möchte IKEA Transparenz und Verantwortungsbewusstsein zeigen. Im Bericht wird dargelegt, wie sich die Geschäftstätigkeiten in Österreich auf Menschen, Umwelt und Wirtschaft auswirken und welche Initiativen und Maßnahmen gesetzt werden, um die negativen Auswirkungen zu vermindern und die positiven zu verstärken. Der Anspruch des Unternehmens lautet, zu einem besseren Leben beizutragen.

IKEA ist auf dem Weg dorthin – aber es gibt noch viel zu tun.

Nachgefragt



Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit bei IKEA?

Wir sind die erste lebende Generation, die die Auswirkungen des Klimawandels direkt spürt, und die letzte, die noch etwas dagegen tun kann. Als globales Unternehmen haben wir einen großen Hebel zum Beispiel in der

*verantwortungsbewussten Beschaffung unserer Ressourcen auf globalem Level, aber auch lokal als österreichischer Arbeitgeber. Es ist essenziell, dass wir unseren Sorgfaltspflichten nachkommen und gleichzeitig eine Vorbildrolle einnehmen, wie wir es etwa mit unserer starken Förderung von Diversität und Inklusion schon schaffen. Es geht uns also klar darum, Verantwortung für unser Tun zu übernehmen und unseren Beitrag gegen den Klimawandel und für mehr soziale Fairness zu leisten.**

Welche Herausforderungen haben die letzten zwei Jahre für die Geschäftstätigkeit von IKEA Österreich gebracht?

In den letzten beiden Geschäftsjahren waren wir als Gesellschaft mit einer Krise nach der anderen konfrontiert – das geht natürlich auch an Unternehmen nicht spurlos vorbei. Für IKEA, aber auch andere Unternehmen waren die Auswirkungen der vielen Krisen auf weltweite Lieferketten, Preise und die damit verbundenen finanziellen, aber auch psychischen Belastungen unserer Mitarbeiter:innen und Kund:innen omnipräsent. Außerdem sind auch die Veränderungen, die sich aufgrund der Pandemie eingestellt haben,

wie Homeoffice oder Isolation, noch spürbar. Als Unternehmen und Arbeitgeber haben wir hier große Verantwortung zu tragen. Uns ist es gelungen, in Österreich durch ein Bündel von Maßnahmen die psychische und finanzielle Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen zu unterstützen, Preise nach notwendigen Teuerungen auch wieder zu senken und eine solide Warenverfügbarkeit sicherzustellen – global gesehen hatte IKEA in Österreich mitunter die beste Verfügbarkeit.

In welchen Nachhaltigkeitsbereichen muss IKEA Österreich noch besser werden?

Während wir den CO₂-Ausstoß unserer Einrichtungshäuser und Logistikzentren in Österreich immer weiter reduzieren können und viele konkreten Lösungen, wie den Eisspeicher in Strebersdorf oder PV-Anlagen an fast allen Standorten, umsetzen konnten, sehen wir in unserer Mitarbeiter:innen- und Kund:innen-Mobilität noch viel Reduktionspotenzial. Wir wollen weiter wachsen und wirtschaftlich erfolgreich sein, gleichzeitig aber die negativen Auswirkungen auf Menschen und Umwelt so weit wie möglich minimieren. Ein Ansatz sind neue Expansionskonzepte: Mit neuen Kontaktpunkten wie Abhol- oder Planungsstationen kommen wir näher zu den Menschen im urbanen Raum und können damit viele verkehrsverbundene Emissionen vermeiden. Aber auch an bestehenden Standorten gilt es, umweltfreundliche An- und Abreiseoptionen attraktiver zu gestalten.

Alpaslan Deliloglu

Chief Executive Officer und Chief Sustainability Officer IKEA Österreich

* Weitere Details dazu in folgenden Kapiteln: [IKEA Nachhaltigkeitsstrategie in Österreich](#) und [Ziel 2030: Roadmap zur CO₂-e-Reduktion bei IKEA Österreich](#)



Nachgefragt



Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit bei IKEA?

Nachhaltigkeit ist eines unserer zentralen strategischen Ziele – nicht nur in Österreich, sondern auch international.

Nachhaltigkeit ist in der Unternehmenshierarchie ganz oben bei den Top-Entscheider:innen angesiedelt. Das ist in Österreich etwa der CEO und Chief Sustainability Officer Alpaslan Deliloglu – und in unseren IKEA Einrichtungshäusern der jeweilige Market Manager. Mit konkreten Zielen und messbaren Ergebnissen stellen wir sicher, dass wir auch greifbare Resultate hervorbringen.

Was war die größte Errungenschaft des Unternehmens im Bereich Nachhaltigkeit in den letzten zwei Jahren?

*IKEA Österreich hat sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2025 in ganz Österreich eine emissionsfreie Zustellung auf der letzten Meile zu ermöglichen. Derzeit ist die Lieferung auf der letzten Meile im Großraum Wien bereits zu 100 % emissionsfrei, und in ganz Österreich haben wir bereits 50 % erreicht – für uns ein wichtiges Etappenziel auf dem Weg zum Meilenstein.**

In welchen Nachhaltigkeitsbereichen muss IKEA Österreich noch besser werden?

Wir müssen ein gemeinsames Verständnis für den Nachhaltigkeitsbegriff etablieren – zwischen uns, unseren Mitarbeiter:innen und unseren Kund:innen. Es ist wichtig, dass wir nicht auf die „beste Lösung“ warten, sondern auch in Bereichen, wo wir noch nicht die perfekte Lösung haben, bereits erste Schritte setzen. Dann gilt es, Kritik ernst zu nehmen und aus unseren Fehlern zu lernen. Manchmal gelingt uns das schon, aber hin und wieder müssen wir noch mehr Mut und Pioniergeist zeigen. Denn wir als IKEA haben einen Beitrag zu leisten, und wir können beweisen, dass ein bewusstes Leben nicht mehr kosten muss und damit nicht Luxus der Wenigen, sondern Recht der Vielen sein kann.

Nicole Reitinger

Chief Financial Officer IKEA Österreich**



* Die 100 % beziehen sich auf den regulären Speditionsbetrieb. In Ausnahmefällen, wie z.B. durch einen unvorhersehbaren Ausfall eines Elektrofahrzeugs (Unfall oder längere Reparaturdauer), wird ggf. auf herkömmliche Lieferfahrzeuge mit Dieselmotoren zurückgegriffen. Dies wird nur gemacht, wenn sich die Lieferzeit aufgrund des Ausfalls erheblich verzögern würde.

** Während des Berichtszeitraums war Nicole Reitinger noch in der Position des Country Business Development Manager, unter welcher auch die Nachhaltigkeitsentwicklung im Unternehmen angesiedelt ist.



Meilensteine

IKEA startete mit der Eröffnung des Einrichtungshauses in Vösendorf (NÖ) bereits im Jahr 1977 seine Geschäftstätigkeit in Österreich. Seitdem ist das Unternehmen hierzulande nicht nur wirtschaftlich erfolgreich, sondern auch in den Themen Umweltschutz und soziales Engagement aktiv. Die folgende Übersicht dokumentiert die jüngsten Schritte des Nachhaltigkeitswegs von IKEA in Österreich für den Berichtszeitraum. Alle Aktivitäten seit 1977 sind [online](#) nachlesbar.

Geschäftsjahr 2022 (September 2021 bis August 2022)

Im **September** eröffnet IKEA ein Planungsstudio in St. Pölten (NÖ) und setzt damit einen weiteren Schritt, näher zu seinen Kund:innen zu kommen und deren Anfahrten mit dem eigenen PKW in die Einrichtungshäuser weiter zu reduzieren.

Seit **Oktober** sind herkömmliche Alkali-Einwegbatterien bei IKEA in Österreich Teil der Geschichte. Das Unternehmen verkauft seitdem ausschließlich wiederaufladbare Akkus.

IKEA macht aus dem „Black Friday“ im **November** erstmals den „Green Friday“ und setzt damit ein Zeichen für nachhaltigeren Konsum.

Im **November** eröffnet IKEA eine Planungsstation in Dornbirn (Vbg.) und ist damit einen großen Schritt näher zu seinen Kund:innen im westlichsten Bundesland Österreichs gekommen.

Nach einer Pilotphase in Wien wurde im **November** eine langfristige Kooperation mit Storebox unterzeichnet, um Bestellungen bei IKEA per Click & Collect in eine Storebox in der Nachbarschaft zusenden zu können.

Im **November** startet IKEA die K.ARM.A-Kooperation mit der Volkshilfe Österreich, bei der im Geschäftsjahr 2022/23 über 50.000 Euro für die Linderung von Kinderarmut in Österreich gesammelt werden konnten.

Im **Dezember** eröffnet IKEA Planungsstationen in Wiener Neustadt (NÖ) und Villach (Ktn.). Damit werden die urbanen Transformationsziele des Unternehmens weiter ausgebaut.

Im **Februar** startet das interne Programm „Erste Hilfe für die Seele“, und es gibt nun an allen Standorten von IKEA in Österreich Arbeitspsycholog:innen.

Russland beginnt am 22. **Februar** seinen Angriffskrieg gegen die Ukraine. IKEA zieht sich deshalb vom russischen Markt zurück. IKEA Österreich startet eine Unterstützungsinitiative für die ukrainische Bevölkerung und beteiligt sich an Hilfsprogrammen für Geflüchtete aus der Ukraine in Österreich.

IKEA setzt die Kooperation mit der österreichischen Volkshilfe fort und engagiert sich im Rahmen einer K.ARM.A-Kampagne für armutsbetroffene Alleinerzieherinnen in Österreich.

Im **Frühjahr** erfolgt der Startschuss für die E-Truck-Flotte am IKEA Standort Graz.

Im **März** erscheint der erste Nachhaltigkeitsbericht von IKEA Österreich. Dieser ist [hier](#) abrufbar.

Im **Mai** launcht IKEA Österreich die KÄSEBERGA-Kollektion aus erneuerbaren und recycelten Materialien.

IKEA Österreich setzt anlässlich des IDAHOT und des „Pride Month“ auf das Thema Coming-out und informiert gemeinsam mit dem Verein Courage in Österreichs Landeshauptstädten über die sensible Thematik.

Zum „World Refugee Day“ am 20. **Juni** präsentiert IKEA in Österreich die ersten Ergebnisse seines „Skills for Employment“-Programms: Bereits 44 Geflüchtete konnten durch eine gezielte Förderung bei IKEA neue Perspektiven erhalten.

Ein Meilenstein beim Thema Logistik kann mit der 100%igen Umstellung auf E-Trucks im Großraum Wien gefeiert werden.

Der **„We Day“** bei IKEA. Mitarbeiter:innen konnten sich einen Arbeitstag lang bei voller Bezahlung freistellen lassen, um sich ehrenamtlich zu engagieren.

IKEA Österreich veröffentlicht im **August** gemeinsam mit den Markt- und Meinungsforscher:innen von Marketagent die repräsentativen Ergebnisse der ersten österreichweiten Studie zum Thema Wassersparen im Haushalt. Das Unternehmen will damit zu mehr Bewusstsein im Umgang mit wertvollem Trinkwasser motivieren.



Meilensteine

Geschäftsjahr 2023 (September 2022 bis August 2023)

Gemeinsam mit dem Österreichischen Integrationsfonds organisiert IKEA im **Oktober** den „Job Day“, ein Recruiting-Event für Personen mit Fluchthintergrund, in Vösendorf. Im April fand der „Job Day“ in Linz/Haid statt.

Anlässlich des **Veganuary 2023** setzt IKEA Österreich im Jänner einen Kommunikationsschwerpunkt auf pflanzenbasierte Ernährung. Mit Angeboten in den IKEA Restaurants und Schwedenshops sowie Rezepten und Tipps möchte IKEA auf vegane Alternativen zu fleischbasierten Lebensmitteln hinweisen.

IKEA wird mit Anfang des Jahres österreichweiter Kooperationspartner von „Too Good To Go“, mit dem Ziel überschüssige Nahrungsmittel aus den schwedischen Restaurants zu retten.

Im **März** setzt IKEA mit der Kollektion GÖKVALLA einen Schwerpunkt auf die Bewusstseinsbildung hinsichtlich religiöser Vielfalt und informiert seine Mitarbeiter:innen zum muslimischen Fastenmonat Ramadan. Ziel ist die Förderung der Toleranz und des gegenseitigen Verständnisses im IKEA Team.

Im **Mai** präsentiert IKEA Österreich – vor dem Hintergrund der Klimakrise und des überschießenden Ressourcenverbrauchs – gemeinsam mit dem Umfrageinstitut Marketagent eine Studie, die das Bewusstsein der Bevölkerung zum Thema Kreislaufwirtschaft und, damit verbunden, Secondhand-Möbel zum Gegenstand hat.

IKEA Österreich begeht am 17. Mai den „Internationalen Tag gegen Homophobie, Transphobie, Biphobie und Interphobie (IDAHOT)“ und setzt sich damit für das Recht seiner LGBT+-Mitarbeitenden ein, sie selbst zu sein.

Im **Juli** kommt die vegane Hot-Dog-Alternative in Österreich auf den Markt: Der vegane Plant Dog basiert auf Reisprotein und erweitert das Sortiment der pflanzlichen Produkte bei IKEA.

Zum Ende des Berichtszeitraums schließt IKEA im **August** die Pilotphase für eine emissionsfreie Lieferung mit wasserstoffbetriebenen Fahrzeugen erfolgreich ab. Österreich ist der erste IKEA Markt weltweit, in dem Wasserstoff-Trucks zum Einsatz kommen werden.





(GRI 2-1, GRI 2-6)

IKEA in Österreich

Seit dem Jahr 1977 ist IKEA auch in Österreich vertreten. Die IKEA Austria GmbH betreibt zu Redaktionsschluss (03/2024) acht Einrichtungshäuser, sechs Planungsstudios, acht Abholstationen, zwei Logistikzentren, ein Customer Support Center und zusätzliche Abholstationen, die in Kooperation mit Partnern wie Storebox entstanden sind. Im Geschäftsjahr 2022/23 besuchten insgesamt 12.771.619 Kund:innen, das sind über 12 % mehr als im Jahr davor, einen dieser Kontaktpunkte. Der IKEA Online-Shop verzeichnete in den beiden Geschäftsjahren 71.215.150 Besuche. Zum Bilanzstichtag Ende August 2023 beschäftigte IKEA in Österreich rund 3.600 Mitarbeiter:innen. Seit Ende 2019 leitet Alpaslan Deliloglu als Geschäftsführer und Chief Sustainability Officer IKEA in Österreich.

25,72 %

1.016 Mio. €Bruttoumsatz
GJ 23
(+11,07 %)

74,28 %

- Online und Click & Collect
- Store

45 Jahre IKEA in Österreich

IKEA feierte im Sommer 2022 sein 45-jähriges Bestehen in Österreich mit einem großen Fest zum „GeburtsTACK!“ („tack“ ist das schwedische Wort für „danke“).

2 Mio. IKEA Family Members

Zu Redaktionsschluss (03/2024) konnte IKEA in Österreich das zweimillionste Mitglied im IKEA Family Kund:innen-Bindungsprogramm begrüßen. Monatlich melden sich dort etwa 5.000 neue Mitglieder an.

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

12.771.619

Kund:innen-Frequenz im stationären Bereich (+12 %)

IKEA Business Network

Für Kund:innen aus dem Unternehmensbereich betreibt IKEA in Österreich das IKEA Business Network.

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



In den kleineren Planungsstudio-Formaten unterstützen IKEA Mitarbeiter:innen beim Planen und Bestellen von Einrichtungslösungen, wie beispielsweise Küchen oder Schranksystemen.

* Online-Shop + IKEA App
** Eröffnet im GJ 23
*** Eröffnet im GJ 24



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 dieses Konzept auch verschiedenen IKEA Unternehmen überträgt. Heute haben zwölf verschiedene Gruppen von Unternehmen (siehe Grafik) das Recht, im Rahmen von Franchiseverträgen mit Inter IKEA Systems B.V. IKEA Verkaufskanäle zu besitzen und zu betreiben. IKEA Austria GmbH zahlt jährlich 3 % Franchisegebühren an Inter IKEA.

Über die Ingka Gruppe

Die Ingka Gruppe (Ingka Holding B.V. und ihre kontrollierten Einheiten) ist eines von zwölf unterschiedlichen Unternehmen, die IKEA Verkaufskanäle unter dem Franchiseabkommen mit Inter IKEA Systems B.V. besitzen. Die Ingka Gruppe ist das weltweit größte Einrichtungsunternehmen innerhalb der IKEA Gruppe mit 482 Einrichtungshäusern in 31 Ländern, mit Einrichtungshäusern in Europa, Nordamerika, Asien und Australien. Sie besteht aus drei Geschäftsbereichen: IKEA Retail, Ingka Investments und Ingka Centres. Auch die IKEA Einrichtungshäuser in Österreich werden von der Ingka Gruppe betrieben.

Über Inter IKEA

Inter IKEA Group ist die Unternehmensgruppe, die die IKEA Franchisenehmer mit der Sortimentsentwicklung und den Lieferanten verbindet und die gesamte strategische Ausrichtung von IKEA abstimmt. Inter IKEA entwickelt das Sortiment, liefert Produkte und stellt Kommunikationslösungen bereit.

Finanzielle Unabhängigkeit

IKEAs Finanzierungskonzept basiert seit 75 Jahren darauf, dass nur bereits verdientes Geld ausgegeben wird. Diese finanzielle Unabhängigkeit ermöglicht es, zielgerichtete Entscheidungen zu treffen und in Generationen und nicht in Quartalen zu denken.

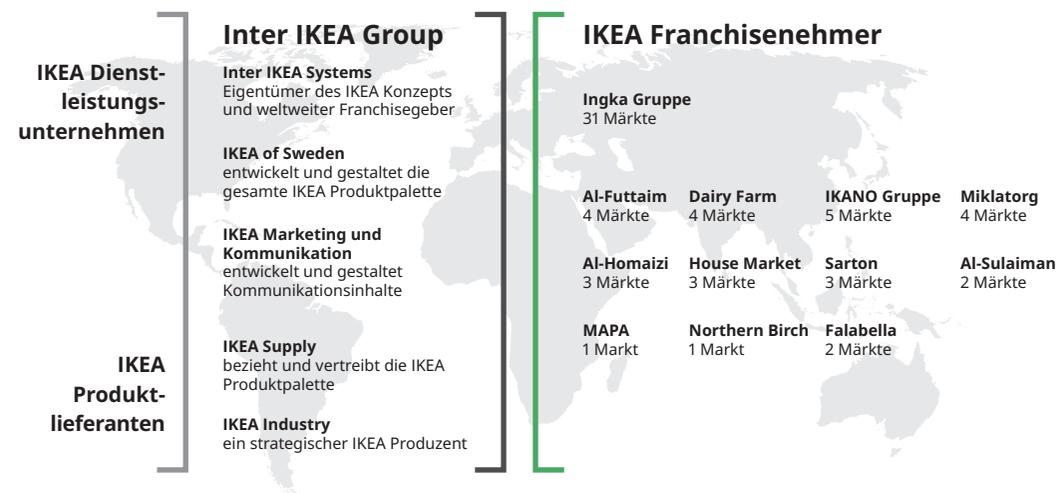
INGKA Foundation

Die Ingka Gruppe ist im Besitz der niederländischen Stiftung Stichting INGKA Foundation. Mit der Gründung der Ingka Stiftung im Jahr 1982 hat Ingvar Kamrad eine Struktur geschaffen, die die langfristige Eigenverantwortung und Unabhängigkeit der Ingka Gruppe sichert. Die INGKA Foundation hat keine Eigentümer:innen. Sie dient nur der Selbsterhaltung. Das bedeutet, dass niemand Anspruch auf das Vermögen der Stiftung hat und keine Dividenden an private Aktionär:innen ausgeschüttet werden. 85 % des Nettogewinns der Ingka Gruppe werden wieder in das Unternehmen reinvestiert, wodurch die Preise möglichst niedrig gehalten werden können. Außerdem kann das Wachstum beschleunigt, Arbeitsplätze gesichert und IKEAs Nachhaltigkeits- und gesellschaftliche Ziele erreicht werden. 15 % des Nettogewinns, der nicht in das eigene Unternehmen investiert wird, wird als Dividende an die Ingka Stiftung, die unabhängige Eigentümerin der Ingka Gruppe, ausgeschüttet. Die Ingka Stiftung verwendet die Dividenden, um die IKEA Foundation bei ihren wohltätigen Zwecken zu unterstützen.

IKEA Foundation

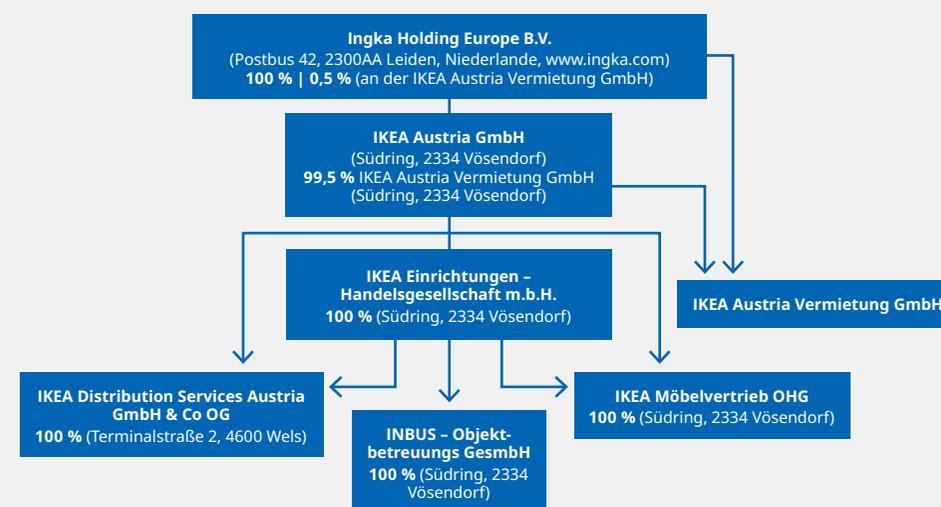
Die IKEA Foundation ist eine unabhängige niederländische Stiftung, die 1982 von Ingvar Kamrad gegründet wurde. Sie konzentriert sich ausschließlich auf die Durchführung von wohltätiger Arbeit. Mit ihrem Fokus auf Kinder und Jugendliche setzt sich die IKEA Foundation dafür ein, Familien, die in Armut leben, dabei zu helfen, sich einen besseren Alltag zu leisten und gleichzeitig den Planeten zu schützen.

Weitere Informationen: [IKEA Foundation](#)



Diese Grafik ist unter „The IKEA franchise system“ zu finden. [↗ Mehr Details](#)

Die Unternehmensstruktur und Beteiligungsverhältnisse von IKEA in Österreich





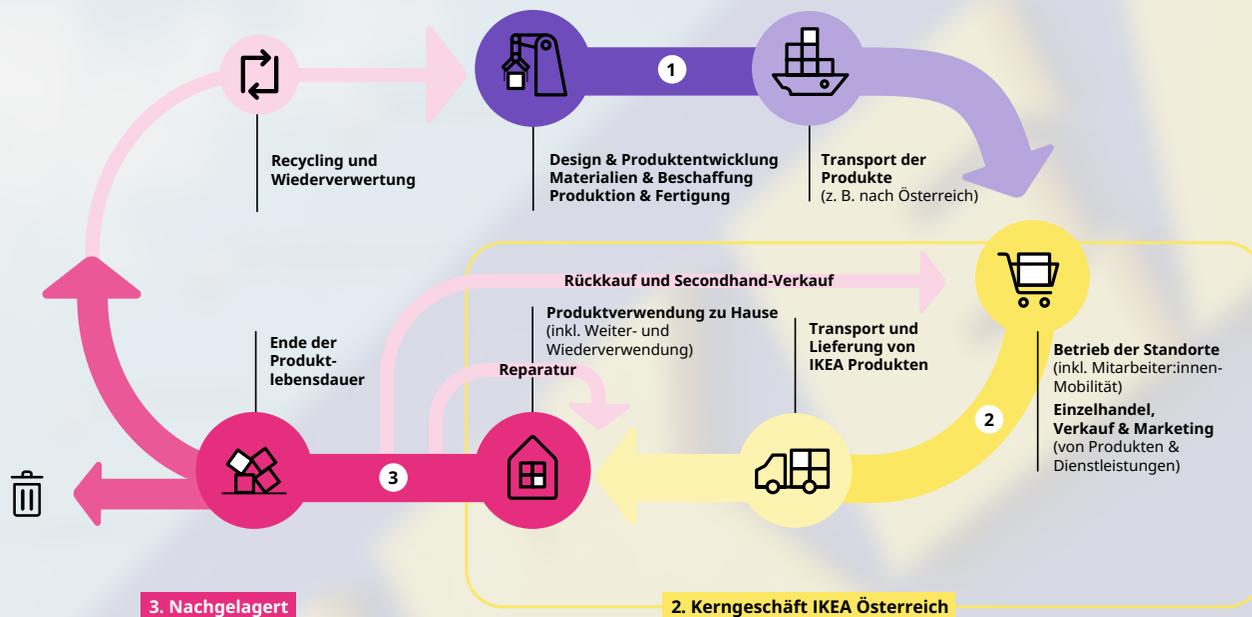
(GRI 2-6)

IKEA Wertschöpfungskette

IKEA Wertschöpfungskette

1. Vorgelagert

Auswirkungen, die IKEA durch die eingekauften Produkte und Dienstleistungen hat (inkl. der verkauften IKEA Produkte, die vom Franchisegeber Inter IKEA Group geliefert werden).



3. Nachgelagert

Auswirkungen, die durch den Gebrauch der IKEA Produkte entstehen, z. B. der Stromverbrauch von Elektrogeräten, das Recycling oder das Ende des Produktlebenszyklus, sowie die Kund:innen-Mobilität.

2. Kerngeschäft IKEA Österreich

Auswirkungen, die sich direkt aus dem Kerngeschäft von IKEA Österreich ergeben (inkl. des Betriebs der Standorte in Österreich, der Mitarbeiter:innen-Mobilität und Lieferung auf der letzten Meile).

In jeder Phase der Wertschöpfungskette hat IKEA Auswirkungen auf Menschen, Umwelt und die Wirtschaft – von der Beschaffung bis zur Verwendung der IKEA Produkte durch die Konsument:innen. Für den Konzern ist es von großer Bedeutung, die Auswirkungen zu erkennen und zu verstehen, um negative zu verhindern bzw. zu vermindern und positive zu verstärken.

IKEA bezieht sowohl die vorgelagerten als auch die nachgelagerten Auswirkungen in sein Tun mit ein, der größte Hebel findet sich allerdings in den eigenen Geschäfts- und Dienstleistungsbereichen (siehe Abschnitt 2 in der grafischen Darstellung). Darunter fallen u. a. der Betrieb der IKEA Einrichtungshäuser, der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, die gesamte Mitarbeiter:innen-Mobilität sowie die Zustellung der Produkte nach Hause. IKEA Österreich arbeitet dabei mit der Inter IKEA Group, die für das Sortiment verantwortlich ist, und weiteren Partner:innen zusammen, um Verbesserungsmöglichkeiten in der Produktion und Beschaffung in Bezug auf Nachhaltigkeit

umzusetzen (siehe Abschnitt 1 in der grafischen Darstellung).

Auch nachgelagert finden sich Auswirkungen der IKEA Geschäftstätigkeit, z. B. durch die Kund:innen-Mobilität, in der Verwendung der Produkte zu Hause, der Wieder- und Weiterverwendung oder durch ihre Entsorgung oder Recyclingfähigkeit (siehe Abschnitt 3 in der grafischen Darstellung).

Die Darstellung der Wertschöpfungskette hat sich seit dem ersten Bericht von einer linearen zu einer zirkulären Darstellung verändert, um den Kreislauf zu visualisieren. Außerdem wurden im ersten Bericht in den einzelnen Darstellungspunkten Themen genannt, die darunter fallen. Im vorliegenden Bericht wurde die Darstellung, wie auch im globalen Nachhaltigkeitsbericht der Ingka Gruppe, so adaptiert, dass die Auswirkungen thematisiert werden, um damit auch den Zusammenhang zur Wesentlichkeitsanalyse darzustellen.



(GRI 2-9, GRI 2-11)

Governance

Die Führungsstruktur von IKEA Österreich ist mit ihren Prozessen und den Ways of Working darauf ausgerichtet, die strategischen Ambitionen und Ziele von IKEA zu unterstützen und sicherzustellen, dass IKEA ein erfolgreiches und bestmöglich geführtes Unternehmen bleibt.

Die Unternehmensführung fußt auf einer wertorientierten und effektiven Entscheidungskultur. Ausgangspunkte sind immer die IKEA Vision, die Geschäftsidee, das IKEA Konzept und die Kultur und Werte. In einem Zeithorizont von zehn Jahren leitet das Unternehmen die IKEA Direction unter dem globalen Titel „Three Roads Forward“ (Leistbarkeit, Erreichbarkeit, Nachhaltigkeit). Im 3-5-Jahres-Zeitraum lenken die IKEA Retail-Strategien „Next 10 Jobs“ die Handlungsschwerpunkte für das Unternehmen.

Die verschiedenen Gremien zur Steuerung der lokalen Unternehmensführung werden kontinuierlich optimiert, um Entscheidungsfindungen zu beschleunigen und den Geschäftsbereichen und Ländern klar Handlungsspielräume zu eröffnen, damit sie das Tagesgeschäft innerhalb eines festgelegten Rahmens und mit voller Verantwortung führen können.

Die Ausrichtung der Unternehmensführung verfolgt dabei folgende Prinzipien:

- Festlegung klarer Zuständigkeiten und Verantwortungsbereiche
- Starke Prozesse zur Risikoerkennung sowie zum Risikomanagement
- Wertebasierte Richtlinien und Regeln mit klaren Standpunkten und Anforderungen, die für die gesamte Ingka Gruppe und alle Mitarbeiter:innen gleichermaßen gelten
- Verankerung von Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung, um sicherzustellen, dass ökologische und soziale Faktoren bei allen Geschäftsentscheidungen berücksichtigt werden
- Einbindung der internen und externen Stakeholder:innen

Country Management Österreich

Das Management-Team ist in Form eines Entscheidungsgremiums das oberste Organ von IKEA in Österreich und verantwortlich für die formale Durchführung und die strategischen, strukturellen und finanziellen Genehmigungen sowie für das Risikomanagement. Das Führungsteam setzt sich aus folgenden Mitgliedern zusammen: (Mitte) Alpaslan Deliloglu (Country Chief Executive Officer & Chief Sustainability Officer), (v.l.n.r.) Melanie Eltzner (Country Customer Fulfillment Manager), Alexandra Dürr (Area Manager), Sylwia Gorska (Country People & Culture Manager), Natalia Takis (Country Commercial Manager), Nicole Reitinger (Country Chief Financial Officer), Claudio Winkler (Country Digital & Business Development Manager), Catharina Fendt (Country Communication Manager).





(GRI 2-12, GRI 2-13, GRI 2-17, GRI 2-18, GRI 2-19 b, GRI 2-23, GRI 2-24)

Entscheidungsfindung und interne Richtlinien

Das Management wird bei der Entscheidungsfindung von unterschiedlichen internen Foren, Gremien und Ausschüssen unterstützt. Diesen Gruppen wird für definierte, begrenzte Aufgabenbereiche und Geschäftsaufgaben Verantwortung zu bestimmten Entscheidungen übertragen. Als Grundlage für das eigene verantwortungsvolle Geschäftsgebaren verpflichtet sich IKEA einerseits zu globalen Grundsätzen wie den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, den UN Sustainable Development Goals oder den UN Global Compact Principles. Andererseits stellen auch die eigenen Unternehmensleitlinien die Umsetzung dieser internationalen Standards sicher und definieren sie in internen Richtlinien noch konkreter.

Diese setzen Handlungsgrundsätze in folgenden Bereichen fest:

- Antikorruption
- Geschäftsbeziehungen
- Kommunikation
- Allgemeiner Verhaltenskodex (Code of Conduct, inkludiert auch Regelungen zur Vorbeugung von Interessenkonflikten)
- Digitale Ethik
- Finanzen und Steuern
- Gesundheit und Sicherheit
- Menschenrechte und Gleichbehandlung
- Informationsmanagement
- Investitionen
- Mitarbeiter:innen (People)
- Produktsicherheit und -qualität
- Beschwerdemanagement (Trustline)
- Risikomanagement und Compliance
- Nachhaltigkeit

Sustainability Governance

Die Nachhaltigkeitsstrategie von IKEA wird auf globaler Ebene festgelegt. Die „People & Planet Positive“-Strategie gilt für alle Geschäftsbereiche der Gruppe und somit auch für IKEA Österreich. Sie wird im globalen Sustainability Report ausführlich dargestellt.

Bereits seit 2019 ist der Bereich Sustainability in der Funktion des Chief Sustainability Officers direkt beim Country Retail Manager angesiedelt. Somit trägt Alpaslan Deliloglu in seiner Funktion als CEO von IKEA Österreich die Verantwortung für die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele im Land. Nachhaltigkeit ist Teil seines Entwicklungsprogramms und seiner Ziele. Er berichtet in seinen jährlichen Performance and Development Talks – wie jede:r IKEA Mitarbeiter:in – ebenfalls an seinen Vorgesetzten, der auf globaler Ebene, außerhalb von Österreich, angesiedelt ist.

Aktivitäten auf nationaler Ebene

Im Unternehmen selbst ist Nachhaltigkeit als selbstverständlicher Bestandteil in allen Funktionen und allen Geschäftsbereichen verankert. Der CSO wird vom Country Sustainability Manager in Österreich und seinem Team unterstützt, um die Nachhaltigkeitsagenden von IKEA Österreich voranzutreiben. Er wird vom Country Sustainability Manager laufend über aktuelle Entwicklungen informiert, erhält Updates zum Fortschritt im Zusammenhang mit der Zielerreichung in signifikanten Bereichen (z. B. Treibhausgasreduktionen) sowie weiterer relevanter Maßnahmen. Der CSO nimmt national regelmäßig an bedeutenden Netzwerkveranstaltungen und Branchentreffen teil, wie Veranstaltungen von TRIGOS, dem Europäischen Forum Alpbach oder dem CEO-Treffen der WWF Climate Group. IKEA ist zudem Gründungsmitglied letzterer Gruppe und arbeitet mit dem WWF bereits seit 2016 zusammen, um den eigenen CO₂-Fußabdruck zu verringern, einen bewussteren Lebensstil zu fördern und an der Bewusstseinsbildung in Hinblick auf mehr Klima- und Umweltschutz mitzuwirken. Zudem ist IKEA Mitglied von respACT und Partner des TRIGOS.

Landesweite Integration und Reviews

Das Thema Nachhaltigkeit ist integraler Teil der Agenden und Prozesse in den diversen Abteilungen bei IKEA Österreich, wobei der Country Sustainability Manager und sein Team diese Prozesse unterstützen und koordinieren. Zudem gibt es in eigenen Einheiten Nachhaltigkeitsgruppen, die lokale Initiativen entwickeln und vorantreiben. Die Manager der Standorte sind für die Erreichung der jeweiligen (lokalen) finanziellen und nichtfinanziellen Ziele verantwortlich. Die Erreichung ist nicht direkt an die Vergütungspolitik gekoppelt, jedoch an die Leistungsbeurteilung gebunden und mit entsprechenden Konsequenzen verbunden.

In den Topic Reviews, den internen Audits in den Einrichtungshäusern, werden die IKEA Einrichtungshäuser regelmäßig in Hinblick auf insgesamt elf verschiedene Themenbereiche überprüft. Unter anderem wird auch die Umsetzung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie auf den Prüfstand gestellt. Dabei werden in sämtlichen Bereichen Zielsetzungen und lokale Maßnahmen kontrolliert und gegebenenfalls Verbesserungen durchgeführt. 2023 wurde das Einrichtungshaus Wien Westbahnhof im Zuge dieser Reviews erfolgreich überprüft.



(GRI 2-22)

IKEA Nachhaltigkeitsstrategie in Österreich

Die Nachhaltigkeitsstrategie von IKEA Österreich basiert auf der internationalen Strategie des Unternehmens, der sogenannten „People & Planet Positive“-Strategie. Die Strategie fußt auf drei Säulen, auf deren Basis die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens bis 2030 erreicht werden sollen. Das deklarierte Ziel der internationalen IKEA Nachhaltigkeitsstrategie lautet, die Treibhausgas (THG)-Emissionen aus der Wertschöpfungskette in absoluten Zahlen bis zum Geschäftsjahr 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2016 um mindestens 50 % und bis 2050 um mindestens 90 % zu reduzieren. Diese Ziele stehen im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen von 2015 und dem Net-Zero Standard der Science Based Targets initiative (SBTi). Der Letztstand dazu ist im [Nachhaltigkeitsbericht der Ingka Group zum Geschäftsjahr 2023](#) aufzufinden.

Da IKEA als internationales Unternehmen globale Ziele verfolgt, findet die Zielsetzung auch zuerst auf globaler Ebene statt. Jeder IKEA Markt sowie jede Unit und Funktion in der Wertschöpfungskette des Ingka Konzerns trägt dabei seinen Teil zur Zielerreichung bei, indem auf Basis der Gesamtziele konkrete Länderziele vereinbart werden. So erarbeitet auch IKEA Österreich anhand der globalen Ausrichtung klare Vorgaben zu den Mindestanforderungen an Zielen. Um die globalen Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie für den österreichischen Markt zu lokalisieren, entwickelte das Unternehmen auf Basis einer Situationsanalyse sowie des Feedbacks von internen und externen Stakeholder:innen die aktuelle lokale Nachhaltigkeitsstrategie. Diese beinhaltet

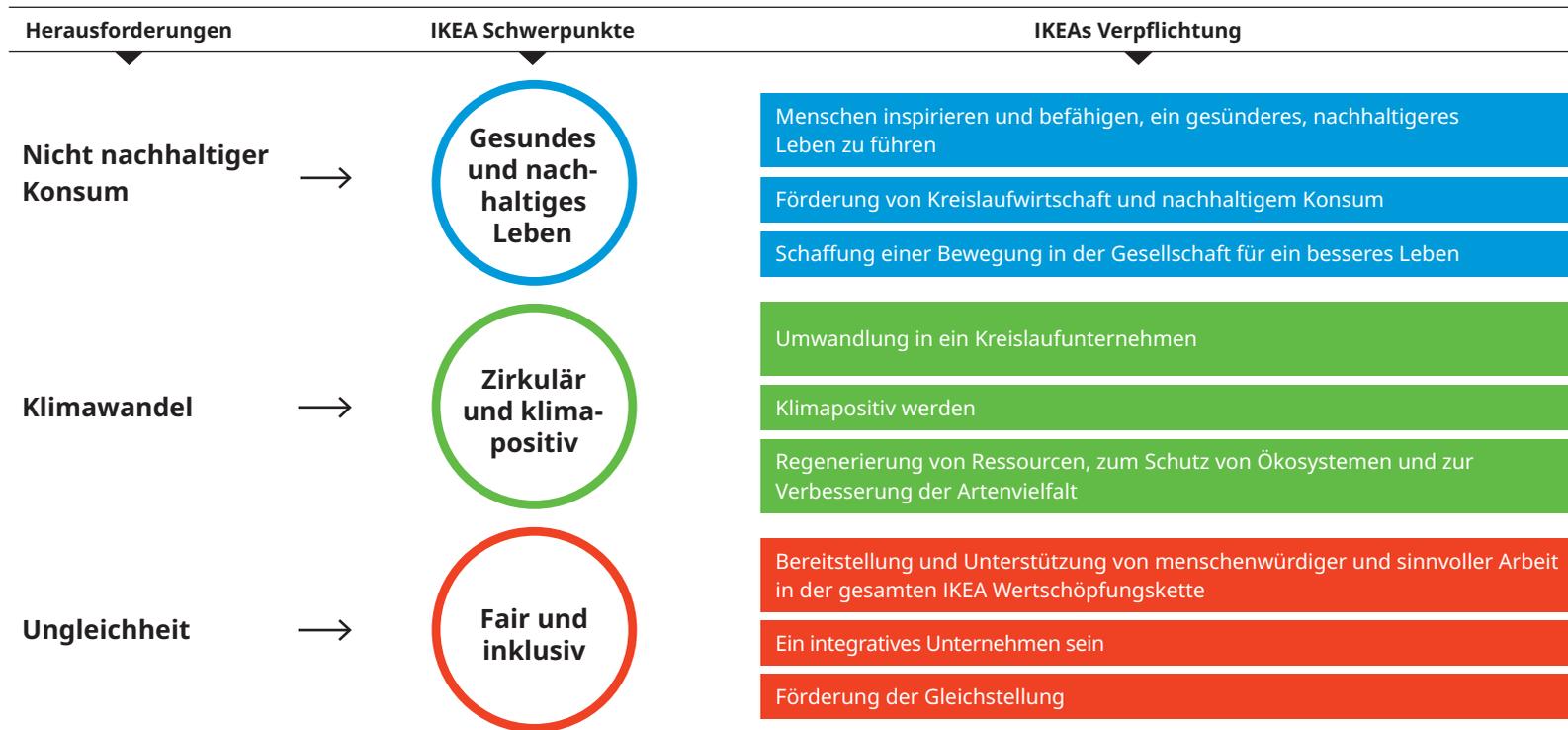
neben Zielen, Maßnahmen und KPIs auch definierte Rollen sowie Verantwortlichkeiten und wurde im Frühjahr 2023 vom IKEA Österreich Management genehmigt. Die lokale Nachhaltigkeitsstrategie zeigt, wie IKEA Österreich zur Erreichung der Gesamtstrategie „IKEA People & Planet Positive“ – die von Inter IKEA entwickelt wurde

und das gesamte IKEA Franchisesystem umfasst – beitragen kann. Die Nachhaltigkeitsstrategie wird im Laufe des Geschäftsjahres 2024 aktualisiert, um Ziele zu schärfen und weitere detaillierte Roadmaps zu erstellen, in denen die Nachhaltigkeitsverpflichtungen und Maßnahmen des Unternehmens dargelegt werden.

Messbarkeit und Wirksamkeit

Um die von der Nachhaltigkeitsstrategie abgeleiteten Ziele zu erreichen, gilt es, die Maßnahmen nachzuverfolgen und deren Wirksamkeit zu evaluieren. Das Unternehmen setzt dabei auf das unternehmenseigene

4P-Dashboard, in dem die wichtigsten Key Performance Indicators dargestellt werden und anhand regelmäßiger Updates ersichtlich sind. Dort erfolgt in festgelegten Abständen eine Eintragung unterschiedlicher KPIs durch die verantwortlichen Personen in die dahinterliegende Datenbank.



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



(GRI 2-29)

Die Einbindung relevanter Stakeholder:innen

Im Team Lösungen entwickeln, unterschiedliche Perspektiven miteinbeziehen, von anderen lernen und einen stetigen Fortschritt anstreben: Diese Haltung liegt dem Dialog mit unterschiedlichen Stakeholder:innen-Gruppen zugrunde. Identifiziert und zusammengefasst werden die Stakeholder:innen-Gruppen einerseits durch unternehmensinterne Analysen, andererseits durch den Austausch mit externen Berater:innen im kontinuierlichen Nachhaltigkeitsmanagementprozess.

Ziel der Stakeholder:innen-Einbindung ist es für IKEA Österreich, seine Verantwortung besser zu verstehen, einen vielfältigen Diskurs anzustoßen, unterschiedliche Perspektiven und Fremdbilder sichtbar zu machen, kritisches Feedback einzuholen und letztendlich Reflexion und Veränderung zu ermöglichen. Auch für den Berichtszeitraum 2022/23 wurden daher Informationen, Feedback und Erwartungen von internen Stakeholder:innen (siehe Kapitel [Wesentlichkeitsanalyse](#)) sowie externen Stakeholder:innen aus den Bereichen Politik, Gewerkschaft und Arbeitnehmervertretung, Aus- und Weiterbildung, Equality & Inclusion, Wirtschaft, Medien und NGOs (Umwelt und Soziales) berücksichtigt. Ziel für die kommenden Jahre ist es, diesen Dialog noch systematischer zu führen und strategisch noch besser nutzbar zu machen. Die Zusammenstellung einer internen Expert:innen-Gruppe hat sich als notwendige Unterstützung des Stakeholder:innen-Managements herausgestellt.

Systematisches Stakeholder:innen-Management

Stakeholder:innen-Gruppe	Form des Dialogs	Output des Dialogs
Mitarbeiter:innen	<ul style="list-style-type: none"> • Laufende persönliche Gespräche und Kommunikation via Mail oder MS Teams, digitale Medien etc. • Jährliche Mitarbeiter:innen-Gespräche • Interne Events • Austausch mit Teammitgliedern in eigenständig lokal initiierten Sustainability-Gruppen (z. B. Standort Westbahnhof) • Austausch mit interner Matrix (Kolleg:innen über Landesgrenzen hinweg inkl. Ingka global und auch Inter IKEA) • Regelmäßige Newsletter und Infomails • Laufende Aktualisierung des Intranets • Laufende Trainings & E-Learning-Angebote • Laufende Content-Bespielung der Social-Media-Kanäle • Regelmäßige Umfragen 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter:innen auf aktuellem Wissensstand zu Unternehmen, Leistungen, Produkten, Nachhaltigkeitsaktivitäten • Ermöglichung von fachlicher und persönlicher Weiterentwicklung • Steigerung von Motivation und Wertschätzung • Steigerung des Zusammenhalts • Steigerung der Mitarbeiter:innen-Bindung und Reduktion von Fluktuation • Unterstützung von Sicherheit & Gesundheit am Arbeitsplatz
Betriebsräte	<ul style="list-style-type: none"> • Monatlicher Austausch mit allen Betriebsratsvorsitzenden (erweitertes Zentralbetriebsratsmeeting) • Themenspezifische Zusammenarbeit und Austausch (z. B. zu neuen Umfragen, Software-Tools, Transformationsprojekten etc.) • Innerhalb der einzelnen Standorte regelmäßiger Austausch zwischen Betriebsrat und P&C und/oder GF 	<ul style="list-style-type: none"> • Vereinbarungen (Betriebsvereinbarungen o. Ä.) • Erstellungen von Arbeitsgruppen, die spezifische Themen erarbeiten • Bearbeitung und Beantwortung von offenen Mitarbeiter:innen-bezogenen Fragen und Problemstellungen
Lieferanten	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßiger persönlicher Austausch und Kommunikation via Mail und MS Teams • Einkauf-Ausschreibungstools • Regelmäßige Feedbackeinheiten mit Dienstleistern 	<ul style="list-style-type: none"> • Laufende Verbesserung und Vertiefung der Geschäftsbeziehung • Maximale Transparenz bei Ausschreibungen
Kund:innen/ Konsument:innen	<ul style="list-style-type: none"> • Laufende Aktualisierung der IKEA Website • IKEA Kundendienst an sechs Tagen pro Woche via Telefon, Mail und Chat • Laufende Kommunikation via Social Media • Regelmäßige Kommunikation mit Mitgliedern von IKEA Family: Mailings etc. • Persönliche Gespräche in den Einrichtungshäusern • Jährliche Umfrage „Life at Home Report“ (siehe Kapitel Konsum und Konsumverhalten) • Marktstudien 	<ul style="list-style-type: none"> • Kund:innen-Bindung • Laufende Evaluierung der Erwartungen und Wünsche der Kund:innen • Konkretes Feedback und Verbesserungsanträge der Kund:innen zum Produktangebot und Service
NGOs aus dem Umwelt- und Sozialbereich: z. B. WWF Climate Group, Climate Lab, Volkshilfe, Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • Treffen für Austausch und Beratung • Besuch von Informations- und Netzwerkveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Feedback und Austausch zu den ökologischen und sozialen Auswirkungen der IKEA Geschäftstätigkeit
Öffentliche Institutionen: Ministerien, Sozialpartner, Branchenvertretungen	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßiger schriftlicher und persönlicher Kontakt • Inspektionen • Besuch von Informations- und Netzwerkveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Herstellen von Nachvollziehbarkeit und Transparenz des Geschäftsgebarens • Aktueller Wissensstand zu gesetzlichen Rahmenbedingungen und Regulierungen
Gemeinden, in denen IKEA tätig ist	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßiger schriftlicher und persönlicher Kontakt • Führungen am Standort • Einladung zu lokalen Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Austausch und Abstimmung zu lokal relevanten Themen im unmittelbaren Umfeld des IKEA Standorts • Ermöglichung der raschen Reaktion auf Anliegen der Anrainer:innen • Effiziente Zusammenarbeit bei der Errichtung von neuen Standorten • Unterstützung der Sicherung von regionalen Arbeitsplätzen
Zivilgesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Laufende Aktualisierung der IKEA Website • Laufende Kommunikation via Social Media • Laufende Beantwortung von Anfragen und Anliegen 	<ul style="list-style-type: none"> • (Kritisches) Feedback zum Unternehmen und seinem Impact • Erhalt unterschiedlicher Perspektiven und Außenwahrnehmungen
Medien	<ul style="list-style-type: none"> • Presseaussendungen mehrmals pro Monat • Einladung von Journalist:innen zu Presseveranstaltungen mehrmals pro Jahr • Initiierung von Interviews, Hintergrundgesprächen und Pressereisen 	<ul style="list-style-type: none"> • Laufende Information zu Neuerungen und Entwicklungen • Erkennen von medial relevanten Themen • Feedback und kritisches Hinterfragen



(GRI 3-1)

Prozess der Wesentlichkeitsanalyse

Während im ersten Bericht die wesentlichen Themen primär von der globalen Wesentlichkeitsanalyse der Ingka Group abgeleitet wurden, liegt mit dem nunmehrigen Bericht – wie angekündigt – die erste von IKEA Österreich selbst entwickelte Analyse vor.

Ziel war es, die für das Unternehmen wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen auf lokaler Ebene – in Österreich – gemeinsam mit internen und externen Stakeholder:innen zu definieren und den Bericht entlang dieser Erkenntnisse auszurichten. Zugleich konnten durch den neu aufgesetzten, zweiteiligen Prozess weitere Erfahrungen im systematischen Stakeholder:innen-Management und -Engagement gesammelt und der Diskurs rund um die Nachhaltigkeitsstrategie verstärkt werden.

Teil 1: Interne Stakeholder:innen

Für die interne Analyse wurden insgesamt 18 interne Expert:innen aus folgenden Unternehmensbereichen miteinbezogen:

- Betriebsrat
- Business Development
- Commercial & Selling
- Communication
- Construction
- Co-Worker Relations
- Facility Management
- Food
- HR/People & Culture
- Logistik
- Management
- Nachhaltigkeit
- Procurement
- Product Quality
- Risk & Compliance
- Standort-Management

Teil 2: Externe Stakeholder:innen

Expert:innen-Gespräche

- Durchführung von insgesamt neun Interviews mit Vertreter:innen von BMK (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie), Arbeiterkammer, Handelsverband sowie von drei NGOs bzw. Vereinigungen aus dem Umweltbereich, einer NGO aus dem Sozialbereich, einer gemeinwohlorientierten Organisation aus dem Mobilitätsbereich sowie der GenZ (geboren zwischen 1995 und 2010)
- Gesprächsleitung (in persönlichen bzw. Online-Meetings) durch Florian Thalheimer, Sustainability Manager von IKEA Österreich, anhand eines systematischen Gesprächsleitfadens
- Abgleich und Ranking der Gesprächsinhalte mit der im internen Prozess erarbeiteten Longlist an Themen

Konsument:innen-Befragung

- Durchführung der „People & Planet Consumer Insights and Trends 2023“-Studie zur Befragung der Bevölkerung
- Internationale Erhebung (n=33.451) durch die Ingka Group in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Beratungsunternehmen GlobeScan
- Berücksichtigung ausschließlich der Ergebnisse aus Österreich (n=1.068, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung*) für die lokale Wesentlichkeitsanalyse
- Zusammenfassung der internationalen Ergebnisse: <https://www.ingka.com/projects/people-planet-consumer-insights-trends-2023/>

1 Kick-off-Workshop

- Präsentation einer kritischen Analyse des ersten Nachhaltigkeitsberichts von IKEA Österreich durch eine führende externe CSR-Expertin
- Erarbeitung eines Grundverständnisses zur Wesentlichkeitsanalyse und zu tatsächlichen und möglichen Auswirkungen
- Identifikation von Themen und Auswirkungen für die Bereiche Umwelt, Soziales und Governance in Kleingruppen sowie Ergebnispräsentation mit allen Workshop-Teilnehmer:innen

2 Reflexion

Überarbeitung und Ergänzung der identifizierten Themen und Auswirkungen innerhalb der Kleingruppen

3 Erstellung Longlist

Diskussion der Themen und Auswirkungen in der Gesamtgruppe und Festlegung einer Liste der wahrscheinlich wesentlichen Themen

4 Prüfung durch Online-Umfrage

Durchführung einer anonymen Online-Befragung unter allen Teilnehmer:innen zur Einschätzung der Auswirkungen von IKEA auf die als relevant eingestuft Themen (Skala 1-6: sehr niedrig bis sehr hoch)

5 Ergebnispräsentation

Präsentation der Umfrageergebnisse für die Gesamtgruppe

* Stichprobengröße von n=1.068 ist groß genug, um als statistisch repräsentativ für die Gesamtbevölkerung von Österreich gedeutet zu werden.



(GRI 3-2, GRI 2-14)

Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse

Um die wesentlichen Themen für IKEA Österreich final zu definieren, wurden die Ergebnisse der internen Umfrage mit dem Input aus den Expert:innen-Interviews sowie den Resultaten der Konsument:innen-Befragung* abgeglichen.

Der Vergleich der Themen ergibt eine sehr ähnliche Liste. Einzig das Thema Biodiversität wurde von externen Stakeholder:innen als wesentlich gesehen, während es in der internen Betrachtung als weniger wichtig eingestuft wurde. Daher wurde Biodiversität in die Liste der wesentlichen Themen mitaufgenommen. Aus der Liste gestrichen wurde Umweltverschmutzung, da dieses innerhalb der Themen THG-Emissionen und Energieverbrauch, Abfall & Verpackungen und Biodiversität behandelt wird.

Basierend auf der beschriebenen Analyse, ergeben sich folgende Themen als wesentlich, die IKEA Österreich im Nachhaltigkeitsbericht 2022/23 behandelt und den vier Themenclustern zuordnet:



Better Homes

- Konsum und Konsumverhalten
- Produkt- und Konsument:innen-Sicherheit



Better Lives

- Arbeitsbedingungen (inkl. Umgang mit Menschenrechten), Arbeitssicherheit und Gesundheit
- Inklusion & Gleichbehandlung
- Aus- und Weiterbildung



Better Planet

- Klimaschutz (inkl. THG-Emissionen und Energieverbrauch)
- Forstwirtschaft
- Biodiversität
- Ressourceneinsatz & Kreislaufwirtschaft
- Abfall & Verpackungen



Better Company

- Transparenz
- Finanzielle Profitabilität
- Steuern
- Verantwortungsbewusste Beschaffung

Diese Themen wurden von Alpaslan Deliloglu als CEO & Country Sustainability Officer von IKEA Österreich freigegeben.

Wie eingangs beschrieben, wurde für den vorliegenden Bericht erstmals ein eigener Wesentlichkeitsanalyse-Prozess für IKEA in Österreich durchgeführt. Aufgrund dessen haben sich die definierten Themen teilweise geändert bzw. wurden anders betitelt oder zusammengefasst.

Nach diesem ersten Schritt wird die Wesentlichkeitsanalyse für die kommenden Berichte von IKEA Österreich weiter verbessert werden, wie beispielsweise durch eine eigens dafür durchgeführte Konsument:innen-Befragung oder einen verbesserten Quantifizierungsprozess.

* Anmerkung zur Methodik: Da die Konsument:innen-Studie nicht speziell für die lokale Wesentlichkeitsanalyse erstellt wurde, muss berücksichtigt werden, dass es zu Verfälschungen der Ergebnisse kommen kann. Die Erkenntnisse werden daher als richtungsweisende Orientierung betrachtet.

** Details zu den Änderungen sind im [GRI-Index](#) zu finden.



Wo entlang der Wertschöpfungskette gibt es Auswirkungen?

Wesentliches Thema	Vorgelagert	Kerngeschäft	Nachgelagert	Was verstehen wir darunter
Better Homes				
Konsum und Konsumverhalten	●	●	●	Unser Kerngeschäft ist der Verkauf von Möbeln und anderen Einrichtungsgegenständen. Das Design, die Produktion, die Qualität und die Lebensdauer sowie die Werbung und die Preisgestaltung für diese Produkte beeinflussen das Konsumverhalten unserer Kund:innen. Die Verwendung unserer Produkte hat auch einen Einfluss auf den Energie- und Wasserverbrauch in den Haushalten unserer Kund:innen.
Produkt- und Konsument:innen-Sicherheit		●	●	Den vielen Menschen einen besseren Alltag schaffen bedeutet für IKEA, nur Produkte und Speisen für den Markt freizugeben, die für Mensch, Tier und Umwelt sicher im Gebrauch, gesund und nachhaltig sind. Jedes Produkt und jede Speise in der EU muss alle gesetzlichen Anforderungen der EU sowie national erfüllen. Vor und während der Entwicklungsphase werden Risikoanalysen durchgeführt. In der Produktion werden Qualitätsstandards angewandt und Test von internen sowie externen Labs durchgeführt.
Better Lives				
Arbeitsbedingungen	●	●		Als Arbeitgeber hat IKEA eine große Verantwortung gegenüber seinen Mitarbeiter:innen. Das Wohlergehen der Mitarbeiter:innen hat hohe Priorität – so verpflichtet sich IKEA auf globaler wie auf lokaler Ebene zu menschenwürdiger Arbeit und verantwortungsbewussten Lohnpraktiken. Zudem verpflichtet sich das Unternehmen dazu, die Menschen- und Arbeitsrechte entlang seiner gesamten Lieferkette zu achten, die Gesundheit der Mitarbeiter:innen zu fördern sowie eine sichere Arbeitsumgebung zu schaffen, die das Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen unterstützt.
Aus- und Weiterbildung		●		Skill Development fördert das lebenslange Lernen, also die kontinuierliche, selbstgesteuerte Bildung und Weiterentwicklung von Fähigkeiten, Wissen und Qualifikationen über das gesamte Leben hinweg (Lifelong Learning). Dies ist besonders wichtig in einer Ära, in der Wissen schnell veraltet und neue Erkenntnisse ständig entstehen.
Inklusion & Gleichbehandlung	●	●		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.
Better Planet				
Abfall & Verpackungen	●	●	●	Verringerung, Wiederverwendung und Recycling von Abfällen in unseren eigenen Betrieben und bei unseren Kund:innen. In Österreich hauptsächlich Verpackungen für den Transport, Karton- und Kunststoffverpackungen sowie Lebensmittelabfälle.
Biodiversität	●	●		Bei Biodiversität bzw. biologischer Vielfalt handelt es sich für IKEA um ein zunehmend wichtiges Thema von globaler Relevanz, das vielfältige Ausprägungen hat, wie z.B. die Beschaffung von Holz, Baumwolle und anderen Materialien in großen Mengen, was Monokulturen fördern und die biologische Vielfalt verringern kann; Forstwirtschaft zur Gewinnung von Holz, was zu negativen Auswirkungen der Biodiversität in Wäldern führen kann, wenn sie nicht nach nachhaltigen Kriterien erfolgt; großflächige Geschäfte und Parkplätze, die zur Flächenversiegelung beitragen; oder Produkte, die sich am Ende ihrer Lebensdauer potenziell negativ auf die biologische Vielfalt auswirken, etwa durch Chemikalien oder Mikroplastik.
Forstwirtschaft	●			Holz ist die meistverwendete Ressource in IKEA Produkten. Im GJ 22 wurden 20 Millionen Kubikmeter Holz weltweit zu IKEA Produkten verarbeitet. 15 % waren dabei recyceltes Holz. Zum Thema Forstwirtschaft finden sich die meisten Auswirkungen auf globaler Ebene – durch die Holzressourcenbeschaffung (Inter IKEA) sowie durch die forstwirtschaftlichen Investitionen und den Besitz von Wäldern durch Ingka Investments. Auch wenn IKEA Österreich durch seine Tätigkeiten in Österreich keinen direkten Einfluss auf die Auswirkungen hat, sind diese jedoch indirekt, und aufgrund der Relevanz des Rohstoffs für IKEA Produkte wurde das Thema auch für IKEA Österreich als wesentlich identifiziert.
Klimaschutz (inkl. THG-Emissionen & Energieverbrauch)	●	●	●	Verringerung unseres betrieblichen THG-Fußabdrucks in unseren Einheiten sowie des Fußabdrucks, der durch die Mobilität von Kund:innen und Mitarbeiter:innen und die Zustellung auf der letzten Meile verursacht wird.
Ressourceneinsatz & Kreislaufwirtschaft	●	●	●	Der Einsatz von Ressourcen und die Förderung einer zirkulären Wirtschaft zählen – vor dem Hintergrund des Geschäftsmodells, der Produktion und des Verkaufs von Einrichtungsgegenständen – zu den wichtigsten Themen, an denen IKEA auf internationaler Ebene arbeiten muss. Denn je linearer – versus zirkulärer – das Geschäftsmodell ist, desto mehr Auswirkungen gibt es auf die Verwendung von Ressourcen und das Klima. Daher arbeitet IKEA am Ausbau der Zirkulärwirtschaft und hat als globale Strategie festgelegt: 100 % zirkulär designte Produkte und 100 % erneuerbare und/oder recycelte Materialien bis 2030. Unter zirkulärem Design wird dabei die Gegenbewegung zur „Wegwerfwirtschaft“ verstanden – nämlich dass Produkte langlebig und recyclebar sind, dass sie repariert, wiederaufbereitet und wiederverwendet werden können.
Better Company				
Finanzielle Rentabilität		●		Um als Unternehmen wirtschaftlich sinnvoll agieren und investieren zu können, muss entsprechend gewirtschaftet werden. Das beinhaltet Kostenbewusstsein, den verantwortungsvollen Umgang mit Steuern und Abgaben, Wahrung der finanziellen Unabhängigkeit, aber auch Investitionen in Standorte und Logistikmöglichkeiten, um als Unternehmen nachhaltig wirtschaften zu können.
Steuern	●	●		Die Steuerpolitik von IKEA spiegelt nicht nur sein finanzielles Engagement wider, sondern auch seine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und Umwelt. Durch Transparenz, gesetzeskonformes Handeln und nachhaltige Investitionen setzt das Unternehmen ein Beispiel für eine ganzheitliche, verantwortungsbewusste Steuerstrategie, die über kurzfristige Gewinnmaximierung hinausgeht. Diese Ausrichtung ist nicht nur ethisch motiviert, sondern fördert auch langfristiges Vertrauen und nachhaltigen Erfolg in einer zunehmend verantwortungsbewussten Geschäftswelt.
Verantwortungsbewusste Beschaffung	●	●		Verantwortungsbewusste Beschaffung ist bei IKEA im Rahmen des Code of Conducts IWAY bei allen Lieferanten verankert. IWAY bildet dabei die Nachhaltigkeitsanforderungen an unsere Lieferanten ab. In der Nachhaltigkeitsstrategie „People Planet Positive“ ist die Nachhaltigkeit in der Lieferkette unter dem Bereich „fair & equal“ verankert mit dem klaren Bekenntnis, Verantwortung für Natur, Tier und alle Arbeitnehmenden der Lieferkette zu übernehmen und faire und anständige Arbeitsbedingungen für diese zu schaffen. Die Beschaffung als solches sowie konkrete Verankerung von IWAY sind in den Standard Operating Procedures Procurement SOP sowie IWAY SOP für Gesamt Ingka geregelt und schließen IKEA Österreich mit ein. Zusätzliche Anforderungen an das Thema Nachhaltigkeit werden von IKEA Österreich definiert und im Rahmen des Business Demands and die einkaufenden Parteien kommuniziert.
Transparenz	●	●		Entscheidungen, Verträge und Lieferprozesse sind für unsere Geschäftspartner:innen und Mitarbeiter:innen nachvollziehbar und werden transparent kommuniziert. Gehälter und Vergütungen werden unseren Beschäftigten auf transparente Weise mitgeteilt. Außerdem gehören Compliance-/Antikorruptionsmaßnahmen und Datensicherheit dazu.

● High Impact ● Medium Impact ● Low Impact



Better Homes



IKEA sucht kontinuierlich nach Lösungen, um Kund:innen mit Produkten für ihr Zuhause bei einem bewussteren Lebensstil zu unterstützen. Mit „Democratic Design“, dem IKEA Designprinzip, werden Produkte auch hinsichtlich Aspekten wie Energie und Wasser sparen, Verwendung von recycelten und nachwachsenden Materialien, Abfallvermeidung sowie pflanzenbasierter Lebensmittel entwickelt und laufend verbessert, um Hilfestellungen beim bewussteren Umgang mit Ressourcen zu geben. Ergänzt werden diese Bestrebungen durch Angebote wie den Rückkaufservice für gebrauchte Einrichtungsgegenstände, Reparaturdienste und Ersatzteile sowie Handlungsempfehlungen und das Aufzeigen von nachhaltigeren Möglichkeiten. An der Gewährleistung von Produkt- und Konsument:innen-Sicherheit arbeitet IKEA fortlaufend: So werden durch den Safety-Alarm-Prozess Vor- und Unfälle dokumentiert und nötige Schritte rasch eingeleitet. Awareness-Schulungen für die Mitarbeiter:innen sowie eine umfassende Produktdokumentation runden die Präventionsmaßnahmen ab.

Better Homes im Überblick

Was IKEA in Österreich 2022/23 bereits erreicht hat

- **Ressourcenschonende und kreislauffähige Produkte:** Das IKEA Sortiment umfasst sowohl ressourcensparende als auch modular designte Produkte.
- **Nachhaltiger produzierte Lebensmittel, die einen gesunden Lebensstil ermöglichen sollen:** Fleischlose Alternativen werden bei IKEA immer günstiger verkauft als jene mit tierischem Ursprung. Für die IKEA Bistros, Restaurants sowie Schwedenshops **bezieht IKEA Lebensmittel** mit den folgenden **Zertifizierungen:** MSC, ASC, UTZ, Rainforest Alliance, Organic und Bio.
- **Erneuerbare und recycelte Rohstoffe:** 2023 wurden 56 % aller Produkte aus erneuerbaren Rohstoffen produziert und 17 % aus recycelten Materialien.
- **Frühwarnsystem:** Bei **jedem gemeldeten Vor- oder Unfall** im Zusammenhang mit IKEA Produkten mit Verdacht auf die Gefährdung von Menschen, Tieren oder der Umwelt wird ein **Safety-Alarm an die Verantwortlichen** in Österreich sowie die Zentrale in Schweden abgesetzt.

Woran noch gearbeitet werden muss

- **Kund:innen inspirieren, nachhaltige Entscheidungen zu treffen:** IKEA wird auch weiterhin mit Dienstleistungen, aber auch den Produkten daran arbeiten, Angebote für Alternativen mit weniger Auswirkungen auf die Umwelt und einen bewussteren Lebensstil zu schaffen.
- **Pflanzliche Alternativen forcieren:** Die Auswahl an Lebensmitteln pflanzlichen Ursprungs bei IKEA soll weiter gesteigert werden: **Bis 2025** sollen bei den in den Restaurants angebotenen **Hauptgerichten 50 % pflanzlich** sein sowie **80 % ohne rotes Fleisch** auskommen. Die **verpackten** Lebensmittel sollen 2025 zu **80 %** ebenfalls aus pflanzlichen Rohstoffen hergestellt sein.
- **Stärkung des „Zweites Leben Online Shops“:** Die Bekanntheit und Reichweite des „Zweites Leben Online Shops“ mit gebrauchten Möbeln und Einrichtungsgegenständen soll weiter gesteigert werden.
- **Verbesserte Produktkommunikation:** mehr faktenbasierte Kommunikation zu nachhaltigeren Materialien in den einzelnen Produkten und der Vorteil für Mensch und Umwelt.

63 %

Anteil der Lebensmittel mit pflanzlichem Ursprung bei IKEA

213

Safety-Alarme, die im GJ 23 getätigt wurden, für genaue Produktsicherheitskontrollen

24 h

Innerhalb eines Tages nach Bekanntwerden eines Falls wird ein Safety-Alarm erstellt

6

Anzahl der Produktrückrufe bei IKEA Österreich im GJ 23

SDGs, zu denen IKEA Österreich beiträgt:





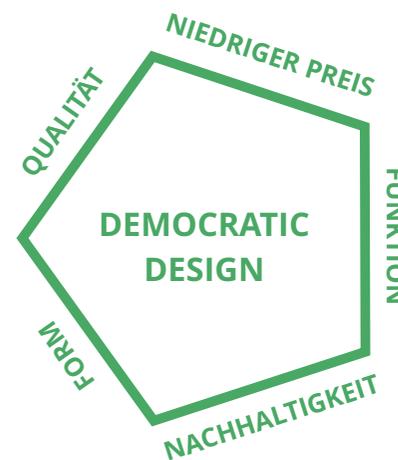
(GRI 3-3)

Gemeinsam auf dem Weg zu einem bewussteren Lebensstil

IKEA leitet die Vision, für möglichst viele Menschen einen besseren Alltag zu schaffen, indem es formschöne, funktionsgerechte und qualitativ hochwertige Einrichtungsgegenstände zu Preisen anbietet, die so günstig sind, dass viele Menschen sie sich leisten können. Dass das Geschäftsmodell, der Verkauf von Möbeln und Einrichtungsgegenständen, Konsum fördert, ist dem Unternehmen bewusst. Unter dem Aspekt der begrenzten Ressourcen und des Respekts gegenüber der Umwelt ist es notwendig, dass alle weniger und vor allem in einer verantwortungsvolleren Art und Weise konsumieren.

Konsum wird immer stattfinden, sei es das Bett, das zum Schlafen, der Küchentisch, der zum Essen, oder das Sofa, das zum Sitzen gebraucht wird. Menschen werden Gebrauchsgegenstände immer kaufen. IKEA möchte dazu beitragen, bewusstere Kaufentscheidungen zu unterstützen und den Wandel in Bezug auf nachhaltiger produzierte Produkte voranzutreiben. Neben der Preisgestaltung beeinflusst auch die Art und Weise, wie IKEA seine Produkte und Leistungen kommuniziert, das Konsumverhalten und damit die Entscheidungen seiner Kund:innen – sowohl in Hinblick auf ein bewussteres Verhalten als auch in Hinblick auf Konsum generell.

Mit der Zielsetzung, dass sich Kund:innen bei ihren Kaufentscheidungen nicht zwischen Aspekten wie beispielsweise Preis, Qualität oder Nachhaltigkeit entscheiden müssen, entwickelt IKEA seine Produkte so, dass verschiedenste Bedürfnisse bestmöglich und gleichwertig erfüllt werden. Ein Beispiel für diese Bestrebungen ist „Democratic Design“.



„Democratic Design“ als Guideline

Zentrales Anliegen von IKEA ist es, gute und leistbare Produkte anzubieten. Das Konzept „Democratic Design“ definiert dabei klar und konkret die Anforderungen, die IKEA an seine Produkte stellt. Als Instrument wird „Democratic Design“ bei der Entwicklung und Bewertung aller Produkte eingesetzt, die in das IKEA Sortiment aufgenommen werden. Neben einem niedrigen Preis, bestmöglicher Qualität und Form werden in diesem Prozess auch die Parameter Nachhaltigkeit und Funktion als gleichwertige Dimensionen beurteilt. Erst wenn alle fünf Werte im Gleichgewicht sind, spricht IKEA von „Democratic Design“. Als Ausgangspunkt und Basis für den Designprozess zieht IKEA die Ergebnisse der jährlichen weltweiten Studie „IKEA Life at Home Report“ heran, die die Lebensgewohnheiten und Bedürfnisse der Menschen in sämtlichen Märkten – darunter auch Österreich – erhebt.

Feedback von außen



Gebhard Ottacher
Climate Lab

„IKEA hat durch seine Größe und Innovationskraft die Möglichkeit, die Möbelbranche in das Zeitalter der Kreislaufwirtschaft zu führen. Kooperationen mit neuen Partner:innen und Offenheit gegenüber disruptiven Geschäftsmodellen werden dabei eine wichtige Rolle am Weg zum Erfolg spielen.“



Produkte für einen bewussteren Lebensstil

IKEA versucht mit Produkten bei einem nachhaltigeren Lebensstil zu unterstützen. Die Vorteile, die Produkte bieten, können dabei in acht unterschiedliche Kategorien eingeteilt werden:

Energie sparen

Produkte wie energieeffiziente Haushaltsgeräte, LED-Lampen oder -Leuchtmittel sowie isolierende Jalousien sind Beispiele für die Energieeffizienz unterstützende oder ermöglichende Lösungen von IKEA.

Wasser sparen

Strahlregler ermöglichen es, durch die Einbringung von Luft in den Wasserstrom den Wasserverbrauch aktiv zu senken. Ihr Einsatz reicht von der Küche bis zum Bad. Zusätzlich senken wassersparende Spülmaschinen und Mischbatterien den täglichen Wasserverbrauch.

Abfallvermeidung

Eine Vielzahl an Produkten von IKEA unterstützt zu Hause dabei, Müll zu vermeiden: von Vorratsdosen für Lebensmittel über wiederaufladbare Akku-Batterien (seit 2021 verkauft IKEA keine Einwegbatterien mehr) bis hin zu Mehrweg-Einkaufstaschen.

Bessere Materialien

IKEA hat sich zum Ziel gesetzt, dass bis 2030 alle Produkte entweder aus erneuerbaren oder recycelten Rohstoffen produziert sein müssen (derzeitiger Anteil: 56 % bzw. 17 %). Ab 2028 werden alle IKEA Verpackungen zudem plastikfrei sein. Weitere Details zu eingesetzten Materialien finden sich im [globalen IKEA Sustainability Report](#).

Gesundes Zuhause

IKEA trägt mit Produkten, die Ergonomie im Alltag, Luftqualität und Geräuschdämmung unterstützen, zum Wohlbefinden der vielen Menschen bei.

Produktion mit sozialem Hintergrund

In Zusammenarbeit mit Sozialunternehmen, gefördert durch die IKEA Foundation, werden ausgewählte Produkte wie Teppiche oder andere limitiert erhältliche Gegenstände in Handarbeit hergestellt. Durch diese Projekte werden von Armut betroffene Menschen im Alltag unterstützt und erhalten eine Aussicht auf eine bessere Zukunft. Diese Kollektionen werden teilweise auch in Österreich verkauft.

Gesunde und ressourcenschonende Lebensmittel

An allen IKEA Food Standorten gibt es bereits ein breites Angebot an Gerichten und Lebensmitteln auf pflanzlicher Basis, diese Auswahl soll zukünftig noch weiter ausgebaut werden.

Aktuell liegt der Anteil an Lebensmitteln pflanzlichen Ursprungs bei IKEA bei 63 % des Gesamtassortiments. Das Ziel ist, bis 2025 bei den in den Restaurants angebotenen Hauptgerichten einen pflanzlichen Anteil von 50 % zu erreichen sowie 80 % aller Hauptgerichte ohne rotes Fleisch anzubieten.

Die verpackten Lebensmittel sollen 2025 zu 80 % ebenfalls aus pflanzlichen Rohstoffen hergestellt sein. Darüber hinaus nimmt IKEA seine Verantwortung als eine der größten Restaurantketten der Welt auch wahr, indem in den IKEA Bistros, Restaurants und Schwedenshops Lebensmittel mit folgenden Zertifizierungen angeboten werden: MSC, ASC, UTZ, Rainforest Alliance, Organic und Bio.

Verlängerung der Produktlebensdauer

Lösungen wie Lasuren, Lacke und Matratzenschoner verlängern die Lebensdauer von Produkten. Im Produktdesign (Circular-Design-Prinzip) wird nach Möglichkeit auch ein Zerlegen (Disassembly) und Weiterverwenden sowie Reparaturfähigkeit mitkonzipiert.* Auch IKEA Kindermöbel, die mit dem Alter mitwachsen, sorgen für eine längere Nutzungsdauer.

Hilfestellungen für eine langfristige und vielfältige Nutzung

Ziel von IKEA ist es, die Lebensdauer von Produkten zu verlängern oder ihnen – wenn möglich – zu einem zweiten Leben im Sinne der Kreislaufwirtschaft zu verhelfen. Zu diesem Zweck bietet IKEA seinen Kund:innen unterschiedliche Services und setzt entsprechende Maßnahmen durch Handlungsempfehlungen und das Aufzeigen von nachhaltigen Möglichkeiten. Viele IKEA Produkte sind modular konzipiert und können nach Bedarf erweitert, umgestaltet oder ergänzt werden. Mit dem „Zweites Leben“-Service besteht ein Rückkaufservice für gebrauchte Produkte, und Kund:innen erhalten für das Zurückbringen gut erhaltener Stücke eine Guthabekarte. Zurückgebrachte Möbel werden entweder als IKEA Secondhand-Produkte in den „Zweites Leben Shops“ in den Einrichtungshäusern zu erschwinglichen Preisen verkauft oder zerlegt und als Einzelteile wiederverwendet. Weitere Services wie Reparaturdienste oder der einfache Zugang zu IKEA Ersatzteilen unterstützen eine kreislauforientierte Nutzung von IKEA Produkten. Mehr zur Kreislaufwirtschaft bei IKEA Österreich gibt es im Kapitel [Better Planet](#). Als Einrichtungsunternehmen nutzt IKEA seine Kommunikationskanäle und Kontaktpunkte mit Kund:innen auch, um auf das Thema Nachhaltigkeit einzugehen, Bewusstsein für eine umweltfreundlichere Lebensweise zu schaffen und bestmöglich über Bestandteile und Recycling zu informieren. IKEA hat bereits im Geschäftsjahr 2022/23 gemeinsam mit einem externen Partner (denkstatt) in einem Pilotprojekt begonnen, die Nachhaltigkeitskommunikation in den Einrichtungshäusern kritisch zu überprüfen. Dieser Pilot diente dazu, die Kund:innen-Vorteile valide darzustellen, sowie als Vorbereitung für die kommende EU-Direktive. Im Geschäftsjahr 2024 wird die erste überarbeitete Kommunikation zum Thema Energiesparen in den Einrichtungshäusern ausgerollt.

* Mehr Informationen dazu im Unterkapitel [Ressourceneinsatz und Kreislaufwirtschaft](#).

** Verpackungen für Lebensmittel werden bei IKEA Food auch weiterhin aus Plastik bestehen, sofern dies für die Sicherstellung der Produktqualität oder aufgrund von Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit nötig ist.



(GRI 3-3, GRI 2-25)

Sicherheit im Fokus

Die Sicherheit der Konsument:innen in Hinblick auf den Umgang und Kontakt mit allen angebotenen Produkten, auch hinsichtlich des Verzehrs von Lebensmitteln, hat für IKEA oberste Priorität. Mangelhafte Produkte könnten nicht nur der Gesundheit der Endverbraucher:innen schaden, sondern auch dem Ruf von IKEA als verantwortungsvollem Unternehmen.

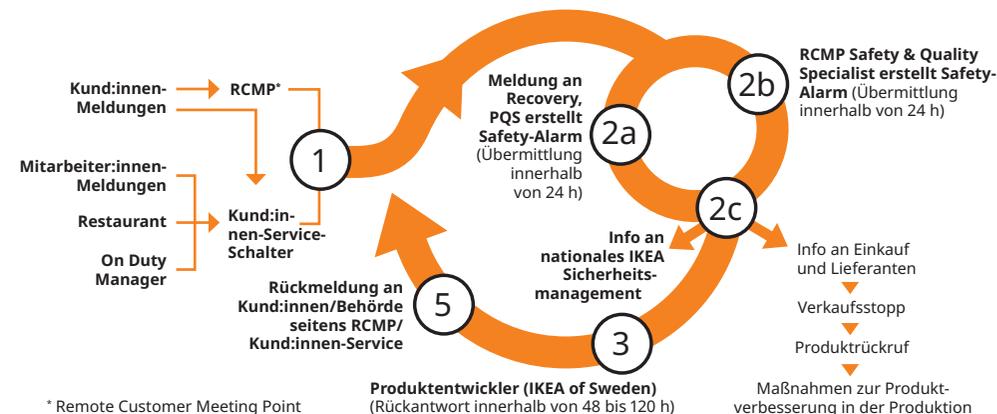
IKEA gibt nur Produkte und Speisen für den Verkauf frei, die den hohen Qualitätsstandards entsprechen und somit sicher im Gebrauch sowie im Verzehr und unbedenklich für die Gesundheit sind. Alle Produkte müssen dabei die österreichischen sowie EU-weiten – respektive globalen – gesetzlichen Anforderungen erfüllen. Risikoanalysen und Sicherheitsüberprüfungen erfolgen sowohl vor als auch während der Entwicklung sowie der Herstellung der Produkte.

Prävention, Konsument:innen-Schutz und Qualitätssteigerung

In der Realität können trotz bester Vorkehrungen Fehler auftreten, die möglicherweise ein Sicherheitsrisiko darstellen. Um Mängel oder konkrete Vorfälle möglichst umfassend zu dokumentieren und daraus resultierend auch präventive Maßnahmen zu ergreifen, hat IKEA auf globaler Ebene den Safety-Alarm-Prozess implementiert. Jede

Rückmeldung von Kund:innen zu einem Vorfall oder Unfall im Zusammenhang mit einem IKEA Produkt, einer Speise oder einem Getränk in den IKEA Restaurants und Bistros – sei es per Anruf, E-Mail oder direktem Kontakt mit dem Kundenservice in den Einrichtungshäusern – wird ernst genommen, dokumentiert und weiterbearbeitet. Safety-Alarme werden bei IKEA auch im Falle der Nichteinhaltung von Vorschriften des österreichischen Markts – wenn etwa Konformitätserklärungen oder Energielabel fehlen oder mangelhaft sind –, bei Verdacht auf mögliche Reputationschäden für IKEA, wie beispielsweise negatives Feedback von Kund:innen oder seitens Behörden, oder bei Beschädigung von Eigentum (z. B. defekter Wasserhahn verursacht Schäden in der Wohnung) lanciert. Safety-Alarme dienen in jedem Fall dem Schutz von Konsument:innen, der Qualitätssteigerung der IKEA Produkte und sollen die Kund:innen-Zufriedenheit weiter steigern.

Für den Safety-Alarm gilt global eine standardisierte Vorgehensweise



Safety-Alarm-Prozess

Safety-Alarme werden in einem eigens dafür entwickelten internen System angelegt und enthalten eine Beschreibung des jeweiligen Falles, die Artikelnummer des betroffenen Produkts, Fotos zur Dokumentation sowie Angaben zum Produktionsdatum und dem betroffenen Lieferanten. Eine Kopie ergeht – parallel zum ersten Bericht an die globalen Produktentwickler in Schweden – gleichzeitig an das lokale Sicherheitsmanagement in der Zentrale in Vösendorf: Adressaten sind Product Requirement & Compliance Leader sowie Country Quality Manager, die beide für das Thema Produkt- und Konsument:innen-Sicherheit verantwortlich zeichnen, sowie die Country Risk und Food Safety Manager. Das österreichische Team kann somit lokale Maßnahmen zum Schutz von Menschen, Tieren und Umwelt ergreifen, sofern dies akut notwendig wird, und muss nicht auf eine Entscheidung des globalen Konzerns warten.

Nach Eintreffen der Rückmeldung von IKEA of Sweden, die individuell auf den Fall eingeht, fließt diese in eine Rückmeldung an die ursprüngliche Quelle der Meldung des Falles, sei es eine Kundin oder ein Kunde oder auch eine Behörde oder Institution, ein. Mögliche Konsequenzen können ein globaler oder lokaler Verkaufsstopp für ein Produkt oder eine Speise sowie in Einzelfällen auch ein Produktrückruf sein. Falls Produkte ein erhöhtes Sicherheitsrisiko darstellen, wird ein Produktrückruf initiiert. Diesem geht immer ein Verkaufsstopp voraus, sodass Konsument:innen mit keinem weiteren der mangelhaften Produkte in Kontakt kommen können, während bereits verkaufte Artikel gleichzeitig zurückgebracht werden können. Bei Produktrückrufen werden immer die lokalen Behörden sowie Konsument:innenschutz-Organisationen von IKEA verständigt.



Für Kinderartikel hat IKEA eine Null-Toleranz-Strategie

So werden bei Kinderartikeln keinerlei sicherheitsrelevante Probleme akzeptiert, da bei diesen Produkten Qualität und Sicherheit eine besonders große Rolle spielen. Kinderartikel müssen zudem immer sicher ausgestellt und Warnhinweise – dort, wo es erforderlich ist – vorhanden sein. Im Falle von Vorkommnissen oder Meldungen werden Kinderartikel priorisiert. Bei einer Safety-Alarm-Meldung werden Sale Stops als präventive Maßnahme verhängt, bis sämtliche Untersuchungen abgeschlossen sind. Erst nach einem positiven Untersuchungsergebnis werden diese Produkte wieder für den Verkauf freigegeben.

Safety-Alarme	GJ 22	GJ 23	Recalls	GJ 22	GJ 23
IKEA Handelsprodukte	123	134*	Global	5	9
IKEA Food	65	79*	IKEA Handelsprodukte AT	1	5
			IKEA Food AT	1	1

* Die höhere Anzahl an Alarmen in GJ 23 ist einerseits durch die gesteigerte Awareness der IKEA Mitarbeiter:innen (u. a. durch Safety-Alarm-Schulungen) sowie andererseits durch die größere Anzahl an Sale Points und die Steigerung des Umsatzes begründet und ein positiver Indikator für die Wirksamkeit der Sicherheitsmaßnahmen.



Awareness im Team schaffen

Beim Onboarding neuer Mitarbeiter:innen der Einrichtungshäuser wird auch der Themenbereich Recovery (siehe Kapitel [Ressourceneinsatz und Kreislaufwirtschaft](#)), Quality und Product Compliance abgedeckt, darunter fällt auch eine Grundlagenschulung in Hinblick auf den Safety-Alarm-Prozess und der Hinweis, dass jegliche Vorfälle oder Unfälle dem oder der jeweiligen Vorgesetzten zu kommunizieren sind. Bei Bedarf nehmen auch bereits bestehende Mitarbeiter:innen an diesen Schulungen teil. Recovery Manager und Product-Quality-Spezialist:innen (die in den Einrichtungshäusern für die Erstellung der Safety-Alarme verantwortlich sind) erhalten wie auch die IKEA Food Teams sowie die Abteilungsleiter:innen der anderen Abteilungen und Mitarbeiter:innen aus den Bereichen Sales, Haustechnik und Kundenservice jedes zweite Jahr eine Auffrischung zum Thema Safety-Alarme. Generell wird eine hohe Sensibilität gegenüber Safety-Alarmen vermittelt, die bewirkt, dass diese bereits bei vermeintlich kleinen Verdachtsfällen ausgelöst werden.

Produktoptimierung und Reparatur

Gemeldete Fälle, für die ein Safety-Alarm erstellt wurde, jedoch kein Verkaufsstopp erfolgt, werden an den IKEA Einkauf sowie den Lieferanten gemeldet, um sowohl Maßnahmen in der Produktion als auch zur Produktverbesserung einzuleiten. Bei Verkaufsstopps wird nach Möglichkeiten gesucht, die gestoppten Chargen zu reparieren. Wenn eine Reparatur nicht möglich ist, wird die Ware alternativ an den Lieferanten retourniert oder gegebenenfalls als letzte Option vernichtet.

Umfangreiche Produktdokumentation

Neben den akuten Safety-Alarmen stellen auch die IKEA Produktdatenbanken eine Dokumentation zu den Anforderungen der jeweiligen Produkte für sicheren Aufbau und Gebrauch sowie zur korrekten Entsorgung und darüber hinaus dar. Jedes Produkt ist in der Produktdokumentation anhand der Artikelnummer verzeichnet, damit verknüpft sind Informationen – beispielsweise zu Testmethoden, Brandsicherheit, notwendigen Zertifikaten, Herkunftsangaben – zur Beschilderung in den Einrichtungshäusern. Zudem werden zu jedem Produkt die Produktbeschreibung, Gebrauchs- und Montageanleitung, Waschsymbole, rechtliche und Sicherheitshinweise sowie Anweisungen zur korrekten Verpackung, Schlichtroutine für Paletten und Zeichnungen gespeichert. Im sogenannten IKEA Connect System pflegen darüber hinaus Lieferanten Testprotokolle, Selbstdeklarationen (damit erklären Lieferanten gegenüber IKEA, dass alle gesetzlichen Vorschriften und Normen eingehalten werden), Traceability Reports (z. B. zur Herkunft von Holz) und Konformitätserklärungen zum jeweiligen Produkt ein, um hier eine lückenlose Dokumentation im Falle einer behördlichen Prüfung sicherzustellen.



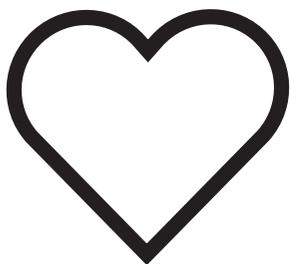
Ziele und Maßnahmen Better Homes

erreicht
 laut Plan
 im Rückstand
 vorerst gestoppt
 eingestellt

Ziele	Maßnahmen	Zieljahr	Status	Erklärung	Anmerkung
Implementierung von IKEA Sustainable Living Shops in allen acht Einrichtungshäusern.	Umgestaltung Ausstellungshalle in allen Einrichtungshäusern und Ausstattung des Sustainable Living Shops mit Tipps und Inspirationen für einen nachhaltigeren Alltag und Lebensstil.	2024		Die Sustainable Living Shops wurden in sieben von acht Einrichtungshäusern umgesetzt. Im verbleibenden Einrichtungshaus wird der Sustainable Living Shop im GJ 24 umgesetzt.	Das Zieljahr für dieses Ziel wurde seit dem letzten Berichtszeitraum von 2022 auf 2024 erweitert.
Mindestens 50 % der verkauften Lebensmittel sollen pflanzenbasiert sein.	Laufende Einführung von pflanzlichen Optionen wie zum Beispiel die Fleischlosbällchen oder Oat Drinks als Kuhmilchalternative.	2025		44 % der verkauften IKEA Food Produkte waren im GJ 23 pflanzenbasiert.	
50 % der in den Restaurants angebotenen Hauptmahlzeiten sollen pflanzlich sein.	Laufende Einführung von pflanzlichen Optionen wie zum Beispiel die Fleischlosbällchen oder Oat Drinks als Kuhmilchalternative.	2025		Im GJ 23 waren 55 % der warmen Gerichte im schwedischen Restaurant pflanzenbasiert.	
80 % aller verpackten Lebensmittel sollen auf pflanzlicher Basis angeboten werden.	Laufende Einführung von pflanzlichen Optionen wie zum Beispiel die Fleischlosbällchen oder Oat Drinks als Kuhmilchalternative.	2025		Im GJ 23 waren 43 % der verpackten Lebensmittel im IKEA Food Sortiment pflanzenbasiert.	
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		Dieses Projekt ist von globaler Ebene auf „vorerst gestoppt“ gesetzt worden.	
40 % aller angebotenen verpackten Lebensmittel sollen gesünder sein.		2025		Dieser KPI wird so nicht mehr erfasst, da eine klare Definition für „gesündere Lebensmittel“ fehlt.	
Erweiterung der Secondhand-Möglichkeiten bei IKEA auf den Online-Shopping-Bereich.	Einführung des „Zweites Leben Online Shops“ für alle Einrichtungshäuser auf ikea.at.	2024		Der „Zweites Leben Online Shop“ wurde im Herbst 2023 für alle Einrichtungshäuser in Österreich gelauncht.	



Better Lives



Im folgenden Kapitel werden jene auf lokaler Ebene für IKEA als wesentlich identifizierten Nachhaltigkeitsthemen dargestellt, die sich unmittelbar auf IKEA in seiner Rolle als Arbeitgeber sowie auf die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens beziehen. Dies umfasst die Themen **Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter:innen, Gleichbehandlung und Aus- und Weiterbildung für Mitarbeiter:innen**. Das Kapitel soll darüber informieren, welche Verpflichtungen, Ziele und Maßnahmen sich das Unternehmen gesetzt hat und welche Auswirkungen IKEA als Arbeitgeber auf seine Mitarbeiter:innen und auf die Gesellschaft als Ganzes hat.

Better Lives im Überblick



74 %

der Mitarbeiter:innen bei IKEA Österreich fühlen sich bei der Bearbeitung ihres Arbeitspensums gut unterstützt

150+

Anzahl der geflüchteten Menschen, die IKEA Österreich als Mitarbeiter:innen bereichern

50 %

der Führungskräfte bei IKEA Österreich sind weiblich

13,84

Durchschnittliche Anzahl an Stunden, die pro IKEA Österreich Mitarbeiter:in im Geschäftsjahr 2023 für Weiterbildungsmaßnahmen aufgebracht wurden

174.335,23 €

Gesamtwert der Sach- und Finanzspenden, die IKEA Österreich im Geschäftsjahr 2023 für Sozial- und Integrationsprojekte zur Verfügung stellte

Was IKEA in Österreich 2022/23 bereits erreicht hat

- **Gender Pay Gap:** Bei IKEA Österreich liegt der Gender Pay Gap Ende GJ 23 bei 1,1 %, zu Redaktionsschluss konnte dieser auf 0,64 % weiter reduziert werden. Österreichweit liegt dieser bei 18,8 %.
- **Inklusion von geflüchteten Menschen:** Seit 2020 führt IKEA Österreich das Programm „Skills for Employment“ durch. Im Geschäftsjahr 2023 waren dadurch 58 Menschen mit Fluchthintergrund bei IKEA Österreich angestellt. Insgesamt konnten in den letzten Jahren bereits über 150 geflüchtete Menschen einen Arbeitsplatz bei IKEA Österreich finden.
- **Betriebliche Gesundheitsförderung:** IKEA erhielt das Gütesiegel „Betriebliche Gesundheitsförderung“ vom Netzwerk BGF der Sozialversicherungsträger. Die interne Gesundheitsförderung bei IKEA wird durch verschiedene Maßnahmen vorangetrieben. Beispielsweise durch die Bewusstseinskampagne „R U OK?“ zur Entstigmatisierung von psychischen Belastungen und Problemen.

Woran noch gearbeitet werden muss

- **Inklusion von Menschen mit Behinderungen:** Im Geschäftsjahr 2023 waren 96 Personen mit Behinderungen Teil des IKEA Österreich Teams – zu wenige, um keine gesetzliche Ausgleichstaxe bezahlen zu müssen. Darüber hinaus erweist sich die komplette Barrierefreiheit für Mitarbeiter:innen mit Beeinträchtigungen am Arbeitsplatz in manchen IKEA Einrichtungshäusern und Distributionszentren noch als ausbaufähig.
- **Flexible Arbeitszeitgestaltung** für die Mitarbeitenden in den Einrichtungshäusern soll durch ein neues Zeiterfassungs- bzw. Dienstplantooll ermöglicht werden, mit dem Ziel, allen Mitarbeiter:innen die Möglichkeit zu geben, ihre Auswahl selbst zu treffen. Der geplante Rollout ist für September 2024 vorgesehen.
- **Ausbau und Weiterführung des K.ARM.A-Projekts** mit der Volkshilfe Österreich zur Abschaffung von Kinderarmut.

SDGs, zu denen IKEA Österreich beiträgt:





(GRI 3-3)

Arbeitsbedingungen

Als Arbeitgeber hat IKEA eine große Verantwortung gegenüber seinen Mitarbeiter:innen. Das Wohlergehen der Mitarbeiter:innen hat hohe Priorität – so verpflichtet sich IKEA auf globaler wie auf lokaler Ebene zu menschenwürdiger Arbeit und verantwortungsbewussten Lohnpraktiken. Zudem verpflichtet sich das Unternehmen dazu, die Menschen- und Arbeitsrechte entlang seiner gesamten Lieferkette zu achten, die Gesundheit der Mitarbeiter:innen zu fördern sowie eine sichere Arbeitsumgebung zu schaffen, die das Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen unterstützt.

Die Ansprüche von Mitarbeiter:innen und Jobsuchenden haben sich in den letzten Jahren stark verändert: So gewinnen flexible Arbeitszeitmodelle immer mehr an Bedeutung. Dies stellt IKEA als Handelsunternehmen mit langen, serviceorientierten Öffnungszeiten sowie der Notwendigkeit, auch an Samstagen Mitarbeitende einzusetzen, vor große Herausforderungen. Aus der hohen Arbeitsbelastung sowie dem Ressourcenmangel und dem straffen Personalkostenrahmen – teilweise ein Resultat der innerbetrieblichen Kostenstruktur – können negative Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen bei IKEA Österreich entstehen.

Unternehmenseigene Richtlinien

IKEA Österreich weist nichtsdestotrotz eine gute Reputation als Arbeitgeber auf. Um den Herausforderungen zu begegnen und die bestmöglichen Arbeitsbedingungen für seine Mitarbeiter:innen sicherzustellen, verpflichtet sich **IKEA in Österreich zur Einhaltung diverser Richtlinien:** Einerseits gibt der **IKEA Verhaltenskodex (Code of Conduct)** die Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit bei IKEA vor, zusätzlich gelten neben den **IKEA Employment Standards** auch die **Initiative „6 Initiatives“** sowie der sogenannte **Leadership Approach**. Die Employment Standards verpflichten IKEA gemeinsam mit **IWAY (IKEA Way of Responsibly Procuring Products, Services, Materials and Components)** – der die Verpflichtungen der Lieferanten festlegt – zur Erfüllung von Mindestanforderungen in Bezug auf Umwelt, soziale Belange und Arbeitsbedingungen.

Um ein solides Fundament für die Zusammenarbeit bei IKEA Österreich zu garantieren, arbeitet die People & Culture-Abteilung gemeinsam mit dem Safety & Security Leader zusammen, in dessen Verantwortungsbereich die Einhaltung von Standards, Regeln und Richtlinien hinsichtlich der Arbeitsbedingungen bei IKEA Österreich fällt. Die Förderung der Gesundheit und des Wohlergehens der Mitarbeiter:innen liegt in der Verantwortung des Health & Wellbeing Leaders, dessen Position im Geschäftsjahr 2021 eigens dafür geschaffen wurde. Als Anlaufstelle für Mitarbeiter:innen und ihre Anliegen fungiert die IKEA Vertrauensstelle.

Werte dienen als eingebauter Kompass

Werte spiegeln die menschlichen Bedürfnisse wider und prägen, wie wir die Welt wahrnehmen. Für die Erfüllung der Bedürfnisse und die persönliche Entwicklung dienen Werte als eingebauter Kompass, der das menschliche Handeln und die persönliche Lebensweise leitet. Die IKEA Kultur und ihre Werte beruhen auf dem vom Unternehmensgründer Ingvar Kamprad verfassten „Testament eines Möbeldhändlers“ und haben an Gültigkeit nicht verloren. Das besondere Familiengefühl, das

Bedürfnis, sich umeinander zu kümmern und sich gegenseitig zu helfen, sind dabei zentral, unabhängig von den einzelnen Rollen im Unternehmen oder definierten Arbeitsweisen. Die IKEA Kultur wird von allen Mitarbeitenden gemeinsam gestaltet. Jede Person ist wichtig und trägt dazu bei.





(GRI 403-1)



Die IKEA Kultur ist in **acht IKEA Schlüsselwerten** zusammengefasst, wobei jeder Schlüsselwert aus vielen anderen Werten besteht.

Die acht IKEA Schlüsselwerte:

- Gemeinschaft
- Sich um die Menschen und den Planeten kümmern
- Kostenbewusstsein
- Einfachheit
- Erneuern und Verbessern
- Anders aus gutem Grund
- Verantwortung übertragen und übernehmen
- Führen durch das gute Beispiel

Gleichzeitig führte Inter IKEA Systems B.V. eine Reihe von aktualisierten Verpflichtungen und verbindlichen Anforderungen ein, darunter die IKEA Kulturverpflichtung, die die Unternehmenskultur global in vier Kernwerten definiert und in die IKEA Schlüsselwerte einfließt. Als Teil dieser Schlüsselwerte haben Gemeinschaft und gute Zusammenarbeit für IKEA eine hohe Priorität. Aus diesem Grund gibt es einen ständigen Austausch und Kontakt mit dem Betriebsrat, um den Mitarbeiter:innen gemeinsam einen besseren Arbeitsalltag zu ermöglichen.

Mitarbeiter:innen-Befragung über „I Share“

„I Share“ ist die elektronische Mitarbeiter:innenzufriedenheits-Befragung bei IKEA, die einmal jährlich durchgeführt wird. Fragebereiche, die in der Befragung abgedeckt werden, betreffen neben dem Bereich **Health & Wellbeing** auch die Bereiche **Leadership, Engagement, Diversity & Inclusion** und viele weitere im Arbeitsalltag relevante Themenbereiche.

Bei der letzten Umfrage im **Geschäftsjahr 2023** beteiligten sich rund **88 % der Mitarbeiter:innen von IKEA Österreich** daran. Im Zuge der Befragung gaben 65 % der IKEA Mitarbeiter:innen an, dass sie von ihrem Arbeitgeber dabei unterstützt werden, einen gesunden Lebensstil zu pflegen (Vergleichszahl GJ 22: 63 %). **74 %** gaben an, am Arbeitsplatz die notwendige Unterstützung zu erhalten, um mit ihrer **Arbeitslast gut umzugehen zu können** (Vergleichszahl GJ 22: 70 %). Das erfasste Feedback, welches via personalisierten Zugang für alle Mitarbeiter:innen transparent einsehbar ist, wird von einem externen Partner – um die Vertraulichkeit zu gewährleisten – erfasst und analysiert. IKEA hat dabei den Anspruch, neue Aktivitäten und Maßnahmen auf Basis des Feedbacks umzusetzen.

Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden

Im Fokus stehen in diesem Bereich die drei Säulen: **körperliche, psychische und finanzielle Gesundheit**. In jeder unternehmenseigenen Unit gibt es neben einem: einer gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitsmediziner:in auch Arbeitspsycholog:innen – diese unterstützen und beraten auf den Gebieten des Gesundheitsschutzes, der mitarbeitergerechten Arbeitsgestaltung und der auf Arbeitsbedingungen bezogenen Gesundheitsförderung. An allen Standorten werden Gesundenuntersuchungen angeboten, stehen somit Ersthelfer:innen im Sinne der mentalen Gesundheit zur Verfügung, und es gibt im Rahmen aller Führungskräftelehrgänge Bewusstseinsbildung in Hinblick auf gesundes Führen. Besonders in Zeiten der allgegenwärtigen Teuerung gewann das Thema finanzielle Gesundheit für die rund 3.600 Mitarbeiter:innen bei IKEA Österreich an Bedeutung. Maßnahmen wie Responsible Wage, die jährliche Erhöhung der Mindestgehälter bzw. Mindestlöhne (über KV), oder ein Gewinnbeteiligungsbonus für Mitarbeiter:innen und ein Soforthilfefonds wurden umgesetzt. Zudem besteht die Möglichkeit von Mitarbeiter:innen-Darlehen, Trainings zum Thema „Manage your money“ und übersichtlichen Darstellungen der finanziellen Fördermöglichkeiten in den Bundesländern. Darüber hinaus wird eine finanzielle Beratung durch das Employee-Assistance-Programm angeboten. Als weitere Initiative für das finanzielle Wohlergehen ermöglichte das Unternehmen seinen Mitarbeiter:innen im Geschäftsjahr 2023 30 % Rabatt auf energiesparende Artikel als Reaktion auf den Anstieg der Lebenshaltungskosten.



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



Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

Um Sicherheit und Gesundheit für seine rund 3.600 Mitarbeiter:innen in Österreich zu gewährleisten, setzt IKEA eine **Vielzahl von Maßnahmen**, darunter auch jene, die das Gütesiegel „Betriebliche Gesundheitsförderung“ vorschreibt. Zudem verfolgt das Unternehmen bei all seinen Tätigkeiten das Ziel der Prävention von Unfällen. Diesem Anspruch sieht sich IKEA nicht nur als verantwortungsbewusster Arbeitgeber verpflichtet, sondern auch, um einen reibungslosen Betrieb zu gewährleisten.

IRS Reporting System

Unfälle und Zwischenfälle kommen immer wieder vor, und es gibt intern ein Managementverfahren zur Registrierung, Behandlung, Überwachung, Analyse und Berichterstattung über sie. Das Meldesystem für Zwischenfälle (IRS – Incident Reporting

System) ermöglicht es, alle Gesundheits-, Sicherheits- und Schutzvorfälle (z. B. Unfälle mit Verletzungen, Berufskrankheiten, Sachschäden durch Feuer oder Naturkatastrophen, Diebstähle und andere Sicherheitsvorfälle usw.) zu registrieren. Eine genaue und konsistente Registrierung aller aufgetretenen Beinaheunfälle und Zwischenfälle kann Aufschluss über Muster geben, sodass Schlussfolgerungen gezogen, Prioritäten gesetzt und Maßnahmen ergriffen werden können. Dies hilft IKEA dabei, ein sicheres Umfeld für Mitarbeiter:innen, Auftragnehmer:innen und Besucher:innen zu gewährleisten.

Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen

Durch die Identifizierung und Bewertung möglicher Gefahren sowie die Untersuchung von Vorfällen werden Maßnahmen eingeleitet, um Ausfälle durch Arbeitsunfälle, Verletzungen oder Überbelastung sowie durch psychische und physische Gesundheitsprobleme zu vermeiden. Die Evaluierung der Gefahren erfolgt gemäß den gesetzlichen Vorgaben (ASchG) durch die Sicherheitsfachkraft in jeder Einheit. Die Ergebnisse der Gefährdungsbeurteilung werden in den jeweiligen Sicherheits- und Gesundheitsschutzdokumenten zusammengefasst. Die Basis zur Vermeidung von Unfällen und zur Minimierung von negativen gesundheitlichen Auswirkungen bilden eine ausgeprägte Sicherheitskultur im Unternehmen, Evaluierungen gemäß Arbeitnehmer:innenschutz-Gesetz (ASchG), regelmäßige Schulungen und Unterweisungen der Mitarbeiter:innen.

Arbeitsmedizin

Im Zuge der regelmäßigen Besuche und Sprechstunden der Arbeitsmediziner:innen werden, neben der Begutachtung der Arbeitsplätze, fachlich fundierte und spezifische Beratungen von Arbeitgeber und Arbeitnehmer:innen in allen arbeitsmedizinischen Fragen sowie Untersuchungen von Mitarbeiter:innen gemäß ASchG durchgeführt. Eine Zusammenfassung ihrer Tätigkeit liefern die Ärzt:innen sowohl im Gesundheits- wie auch im Arbeitssicherheitsausschuss. Sie sind auch in den Bewertungsprozess zur Zulassung von Arbeitsstoffen miteinbezogen. Die Verwaltung personenbezogener Gesundheitsdaten obliegt den Betriebsärzt:innen – IKEA erhält lediglich die notwendigen Informationen der jeweiligen Tauglichkeit für die Durchführung der Arbeiten und die Aufforderung zur nächsten Untersuchung gemäß den vorgeschriebenen Intervallen. Betroffene Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, die für sie freiwilligen Untersuchungen, wie etwa zur Bildschirmarbeit, durchführen zu lassen.

Arbeitssicherheit und Unterweisungen für Mitarbeiter:innen

Die Nachverfolgung und Absicherung der Kenntnisse zur Arbeitssicherheit werden – beginnend mit dem Eintritt jedes Mitarbeiters und jeder Mitarbeiterin – entsprechend den gesetzlichen Vorgaben festgesetzt und in den vorgesehenen Abständen wiederholt. Diese Pflichtschulungen werden jährlich in den jeweiligen Abteilungen durchgeführt.

Betriebliche Gesundheitsförderung

Die interne Gesundheitsförderung bei IKEA wird durch verschiedene Maßnahmen vorangetrieben. Beispielsweise durch die **Bewusstseinskampagne „R U OK?“** zur Entstigmatisierung von psychischen Belastungen und Problemen. Die 2021 implementierte laufende Maßnahme zielt darauf ab, den offenen Dialog über Belastungen und Probleme unter Mitarbeiter:innen anzuregen, die gegenseitige Unterstützung zu fördern und Hilfsangebote in Anspruch zu nehmen. Für seine betrieblichen Initiativen hinsichtlich der Gesundheit seiner Mitarbeiter:innen erhielt IKEA zudem im Geschäftsjahr 2023 das Gütesiegel „Betriebliche Gesundheitsförderung“ vom Netzwerk BGF der Sozialversicherungsträger.

Mitarbeiter:innen-Beteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

Mitarbeiter:innen können jederzeit – nicht nur bei den entsprechenden Begehungen – die Präventivkräfte bei Fragen und Anliegen konsultieren. IKEA hat einen Arbeitsschutzausschuss in allen Units konstituiert, der dreimal jährlich alle relevanten Arbeitssicherheitsthemen bespricht und entsprechende Verbesserungsmaßnahmen diskutiert und festlegt.



(GRI 3-3)

Inklusion, Vielfalt und Gleichbehandlung

Ein inklusives Arbeitsumfeld sicherzustellen bedeutet mehr, als nur Quoten zu erfüllen. IKEA strebt danach, ein Ort zu sein, an dem Personen mit den unterschiedlichsten Hintergründen und Identitäten individuell gefördert werden und sich gegenseitig dafür schätzen, wie sie sind. Denn die IKEA Unternehmenskultur kann nur dann in der Praxis umgesetzt werden, wenn alle Mitarbeiter:innen die gleichen Chancen haben.

An der Umsetzung von Projekten im Bereich Inklusion, Vielfalt und Gleichberechtigung arbeiten bei IKEA unterschiedlichste Abteilungen, bspw. People & Culture (lokal und bundesweit wie Recruiting Team, Co-worker Relations, Co-worker Experience, Employer Branding), Sustainability, Customer Journey, Risk & Compliance, Legal, Maintenance & Expansion und Communication.

Konkret arbeitet IKEA an Antidiskriminierungsschulungen für die Führungskräfte. Im Herbst 2022 hat sich im Zuge einer solchen Schulung jede:r Einrichtungshausleiter:in ein Ziel gesetzt und dieses im eigenen Goal Letter verankert.

Neben dem IKEA Verhaltenskodex verpflichtet sich IKEA auch, nach den IKEA Employment Standards (siehe Kapitel [Arbeitsbedingungen](#)) und dem IKEA Supplier Code of Conduct IWAY (siehe Kapitel [Verantwortungsbewusste Beschaffung](#)) zu handeln.

Gleichstellung und Vereinbarkeit von Beruf und Familie

IKEA Österreich hat es sich in seiner Rolle als Arbeitgeber zum Ziel gesetzt, dass seine Arbeitnehmer:innen die Flexibilität haben sollen, ihre beruflichen Verpflichtungen an ihre Lebenssituation anzupassen – nicht umgekehrt. Durch die Einführung flexibler Arbeitsmodelle arbeiten knapp 50 % der Belegschaft in Teilzeit.

IKEA bietet Führungskräftestellen ab einem Stundenausmaß von 30 Wochenstunden an. Dadurch soll die Möglichkeit einer ausgewogenen Work-Life-Balance geschaffen werden. Darüber hinaus bietet IKEA die Möglichkeit an, Führungskräftestellen in Form von Co-Leadership (Job Sharing) zu belegen. Dabei teilen sich zwei Führungskräfte in Teilzeit eine Position. Bis zum Jahr 2025 möchte IKEA Österreich 5 % der Führungspositionen als solche besetzen.

Das Ziel, den Anteil weiblicher Führungskräfte insgesamt auf 50 % zu erhöhen, konnte bereits erreicht werden. Trotzdem gibt es innerhalb einzelner Abteilungen Verbesserungsbedarf, konkret in der Logistik oder im Finance-Bereich.

IKEA Österreich ist in Sachen Equal Pay seinem Ziel „Gleiches Gehalt für gleiche Tätigkeit“ in den Geschäftsjahren 2022 und 2023 nähergekommen. Während die durchschnittliche Abweichung am österreichischen Markt bei 18,8 % liegt, ist das Gehalt von Männern gegenüber jenem von Frauen bei IKEA mit Ende des Geschäftsjahres 2023 durchschnittlich nur um 1,1 % höher. Trotzdem hat sich das Unternehmen das Ziel gesetzt, die Einkommensschere im Unternehmen ehestmöglich komplett zu schließen. Zu Redaktionsschluss (März 2024) konnte diese bereits auf 0,64 % weiter gesenkt werden.

Darüber hinaus ist IKEA Träger des staatlichen Gütesiegels „equalitA“ für Frauenförderung und Gleichstellung sowie Träger des staatlichen Gütesiegels „Beruf & Familie“.

Inklusion von geflüchteten Menschen

IKEA fördert eine Gesellschaft, in der sich alle Menschen unabhängig von ihrer Herkunft zu Hause fühlen und eine gerechte Chance am Arbeitsmarkt erhalten. Zu Redaktionsschluss des vorliegenden Berichts waren 153 geflüchtete Menschen* aus 50 Nationen bei IKEA Österreich beschäftigt. Seit 2020 führt IKEA Österreich in diesem Zusammenhang das Programm „Skills for Employment“ durch. Mehr zu diesem Programm im nächsten Unterkapitel [Aus- und Weiterbildung](#). Weiters unterstützt IKEA Österreich die Karriereplattform des Österreichischen Integrationsfonds und leistet dadurch einen Beitrag, um geflüchteten Menschen den Einstieg in den österreichischen Arbeitsmarkt zu erleichtern.

Feedback von außen



Erich Fenninger
Volkhilfe

„In unseren Projekten mit IKEA sehen wir einen direkten Social Impact auf die Lebenswelt armutsbetroffener Kinder. Als besonders positiv sehen wir dabei die Strategie, sich einem Thema nicht nur einmalig, sondern langfristig zu widmen. Wenn wir Projekten statt einem Jahr drei Jahre Zeit geben, sehen wir eine größere Wirkung. So können wir die Chancen armutsbetroffener Kinder nachhaltig verändern.“

* Davon zehn Frauen als externe Mitarbeiterinnen, vermittelt durch das weltweit größte Frauennetzwerk Female Factor.



Inklusion von Menschen mit Behinderung

Der Anspruch von IKEA ist es, Menschen mit all ihren Verschiedenheiten willkommen zu heißen. Aus diesem Grund ist die Inklusion von Menschen mit Behinderungen nicht nur ein soziales Anliegen, Teil der People-Strategie, sondern auch des unternehmerischen Erfolgs von IKEA. Im Geschäftsjahr 2023 waren 96 Personen mit Behinderungen Teil des IKEA Österreich Teams: zu wenige, um keine gesetzliche Ausgleichsteuer bezahlen zu müssen. IKEA ist sich bewusst, dass es hier mehr Anstrengungen braucht, und arbeitet daran, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das so inklusiv wie möglich ist, um mehr Menschen mit Behinderungen einen Arbeitsplatz anbieten zu können.

Da sich IKEA in der Verpflichtung sieht, im Bereich Disability noch weiter dazuzulernen, ist das Unternehmen Gründungsmitglied des Network Council von myAbility, in dem es um die Inklusion von Menschen mit Behinderungen geht. Außerdem wurde IKEA beim HR Summit 2022 mit dem Diversity & Inclusion Award ausgezeichnet und im März 2023 im Zuge der Konferenz „Talent Attract“ für das Projekt „IKEA und ich“ mit dem Sonderpreis Gold für Diversity & Inklusion prämiert.

Inklusion von LGBT+

IKEA hat 2017 einen globalen LGBT+-Inklusionsplan eingeführt. Der systematische Ansatz reicht dabei von der Etablierung des Mindsets bis hin zur Schaffung einer inklusiven Arbeitsumgebung. Ebenso hat das Unternehmen Trans-Inklusionsrichtlinien eingeführt, um Führungskräfte dabei zu unterstützen, transinklusive Teams und Arbeitsplätze aufzubauen. Zudem hat IKEA Österreich die Petition „Diskriminierungsfreies Blutspenden in Österreich“ mit sieben weiteren Unternehmen unterstützt und konnte damit einen Meilenstein erreichen: Im August 2022 wurde das Gesetz in Österreich geändert und ermöglicht nun auch das Blutspenden für homosexuelle Männer.

Seit 2017 begeht IKEA am 17. Mai den „Internationalen Tag gegen Homophobie, Transphobie, Biphobie und Interphobie (IDAHOT)“ und setzt sich damit für das Recht seiner LGBT+-Mitarbeitenden ein, sie selbst zu sein. 2023 stand der IDAHOT bei IKEA unter dem Motto „#HomePrideHome“.

Alle zwei Jahre unterstützt IKEA den Meritus Award, bei dem Wissenschaftler:innen und Unternehmen ausgezeichnet werden, die sich für LGBTQ+ einsetzen. Beispielsweise wurden im Jahr 2023 0,50 Euro pro Regenbogentasche an HOSI Salzburg gespendet. Außerdem unterschrieb IKEA die Petition „Levelling-up“, welche für mehr Gleichberechtigung in der österreichischen Wirtschaft steht, und übergab diese den Abgeordneten im österreichischen Parlament.

Im Jahr 2023 konnte erstmals – völlig anonym und freiwillig – die globale Ingka Survey durchgeführt werden, bei der es um das Thema Inklusion in all seinen Aspekten ging. Die Ergebnisse werden im März 2024 vorliegen. Ziel der Umfrage ist es, „blind spots“ zu erkennen und darauf zu reagieren, damit wir IKEA als Arbeitgeber noch inklusiver gestalten können.

Inklusion unterschiedlicher Religionen

Um Wissen, Verständnis und Akzeptanz unter den Mitarbeiter:innen zu fördern, hat IKEA Österreich im Frühjahr, zum Start des Fastenmonats Ramadan, eine Bewusstseinskampagne gestartet. Im Gespräch mit Mitarbeiter:innen, die Ramadan begehen, wurden die Hintergründe und Motive sowie die Vereinbarkeit von Religion und Arbeit thematisiert. Außerdem wurden die Gebets- und Pausenräume in allen IKEA Österreich Standorten mit Produkten einer von Ramadan inspirierten Kollektion ausgestattet. Anfang des Jahres 2024 wurde diese Kampagne mit dem PR-Staatspreis in der Kategorie „Diversity, Equity & Inclusion“ ausgezeichnet.



(GRI 3-3, GRI 203-2, GRI 404-1, GRI 404-2)

Aus- und Weiterbildung

Die fortlaufende Verbesserung von Fähigkeiten, Wissen und Qualifikationen fördert nicht nur die persönliche Entwicklung und Motivation jedes: jeder einzelnen Mitarbeitenden, sondern wirkt sich auch positiv auf den Unternehmenserfolg aus. Außerdem wird das lebenslange Lernen, also die kontinuierliche, selbstgesteuerte Bildung und Weiterentwicklung von Fähigkeiten, Wissen und Qualifikationen, gefördert. Dies ist in einer Zeit, in der Wissen schnell veraltet, besonders wichtig. Neben besserer Produktivität und Innovationspotenzial hat das sogenannte Skill Development auch positive Auswirkungen auf die Steigerung des Umweltbewusstseins und fördert außerdem durch das Erlangen der Fähigkeit, autonom Entscheidungen zu treffen, die soziale Chancengleichheit. Gut ausgebildete Mitarbeiter:innen sind unabdingbar, daher legt IKEA Wert darauf, ein vielfältiges Aus- und Weiterbildungsangebot bereitzustellen.

Ziel für die Zukunft

Reskilling

(neue Fähigkeiten erlernen)

Upskilling

(bestehende Fähigkeiten festigen)

Lerning Approach: 70/20/10

(70 % praktisches Lernen, 20 % soziales Lernen, 10 % formales Lernen)

Lifelong Learning

Programme zur Verbesserung von Kompetenzen

Die Organisation der Aus- und Weiterbildungsprogramme bei IKEA ist im People & Culture Department in den Abteilungen Talent Development Austria und Co-worker Experience angesiedelt.

Im Rahmen des jährlichen „Performance and Development Talks (P&D)“ hat jede:r Mitarbeiter:in die Möglichkeit, den eigenen Fortschritt wie auch die Verhaltensweisen nach den IKEA Leadership-Erwartungen zu besprechen. Die wichtigsten Bestandteile des „P&D Talks“ sind die Zielvereinbarungen, die die Geschäfts- bzw. Abteilungsziele beinhalten, wie auch der persönliche Wachstums- oder Entwicklungsplan.

Zur Wissensvertiefung werden verschiedene Tools angeboten. Im vergangenen Geschäftsjahr 2023 haben 198 Mitarbeiter:innen ihre Sprachkenntnisse durch die Nutzung der Sprachenlernplattform Rosetta Stone verbessert (GJ 22: 279 Mitarbeiter:innen). Ebenso haben 88 Mitarbeiter:innen im Jahr 2023 die Plattform LinkedIn Learning genutzt, um ihre Kenntnisse zu erweitern (GJ 22: 200 Mitarbeiter:innen).

Ein besonderes Augenmerk legt IKEA auf die Investition in zukünftige Führungskräfte durch das „IKEA Leadership Program“. Talentierte Mitarbeiter:innen, die das Potenzial zur Führungskraft in Einrichtungshäusern, Logistikzentren und dem Customer Support Center haben, werden darin gezielt gefördert und auf ihre Position als Führungskraft vorbereitet. Im Jahr 2023 nahmen 169

Personen, darunter 86 Frauen, an diesem Programm teil. Im Gesamtverlauf des Geschäftsjahres 2023 investierte IKEA 40.900 Stunden in die Weiterbildung seiner Mitarbeiter:innen. Dies entspricht einem Durchschnitt von 13,84 Stunden pro Mitarbeiter:in.

Im Zuge der Aus- und Weiterbildungsarbeit kooperiert IKEA mit unterschiedlichen Stakeholder:innen wie myAbility, Jugend am Werk, Kompass oder die Diakonie Österreich. Im Rahmen dessen werden lokal Unterstützungsprojekte durchgeführt, beispielsweise das Ermöglichen eines Gebärdensprachkurses für die Mitarbeiter:innen.

„Skills for Employment“-Programm

Mit dem Programm „Skills for Employment“ hat sich IKEA global zum Ziel gesetzt, geflüchtete Menschen beim Einstieg in den Arbeitsmarkt zu unterstützen. In Österreich konnte IKEA so in den letzten beiden Geschäftsjahren 113 Menschen mit Fluchthintergrund anstellen. Davon arbeiten 10 weibliche Personen extern beim „Female Factor Program“. Während der Teilnahme am „Skills for Employment“-Programm absolvieren die Geflüchteten den Staplerschein und erhalten u. a. Sprach-, Excel- und InDesign-Kurse, je nachdem, welche Kompetenzen für den Job bei IKEA erforderlich und wichtig sind. Die Kosten übernimmt für diese Zielgruppe (Menschen mit Fluchthintergrund) IKEA direkt. Über die interne Lernplattform „My Learning System“ finden außerdem zielgruppenorientiert zugewiesene Weiterbildungen statt, und auch persönliches

Mentoring wird angeboten. Ein verpflichtender Schulungsmonat gewährleistet außerdem die Einhaltung rechtlicher Vorgaben.

Lehrberufe bei IKEA

Die Ausbildung von Lehrlingen hat bei IKEA Österreich einen hohen Stellenwert. Sie lernen alle Bereiche des Unternehmens kennen und erhalten einen umfassenden Überblick über sämtliche Prozesse. Nach Abschluss ihrer Lehrzeit eröffnen sich für die Lehrlinge zahlreiche Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen. Derzeit bietet IKEA folgende Lehrberufe an:

- Einzelhandelskaufmann/-kauffrau
- Betriebslogistikkaufmann/-kauffrau
- Systemgastronomiefachmann/-fachfrau
- E-Commerce-Kaufmann/-frau

Im Geschäftsjahr 2023 absolvierten 53 Lehrlinge ihre Ausbildung im Einzelhandel, 29 in der Betriebslogistik, drei in der Systemgastronomie, ein Lehrling im Bereich Elektrotechnik und ein Lehrling die Lehre als Medienfachkraft Grafik. IKEA hat sich bereits länger das Ziel gesetzt, die Lehre zum/zur E-Commerce-Kaufmann/-frau zu ermöglichen – mit Erfolg: Im September 2023 – mit dem Geschäftsjahr 2024 – hat die Lehre innerhalb des Unternehmens begonnen. Auch für das Geschäftsjahr 2024 hat sich IKEA Österreich zum Ziel gesetzt, 40 neue Lehrstellen zu befüllen. Dies wurde ebenfalls erreicht: Im September 2023 haben 40 neue Lehrlinge im Unternehmen ihr erstes Lehrjahr begonnen.



Ziele und Maßnahmen Better Lives

✔ erreicht
 ➔ laut Plan
 ⋯ im Rückstand
 ⏸ vorerst gestoppt
 ✘ eingestellt

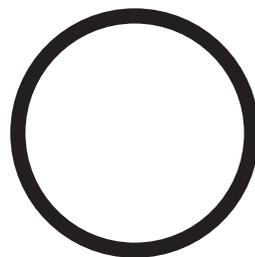
Ziele	Maßnahmen	Zieljahr	Status	Erklärung	Anmerkung
Implementierung einer Whistleblower-Plattform (Trustline).	Prozess und Anlaufstelle für Whistleblower-Themen erstellen und ausrollen.	2024	✔	Die Plattform wurde mit Dezember 2023 (GJ 24) ausgerollt.	
Einkommensschere zwischen Frauen und Männern (Gender Pay Gap) schließen (Abweichung auf maximal 1 % reduzieren).	Analyse des Status quo, Maßnahmen zur Gleichstellung umsetzen.	2024	➔	Analyse wurde für die vergangenen Geschäftsjahre erstellt und Maßnahmen in die Wege geleitet. Im GJ 24 soll der Gender Pay Gap innerhalb von IKEA Österreich geschlossen werden.	
Mindestens 25 % aller Ingka Manager:innen sollen einer anderen Nationalität oder Ethnie angehören.	Verantwortungsvolle Recruiting-Maßnahmen in Anbetracht der ethnischen und internationalen Vielfalt. Reflektieren der österreichischen Bevölkerung in allen hierarchischen Levels und in Bezug auf unterschiedlichste Diversity-Dimensionen.	2024	✔	Das Ziel von 25 % wurde erreicht.	Als neues Ziel wird für 2027 die Reflexion der Bevölkerung Österreichs auf der Führungsebene von IKEA Österreich unter dem Aspekt der Zuwanderung berücksichtigt.
50 % der Führungskräfte in allen Units sind Frauen.	Verantwortungsvolle Recruiting- und Beförderungsmaßnahmen in Anbetracht der Geschlechtervielfalt. Reflektieren der österreichischen Bevölkerung in allen hierarchischen Levels und in Bezug auf unterschiedlichste Diversity-Dimensionen.	2025	✔	Das Ziel, den Anteil weiblicher Führungskräfte insgesamt auf 50 % zu erhöhen, konnte bereits erreicht werden (siehe Kapitel Inklusion, Vielfalt und Gleichbehandlung).	Als neues Ziel wurde für 2027 die Erweiterung auf alle Geschlechtsidentitäten vereinbart.
Jährliche Awarenesskampagne um IDAHOT zum Thema LGBTQ+.	Sicherstellen, dass das Thema jährlich Platz in den Kommunikations- und Marketingagenden findet. Umsetzung der Kampagnen, sammeln von Learnings.	laufend	➔	In den letzten beiden Geschäftsjahren (Berichtszeitraum) wurde die Awarenesskampagne erfolgreich umgesetzt (siehe Kapitel Inklusion, Vielfalt und Gleichbehandlung).	
Anteil von Menschen mit Behinderung von 1,5 % auf 4 % in der gesamten Belegschaft erhöhen.	Zusammenarbeit mit myAbility und dem Netzwerk Berufliche Assistenz (NEBA) des Sozialministeriums. Barrierefreiheit-Audit mit myAbility für den Kund:innen- und Mitarbeiter:innen-Bereich für die Einrichtungshäuser Salzburg und SCS Vösendorf (GJ 24).	2025	➔	Die Zusammenarbeit mit myAbility wurde gestartet und soll (zumindest) bis zur Zielerreichung bestehen bleiben (siehe Kapitel Inklusion, Vielfalt und Gleichbehandlung). Im Geschäftsjahr 2023 waren 96 Personen (2,69 %) mit Behinderungen Teil des IKEA Österreich Teams – zu wenige, um keine gesetzliche Ausgleichstaxe zahlen zu müssen.	
Mindestens 80 % der Mitarbeiter:innen werden befähigt, ihre Kompetenzen zu entwickeln.	„P&D Talks“ mit allen Mitarbeiter:innen, wo u. a. persönliche Wachstums- und Entwicklungspläne definiert werden. Bereitstellung von Lerntools wie Rosetta Stone oder LinkedIn Learning zur Erweiterung der Sprachkenntnisse. Förderung von zukünftigen Führungskräften durch das „IKEA Leadership Program“. Verstärkte Kommunikation über Schulungs- und Lerntools.	laufend	➔	Im GJ 23 haben 198 Mitarbeiter:innen die Plattform Rosetta Stone genutzt (GJ 22: 279 Mitarbeiter:innen). 88 Mitarbeiter:innen haben im GJ 23 die Plattform LinkedIn Learning genutzt (GJ 22: 200 Mitarbeiter:innen). „IKEA Leadership Program“: Im GJ 23 nahmen 169 Personen, darunter 86 Frauen, an diesem Programm teil. Im Gesamtverlauf des GJ 23 investierte IKEA 40.900 Stunden in die Weiterbildung seiner Mitarbeiter:innen. Dies entspricht einem Durchschnitt von 13,84 Stunden pro Mitarbeiter:in.	
Start der Lehrlingsausbildung am Standort Wien Westbahnhof.	Einführen des Lehrberufs Betriebslogistik mit zwei Lehrstellen am Standort Wien Westbahnhof.	2023	✔		
Einführen neuer Lehrberufe im Bereich Kund:innen-Service.	Schaffen von drei Lehrstellen für E-Commerce-Kaufkraft.	2024	➔		
Das Mindestgehalt fair gestalten.	Jährliche Überprüfung und Bestimmung des IKEA Mindestgehalts.	laufend	➔	In den letzten beiden Geschäftsjahren hat IKEA Österreich das Mindestgehalt für seine Mitarbeiter:innen höher angesetzt als im offiziellen KV vorgesehen. Die Höhe hängt von der ökonomischen Situation, der Inflationsrate und KV-Erhöhungen ab.	
Förderung der Mitarbeiter:innen-Gesundheit durch die Ausbildung von psychischen Ersthelfer:innen in allen Units.	Auswahl und Ausbildung von psychischen Ersthelfer:innen an allen Standorten. Verfügbarkeit von Arbeitspsycholog:innen an allen Standorten sicherstellen.	2022	✔	70 Mitarbeiter:innen wurden als psychische Ersthelfer:innen über alle Units hinweg ausgebildet.	
Kinderarmut in Österreich mit einer Spendensumme von 50.000 Euro bekämpfen.	K.ARM.A.-Punkt „KinderARmut abschaffen“ – Spenden- und Bewusstseinskampagne gegen Kinderarmut in Kooperation mit der Volkshilfe.	2022	✔	50.000 Euro wurden im GJ 23 an die Volkshilfe als Unterstützung gegen Kinderarmut gespendet.	
Unterstützung von 120 Flüchtlingen, um ihre Fähigkeiten zu verbessern, eine sinnvolle Beschäftigung innerhalb oder außerhalb von IKEA zu finden.	Im Zuge des globalen „Skills for Employment“-Programms werden innerhalb von drei Jahren mindestens 120 Menschen mit Fluchthintergrund dabei unterstützt, im österreichischen Arbeitsmarkt Fuß zu fassen.	2022	✔	Ziel wurde erreicht. Im GJ 22 waren es 45 Personen und im GJ 23 58 Personen sowie zehn weitere weibliche Personen mit Fluchthintergrund, die über das „Female Factor Program“ gefördert wurden.	Das „Skills for Employment“-Programm wird in den GJ 24 und 25 lokal weitergeführt. In den beiden Jahren sollen jeweils weitere fünf Personen mit Fluchthintergrund über IKEA in den österreichischen Arbeitsmarkt integriert werden.
Management-Positionen, die als Shared Positions laufen, von 0 % auf 5 % erhöhen.	Coaching-Angebot für Wiedereinstieg nach der Karenz (vor allem auch unter dem Aspekt der Führungsrolle).	2025	➔		
Inclusion Index in „I Share“ von 84,3 auf > 90 erhöhen.	Jegliche Maßnahmen, die ED&I fördern und für bestehende Mitarbeiter:innen erkennbar bzw. bemerkbar sind. „Ingka Includes Survey“: Ergebnisse werden genutzt, um IKEA als Arbeitgeber inklusiver zu machen.	2025	➔	Status Ende GJ 23: 84. „Ingka Includes“ siehe Kapitel Inklusion, Vielfalt und Gleichbehandlung .	
Den ENPS (Employee Net Performance Score) in „I Share“ von 28,7 % auf 31 % erhöhen.	Summe der Sozialleistungen, Benefits und Aktivitäten von IKEA, die das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber definieren.	2025	✔	Status Ende GJ 23: 40.	



Better Planet



Im folgenden Kapitel werden jene auf lokaler Ebene für IKEA als wesentlich identifizierten Nachhaltigkeitsthemen dargestellt, die sich unmittelbar auf die Umweltziele des Unternehmens beziehen. Dies umfasst die Themen **Klimaschutz** (inkl. eines Status quo durch die CO₂-Roadmap), **Forstwirtschaft**, **Ressourceneinsatz und Kreislaufwirtschaft**, **Abfall und Verpackungen** sowie **Biodiversität**. Das Kapitel soll darüber informieren, welche Verpflichtungen, Ziele und Maßnahmen sich das Unternehmen gesetzt hat und welche Auswirkungen die Geschäftstätigkeit von IKEA auf Umwelt und Mensch hat.



Better Planet im Überblick

Was IKEA in Österreich 2022/23 bereits erreicht hat

- **Reduktion des Klimafußabdrucks:** 1.568 Tonnen CO₂e hat IKEA Österreich im Geschäftsjahr 2023 verursacht. Gegenüber dem Referenzjahr 2016 ist das eine **CO₂e-Reduktion von 30 %** – trotz Umsatzwachstum und der Erschließung neuer Standorte.
- **Mehr Kreislauffähigkeit für Produkte:** Im eigenen „Zweites Leben Shop“ wurden im Geschäftsjahr 2023 **25 % mehr Möbel aus zweiter Hand** verkauft als im Vorjahr.
- **Emissionsfreie Speditionslieferungen* auf der letzten Meile**:** Aktuell verzeichnet das Unternehmen österreichweit einen Anteil von **rund 50 % emissionsfreier Lieferungen** – im **Großraum Wien** bereits fast **100 %*****.
- **Food Waste Watcher:** Durch das Tool konnte IKEA Österreich das globale Ziel von **16 g Lebensmittelabfälle pro Ticket** (pro Kassazettel) mit dem Wert 9,2 g pro Ticket im Geschäftsjahr 2023 bereits erreichen.

Woran noch gearbeitet werden muss

- **Zero Plastic:** IKEA hat sich global vorgenommen, **Kunststoff in Verbraucherverpackungen in Phasen einzustellen:** beginnend mit dem neuen Sortiment bis 2025 und dem laufenden Sortiment bis 2028.
- **Mitarbeiter:innen-Mobilität:** Alleine durch die Mobilität der Mitarbeiter:innen entstanden **2.728 Tonnen CO₂e im Geschäftsjahr 2022**. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die **Mitarbeiter:innen-Mobilität bis 2030 um 40 %** – im Vergleich zu 2016 – zu reduzieren.
- **Ausbau der emissionsfreien Lieferung:** IKEA zielt darauf ab, bis **2025 in ganz Österreich auf der letzten Meile emissionsfrei** zu liefern. Ebenfalls wurde im Geschäftsjahr 2023 in den **Einsatz von wasserstoffbetriebenen Trucks** investiert, zum Abschluss des Berichtszeitraums fand dazu ein erstes Pilotprojekt statt.
- **Erstellung einer Biodiversitätsstrategie** für IKEA Österreich.

- 30 %

CO₂e kann IKEA Österreich im Geschäftsjahr 2023 gegenüber dem Basisjahr 2016 verzeichnen

90 %

Recyclingrate von Abfall und Verpackungen bei IKEA Österreich

858.391

im „Zweites Leben Shop“ verkaufte Artikel im Geschäftsjahr 2023

58

IKEA E-Trucks sind aktuell emissionsfrei auf den Straßen Österreichs unterwegs

20 %

des von IKEA benötigten Stroms werden durch eigene Photovoltaik-Anlagen abgedeckt

SDGs, zu denen IKEA Österreich beiträgt:



* Ohne fossile Brennstoffe.

** Beschreibt die Lieferung von den IKEA Logistikzentren bzw. den IKEA Einrichtungshäusern zu den Kund:innen nach Hause.

*** Die 100 % beziehen sich auf den regulären Speditionsbetrieb. In Ausnahmefällen, wie z. B. durch einen unvorhersehbaren Ausfall eines Elektrofahrzeugs (Unfall oder längere Reparaturdauer), wird ggf. auf herkömmliche Lieferfahrzeuge mit Dieselmotoren zurückgegriffen. Dies wird nur gemacht, wenn sich die Lieferzeit aufgrund des Ausfalls erheblich verzögern würde.



(GRI 3-3)

Klimaschutz

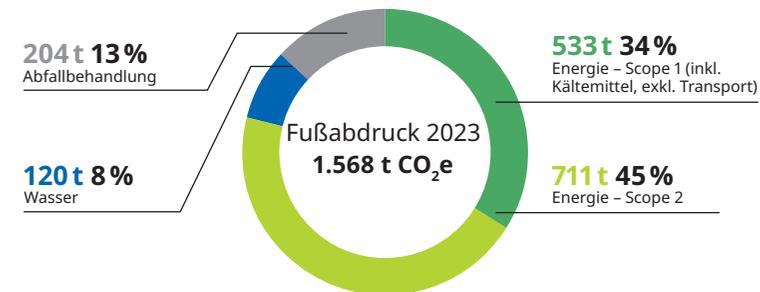
Der Klimawandel bedroht das Überleben von Mensch und Natur – heute und für zukünftige Generationen. IKEA tritt für den Klimaschutz ein und macht die drastische Reduktion der Treibhausgas (THG)-Emissionen entlang der eigenen Wertschöpfungskette zur Hauptpriorität. Das deklarierte Ziel lautet, die Treibhausgasemissionen aus der Wertschöpfungskette in absoluten Zahlen bis zum Geschäftsjahr 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2016 um mindestens 50 % und bis 2050 um mindestens 90 % zu reduzieren. Diese Ziele stehen im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen von 2015 und dem Net-Zero Standard der Science Based Target initiative (SBTi). Mit dieser Zielsetzung möchte das Unternehmen klimapositiv werden. Klimapositiv bedeutet in diesem Zusammenhang, mehr Treibhausgasemissionen zu reduzieren, als die gesamte IKEA Wertschöpfungskette ausstößt, sowie gleichzeitig das IKEA Geschäft auszubauen. Weitere Informationen dazu sind [hier](#) aufzufinden.

Als international agierendes Unternehmen hinterlässt IKEA entlang der Wertschöpfungskette einen hohen ökologischen Fußabdruck. Auf lokaler Ebene haben besonders der Klimafußabdruck der heimischen Geschäftstätigkeit und das Thema Mobilität negative Auswirkungen auf das Klima. Deswegen legt das Unternehmen auf lokaler Ebene besonderen Fokus auf jene Bereiche, die es positiv beeinflussen kann: Dies umfasst die Verringerung der THG-Emissionen an den eigenen Standorten, einschließlich des Transports der Waren, der Lieferungen zu den Kund:innen sowie der Bereiche Kund:innen-

und Mitarbeiter:innen-Mobilität. Die Verantwortung bei der Reduktion von THG ist im obersten Management von IKEA Österreich angesiedelt; in Österreich ist damit CEO Alpaslan Deliloglu in seiner Funktion als Chief Sustainability Officer letztverantwortlich für die Zielerreichung. Operativ liegt die Verantwortung – je nach Thema – in verschiedenen Abteilungen und Funktionen des Unternehmens. Die Nachhaltigkeitsabteilung bei IKEA Österreich verantwortet ferner die Zielsetzung und die Koordination sämtlicher Aktivitäten in Bezug auf die Reduktion des Klimafußabdrucks.

Klimafußabdruck der Geschäftstätigkeit in Österreich

Durch das Betreiben seiner Standorte in Österreich bzw. den damit verbundenen Einsatz von Energie (Heizung bzw. Kühlung, Elektrizität), den Wasserverbrauch und den verursachten Abfall hinterlässt das Unternehmen einen sogenannten **Operational Footprint oder Klimafußabdruck**. Dieser beschreibt die absoluten Emissionen des Unternehmens und wird mittels des unternehmenseigenen 4P-Dashboards dargestellt sowie mit Reduktionszielen versehen. In diesem Dashboard werden die wichtigsten Key Performance Indicators (KPIs) erfasst und sind anhand regelmäßiger Updates ersichtlich. Regelmäßig – teils wöchentlich, teils monatlich – erfolgt eine Eintragung unterschiedlicher Daten, aus denen sich die KPIs errechnen, durch die verantwortlichen Personen in die dahinterliegende Datenbank. In Österreich hat sich IKEA das Ziel gesetzt, seinen Klimafußabdruck bis 2030 im Vergleich zum Referenzjahr 2016 um 80 % zu reduzieren.



Mit Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 2023 konnte gegenüber dem Geschäftsjahr 2016 eine Reduktion von 30 % erreicht werden – trotz Umsatzwachstum und der Erschließung neuer Standorte.* Der CO₂-Fußabdruck von IKEA Österreich betrug im Geschäftsjahr 2023 insgesamt 1.568 Tonnen CO₂e. Darin enthalten sind Emissionen aus Energie, mit einem Gesamtanteil von 79 %, Abfall (13 %) und Wasser (8 %). Bis zum Jahr 2030 soll der ökologische Fußabdruck des Unternehmens auf 450 Tonnen CO₂e reduziert werden.

Da bisher nur für Scope 1 und 2 eine strukturierte Datenerfassung auf globaler Ebene implementiert ist, beziehen sich die Ziele und Maßnahmen bisher primär auf diese Emissionsbereiche. Für die Berechnung der Scope-3-Emissionen wird aktuell auf globaler Ebene der Ingka Gruppe ein einheitlicher Prozess erstellt. Bis Ende des Geschäftsjahres 2025 sollen die Scope-3-Emissionen berichtet werden.

Die bisherige Reduktion der Emissionen ist u. a. ein Resultat von Energiemanagement-Maßnahmen der IKEA Standorte – z. B. erfolgte im Berichtszeitraum des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts am Standort Vösendorf ein Wechsel bei der Heizung von Gas zu Fernwärme. Zudem werden bereits in den nächsten Monaten am dortigen Standort weitere Maßnahmen in puncto Energieeffizienz gesetzt: Dies umfasst im Jahr 2024 die Sanierung des Daches, die Erneuerung des dortigen Kühlsystems und die Erweiterung der Photovoltaik-Anlagen am Dach der Geschäftsfläche sowie auf den Carports am Parkplatz. Auch am Standort Innsbruck soll 2025 ein Austausch der Heizung von Gas auf Wärmepumpe stattfinden. Am Standort Graz wird aktuell die Implementierung eines nachhaltigen Heiz- und Kühlsystems evaluiert und anhand einer Studie geprüft. Darüber hinaus sind laufende Optimierungen im Bereich des Gebäudemanagements und der jeweiligen Energieeffizienz an allen Standorten geplant – besondere Priorität liegt dabei auf der Umstellung aller Kühlsysteme, sodass bis 2030 an allen Standorten Kühlmittel mit einem Treibhauspotenzial unter 150 eingesetzt werden können.

* Seit 2016 hat IKEA Österreich sechs Planungsstudios, ein neues Einrichtungshaus am Wiener Westbahnhof sowie das Logistikzentrum Wien Strebersdorf eröffnet. Der Umsatz ist vom GJ 16 bis GJ 23 um 51 % gestiegen.



Mobilität als Schwerpunktthema

Auch die Mobilität ist hinsichtlich der dadurch verursachten Emissionen ein zentrales Thema für IKEA. Das Unternehmen unterscheidet dabei drei Bereiche: Last-Mile Delivery, Mitarbeiter:innen-Mobilität und Kund:innen-Mobilität.

Last-Mile Delivery

Im Jahr 2021 hat IKEA begonnen, seine LKW-Flotte für die Speditionslieferung auf der letzten Meile* auf E-Trucks für eine emissionsfreie** Zustellung umzurüsten. Zu Redaktionsschluss des Berichts waren 58 Elektrofahrzeuge im Einsatz. IKEA hat es sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 in ganz Österreich auf der letzten Meile emissionsfrei zu liefern. Aktuell verzeichnet das Unternehmen österreichweit einen Anteil von rund 50 % emissionsfreier Lieferungen – im Großraum Wien bereits 100 %. Ebenfalls wurde im Geschäftsjahr 2023 in den Einsatz von wasserstoffbetriebenen Trucks investiert, zum Abschluss des Berichtszeitraums fand dazu ein erstes Pilotprojekt statt.



Mitarbeiter:innen-Mobilität

Im Geschäftsjahr 2022 führte IKEA in Österreich eine Umfrage unter seinen Mitarbeiter:innen durch, um den Status der Emissionen sowie das aktuelle Mobilitätsverhalten, aber auch Hürden und Potenziale in Richtung einer umweltfreundlichen Mobilität zu erfassen. Alleine durch die Mobilität der Mitarbeiter:innen entstanden 2.728 Tonnen CO₂e im Geschäftsjahr 2022. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die Mitarbeiter:innen-Mobilität bis 2030 um 40 % – im Vergleich zu 2016 – zu reduzieren.

Um die Emissionen durch die Mitarbeiter:innen-Mobilität zu reduzieren, wurde eine nationale Arbeitsgruppe gegründet sowie einige erste standortspezifischen Initiativen gestartet: beispielsweise ein Sammeltaxi für Mitarbeiter:innen des Distributionszentrums Wels, eigene, zum Teil überdachte und abgesperrte Parkplätze für Fahrräder von Mitarbeiter:innen an diversen Standorten in Österreich, und am Standort Vösendorf wurden vergünstigte Mitarbeiter:innen-Tarife für E-Ladestellen eingeführt. In den Arbeitsbereichen, wo es durchführbar ist, wird zudem eine Homeoffice Policy – mit bis zu zwei Dritteln Remote-Work-Möglichkeit – angeboten. Das Unternehmen schätzt, durch verstärktes Homeoffice der Mitarbeiter:innen eine CO₂-Einsparung von ca. 226 Tonnen zu erzielen.

Kund:innen-Mobilität

Ein weiterer Bereich innerhalb des Schwerpunktthemas Mobilität, der Emissionen verursacht, ist die Kund:innen-Mobilität. Hier schätzt das Unternehmen, dass rund 26.200 Tonnen CO₂e im Geschäftsjahr 2023 durch die Mobilität seiner Kund:innen verursacht wurden. Dies soll einerseits durch den Ausbau des E-Commerce-Anteils und andererseits durch die Erschließung des urbanen Raums anhand von Standorten mit guter öffentlicher Erreichbarkeit – wie etwa IKEA Wien Westbahnhof oder Planungsstudios in Linz oder im Wiener Donauzentrum – bis 2030 drastisch reduziert werden.

Zusätzlich erhebt das Unternehmen gerade den Bedarf an E-Ladestationen an allen österreichischen Standorten und wird in den kommenden Jahren rechtzeitig deren Einführung in breitem Ausmaß starten, um die für 2030 gesetzten Ziele zu erreichen. Ebenfalls steht IKEA derzeit im Dialog mit externen Stakeholder:innen, um eine weitere umweltfreundliche Erreichbarkeit seiner Standorte zu erzielen – so gibt es aktuell Pläne über eine zusätzliche Haltestelle der Badner Bahn oder die Umsetzung eines Fahrradwegs in Vösendorf, um die Erreichbarkeit des dortigen Standortes zu verbessern.

Feedback von außen



Christian Gratzer
VCÖ – Mobilität mit Zukunft

„Aus Sicht des VCÖ ist es wichtig, dass IKEA seine Verantwortung für die Mobilität sowohl der Beschäftigten als auch der Kund:innen wahrnimmt und ebenso für einen klimaverträglichen Transport der Güter zu den Filialen. Die Filiale Wien Westbahnhof zeigt vor, dass eine kluge Standortpolitik es den Kund:innen möglich macht, klimaverträglich mit Öffis, zu Fuß oder mit dem Fahrrad zum Geschäft zu kommen. Bei bestehenden Filialen am Stadtrand ist es wichtig, die Anreisemöglichkeiten mit Öffis und Fahrrad zu verbessern und die Parkplätze verstärkt zu entsiegeln, mit mehr Grünflächen und mehr schattenspendenden Bäumen. Beim Gütertransport kann die Umweltbilanz durch mehr Schiene und Elektrotransporter deutlich verbessert werden.“

* Beschreibt die Lieferung von den IKEA Logistikzentren bzw. den IKEA Einrichtungshäusern zu den Kund:innen nach Hause.

** Ohne fossile Brennstoffe.



Ziel 2030: Roadmap zur CO₂e-Reduktion bei IKEA Österreich

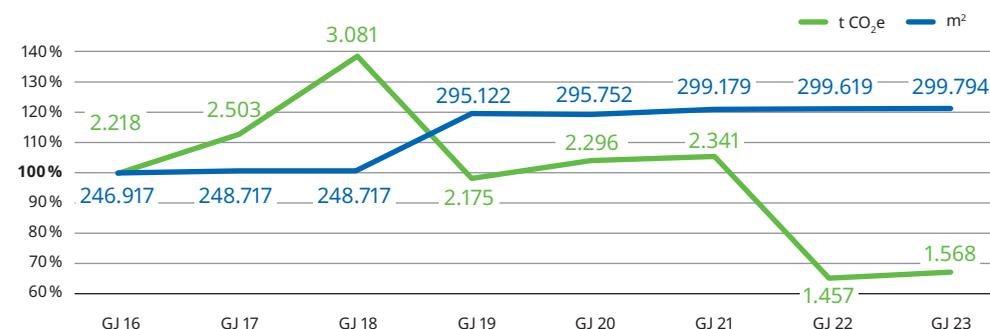
Durch seine Geschäftstätigkeiten in Österreich, die damit verbundenen Emissionen durch den Einsatz von Energie (Strom, Fernwärme, Kühlmittel, Biomasse-Brennstoffe, fossile Energie wie Öl und Gas), den Wasserverbrauch und den verursachten Abfall sowie durch Emissionen aufgrund von Mobilität, hinterlässt IKEA einen **Klimafußabdruck**.

In Österreich hat sich IKEA das Ziel gesetzt, den Klimafußabdruck, der durch das Betreiben der Standorte entsteht (also durch den entsprechenden Energie- und Wasserverbrauch und den Abfall an den Standorten), bis 2030 im Vergleich zum Referenzjahr 2016 um 80 % zu reduzieren. Während die Emissionen im Geschäftsjahr 2016 2.218 Tonnen CO₂e betrug, sollen somit bis Ende des Geschäftsjahres 2030 rund 450 Tonnen CO₂e erzielt werden. Mit Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 2023 konnte eine Reduktion von 30 %, verglichen mit dem Geschäftsjahr 2016, erreicht werden – trotz Umsatzwachstum und der Erschließung neuer Standorte.

Insgesamt betrug der CO₂-Fußabdruck von IKEA Österreich im Geschäftsjahr 2023 1.568 Tonnen CO₂e. Darin enthalten sind Emissionen aus Energie, mit einem Gesamtanteil von 79 %, Abfall (13 %) und Wasser (8 %). Die mit Abstand meisten Emissionen sind durch Energie verursacht – so betrug diese im Geschäftsjahr 2023 1.244 Tonnen CO₂e, 204 Tonnen entfielen auf Abfall und 120 Tonnen auf den Wasserverbrauch. Entsprechend liegt der größte Hebel bei der Reduktion der energiebezogenen Emissionen. IKEA bezieht seit vielen Jahren ausschließlich Strom aus erneuerbaren Quellen, weshalb der Strom nur einen relativ geringen Einfluss auf den Fußabdruck des Unternehmens hat. IKEA Österreich muss seine Umweltkennzahlen regelmäßig an die Ingka Gruppe berichten. Diese werden auf globaler Ebene von KPMG geprüft und validiert. Aufgrund der weltweit verwendeten Berichtsstandards (z. B. GHG-Protokoll) wird Strom, der aus erneuerbaren Quellen bezogen wird, mit null direkten CO₂e-Emissionen in Scope 2 bilanziert. Indirekte vorgelagerte Emissionen aus Strom aus erneuerbaren Energiequellen werden jedoch künftig in Scope 3 berücksichtigt.

Der größte Emissionsanteil innerhalb der Kategorie Energie wird durch das Heizen der Einrichtungshäuser und Distributionszentren verursacht. Fernwärme macht hier noch immer den überwiegenden Teil aus (z. B. im Geschäftsjahr 2023 711 Tonnen von 1.244 Tonnen Energie gesamt). Der Anteil an Gasheizungen konnte unterdessen reduziert werden – vor allem durch die Umstellung auf Fernwärme am Standort Vösendorf im Sommer 2022.

Klimafußabdruck in t CO₂e vs. Fläche aller Units in m²



Die wichtigsten Maßnahmen für die kommenden Jahre

Wie im Kapitel Klimaschutz beschrieben, hat IKEA eine Vielzahl von Maßnahmen getroffen, um den Klimafußabdruck der Geschäftstätigkeit in Österreich bis 2030 drastisch zu reduzieren. Zudem hat das Unternehmen neben seinen Zielen – gemäß den Ansätzen von Ingka – klare Vorgaben im Bereich der Energieeffizienz seiner Gebäude verankert.

So sollen bis zum Beginn des Geschäftsjahres 2030 Gebäude und Geschäftsflächen ausschließlich mit erneuerbaren Wärme- und Kühllösungen betrieben werden. Wenn Heizsysteme ersetzt werden müssen, muss das neue System erneuerbar sein. Sanierungen, Nachrüstungen, Erweiterungen und andere Projekte, die einen Teil der Heiz-,

Kühl- und Energiesysteme oder der Gebäudehülle verändern oder erweitern, müssen die Umstellung auf erneuerbare Wärme- und Kälteerzeugung und den Ausbau der Stromerzeugung aus erneuerbaren Energien vor Ort beinhalten. Darüber hinaus gilt: Damit ein Gebäude als Gebäude mit erneuerbarer Wärme- und Kälteerzeugung (EeWK) bezeichnet werden kann, muss klar sein, dass dies der Hauptbrennstoff ist, der am Standort verwendet wird. Zudem muss es darauf ausgelegt sein, mehr als 95 % der jährlichen Wärme- und Kälteenergie aus erneuerbaren Quellen zu nutzen.



Die größten identifizierten Potenziale und Maßnahmen in der Reduktion des **Operational Footprints** liegen in den Emissionen der von IKEA betriebenen Gebäude:

Am Standort Graz soll 2025 die Implementierung eines nachhaltigen Heizsystems stattfinden – dieses weist ein CO₂e-Einsparpotenzial von ca. 400 Tonnen pro Jahr auf. Auch am Standort Innsbruck soll 2025 ein Austausch der Heizung von Gas auf Wärmepumpe stattfinden – dort liegt das Sparpotenzial bei 100 Tonnen CO₂e pro Jahr. Darüber hinaus sind bis 2030 laufende Optimierungen im Bereich des Gebäudemanagements und der jeweiligen Energieeffizienz (Einsparpotenzial 100 Tonnen CO₂e pro Jahr) an allen Standorten geplant – besondere Priorität liegt dabei auf der Umstellung aller Kühlmittel und Kühlsysteme, sodass die Kühlmittel an allen Standorten ein Treibhauspotenzial unter 150 erreichen. CO₂e-Sparpotenzial in diesem Bereich: ca. 250 Tonnen pro Jahr. Zusätzlich sollen durch laufende Sanierungen der Gebäude, regelmäßig durchgeführte Energieaudits, eine Erhöhung der Recyclingrate sowie eine Vielzahl von Bewusstseinsbildungsmaßnahmen, Trainings und Ausbildungen zusätzlich 200 Tonnen CO₂e pro Jahr eingespart werden.

Emissionsreduktion beim Thema Mobilität

Wie bereits auf den vorherigen Seiten ausgeführt, ist das Thema Mobilität hinsichtlich der dadurch verursachten Emissionen ein zentrales Thema für IKEA. Beim Thema Mobilität unterscheidet das Unternehmen drei Bereiche:

- **Last-Mile Delivery***
- **Mitarbeiter:innen-Mobilität und**
- **Kund:innen-Mobilität**

Im Jahr 2021 hat IKEA begonnen, seine LKW-Flotte für die Lieferung auf der letzten Meile auf E-Trucks für eine emissionsfreie** Zustellung umzurüsten. IKEA hat es sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 in ganz Österreich auf der letzten Meile emissionsfrei zu liefern. Aktuell verzeichnet das Unternehmen österreichweit einen Anteil von rund 50 % emissionsfreier Lieferungen – bis zum Ende des Geschäftsjahres 2024 soll der Anteil auf 80 % erhöht werden. Während IKEA im urbanen Raum auf Batterie-Elektrofahrzeuge setzt, werden für weitere Lieferstrecken Wasserstoff-Brennstoffzellen-Trucks zum Einsatz kommen.

Alleine durch die Mobilität der Mitarbeiter:innen – sprich die An- und Abreise zum bzw. vom Arbeitsplatz – entstanden rund 3.000 Tonnen CO₂e im Geschäftsjahr 2022. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die Mitarbeiter:innen-Mobilität bis 2030 um 40 % – im Vergleich zu 2016 – zu reduzieren. Ein weiterer Bereich innerhalb des Schwerpunktthemas Mobilität, der Emissionen verursacht, ist die Kund:innen-Mobilität. Auch diese soll bis 2030 im Vergleich zu 2016 um 50 % reduziert werden.

Bei den beiden letztgenannten Zielen wurden bislang Einzelmaßnahmen, wie bereits auf den vorherigen Seiten skizziert, umgesetzt – etwa die Einführung einer großzügigen Homeoffice Policy, die Ermöglichung von Anreizen hinsichtlich der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, die Durchführung einer unternehmensinternen Studie im Frühjahr 2022, um das Mobilitätsverhalten unter den eigenen Mitarbeiter:innen abzufragen, sowie Evaluierungen eines mittel- und langfristigen Bedarfs einer Ladeinfrastruktur für E-Mobilität. Die Ausgangsbasis ist durch diese Erhebung definiert, ausstehend sind allerdings eine klare Prozessimplementierung und die Definition von Zuständigkeiten. Die Umsetzung detaillierter Maßnahmen mit Wirkung fehlt ebenso noch. Das Ziel ist aber klar definiert, und in den kommenden Jahren wird verstärkt daran gearbeitet werden, es auch zu erreichen. Im Zuge der Ausarbeitung der Maßnahmen wird das Unternehmen auch deren Effektivität berechnen.



* Beschreibt die Lieferung von den IKEA Logistikzentren bzw. den IKEA Einrichtungshäusern zu den Kund:innen nach Hause.

** Ohne fossile Brennstoffe.



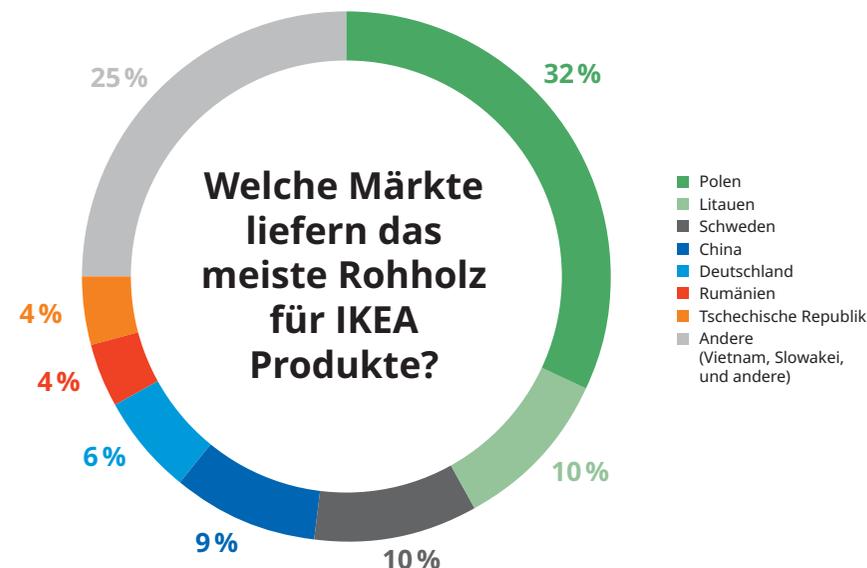
(GRI 3-3)

Forstwirtschaft

Für IKEA ist das Thema Holz von höchster Relevanz. Einerseits ist Holz die meistverwendete Ressource in IKEA Produkten – so wurden alleine im Geschäftsjahr 2023 13,8 Millionen m³ zu IKEA Produkten verarbeitet. 17 % entstanden dabei aus recyceltem Holz, bis 2030 soll ein Drittel der Produkte aus recyceltem Holz entstehen. Andererseits steht das Unternehmen für seine Holzressourcenbeschaffung immer wieder in der Kritik. So wurde IKEA in den vergangenen Jahren mit Vorwürfen der illegalen Rodung von geschützten Wäldern konfrontiert – Vorwürfe, die das Unternehmen ernst nimmt und denen es unter anderem mit dem vorliegenden Bericht transparent entgegen möchte.

Das Thema Forstwirtschaft zeigt die größten Auswirkungen auf globaler Ebene: Während die forstwirtschaftlichen Investitionen wie auch die Holzressourcenbeschaffung und Verarbeitung bei Inter IKEA stattfinden, besitzt und bewirtschaftet Ingka Investments – eine Sparte der Ingka Group – eigene Wälder. Auch wenn IKEA Österreich durch seine Geschäftstätigkeit keinen direkten Einfluss auf die forstwirtschaftlichen Auswirkungen hat, sind diese – indirekt und aufgrund der Relevanz des Rohstoffs für IKEA Produkte – ein für den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht wesentliches Thema.

Seit 2014 investiert IKEA in Aufforstungsprojekte, dafür zeichnet die Ingka Gruppe über die Organisation Ingka Investments verantwortlich. Außerdem ist Ingka im Besitz von Waldflächen in den baltischen Staaten, Rumänien, Neuseeland oder den USA. Eine positive Auswirkung auf die Forstwirtschaft ist, dass durch den Besitz der Wälder zu deren Schutz beigetragen wird. Obwohl Ingka Investments eigene Waldflächen bewirtschaftet, gibt es nur einen sehr geringen Fluss von Holz aus Ingka Investments Wäldern zur Produktion von IKEA Produkten. Holz daraus wird unter anderem ebenso am offenen Holzmarkt verkauft, etwa 10 % der gesamten Waldflächen werden als sogenannten Conservation Areas geführt.



Inter IKEA, verantwortlich für die Holzressourcenbeschaffung und Verarbeitung, legt großen Wert auf die FSC-Zertifizierung des Holzbedarfs. So waren im Geschäftsjahr 2023 knapp 98 % (97,8 %) des gesamten Holzbedarfs FSC (Forest Stewardship Council®)-zertifiziert oder recycelt. Während FSC von einigen Nichtregierungsorganisationen stark kritisiert wird, arbeitet IKEA mit dieser Zertifizierungsstelle, da das Zertifikat aktuell als das glaubwürdigste und umfassendste in Bezug auf Forstwirtschaft gesehen wird: Es umfasst nicht nur die Art der Holzbewirtschaftung, sondern auch

Anforderungen an Biodiversitätsförderung, unterstützt die Rechte der lokalen Bevölkerung und ergreift Maßnahmen zur Entwicklung eines fairen und sicheren Umfelds für Waldarbeitende. IKEA arbeitet mit FSC und dem WWF zusammen, um die Biodiversitätsbestrebungen des Unternehmens zu quantifizieren und zur Erreichung globaler Biodiversitätsziele beizutragen. Darüber hinaus wird durch eigene Förster:innen, Kontrollen durch offizielle Behörden sowie eigene Audits durch externe Organisationen eine nachhaltige Holzbeschaffung gewährleistet.



Auf dem Weg zur nachhaltigen Forstwirtschaft

Wenn die Forstwirtschaft nicht auf nachhaltige Weise betrieben wird, kann sie negative Auswirkungen auf das Ökosystem und die lokalen Gemeinschaften haben. So geht – wenn Holz nicht ordnungsgemäß entsorgt oder recycelt wird – seine Kohlenstoffspeicherfähigkeit verloren. Ebenso wird Forstwirtschaft oft mit Abholzung und kriminellen Praktiken in Verbindung gebracht. Aufgrund der Auswirkungen von Holz auf die gesamte Wertschöpfungskette von IKEA hat das Unternehmen das Potenzial, einen transparenten Weg für eine nachhaltige und sozial gerechte Forstwirtschaft aufzuzeigen. Deswegen hat sich IKEA Ziele und Verpflichtungen gesetzt:

IWAY

Mit dem IKEA Verhaltenskodex für Lieferanten (IKEA Way of Responsibly Procuring Products, Services, Materials and Components, kurz IWAY) verpflichtet sich das Unternehmen zur Erfüllung von Mindestanforderungen in Bezug auf Umwelt, soziale Belangen und Arbeitsbedingungen. IWAY basiert auf international anerkannten Standards und Prinzipien für Menschenrechte, Umweltschutz sowie Gesundheit und Sicherheit der Arbeitnehmer:innen in Übereinstimmung mit gesetzlichen Vorschriften, insbesondere dem Supply Chain Duty of Care Act, den Prinzipien des UN Global Compact, der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, den Konventionen und Empfehlungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zu Arbeits- und Sozialstandards und den UN Guiding Principles on Business and Human Rights sowie den eigenen IKEA Werten. Mit der Anerkennung von IWAY

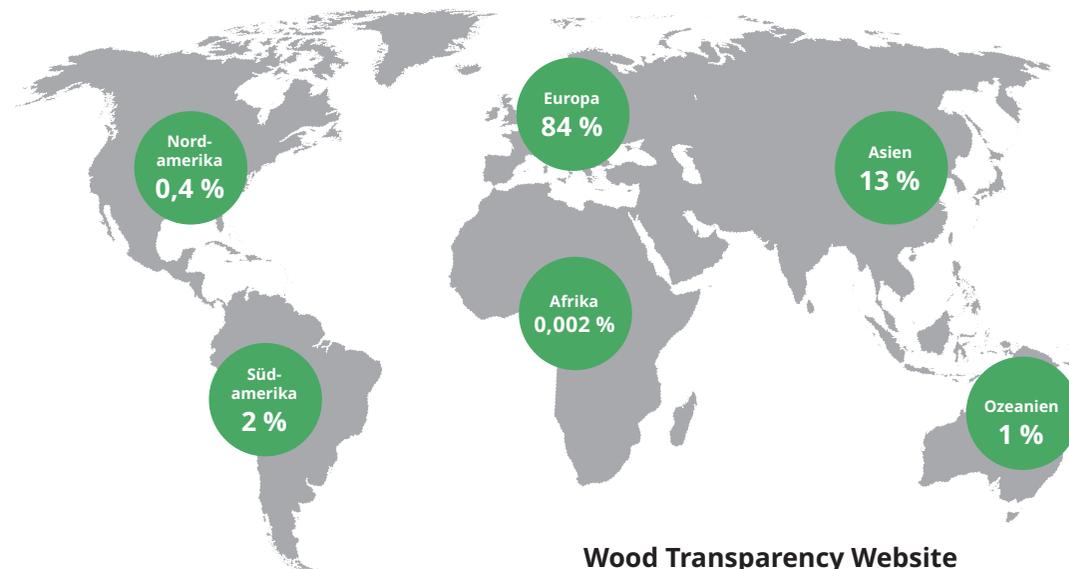
verpflichten sich ebenso die Lieferanten und Geschäftspartner:innen zur Einhaltung lokaler, nationaler und internationaler Gesetze.

Im Hinblick auf das Thema Forstwirtschaft hat IKEA im Rahmen von IWAY definiert, kein Holz aus illegalen Abholzungen, Regionen mit sozialen Konflikten oder aus geschützten Holzlandschaften zu beziehen. Darüber hinaus wird kein gentechnisch manipuliertes Holz bezogen. Durch die Einhaltung von IWAY hat die Geschäftstätigkeit des Unternehmens positive Auswirkungen auf die Forstwirtschaft. Inter IKEA stellt sicher, dass IWAY – vor allem auch die IWAY Forest Materials Section – kontinuierlich aktualisiert wird. Im Geschäftsjahr 2022 wurde die sechste Adaption von IWAY durchgeführt. Dabei wurde etwa der Umfang um weitere Forstwirtschaftsressourcen wie Kork, Papier und Verpackungsmaterial erweitert. Damit umfasst diese Sektion von IWAY jegliches Material entlang der Produktionskette, dessen Ursprung im Wald liegt.

Um die Einhaltung der Lieferantenanforderungen zu überprüfen, werden jährlich weltweit etwa 200 Audits von IKEA eigenen Forstwirtschaftsspezialist:innen durchgeführt. Hinzu kommen stichprobenartige und gezielte Audits von externen Dritten. IKEA verfolgt dabei einen risikobasierten Ansatz, was bedeutet, dass in Märkten mit hohem Risiko mehr Audits durchgeführt werden als in jenen mit geringem Risiko.

Mehr Details zu IWAY im Allgemeinen sowie Konsequenzen bei Nichteinhaltung gibt es im Kapitel [Verantwortungsbewusste Beschaffung bei IKEA](#).

Woher stammt das Holz bei IKEA?



Wood Transparency Website

Im Geschäftsjahr 2023 hat IKEA eine [Website](#) veröffentlicht, die zur Transparenz des Holzursprungs in IKEA Produkten beitragen soll. Auf der sogenannten Wood Transparency Website kann eingesehen werden, [welche Holzsorten IKEA aus welchen Ländern bezieht](#) und wie hoch der jeweilige Anteil, gemessen am gesamten Holzbedarf, ist. Außerdem finden sich auf der Website noch Informationen zu den Standards (bspw. IWAY oder FSC) rund um das Thema Holzmanagement innerhalb des Unternehmens. Mit der Website will IKEA auf jene Kritik reagieren, die seit Jahren von Expert:innen und Kund:innen gegenüber dem Unternehmen als großem Holzverarbeiter geübt wird. Es soll damit mehr Transparenz hinsichtlich der Forstwirtschaft und des Holzbedarfs von IKEA geschaffen werden.

Forest Positive Agenda

IKEA hat im Geschäftsjahr 2021 eine [Forest Positive Agenda](#) bis 2030 veröffentlicht. Ziele der Initiative sind u. a., durch Kooperationen eine verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung weltweit voranzutreiben, die über Flächen hinausgeht, die von IKEA selbst bewirtschaftet werden; für einen Stopp der Abholzung und die Wiederaufforstung degradierter Landschaften einzutreten und die Sicherstellung dessen, dass bis 2030 mindestens ein Drittel des IKEA Holzsortiments aus recyceltem Holz hergestellt wird.



(GRI 3-3, GRI 301-3)

Ressourceneinsatz und Kreislaufwirtschaft

Der Einsatz von Ressourcen und die Förderung einer zirkulären Wirtschaft zählen – vor dem Hintergrund des Geschäftsmodells, der Produktion und des Verkaufs von Einrichtungsgegenständen – zu den wichtigsten Themen, an denen IKEA auf internationaler Ebene arbeiten muss. Denn je linearer – versus zirkulärer – das Geschäftsmodell ist, desto mehr Auswirkungen gibt es auf die Verwendung von Ressourcen und das Klima. Daher arbeitet IKEA am Ausbau der Zirkulärwirtschaft und hat als globale Strategie festgelegt: 100 % zirkulär designte Produkte und 100 % erneuerbare und/oder recycelte Materialien im IKEA Produktsortiment bis 2030. Unter zirkulärem Design wird dabei die Gegenbewegung zur „Wegwerfwirtschaft“ verstanden – nämlich dass Produkte langlebig und recyclebar sind, dass sie repariert, wiederaufbereitet und wiederverwendet werden können.

Da das Unternehmen nicht in Österreich produziert, wird zu Ressourcen (erneuerbare, recycelte und recyclebare Materialien und Produkte) im [internationalen Bericht](#) informiert. Der Fokus in diesem Bericht liegt auf dem Produktkreislauf und der Bewusstseinsbildung hinsichtlich Ressourcenschonung bei Kund:innen und Mitarbeiter:innen.

Ziel von IKEA Österreich ist es, sein Wachstum vom Ressourcenverbrauch zu entkoppeln und das Geschäftsmodell und das

Konsument:innen-Verhalten langfristig zirkulär zu gestalten. Daher konzentrieren sich die Anstrengungen auf neue Lösungen und Services für den Möbelkreislauf, um das Leben von Produkten und Materialien zu verlängern. Im Geschäftsjahr 2023 machte der Verkauf über das „Zweite Leben Shop“ 1 % am Gesamtumsatz aus. Im Geschäftsjahr 2024 möchte IKEA Österreich diesen Anteil auf 1,29 %* steigern. Die Verantwortung für das Thema Kreislaufwirtschaft liegt in der Product-Recovery/Quality-Abteilung in Kooperation mit den Abteilungen Sustainability und Customer Relations.

Buyback

Rückkaufservice – Kund:innen bringen ihre gebrauchten, gut erhaltenen Möbel zurück und erhalten dafür bis zu 50 % des Kaufpreises als Wertgutschein.

3.623 Artikel wurden im Geschäftsjahr 2022 zurückgekauft, im Geschäftsjahr 2023 waren es **7.617 Artikel**, also fast doppelt so viele.

„Zweites Leben Shop“ im Einrichtungshaus

Im „Zweites Leben Shop“ – installiert in jedem österreichischen IKEA Einrichtungshaus – können gebrauchte, unvollständige Produkte, Ausstellungsstücke oder Artikel mit ästhetischen Mängeln erworben werden.

687.554 Artikel konnten im Geschäftsjahr 2022 insgesamt in den „Zweites Leben Shops“ verkauft werden. Im Geschäftsjahr 2023 waren es **858.391 verkaufte Artikel**, was einem Plus von etwa **25 %** entspricht.

* Im GJ 23 konnten über den „Zweites Leben Shop“ 858.391 Artikel verkauft werden. Das entspricht einem Umsatz von 8,03 Millionen Euro und einem Umsatzanteil von 1 % des Gesamtumsatzes dieses Geschäftsjahres.

Am Weg zum kreislaforientierten Unternehmen

IKEA Österreich hat bereits einige Services und Maßnahmen installiert, um die Kreislauffähigkeit der Produkte zu erhöhen. Kund:innen sollen mittels einfacher Services besseren Zugang zu Ware aus zweiter Hand erhalten und dazu inspiriert werden, den Lebenszyklus ihrer Möbelstücke zu verlängern.

DIY

Mittels DIY (Do it yourself)-Tipps in Videos sollen Kund:innen inspiriert werden, IKEA Produkte wiederzuverwenden.

Mit einer Reichweite von **500.000 bis 1.000.000 Impressions** pro via Social Media ausgespieltem Video kann ein relevanter Beitrag zur Awareness für kreative, langfristige Möbel(wieder)nutzung geschaffen werden.

„Zweites Leben“ digital

Der Online-Shop für „Zweites Leben“ wurde im Juni 2023 implementiert und zeigt eine Auswahl aller im „Zweites Leben Shop“ ausgestellten Produkte.

1.118 Artikel wurden zwischen dem Launch am 26.6.2023 und dem 31.8.2023 (Ende des GJ 23) online veröffentlicht, **180 Artikel** wurden verkauft.

Repackaging

Kommt zum Einsatz, wenn Produkte neu verpackt und wiederverkauft werden.

810.788 Produkte konnten im GJ 22 wiederverpackt werden. Im GJ 23 waren es **1.001.380 Produkte**, was einem Plus von etwa **23,5 %** entspricht.

Ersatzteilbibliothek

In allen Einrichtungshäusern können Ersatzteile erworben bzw. diese können online bestellt werden, um zu vermeiden, dass neue Pakete geöffnet und Teile daraus entfernt werden.

56.877 Ersatzteilbestellungen gab es insgesamt in den GJ 22 und 23.

Motivforschung

In der von IKEA Österreich beauftragten „Circularity-Studie“ (n=1.500) wurden Einstellungen und Erfahrungen der Bevölkerung zum Thema Second-hand abgefragt und anschließend analysiert. Insights dieser Studie werden auch als Basis für die künftige Weiterentwicklung des „Zweites Leben“-Service bzw. -Angebots herangezogen. Zugleich wurden die Ergebnisse mittels Öffentlichkeitsarbeit verbreitet, mit dem Ziel der Bewusstseinsbildung.

9.273.563 Online-Reichweite sowie **729.213 Print-Reichweite** konnten für dieses Thema generiert werden.

Spenden an NGOs

Produkte, die in Russland und Belarus produziert wurden und nach der Einstellung der dortigen IKEA Aktivitäten im März 2022 zur Verfügung standen, wurden an NGOs wie etwa Caritas oder Train of Hope gespendet. Produkte, die von Suppliern in anderen Staaten speziell für den russischen und belarussischen Markt produziert wurden, konnten über den „Zweites Leben Shop“ auf den Markt gebracht werden.



Für alle Prozesse rund um „Zweites Leben“ wird auf ein Regelwerk, definierte Arbeitsmethoden und Standard Operating Procedures (SOP) zurückgegriffen. In diesen global geltenden Richtlinien wird etwa beschrieben, welche Artikel im „Zweites Leben Shop“ in welcher Form verkauft werden dürfen, welche Artikel innerhalb des Buyback-Services zurückgenommen werden dürfen und inwieweit diese für den Weiterverkauf geprüft werden müssen. Sollte es aufgrund von regionalen Bestimmungen Abweichungen geben, müssen diese als lokale Arbeitsweisen als Appendix hinzugefügt sein.

Auch wenn die Maßnahmen wie das Rückkaufservice, der „Zweites Leben Shop“ oder das Ersatzteil-service nicht neu implementierte Maßnahmen zur Förderung der Kreislaufwirtschaft sind, sieht IKEA einen klaren Aufwärtstrend dieser Services: Während im Geschäftsjahr 2021 572 Produkte über das Rückkaufservice ein zweites Leben bekommen haben, waren es zwei Jahre darauf schon 7.617 Artikel. Auch die Verkaufsfläche hat sich in vielen Einrichtungshäusern fast verdoppelt.

Best Case: „Product Recovery Index“ Award

2023 hat IKEA einen internen, globalen Wettbewerb umgesetzt, bei dem das größte Wachstum der hausinternen Kreislaufwirtschaft für Produkte gemessen wurde. Als Einrichtungshaus mit der größten Steigerung des „Product Recovery Index“* ist dabei jenes in Linz-Haid hervorgegangen. Erfolgsfaktoren waren die Schaffung von extra Verkaufsflächen für den „Zweites Leben Shop“ sowie die Bestellung und Verarbeitung von extra Ware auch aus Zentrallagern – sowohl für die Wiederverpackung als auch den Verkauf über den „Zweites Leben Shop“.



* Berechnung „Product Recovery Index“: Summe des generierten Umsatzes aus Verkäufen aus dem „Zweites Leben Shop“ und Neuverpacken von geöffneten Artikeln, geteilt durch alle abgeschriebenen und zurückgekauften Artikel, die der Recovery-Abteilung zugeführt werden.



(GRI 3-3, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-4, GRI 306-5)

Abfall und Verpackungen

Die größte Problematik an den Themen Abfall und Verpackungen des IKEA Geschäftsmodells ist, dass enorme Mengen an Karton und anderem Verpackungsmaterial für den einmaligen Gebrauch beschafft, hergestellt und transportiert werden. Zugleich können die Möbel und Einrichtungsgegenstände zu Abfall werden, wenn sie nicht in einem Kreislaufsystem verwendet werden, wie im vorherigen Kapitel beschrieben. Positiv ist zu bewerten, dass durch die Verantwortung für den gesamten Designprozess und die Lieferkette die Kontrolle über das Material und die Abläufe beim Unternehmen liegt.

In Österreich stehen bei diesem Thema vor allem Verpackungen für den Transport, Karton- und Kunststoffverpackungen sowie Lebensmittelabfälle im Fokus. Ziel ist es, neue Wege der Transportverpackung zu finden, die weniger Palettenverpackung erfordern. Weiters kann die Einführung von Überverpackungen und Füllmaterialien für Online-Bestellungen auf Basis von nachhaltigen Materialien und geringem Ressourcenverbrauch ein wichtiger Hebel sein. Interne Prozesse sollen weiter verbessert werden, um Abfallmengen zu reduzieren und die Recyclingquote zu steigern. „Zero Waste“ ist nicht realistisch, jedoch soll der nicht recyclebare Anteil so gering wie möglich gehalten werden.

Die globalen „Waste Prevention and Management“-Richtlinien geben die Standards für die ressourcenschonende Materialnutzung vor und werden von lokalen Adaptionen ergänzt: etwa durch das verpflichtende Abfallwirtschaftskonzept jedes Standorts oder durch lokale Verpflichtungen wie etwa Pfandsysteme. Die Verantwortung für die Themen Abfall und Verpackungen liegt in der Sustainability-Abteilung in Zusammenarbeit mit der Facility Management Unit, die für das gesamte Abfallmanagement zuständig ist. An jedem IKEA Österreich Standort ist zudem ein:e Abfallbeauftragte:r eingesetzt. Durch die Zusammenarbeit mit erfahrenen Partner:innen wie dem Entsorgungsdienstleister Energie AG, aber auch mit Spezialist:innen im Bereich Verpackung und Fulfillment werden externe Beratung und professionelle Begleitung sichergestellt.



„Viele Fortschritte haben wir bereits erzielt, stehen aber bei großen Herausforderungen wie z. B. Kreislaufwirtschaft und nachhaltiger Mobilität erst am Anfang. Wir sind entschlossen, auch bei diesen Themen hartnäckig und erfolgreich zu sein.“

Florian Thalheimer,
Country Sustainability Manager bei IKEA Austria

Abfallmenge nach Behandlungsmethode [t]	GJ 20	GJ 21	GJ 22	GJ 23
Abfall gesamt	10.180	10.231	9.138	8.498
Materialrecycling	8.944	8.932	7.697	7.117
Biogas	267	295	327	294
Kompost	30,50	21,40	40,11	46,93
Externe Sortieranlage	18,50	53,60	139,61	126,42
Verbrennung mit Energierückgewinnung	863	920	925	864
Verbrennung ohne Energierückgewinnung	0	0	0	37,06
Deponie	10,10	8,82	4,17	3,74
IKEA Kreislaufströme insgesamt	0	0,03	0	0
Sonstige	46,35	0	5,50	8,63



(GRI 306-3)

Maßnahmenkatalog für die Reduktion von Abfall und Verpackungsmaterial

- Spezielle **Packsizes-Maschinen** sorgen in den IKEA Lagerstandorten Wels und Strebersdorf dafür, dass die – je nach Online-Kund:innen-Order – effizienteste Überverpackung für Paketlieferungen ausgewählt wird. Der Ausschuss wird zerkleinert bzw. entsprechend aufbereitet, um als Füllmaterial zu dienen.
- Beim **Entsorgungsservice** werden alte IKEA Artikel (Sofas, Elektrogeräte oder Matratzen) bei der Lieferung von neuer Ware mitgenommen und fachgerecht entsorgt.
- Bei **Montageaufträgen** werden sämtliche Verpackungen wieder mitgenommen und ebenfalls fachgerecht entsorgt.
- Das Tool **Food Waste Watcher** unterstützt IKEA Österreich dabei, seine Lebensmittelabfälle so gering wie möglich zu halten. Es ermöglicht nicht nur das Tracking, sondern auch die konsequente Anpassung der Bestellprozesse, Arbeitsweisen und Produktion der Lebensmittel.
- Durch die 2022 gestartete Kooperation mit der Initiative „**Too Good To Go**“ werden überschüssige Nahrungsmittel aus den IKEA Restaurants und Cafés verwertet und die Kund:innen sowie Mitarbeiter:innen für einen achtsameren Umgang mit Lebensmitteln sensibilisiert.
- Die operativ verantwortlichen Mitarbeiter:innen werden geschult, wie Abfall richtig zu trennen und zu entsorgen ist. Zusätzlich sorgen unternehmensinterne „**Zero Waste Contests**“ in allen Einrichtungshäusern für mehr Bewusstsein, indem verschiedene KPIs wie Recyclingrate und Product Recovery Index (siehe Kapitel [Kreislaufwirtschaft & Ressourceneinsatz](#)) gemessen und Best-Practice-Ideen geteilt werden.
- IKEA verlangt von seinen **Abfallverwertungsdienstleistern**, dass so viel Abfall wie möglich dem Recycling zugeführt wird. Dies ist Teil von IWAY (siehe Kapitel [Verantwortungsbewusste Beschaffung](#)), wird in den **Ausschreibungen** formuliert und vertraglich festgehalten. Beide Parteien legen fest, welcher KPI als kritischer KPI zu betrachten ist, etwa der Anteil an Wertstoffen im Restmüll oder die Recyclingquote.
- Nicht zuletzt wird für eine generelle Abfallreduktion auf Basis des **Circular-Design-Prinzips** (siehe Kapitel [Konsum & Konsumverhalten](#)) daran gearbeitet, dass Produkte bzw. Produktteile wiederverwendet, repariert oder einer anderen Funktion zugeführt werden können bzw. dass sich Materialien trennen lassen und den richtigen Kreisläufen zugeführt werden können.

Messung & Wirksamkeit

Für maximale Transparenz stellt ein **Tracking-System** sicher, dass Abfallmengen, Emissionen, Verwertungsarten etc. kontrolliert werden können. Monatlich werden von allen Units die Zahlen zu den einzelnen Abfallsorten und Recyclingraten in eine zentrale Datenbank eingegeben, wo sie in einem Dashboard laufend einsehbar sind und den Zielsetzungen gegenübergestellt werden. Die detaillierte Berichterstattung über Mengen, Fraktionen und Verwertung erfolgt über den Supplier Energie AG. Die entsprechenden Zahlen werden in den Grafiken auf dieser Seite dargestellt.

Aus der gewonnenen Datenbasis können richtungsweisende Entscheidungen getroffen werden, wie das Beispiel der Gegenüberstellung von Holzpaletten und Kartonpaletten zeigt:

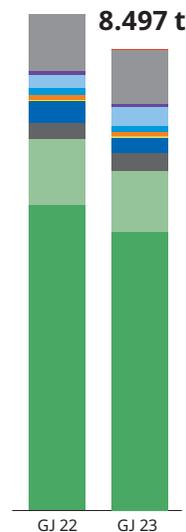
Weniger Holzpaletten (und stattdessen Kartonpaletten) bedeutet, dass Leerfahrten von LKWs verhindert und damit weniger CO₂ ausgestoßen wird. Es entsteht zwar ein Mehraufwand an Kartonabfall, der jedoch recycelt werden kann.

Durch das Tool **Food Waste Watcher** konnte IKEA Österreich das globale IKEA Ziel von 16 g Lebensmittelabfälle pro Ticket (pro Kassazettel) mit dem Wert 9,2 g pro Ticket im Geschäftsjahr 2023 bereits erreichen. Durch die Kooperation mit „**Too Good To Go**“ konnten im Geschäftsjahr 2023 zudem 5.001 Lebensmittelportionen in Form von Überraschungssackerln ausgegeben werden, wodurch Lebensmittelabfälle reduziert und 12.502 Kilogramm CO₂e vermieden werden konnten.

Plastik-Phase-out

IKEA hat sich global vorgenommen, die Verwendung von Kunststoff in Verbraucher:innen-Verpackungen schrittweise einzustellen, um damit einen großen Impact für die CO₂e-Reduktion zu schaffen. Der Ausstieg wird in Phasen erfolgen: beginnend mit dem neuen Sortiment bis 2025 und dem laufenden Sortiment bis 2028. Mit dieser Entscheidung will IKEA nicht nur den Plastikmüll und die Umweltverschmutzung reduzieren, sondern die Entwicklung von Verpackungslösungen vorantreiben, die auf erneuerbaren und recycelten Materialien basieren.

9.138 t



Abfall nach Art

	GJ 22	GJ 23	
	5.625 t 61,5%	5.125 t 60,3%	■ Papier/Papier
	1.202 t 13,2%	1.124 t 13,2%	■ Holz
	311 t 3,4%	332 t 3,9%	■ Metalle
	394 t 4,3%	265 t 3,1%	■ Kunststoffe
	26 t 0,3%	33 t 0,4%	■ Glas
	0 t 0%	1 t 0,1%	■ Textilien
	79 t 0,9%	88 t 1%	■ Gemischte Möbel
	132 t 1,4%	102 t 1,2%	■ Lebensmittelabfälle
	252 t 2,7%	352 t 4,1%	■ Organische Abfälle
	60 t 0,7%	69 t 0,8%	■ Elektrogeräte
	1.051 t 11,5%	976 t 11,5%	■ Gemischte nicht gefährliche Abfälle
	6 t 0,1%	30 t 0,4%	■ Gemischte gefährliche Abfälle
	9.138 t 100%	8.497 t 100%	Gesamt



(GRI 3-3)

Biodiversität

Bei Biodiversität bzw. biologischer Vielfalt handelt es sich für IKEA um ein zunehmend wichtiges Thema von globaler Relevanz, das vielfältige Ausprägungen hat:

- Die Beschaffung von Holz, Baumwolle und anderen Materialien in großen Mengen kann Monokulturen fördern und die biologische Vielfalt verringern.
- Forstwirtschaft zur Gewinnung von Holz, dem wichtigsten Material für IKEA Produkte, kann zu negativen Auswirkungen der Biodiversität in Wäldern führen, wenn sie nicht nach nachhaltigen Kriterien erfolgt.
- Großflächige Geschäfte und Parkplätze tragen zur Flächenversiegelung bei und beeinträchtigen ebenfalls die Biodiversität.
- Produkte am Ende ihrer Lebensdauer können sich negativ auf die biologische Vielfalt auswirken, etwa durch Chemikalien oder Mikroplastik.

Global hat sich IKEA das Ziel gesetzt, die Natur zu schützen und die Biodiversität in der Wertschöpfungskette, bei allen Investitionen und an den eigenen Standorten zu verbessern (siehe [Ingka Sustainability Report](#)). Auf lokaler Ebene wird der größte Hebel bei den IKEA Standorten und den entsprechenden Themen Neubau, Umbau und Sanierung identifiziert. Durch Maßnahmen in diesen Bereichen soll es gelingen, zur Verbesserung der lokalen Biodiversität beizutragen. Denn es ist ein Fakt, dass die Lage und Bauweise der Standorte in der Vergangenheit zu Bodenversiegelung geführt haben und dass dadurch die Biodiversität indirekt negativ beeinflusst wurde.

Erste Ideen und Aktivitäten für mehr biologische Vielfalt

Mit den Maßnahmen zu Biodiversität steht IKEA Österreich erst am Anfang, hat jedoch die potenziellen Auswirkungen erkannt und möchte im Geschäftsjahr 2024 konkrete Maßnahmen umsetzen. Erste Schritte zur Förderung der biologischen Vielfalt sind bereits sichtbar:

- **Expansion:** Neue Standorte wurden in Österreich in den letzten Jahren nicht mehr auf der „grünen Wiese“, sondern auf bereits versiegelten Flächen mit guter öffentlicher Erreichbarkeit errichtet, wie etwa das Einrichtungshaus Wien Westbahnhof (das an ein Landschaftsschutzgebiet angrenzt) und die Planungsstudios.
- **Begrünung der Standorte:** Maßnahmen wie zum Beispiel Bäume, Bienenstöcke und -hotels sowie Beerenstauden auf den IKEA Parkplätzen und Dächern geben der Natur etwas Raum zurück und fördern die Artenvielfalt.
- **Wiederansiedelung der Turmfalken und Mauersegler:** Auf den offenen Flächen des Standorts Wien Westbahnhof wurden 30 Nistplätze für Turmfalken und Mauersegler bereitgestellt.
- **Streuobstwiesen:** Hinter dem IKEA Einrichtungshaus in Graz befindet sich eine Streuobstwiese mit 40 Bäumen, die vom lokalen Team gepflegt wird. Neu im Herbst 2023: Das DC Wels pflanzt 15 heimische Obstbäume am Betriebsgelände.
- **Gemeinschaftsacker für Gemüseanbau:** Der Standort Linz/Haid hat 2021 einen 120 m² großen Acker gepachtet, der drei Kilometer vom Einrichtungshaus entfernt liegt. Dort konnten Mitarbeiter:innen gemeinsam Gemüse anbauen und ernten. Im Jahr 2022 wurde das Projekt abgeändert auf 15–20 einzelne Anbauflächen mit bis zu 60 m² (anstelle des 120-m²-Ackers), die von Mitarbeiter:innen-Teams bewirtschaftet werden. Der Gemüseanbau fördert sowohl die Biodiversität als auch das Verständnis und Wissen rund um saisonales Gemüse und den Zusammenhalt der Mitarbeiter:innen. 2021 konnten 300 kg Biogemüse geerntet werden, 2022 waren es schon 50–150 kg pro Team, je nach Fläche.

Berücksichtigt wurden bei der Errichtung aller Standorte auch mögliche angrenzende Schutzgebiete. Der Standort des Zentral-lagers in Wels grenzt an ein Vogelschutzgebiet (Welser Heide), der Standort Wien Westbahnhof an ein Landschaftsschutzgebiet. In beiden Fällen wurden diese Angrenzungen geprüft, und es sind keine speziellen naturschutzrelevanten Auflagen für den laufenden Betrieb für das DC Wels und Wien Westbahnhof auferlegt worden. Die bestehenden Auflagen, die für die Standorte gelten, sind auch für Anlagen, die nicht an das Schutzgebiet angrenzen, relevant. Beim Standort Wien Westbahnhof hat sich IKEA dennoch für freiwillige Umweltmaßnahmen entschieden, wie beispielsweise die Bäume an der Fassade.

Greenpass-Machbarkeitsstudie

Im Geschäftsjahr 2023 hat IKEA Österreich mit dem ClimateTech-Unternehmen Greenpass untersucht, wie man ein typisches älteres Einrichtungshaus hinsichtlich Klimafreundlichkeit sowie Biodiversität konkret verbessern kann. Das Ergebnis ist ein wissenschaftsbasierter Maßnahmenkatalog, der eine Auswahl an Möglichkeiten für alle zukünftigen Umbau- und Sanierungsprojekte darstellt. Aktuell werden die Erkenntnisse für den Umbau der Außenflächen am Standort Vösendorf genutzt.

Da IKEA, wie schon erwähnt, in Bezug auf Biodiversität noch am Anfang steht, gibt es hier zwar klare Bestrebungen und Ambitionen, allerdings fehlen noch eindeutige Zieldefinitionen und eine messbare Nachverfolgung. Da dieses Thema allerdings nicht nur IKEA Österreich betrifft, sondern Ingka auf globaler Ebene beschäftigt, sollen hierzu in den kommenden Geschäftsjahren Schritte zur Schließung dieser Lücke gesetzt werden.



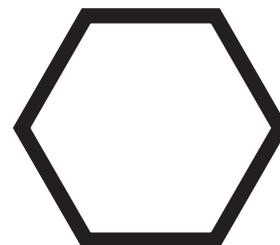
Ziele und Maßnahmen Better Planet

erreicht
 laut Plan
 im Rückstand
 vorerst gestoppt
 eingestellt

Ziele	Maßnahmen	Zieljahr	Status	Erklärung	Anmerkung
Die THG-Emissionen bis GJ 30 um 50 % zu verringern im Vergleich zum Basisjahr GJ 16.	Erstellen einer strategischen Roadmap für die CO ₂ -Reduktion in Österreich.	2030		Die CO ₂ -Roadmap inkl. Maßnahmen für die kommenden Geschäftsjahre wurde erstellt.	
Erneuerbare Heiz- und Kühlsysteme in 100 % der IKEA Gebäude in Österreich.	Umstellung aller eingesetzten Kühlmittel auf Kühlmittel mit geringerem CO ₂ -Fußabdruck.	2030		Ein Renewable Heating and Cooling Plan wurde erstellt, der die Umstellung der Kühlmittel beinhaltet. Im GJ 22/23 wurden zwei von zehn Gebäuden auf die CO ₂ -ärmeren Kühlmittel umgerüstet. An einem weiteren Standort wurde die Umrüstung gestartet.	
Alle eigenen/geleaste/gemeinsam genutzten Fahrzeuge in der IKEA Flotte sollen Elektrofahrzeuge oder andere emissionsfreie Optionen sein.	Sukzessiver Austausch von bestehenden Dienstfahrzeugen auf emissionsfreie Optionen bzw. bei Neuanschaffungen nur emissionsfreie Fahrzeuge.	2025		Im GJ 22/23 wurden keine neuen Dienstfahrzeuge angeschafft. Daher sind noch keine der Fahrzeuge auf emissionsfreie Fahrzeuge umgestellt. Bei Tausch oder Neuanschaffung wird dieses Ziel, das weiterhin bis 2025 besteht, aber umgesetzt.	
Verringerung der relativen THG-Emissionen durch An-/Abreise zum/vom Arbeitsplatz um 50 %.	Ausweitung der Homeoffice-Regelung, Ausbau der Radinfrastruktur, Verbesserung der öffentlichen Anbindung (z. B. neue Haltestelle der Badner Bahn), Ausbau der E-Ladeinfrastruktur.	2030		Unklar, inwiefern diese Infrastrukturinvestitionen tatsächlichen Einfluss auf die THG-Emissionen durch An-/Abreise zum/vom Arbeitsplatz haben werden.	Die Prozesse zur Berechnung der Scope-3-Emissionen der Ingka Gruppe, der auch IKEA Österreich angehört, werden aktuell auf globaler Ebene erstellt. Darunter fallen u. a. auch die Mitarbeiter:innen. IKEA Österreich muss sich in Bezug auf Ziele, Berechnungsarten und Prozesse auf globale Strukturen stützen, um vergleichbare Daten zu generieren.
100 % der Speditionslieferungen zu den Kund:innen nach Hause sollen mit Elektrofahrzeugen (EV) oder anderen emissionsfreien Lösungen erfolgen.	Umstieg auf Elektrofahrzeuge in Ballungszentren und andere emissionsfrei betriebene Fahrzeuge (wie z. B. mittels Wasserstoff-Brennstoffzellen) für Lieferungen im ländlichen Raum.	2025		Im Großraum Wien liefert IKEA schon zu 100 % emissionsfrei. In ganz Österreich ist mit Ende GJ 23 jede zweite Speditionslieferung von IKEA Österreich emissionsfrei durchgeführt worden. Aktuell investiert IKEA in Wasserstoff-Brennstoffzellen-betriebene Fahrzeuge (FCEV) für den ländlicheren Raum und arbeitet mit Partner:innen an der Verfügbarkeit von grünem Wasserstoff für den Betrieb der FCEV-Flotte.	Etappenziele: August 2024 sollen 80 % der Speditionslieferungen emissionsfrei sein.
Reduktion der CO ₂ -Emissionen bei Paketlieferungen.	Um neben der emissionsfreien Speditionslieferung auch die Paketzustellungen CO ₂ -frei durchzuführen, werden hier die Partner:innen-Anforderungen dahingehend adaptiert.	laufend		Aktuell gibt es kein konkretes Ziel im Zusammenhang mit der Zero-Emission-Paketzustellung. Dennoch arbeitet IKEA Österreich daran, hier Emissionen zu verringern. Mit Ende des GJ 23 wurden 9,6 % der Paketlieferungen durch Partner:innen-Unternehmen emissionsfrei zugestellt.	Sollte bis Ende des GJ 25 keine Zielvorgabe vom globalen Konzern implementiert sein, wird IKEA Österreich in Bezug auf die Zero-Emission-Paketzustellung ein lokales Ziel definieren.
Erfassung der Scope-3-relevanten Emissionen der Mitarbeiter:innen-Mobilität.	Umfrage zur Mitarbeiter:innen-Mobilität zur Erhebung des Ist-Standes.	2022		Die Umfrage wurde durchgeführt, und die Teilergebnisse wurden an die jeweiligen Standorte übergeben.	Die Prozesse zur Berechnung der Scope-3-Emissionen der Ingka Gruppe, der auch IKEA Österreich angehört, werden aktuell auf globaler Ebene erstellt. Darunter fallen u. a. auch die Mitarbeiter:innen. IKEA Österreich muss sich in Bezug auf Ziele, Berechnungsarten und Prozesse auf globale Strukturen stützen, um vergleichbare Daten zu generieren.
Reduktion der Lebensmittelabfälle auf maximal 16 g/Ticket.	Durch die Einführung von KI-gestützten Waagen wird die Lebensmittelplanung im Restaurant vorausschauender gestaltet und Portionsgrößen angepasst.	2030		IKEA Österreich hat dieses globale Ziel auf Landesebene schon erreicht. Aktuell fallen bei IKEA Österreich in etwa 9,2 g pro Ticket an.	
Reduktion von Lebensmittelabfällen durch Partnerkooperation mit „Too Good To Go“.	Start eines Pilotprojekts in drei Einrichtungshäusern mit 10.1.2022. Ausweitung auf alle Einrichtungshäuser in Österreich ab Jänner 2023.	2022/23		Durch die Kooperation konnten im GJ 22 2.548 Portionen gerettet und damit 6.370 kg CO ₂ e verhindert werden. Im GJ 23 waren es dann weitere 5.001 Portionen und 12.502 kg CO ₂ e.	
Kein Plastik bei den Produktverpackungen.	Phasenartige Umstellung von Verpackungsmaterialien. Bei neuem Sortiment wird das ab 2025 umgesetzt und bei bestehendem Sortiment bis 2028 umgestellt.	2028			
100 % Recycling aller Abfälle.	Verbesserung der Mülltrennung durch interne Projekte wie den „Zero Waste Contest“ (siehe Kapitel Abfall), Aufklärungsprojekt mit ARA für Kund:innen zum Thema Entsorgung und Mülltrennung, Zusammenarbeit mit Abfallverwertungspartner:innen.	2030		Aktuell werden 90 % der gesamten Betriebsabfälle recycelt. Die Erhöhung dieser Rate ist auch stark von der Verwertungsinfrastruktur in Österreich abhängig. Das Aufklärungsprojekt wurde gemeinsam mit ARA umgesetzt.	
30 % Reduktion von Füllmaterial bei Paketlieferungen durch Einsatz von „Box on Demand“-Packaging-Maschine in Strebersdorf.	Die „Box on Demand“-Maschine wurde installiert und ist im Einsatz.	2023			
Rückgabe von 50 % der Pappe und Kunststoffen, die aus den IKEA Einrichtungshäusern und der Rücknahme durch die IKEA Kund:innen stammen, an die IKEA Lieferkette.		2022			Korrektur zu erstem Bericht: Dieses Ziel wird so nicht umgesetzt.
Verringerung der relativen THG-Emissionen durch Kund:innen-An-/Abreise zu/von IKEA Standorten um 50 %.	Näher an die Kund:innen durch: <ul style="list-style-type: none"> die Eröffnung von Planungsstationen (St. Pölten, Wr. Neustadt) bis 2022. die Eröffnung von Planungsstudios (Wien Donauzentrum, Wien Auhof und Wels) bis 2024 Verbesserung der öffentlichen Anbindung (z. B. neue Haltestelle der Badner Bahn), Ausbau der E-Ladeinfrastruktur.	2030		Die Planungsstationen in St. Pölten und Wiener Neustadt wurden 2022 eröffnet. Während die Strategie „Näher an die Kund:innen“ planmäßig läuft, ist bei den weiteren Maßnahmen zur Emissionsreduktion durch Kund:innen-Fahrten unklar, inwiefern diese Infrastrukturinvestitionen tatsächlichen Einfluss auf die THG-Emissionen haben werden.	



Better Company



Better Company im Überblick

Was IKEA 2022/23 in Österreich bereits erreicht hat

- Seit dem Geschäftsjahr 2023 veröffentlicht die Ingka Gruppe jährlich einen **Steuerbericht**, der die Steuerdaten der einzelnen Länder enthält.
- Einführung von jährlich verpflichtenden Schulungen zum geltenden Verhaltenskodex (Code of Conduct) für alle Mitarbeitenden.
- **Im Geschäftsjahr 2023 konnte IKEA Österreich** entgegen dem Branchentrend um **11,07 %** wachsen.

Woran noch gearbeitet werden muss

- **Standardisierte Richtlinien** für Konsequenzen bei Verstößen von Lieferanten gegen den Code of Conduct.
- **Rekrutierung einer Ressource** für Reviews bei Lieferanten in Österreich, um die Einhaltung der IWAY-Standards zu kontrollieren.
- Ab dem Geschäftsjahr 2024 steht allen Mitarbeitenden die **IKEA Vertrauensstelle** zur Verfügung.

Im folgenden Kapitel werden jene für IKEA in Österreich als wesentlich identifizierten Themen dargestellt, die sich unmittelbar auf die Verantwortung des Unternehmens entlang seiner Wertschöpfungskette und als Teil der österreichischen Wirtschaft beziehen. Dies umfasst die Themen Transparenz, finanzielle Rentabilität, Steuern und die verantwortungsbewusste Beschaffung. Das Kapitel soll darüber informieren, welche Verpflichtungen, Ziele und Maßnahmen sich das Unternehmen gesetzt hat und welche Auswirkungen die Geschäftstätigkeit von IKEA auf Menschen und Gesellschaft hat.

74,64 %

aller Mitarbeitenden haben 2023 eine Auffrischung zum bestehenden Antikorruptions- und Compliance-Training dokumentiert durchgeführt

52,67 Mio. €

Steuerleistung von IKEA in Österreich im Geschäftsjahr 2022/23

89 %

Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten 2023 in Österreich

1

neues Planungsstudio (Linz) wurde im Geschäftsjahr 2023 eröffnet

4

neue **Abholstationen** zur besseren Erreichbarkeit für die Kund:innen

SDGs, zu denen IKEA Österreich beiträgt:





(GRI 3-3)

Transparenz als Basis für Fairness

IKEA Österreich verpflichtet sich, auf ehrliche Art und Weise zu wirtschaften, und zeigt keine Toleranz gegenüber Bestechung oder Korruption in jeglicher Form. Unethisches Verhalten widerspricht den Werten des Unternehmens und beschädigt das Vertrauen von Mitarbeiter:innen, Lieferanten, Kund:innen und anderen Interessengruppen. IKEA führt seine Geschäfte in einer integren und transparenten Art und Weise, die von Fairness, Respekt und Wertschätzung geprägt ist.

Unter Transparenz versteht IKEA dabei die Offenlegung von Informationen, die belegbar und nachvollziehbar machen, dass das Unternehmen ausnahmslos innerhalb des gesetzlichen Rahmens und immer innerhalb der selbst formulierten Standards agiert, die über geltende Gesetze hinausgehen. Darüber hinaus setzt IKEA auf freiwillige Transparenz und Offenlegungen, wie etwa mit diesem Nachhaltigkeitsbericht oder der Transparenz bei der Vergütungspolitik, beim Umsatz, bei Ausschreibungen, bei der Steuerleistung (siehe [Kapitel Steuern](#)) in Österreich oder bei Verträgen und Vereinbarungen im Rahmen einer verantwortungsbewussten Beschaffung (siehe [Kapitel Verantwortungsbewusste Beschaffung](#)).

Um dies sicherzustellen, hat IKEA interne Richtlinien eingeführt, die im Umgang mit und zwischen allen Mitarbeitenden, Geschäftspartner:innen und Kund:innen einzuhalten sind.

Darunter fallen:

- Verhaltenskodex (Code of Conduct)
- Richtlinien für den Bereich People & Culture (HR)
- Richtlinie für das interne Beschwerdemanagement (Trust Line)
- Richtlinien gegen Bestechung und Korruption
- Richtlinie gegen Geldwäsche
- Richtlinie für Steuern und Abgaben
- Richtlinie für Investitionen
- Richtlinie für den Bereich Nachhaltigkeit
- Richtlinien für Compliance und Risikomanagement
- Richtlinie für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Richtlinie zur Einhaltung der Menschenrechte und Gleichheit/Gerechtigkeit
- Der IWAY-Standard zur Einhaltung aller Sorgfaltspflichten entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Code of Conduct für alle Lieferanten)
- Richtlinie für sämtliche Geschäftsbeziehungen
- Richtlinien für das Informationsmanagement
- Richtlinie mit Ethikstandards für den digitalen Bereich
- Richtlinien für Produktsicherheit und Produktqualität

IKEA respektiert die Menschenrechte und die Rechte von Kindern, indem die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und die Grundsätze für die Rechte von Kindern in der Wirtschaft strikt umgesetzt werden. Auch für die Bereiche Marketing und Kommunikation gibt es verpflichtende Grundsätze, die gewährleisten, dass die Marke IKEA in keiner Weise beworben wird, die sich dem Verständnis oder der Kontrolle von Kindern entzieht.



(GRI 2-26, GRI 2-28, GRI 205-2)

Um die Einhaltung aller geltenden Vorschriften zu gewährleisten und sicherzustellen, dass alle Mitarbeitenden bei IKEA sämtliche Vorschriften und Regeln im Unternehmen kennen und einhalten, ist es verpflichtend, jährlich eine Schulung zum geltenden Verhaltenskodex (Code of Conduct) zu absolvieren.

Um Bestechung und Korruption vorzubeugen, nehmen alle Mitarbeitenden bei IKEA in relevanten und sensiblen Unternehmensbereichen an einem verpflichtenden Antikorruptions- und Compliance-Training teil. Das Rahmenwerk dafür wird bei IKEA „ABC“ genannt und gilt im Unternehmen weltweit. Das Auffrischungstraining wurde im Jahr 2023 von 74,64 % aller Mitarbeitenden in den genannten Positionen dokumentiert durchgeführt.

Die Nichteinhaltung oder Missachtung von geltenden Richtlinien und Vorschriften kann für Mitarbeitende, Partner:innen und Lieferanten

von IKEA arbeitsrechtliche und/oder strafrechtliche Konsequenzen haben. Auch die Beendigung von Arbeitsverhältnissen oder Geschäftsbeziehungen gehören zu den Konsequenzen bei Verstößen.

Zur Bewusstseinsbildung hinsichtlich eines ethischen und rechtskonformen Umgangs mit Kund:innen-Daten und der Handhabung digitaler Technologien werden alle Mitarbeitenden, die mit etwaigen personenbezogenen Daten in Kontakt stehen, jährlich mittels verpflichtenden Trainings geschult.

Die Verantwortung für das Thema Transparenz liegt bei IKEA Österreich in der Position des Country Business Risk & Compliance Officers.

Seit Dezember 2023 steht allen Mitarbeitenden im Bereich Transparenz eine Whistleblowing-Plattform („IKEA Vertrauensstelle“) zur Verfügung. Die IKEA Vertrauensstelle ist eine gesetzlich vorgesehene Einrichtung, um

Fehlverhalten zu melden, und dient zur Meldung von Fehlverhalten und kritischen Anliegen. Neben dem Country Business Risk & Compliance Officer, an den sich Mitarbeitende bei Compliance-Verstößen wenden können, hat IKEA Österreich einen starken und engagierten Betriebsrat, den Mitarbeitende mit ihren Anliegen jederzeit vertrauensvoll adressieren können.

Ausblick und Auftrag beim Thema Transparenz

Transparenz ist für IKEA ein wesentliches Thema, das auch durch die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse eine neue Priorität für die kommenden Geschäftsjahre erhalten hat. Der Bereich ist komplex, da das Thema Transparenz in unterschiedlichsten Unternehmensbereichen hohe Relevanz hat. Die Frage, die IKEA nun im nächsten Schritt beantworten möchte, betrifft die sinnvolle und effektive Strukturierbarkeit und Zentralisierung des Themas im Unternehmen.

Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen

- Handelsverband
- respACT
- WWF Climate Group
- Österreichische Gesellschaft für Kommunikation und Reputation
- PRVA – Public Relations Verband Austria
- myAbility
- Klimabündnis Österreich

Feedback von außen



Dr. in Eva Angerler
GPA, Abteilung Arbeit & Technik

„Um die Nachhaltigkeitsleistung von IKEA für eine breite Öffentlichkeit transparenter zu machen, würden wir uns wünschen, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung stärker an den übergeordneten Nachhaltigkeitszielen ausgerichtet wird, Entwicklungsschritte im Zeitverlauf erkennbar sind und in Bezug auf die gesamte Wertschöpfungskette informiert wird. Als Gewerkschaft und Stakeholder im sozialen Bereich wünschen wir uns fokussierten Dialog mit uns und den Betriebsrät:innen zur Verbesserung der Kultur der Zusammenarbeit, in der unterschiedliche Interessen offen angesprochen werden können und in einer vertrauensvollen Weise an fairen und kreativen Lösungen für gute Arbeit und den Schutz unseres Klimas gearbeitet werden kann.“





(GRI 3-3)

Finanzielle Rentabilität

Das wirtschaftliche Handeln von IKEA ist geprägt von den Unternehmenswerten und der Vision, den vielen Menschen einen besseren Alltag zu ermöglichen. Um dies langfristig möglich zu machen, bedarf es der wirtschaftlichen Stabilität des Unternehmens, welche durch folgende vier Maßnahmen gewährleistet wird:

- IKEA agiert in Österreich kostenbewusst, damit alle Kund:innen von günstigen Preisen profitieren können.
- Verantwortungsvoller Umgang mit Steuern und Abgaben.
- Wahrung der finanziellen Unabhängigkeit.
- Investitionen in Standorte und den Transportbereich, um IKEA nachhaltiger zu gestalten.

IKEA Österreich ist sich der Risiken und Gefahren bewusst, die eine Verschlechterung der finanziellen Rentabilität mit sich bringen kann. Potenzielle Maßnahmen könnten einen Einstellungsstopp oder Personalabbau sowie die Schließung von Standorten oder Unternehmensbereichen umfassen. Diese könnten sich negativ auf die Markenreputation auswirken und von der gezielten Arbeit an der langfristigen Unternehmensvision ablenken. Generell arbeitet IKEA in vielen Geschäftsbereichen mit unterschiedlichen Szenarien, um auf Abweichungen adäquat und zeitgerecht

reagieren zu können. Das können Einsparungen sein, aber auch Investitionen.

Das Unternehmen arbeitet im Einklang mit der globalen Finanzstrategie. Alle Budgets unterliegen klaren und strengen Kontrollmechanismen innerhalb der Governance-Struktur von IKEA und werden monatlich geprüft. IKEA wird im Finance-Bereich in der nächsten Berichtsperiode auf neue Technologien setzen, um die Effizienz in diesem wichtigen Unternehmensbereich zu verbessern. Dazu gehört etwa ein geplanter Wechsel auf SAP.

Qualität und Leistung als oberste Priorität

Preise, die so günstig sind, dass möglichst viele Menschen sie sich leisten können, haben bei IKEA eine lange Tradition und stehen seit der Gründung des Unternehmens vor über 80 Jahren im Fokus – dies ist nach wie vor die oberste Priorität bei IKEA. Schon der schwedische Unternehmensgründer Ingvar Kamprad hat im Jahr 1976 unternehmensweit zu höchstem Preis- und Qualitätsbewusstsein im Sinne der Kund:innen gedrängt. Doch die Vielzahl der Krisen und die damit verbundene Teuerung führte auch bei IKEA zu höheren Kosten entlang der Lieferkette. IKEA war in den letzten Monaten durch die hohe Inflation gezwungen, seine Preise zu erhöhen. Deswegen konzentrierte sich das Unternehmen stark auf die Senkung der Betriebskosten und die Verbesserung der Effizienz – durch Investitionen in Technologie und Schulungen

für Mitarbeiter:innen, die Umgestaltung von Einrichtungshäusern und die Einführung erschwinglicherer Dienstleistungen. Mittlerweile konnten die Preise von tausenden Produkten auch in Österreich wieder reduziert werden. Zu Redaktionsschluss waren das konkret bereits die Preise von rund 6.000 Produkten aus dem eigenen Sortiment (das entspricht mehr als der Hälfte des Gesamt-sortiments), um dem Anspruch des Unternehmens – nämlich eine möglichst niedrige und damit leistbare Preisgestaltung für die vielen Menschen zu schaffen – gerecht zu werden. Grund dafür sind positive wirtschaftliche Entwicklungen entlang der Lieferkette, deren vorteilhafter Effekt nun in Form von reduzierten Preisen, durch die bewusste Entscheidung für geringere Gewinnmargen, an die Kund:innen weitergegeben wird.

Darüber hinaus leistete IKEA Österreich durch seine Steuern einen Beitrag zur Verbesserung der Rahmenbedingungen innerhalb der österreichischen Gesellschaft. Im Geschäftsjahr 2023 hat IKEA Österreich eine Gesamtsteuerleistung von 52,67 Millionen Euro gezahlt. Auf globaler Ebene profitiert die Stichting INGKA Foundation auch vom Beitrag aus Österreich, der gemeinnützige Projekte auf der ganzen Welt mitfinanziert. IKEA hat im Geschäftsjahr 2023 darüber hinaus 174.335,23 Euro an Spenden für österreichische Organisationen und Projekte mit einem gemeinnützigen Zweck zur Verfügung gestellt (siehe [Kapitel Steuern](#)).

Investitionen im Geschäftsjahr 2022/23

Investitionsseitig flossen über 40 Millionen Euro in die Aufwertung von bestehenden Standorten und Services und damit zurück ins Unternehmen oder wurden in den Geschäftsausbau investiert. Knapp ein Viertel davon (9,1 Millionen Euro) wurden in Nachhaltigkeitsprojekte & -maßnahmen investiert.

Umsatz (brutto)	1.016.000.000,00 €
Personalkosten	158.010.599,72 €
Spenden	174.335,23 €
Investitionen	34.761.646,08 €
Ergebnis vor Steuern	58.531.149,31 €
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	12.613.130,30 €
Jahresgewinn	45.918.019,01 €

(Auszug)



(GRI 3-3, GRI 207-1, GRI 207-2)

Transparente Abgaben- und Steuerpolitik

Das gesetzeskonforme Abführen von Steuern und Abgaben ist für IKEA nicht nur eine rechtliche Verpflichtung, sondern ein entscheidender Faktor der Unternehmensverantwortung. IKEA hat sich deshalb dazu verpflichtet, eine transparente, ethisch fundierte und gesellschaftlich verantwortungsvolle Steuerpolitik umzusetzen.

Die Auswirkungen einer Unternehmenssteuerpolitik sind vielschichtig und können weitreichende Konsequenzen haben. Eine verantwortungsbewusste, nachhaltige Steuerpolitik hat das Potenzial, positive Veränderungen in Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft zu bewirken, während eine unaufmerksame oder unethische Steuerpraxis ernsthafte negative Auswirkungen auf die Menschenrechte und das Wohlergehen der Gemeinschaft haben kann. Daher ist es entscheidend, dass IKEA seine Steuerpolitik kontinuierlich überprüft und anpasst, um sicherzustellen, dass sie den höchsten Standards ethischen Handelns entspricht und gleichzeitig positive Auswirkungen hat.

In der Vergangenheit stand IKEA global aufgrund zu wenig transparenter Kommunikation zu Steuerpflichten und Abgaben immer wieder in der öffentlichen Kritik. Dem wurde im Berichtszeitraum gegengesteuert. Die globalen Steuergrundsätze und -leistungen von IKEA werden nun jährlich veröffentlicht, und IKEA ist Unterzeichner der B Team Responsible Tax Principles. Um die Transparenz bei diesem Thema bestmöglich zu gewährleisten, enthält der Steuerbericht der Ingka Gruppe auch die Steuerdaten aller einzelnen Länder, in denen IKEA tätig ist.

🔗 Die Grundsätze und Standpunkte von IKEA finden sich im [globalen Steuerbericht](#)

IKEA Österreich legt großen Wert auf Transparenz in Bezug auf seine steuerlichen Angelegenheiten. Die Einhaltung aller geltenden Steuergesetze ist für IKEA von höchster Bedeutung. Das Unternehmen verpflichtet sich, sämtliche Steuerzahlungen pünktlich und korrekt zu leisten und alle erforderlichen Offenlegungen gegenüber den Steuerbehörden vorzunehmen. Dabei wird darauf geachtet, steuerliche Optimierung und aggressive Steuervermeidungsstrategien nicht anzuwenden. IKEA betrachtet seine Steuerzahlungen als Beitrag zur lokalen Wirtschaft und Gemeinschaft.

Das Unternehmen nutzt steuerliche Anreize für umweltfreundliche Projekte und grüne Technologien, um seinen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und gleichzeitig von steuerlichen Vorteilen zu profitieren.

IKEA investiert in die Schulung und Sensibilisierung seiner Mitarbeitenden bezüglich ethischer und nachhaltiger Steuerpraktiken. Ein Verständnis für die Auswirkungen von steuerlichen Entscheidungen auf das Unternehmen und die Gesellschaft trägt dazu bei, eine Kultur der Verantwortung und Transparenz zu fördern.

Kontrolle und Evaluierung

Um sicherzustellen, dass die implementierten Maßnahmen zur Vermeidung negativer Auswirkungen in der Steuerpolitik von IKEA wirksam sind, hat das Unternehmen ein strukturiertes Überwachungs- und Evaluierungssystem etabliert. Die Nachverfolgung der Wirksamkeit erfolgt durch **regelmäßige interne jährliche Audits**, die Entwicklung und Überwachung von Key Performance Indicators (KPIs) sowie externe Überprüfungen und Zertifizierungen.

Periodische Schulungen für Mitarbeiter:innen

Regelmäßige Schulungen für Mitarbeiter:innen gewährleisten, dass das Bewusstsein für ethische Steuerpraktiken aufrechterhalten wird. Die Wirksamkeit der Schulungen wird durch die Überwachung der Compliance und das Verständnis der Mitarbeiter:innen für ethische Grundsätze bewertet.



Steuerkennzahlen IKEA Österreich im Geschäftsjahr 2023

Ergebnis vor Steuern	58.531.149,31 €
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	12.613.130,30 €

Die Steuerabteilung von IKEA Österreich ist der österreichischen CFO unterstellt und berichtet auch an die Konzernsteuerabteilung in der niederländischen Stadt Leiden.





(GRI 3-3, GRI 2-25)

Verantwortungsbewusste Beschaffung bei IKEA

Verantwortungsbewusste Beschaffung stärkt die ethische Reputation eines Unternehmens, minimiert Risiken in der Lieferkette und fördert langfristige Partnerschaften mit Lieferanten. Dies trägt nicht nur zur Wettbewerbsfähigkeit bei, sondern zeigt auch das Engagement für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. IKEA sieht es in seiner Verantwortung, den Sorgfaltspflichten in Bezug auf Arbeitspraktiken und Umwelteinflüssen entlang seiner Wertschöpfungskette nachzukommen, und unterstützt das von internationalen Organisationen geforderte EU-Lieferkettengesetz.

Um mögliche Risiken zu vermeiden, gibt es bei IKEA ein Regelwerk, das eine verantwortungsbewusste Beschaffung festlegt und für alle Lieferanten gilt. Dadurch wird sichergestellt, dass potenzielle negative Auswirkungen im Zusammenhang mit den wirtschaftlichen Aktivitäten von IKEA bestmöglich verhindert werden.

Seit über 20 Jahren bildet der IKEA Code of Conduct, genannt IWAY (siehe [hier](#)) unter anderem auch die Nachhaltigkeitsanforderungen an die Lieferanten von IKEA entlang der Wertschöpfungskette ab. IWAY (IKEA Way for Responsibly Procuring Products, Services, Materials and Components) basiert auf international anerkannten Standards und Grundsätzen für Menschenrechte, Umweltschutz, Arbeitnehmer:innen-Gesundheit und Arbeitnehmer:innen-Sicherheit sowie auf den IKEA Werten und der Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen.

Bei IKEA Österreich sind unterschiedliche Abteilungen für die Beschaffung verantwortlich: Einerseits agiert Customer Fulfillment Sourcing als einkaufende Partei. Andererseits sind es aber auch die Einrichtungshäuser selbst oder etwa das Service Office (die Landeszentrale), die im Rahmen von Beträgen unter 100.000 Euro einkaufen. Bei wiederkehrenden Einkäufen durch das Service Office oder die Einrichtungshäuser müssen die Bestellungen über das interne Einkaufssystem getätigt werden. In diesem System befinden sich nur jene Zulieferer, die offiziell angelegt wurden und die IWAY-Basisanforderungen erfüllen. Bei einem Ausgabebetrag von über 100.000 Euro pro Jahr unterstützt Group Procurement.

**IWAY**

The Code of Conduct for IKEA Suppliers – IKEA global

Die Beschaffung als solches sowie die konkrete Verankerung von IWAY sind in den Standard Operating Procedures Procurement sowie IWAY Standard Operating Procedure für die gesamte Ingka Gruppe und damit auch für IKEA Österreich festgehalten. Zusätzliche Anforderungen, die über die genannten Vorgaben hinausgehen, werden von IKEA Österreich individuell definiert und mit den jeweiligen Lieferanten schriftlich vereinbart.

Die positiven Auswirkungen der verantwortungsbewussten Beschaffung bestehen vor allem darin, dass IKEA ausschließlich wirtschaftliche Aktivitäten setzt bzw. setzen kann, die unter Einbeziehung des Codes of Conduct unter den dort definierten Bedingungen für Mensch und Umwelt stattfinden und auf denen eine Entwicklung in eine verbessernde Richtung aufgebaut werden kann.

Generell steht diesem positiven Effekt gegenüber, dass IKEA in Österreich nur Lieferanten aus dem Dienstleistungssektor für das Retail-Geschäft bezieht, da in Österreich keine Produktionsstätten von IKEA betrieben werden. Die Umweltauswirkungen für die in Österreich zugekauften Leistungen sind deshalb als gering zu bewerten, da diese gegenüber einem Produktionsstandort deutlich weniger ressourcenintensiv sind. Eine Ausnahme bildet der Transport von IKEA Produkten auf der letzten Meile. Potenziell negative Auswirkungen können entstehen, wenn IKEA unwissentlich durch seine Beschaffung Lieferanten beauftragt, die den Code of Conduct wissentlich oder unwissentlich verletzen.





IWAY in der Praxis

Anhand eines konkreten Beispiels soll transparent gemacht werden, wie etwa die Abteilung Customer Fulfillment IWAY in ihren Arbeitsweisen verankert hat:

- Verankerung der Verantwortung für Lieferanten in Job-Profilen. IWAY wird auch hier explizit als Grundlage genannt.
- Anwendung des ARC (Accountable, Responsible, Contributor)-Modells, welches alle Schritte der IWAY Standard Operating Procedure auf bestimmte Funktionen (nicht auf Individuen, sondern auf Job-Profile) herunterbricht.
- Konkrete Arbeitsvorgaben und Templates inklusive Freigabe in Form einer notwendigen 1st Line Verification.
- 2nd Line Verification (Reviews) durch einen Compliance Specialist.
- Verpflichtende IWAY-Trainings beim Onboarding neuer Teammitglieder.
- Konkrete Prozessvorgaben, um potenzielle Verstöße zu melden, zu bearbeiten, zu delegieren, zu verifizieren und zu lösen.

IWAY-Prozess

IWAY-MUST-Implementierungsphase



IWAY-BASIC-Implementierungsphase

12 Monate nach Vertragsunterschrift

Abschluss und Unterschrift Vertrag inkl. IWAY-Appendix
Lieferanten mit hohem oder mittlerem Risiko nur mit positiver Erstbewertung

IWAY-BASIC-Implementierung
Plan zur Risikominderung für Lieferanten mit hohem und mittlerem Risiko

Kontinuierliches Leistungsmanagement und -entwicklung für Lieferanten

nach den ersten 12 Monaten

Kontrolle der Lieferantenrisiken und der Einhaltung des Maßnahmenplans

IWAY-Verifizierung & -Audits
Lieferanten vereinbaren Maßnahmen zur Behebung von Verstößen

IWAY-Entwicklung

Da Customer Fulfillment als einer der Haupteinkäufer bei IKEA Österreich agiert, ist in dieser Abteilung der Prozess auch vollständig implementiert. Bei anderen Abteilungen, die seltener, aber dennoch Einkäufe tätigen, ist dies noch nicht flächendeckend der Fall. Vor allem in Bezug auf Schulungen rund um das Thema IWAY und die oben genannten Reviews gibt es noch

Nachholbedarf. IKEA Österreich hat sich daher als Ziel gesetzt, die Stelle der reviewenden Person in den kommenden Geschäftsjahren zu besetzen. Außerdem sollen alle Vertragslieferanten einem Risk Rating unterzogen und für alle High-Risk-Lieferanten ein Review durchgeführt bzw. zumindest ein Reviewplan erstellt werden.



So funktioniert IWAY bei IKEA in Österreich

- IWAY gilt als Code of Conduct für alle Lieferanten.
- Es erfolgt eine Risikobewertung vor Vertragsabschluss und eine Vorabprüfung (IWAY Initial Assessment) bei hohem Risiko.
- Aktive IWAY-Implementationsunterstützung durch den Business Owner im ersten Geschäftsjahr für Lieferanten mit hohem Risiko.
- Jährliche IWAY Performance Reviews durch den Business Owner (1st-Line-Verification-Aktivitäten) in den nachfolgenden Jahren für bestehende Vertragsverhältnisse im IWAY Scope.
- Basierend auf den jährlichen Performance Reviews, wird das Risiko ggf. neu definiert und 2nd-Line-Verification-Aktivitäten (Reviews) anberaumt.
- Bei Verstößen, die durch 1st oder 2nd Line Verifications oder durch andere Informationen wie z. B. mediale Berichterstattung bekannt werden, wird ein sogenannter Corrective Action Plan erstellt. Der jeweilige Business Owner ist dafür verantwortlich. Sogenannte schwere IWAY-MUST-Verstöße müssen innerhalb von zehn Tagen, sogenannte IWAY-BASIC-Verstöße innerhalb von 90 Tagen gelöst werden. Andernfalls werden Konsequenzen gezogen.
- Die implementierten Maßnahmen werden daraufhin vom jeweiligen Business Owner bzw. einer reviewenden Person kontrolliert und dokumentiert.
- Nun kommt es darauf an, ob der jeweilige Lieferant die IWAY-Standards durch die gesetzten Maßnahmen einhält oder nicht.

Herausforderungen in der Umsetzung

Grundsätzlich muss ein Lieferant, der gegen IWAY-Richtlinien verstoßen hat, konkrete Lösungen bzw. einen Korrekturmaßnahmenplan für die Zukunft anbieten, die das Problem in der jeweiligen Frist ausräumen. Dies erfolgt in enger Abstimmung und mit Unterstützung von IKEA.

Das Business Ownership ist noch nicht konsistent in allen Unternehmensbereichen definiert. Neben standardisierten Richtlinien bei Verstößen gegen IWAY stellt die fehlende Stelle für eine Review-Person im IWAY-Prozess eine große Herausforderung für IKEA Österreich dar. Daher konnten im Berichtszeitraum für neuen Lieferanten keine Reviews und Audits durchgeführt werden. Wie oben beschrieben, soll diese Stelle in der kommenden Berichtsperiode wieder besetzt werden.*

Ausblick auf die Zukunft der Beschaffung

Der aktuelle Fokus liegt auf dem Feststellen und dem Beheben von grundlegenden Verstößen gegen IWAY-MUST- und -BASIC-Anforderungen, die sich mehrheitlich auch mit den gesetzlichen Anforderungen decken (Basic Compliance). In Zukunft soll die nachhaltige Entwicklung der Lieferanten vorangetrieben werden. So sollen zukünftig auch Anforderungen der Stufen Advanced und Excellent aus dem Code of Conduct erfüllt werden. Diese gehen weiter als die zwingend einzuhaltenden Anforderungen der MUST- und BASIC-Levels bzw. der gesetzlich vorgeschriebenen Anforderungen. Besonders wichtig ist die möglichst zeitnahe Schaffung einer Ressource für die Kontrolle von Lieferanten beim Thema IWAY Compliance.

Die 10 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

* Zu Redaktionsschluss (März 2024) hat der Rekrutierungsprozess für diese Stelle schon begonnen.



Ziele und Maßnahmen Better Company

✓ erreicht
→ laut Plan
⋯ im Rückstand
⏸ vorerst gestoppt
✗ eingestellt

Ziele	Maßnahmen	Zieljahr	Status	Erklärung	Anmerkung
Verpflichtende Auffrischungsschulungen zum Verhaltenskodex werden von 100 % der Mitarbeiter:innen abgeschlossen.	Jährliche Zuweisung der Online-Schulung an alle Mitarbeiter:innen im internen Schulungstool (MyLearning) mit einem klaren Datum, bis wann die Schulung gemacht werden muss.	jährlich	→	Die Schulung wurde im GJ 23 von 74,64 % aller Mitarbeitenden in den relevanten Positionen dokumentiert durchgeführt.	
Verpflichtende Auffrischungsschulungen gegen Korruption und Bestechung werden von 100 % der relevanten Mitarbeiter:innen abgeschlossen.	Jährliche Zuweisung der Online-Schulung an alle Mitarbeiter:innen, die diese absolvieren müssen. Das geschieht über das interne Schulungstool (MyLearning) mit einem klaren Datum, bis wann die Schulung gemacht werden muss.	jährlich	→		
Verpflichtende Schulungen zu IWAY werden von 100 % der relevanten Mitarbeiter:innen abgeschlossen.	Überarbeitung der IWAY-Schulung, Zuweisung an alle relevanten Mitarbeiter:innen über das interne Schulungstool (MyLearning) mit klarem Datum, bis wann die Schulung gemacht werden muss.	2022	⋯	Dieses Ziel konnte im Berichtszeitraum nicht erreicht werden.	Erweiterung des Zieljahres auf das GJ 25.
100 % der Vertragslieferanten halten jedes Jahr die IWAY-Vorschriften ein.	Jährliche Lieferantenaudits.	jährlich	⋯	Die Auditstelle war in Österreich im Berichtszeitraum unbesetzt, daher konnten keine dezidierten Audits durchgeführt werden.	In GJ 24/25 soll eine Auditstelle in Österreich besetzt werden: 100 % der Vertragslieferanten sollen einem Risk Rating unterzogen und bei allen High-Risk-Lieferanten eine Review durchgeführt bzw. ein Reviewplan erstellt werden.
100 % der Procurement-Verträge auf IWAY 6.0 abändern.	Anfragen an Vertragspartner:innen stellen und Einhaltung überprüfen.	jährlich	→	Die Anfragen wurden gestellt. Aktuell kann die Einhaltung noch nicht überprüft werden (fehlende Auditstelle).	In GJ 24/25 soll eine Auditstelle in Österreich besetzt werden: 100 % der Vertragslieferanten sollen einem Risk Rating unterzogen und bei allen High-Risk-Lieferanten eine Review durchgeführt bzw. ein Reviewplan erstellt werden.



Better Lives | Better Planet | Better Company

Kennzahlen

Better Lives

GRI	Kennzahlen Mitarbeiter:innen	GJ 20	GJ 21	GJ 22	GJ 23
2-7	Durchschnittsbelegschaft	3.143	3.487	3.645	3.516
	Gesamtbelegschaft (alle Mitarbeiter:innen, die innerhalb des Geschäftsjahres beschäftigt waren)	4.005	4.438	4.403	4.256
405-1	davon Männer	1.717	1.942	1.933	1.868
	davon Männer [%]	42,87 %	43,76 %	43,90 %	43,83 %
	davon Frauen	2.288	2.496	2.467	2.382
	davon Frauen [%]	57,13 %	56,24 %	56,03 %	55,89 %
	davon Divers	n. a.	n. a.	2	6
	davon Divers [%]	n. a.	n. a.	0,05 %	0,14 %
	Contractors (Headcounts)	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
	IKEA Mitarbeiter:innen (Headcounts)	4.005	4.438	4.403	4.256
	davon Vollzeit	1.875	2.123	2.196	2.174
	davon Teilzeit	2.130	2.315	2.206	2.082
	davon befristet	573	508	396	282
	davon unbefristet	3.572	4.127	4.145	4.050
	davon unbefristet Frauen	2.017	2.318	2.331	2.271
	davon unbefristet Divers	n. a.	n. a.	1	3
	davon unbefristet Männer	1.556	1.810	1.814	1.776
	Lehrlinge	80	82	89	107
	davon Frauen	50	43	49	53
	davon Männer	30	39	39	50
	davon Divers			1	4
401-3	Elternteilzeit gesamt	99	119	108	104
	davon Frauen	96	116	104	100
	davon Frauen [%]	96,97 %	97,48 %	96,30 %	96,15 %
	davon Männer	3	3	4	4
	davon Männer [%]	3,03 %	2,52 %	3,70 %	3,85 %
	davon Divers	0	0	0	0
	davon Divers %	0 %	0 %	0 %	0 %
	Mutter-/Vaterkarenz				
	Mutterkarenz	190	206	194	194
	Mutterkarenz [%]	75,70 %	89,18 %	92,38 %	96,04 %
	Vaterkarenz	61	25	16	8
	Vaterkarenz [%]	24,30 %	10,82%	7,62 %	3,96 %
	Diverse	0	0	0	0
	Diverse [%]	0 %	0 %	0 %	0 %



Better Lives

GRI	Kennzahlen Mitarbeiter:innen	GJ 20	GJ 21	GJ 22	GJ 23
	Rückkehr aus der Karenz	115	127	110	115
	Rückkehr aus der Karenz [%]	93,50 %	96,95 %	93,22 %	92,74 %
	davon Frauen	92,52 %	96,40 %	91,49 %	91,59 %
	davon Männer	100 %	100 %	100 %	100 %
	davon Divers	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
	Rückkehr nach Karenz nach 12 Monaten	Wird derzeit noch nicht ausgewertet, ist mit neuem Zeiterfassungstool geplant			
	Freigestellte Mitarbeiter:innen	0	0	0	0
	Mitarbeiter:innen mit Sabbatical	0	0	0	0
405-1	Alter				
	unter 30	1.598	1.769	1.675	1.573
	unter 30 [%]	39,90 %	39,86 %	38,04 %	36,91 %
	30-50	1.863	2.065	2.195	2.118
	30-50 [%]	46,52 %	46,53 %	49,85 %	49,69 %
	ab 50	544	604	519	556
	ab 50 [%]	13,58 %	13,61 %	11,79 %	13,05 %
	Österreichische Staatsbürgerschaft	2.866	2.994	2.869	2.743
	Österreichische Staatsbürgerschaft [%]	71,56 %	67,46 %	65 %	64 %
	Andere Staatsbürgerschaft	1.139	1.444	1.547	1.549
	Personen mit Behinderung	-	68	88	n.a.
	Personen mit Mitarbeiter:innen-Verantwortung	365	386	389	398
	davon Männer	182	189	188	180
	davon Männer [%]	49,86 %	48,96 %	48,33 %	45,23 %
	davon Frauen	183	197	201	218
	davon Frauen [%]	50,14 %	51,04 %	51,67 %	54,77 %
	davon unter 30	39	41	46	51
	davon unter 30 [%]	10,68 %	10,62 %	11,83 %	12,81 %
	davon 30-50	264	276	277	276
	davon 30-50 [%]	72,33 %	71,50 %	71,21 %	69,35 %
	davon ab 50	62	69	66	71
	davon ab 50 [%]	16,99 %	17,88 %	16,97 %	17,84 %



Better Lives

GRI	Kennzahlen Mitarbeiter:innen	GJ 20	GJ 21	GJ 22	GJ 23
401-1	Gesamte Personalstandsentwicklung (Austritte)	846	965	1.018	894
	davon Männer	392	437	481	412
	davon Frauen	454	528	537	481
	davon Divers	n. a.	n. a.	0	1
	davon unter 30	454	537	577	485
	davon 30-50	320	358	378	351
	davon ab 50	72	70	63	58
	Mitarbeiter:innen-Fluktuation (reine Mitarbeiter:innen-Kündigungen)	415	525	713	601
	Mitarbeiter:innen-Fluktuation (DG + DN-Kündigungen) [%]	54,89 %	63,79 %	70,04 %	67,23 %
	Mitarbeiter:innen-Fluktuation (nur DN-Kündigungen) [%]	44 %	35 %	49,80 %	47,43 %
	Gesamte Personalstandsentwicklung [%]	24,33 %	23,66 %	27,93 %	25,43 %
	Neueinstellungen	1.269	1.363	712	810
	Neueinstellungen [%]	31,69 %	30,71 %	16,17 %	19,01 %
	davon Männer	586	629	340	545
	davon Frauen	683	734	371	630
	davon Divers	n. a.	n. a.	1	1
	davon unter 30	716	791	457	552
	davon 30-50	477	505	230	228
	davon ab 50	76	67	25	30
	Homeoffice Days	-	-	56.402	53.319
404-1	Weiterbildungsstunden gesamt	64.762	76.601	55.199	40.900
	Durchschnittlich investierte Trainingsstunden: Mitarbeiter:innen	4,73	10,93	10,82	12,63
	davon Männer	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
	davon Frauen	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
	Durchschnittlich investierte Trainingsstunden: Manager:innen	12,45	28,35	31,14	29,95
	davon Männer	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
	davon Frauen	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
	Weibliche Teilnehmende an Leadership-Programmen	n. a.	56,20 %	54,55 %	50,29 %
	Männliche Teilnehmende an Leadership-Programmen	n. a.	43,80 %	45,45 %	49,71 %
404-3	Prozentsatz der Mitarbeiter:innen, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	93 %	95 %	81,80 %	77,07 %
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden		Alle Leistungen werden FT- und PT-Mitarbeiter:innen gewährt		
405-2	Verhältnis Grundvergütung von Frauen zu Männern	1,98 %	1,38 %	1,98 %	1,10 %
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	n. a.	2	0	0
2-30	Tarifverträge – Prozentsatz der gesamten Angestellten, die von Tarifverträgen erfasst sind	100 %	100 %	100 %	100 %
2-8	Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind (Arbeiter:innen)	1.324	1.456	1.481	1.412
	Angestellte	1.739	1.949	2.075	1.997
	Lehrlinge	80	82	89	107
	Leiharbeitnehmer:innen	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.



Better Lives

GRI	Kennzahlen Arbeitssicherheit	Berechnung	Eigene Mitarbeiter:innen GJ 20	Eigene Mitarbeiter:innen GJ 21	Eigene Mitarbeiter:innen GJ 22	Eigene Mitarbeiter:innen GJ 23
403-8	Mitarbeiter:innen, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind		100 %	100 %	100 %	100 %
403-9	Arbeitsunfälle mit Todesfolge	Anzahl	0	0	0	0
	Häufigkeit tödlicher Arbeitsunfälle	pro Mio. Arbeitsstunden	0	0	0	0
	Arbeitsbedingte Verletzungen mit schwerer Folge	Anzahl	0	0	0	0
	Häufigkeit der arbeitsbedingten Verletzungen mit schwerer Folge	pro Mio. Arbeitsstunden	0	0	0	0
	Summe aller Unfälle (TRI)	Anzahl	151	169	291	263
	Häufigkeit der gesamtberichtspflichtigen Arbeitsunfälle (TRIF)	pro Mio. Arbeitsstunden	46,30	39,23	64,91	67,47
	Beinaheunfälle	Anzahl	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
	Ausfalltage	Anzahl	867,25	594,25	486	515
	Arbeitsunfälle mit Ausfallzeit (LTI)	Anzahl	0	2	n. a.	n. a.
403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	Anzahl	wird noch nicht erhoben			



Better Planet

GRI	Planetarischer Fußabdruck [t CO ₂ e]	GJ 20	GJ 21	GJ 22	GJ 23
305-1	Gesamter planetarischer Fußabdruck (exkl. Transport)	2.402	1.912	1.457	1.568
	Energie - Scope 1 (Fußabdruck, inkl. Kältemitteln, exkl. Transport)	679	670	568	533
	Vor Ort eingesetzte fossile Brennstoffe (Fußabdruck)	381	551	481	127
	Vor Ort eingesetzter Biokraftstoff (Fußabdruck)	55	18	15	39
	Kältemittel (Fußabdruck)	242	102	71	368
305-2	Energie - Scope 2 (Fußabdruck)	1.412	969	597	711
	Elektrizität (Fußabdruck)	109	42	0	0
	Fernwärme (Fußabdruck)	1.303	927	597	711
	Fernkälte (Fußabdruck)	-	0	0	0
	Wasser (Fußabdruck)	74	59	100	120
305-3	Abfallbehandlung (Fußabdruck)	237	214	193	204
	Energie (inkl. Kältemitteln, exkl. Transport)	2.090	1.639	1.165	1.244
305-5	Intensität der THG-Emissionen [kg/m²]	8,12	6,39	4,86	5,23
	Fläche [m ²]	295.752	299.179	299.619	299.794
Gesamter Energieverbrauch [kWh]					
302-1	Gesamte verbrauchte Energie	39.060.486	39.608.301	44.626.778	45.189.982
	Elektrizität - Verbrauch	26.658.700	27.080.293	31.866.390	30.208.461
	Fernwärme - Verbrauch	6.847.173	8.551.980	8.898.085	10.734.052
	Erdgas - Vor-Ort-Verbrauch	1.825.558	2.639.575	2.321.429	580.399
	Diesel, 100 % mineralisch - Vor-Ort-Verbrauch	119.748	139.847	90.352	79.469
	Diesel-Biokraftstoff-Gemisch - Vor-Ort-Einsatz	25.677	19.920	wird nicht mehr eingesetzt	wird nicht mehr eingesetzt
	Biomasse, holzbasiert - Vor-Ort-Einsatz	3.583.630	1.176.686	1.450.522	3.587.601
Gesamte Energieeffizienz [kWh/m²]					
302-3	Energieeffizienz kWh/m²	110,89	108,07	112,89	117,98
	Elektrizität	75,96	74,19	80,78	79,01
	Fernwärme	19,51	23,43	22,56	28,07
	Erdgas - Vor-Ort-Verbrauch	5,20	7,23	5,88	1,52
	Biomasse - Vor-Ort-Einsatz	10,21	3,22	3,68	9,38



Better Planet

GRI	Abfallmenge nach Arten [t]	GJ 20	GJ 21	GJ 22	GJ 23
306-3	Abfall gesamt	10.180	10.231	9.138	8.497
	Pappe/Papier (Zusammenfassung)	5.894	6.226	5.625	5.125
	Holz (Zusammenfassung)	2.204	1.775	1.202	1.124
	Metalle (Zusammenfassung)	300	310	311	332
	Kunststoffe (Zusammenfassung)	295	293	394	265
	Glas (Zusammenfassung)	31,10	34,30	26,04	33,49
	Textilien (Zusammenfassung)	0,90	0,43	0	0,49
	Gemischte Möbel (Zusammenfassung)	40,40	60,40	78,88	87,90
	Lebensmittelabfälle (Zusammenfassung)	152	133	132	102
	Organische Abfälle (Non-Food) (Zusammenfassung)	177	232	252	352
	Elektrogeräte (Zusammenfassung)	46,80	55,20	59,71	68,68
	Gemischte nicht gefährliche Abfälle (Zusammenfassung)	1.029	1.091	1.051	996
	Gemischte gefährliche Abfälle (Zusammenfassung)	9,58	20,39	6,01	10,05
	Abfallmenge nach Behandlungsmethode [t]				
306-4 306-5	Abfall gesamt	10.180	10.231	9.138	8.498
	Materialrecycling	8.944	8.932	7.697	7.117
	Biogas	267	295	327	294
	Kompost	30,50	21,40	40,11	46,925
	Externe Sortieranlage	18,50	53,60	139,605	126,42
	Verbrennung mit Energierückgewinnung	863	920	925	864
	Verbrennung ohne Energierückgewinnung	0	0	0	37,06
	Deponie	10,10	8,82	4,17	3,74
	IKEA Kreislaufströme insgesamt	0	0,034	0	0
	Sonstige	46,35	0	5,502	8,63
	Wasserverbrauch [m³]				
303-5	Gesamtverbrauch	56.712	45.388	76.189	92.775
	Wasser – externe Versorgung	54.845	42.875	74.841	88.940
	Wasser – Regenwassernutzung	982	1.184	670	2.836
	Wasser – Brunnen	885	1.329	678	999



Better Company

GRI	Kennzahlen Compliance	Berechnung	GJ 20	GJ 21	GJ 22	GJ 23
	Anzahl der Lieferanten gesamt	Anzahl	1.373	1.416	1.404	884 Spend. 2.000 Euro +, darunter sind i. d. R. Kreditkartenbeträge 141 100K + (im Scope von Procurement), alle mit Vertrag und demensprechend IWAY
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	%	n. a.	95 %	-	89 %
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	Anzahl	0	0	0	0
205-2	Anzahl der Angestellten, die eine Schulung zur Korruptionsbekämpfung erhalten haben	Anzahl	0	167	192	197
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Anzahl	0	0	0	0
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Anzahl	0	0	0	0
307-1	Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Sanktionen aufgrund von Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	Anzahl	0	0	0	0
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	Anzahl	0	0	204/0 geprüft (keine Reviewer :innen)	47 (Spend. 2.000 Euro +)/ 0 geprüft
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Anzahl	0	0	0 (keine Reviewer:innen)	0 (keine Reviewer:innen)
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	Anzahl	0	0	0 (in AT kleines Risiko, weil Kollektivverträge und institutionelle Verankerung), da keine 1 st -/2 nd -Line-Verifizierung, keine Daten	0 (in AT kleines Risiko, weil Kollektivverträge und institutionelle Verankerung), da keine 1 st -/2 nd -Line-Verifizierung, keine Daten
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	Anzahl	0	0	0 (in AT eher geringes Risiko bei lokalen Lieferanten/ AT-Lieferanten), da keine 1 st -/2 nd -Line-Verifizierung, keine Daten	0 (in AT eher geringes Risiko bei lokalen Lieferanten/ AT-Lieferanten), da keine 1 st -/2 nd -Line-Verifizierung, keine Daten
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	Anzahl	0	0	Falls man fehlende Arbeitserlaubnisse als Tatbestand von Zwangsarbeit auslegt, findet sich ein erhöhtes Risiko in allen Betrieben, die in Mindestlohnsektoren tätig sind und die versubben	Falls man fehlende Arbeitserlaubnisse als Tatbestand von Zwangsarbeit auslegt, findet sich ein erhöhtes Risiko in allen Betrieben, die in Mindestlohnsektoren tätig sind und die versubben
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	Anzahl	0	0	204/0 geprüft (keine Reviewer :innen)	47/0 geprüft (keine Reviewer :innen)
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Anzahl	0	1	0	1 Fall, Abarbeitung Maßnahmenplan gemeinsam mit Lieferant
415-1	Parteispenden in Euro	in Euro	0	0	0	0
416-2	Gesamtzahl der Verstöße gegen Vorschriften und/oder freiwillige Verhaltensregeln im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit		nicht berichtet	nicht berichtet	0	0
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kund:innen-Daten	Anzahl	0	0	0	0



Better Company

GRI	Finanzkennzahlen [€]	GJ 20	GJ 21	GJ 22	GJ 23
201-1	Ergebnis vor Steuern	54.684.384,13 €	45.482.800,78 €	54.164.536,23 €	58.531.149,31 €
	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	14.631.812,14 €	10.679.477,00 €	27.058.275,33 €	12.613.130,30 €
	Jahresgewinn	40.052.571,99 €	34.803.323,78 €	27.106.260,90 €	45.918.019,01 €
	Personalkosten	129.735.981,58 €	148.165.416,28 €	144.582.174,77 €	158.010.599,72 €
201-1	Spenden	497.743,05 €	438.960,70 €	833.374,11 €	174.335,23 €
	Investitionen	51.272.845,54 €	127.439.475,43 €	42.258.233,86 €	34.761.646,08 €
201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne		259.171,00 €	0,00 €	2.141.440,00 €
201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	nicht berichtet	nicht berichtet	0,00 €	0,00 €
203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen			0,00 €	0,00 €
203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen			siehe „Skills for Employment“: GJ 22 45 Refugees	siehe „Skills for Employment“: GJ 23 58 Refugees + 10 weibliche Refugees über Female Factor



GRI-Inhaltsindex

Anwendungserklärung:

IKEA Austria GmbH hat die in diesem GRI-Index genannten Informationen für den Zeitraum von 01.09.2021 bis 31.08.2023 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards berichtet. Verwendeter GRI-1: GRI-1: Grundlagen 2021

GRI	Beschreibung	Seite	Bemerkungen/Erklärungen	SDG
GRI 2	Allgemeine Angaben 2021			
	Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken			
2-1	Organisationsprofil	8 f.	IKEA Austria GmbH Hauptsitz: Südring, 2334 Vösendorf	
2-2	Entitäten, die im Bericht berücksichtigt werden		IKEA Austria GmbH IKEA Einrichtungen-Handels GmbH Inbus Objektbetreuungs-GmbH IKEA Distribution Services Austria GmbH & Co OG IKEA Möbelvertrieb OHG IKEA Austria Vermietung GmbH	
2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	2		
2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen		Bei Umweltkennzahlen kann es zu Veränderungen im GJ 20 und 21 gekommen sein. Dem liegen Korrekturmaßnahmen im System zugrunde.	
2-5	Externe Prüfung	2, 72		
	Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen			
2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	8, 10		
2-7	Angestellte	58		
2-8	Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	60	Zu den größten Stellen der Mitarbeitenden, die keine Angestellte sind, zählen die Logistik und die Food-Abteilung.	
	Unternehmensführung			
2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	11		
2-10	Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans		Der CEO/CSO ist das höchste Kontrollorgan in Österreich und wird global, also außerhalb von Österreich, nominiert und ausgewählt.	
2-11	Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	11		
2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	12		
2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	12		
2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	2, 16		
2-15	Interessenkonflikt		Der Umgang mit Interessenkonflikten ist im Ingka Code of Conduct geregelt und gilt für alle IKEA Mitarbeiter:innen in Österreich und somit auch für die Geschäftsleitung. Mitarbeitende, die bei einem Unternehmen der Ingka Gruppe angestellt sind, dürfen kein Unternehmen außerhalb der Ingka Gruppe vertreten. Bei gemeinnützigen Organisationen oder einem kleinen Familienbetrieb des:der Mitarbeitenden ist dies erlaubt, sofern kein Interessenkonflikt droht. Ausnahmen müssen durch den Vorstand der Ingka Holding B.V. genehmigt werden. https://www.ikea.com/nl/en/files/pdf/d9/80/d98064a2/code-of-conduct-2019.pdf	
2-16	Übermittlung kritischer Anliegen		Der Country Legal Manager berichtet an die globale Corporate Legal Function im Rahmen verpflichtender Reports viermal jährlich über Rechtsstreitigkeiten, die einen bestimmten Streitwert übersteigen bzw. ein erhöhtes Risiko für die Marke IKEA darstellen. Diese Reports werden auch dem jeweiligen Retail Country Board zur Kenntnis gebracht. Auf lokaler Ebene wird das Management über Rechtsstreitigkeiten bzw. Behördenverfahren anlassbezogen vom Country Legal Manager informiert.	
2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	12		
2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	12		



GRI	Beschreibung	Seite	Bemerkungen/Erklärungen	SDG
2-19	Vergütungspolitik		<p>a) Die Gehälter aller Mitarbeiter:innen, einschließlich der höchsten Führungsebene und der leitenden Angestellten, werden gemäß den internen Grundsätzen nach den Base Pay Principles festgelegt. Für die Festlegung der Gehaltskorridore verwendet IKEA Gehaltsbenchmarking-Daten. Das Gehalt muss innerhalb der Gehaltskorridore festgelegt werden und hängt von den Kenntnissen und der Erfahrung der Bewerber:innen ab. Die Gehaltsentwicklung hängt von der Leistung und der Persönlichkeits-/Kompetenzentwicklung ab. Anstellungsprämien oder Zahlungen als Einstellungsanreiz gibt es bei IKEA Österreich nicht. Bei Abfindungszahlungen hält sich IKEA an die rechtlichen Vorgaben, die in Österreich gelten. Es gibt weder Rückforderungen noch spezielle Altersvorsorgeleistungen für die höchste Führungsebene und die leitenden Angestellten.</p> <p>b) Siehe Kapitel Governance, S. 12.</p>	
2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung		Siehe oben. Die Vergütungspolitik wird von der Abteilung Group Total Rewards auf globaler Ebene erstellt. Alle Änderungen werden dem People Movement Council vorgelegt und genehmigt. Wir arbeiten mit einem Benchmarking-Unternehmen zusammen, aber dieses ist nicht an der Festlegung der Gehälter und der Gehaltsstufen beteiligt.	
2-21	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung		Diese Daten wurden für den Berichtszeitraum nicht erhoben. Deren Veröffentlichung ist für den nächsten Bericht geplant.	
	Strategie, Richtlinien und Verfahren			
2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	4 f., 13		
2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	12		
2-24	Einbeziehung politischer Verpflichtungen	12		
2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	22 f., 54 ff.		
2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	51		
2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen		Im Berichtszeitraum wurden ggü. IKEA Österreich keine Geldbußen oder monetären Sanktionen verhängt.	
2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	51		
	Einbindung von Stakeholder:innen			
2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholder:innen	14		
2-30	Tarifverträge	60		
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	15		
GRI 3-2	Liste der wesentlichen Themen	16	<p>Themenänderungen seit dem vorherigen Bericht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen auf das Leben zu Hause und am Arbeitsplatz: neu thematisiert in Konsum & Konsumverhalten bzw. Arbeitsbedingungen. • An- und Abreise zu IKEA und Lieferungen: neu thematisiert in Klimaschutz. • Climate Footprint: neu thematisiert in Klimaschutz. • Wichtige gesellschaftliche Interessen: kein wesentliches Thema, teilweise neu thematisiert in Konsum & Konsumverhalten sowie Gleichbehandlung & Inklusion. • Zulieferer und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter:innen: neu thematisiert in Verantwortungsvolle Beschaffung • Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen: unterteilt in die drei Subkapitel von Better Lives • Einbeziehung der Gemeinschaft: kein wesentliches Thema, teilweise neu thematisiert in Einbindung von Stakeholder:innen 	
	Wesentliches Thema: Konsum und Konsumverhalten			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	20 f.		12
	Wesentliches Thema: Produkt- und Konsument:innen-Sicherheit			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	22 f.		
GRI 416	Kund:innen-Gesundheit und -Sicherheit 2016			
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit		In der Produktion werden sämtliche Qualitätsstandards angewandt und Tests von internen sowie externen Labs durchgeführt.	



GRI	Beschreibung	Seite	Bemerkungen/Erklärungen	SDG
416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	64	IKEA hat den Safety-Alarm-Prozess implementiert, um alle Produkt- und Speisen-Sicherheitsfälle an das österreichische Sicherheitsteam sowie an die schwedischen Produktentwickler via Safety-Alarm zu melden. Darunter fallen z. B. sicherheitsrelevante Kund:innen-Beschwerden bezüglich Verletzungen und Sachbeschädigungen sowie alle Behördenbeanstandungen im Hinblick auf Produktsicherheit und Lebensmittelsicherheit. Die Gesamtzahl dieser Vorfälle ist im CASY-System gespeichert und abrufbar, jedoch nicht ob daraus Verordnungsübertretungen, Kund:innen-Entschädigungen sowie Anwaltsfälle mit oder ohne Gericht resultieren. Solche Fälle werden aus datenschutzrechtlichen Gründen elektronisch als Akte erfasst. Die genauen Kennzahlen sind auf Seite 64 zu finden.	
GRI 417	Marketing und Kennzeichnung 2016			
417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung		IKEA hält sich an sämtliche weltweiten Kennzeichnungspflichten und Anforderungen, die im Zusammenhang mit der Produktion oder dem Verkauf der IKEA Produkte notwendig sind.	
417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		Gleiche Vorgehensweise wie bei GRI 416-2.	
417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation		Im Berichtszeitraum gab es einen Verstoß im Marketing: In der VKI-Klage ging es um in die Irre geführte Kund:innen. Diese haben sich als Family-Mitglieder angemeldet, um einen Preisvorteil zu bekommen, den sie dann aber nicht erhalten haben. Das Gerichtsverfahren wurde schon vor der ersten Verhandlung mit einem gerichtlichen Vergleich beendet.	
	Wesentliches Thema: Arbeitsbedingungen – Working Conditions, Health, Safety and Well-being (incl. Human Rights)			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	27 ff.		1, 4, 5, 8, 10
GRI 401	Beschäftigung 2016			
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	60		
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmer:innen oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	60		
401-3	Elternzeit	58 f.		
GRI 402	Arbeitnehmer:in-Arbeitgeber-Verhältnis 2016			
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		IKEA Österreich hat keine schriftlich dokumentierte Mindestmitteilungsfrist, sondern die Kommunikationskultur, so früh wie möglich zu informieren. Nach folgender Informationskaskade wird vorgegangen: Management, Betriebsrat, direkt Betroffene und dann alle anderen Mitarbeitenden. Grundsätzlich sind die Betriebsrät:innen als Partner:innen stark eingebunden.	
GRI 403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018			
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	28 f.		8
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	29		8
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	29		3
403-4	Mitarbeiter:innen-Beteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	29		3, 8
403-5	Mitarbeiter:innen-Schulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	29		3, 8
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter:innen	29		3
403-8	Mitarbeiter:innen, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	61		
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	61		
403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	61		
	Wesentliches Thema: Aus- und Weiterbildung			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	32		4, 5, 17
GRI 404	Aus- und Weiterbildung 2016			
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellte:n	32, 60		
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	32		4, 17
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Entwicklung erhalten	60		



GRI	Beschreibung	Seite	Bemerkungen/Erklärungen	SDG
	Wesentliches Thema: Inklusion & Gleichbehandlung			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	30 f.		5, 10
GRI 405	Diversität und Chancengleichheit 2016			
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	58, 59		
405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	60		
GRI 406	Nichtdiskriminierung 2016			
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	60		
	Wesentliches Thema: Klimaschutz			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	36 ff.		11, 13, 17
GRI 302	Energie 2016			
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	62		
302-3	Energieintensität	62	Die Energieintensität (kWh per m ²) hat sich seit GJ 16 um gut 25 % verbessert; die letzten beiden Jahre (GJ 22 und 23) gab es einen leichten Anstieg, der v. a. durch den Energiebedarf für den Betrieb der eigenen E-Flotte erklärt werden kann.	
GRI 305	Emissionen 2016			
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	62		
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	62		
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	62	Die Scope-3-Emissionen sind in diesem Bericht zu IKEA Österreich nicht separat angeführt. Grund dafür ist, dass alle Emissionen der vorgelagerten Lieferkette und der Transport der Produkte zu IKEA Österreich ins Land im Tätigkeitsbereich von Inter IKEA liegen und somit im Bericht der Gruppe berichtet werden. Auch die Produktnutzung zu Hause wird aktuell nur im Bericht von Inter IKEA behandelt. Die Prozesse zur Berechnung der Scope-3-Emissionen der Ingka Gruppe, der auch IKEA Österreich angehört, werden aktuell auf globaler Ebene erstellt. Darunter fallen u. a. auch die Mitarbeiter:innen- und Kund:innen-Mobilität sowie die Produktnutzung zu Hause. IKEA Österreich muss sich in Bezug auf Ziele, Berechnungsarten und Prozesse auf globale Strukturen stützen, um vergleichbare Daten zu generieren. In Bezug auf die Mitarbeiter:innen-Mobilität hat IKEA Österreich im GJ 22 eine interne Umfrage durchgeführt, um ein Bild der aktuellen Mobilität zu bekommen.	
305-4	Intensität der THG-Emissionen	38		
305-5	Senkung der THG-Emissionen	36 ff.	Zum Teil textlich beschrieben.	13
	Wesentliches Thema: Biodiversität			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	46		15
GRI 304	Biodiversität 2016			
304-1	Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben geschützten Gebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von geschützten Gebieten befinden		Berücksichtigt wurden bei der Errichtung aller Standorte auch mögliche angrenzende Schutzgebiete. Der Standort des Zentrallagers in Wels grenzt an ein Vogelschutzgebiet (Welser Heide), der Standort Wien Westbahnhof an ein Landschaftsschutzgebiet. In beiden Fällen wurden diese Angrenzungen geprüft, und es sind keine speziellen naturschutzrelevanten Auflagen für den laufenden Betrieb für das DC Wels und Wien Westbahnhof auferlegt worden. Die bestehenden Auflagen, die für die Standorte gelten, sind auch für Anlagen, die nicht an das Schutzgebiet angrenzen, relevant. Beim Standort Wien Westbahnhof hat sich IKEA dennoch für freiwillige Umweltmaßnahmen, wie beispielsweise die Bäume an der Fassade, entschieden.	
	Wesentliches Thema: Forstwirtschaft			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	40 f.		13, 15
	Wesentliches Thema: Abfall & Verpackungen			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	44 f.		13



GRI	Beschreibung	Seite	Bemerkungen/Erklärungen	SDG
GRI 306	Abfall 2020			
306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	44		
306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	44 f.		
306-3	Angefallener Abfall	45, 63		
306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	44, 63		
306-5	Zur Entsorgung bestimmter Abfall	44, 63		
	Wesentliches Thema: Ressourceneinsatz & Kreislaufwirtschaft			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	42 f.		12, 13
GRI 301	Materialien 2016			
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	42 f.		12
	Zusätzlich			
GRI 303	Wasser und Abwasser			
303-5	Wasserverbrauch	63		
	Wesentliches Thema: Finanzielle Rentabilität			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	52		8
GRI 201	Wirtschaftliche Leistung 2016			
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	65		
201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	65		
201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	65		
GRI 203	Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016			
203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	65		
203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	32, 65		8
	Wesentliches Thema: Transparenz			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	50 f.		8, 16
GRI 205	Korruptionsbekämpfung 2016			
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	64		
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	51, 64		16
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	64		
GRI 206	Wettbewerbswidriges Verhalten 2016			
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	64		
GRI 307	Umwelt-Compliance 2016			
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	64		
GRI 415	Politische Einflussnahme 2016			
415-1	Parteispenden	64	IKEA betätigt sich weder parteipolitisch, noch leistet es finanzielle Zuwendungen an politische Parteien, Organisationen oder deren Vertreter:innen.	
GRI 418	Schutz der Kund:innen-Daten 2016			
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kund:innen-Daten	64		



GRI	Beschreibung	Seite	Bemerkungen/Erklärungen	SDG
	Wesentliches Thema: Steuern			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	53		8, 16
GRI 207	Steuern 2019			
207-1	Steuerkonzept	53	Die Steuerabteilung von IKEA Österreich ist der österreichischen CFO unterstellt und berichtet auch an die Konzernsteuerabteilung in der niederländischen Stadt Leiden.	8, 16
207-2	Tax Governance, Kontrolle und Risikomanagement	53	Die Steuerabteilung von IKEA Österreich ist der österreichischen CFO unterstellt und berichtet auch an die Konzernsteuerabteilung in der niederländischen Stadt Leiden.	8, 16
	Wesentliches Thema: Verantwortungsbewusste Beschaffung			
GRI 3	Wesentliche Themen 2021			
GRI 3-3	Management von wesentlichen Themen	54 ff.		16
GRI 204	Beschaffungspraktiken 2016			
204-1	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	64	Unter „lokalen Lieferanten“ versteht IKEA Österreich österreichische Unternehmen.	
GRI 308	Umweltbewertung der Lieferanten 2016			
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	64		
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	64		
GRI 407	Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016			
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	64		
GRI 408	Kinderarbeit 2016			
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	64		
GRI 409	Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016			
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	64		
GRI 414	Soziale Bewertung der Lieferanten 2016			
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	64		
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	64		

IKEA Austria GmbH

SCS Südring
2334 Vösendorf
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 mit Sitz in Vösendorf** beauftragt, den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht 2022/23 zu validieren.

Dementsprechend wurde in einem Audit 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 Austria GmbH zu erhalten. Darüber hinaus wurde die Verankerung des Nachhaltigkeitsprozesses im Unternehmen durch Interviews mit einzelnen Verantwortungsträger:innen geprüft. Die Beurteilung dieses Nachhaltigkeitsberichtes erfolgt daher auf Basis einzelner Stichproben, wobei die letztendliche Verantwortlichkeit für die veröffentlichten Inhalte bei der IKEA Austria GmbH liegt.

Schlussfolgerung: Die Prüferinnen bestätigen hiermit, dass der Nachhaltigkeitsbericht der IKEA Austria GmbH mit Sitz in Vösendorf die Validierung des Berichts für das Jahr 2022/23 sämtlichen Anforderungen mit Bezugnahmen auf die GRI-Standards 2021 entspricht.

Datum und Unterschrift



Wien, 28.03.2024

Mag. Anneli Fischer MSc
Lead-Prüferin & Head of ESG, Quality Austria

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



Impressum

Eigentünerin und Herausgeberin
IKEA Austria GmbH
Südring, 2334 Vösendorf
Österreich

www.ikea.at
E-Mail: nachhaltigkeitsbericht.ikea.at@ingka.ikea.com

Projektleitung und Konzeption:
Elisabeth Dal-Bianco, Johanna Wenzl

Fachliche Beratung und Sparring:
Domenica Tscherne

Layout und Gestaltung:
Klemens Fischer

Berichtszeitraum:
September 2021 bis inkl. August 2023

Redaktionsschluss: März 2024

IKEA Österreich
Nachhaltigkeitsbericht
2022/23

Stand: März 2024

 IKEA.at

