

Zweites Leben Shop
Lebe smart und nachhaltig



Probier mal was Neues.
Kauf was Gebrauchtes.

Hej!

Hej!

Nachhaltigkeitsbericht



Kurzfassung
IKEA Österreich
2022/23





Inhalt

Überblick 2024

- 3 Vorwort
- 5 Meilensteine
- 7 Unternehmensporträt
- 8 Wertschöpfungskette
- 9 „People & Planet Positive“-Strategie
- 10 Auswirkungen der Wertschöpfungskette

18 **Better Homes**

25 **Better Lives**

34 **Better Planet**

48 **Better Company**

 [Inhalt des vollständigen Berichts](#)

(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.

* Weitere Details: [IKEA Nachhaltigkeitsstrategie in Österreich](#)

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

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 Reitingner

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 Reitingner 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 KÅSEBERGA-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.

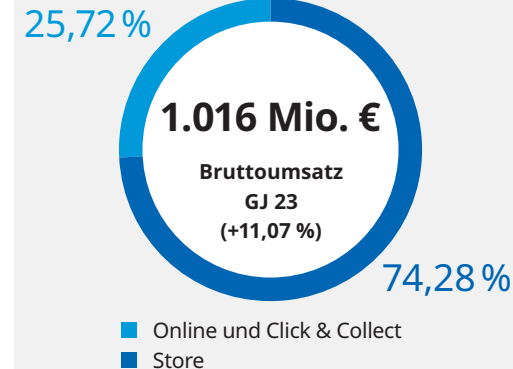
Zum Ende des Berichtszeitraums schließt IKEA im **August** die Pilotphase für eine emissionsfreie Lieferung mit wasserstoffbetriebenen Fahrzeugen erfolgreich ab. Österreich ist der erste IKEA Markt weltweit, in dem Wasserstoff-Trucks zum Einsatz kommen werden.



(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.



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

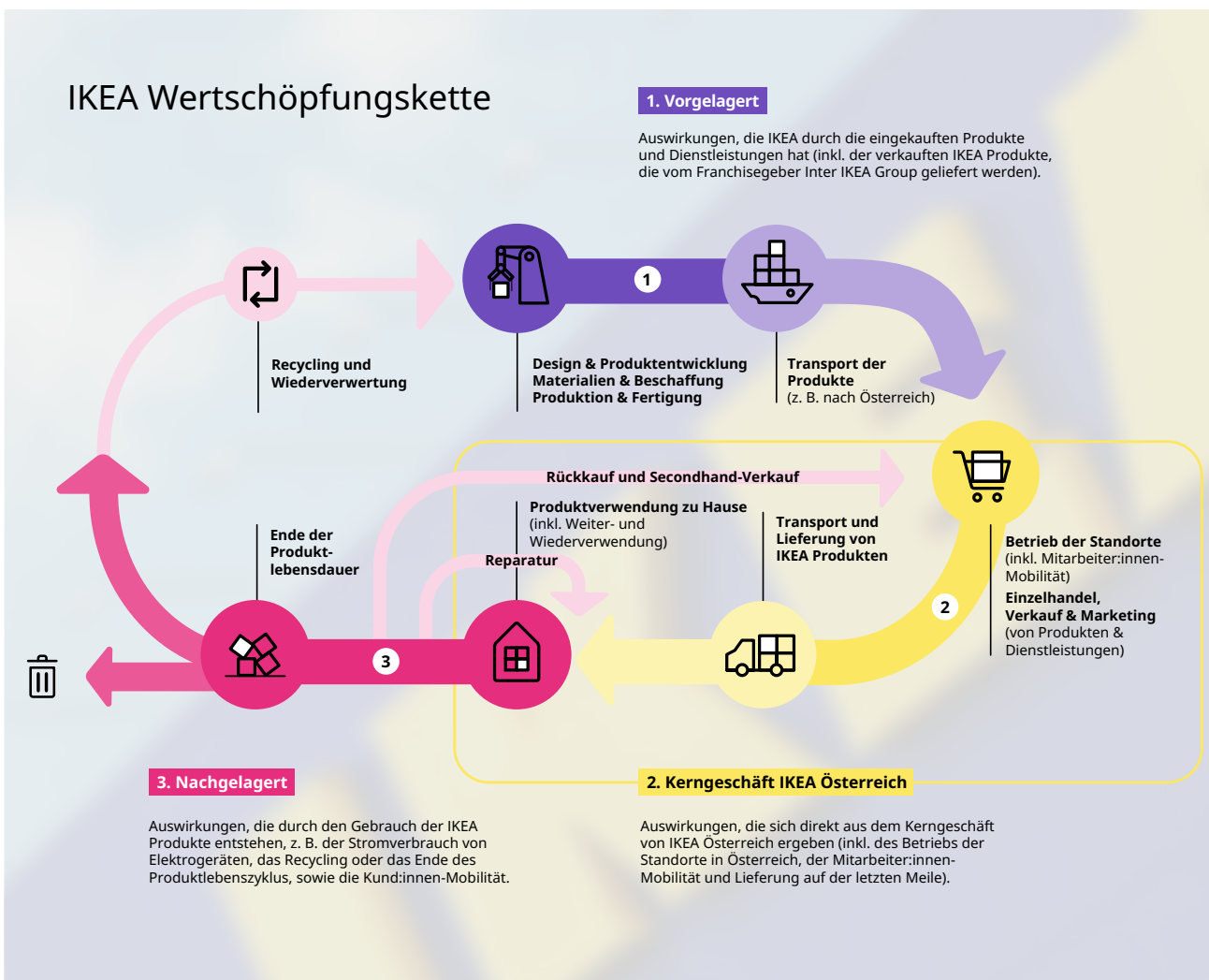
Für Kund:innen aus dem Unternehmensbereich betreibt IKEA in Österreich das IKEA Business Network.

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



(GRI 2-6)

IKEA Wertschöpfungskette



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 2-22)

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

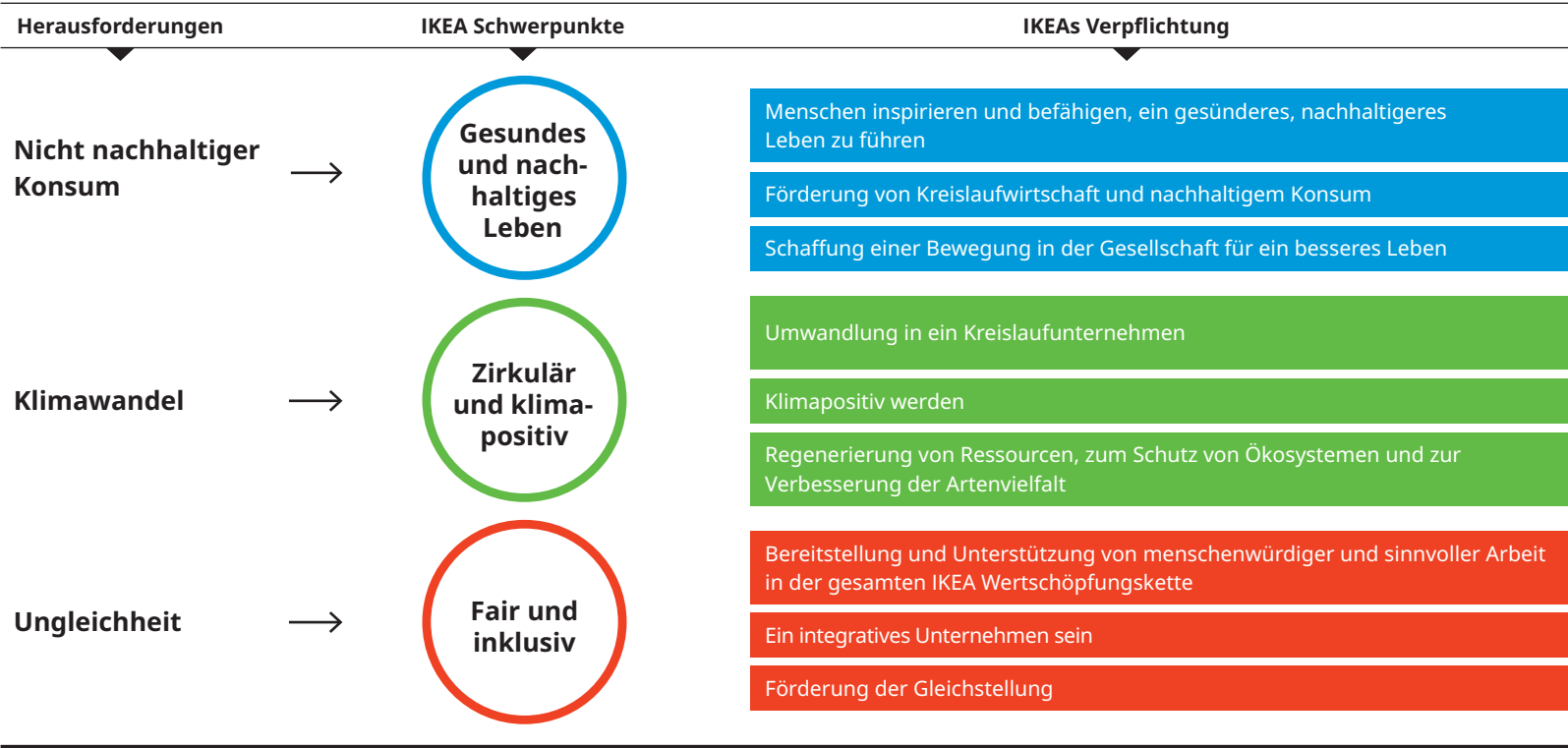
neben Zielen, Maßnahmen und KPIs auch definierte Rollen sowie Verantwortlichkeiten und wurde im Frühjahr 2023 vom IKEA Österreich Management genehmigt. Die lokale Nachhaltigkeitsstrategie zeigt, wie IKEA Österreich zur Erreichung der Gesamtstrategie „IKEA People & Planet Positive“ – die von Inter IKEA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

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 Anforderung 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.



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

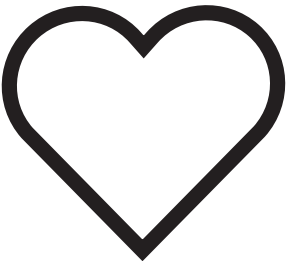
Innerhalb eines Tages nach Bekanntwerden eines Falls wird ein Safety-Alarm erstellt

6

Anzahl der Produktrückrufe bei IKEA Österreich im GJ 23

SDGs, zu denen IKEA Österreich beiträgt:





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



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.

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

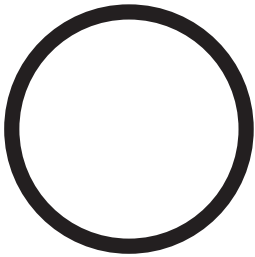
174.335,23 €

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

SDGs, zu denen IKEA Österreich beiträgt:



Im folgenden Kapitel werden jene auf lokaler Ebene für IKEA als wesentlich identifizierten Nachhaltigkeits-themen 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.



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:





[↗ Hier gehts zum
vollständigen Bericht](#)

Impressum

Eigentümerin 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

