

Nachhaltige Unternehmensstrategie

Seit mehr als 80 Jahren ist SIMACEK einer der Big Player im Facility Management. Mehr als 8.000 Mitarbeiter beschäftigt die in dritter Generation familiengeführte Unternehmensgruppe in Österreich und darüber hinaus. Und mit dieser wichtigen Stellung des Unternehmens geht natürlich auch große Verantwortung einher – gleichermaßen für Menschen wie auch für die Umwelt.



SIMACEK hat seine Nachhaltigkeitsziele fest in der Unternehmensstrategie verankert

SIMACEK hat es sich allerdings nicht zur Aufgabe gemacht, bloß eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln. Hier setzt man stattdessen auf eine nachhaltige Unternehmensstrategie, wie DI Gerald Karner, Leiter Unternehmensentwicklung der SIMACEK Holding, erläutert: „Als wir in den letzten beiden Jahren die Unternehmensstrategie überarbeitet und aktualisiert haben, war für uns rasch klar: Wir brauchen keine Nachhaltigkeitsstrategie, sondern eine nachhaltige Unternehmensstrategie. Wir haben daher neben ökonomischen

gleichermaßen soziale und ökologische Zielsetzungen definiert, messbar gemacht und klare Maßnahmen zur Umsetzung festgelegt.“

Nachhaltigkeit ganzheitlich leben

Langfristiges und generationenübergreifendes Denken prägt das Familienunternehmen schon seit seinen Anfängen. Dafür war und ist die gleichzeitige und gemeinsame Umsetzung aller Dimensionen von Nachhaltigkeit erforderlich,

wie KR Mag.a Ursula Simacek, CEO der SIMACEK Holding, betont: „Soziale und ökonomische Nachhaltigkeit waren von Anfang an nicht nur ein Ziel, sondern ein Herzensanliegen meiner Familie – und haben sich gleichzeitig als größter Erfolgsfaktor erwiesen für unsere Entwicklung zum größten familiengeführten FM-Dienstleister in Österreich und darüber hinaus.“ Schon früh ist ökologische Nachhaltigkeit als persönliches Anliegen von Mag.a Simacek dazugekommen, die respACT, die führende österreichische Unternehmensplattform für verantwortungsvolles Wirtschaften, als Landeskoordinatorin Wien vertritt.

Mit Nachhaltigkeit Freude schaffen

Dass Nachhaltigkeit bisweilen auch anstrengend sein kann, war spätestens dann klar, als das Projekt „Nachhaltigkeitsbericht“, mittlerweile in seiner dritten Auflage, gestartet wurde. Pandemiebedingt war der Berichtszeitraum länger, die Berichtsstruktur wurde auf ganz neue Beine gestellt und der Zeitplan war ausgesprochen straff. Ein Ziel war größtmögliche Messbarkeit, und dafür wurden deutlich über 150 Key Performance Indicators österreichweit in Zeitreihen erhoben und um unter-

extradienst

ExtraDienst

Nachhaltige Unternehmensstrategie

Seite 254-257 / 22.03.2024

schiedlichste Einflüsse aus organisatorischen und gesellschaftsrechtlichen Veränderungen bereinigt.

Tatsächlich entstand dann aber eine echte „Nachhaltigkeitsdynamik“, die jeden Standort und beinahe jede Abteilung im Unternehmen erreicht. Mit einem intensiven Stakeholder-Dialog wurden externe Partner:innen, von Lieferant:innen, potenziellen und bestehenden Kund:innen bis hin zu Universitäten, NGOs, Verbänden, Ämtern, Behörden und Medien eingebunden. Diese neue Begeisterung fand schließlich im neuen Layout des Berichts auch eine eigene Bildsprache – das Fotoshooting wurde kurzerhand ins Flomyca Museum verlegt, mit dem SIMACEK im Rahmen seiner Visionary Projects kooperiert.

„Aus einer formalen Berichterstattung wurde schließlich gemeinsame Begeisterung und Freude über ambitionierte Visionen und Ziele, die in unserer Unternehmensstrategie verankert sind und mit denen wir einen echten Beitrag für nächste Generationen leisten“, fasst Petra Berger, die Projektleiterin des Nachhaltigkeitsberichts, den erfolgreichen Projektabschluss zusammen.

Nachhaltigkeit konkret und messbar machen

„Unser Credo ist ehrliche Nachhaltigkeit. Es ist wichtig, sich selbst mit korrekten Daten realistisch zu bewerten, denn dies ist unabdingbar für eine nachhaltige Verbesserung und für Wachstum“, gibt Alexander Boubal MSc., Leitung Sustainability der SIMACEK GmbH, die Richtung für die inhaltlichen Weichenstellungen vor.

Mehrere interne Workshops sowie der Stakeholder-Dialog haben 12 wesentliche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert. Diese wurden in vier Themenclustern gebündelt und mit Zielsetzungen und Maßnahmen in der Unternehmensstrategie verankert. Mit diesen Maßnahmen leistet SIMACEK einen positiven Beitrag zu sieben bewusst ausgewählten Sustain-



Für SIMACEK ist soziale und ökologische Nachhaltigkeit nicht nur ein Unternehmensziel, sondern ein Herzensanliegen



SIMACEK hat ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeitsziele definiert

able Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen (UN).

Ökonomisch: Verlässlicher Partner für den Kunden

„Wir möchten für unsere Kund:innen ein kompetenter Lösungspartner sein, der neben Qualität und Kompetenz mit Herzlichkeit und Handschlagqua-

lität überzeugt. Für langfristige Geschäftspartnerschaften, wie wir sie verstehen, sind Zuverlässigkeit und Dienstleistungssicherheit die Basis – und diese sichern wir für unsere Kunden auf allen Ebenen entschlossen ab“, erklärt Dirk Christophel, als COO für den Bereich Facility Management verantwortlich, die Zielsetzung der ökonomischen Nachhaltigkeit.

extradienst

ExtraDienst

Nachhaltige Unternehmensstrategie

Seite 254-257 / 22.03.2024



SIMACEK unterstützt das Flomyca Museum und damit den Nachwuchs in der Kunstszene

Diese sind in der Praxis vielfältig und reichen von einer resilienten Organisation über den Aufbau langfristiger Geschäftspartnerschaften mit Handlungsschlagqualität, die schon beim ersten Kontakt mit einem potenziellen Kunden beginnt, bis zu Cybersicherheit und Digitalisierung.

Sozial: Arbeitgeber mit Verantwortung

„Mit Freude Lebensqualität schaffen – das ist es, wofür es SIMACEK letztlich gibt“, bringt es CEO KR Mag.a Ursula Simacek auf den Punkt. Das gilt nicht nur nach außen für die Dienstleistungen im Facility Management und in der Verpflegung. Es ist auch der Anspruch an das Unternehmen als Arbeitgeber mit einer besonderen Verantwortung für seine Mitarbeiter:innen. Denn unter den 4.500 Arbeiter:innen gibt es viele Menschen, die wenig Bildungschancen hatten oder durch Migration und mangelnde Arbeitskenntnisse nur schwer Zugang zum Arbeitsmarkt finden. Deshalb sind faire, existenz- und gesundheitssichernde sowie sinnstiftende Arbeitsverhältnisse ein wesentliches Ziel, damit jeder:r Mitarbeiter:in ihre bzw. seine Arbeit mit Freude und Einsatzbereitschaft

erfüllen kann. Das Motto „we are family“ ist mit konkreten Maßnahmen für Zusammenhalt und Zugehörigkeit hinterlegt, etwa durch Sprachkurse, betriebliche Sozialarbeit und Unterstützung in Härtefällen. Und das völlig unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht oder Jobprofil.

Ökologisch: green, bio & regional

In der „Community der Konsequenzen“ möchte SIMACEK Partner für nachhaltige Dienstleistungen für seine Kund:innen sein und gleichzeitig im eigenen Unternehmen konsequent nachhaltig agieren.

Das beginnt beim Einkauf, wo ökologische Kriterien ebenso eine Rolle spielen wie eine verpflichtende Lieferantenselbstauskunft, die Einblick in die Abläufe des Lieferanten, den Arbeits- und Gesundheitsschutz, menschenwürdige Produktionsbedingungen, fairen Handel und Umweltschutz gibt. Zur 2022 erhaltenen ecoVadis Gold-Zertifizierung hat nicht zuletzt diese Konsequenz im Einkauf beigetragen.

Im Umweltprojekt „SIMACEK goes green“ werden laufend Innovationen und Potenziale zur Effizienzsteigerung

und Ökologisierung in der eigenen Unternehmenszentrale getestet und evaluiert, und zwar entlang der gesamten Wertschöpfungskette. So konnten bereits heute 54 % der alkalischen Reiniger durch neutrale Reiniger ersetzt werden.

Nicht green, aber bio & regional steht im Fokus der Verpflegungsmarke CONTENTO. Diese betreibt Großküchen im Pflege- und Gesundheitsbereich auf höchstem Niveau. Da ist Nachhaltigkeit in Form von Bio-Qualität, Regionalität und Transparenz eine Selbstverständlichkeit. Die Küchen sind mit dem „Gut zu wissen“-Zertifikat der Landwirtschaftskammer ausgezeichnet, was die Herkunft von Milch-, Fleisch- und Eierprodukten transparent darstellt. Doch auch hier geht es noch einen Schritt weiter: Mit einem Vorbestellsystem sowie ausgeklügelter Planung und Logistik werden Überproduktion und Verschwendung von Lebensmitteln wirksam vermieden – Kompetenzen, die auch in der hauseigenen CONTENTO-Akademie vermittelt werden.

Übergreifend hat sich SIMACEK zum Ziel gesetzt, die CO₂-Emissionen bis 2030 um 55 % zu senken – eine enorme Herausforderung, gilt es dabei doch auch, den großen Fuhrpark der bekannten blau-gelben Fahrzeuge auf umweltfreundliche Alternativen umzustellen.

Visionär über den Tellerrand

Seine Verantwortung für diese Gesellschaft nimmt SIMACEK auch „über den unternehmerischen Tellerrand“ hinaus wahr. Durch gezieltes Sponsoring werden Herzensprojekte unterstützt, die Integration und Zusammenhalt fördern, etwa der österreichische Tennis-Paralympics-Teilnehmer Nico Langmann, das Frauenfußballteam SKN St. Pölten, die CliniClowns, „Licht ins

extradienst

ExtraDienst

Nachhaltige Unternehmensstrategie

Seite 254-257 / 22.03.2024

Dunkel“ oder die eigene Ukraine-Soforthilfe-Initiative „Blau-gelb hilft blau-gelb“ .

2019 wurden die SIMACEK Visionary Projects ins Leben gerufen, um visionäre Projekte aus Kunst und Kultur zu fördern, die zum Unternehmenszweck „Mit Freude Lebensqualität schaffen“ passen und zum gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen. CEO Mag.a Ursula Simacek: „Wir als SIMACEK Gruppe schaffen Wohlfühlatmosphäre in den Immobilien unserer Kund:innen. Und Kunst leistet einen wesentlichen Beitrag zu dieser Wohlfühlatmosphäre, sie ist inspirativ, schön und macht einfach Freude. Deswegen haben wir uns dazu entschlossen, Visionary Projects zu initiieren.“

Nach der spektakulären Kunstinstallation „Himmelsleiter“ von Billi Thanner am Wiener Stephansdom (aktuell auf der St.-Lamberti-Kirche in Müns-ter) wurde 2023 der SIMACEK Art Award in einer beeindruckenden Kooperation mit vier Kunsthochschulen aus München, Linz und Wien, dem Flomyca Museum und der art.care an aufstrebende junge Künstler verliehen.

Gemeinsam mehr erreichen

In Forschungsprojekten mit Fachhochschulen, der TU Wien oder der Universität Stanford hat SIMACEK beste Erfahrungen damit gemacht, gemeinsam mit anderen Unternehmen übergreifende Themen zu bearbeiten, von Energieeffizienz über ESG bis hin zu Recruiting oder Employer Branding.

„Wir freuen uns daher, unsere Erfahrungen mit anderen Unternehmen zu teilen, voneinander zu lernen und gemeinsam mehr zu erreichen – als immer größer werdende Community der Konsequenten“, lädt der für Unternehmensentwicklung zuständige DI Gerald Karner zum aktiven Dialog und Kennenlernen ein. ■



SIMACEK leistet einen wichtigen Beitrag dazu, dass die „Community der Konsequenten“ stetig wachsen kann

→ MAG. URSULA SIMACEK, CEO SIMACEK HOLDING



Soziale und ökonomische Nachhaltigkeit waren von Anfang an nicht nur ein Ziel, sondern ein Herzensanliegen meiner Familie. Sie war der wichtigste Erfolgsfaktor für unsere

Weiterentwicklung zum größten familiengeführten FM- und Verpflegungsdienstleister in Österreich. Mein Anspruch an die SIMACEK Gruppe und mein Versprechen als CEO ist es, dass unsere Dienstleistungen für Lebensqualität und Wohlfühlatmosphäre und ein sorgsamer Umgang mit der Umwelt Hand in Hand gehen.

→ DI GERALD KARNER, UNTERNEHMENS-ENTWICKLUNG SIMACEK HOLDING



In der Strategieentwicklung für unser Unternehmen stellen wir uns laufend die zentralen und brennenden Fragen: Wie bauen wir nachhaltige Kundenbeziehungen? Wie schaffen wir faire und sinnstiftende Arbeit – gleichermaßen für unsere Angestellten wie Arbeiter*innen? Wie bringen wir Wirtschaft und Umwelt in Einklang? Strategie, Unternehmensentwicklung

und Nachhaltigkeit sind damit unterschiedliche Seiten derselben Medaille.

