

# *ÜBERBLICK EINBLICK WEITBLICK*

NACHHALTIGKEITSBERICHT



SWAROVSKI  
OPTIK

NACHHALTIGES  
WIRTSCHAFTEN  
*ZUM NUTZEN  
ALLER*



*Nachhaltiges Wirtschaften heißt: Wer von einem Baum die Früchte will, sollte ihn nicht fällen, sondern nur abernten. Denn eine nachhaltige Wirtschaft ist eine zukunftsfähige Wirtschaft. Möglich ist das allerdings nur dann, wenn ein Unternehmen auch ökonomisch erfolgreich ist. Während der aktuellen Finanzkrise hat sich eindrucksvoll gezeigt, dass nachhaltig agierende Firmen eine deutlich bessere Performance erzielen. Nicht Expansion an sich ist gefährlich, sondern ihre Geschwindigkeit provoziert Fehler. Kurzfristig Profite zu maximieren war gestern. Heute geht es uns darum, den kommenden Generationen ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge zu hinterlassen. Das kommt letztendlich uns allen zugute.*

DAS WERTVOLLE  
*SEHEN UND*  
*ES BEWAHREN*



*Alles Leben kommt aus der Natur. Sie schenkt uns, was wir zum Sein brauchen. Wollen wir die Natur, unsere Lebensgrundlage, bewahren, müssen wir nachhaltig mit den natürlichen Ressourcen Boden, Luft und Wasser umgehen und die Vielfalt der Arten erhalten. Der Verlust auch nur einer einzigen Spezies kann sich auf das gesamte Ökosystem auswirken. Wenn Natur vernichtet wird, verlieren wir ein Stück Heimat, Identität, Schönheit und Kultur. Einer intakten Umwelt hingegen entspringen täglich neue Freude, Inspiration und Energie. Genau deshalb ist es unser Anliegen, die Menschen für die Natur zu begeistern und sie zu ermuntern, ihr als Gast mit Achtung und Respekt zu begegnen.*

DER MENSCH  
LIEGT UNS  
*AM HERZEN*



*Wir handeln umfassend und ganzheitlich – gleichermaßen für die Gesellschaft wie für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kunden, Eigentümer, Lieferanten und Partnerunternehmen sowie für alle anderen, die mit uns in Verbindung stehen. Wir fördern eine Kultur des Vertrauens, des Respekts, der Unterstützung und der Toleranz. Wir schaffen positive, motivierende und gesunde Arbeits- und Ausbildungsbedingungen, entlohnern existenzsichernd und fair. Denn Arbeit soll idealerweise eine Quelle der Gesundheit und der Lebensfreude sein. Wir gehen solide Partnerschaften ein und bemühen uns, gute Nachbarn zu sein.*



*SWAROVSKI OPTIK*

*bringt den Menschen die  
Kostbarkeit des Augenblicks  
näher und teilt mit ihnen  
die Freude am Sehen und  
die Faszination für das  
Verborgene und Schöne.*

*Die Welt gehört dem,  
der das Schöne sieht.  
Erlebe den Augenblick.  
SEE THE UNSEEN*

















# — VORWORT

„Das Gute ständig verbessern“ – das war der Grundsatz von Daniel Swarovski, der das Unternehmen Swarovski mit viel Mut und Pioniergeist vor knapp 120 Jahren gründete. Damals wie heute motiviert uns diese Quintessenz unserer Unternehmensphilosophie. Das Wort „Nachhaltigkeit“ wird zu Daniel Swarovskis Zeiten wohl bei Weitem nicht so häufig gebraucht worden sein wie heute. Für ihn war Nachhaltigkeit eine Selbstverständlichkeit und auch eine logische Schlussfolgerung aus seinen Zielen: Wer erfolgreich zum Nutzen aller wirtschaften will, muss das Beste geben – und danach streben, alle Faktoren in diesen Prozess einzubeziehen.

Für Wilhelm Swarovski, meinen Urgroßvater und Gründer von SWAROVSKI OPTIK, stellte die Natur Rückzugsraum, Inspirationsquelle und auch Experimentierfeld für neue Produkte dar. Der Habicht – Greifvogel und markanter Berggipfel der Stubai Alpen zugleich – war für ihn das perfekte Symbol für Unternehmensgegenstand und Einsatzzweck unserer Produkte. Diese Doppeldeutigkeit gefiel ihm so gut, dass er den Greifvogel Habicht zum Unternehmenslogo erkor. In vielen alten Werbesujets ist noch der Berggipfel zusammen mit dem Greifvogel zu sehen: Sie werben für die erste Fernglaslinie, den „Habicht“, der bis heute produziert wird.

Das ist Nachhaltigkeit: Da ist der imposante Berggipfel, älter als Menschengedenken, stiller Zeuge der Erdgeschichte. Da ist der majestätische Greifvogel, lebendiges Glied der Kette von Geben und Nehmen. Und da ist das Fernglas, produziert vor über 60 Jahren und bis heute funktionsfähig und erhältlich. Seine Patina aus Gebrauchsspuren trägt es mit Würde und macht Berg und Vogel dem Menschen in ihrer Detailfülle erst ganz erlebbar. Unsere Produkte – von und für Menschenhand gefertigt, Jahrzehnte überdauernd – leben von der und für die Schönheit der Natur und die Kostbarkeit des Augenblicks. Sie herzustellen, für diese Produkte zu arbeiten, erfüllt uns mit Freude und stiftet Sinn. Und dies wiederum ist eine Grundlage für unseren Erfolg.

In diesen Sinn- und Verantwortungszusammenhang sind wir eingebettet, und wir leben ihn sehr umfassend: Wir gestalten ein Arbeitsumfeld, in dem sich alle wohlfühlen, und setzen uns für eine langfristige Absicherung der Arbeitsplätze ein. Wir fördern ein Klima der Wertschätzung aller, der Vielfalt und der Chancengleichheit. Als Familienunternehmen können wir nur durch kontinuierliches, aber beständiges Wachstum unsere finanzielle Unabhängigkeit wahren und unseren Wert steigern. Das ist für uns der Weg, SWAROVSKI OPTIK für die kommenden Generationen zu sichern.

Unsere Vision und unser Logo, sie tragen die Bedeutung, die Nachhaltigkeit für SWAROVSKI OPTIK hat, als konstitutives Wesensmerkmal in sich: Mut, Qualitätsbewusstsein und Weitblick zum einen, ein bewusster Umgang miteinander und mit der Natur zum anderen. Dieser „Geist“ von SWAROVSKI OPTIK – die Seele unseres Unternehmens – hat uns stark und erfolgreich gemacht und verpflichtet uns, verantwortlich zum Wohle aller zu handeln und dabei ökonomische, ökologische und soziale Aspekte in Einklang zu bringen.

Mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht, den wir nach dem G4-Standard der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt haben, wollen wir Ihnen – und auch uns selbst – ein umfassendes Bild unseres Tuns geben. Wir sind mit der Tradition, die der Begriff „Nachhaltigkeit“ in unserem Unternehmen hat, zutiefst verbunden und schreiben ihn lebendig weiter. Ganz konkret mit diesem Bericht, den Sie in Händen halten, aber auch mit unserer täglichen Arbeit und unseren Produkten. Wir haben dabei schon viel erreicht und bleiben auch weiterhin dem Grundsatz von Daniel Swarovski, „Das Gute ständig verbessern“, treu.

CARINA SCHIESTL-SWAROVSKI  
Vorsitzende des Vorstandes

# —INHALT

*Die Gleichstellung der Geschlechter ist für uns selbstverständlich und unverzichtbar. Wir legen großen Wert darauf, ihre Bedeutung auch in unseren Texten sichtbar zu machen. Dennoch haben wir uns im Sinne einer verbesserten Lesbarkeit in manchen Fällen dafür entschieden, auf eine gegenderte Ausdrucksweise zu verzichten. Personenbezogene Ausdrücke gelten jedoch immer für beide Geschlechter. Des Weiteren möchten wir darauf hinweisen, dass im Nachhaltigkeitsbericht unter dem Begriff „Kunden“ in erster Linie die Endkonsumentinnen und -konsumenten gemeint sind.*

## 10 —VORWORT

## 14 —01 UNTERNEHMEN MIT WEITBLICK

- 16 — 1.1 AUF EINEN BLICK // Organisationsstruktur
- 20 — 1.2 NÄHER DRAN // Hauptgeschäftsfelder
- 24 — 1.3 WAS WAR UND WAS IST // Historie und Zukunft
- 26 — 1.4 JETZT UND IN ZUKUNFT NACHHALTIG // Ethik und Integrität



## 38 —02 NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN ZUM NUTZEN ALLER

- 42 — 2.1 WIR DENKEN WEITER // Absicherung des Unternehmens
- 46 — 2.2 AUF MUT GEBAUT
- 48 — 2.3 QUALITÄT HAT IHREN WERT





## *52 — 03 DER MENSCH LIEGT UNS AM HERZEN*

- 56 — 3.1 MITEINANDER ARBEITEN
- 70 — 3.2 IN BEZIEHUNG ZU ANDEREN // Das Lieferanten-Spektrum
- 74 — 3.3 IN BEZIEHUNG ZUR REGION



## *78 — 04 DAS WERTVOLLE SEHEN UND ES BEWAHREN*

- 82 — 4.1 IM UNTERNEHMEN
- 96 — 4.2 IN DER NATUR
- 112 — 4.3 IN UNSEREN KÖPFEN



## *114 — 05 ZAHLEN & FAKTEN*







# 01 UNTERNEHMEN *MIT WEITBLICK*

# — 1.1 *AUF EINEN BLICK* ORGANISATIONSSTRUKTUR

## UNTERNEHMENSgegenstand

Seit jeher inspiriert uns die Liebe zur Natur. Es ist unser Anliegen, die Menschen für die Natur zu begeistern und sie zu ermuntern, ihr als Gast mit Achtung und Respekt zu begegnen. Unser Wunsch ist es, mit den Augen des Habichts die Schönheit der Welt zu enthüllen und die Kostbarkeit des Augenblicks begreifbar zu machen.

SWAROVSKI OPTIK stellt Produkte her, die dazu motivieren, die Natur zu erleben, ihren Wert zu schätzen und sich mit ihr auseinanderzusetzen, um ihr Fortbestehen zu sichern.

Anders ausgedrückt: Der Weitblick ist unser Unternehmensgegenstand, und das in jeglicher Hinsicht. Denn wir handeln verantwortungsvoll, heute und auch in Zukunft – in der Gesamtheit unserer unternehmerischen Aufgaben und Tätigkeitsfelder.

Als Familienunternehmen mit starken Wurzeln in Tirol, einer Gegend von außergewöhnlicher Schönheit, sehen wir es als unsere Verpflichtung, die Umwelt zu schonen, die Natur zu schützen sowie die Vielfalt der Arten zu bewahren. Mit dem klaren Bekenntnis zum Firmenstandort Absam leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der Region. Zudem steht SWAROVSKI OPTIK für ein nachhaltiges Wachstum und für den Fortbestand über Generationen ein.

## ORGANISATIONSSTRUKTUR

SWAROVSKI OPTIK ist als Teil der Unternehmensgruppe Swarovski vorwiegend als Produzent von Markenartikeln für den Endkonsumenten, aber auch im Industrie- und im institutionellen Geschäft tätig.

Die Kahles GmbH ist ein Tochterunternehmen von SWAROVSKI OPTIK und ein internationaler Pionier der Fernoptik. Kahles wird als eigenständiges Unternehmen geführt: mit eigenem Management, eigener Entwicklung und eigenem Produktionsstandort. Kahles hat ein von SWAROVSKI OPTIK klar unterschiedenes Produktsortiment.

## RÜCKBLICK

*Wilhelm Swarovski gründete vor 65 Jahren  
SWAROVSKI OPTIK.*

*Als begeisterter Hobby-Astronom wollte er  
„den Sternen ein wenig näher sein“. Das weckte  
in ihm den Ehrgeiz, ein eigenes, verbessertes  
Fernglas zu bauen – Grundstein für ein heute  
weltweit tätiges Unternehmen.*



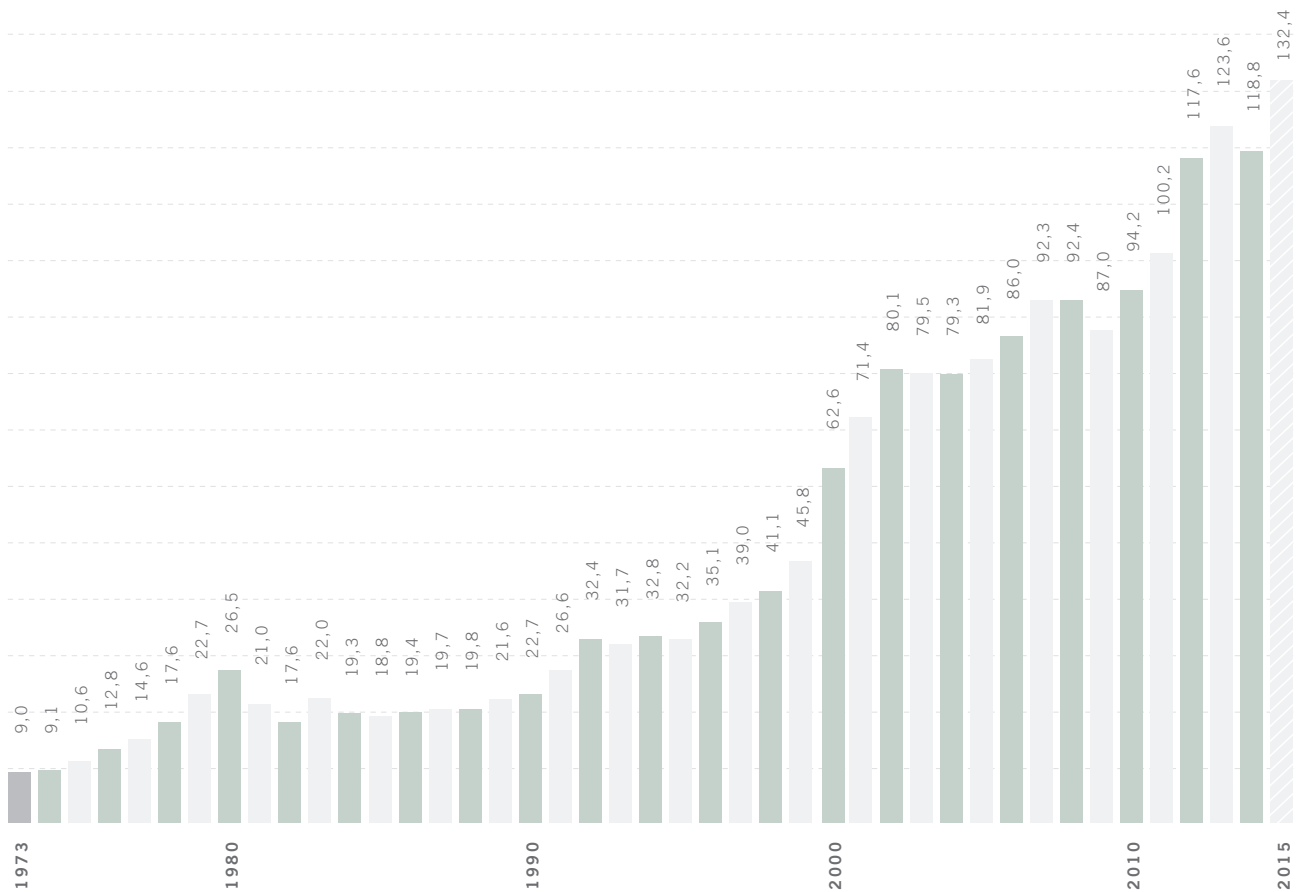
## UMSATZENTWICKLUNG

SWAROVSKI OPTIK wirtschaftet nachhaltig – das spiegelt sich auch im Geschäftsverlauf der letzten Jahre wider. 2011 ist es dem Unternehmen erstmals gelungen, die 100-Millionen-Euro-Grenze umsatzseitig zu überschreiten.

2014 betrug der Jahresumsatz 118,8 Millionen Euro. Trotz eines international schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes ist es erneut gelungen, die Kunden zu überzeugen. Ausschlaggebende Faktoren waren die Markteinführungen zahlreicher neuer Produkte, außerdem auch die

anhaltend hohe Nachfrage nach bewährten fernoptischen Qualitätsprodukten von SWAROVSKI OPTIK.

Diese erfolgreiche Umsatzentwicklung zeigt, dass unsere starke Innovations- und Qualitätsorientierung auf lange Sicht erfolgreich ist und dass unsere Strategie, auf nachhaltige Geschäftsentwicklung zu setzen, aufgeht. Ökonomische Nachhaltigkeit ist für uns eine Frage der Perspektive, denn wir denken nicht nur an die kommenden fünf oder zehn Jahre, sondern immer an die nächsten Generationen.



Exportquote: 91 %

## VON TIROL AUS

Sowohl der Unternehmenssitz als auch der Hauptproduktionsstandort liegen in Absam, inmitten der Alpen. Für ein hochwertiges Qualitätsprodukt ist es entscheidend, wo es hergestellt wird. In Tirol finden sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit hohen Ausbildungsstandards, die

die Güte der Produkte gewährleisten und mit Innovationsgeist an neue Entwicklungen herangehen. SWAROVSKI OPTIK bekennt sich seit jeher klar zu diesem Standort, an dem das Unternehmen stark verwurzelt ist.



## KOMPETENZ BLEIBT IM UNTERNEHMEN

SWAROVSKI OPTIK steht klar und eindeutig zur Produktion in Österreich und zum Firmenstandort Absam. Die Entwicklung aller Produkte von SWAROVSKI OPTIK einschließlich Design, Optikrechnung und Konstruktionsplanung erfolgt bei SWAROVSKI OPTIK in Absam, gegebenenfalls in Zusammenarbeit mit externen Partnern für innovative Technologien. Wir leben eine Kultur der „Open Innovation“, um zukunfts- und wettbewerbsfähig zu bleiben. Auf Basis der Herstellkosten liegt der österreichische Wertschöpfungsanteil unserer Produkte bei deutlich über 50 %.

Einzelkomponenten lassen wir nur dann extern fertigen, wenn unsere Qualitätsanforderungen vom Lieferanten erfüllt werden können. Die Lieferanten werden sorgfältig ausgesucht und laufend Prüfungen unterzogen. Alle Komponenten unterliegen einer strengen Eingangskontrolle, bevor sie in unsere Geräte eingebaut werden.

Unsere Produkte werden hier in Absam zusammengebaut und gemäß den Qualitätsansprüchen von SWAROVSKI OPTIK überprüft. Lediglich bei Zielfernrohrmodellen für den amerikanischen Markt gibt es eine eigene Montagestelle in Cranston, Rhode Island.

Unsere Liebe zu schönen Produkten, präziser Fertigung, Sorgfalt im Detail und die Achtung höchster Maßstäbe in allen Aktivitäten des Unternehmens prägen unsere Kultur. Als weltweit führender Hersteller vereint SWAROVSKI OPTIK zukunftsweisende industrielle Technologien mit dem Anspruch höchster Handwerkskunst.

”

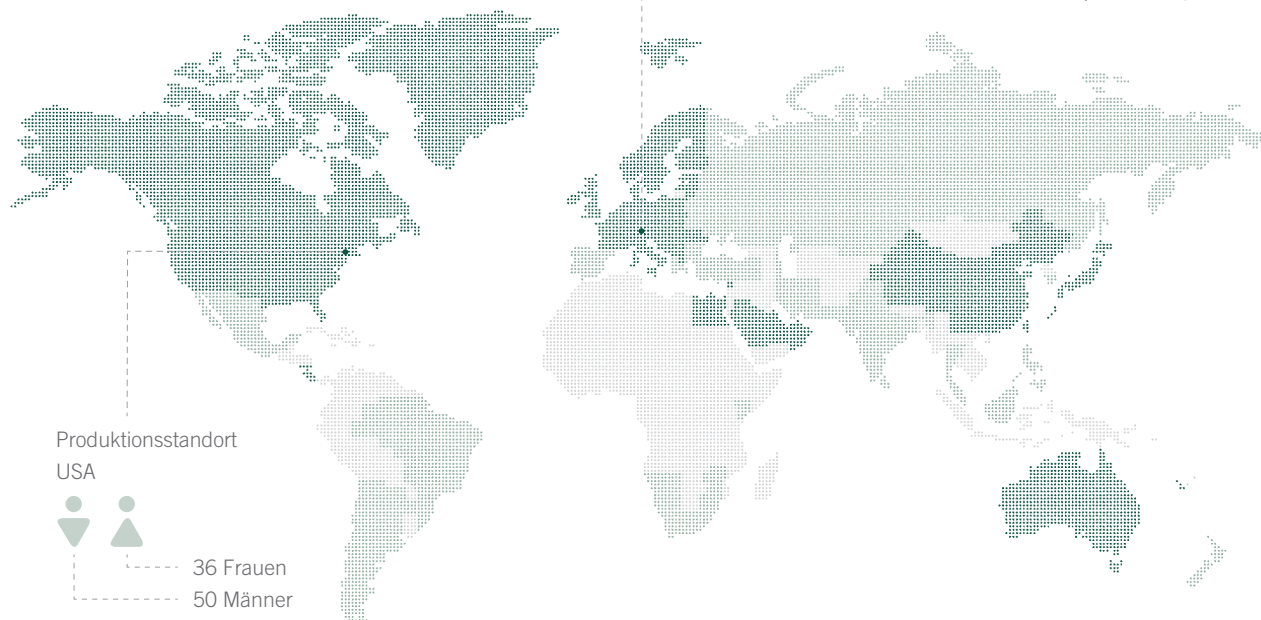
*Der Standort Absam ist ein Teil der Identität der Marke SWAROVSKI OPTIK. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ihr Können und modernste Technologien sowie die einmalige Umgebung haben die Marke und ihr Wertesystem über mehrere Jahrzehnte stark geprägt. Das schafft Vertrauen.*

“

Gerd Schreiter  
Vorstand Technik

## SWAROVSKI OPTIK WELTWEIT

SWAROVSKI OPTIK ist weltweit in 85 Ländern vertreten, davon in 47 Ländern im Direktvertrieb: unter anderem in Österreich, Deutschland, Schweiz, Belgien, Frankreich, England, Italien, Schweden, USA.



## MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER/STANDORTE

## — 1.2 *NÄHER DRAN* *HAUPTGESCHÄFTSFELDER*

SWAROVSKI OPTIK ist auf die Entwicklung und Herstellung fernoptischer Geräte höchster Präzision spezialisiert. Unsere Ferngläser, Teleskope, Zielfernrohre und optronischen Geräte werden weltweit von anspruchsvollen Anwendern bevorzugt.

Wir sind in drei Hauptgeschäftsfeldern tätig: Jagd, Vogel- und Naturbeobachtung sowie Reise und Freizeit. Die entsprechenden Zielgruppen stehen gleichwertig und eigenständig nebeneinander und sind mit dem Unternehmen historisch gewachsen. SWAROVSKI OPTIK ist zudem auch im Industrie- und im institutionellen Geschäft aktiv.

### **JAGD**

Die Vielfalt unserer Zielgruppen bedingt, dass die Auseinandersetzung mit ihren jeweiligen Einstellungen zur Natur für uns selbstverständlich ist. Unsere eigene Position zur Jagd ist uns ein wichtiges Anliegen und Teil unserer Identität als Unternehmen. Diese Haltung ist auch die Voraussetzung für einen engen und authentischen Kontakt zu unseren Kunden, der seit Bestehen des Unternehmens ein tragender Pfeiler unseres Erfolges ist.

Wir sehen die Jagd als eine verantwortungsvolle Aufgabe im Einklang mit der Natur – wenn sie nachhaltig ausgeübt wird. Der Ursprung unseres Jagdverständnisses liegt dabei in der alpenländischen

Jagdtradition begründet. Unserer Firmenphilosophie verpflichtet, stehen wir international zu allen Arten der Jagd, die im Stande sind, den respektvollen Kontakt des Menschen zur Natur zu erhalten und zu vertiefen. Grundlagen für die Jagd und ihren Erfolg sind wache und aktive Sinne: respektvolles Beobachten, konzentriertes Lauschen und sicheres Erfassen von Situationen. Diese Einstellung gegenüber Tier und Natur bildet für uns das Herzstück der Jagd.

Die Jagd unterliegt in jedem Land eigenen Gesetzen. Selbstverständlich ist für uns die Jagd nur legitim, wenn sie darüber hinaus auch verantwortungsvoll ausgeübt wird. SWAROVSKI OPTIK lehnt unnötiges Tierleid und gesetzeswidrige Jagdpraktiken ab. Wir stehen dafür ein, jeder Kreatur mit Wertschätzung und Respekt zu begegnen. Wir sind der Meinung, dass durch Jagd produziertes Fleisch (Wildbret) ein ethisch korrektes, nachhaltiges, regionales und hochwertiges Nahrungsmittel darstellt, das vielen anderen Arten der Fleischerzeugung überlegen ist und einen achtsamen Fleischkonsum fördert.

Uns ist bewusst, dass es unterschiedliche, teils sehr emotionale Meinungen zum Thema „Jagd“, etliche Konfliktfelder und auch erklärte Jagdgegner gibt. Wir respektieren die verschiedenen Einstellungen zur Jagd. SWAROVSKI OPTIK steht zur Jagd – wenn sie nachhaltig, verantwortungsvoll, legal und im Einklang mit der Natur ausgeübt wird.







## NATUR- und VOGELBEOBACHTUNG

Natur- und Vogelbeobachter wollen die Natur erforschen und entdecken, neue Tierarten sehen, interessantes Verhalten erkunden und alles, was die Natur zu bieten hat, erleben.

Vogelbeobachter – sprich „Birder“ – möchten so viele Vogelarten wie möglich sehen, bevorzugt aber ungewöhnliche bzw. seltene Spezies aufspüren. Manche Birder verfolgen dabei das Ziel, ihre individuelle Liste, auf denen sie alle bisher gesehenen Vogelarten verzeichnen, zu erweitern. Hier gibt es unterschiedliche Listen, etwa eine „Gartenliste“ mit Vogelarten, die im eigenen Garten betrachtet werden, oder Landeslisten für Beobachtungen im eigenen Land bis hin zu einer „Life List“ mit allen im Leben gesehenen Vögeln.

Seit Jahrzehnten begeistern sich unzählige Menschen weltweit für die Vogelbeobachtung. Besonders in Großbritannien und den USA hat sich „Birding“ seit den 1960er- und 1970er-Jahren zu einer großen Bewegung entwickelt – allein in den USA gibt es ca. 17 Millionen Vogelbeobachter, die jedes Jahr Birding-Reisen unternehmen, um neue Vogelarten zu sehen und die persönliche Liste zu ergänzen.

Grundvoraussetzung für erfolgreiches Birding ist eine qualitativ hochwertige optische Ausrüstung, denn winzige Details etwa im Gefieder können entscheidend sein, um zwei ähnliche Vogelarten voneinander abzugrenzen. Ein guter Birder achtet genau darauf, alle Einzelheiten zu erkennen. Diesem hohen Anspruch tragen die Produkte von SWAROVSKI OPTIK Rechnung.

Mit bedeutenden Produktentwicklungen wie z. B. der EL Familie ermöglicht SWAROVSKI OPTIK Birdern weltweit die besten Beobachtungsergebnisse. Leicht, kompakt und optisch brillant muss das perfekte Fernglas für die Vogelbeobachtung sein. Inzwischen ist SWAROVSKI OPTIK Marktführer im Bereich der Vogel- und Naturbeobachtung. In den letzten Jahren kam ein neuer Trend hinzu: Digiscoping, also das Fotografieren durch Teleskope oder Ferngläser. Dies ermöglicht, Beobachtungen selbst aus großer Entfernung fotografisch bzw. filmisch festzuhalten. Um die Artenvielfalt in der Vogelwelt zu bewahren, unterstützen wir Projekte in den Bereichen Natur- und Artenschutz. Weitere Informationen hierzu finden Sie in Kapitel 4.

## REISE & FREIZEIT

Auf Reisen und in der Freizeit geht es vielen Menschen verstärkt darum, den Augenblick intensiver zu erleben. Tiere, Natur und Landschaften, aber auch Details an Bauwerken oder etwa bei Open-Air-Events wollen entdeckt werden, das Verborgene und Schöne rückt somit in den Fokus. Safaris, Kreuzfahrten, aber auch Städtereisen sind daher hervorragende Einsatzzwecke für Ferngläser von SWAROVSKI OPTIK.

Ein Fernglas ermöglicht es seinem Benutzer, den Augenblick bewusst auszukosten, ganz in den gegenwärtigen Moment einzutauchen und verborgene Schätze zu bestaunen, die an anderen spurlos vorübergehen. Dies kann eine Insel am Horizont, das Detail eines alten Freskos oder die Spitze eines Kirchturms sein. Ferngläser sind treue Begleiter, beim Bergurlaub auf der Hütte ebenso wie auf einer Expedition in die Antarktis oder zum Nordkap, wie auch auf einer aufregenden Safari in Afrika. Sie lassen den Betrachter faszinierende Naturschauspiele hautnah miterleben: So werden die Herden während der jahreszeitlichen Massenwanderung in der Serengeti beobachtet, bei der über eine Million Gnus und Hunderttausende Zebras über die Ebenen ziehen, sowie Wildkatzen, Elefanten und Büffel, aber auch die Weite der Landschaft und des nächtlichen Sternenhimmels.

## INSTITUTIONELLES GESCHÄFT

SWAROVSKI OPTIK ist auch im institutionellen Geschäft tätig, das sich in einen zivilen, einen exekutiven und einen militärischen Bereich gliedert, wobei an das Militär nur Beobachtungsoptik verkauft wird. Sicherheitskräfte und Gesetzeshüter vieler Staaten vertrauen auf die Präzision von SWAROVSKI OPTIK. Zu weiteren Anwendern zählen darüber hinaus auch Fluglotsen, Forstbehörden, Nationalparks, Küstenwachen, die Bergrettung, der Grenzschutz und ähnliche Institutionen. Alle Produkte werden aus dem bestehenden Produktportfolio abgeleitet, es erfolgt keine eigene Entwicklung für das Behördengeschäft. Bei Exporten und Verkäufen achtet SWAROVSKI OPTIK naturgemäß streng auf Gesetzeskonformität und die Einhaltung internationaler Bestimmungen. Diese werden regelmäßig – intern wie extern – überprüft. Die Hauptgeschäftsfelder von SWAROVSKI OPTIK sind seit jeher Jagd sowie Vogel- und Naturbeobachtung: Der Umsatzanteil im Behördengeschäft liegt bei 1 %.

## SWAROTEC

SWAROTEC, ein Unternehmensbereich von SWAROVSKI OPTIK, ist auf die Entwicklung und Fertigung von kundenspezifischen Systemlösungen für Anwendungen bei Industriekunden spezialisiert. Dazu zählen etwa hochauflösende Abbildungssysteme, Lasermessmodule oder die Displayintegration in optischen Produkten, die dann unter anderem in der industriellen Bildverarbeitung, in medizintechnischen und ophthalmologischen Geräten, fernoptischen Beobachtungsgeräten und automatisierten Produktionssystemen mit optischer Prozesssteuerung Anwendung finden.

# — 1.3 WAS WAR UND WAS IST *HISTORIE UND ZUKUNFT*

Der Sohn des Firmengründers Daniel Swarovski, der Hobby-Astronom Wilhelm Swarovski, wollte im Jahr 1935 ein eigenes, verbessertes Fernglas bauen. Dafür nutzte er die für die Herstellung von Schmucksteinen damals schon im väterlichen Betrieb vorhandenen Methoden der Glaserzeugung und -veredelung. Er entwickelte ein gänzlich neuartiges Prismen-Produktions- und -Schleifverfahren, das er in seinem ersten 6x30 Fernglas anwendete. Im Jahre 1949 gründete Wilhelm Swarovski im Tiroler Absam die SWAROVSKI OPTIK KG und legte so den Grundstein für ein mittlerweile weltweit tätiges Fernoptik-Unternehmen. Sein erstes Serienprodukt, der Habicht 7x42, ist ein bis heute gültiger Standard in der Jagdoptik und wird von SWAROVSKI OPTIK nach wie vor gefertigt.

Dem Habicht folgten 1959 das erste Zielfernrohr, 1967 das erste Ausziehfernrohr, 1971 das weltweit erste gummiarmierte Fernglas und 1976 das erste Zielfernrohr mit eigener Nova-Teleskop-Okular-Technologie zur Vermeidung von Augenverletzungen beim Schuss aus ungünstigen Positionen. Im Jahr 1994 stellte SWAROVSKI OPTIK das erste Teleskop vor. Das EL aus dem Hause SWAROVSKI OPTIK war das weltweit erste Fernglas mit Durchgriff und wurde unter anderem 1999 vom Field & Stream Magazine mit dem „Best of the Best Award“ als Entwicklung des Jahrzehnts prämiert. Das EL Range, ein Fernglas mit integriertem Laser-Entfernungsmesser, vervollständigt seit 2011 die EL Familie und zählt heute zur Standardausrüstung anspruchsvoller Jäger. Seit 2007 findet die Z6 Zielfernrohrlinie mit dem innovativen 6fach-Zoom großen Anklang bei der internationalen Jägerschaft. 2012 kam mit dem ATX/STX das weltweit erste modulare Teleskop auf den Markt. Die CL Familie, bestehend aus CL Pocket und CL Companion, bietet allen Natur- und Erlebnisinteressierten eine perfekte Kombination aus optischer Qualität und kompakten Abmessungen. Mehr als

30 nationale und internationale Auszeichnungen würdigen neben der Innovationskraft, der Präzision und der kompromisslosen Qualität auch die Formschönheit und das zukunftsweisende Design der Marke SWAROVSKI OPTIK.

## **DAS PROJEKT „SWAROVSKI ARCHIV“**

SWAROVSKI OPTIK ist ein traditionsreiches Unternehmen mit Heimatverbundenheit und einer über 60-jährigen Geschichte. Dieses historische Kapital verpflichtet zu Ehrlichkeit und Transparenz.

Um dies zu gewährleisten, wurde Anfang 2014 das SWAROVSKI OPTIK Archiv gegründet. Unter dem Dach des Swarovski Konzernarchivs handelt es als eigenständiges Unternehmensarchiv, das produkt- und unternehmensbezogene Inhalte (wie Dokumente, Bilder und Exponate) zur Geschichte von SWAROVSKI OPTIK in Absam erschließt.





”

*Wir setzen auf das, was uns über viele Jahre stark gemacht hat: auf unsere Vision, unsere Unternehmenskultur, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und unsere Marke. Stärken, die wir nutzen wollen, damit unser Unternehmen auch in Zukunft eine Perle der Swarovski Gruppe bleibt. Selbstverständlich werden wir unsere Kunden weiterhin mit neuen Produkten überraschen und begeistern.*

Carina Schiestl-Swarovski  
Vorsitzende des Vorstandes

“

## ZUKUNFT & HERAUSFORDERUNGEN

Der Erfolg des Unternehmens SWAROVSKI OPTIK basiert auf seiner Innovationskraft, auf der Qualität und Werthaltigkeit der Produkte sowie auf ihrem funktionalen und ästhetischen Design. Dank einem umfangreichen internen Strategieprojekt haben wir uns für die Zukunft fit gemacht.



# — 1.4 JETZT UND IN ZUKUNFT NACHHALTIG *ETHIK UND INTEGRITÄT*

## UNSER VERSTÄNDNIS

Nachhaltiges Wirtschaften verstehen wir bei SWAROVSKI OPTIK als unternehmerische Selbstverständlichkeit – und als eine Investition in unsere Zukunft. Unsere Unternehmensziele sind eine nachhaltige Steigerung des Unternehmens- und Markenwerts, eine globale Marktführerschaft auch in volatilen Zeiten durch mehr „Flexibilität“ sowie ein profitables Wachstum und sichere Arbeitsplätze. Wir sehen es als unsere Verpflichtung, das Gute ständig zu verbessern und unsere Kunden immer wieder aufs Neue zu überraschen und ihre Erwartungen zu übertreffen.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns aber auch, uns respektvoll gegenüber Mensch und Natur zu verhalten und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Im Sinne eines wertorientierten Wachstums ist es unser Anliegen, ökonomische, ökologische und soziale Aspekte in Einklang zu bringen.

## NACHHALTIGE UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Unsere Unternehmensstrategie ist per se nachhaltig. Wir leben Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette und der damit verbundenen strategischen Prozesse. Aus dieser Strategie leiten wir spezifische Anforderungen und Ziele für jeden einzelnen Bereich ab und stellen somit sicher, dass Nachhaltigkeit im ganzen Unternehmen festgeschrieben ist.

Unsere gemeinsamen Prinzipien sind im SWAROVSKI OPTIK Leitbild formuliert: Dieses gibt Orientierung für die Organisation als Ganzes und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Einzelnen. Die Kernwerte, die unseren SWAROVSKI OPTIK Geist und die Seele des Unternehmens bilden, definieren, wie wir die unternehmerische Verantwortung im Alltag leben wollen.

”

*Mir ist die Einsicht wichtig, dass wir alle in einem Verantwortungszusammenhang stehen, jeder an seinem Platz. Deshalb setze ich mich dafür ein, dass der Kreislauf von Geben und Nehmen geschlossen ist. Das ist Teil des Swarovski-Geistes und war auch die Lebensphilosophie unseres Gründers.*

“

Carina Schiestl-Swarovski  
Vorsitzende des Vorstandes



## WERTE, DIE WIR LEBEN

### *UNTERNEHMEN MIT WEITBLICK*

Nachhaltig wirtschaften  
zum Nutzen aller

### *AUF MUT GEBAUT*

Innovationen  
Zeit und Raum geben

### *QUALITÄT HAT IHREN WERT*

Das Gute ständig  
verbessern

### *DER MENSCH LIEGT UNS AM HERZEN*

Vom bewussten  
Umgang miteinander

### *DAS WERTVOLLE SEHEN UND ES BEWAHREN*

SEE THE UNSEEN

## *SWAROVSKI OPTIK LEITBILD*

### *UNTERNEHMENSRICHTLINIEN (Corporate Governance)*

Code of Conduct inkl. internationaler Standards (z. B. laut UN, OECD),  
Verhaltenskodex für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Einhaltung gesetzlicher Vorgaben (*Compliance*)

### *EINBINDUNG STAKEHOLDER*

Eigentümer, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Vertriebsgesellschaften, Händler, Distributoren,  
Endkunden, Partnerunternehmen und Kooperationen, Kahles, Lieferanten, Medien, Opinion Leader, Mitbewerber, Behörden und  
Regierungsorganisationen, Verbände, NGOs, wissenschaftliche Einrichtungen, Interessenvertretungen, Gesellschaft

### *CSR REPORTING & MONITORING*

Nachhaltigkeitsbericht, Umweltbericht, Mitarbeiterzufriedenheitsanalyse, Kodizes

Der „SWAROVSKI OPTIK Geist“ basiert auf fünf Kernwerten, die die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekte der Nachhaltigkeit widerspiegeln.

## EINBLICK

*Carina Schiestl-Swarovski erläutert, was unter dem Geist von SWAROVSKI OPTIK und der Seele des Unternehmens zu verstehen ist:*

*„Pioniergeist hat unser Unternehmen von Anfang an entscheidend geprägt. Abenteuerlust, Teamgeist und Mut sind Werte, die uns immer wieder neu inspirieren. Werte wie Familiensinn, Zusammengehörigkeitsgefühl, das Prinzip, dass dem Nehmen auch immer ein Geben folgen soll, das soziale Engagement etc. sind heute aktueller denn je. Gerade unsere sozialen Aktivitäten sind aus innerer Überzeugung tragender Pfeiler unserer Unternehmenskultur. Das ist er, der ‚Swarovski-Geist‘, der auch nach über hundert Jahren noch immer spürbar ist bei uns. Er stiftet Vertrauen und motiviert uns, er ist ein grundlegendes Element für den Erfolg unserer Optik.“*

## INTEGRES VERHALTEN ALS GRUNDLAGE ALL UNSERER AKTIVITÄTEN: UNTERNEHMENSRICHTLINIEN (Corporate Governance)

In unserem Code of Conduct, den wir als internes Regelwerk betrachten, und dem daraus abgeleiteten Verhaltenskodex bekennen wir uns zu einer stabilen und langfristigen Partnerschaft mit unseren Arbeitnehmern, Kunden, Eigentümern, Lieferanten, Partnerunternehmen und der Gesellschaft.

Damit gehen wir die Verpflichtung ein, ethisch zu handeln, Wort zu halten und die Menschenrechte zu wahren. Unser Regelwerk sieht vor, gesetzliche Rahmenbedingungen und Anforderungen, die wir uns freiwillig auferlegt haben, zu erfüllen. Dieser Code of Conduct wurde 2013 aktualisiert, erweitert und an internationale Standards angepasst. Ein unternehmensweites Schulungsprogramm wird 2016 die Wirksamkeit dieser Instrumente verstärken. Alle Führungskräfte sind für ihre Einhaltung verantwortlich. Zurzeit arbeiten wir zudem an einem vertiefenden Supplier Code of Conduct, der ab Frühjahr 2016 bei unseren Kernlieferanten implementiert wird. Die Beurteilung, ob sich Einzelne an diese Richtlinien halten, kann manchmal herausfordernd sein. Wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Fehlverhalten beobachten oder bei eigenem Verhalten Zweifel und Bedenken haben, wenden sie sich an ihre Vorgesetzten. Zusätzlich haben wir einen Ethikbeauftragten nominiert, der bei Unklarheiten kontaktiert werden kann.

## DIE ORGANISATORISCHE VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT

Bei SWAROVSKI OPTIK gibt es einen kontinuierlichen Strategieprozess, in dem Corporate Social Responsibility (CSR) fest verankert ist. So ist sichergestellt, dass CSR-Agenden in allen Bereichen verbindlich geregelt sind. Die Verantwortung liegt direkt beim Vorstand, von dort wird sie in alle Ebenen getragen. Eine Verantwortliche koordiniert die Integration von Nachhaltigkeitsthemen. Sie berichtet direkt an den Vorstand.

Dabei handelt es sich wesentlich um folgende Tätigkeiten:

- Koordination, Bewertung und Überprüfung des Strategieprozesses und der damit verbundenen CSR- und Nachhaltigkeitsthemen mit den jeweils Verantwortlichen,
- laufende Bewusstseinsbildung im Unternehmen zu Nachhaltigkeitsthemen,
- Überwachung der im Rahmen der Strategie festgelegten Maßnahmen.

## AUSBLICK

*In den meisten Unternehmensbereichen haben wir schon viel erreicht und umgesetzt. Unserem Grundsatz treu bleibend, das Gute ständig zu verbessern, stellen wir uns auch weiterhin der Aufgabe, unser gesamtes Tun zu reflektieren und noch stärker an den Zielen des nachhaltigen Wirtschaftens auszurichten. Deshalb orientieren sich all unsere ökonomischen, sozialen und ökologischen Ziele an unseren Kernwerten. Alle Ergebnisse werden überprüft, das sorgt für Transparenz und gibt uns Ideen für weitere Verbesserung.*



# —PARTNERSCHAFTEN PFLEGEN

## IM DIALOG MIT UNSEREN ANSPRUCHSGRUPPEN

Das Spektrum der SWAROVSKI OPTIK Stakeholder ist breit gefächert, sie sind zum einen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kunden, Eigentümer, Lieferanten, Gesellschafter, Partnerunternehmen und die Gesellschaft. Zum anderen zählen aber auch NGOs, politische Entscheidungsträger, Vertreter der Wissenschaft und Wirtschaft, Verbände und Medien zu unseren Anspruchsgruppen. Dabei pflegen wir eine wertschätzende Kommunikation.

Der Innovationsgeist und die enge Verbundenheit mit unseren Kunden sowie die Kenntnis ihrer Wünsche und Bedürfnisse sorgen für die laufende Aktualisierung des Angebots. Wir leben eine Kultur der Offenheit und der Achtung. Unseren Erfolg verdanken wir den Kompetenzen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und wir sind bestrebt, diese ständig weiterzuentwickeln. Wir fördern eine Kultur des Vertrauens, des Respekts, der Unterstützung und Toleranz, um so die Nachhaltigkeit und das Wachstum unseres Geschäfts zum Nutzen aller zu sichern.

Durch zahlreiche Mitgliedschaften und aktive Engagements bei Verbänden und Netzwerken tauschen wir uns mit anderen Organisationen aus und setzen uns für Nachhaltigkeit ein. Die Mitglieder des Vorstands, aber auch unsere Führungs- und Fachkräfte sind in zahlreichen Verbänden und Netzwerken engagiert, zum Beispiel: Industriellenvereinigung Tirol, Tiroler Wirtschaftsband,

CIC (International Council for Game and Wildlife Conservation), Spectaris (Deutscher Industrieverband für optische, medizinische und mechanische Technologien) und Photonics Austria.

Die jahrelange Zusammenarbeit mit vielen Geschäftspartnern ermöglicht einen besonders offenen Gedankenaustausch, der für beide Seiten äußerst gewinnbringend ist. Gemeinsam finden wir meist nachhaltige Lösungen. Wir pflegen einen kontinuierlichen Dialog mit Nichtregierungsorganisationen, Verbänden, Medien, wissenschaftlichen Einrichtungen sowie der Gemeinde Absam und den Anrainern unseres Standorts. Sie alle geben uns wertvolle Impulse für nachhaltige Zukunftsideen und zeigen uns immer wieder Möglichkeiten der Weiterentwicklung auf. Als Beispiel sei hier die Zusammenarbeit mit Univ.-Prof. DI Dr. Herbert Braun von der Universität für Bodenkultur in Wien genannt, die in Kapitel 4 näher vorgestellt wird. Außerdem stehen wir in regelmäßigem Austausch mit verschiedenen Jagdverbänden. Und mit unseren Partnern in diversen Naturschutzorganisationen setzen wir uns intensiv über Projekte zur Erhaltung der Artenvielfalt auseinander. Der Dialog mit lokalen Stakeholdern am Standort in Absam findet vor allem im Rahmen von persönlichen Besuchen in unserem Haus, Einladungen zu unserem Sommernachtsfest, Werksbesichtigungen und in Nachbarschaftsgesprächen statt.

<i><b>STAKEHOLDER</b></i>	<i><b>INFORMATIONSQUELLEN FÜR SWAROVSKI OPTIK/ DIALOG ERFOLGT ÜBER</b></i>	<i><b>DIE KERNANLIEGEN DER STAKEHOLDER AN SWAROVSKI OPTIK</b></i>
Endkunden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Messen (Hohe Jagd Salzburg, Birdfair etc.)</li> <li>• Birding Council</li> <li>• Hunting Council</li> <li>• Kontakte im Customer Service, in der Reparaturabteilung etc.</li> <li>• Endkundenveranstaltungen (Digiscoping-Workshops etc.)</li> <li>• Viewpoint-Aktivitäten (Zugspitze, Baumwipfelpfad etc.)</li> <li>• Corporate Website (Blog) und Social Media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkte höchster Qualität und Präzision</li> <li>• exzellenter Service</li> <li>• Langlebigkeit und Werthaltigkeit der Produkte</li> <li>• höchste Funktionalität und sichere Handhabung</li> <li>• Innovationen</li> <li>• kompetente Ansprechpartner</li> </ul>
Vertriebsgesellschaften	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Country Manager Meeting (CMM)</li> <li>• Marketing and Sales Conference (MSC)</li> <li>• International Sales Calls</li> <li>• Monthly Reports</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkte höchster Qualität und Präzision</li> <li>• exzellenter Service</li> <li>• Langlebigkeit und Werthaltigkeit der Produkte</li> <li>• Innovationen</li> <li>• reibungslose Zusammenarbeit mit Headquarter</li> </ul>
Händler, Distributoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• regelmäßige Besuche durch Mitarbeiter SWAROVSKI OPTIK/Vertriebsgesellschaften</li> <li>• Messen (SHOT Show, IWA, Birdfair etc.)</li> <li>• Besuche bei SWAROVSKI OPTIK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkte höchster Qualität und Präzision</li> <li>• exzellenter Service</li> <li>• Langlebigkeit und Werthaltigkeit der Produkte</li> <li>• Innovationen</li> <li>• partnerschaftliche bzw. langfristige Zusammenarbeit</li> </ul>
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jour fixe</li> <li>• Führungsgespräche</li> <li>• Mitarbeitergespräche</li> <li>• Absam Inside</li> <li>• Schwarze Bretter</li> <li>• Intranet (Lupe)</li> <li>• Mitarbeiterveranstaltungen (Weihnachtsfeier, Sommernachtsfest, Jubilär Veranstaltungen etc.)</li> <li>• Mitarbeiterzufriedenheitsanalyse</li> <li>• 360°-Feedback Führungskräfte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sichere Arbeitsplätze</li> <li>• Chancengleichheit</li> <li>• Weiterbildung</li> <li>• Gesundheitsvorsorge</li> <li>• Sicherheit am Arbeitsplatz</li> <li>• gutes Arbeitsumfeld</li> <li>• Vereinbarkeit von Beruf und Familie</li> <li>• Sinnhaftigkeit</li> <li>• Freude</li> <li>• gutes Miteinander</li> <li>• leistungsorientiertes und faires Einkommen</li> </ul>
Eigentümer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beiratssitzung</li> <li>• Gesellschafterversammlung</li> <li>• Aufsichtsratssitzung</li> <li>• Firmenbesichtigungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nachhaltiges Wachstum</li> <li>• Steigerung des Marken- und Unternehmenswerts</li> <li>• Absicherung des Unternehmens für kommende Generationen</li> <li>• Absicherung des Standorts Absam</li> <li>• Familienunternehmen</li> </ul>
Lieferanten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gegenseitige Besuche (periodisch oder anlassbezogen)</li> <li>• Lieferantenaudits</li> <li>• Lieferantenplattform</li> <li>• Verträge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• langfristige Zusammenarbeit</li> <li>• nachhaltige Beschaffung</li> </ul>
Partnerunternehmen und Kooperationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gemeinsame Projekte</li> <li>• Verträge</li> <li>• permanenter Austausch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• langfristige Zusammenarbeit</li> </ul>



<i><b>STAKEHOLDER</b></i>	<i><b>INFORMATIONSQUELLEN FÜR SWAROVSKI OPTIK/ DIALOG ERFOLGT ÜBER</b></i>	<i><b>DIE KERNANLIEGEN DER STAKEHOLDER AN SWAROVSKI OPTIK</b></i>
Mitbewerber	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitbewerber</li> <li>• Beobachtung der Marktaktivitäten (z. B. durch Monthly Report, Mitbewerberbenchmark, ...)</li> <li>• Normungsausschüsse</li> <li>• Spectaris</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fairer Wettbewerb</li> </ul>
Kahles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• regelmäßige Meetings (Budget, Projekte, Roadmap, ...)</li> <li>• gegenseitige Firmenbesuche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung sowie Abstimmung in strategischen und operativen Belangen</li> </ul>
Behörden und Regierungsorganisationen wie z. B. Gemeinde Absam, Land Tirol, Ministerien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Firmenbesichtigungen</li> <li>• Veranstaltungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrichtung von Steuern und Abgaben</li> <li>• Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben</li> <li>• Stärkung der Region</li> <li>• geringstmögliche Umweltauswirkungen</li> <li>• Energieeffizienz</li> </ul>
Verbände	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spectaris</li> <li>• CIC</li> <li>• Face, ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aktive Mitwirkung</li> </ul>
NGOs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BirdLife International</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewahrung der Artenvielfalt</li> <li>• Vorbildwirkung, Naturschutz</li> </ul>
Medien Opinion Leader	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Treffen auf Messen und eigenen Veranstaltungen (Produkteinführungsevents, Pressekonferenzen, ...)</li> <li>• Presseaussendungen, Presseberichte</li> <li>• Website (Blog)</li> <li>• Birding Council</li> <li>• Hunting Council</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zeitnahe und transparente Information über aktuelle Produkteinführungen und allgemeine Unternehmensthemen</li> <li>• langfristige Zusammenarbeit</li> <li>• Produkte höchster Qualität und Präzision</li> <li>• Langlebigkeit und Werthaltigkeit der Produkte</li> <li>• Innovationen</li> <li>• kompetente Ansprechpartner</li> </ul>
Wissenschaftliche Einrichtungen (Universitäten, Fachhochschulen, Forschungseinrichtungen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfahrungsaustausch</li> <li>• Veranstaltungen</li> <li>• Seminare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Input aus der Praxis</li> <li>• Unterstützung bei Projekten und Diplomarbeiten</li> </ul>
Interessenvertretungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industriellenvereinigung</li> <li>• Wirtschaftskammer</li> <li>• Arbeitskreise Qualitäts-, Umweltmanagement und Personalwesen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aktive Mitwirkung</li> </ul>
Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kindergarten</li> <li>• Lange Nacht der Forschung</li> <li>• Firmenführungen</li> <li>• Veranstaltungen, ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrlingsausbildung</li> <li>• Übernahme von sozialer Verantwortung</li> <li>• verantwortungsvolle Jagd</li> <li>• Bewusstseinsbildung für Naturerhaltung</li> <li>• geringstmögliche Umweltauswirkungen</li> </ul>

# — UNSERE WESENTLICHEN *CORPORATE- RESPONSIBILITY- THEMEN*

## WESENTLICHKEITSMATRIX

Mit unserer Wesentlichkeitsmatrix wollen wir Themen verankern, die heute und in der Zukunft Chancen oder Risiken für unser Geschäft bedeuten. Auf der Basis dieser Matrix sollen regelmäßig unterschiedliche Nachhaltigkeitsfragen hinsichtlich ihrer Bedeutung analysiert werden – und das sowohl aus Sicht der externen Stakeholder als auch aus

unternehmensinterner Perspektive. Die Wesentlichkeitsmatrix stellt somit einen Ausgangspunkt für die regelmäßige Überprüfung der Kernthemen und Ausrichtung unserer Unternehmensstrategie dar und ist Teil des kontinuierlichen Strategieprozesses. Die Abbildung aller wesentlichen Themen im Integrierten Managementsystem wurde überprüft.



UNTERNEHMEN  
MIT WEITBLICK



DER MENSCH LIEGT  
UNS AM HERZEN



DAS WERTVOLLE SEHEN  
UND ES BEWAHREN



## WESENTLICHKEITSMATRIX



— ABGRENZUNG DER  
ALS WESENTLICH  
*ERMITTELTEN*  
*HANDLUNGSFELDER*



# NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN ZUM NUTZEN ALLER

---

## *WIR DENKEN WEITER – ABSICHERUNG DES UNTERNEHMENS*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Nachhaltiges Wachstum
- Standortsicherung
- Stärke und Schutz der Marke
- Arbeitsplätze sichern
- Familienunternehmen

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Eigentümer
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Vertriebsgesellschaften
- Händler und Distributoren
- Lieferanten
- Partnerunternehmen und Kooperationen

### **Maßnahmen laufend:**

- Kontinuierliche Reflexion unseres Tuns
- Ausrichtung an den Zielen nachhaltigen Wirtschaftens und an unseren Kernwerten
- Regelmäßige Überprüfung der Ergebnisse
- Überprüfung von Risiken bzw. Chancen für unser Geschäft und regelmäßige Analyse von Nachhaltigkeitsfragen
- Kontinuierlicher Ausbau bzw. Modernisierung von Produktionsstätten und Infrastruktur
- Erhalt und Ausbau von Kernkompetenzen durch Ersatz- und Rationalisierungsinvestitionen bei Maschinen

## *AUF MUT GEBAUT*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Mut zu neuen Ideen
- Innovationskraft

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Endkunden
- Vertriebsgesellschaften
- Händler und Distributoren
- Medien und Opinion Leader

### **Maßnahmen laufend:**

- Förderung von Ideenvielfalt
- Innovation Board:  
Überprüfung eingereicherter Ideen und Aktualisierung des strategischen Produktportfolios
- Ausrichtung auf langlebige Produkte

## *QUALITÄT HAT IHREN WERT*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Qualitätsführerschaft
- Wertbeständigkeit der Produkte und exzellenter Service

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Endkunden
- Vertriebsgesellschaften
- Händler und Distributoren
- Medien und Opinion Leader

### **Maßnahmen laufend:**

- Umfassendes Qualitätsverständnis, das neben der optischen Qualität auch Funktionalität, Ergonomie, Design und Service beinhaltet
- 100%-Qualitätskontrolle der Produkte
- Sehr hohe Service- und Reparaturfähigkeit der Produkte



# DER MENSCH LIEGT UNS AM HERZEN

---

## *MITEINANDER ARBEITEN*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Arbeitsplätze sichern
- Weiterbildung
- Freiwillige soziale Leistungen
- Betriebliche Gesundheitsförderung
- Chancengleichheit
- Unternehmensrichtlinien

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

### **Maßnahmen laufend:**

- Ständige Weiterentwicklung der Kompetenzen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Ausweitung/Stärkung der betrieblichen Gesundheitsförderung

### **Maßnahmen in Erarbeitung:**

- Unternehmensweites Schulungsprogramm zur Nachhaltigkeit, zum Code of Conduct und zu CSR-relevanten Themen
- Spezielle CSR-Schulungen für die Einkaufsabteilung

## *IN BEZIEHUNG ZU ANDEREN: DAS LIEFERANTEN-SPEKTRUM*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Nachhaltige Beschaffung
- Unternehmensrichtlinien

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Lieferanten
- Partnerunternehmen und Kooperationen

### **Maßnahmen laufend:**

- Rahmenverträge mit den Zulieferern zur Senkung steigender Materialpreise

### **Maßnahmen in Erarbeitung:**

- Förderung der Transparenz bezüglich CSR-konformen Verhaltens bei Lieferanten und Partnern durch:
  - Erstellung und Implementierung eines Supplier Code of Conduct
  - Veröffentlichung des SCoC auf der Lieferantenplattform
  - Verknüpfung mit den allgemeinen Geschäftsbedingungen
  - Überprüfung in den Lieferantenaudits
- Partnerunternehmen, die Corporate Social Responsibility noch nicht großschreiben, zu nachhaltigerem Handeln anhalten und motivieren (siehe Kapitel 3.2)

## *IN BEZIEHUNG ZUR REGION*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Stärkung der Region

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Behörden und Regierungsorganisationen
- Verbände
- Wissenschaftliche Einrichtungen
- Interessenvertretungen

### **Maßnahmen laufend:**

- Harmonische Einbettung von Um- und Neubauten ins Ortsbild und in die Natur
- Kontinuierliche Unterstützung von regionalen Initiativen
- Dialog mit Nachbarn, Interessenvertretungen, Verbänden



# DAS WERTVOLLE SEHEN UND ES BEWAHREN

## *IM UNTERNEHMEN*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Umweltauswirkungen
- Energieeffizienz

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Endkunden
- Vertriebsgesellschaften
- Händler und Distributoren
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Behörden und Regierungsorganisationen
- Medien und Opinion Leader
- Gesellschaft

### **Maßnahmen laufend:**

- Ökologische, kostengünstige und möglichst autarke Energieversorgung durch:
  - Eigenerzeugung von Öko-Strom mittels Photovoltaikanlage
  - Einsatz von LED-Leuchten im Außen- und Innenbereich
  - Ladestationen für E-Bikes und E-Autos
- Sorgsamer, effizienter Umgang mit Wasser durch:
  - Geschlossenhalten von Wasserkreisläufen
  - Dachabwässer auf eigenem Grund zum Versickern bringen
  - nachträgliche Begrünung von bereits bestehenden Dachflächen
- Reduktion gefährlicher Abfälle durch Anschaffung einer zentralen Kühlmittelversorgungsanlage für den Bereich Rundoptik

## *IN DER NATUR*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Bewahrung der Artenvielfalt
- Verantwortungsvolle Jagd

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Gesellschaft

### **Maßnahmen laufend:**

- Laufende Unterstützung von Natur- und Artenschutzprojekten

## *IN UNSEREN KÖPFEN*

### **Unsere wesentlichen Handlungsfelder:**

- Bewusstseins-schaffung für Naturerhaltung

### **Folgende Stakeholder sind davon betroffen:**

- Gesellschaft
- Medien

### **Maßnahmen laufend:**

- Menschen für die Natur begeistern und zu einem respektvollen Umgang mit ihr ermutigen







02  
NACHHALTIGES  
WIRTSCHAFTEN  
*ZUM NUTZEN ALLER*

*Wir setzen mit bestem Wissen und Gewissen alles daran, unser Unternehmen als Treuhänder der Familie und der Optik-Gemeinschaft für die Nachfolgerschaft zu sichern. Wir denken nicht nur an die kommenden fünf oder zehn Jahre, sondern an die nächsten Generationen. Mit Weitblick setzen wir alles daran, dass unser Unternehmen auch in Zukunft familiengeführt wird. Um zu bleiben, wer wir sind, müssen wir wendig und flexibel sein.*

*In diesem Sinne verfolgen wir auch unsere Unternehmensziele: die nachhaltige Steigerung des Unternehmens- und Markenwerts, die globale Marktführerschaft auch in volatilen Zeiten, das profitable Wachstum und die Sicherung der Arbeitsplätze.*

Der Vorstand von SWAROVSKI OPTIK  
v.l.n.r.: Stefan Hämmerle, Thomas  
Saller, Carina Schiestl-Swarovski,  
Gerd Schreiter





# — 2.1 WIR DENKEN WEITER

## ABSICHERUNG DES UNTERNEHMENS

Zur langfristigen Absicherung unseres Unternehmens werden die nachstehenden Ansätze verfolgt:

### **SWAROVSKI OPTIK IST EIN FAMILIENUNTERNEHMEN. UND DAS SOLL SO BLEIBEN.**

Der Vorteil eines familiengeführten Betriebes liegt darin, dass Entscheidungen zu Gunsten einer langfristigen Absicherung des Unternehmens getroffen werden, im Gegensatz zu einer kurzfristigen Gewinnoptimierung. Die Vorstandsvorsitzende Carina Schiestl-Swarovski formuliert dies so:

*„Ich bin überzeugt davon, dass man in einem eigentümergeführten Unternehmen einfach langfristiger denkt und handelt als etwa in einer anonymen Aktiengesellschaft. Ich beispielsweise denke jetzt nicht nur an die nächsten fünf Jahre – ich denke vor allem an die Kinder unserer Kinder. Außerdem verstehe ich mich als Treuhänderin, denn das Ganze gehört nicht mir, sondern meine Aufgabe ist es, mein Bestes zu geben und dafür Sorge zu tragen, den Wert des Unternehmens für die kommenden Generationen zu steigern.“*

### **WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG: NACHHALTIGES WACHSTUM STATT KURZFRISTIGER GEWINNMAXIMIERUNG**

SWAROVSKI OPTIK versteht unter nachhaltigem Wachstum auch die Wahrung der finanziellen Unabhängigkeit. Eine starke Eigenkapitalbasis ist das Fundament dafür. Wir erzielen kontinuierlich stabile Ergebnisse und sind in einem erfolgreichen Konzern eingebettet. Langfristiges Denken für maßgebliche Entscheidungen steht dabei im Vordergrund.

Unsere Unternehmensziele sind so formuliert, dass die Organisation mit dem Wachstum Schritt halten kann. Gleichzeitig kann die Stellung im Markt sehr zielgerichtet und nachhaltig ausgebaut werden. Trotz global herausfordernder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen ist

SWAROVSKI OPTIK wirtschaftlich gesund und die Umsätze steigen. Damit verbunden ist eine nachhaltige Sicherung der Arbeitsplätze.

### **ARBEITSPLATZSICHERHEIT**

Gerd Schreiter, Vorstand Technik, sieht in der nachhaltigen Arbeitsplatzsicherung die zentrale Verantwortung der Unternehmensleitung:

*„Die sehr wichtigen Regeln des Umgangs miteinander bedeuten für uns auch eine Sicherung der Arbeitsplätze. Hierzu haben wir Prozesse etabliert, in deren Verlauf diese langfristige Ausrichtung des Unternehmens regelmäßig mit den sich ändernden Rahmenbedingungen abgeglichen wird. Darunter verstehen wir eine permanente Überarbeitung des Produktions- und Sourcing-Konzeptes, die Fokussierung und Anpassung der Kernkompetenzen in Entwicklung und Fertigung sowie die Erarbeitung einer langfristigen, aber immer wieder den realen Gegebenheiten angepassten Produkt-Roadmap. Diese Prozesse werden von uns allen getragen und gelebt, sodass wir neben der strategischen langfristigen Ausrichtung des Unternehmens vor allem auch unsere Flexibilität erhalten.“*

### **STÄRKE UND SCHUTZ DER MARKE**

SWAROVSKI OPTIK ist sich bewusst, dass der Unternehmenserfolg eng mit dem Markenwert und dem Ruf des Unternehmens verbunden ist. Wir tragen daher gemeinsam die Verantwortung, unsere Marke und unser gutes Ansehen zu schützen und aufrechtzuerhalten. Integer zu handeln heißt aber mehr, als auf sein Image zu achten oder rechtliche Schwierigkeiten zu vermeiden. Für uns bedeutet es vor allem, ein Umfeld zu schaffen, in dem wir alle mit Freude täglich unsere Arbeit tun.



”

*Ich würde mich freuen, wenn alles im Fluss bleibt und wir kontinuierlich wachsen können. Jedenfalls blicke ich zuversichtlich auf die kommenden Jahre. Unsere Geschichte hat gezeigt, dass wir, selbst wenn es schwierig wird, immer noch Mittel und Wege gefunden haben, sämtliche Herausforderungen zu meistern.*

Carina Schiestl-Swarovski  
Vorsitzende des Vorstandes

“







## DIE HERAUSFORDERUNGEN FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Die immer sensibler werdende Preisgestaltung erfordert ein effizienteres Kostenmanagement am Standort Absam und das ist die Voraussetzung dafür, möglichst viele Wertschöpfungsprozesse in Tirol halten zu können.

Außerdem muss SWAROVSKI OPTIK seine technische Überlegenheit halten. Unser Ziel ist es, wie auch in der Vergangenheit Vorreiter zu sein und Standards bei den Produkten zu setzen. Auf Marktentwicklungen, die von uns nur indirekt beeinflusst werden können, ist rechtzeitig zu reagieren (siehe Kapitel „Auf Mut gebaut“, Seite 46).

## STRATEGIEN FÜR DIE BEWÄLTIGUNG DER HERAUSFORDERUNGEN

Wirtschaftlich erfolgreich sein heißt: Wir müssen laufend Potenziale zur Senkung der Kosten eruieren, aber trotzdem das hohe Qualitätsniveau halten. Dies betrifft sowohl den Einkauf als auch die eigene Produktion.

Wir leben einen integrativen Ansatz, der Produktion und Sourcing auf die gleiche Ebene stellt und so zu einem Gesamtoptimum für das Unternehmen führt. Die Eigenfertigung in Absam konzentriert sich auf unsere technologischen Kernkompetenzen, die nachhaltig Wettbewerbsvorteile sichern und so auch in Zukunft eine hohe Wertschöpfung und Arbeitsplätze in Absam erhalten sollen. Innovative und robuste Fertigungsprozesse sind Garanten für unsere Qualitätsführerschaft. Stabile Fertigung heißt hohe Qualität.

Ein kontinuierlicher Ausbau von Produktionsstätten und Infrastruktur am Standort gewährleistet auch in Zukunft die Bewältigung weiterer Mengensteigerungen. Zudem haben wir erhebliche Mittel in die Erweiterung der Infrastruktur (Haustechnikanlagen) und moderne Produktionsstätten, z. B. Oberflächenbehandlung, investiert und werden auch in Hinkunft Investitionen durchführen.

## AUSBLICK

*Geplante Investitionen ab 2015: Die kommenden Jahre werden weitere Ersatz- und Rationalisierungsinvestitionen bei Maschinen bringen, um die Kernkompetenzen zu erhalten und auszubauen. Wir beschreiten in der Produktion nicht selten neue Wege, indem wir in Zukunftstechnologien investieren. Ein Beispiel ist der Aufbau der Oberflächenbearbeitungstechnologie (PCO-Anlage). Die Herausforderungen liegen dabei unter anderem im erhöhten Energieverbrauch der leistungsfähigeren Maschinen. Um die Umweltbelastungen so gering wie möglich zu halten, wird beispielsweise die Eigenerzeugung von Öko-Strom mittels Photovoltaikanlage weiter forciert. Mehr dazu in Kapitel 4.1.*

## ENTWICKLUNG DER MATERIALPREISE IN DER BESCHAFFUNG

Der Beschaffungsmarkt ist oft starken Kostenentwicklungen unterworfen, wie dies in den Jahren 2011 und 2012 vor allem in den Bereichen Fertigungsmaterialien und Hilfsstoffe der Fall war. Es wurden zu diesem Zeitpunkt zahlreiche Maßnahmen getroffen, um eine kostenseitig akzeptable Versorgungslage sicherzustellen. So konnte auch unter schwierigen Rahmenbedingungen das Materialkostenniveau des Vorjahres gehalten werden. Auch im Jahre 2013 kam es bei den laufenden Produkten im Materialbereich zu keiner Erhöhung der Gesamtkosten. 2014 haben sich die Beschaffungspreise weiterhin positiv entwickelt.

In Zukunft werden die Materialpreise voraussichtlich weiter steigen. Dem will SWAROVSKI OPTIK durch Rationalisierungsansätze oder Rahmenverträge mit den Zulieferern entgegenwirken.

## ENTWICKLUNG DER LIEFERANTENBASIS

Aus ökonomischer Sicht bestehen beschaffungsseitig keine außerordentlichen Risiken. Eine Nichterfüllung von Umwelt- und Sozialstandards auf Lieferantenseite ist uns derzeit nicht bekannt. Allerdings besteht hier – insbesondere bei unseren asiatischen Zulieferern – auch noch keine eindeutige Transparenz. Klar definierte Initiativen für ein CSR-konformes Verhalten sollen diese Transparenz in den nächsten Jahren schaffen. Weitere Informationen finden Sie in Kapitel 3.2.

## — 2.2 AUF *MUT* GEBAUT

Der Innovationsgeist und die enge Verbundenheit mit unseren Kunden sowie die Kenntnis ihrer Wünsche und Bedürfnisse sorgen für die laufende Aktualisierung des Angebots. Wir sehen es als unsere Verpflichtung, unsere Kunden immer wieder aufs Neue zu überraschen und ihre Erwartungen zu übertreffen.

Bei SWAROVSKI OPTIK zählt der Mut des Teams, überlegene Produkte zu entwickeln. Wer innovative Produkte anbieten will, muss ständig an die Grenzen des Machbaren gehen, neue Wege beschreiten und Zeit für Entwicklungen zulassen.

Neugierde und Experimentierfreude treiben uns an, neue Ideen, Technologien, Problemlösungen und Sichtweisen zu gewinnen. Wir sind geistig beweglich und haben den Mut und den Ideenreichtum, scheinbar Unmögliches zu bewerkstelligen. Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass unsere Innovationen die Ergebnisse kreativer Menschen sind, die mutig und mit Forschergeist Freiräume nutzen. Beispiele dafür sind etwa der einzigartige Durchgriff der EL Ferngläser, der den Bedienkomfort so besonders macht, oder der leistungsstarke 6fach-Zoom bei den Z6 Zielfernrohren sowie unser modulares Teleskop ATX/STX.

### AM ANFANG STEHT DIE IDEE

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben hohe Fachkenntnisse und werden dazu motiviert, diese laufend zu optimieren und weiterzuentwickeln. Wir fördern Ideenvielfalt und ermutigen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu, diese auch einzubringen. Gerd Schreiter, Vorstand Technik, ist auch Mitglied des hausinternen Innovation Boards. In diesem überprüft er gemeinsam mit dem gesamten Vorstand, den Verantwortlichen aus dem Produktmanagement und der

Technik die eingereichten Ideen und Verbesserungsvorschläge. Dabei geht es nicht nur um die technische Machbarkeit, sondern auch darum, ob die Innovation Erfolg versprechend ist. Basierend auf diesen Überlegungen wird dann entschieden, ob eine Idee weiterverfolgt oder verworfen wird. In diesem Gremium wird das strategische Produktportfolio laufend aktualisiert.

”

*Bei Innovationen ist es wichtig, dass der Prozess von der Idee bis hin zur Umsetzung im Produkt gut strukturiert ist.*

Gerd Schreiter  
Vorstand Technik

“

### NACHHALTIGE ENTWICKLUNGEN

Unsere Produkte überdauern Generationen. Das schont Ressourcen und ist gelebte Nachhaltigkeit. Unseren hohen Qualitätsansprüchen verpflichtet, arbeiten wir ständig an neuen produktionsmittelschonenden Technologien und achten darauf, dass die Umweltbelastungen so gering wie möglich sind. Dafür gibt es unter anderem eine eigene Umweltcheckliste für die Produktion, die jeder am Prozess Beteiligte ausfüllen muss. Um uns weiter zu verbessern, werden wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihrem Aufgabengebiet entsprechend in CSR-relevanten Themen kontinuierlich fortbilden.



## NEUE IDEEN BRAUCHEN ZEIT, GEDULD UND ÜBERGREIFENDE ZUSAMMENARBEIT

Neuentwicklungen fordern Mut und schnelle Entscheidungen, aber auch Beständigkeit. Gerd Schreiter fasst dies so zusammen:

*„Wir haben einen großen Rückhalt von den Gesellschaftern, und sie bestärken uns immer wieder. Wichtig ist auch, dass im Unternehmen wirklich alle an einem Strang ziehen und mit den Aufgaben wachsen.“*

Er verweist dabei auf den besonderen Innovationsgeist des Hauses.

*„Wir freuen uns über alle neuen Ideen, selbst wenn sich nicht jede umsetzen lässt. Wichtig ist aber, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter letzten Endes komplett für das Produkt brennen.“*

Ein klassisches Fernglas benötigt etwa zwei bis zweieinhalb Jahre Entwicklungszeit. An bahnbrechenden Neuentwicklungen arbeitet das Team unter Umständen deutlich länger, da neue Technologien in Vorentwicklungsprojekten untersucht werden müssen, ehe sie in die Produktentwicklung einfließen können. Am gemeinsamen Standort finden sich alle Abteilungen unter einem Dach vereint. Das ist für den reibungslosen Produktentwicklungsprozess von immenser Bedeutung und stärkt die Effizienz und den Zusammenhalt.



## — 2.3 QUALITÄT HAT IHREN WERT

Der Habicht auf SWAROVSKI OPTIK Produkten ist für uns so etwas wie ein Siegel, das uns jeden Tag daran erinnert, dass nur ein Meisterstück dieses Zeichen tragen darf.

Der Begriff Qualität wird bei SWAROVSKI OPTIK sehr umfassend betrachtet und geht weit über die reine Technik hinaus. Für uns zählt das Paket: hervorragende Optik, Funktionalität, Ergonomie, Design, Service – all das muss stimmig sein.

*„Wenn man, so wie ich, lange für ein Unternehmen tätig ist, denken viele, nichts könne sie mehr überraschen. Das mag vielleicht für andere Firmen gelten, nicht aber für SWAROVSKI OPTIK. Wer hier arbeitet, hat sich der Qualität und Innovation verschrieben, und das jeden Tag, in jedem Bereich. So wird die hauseigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung von den zentralen Fragen angetrieben: Was erwartet man von einem Produkt, das einfach das beste sein soll, und wie können zukunftsweisende industrielle Technologien und meisterhafte Handwerkskunst zu einem großen Ganzen zusammengefügt werden? Unsere Ferngläser stehen für höchstmögliche Qualität. Kunden entscheiden sich für SWAROVSKI OPTIK, weil sie auf Präzision, Verarbeitung und Langlebigkeit Wert legen. Und das können wir durch höchste Prüfstandards garantieren.“*

Franz Erler  
Qualitätssicherung

Was ein Produkt tatsächlich wert ist, offenbart sich im täglichen Gebrauch. Nimmt man etwas gerne und oft in die Hand und hat man für viele, viele Jahre Freude daran, dann ist es wertbeständig. Die meisten entscheiden sich genau aus diesen Gründen für SWAROVSKI OPTIK: Denn sie wissen, es ist eine Investition fürs Leben.

### QUALITÄT BRAUCHT KONTROLLE: QUALITÄTSSICHERUNG

Jeder Kunde von SWAROVSKI OPTIK kann sich darauf verlassen, dass er 100 % kontrollierte Qualität in Händen hält. Jedes Stück wird nach genau festgelegten Parametern geprüft.

Dreh- und Angelpunkt der Qualitätskontrolle ist das Labor, wo die Produkte getestet und überprüft werden. Die Qualitätssicherung arbeitet direkt mit der Entwicklungsabteilung und vielen anderen Bereichen zusammen.

### ENTWICKLUNG UND FERTIGUNGSTECHNIK: WENN MIKROMETER ENTSCHEIDEN

In der unternehmenseigenen Fertigungstechnik – einem Herzstück von SWAROVSKI OPTIK – entstehen jene Werkzeuge und Verfahren, die für die Produktion nötig sind.

Allein für die Herstellung eines Fernglases wie des EL 42 sind über 650 Sonderwerkzeuge notwendig. Dieter Mangesius, Leiter der Fertigungstechnik, hält fest:

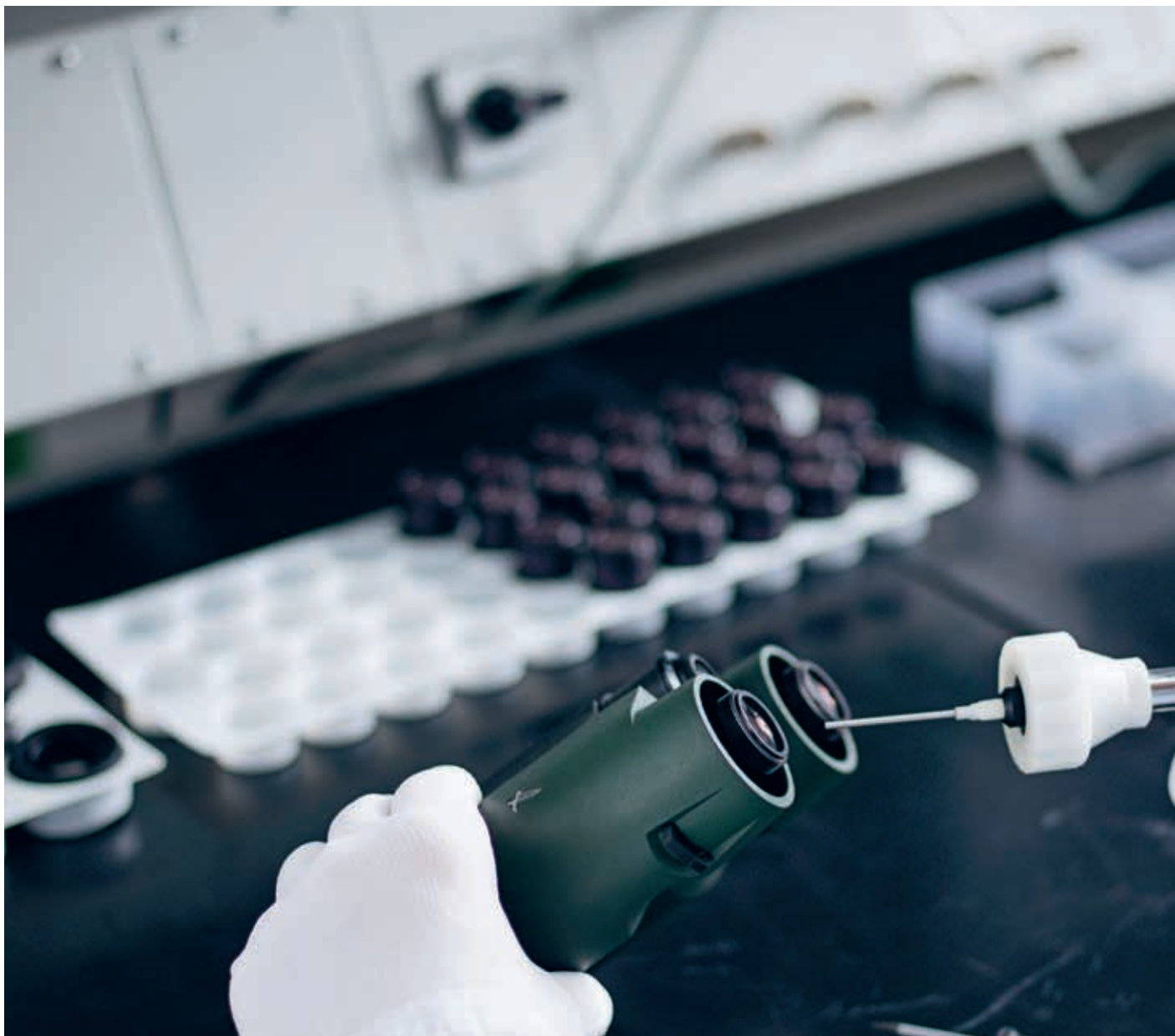
*„Wir haben zwei Schwerpunkte in unserer Arbeit. Zum einen schaffen wir die Grundlagen, um neue Produkte produzieren zu können. Und zum anderen sorgen wir dafür, dass die Fertigung von bestehenden Produkten laufend verbessert wird. Rationeller, genauer, schneller produzieren – das ist das Ziel der Fertigungstechniker im Haus, die sich als Bindeglied zwischen der Konstruktion und der Produktion verstehen. Egal, ob bestehende Fertigungen optimiert oder neue Werkzeuge produziert werden, es ist immer absolute Präzisionsarbeit, wobei kleinste Toleranzen eingehalten werden müssen. Ein steter Austausch zwischen den Abteilungen garantiert das beste Ergebnis.“*



### **PERFEKTE PRODUKTIONSABLÄUFE: PRÄZISION FÜR JEDEN TAG**

Der Produktionsbereich von SWAROVSKI OPTIK ist die Geburtsstätte unserer Geräte in Serie. Damit die Herstellung möglichst reibungslos abläuft, ist diese Abteilung mit ihrer Expertise gleich von Anfang an in den Entwicklungsprozess involviert.

Reinhard Lemmerer verantwortet die Produktion bei SWAROVSKI OPTIK. Viele seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Führungskräfte wurden im Haus in unseren eigenen Lehrwerkstätten ausgebildet. In der Montage unserer Produkte vereinen sich zukunftsweisende industrielle Technologien mit dem Anspruch höchster Handwerkskunst.



### **GUTER SERVICE SICHERT DIE WERTBESTÄNDIGKEIT**

Die Wertbeständigkeit unserer Produkte vermindert ökologische Belastungen und fördert nachhaltigen Konsum. Bereits in der Phase der Produktentwicklung beziehen wir die Service- und Reparaturfähigkeit mit ein. Die Lebensdauer unserer Produkte wird durch die hohe Kompetenz unseres Kundendienstes zusätzlich verlängert.

Bei einem Service werden nicht einfach nur Teile ausgetauscht, sondern das gesamte Produkt wird überprüft, gereinigt und bei Bedarf auch das Edelgas im Inneren nachgefüllt. Wir nehmen diese Arbeiten auch bei Geräten vor, die 30 oder schon 40 Jahre alt sind. Außerdem ersetzen

wir typische Verschleißteile wie Augenmuscheln, Riemen, Regen- und Objektivschutzdeckel kostenlos.

Im Zuge dessen stellen wir fest, dass ein Großteil der Kunden mit unseren Geräten sehr sorgsam umgeht. Im Vergleich zu den Stückzahlen, die SWAROVSKI OPTIK jedes Jahr ausliefert, ist die Menge der Reparaturfälle äußerst gering und liegt im Promillebereich. Wir pflegen eine kundenfreundliche Kultur, bei der Kulanz im Vordergrund steht.

Bereits nach zehn Tagen hält der Kunde sein gewartetes oder repariertes Produkt wieder in Händen – egal, wo er zuhause ist.



”

*Der scharfe Blick des Habichts impliziert für mich Präzision und höchste Qualität – und zwar zu jeder Zeit. Das ist auch der Geist, der im gesamten Unternehmen gelebt wird. Ich kann mich erinnern, dass ich einmal in einer alten Firmenzeitung das Transkript einer Ansprache von Daniel Swarovski, unserem Firmengründer, gelesen habe. Diese Rede hat er 1929, inmitten der großen Wirtschaftskrise, gehalten und dabei an alle Menschen im Unternehmen appelliert, weiterhin unbeirrt und konsequent am Qualitätsbewusstsein festzuhalten. Selbst in den schwierigsten Jahren war das seine oberste Maxime. Und egal, welche Krisen die Welt erschüttert haben, dieser Qualitätsanspruch ist immer unangetastet geblieben.*

“

Carina Schiestl-Swarovski  
Vorsitzende des Vorstandes







03  
DER MENSCH  
LIEGT UNS  
*AM HERZEN*



Bei SWAROVSKI OPTIK begegnen wir einander mit Wertschätzung, Toleranz und Respekt. Dies zeigt sich nicht nur in der täglichen Zusammenarbeit, sondern auch darin, wie wir Verantwortung gegenüber externen Partnern und der Gesellschaft übernehmen. Unsere humanistischen Werte verdeutlichen sich in Offenheit und Achtung gegenüber allen Menschen und Kulturen, wir erkennen die Würde jeder und jedes Einzelnen an. Wir leben eine Kultur des Miteinanders und des Vertrauens.

### *MITEINANDER ARBEITEN*

*Arbeit ist dann erfolgreich, wenn wir alle einen Sinn darin sehen und ihr mit Freude nachgehen. Unser Bestreben ist es, die Arbeitsplätze nachhaltig abzusichern. Das ist einerseits unsere unternehmerische Verantwortung, andererseits ein wesentlicher Faktor für die Zufriedenheit aller. Wir setzen uns besonders dafür ein, dass sich alle in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen. Daher achten wir Gesundheit als hohes Gut. Miteinander sind wir stark, vielfältig und erfolgreich. Wir leben die Gemeinschaft.*



#### *IN BEZIEHUNG ZU ANDEREN*

*Unsere Partner leisten einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Mit vielen Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern verbinden uns jahrelange Beziehungen. Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit sind übereinstimmende Einstellungen und Werte sowie ein gemeinsames Qualitätsverständnis. Es ist uns wichtig, dass alle unsere Partner nachhaltig denken und handeln.*

#### *IN BEZIEHUNG ZUR REGION*

*Als verantwortungsvoller Nachbar sind wir bestrebt, im Einklang mit unseren Anrainern zu leben. Wir unterstützen regionale Aktivitäten und ermuntern unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, einen aktiven Beitrag zu leisten. Das klare Bekenntnis zum Unternehmens- und Produktionsstandort Tirol stärkt uns und die Region und schafft gegenseitiges Vertrauen.*

## — 3.1 MITEINANDER ARBEITEN

”

*Mir ist die Einsicht wichtig, dass wir alle in einem Verantwortungszusammenhang stehen, jeder an seinem Platz. Deshalb setze ich mich dafür ein, dass der Kreislauf von Geben und Nehmen geschlossen ist. Das ist Teil des Swarovski-Geistes und war auch die Lebensphilosophie unseres Gründers. Und ich lege ausgesprochen viel Wert darauf, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Sinn und Freude an ihrem Arbeitsplatz erfahren können. Wenn die oder der Einzelne in der Früh gerne hereinkommt und am Abend das Unternehmen zufrieden verlässt, kann man sich die ganzen modernen Motivationstheorien sparen. Wichtig ist dafür natürlich auch, dass sich der Mensch bei uns wohlfühlt und die Arbeitsplätze nachhaltig abgesichert sind, wofür ich im Besonderen eintrete.*

Carina Schiestl-Swarovski  
Vorsitzende des Vorstandes

“

### ARBEITSPLÄTZE SICHERN

Die Sicherung der Arbeitsplätze ist neben der nachhaltigen Steigerung des Unternehmens- und Markenwerts eines unserer Unternehmensziele, das unsere globale Marktführerschaft auch in volatilen Zeiten sichert.

Ein zentrales Anliegen ist es, mit unseren Produktions- und Sourcingstrategien (wie in Kapitel 2, Seite 45, näher vorgestellt) marktseitige Nachfrageschwankungen so gut wie möglich aufzufangen und den Personalstand stabil zu halten.



## —INITIATIVEN MIT VERANTWORTUNG

### GESUNDHEITSFÜRSORGE AM ARBEITSPLATZ

Oberste Priorität hat selbstverständlich die Sicherheit am Arbeitsplatz. Wir achten sehr genau darauf, die entsprechenden gesetzlichen Regelungen strengstens einzuhalten und engagieren uns darüber hinaus. Sinn und Freude an der Arbeit zu empfinden, trägt zum gesundheitlichen Wohlbefinden bei. Aber auch ausgewogene, gesunde Ernährung und Bewegung gehören dazu.

### BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG

Ein umfassendes Konzept zur betrieblichen Gesundheitsförderung wurde 2015 implementiert. Ziel ist es, Arbeitsbedingungen systematisch zu optimieren und das Bewusstsein für einen gesunden Lebensstil zu stärken. Die Angebote beziehen sich auf die Bereiche Ernährung, Bewegung, Entspannung und Weiterbildung.

#### AKTUELLE MASSNAHMEN

- Mitarbeitergespräche (MAG)
- Mitarbeiterzufriedenheitsanalyse (MAZ) und 360°-Feedback
- Führungskräfteentwicklung
- Schulungs- und Seminarangebote
- Arbeitsplatzevaluierung (Ergonomie, Bildschirmbrille)
- Gut ausgestattete, vielfach barrierefreie Arbeitsplätze
- Betriebskindergarten „OptikS Wichtelwald“
- Werksverkehr und Firmenparkplätze
- Gleitzeit und Teilzeitmodelle

#### ARBEITSUMFELD

#### WAS KÖNNEN WIR NOCH TUN?

- Lean Management → Analyse des Wertstroms und der Arbeitsplätze

#### AKTUELLE MASSNAHMEN

- Vielfältiges Essensangebot in der Kantine
- Schwerpunktthema im Betriebskindergarten („Gesundheitswichtel“)
- Gesunde Jause
- Rauchfreies Unternehmen
- Nichtraucherseminare

#### GESUNDE ERNÄHRUNG

#### WAS KÖNNEN WIR NOCH TUN?

- Aktion „Gesund abnehmen“
- Biobauern-Stand
- Vortrag zur gesunden Ernährung mit Brotbackkurs



### AKTUELLE MASSNAHMEN

- Werksportgemeinschaft (z. B. Fußballturnier, Skiausflug, Wanderungen, Tennis, Badminton)
- Teilnahmen an Sportveranstaltungen (z. B. Firmenlauf)
- Firmeninterne Sportkurse (Rückenfit-Caprowell, Yoga, Priotonic Cardio)

### AUSGLEICHENDE BEWEGUNG

### WAS KÖNNEN WIR NOCH TUN?

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeigen anderen ihre Sportart

### AKTUELLE MASSNAHMEN

- Workshop „Ich stärke meine mentalen Kräfte“
- Coaching
- Konfliktmanagement
- Führungskräfteentwicklung
- Psychische Evaluierung am Arbeitsplatz
- Betriebsärztliche Unterstützung von Suchtkranken
- Intervention durch Arbeitspsychologen bei Krisen

### MENTALE GESUNDHEIT

### WAS KÖNNEN WIR NOCH TUN?

- Vorträge (Stressbewältigung, Entspannung)

### AKTUELLE MASSNAHMEN

- Beratung und Behandlung durch Betriebsarzt
- Augenuntersuchungen
- Impfungen
- Vortrag über Suchtmittelmissbrauch
- Betriebliche Begehungen zur Vorbeugung von Arbeitsunfällen und Fehlbelastungen durch Sicherheitsfachkraft und Arbeitsmediziner

### GESUNDHEITS-VORSORGE

### WAS KÖNNEN WIR NOCH TUN?

- Individuelle Gesundenuntersuchung
- Rückenuntersuchungen (MediMouse)

### FIRMENEIGENE WERKSKANTINE

Täglich essen rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von SWAROVSKI OPTIK sowie Gäste aus Unternehmen der Region in unserer selbst betriebenen Werkskantine. Das Küchenteam verwendet saisonale und regionale Produkte, z. B. Gemüse von den Bauern aus den Nachbarorten. Es gibt täglich drei verschiedene Gerichte zur Auswahl, eines davon vegetarisch. Allen gemein ist die genaue Nährwertangabe, Geschmacksverstärker sind aus den Speisen verbannt. Außerdem bieten wir unter dem Motto „Gesunde Jause“ täglich frische Früchte bzw. diverse frische Salatvariationen an. Das Unternehmen unterstützt die Werkskantine mit jährlich rund Euro 275.000.

### WOHLFÜHLEN AM ARBEITSPLATZ

Eine durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 13,8 Jahren bzw. eine Fluktuation von 10,7 % und die Ergebnisse der Mitarbeiterzufriedenheitsanalyse verdeutlichen, dass die Menschen bei uns zufrieden sind und sich wohlfühlen. Im Sommer 2013 führten wir neben einem 360°-Feedback für Führungskräfte eine Mitarbeiterzufriedenheitsanalyse durch. Etwa 60 % aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beteiligten sich daran. Gegenüber der zuletzt durchgeführten Umfrage zeigte sich eine deutliche Verbesserung in allen Bereichen.

Im Herbst 2013 wurden die Ergebnisse umfassend präsentiert und mit den Führungskräften in persönlichen Feedback-Gesprächen analysiert. Bei Bedarf wurden Entwicklungsziele erarbeitet und vereinbart. Alle Abteilungen veranstalteten Workshops zu den Ergebnissen, aus denen konkrete Maßnahmen abgeleitet wurden. Viele konnten bereits im Arbeitsalltag umgesetzt werden.

Beispiele für Maßnahmen zur Stärkung der Mitarbeiterzufriedenheit:

- Seminare zum Ausbau der Kommunikationsfähigkeit
- Einführung regelmäßig stattfindender Jours fixes
- Verpflichtende Mitarbeitergespräche mit Angestellten, freiwillige Mitarbeitergespräche mit Arbeiterinnen und Arbeitern
- „Schnupperstunden“ zum Kennenlernen anderer Abteilungen und ihrer Aufgaben
- Projekt „Betriebliche Gesundheitsförderung“
- Maßnahmen zur Verbesserung der Meetingkultur
- Maßnahmen zur Förderung der abteilungsübergreifenden Zusammenarbeit, Seminare zur Stärkung der Führungskompetenz



## MITARBEITERZUFRIEDENHEITSANALYSE



## CHANGENGLEICHHEIT

In unserem Code of Conduct und dem daraus abgeleiteten Verhaltenskodex ist die Chancengleichheit unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Religion, Alter, Status, sexueller Orientierung oder Position festgeschrieben. Insgesamt arbeiten im Unternehmen 201 Frauen und 409 Männer. Der Frauenanteil wächst kontinuierlich, auch in den Lehrwerkstätten.

In Führungspositionen überwiegt der Anteil an Männern: Sieben Frauen und 66 Männer arbeiten auf Vorstands-, Bereichsleitungs- und Kostenstellenleitungs-Ebene. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sehr viele Führungspositionen im Bereich von Produktion und Technik liegen. Bei Nachbesetzungen entscheidet bei uns die Qualifikation und nicht das Geschlecht.

Die Entlohnung ist bei uns geschlechterunabhängig und angemessen. Arbeiterinnen und Arbeiter erhalten seit 1993 eine freiwillige leistungsorientierte Prämie. Für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gab es in besonders erfolgreichen Jahren neben einer Goldmünze eine zusätzliche freiwillige Prämie als Zeichen der Anerkennung. Die Beschäftigungspflicht von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern mit körperlicher Beeinträchtigung können wir bisher nur bedingt erfüllen, wir leisten jedoch die gesetzlichen Ausgleichszahlungen. Das liegt daran, dass in der Produktion Menschen mit Beeinträchtigung nur eingeschränkt einsetzbar sind und es außerdem nur wenige Bewerber gibt. Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung werden im Bewerbungsfall gleich behandelt.

Viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind schon sehr lange bei uns tätig, andere fangen gerade neu an. In diesem Miteinander der Generationen verbinden sich Impulse von neuen Kollegen mit langjähriger Erfahrung. Eine reibungslose Nachfolge und ein umfassender Know-how-Transfer auf Führungsebene sind besondere Herausforderungen, auf die wir uns so gut wie möglich vorbereiten.

## FREIWILLIGE LEISTUNGEN

Wir bieten freiwillige Sozialleistungen wie z. B. die Unterstützung des betriebseigenen Kindergartens „OptikS Wichtelwald“ mit rund Euro 284.000 jährlich, des firmeneigenen Shuttle-Services mit rund Euro 72.000 jährlich, die freiwillige Leistung von Fahrtkostenzuschüssen in der Höhe von rund Euro 77.000 jährlich und die finanzielle Unterstützung der Werkskantine mit rund Euro 275.000 jährlich. Zudem gewähren wir verschiedene Zuschüsse (z. B. bei Heirat, Urlaub) und unterstützen Impfkationen, Sprachkurse, Fortbildungen und vieles mehr. Wir laden unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jedes Jahr zu einer

aufwändigen Weihnachtsfeier, zu Oktober- oder Sommernachtsfest und Jubilar- und Lehrlingsausflügen ein.

Seit vielen Jahren unterstützen wir außerdem mit einem jährlichen Beitrag von rund Euro 8.000 die freiwillige Werksportgemeinschaft (WSG), die sportliche Veranstaltungen wie Fußball-, Federball- oder Tennisturniere, aber auch Wander- oder Skiausflüge anbietet.

## PENSIONS-KASSA

Bereits 1948 führte Daniel Swarovski für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Firmenpension ein. Damals ein visionärer Schritt, heute wichtiger denn je. Für die Zeit nach der Erwerbstätigkeit vorzusorgen, ist aufgrund der immer unsicherer werdenden staatlichen Pension unentbehrlich. 2003 wurde der „alte Pensionsplan“ von einem beitragsorientierten Pensionskassenmodell abgelöst. Die überarbeitete und seit 1.1.2014 geltende Regelung erfüllt alle Anforderungen einer modernen betrieblichen Altersvorsorge und verschafft den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern neben der staatlichen Pension eine fundierte zweite Säule. Sie gibt ihnen außerdem die Möglichkeit, mit eigenen Beiträgen darüber hinaus eine dritte Säule aufzubauen.

## WICHTELWALD

SWAROVSKI OPTIK legt Wert darauf, Familien und Kinder zu unterstützen und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern. Im Jahr 2008 öffnete daher auf Initiative von Carina Schiestl-Swarovski die betriebliche Kinderbetreuungseinrichtung „OptikS Wichtelwald“ ihre Pforten. In diesem Betriebskindergarten werden die Kleinen vom engagierten und gut ausgebildeten Fachpersonal betreut und können in den großzügigen Räumlichkeiten unbeschwert Kind sein, während die Eltern in unmittelbarer Nähe beruhigt ihrer Arbeit nachgehen. Durch diese Einrichtung ermöglichen wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Verbesserung der Lebensbedingungen. Lichtdurchflutete Räume auf dem Betriebsgelände von SWAROVSKI OPTIK, bewegliches Mobiliar und vielfältiges Spielmaterial regen die Kinder an, die Welt mit allen Sinnen zu erfahren. Zu den großzügig gestalteten Räumlichkeiten gehören der Gartenbereich, ein Dach- und ein Steingarten sowie ein Waldstück auf dem Firmengelände. Die Kinder setzen sich intensiv mit der Natur, dem Wald und der Umwelt auseinander, sie erwerben Einsicht und Wissen und entwickeln dadurch Achtung und Respekt vor der Natur.

Das Hauptziel der Kinderbetreuungseinrichtung liegt darin, selbstsichere und im Urvertrauen gestärkte Kinder auf einem Teil ihres Lebensweges zu begleiten. Das pädagogische Konzept baut auf vier Säulen auf: Betreuung – Pflege – Bildung – Erziehung.



Diese Säulen bilden eine Einheit und bedingen einander. Unsere Arbeit ist geprägt von Liebe, Achtung und Respekt gegenüber dem Kind. Wir gehen auf die Wünsche, Bedürfnisse und Interessen der Kinder im Rahmen unserer Möglichkeiten bestmöglich ein. Wir achten die Interessen der Einzelnen und bemühen uns, diese in die Gruppe der Kinder zu integrieren. Jedes Kind erlebt sich als Teil einer Gruppe bzw. als Teil der Gemeinschaft im „OptikS Wichtelwald“.

Von besonderer Bedeutung sind unsere jährlichen Projekte gemeinsam mit den „Großen“, also den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von SWAROVSKI OPTIK. Die Kinder setzen sich gemeinsam mit Spezialisten aus der Firma mit einem jährlichen Schwerpunktthema auseinander, wie beispielsweise Mülltrennung, sparsamer Umgang mit Energie, Sicherheit am Arbeitsplatz oder Gesundheit. Anschließend sind sie als „Wichtel“, also z. B. als Energie- oder Gesundheitswichtel, im Unternehmen unterwegs, um das Gelernte spielerisch an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiterzugeben – eine Bereicherung und wichtige Erfahrung für beide Seiten. Die „Wichtel“ kontrollieren in der folgenden Zeit regelmäßig, ob das Gelernte auch richtig und konsequent angewendet wird. Die beste Abteilung wird dann bei einer Preisverleihung geehrt.

## — *SICH GEMEINSAM* ENTWICKELN

### **LEHRLINGSWERKSTÄTTE: LEHRBERUF FEINOPTIK UND LEHRBERUF METALLTECHNIK/ZERSPANUNGSTECHNIK**

Seit über 60 Jahren bilden wir in unseren eigenen Lehrwerkstätten Lehrlinge in Feinoptik und Metalltechnik/Zerspanungstechnik aus. Jährlich nehmen wir sieben bis zehn neue Lehrlinge auf. Viele von ihnen bleiben auch nach der Ausbildungsdauer von 3,5 Jahren und ihrem Lehrabschluss im Unternehmen tätig. Im Rahmen der beruflichen Weiterentwicklung können sie je nach Bedarf auch zum Teamleiter, Schichtführer oder Kostenstellenleiter aufsteigen oder in anderen Bereichen des Unternehmens Karriere machen.

### **AUS- UND WEITERBILDUNG**

Wir bieten laufend Aus- und Weiterbildung an, entweder zu fachlichen oder zu allgemeinen Themen, wie z. B. Persönlichkeitsentwicklung, Führungs- und Konfliktkompetenz sowie Kommunikationsfähigkeit. 2016 werden wir Schulungen zum Themenspektrum der Nachhaltigkeit anbieten.







## *IM GEPRÄCH MIT FRANZ ERLER UND BENJAMIN PACHER*

Zwei Menschen – zwei Karrieren – ein Unternehmen: Obwohl Benjamin Pacher fast 25 Jahre nach Franz Erler für SWAROVSKI OPTIK zu arbeiten begann, gibt es dennoch einige interessante Parallelen. Gemeinsamkeiten, die sie auch mit vielen anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Unternehmens teilen.

---

*Anmerkung: Wie in Tirol üblich, duzen sich bei uns fast alle.*



**Wie lange bist du schon bei SWAROVSKI OPTIK beschäftigt?**

**E:** Seit Jänner 1979.

**P:** Seit September 2003.

**Wie verlief deine Laufbahn und was ist deine jetzige Aufgabe?**

**E:** Zuerst war ich im Technischen Büro, dann im Messlabor. Seit 1989 bin ich Leiter der Qualitätssicherung.

**P:** Ich habe zunächst eine Lehre als Maschinenfertigungstechniker abgeschlossen und war der erste Lehrling mit Lehrlingsaustausch in die Schweiz. Im Anschluss an das Bundesheer kam ich in die Dreherei (Bedienung von CNC-Maschinen) und habe im Zuge des Vertical Integration Projekts Z3 für sechs Monate bei SWAROVSKI OPTIK North America mitgewirkt. Anschließend habe ich in der Qualitätssicherung Mechanik und in der Standbetreuung bei Messen gearbeitet, bei der Durchführung von Jungjägerschulungen geholfen und seit 1.1.2013 bin ich Kostenstellenleiter für das Ersatzteilmanagement.

**Wofür steht für dich SWAROVSKI OPTIK?**

**E:** Für Top-Qualität, Premiumprodukte und ein verinnerlichtes Qualitätsverständnis.

**P:** Ein hochwertiger Hersteller fernoptischer Geräte. Für mich persönlich ist es toll, hier zu arbeiten, weil ich selbst passionierter Jäger bin.

**Weshalb hast du dich für eine Tätigkeit bei SWAROVSKI OPTIK entschieden?**

**E:** Da es zu meinem Ausbildungsende im Bereich Starkstrom wenige Arbeitsplätze gab, habe ich in Wattens mit Schichtarbeit gestartet und bin dann nach Absam ins Technische Büro gewechselt.

**P:** Ich wollte ursprünglich Uhrmacher werden. Die Projekte für Lehrlinge bei SWAROVSKI OPTIK haben meinen Interessen entsprochen und daher habe ich mich dafür entschieden.

**Was macht dir Freude an deiner Arbeit?**

**E:** Ich bin nach wie vor begeistert, dass wir kreativ sein können und dass meine Neugier gefördert wurde und wird. Auch die Zusammenarbeit im Team mit jungen Menschen macht mir Spaß.

**P:** Das gute Arbeitsklima in der Firma.

**Wodurch unterscheidet sich SWAROVSKI OPTIK von anderen Betrieben?**

**E:** Zum einen behalten wir Ziele längerfristig im Auge. Zum anderen werden unsere Produkte dort hergestellt, wo sie typischerweise auch eingesetzt werden, wir gehen sozusagen in den Wald vor unserer Tür, um unsere Produkte zu testen.

**P:** Durch Sozialleistungen und dadurch, dass aus meiner Sicht das Unternehmen wirklich auf die Menschen hier schaut.

**Welche Werte sind dir persönlich wichtig im Umgang miteinander?**

**E:** Vertrauen und Verlässlichkeit, auch unter widrigen Umständen.

**P:** Höflichkeit, Loyalität dem Unternehmen gegenüber und Spaß.

**Werden diese Werte im Unternehmen gelebt?**

**E:** Wir bemühen uns!

**P:** Absolut ja!

**Fühlst du dich wertgeschätzt?**

**E:** Ja. Das hat auch mit Vertrauen zu tun. Ich kann mein Fachwissen einbringen.

**P:** Ja, sehr!

**Was bedeutet für dich „Der Mensch liegt uns am Herzen“?**

**E:** Ein fairer und vertrauensvoller Umgang.

**P:** Ein guter Umgang miteinander, tolles Arbeitsklima, sicherer Arbeitsplatz.

**Hast du die Freiheit, eigene Ideen einzubringen?**

**E:** Ja, hatte ich immer schon, und das schätze ich auch sehr.

**P:** Ja.

**Wie lauten deine nächsten beruflichen Ziele?**

**E:** Die geordnete Übergabe der Fachbereiche an die nächste Generation.

**P:** Die kontinuierliche Verbesserung und Weiterentwicklung der mir übertragenen Aufgabengebiete.

**Welche Wünsche hast du an das Unternehmen?**

**E:** Dass es weiterhin ein Umfeld gibt, in dem Kreativität und das Miteinander gefördert werden.

**P:** Ich bin wunschlos glücklich. Gut würde ich finden, wenn eine stabile Weiterentwicklung des Unternehmens zur Absicherung der Arbeitsplätze in Absam stattfindet.

**Wie beurteilst du die Kantine?**

**E:** Ich gehe manchmal essen, und es schmeckt absolut spitze.

**P:** Ausgezeichnet, es gibt drei Menüs zur Auswahl.

**Was machst du in deiner Freizeit?**

**E:** Ich fahre Motorrad, spiele Gitarre und bastle am Auto oder Motorrad.

**P:** Sport, wie zum Beispiel Radfahren, Klettern und Jagen, außerdem Fotografieren.

**Welche Musik hörst du?**

**E:** Rock, Blues und Jazz.

**P:** Volksmusik, Blasmusik (bin selber Musikanter), immer offen für Neues.

**Worum geht's im Leben?**

**E:** Dazu könnte ich stundenlang bei einem Bier philosophieren. Die Ziele nicht zu verbissen, aber trotzdem hartnäckig verfolgen und ein gewisses Maß an Demut behalten. Immer wieder einmal einen Blick auf die Dinge werfen, die schon gut laufen und funktionieren. Das dankbar annehmen und vielleicht sogar ein bisschen stolz darauf sein. Und mit Zuversicht in die Zukunft blicken.

**P:** Familie und Gesundheit.

**GEMEINSAM ERFOLGE FEIERN**

Neben vielen gemeinsamen sozialen Aktivitäten, wie z. B. dem Ski-tag, dem Firmen-Fußballturnier, dem Lehrlings- oder Jubilarausflug, unserer Weihnachtsfeier und dem Sommernachtsfest, nehmen wir uns auch Zeit, gemeinsam Erfolge zu feiern.





## — 3.2 IN BEZIEHUNG ZU ANDEREN

### *DAS LIEFERANTEN-SPEKTRUM*

Eine gute und partnerschaftliche Beziehung zu unseren Lieferanten ist für den Erfolg unseres Unternehmens eine wichtige Voraussetzung. Mit vielen Lieferanten und Geschäftspartnern arbeiten wir seit Jahren zusammen. Die Grundlage für eine gute Partnerschaft liegt für uns in einem übereinstimmenden Qualitätsverständnis, im gemeinsamen Bestreben, neue Lösungen zu finden, und in einer wettbewerbsfähigen Preisgestaltung. Es ist uns wichtig, dass unsere Partner nachhaltig denken und handeln. Unser globales Lieferantennetzwerk umfasst über 500 Lieferanten in mehr als 35 Ländern. Über 100 von ihnen liefern Teile und Komponenten, die direkt in unsere Produkte einfließen.

#### EINBLICK

*Zulieferer Pließnig über die Partnerschaft mit SWAROVSKI OPTIK:*

*Bereits seit 1998 arbeitet SWAROVSKI OPTIK mit der Firma Pließnig aus Fulpmes zusammen, die für kreative Produktentwicklung und Lösungen im Bereich Thermoplaste steht. Pließnig produziert Spritzguss-Kunststoffteile für sämtliche optische Geräte. Schon bei der Entwicklung von Produkten werden gemeinsam innovative Lösungen gesucht. So lässt Pließnig für die Produktion der Spritzgussteile spezielle Werkzeuge bauen, die ebenfalls in der Region produziert werden. Im Lauf der Jahre hat sich eine sehr enge, für beide Partner besonders erfolgreiche Zusammenarbeit entwickelt. Das sieht auch Anton Hörtnagl, Verkaufsleiter bei Pließnig, so: „Durch unsere langjährige Partnerschaft mit SWAROVSKI OPTIK ist ein gegenseitiges Vertrauen gewachsen, das sich sehr positiv auf die Geschäftsbeziehungen auswirkt. So konnten durch intensive und innovative Zusammenarbeit umfangreiche Projekte erfolgreich umgesetzt werden.“*



## ***LIEFERANTEN VON ROHMATERIALIEN FÜR DIE PRODUKTION***

Aus Deutschland und Asien beziehen wir Glas-Rohlinge, aus Europa kommen vor allem Metall- oder Gussteile. Verfügbarkeit und Preise der Rohmaterialien sind auch für unseren wirtschaftlichen Erfolg relevant. Da die Marktpreise mitunter starken Schwankungen unterliegen, agieren wir möglichst vorausschauend und kaufen in mehreren Währungsräumen zu (vgl. auch Kapitel 2). Unser

Zukaufvolumen ist überschaubar, dennoch besteht aufgrund unserer starken Marke bei den meisten Lieferanten das Interesse, uns als Referenzkunden nennen zu dürfen. Dies eröffnet uns Möglichkeiten, auch in puncto Nachhaltigkeit positiv auf unsere Zulieferer einzuwirken; wegen des teilweise geringen Volumens lassen sich Veränderungen allerdings nicht erzwingen.

## ***LIEFERANTEN VON ANLAGEN UND INVESTITIONSGÜTERN***

Das Wachstum der letzten Jahre hat es mit sich gebracht, dass wir unsere Gebäude und Anlagen laufend erweitern. Wir legen großen Wert darauf, entsprechende Aufträge an Unternehmen in der Region zu vergeben. Unsere Produktionsanlagen stammen zur Gänze aus dem europäischen oder japanischen Raum

und entsprechen allesamt höchsten ökologischen Standards. Entscheidend bei der Lieferantenauswahl sind für uns neben dem Anschaffungspreis auch die Energieeffizienz und die Gesamtbetriebskosten (Total Cost of Ownership) der Anlagen.

## ***LIEFERANTEN VON HALBFABRIKATEN UND KOMPONENTEN***

Zu den Halbfabrikaten und Komponenten, die wir von Lieferanten beziehen, zählen unter anderem Kunststoffteile, elektronische Bauteile, Dichtungen, Schrauben, Zubehör wie Riemen, Taschen, Stative oder Smartphone-Adapter und vieles mehr.

Wir suchen wenn möglich regionale Partner, die unseren Qualitätsanspruch teilen und bei denen wir CSR-Standards leichter verankern und einfordern können. Bei Zulieferern aus dem asiatischen Raum ist die Transparenz geringer, jedoch sind uns keine Missstände bekannt. Die meisten dieser Komponenten beziehen wir von hochentwickelten asiatischen Lieferanten, die auf die Foto-Optik-Industrie spezialisiert sind und sehr hohe Standards hinsichtlich des Arbeitsrechts einhalten. Da die Herstellung

unserer Komponenten meist eine enorme Spezialisierung und Präzision erfordert, sind in diesen Unternehmen Menschenrechtsvergehen wie Kinderarbeit in der Regel kein Thema.

Aus Kostengründen kaufen wir auch Teile, die einen hohen manuellen Einsatz erfordern, in Asien zu. So beziehen wir unsere Ferngläskaschen von einem vietnamesischen Unternehmen, das von Deutschland aus geführt wird.

Sämtliche Trageriemen und Schutzhüllen für unsere Ferngläser stammen aus Europa. Produkte mit hohem Automatisierungsgrad wie z. B. komplexe Kunststoff-, Metall- und Elektronik-Teile erwerben wir vor allem bei europäischen Lieferanten.

## ***LIEFERANTEN FÜR BETRIEBSMITTEL UND ENERGIE***

SWAROVSKI OPTIK ist in der Nutzung sauberer Energiequellen besonders engagiert, siehe auch Kapitel 4 (Seite 88). Als produzierendes Unternehmen sind wir auf eine wettbewerbsfähige und nachhaltige Energieversorgung angewiesen. Wir setzen uns damit in unserem Energiemanagementsystem auseinander, das seit November 2014 nach DIN EN ISO 50001:2011 zertifiziert ist. 30 unserer Hauptlieferanten, die wir anhand von Umsatzgröße,

Kompetenz und Relevanz für geregelte Produktionsabläufe und Qualität am Endprodukt definieren, haben derzeit Zugang zu unserer Lieferantenplattform. Diese wurde im Jahr 2003 mit dem Ziel entwickelt, gegenseitige Transparenz zu schaffen, die Zusammenarbeit zu optimieren, aktuelle Bedürfnisse besser zu erfassen und Qualitäts- und Umweltstandards festzuhalten.





## **TRANSPARENZ SCHAFFEN**

Wir stehen mit unseren Hauptlieferanten regelmäßig in Kontakt. Dabei konnten wir in keinem einzigen Fall Verletzungen der Menschenrechte oder der Arbeits- und Umweltstandards feststellen. Dennoch möchten wir die Transparenz bezüglich gelebter Nachhaltigkeit, vor allem in der Beschaffungskette, weiter ausbauen.

Dies geschieht unter verschiedenen Aspekten:

### *LIEFERANTENBEWERTUNG*

Jährlich führen wir im Team, bestehend aus Einkauf und Qualitätssicherung, eine quantitative und qualitative Lieferantenbewertung durch. Dabei beurteilen wir Qualität, Liefertreue, Servicekompetenz, Umweltstandards und geben den Lieferanten detailliertes Feedback.

### *AUDITS*

Seit zwei Jahren halten wir etwa bei der Neuaufnahme von Lieferanten, bei kritischen Projekten oder bei Lieferschwierigkeiten systematisierte Audits ab. Dabei geht es vorwiegend um Qualität, Versorgungssicherheit und Umweltstandards. In Zukunft wollen wir das Thema Nachhaltigkeit vertiefen.

Eine Checkliste für ökologische und soziale Verantwortung soll unseren internen Auditoren zukünftig ihre Arbeit erleichtern. Wir initiieren auch Schulungen zu diesem Thema.

## **AUSWEITUNG DER QUALITÄTS- UND UMWELTSTANDARDS: IMPLEMENTIERUNG EINES CODE OF CONDUCT FÜR LIEFERANTEN**

Unsere Hauptlieferanten erhalten derzeit in regelmäßigen Abständen einen Selbstbeurteilungsbogen, der unter anderem Umweltkriterien abfragt. Für 2016 planen wir darüber hinaus, unseren Code of Conduct für Lieferanten, der ein klares Bekenntnis zu Umweltschutz, sozialer Verantwortung und Wirtschaftsethik darstellt, weiter auf Lieferantenanforderungen zu spezifizieren, bei ihnen zu implementieren und auf der Lieferantenplattform zu veröffentlichen. Wir werden ihn in weiterer Zukunft mit unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen verknüpfen.

## **VORGEHENSWEISE BEI WAHRGENOMMENEN MISSSTÄNDEN**

### *INTERNE PROZESSE*

Im Unternehmen ist die Einkaufsabteilung, unterstützt von unserem CSR-Beauftragten, für die nachhaltige Ausrichtung der Beschaffungskette verantwortlich.

Besteht der Verdacht, dass einer unserer Lieferanten gegen unseren Code of Conduct für Lieferanten verstößt, wird dies sofort entweder an den Ethikbeauftragten oder an den Technischen Vorstand berichtet. Dieser definiert gemeinsam mit dem gesamten Vorstand eine angemessene Vorgehensweise. Glücklicherweise ist dieser Fall bisher noch nie eingetreten.

### *INTERNE WEITERBILDUNG IN SACHEN NACHHALTIGKEIT*

Spezielle CSR-Schulungen für die Einkaufsabteilung sind in Planung, um bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein tieferes Verständnis zu entwickeln und Risiken rechtzeitig zu erkennen. Unser Supply-Chain-Beauftragter in Asien trägt zur Absicherung dieser Nachhaltigkeitsziele bei. Er wird ebenfalls regelmäßig geschult.

## — 3.3 IN BEZIEHUNG ZUR REGION

*SWAROVSKI OPTIK hat starke Wurzeln in Tirol. Seit 1949 ist unser Unternehmen in Absam beheimatet. Ein besonderes Anliegen ist es, unsere Verantwortung auch in der Region wahrzunehmen. Die Unternehmerfamilien Swarovski, Weis und Frey gehörten zu den Ersten, die sich im sozialen Wohnbau für die Belegschaft engagierten – bereits in den 1950er-Jahren wurden auch in Absam in unmittelbarer Firmennähe 24 Betriebswohnungen erbaut. Inzwischen liegt das Betriebsgelände in einem dicht besiedelten Wohngebiet. Eine gute Nachbarschaft mit den Anrainern ist uns wichtig. Daher haben wir etwa nicht vor, den bewaldeten Südgürtel des Unternehmens zu bebauen. Mit dem firmeneigenen Shuttle-Service verringern wir unter anderem die Werkverkehrsbelastung für Anrainer wesentlich.*





VERSAND  
LOGISTIKZENTRUM

#### **HARMONISCHE EINGLIEDERUNG INS ORTSBILD**

SWAROVSKI OPTIK legt bei Um- und Neubauten besonderes Augenmerk auf die Architektur und eine harmonische Einbettung ins Ortsbild und in die Natur.

In den letzten Jahren erfolgten neben der Erweiterung der Produktionsflächen die Neugestaltung des Verwaltungsgebäudes inklusive Aus- und Zubau sowie der Neubau von Werkskantine, Betriebskindergarten und Logistikzentrum. Diese Um- und Neubauten prägen das heutige Erscheinungsbild maßgeblich und brachten uns 2010 den Staatspreis für Architektur ein. An diesem Erscheinungsbild werden wir auch in den nächsten Jahren weiter arbeiten. Dabei steht vor allem die thermische Verbesserung der Fassaden von älteren Gebäuden im Vordergrund.

#### **REGER AUSTAUSCH**

Wir pflegen einen guten Kontakt zu unseren Nachbarn. Unsere „Lange Nacht der Forschung“ und das Sommernachtsfest werden besonders gerne auch von unseren Nachbarn besucht (vgl. Kapitel 1 Stakeholder, Seite 30/31).

#### **WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG**

Als wichtigem Arbeitgeber kommt SWAROVSKI OPTIK für die Gemeinde Absam eine sehr große Bedeutung zu. 125 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben in Absam und das Unternehmen leistet den größten Betrag an Kommunalsteuer. Wir unterstützen kontinuierlich regionale Initiativen, wie z. B. das Gemeindemuseum Absam oder den Alpenpark Karwendel.

#### **EINBLICK**

#### ***STAATSPREIS FÜR ARCHITEKTUR – DIE JURYBEGRÜNDUNG:***

*„Die Transformation der Firma SWAROVSKI OPTIK überzeugt durch ihren gelassenen Umgang mit dem Bestand und die präzise und unprätentiös realisierten Ergänzungen: eine Architektur des Alltags auf höchstem Niveau. Als preiswürdig erachtet die Jury das mit Erfolg umgesetzte Konzept, Architektur als Teil eines umfassenden ‚Change Management‘-Programms zu betrachten. Ein Vorbildprojekt für zahlreiche Unternehmen, die Produktion, Forschung und Verwaltung an einem Standort vereinen.“*

Quelle: Broschüre „Staatspreis Architektur 2010 – Industrie und Gewerbe“, herausgegeben vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend.



# INTERVIEW MIT BÜRGERMEISTER ARNO GUGGENBICHLER ÜBER DIE BEDEUTUNG VON SWAROVSKI OPTIK FÜR DIE GEMEINDE

Seit 12 Jahren ist Arno Guggenbichler Bürgermeister von Absam. 2005 wurde Absam Nationalparkgemeinde und engagiert sich im Klimabündnis. Wie so viele im Ort hat auch Arno Guggenbichler ein besonderes Naheverhältnis zu SWAROVSKI OPTIK, denn sein Onkel war von der Lehre bis zur Pensionierung dort tätig.

---

## **Welchen Ruf hat SWAROVSKI OPTIK Ihrer Meinung nach in der Bevölkerung?**

*Das Image ist sehr gut. Was ich persönlich, aber auch die Absamer besonders schätzen, ist das gute Einvernehmen. Ein international ausgerichtetes Unternehmen, das auf die nahe Umgebung schaut: Sei es nun im Hinblick auf Arbeitsplätze oder auf die Art, wie es mit Nachbarn umgeht, aber auch Initiativen wie den Betriebskindergarten finde ich sehr bemerkenswert.*

*Und auch andere lokale Projekte werden von SWAROVSKI OPTIK unterstützt, rein aus Verantwortung den Menschen gegenüber. Wir als Gemeinde leben das Miteinander: Ob mit der Unternehmensspitze oder der Belegschaft – man kennt die Leute und pflegt langjährige Beziehungen.*

## **SWAROVSKI OPTIK ist in einem Wohngebiet angesiedelt, welche Reibungspunkte gibt es?**

*Eichat ist heute der größte Ortsteil von Absam und mit dem Betrieb gewachsen. Ich habe schon viele Bauverhandlungen mit SWAROVSKI OPTIK geführt. Besonders der Grüngürtel auf der Südseite ist sehr*

*wichtig und dieses Areal wurde nie in Frage gestellt. Wichtig ist das deshalb, weil hier das Gewerbegebiet direkt an das Wohngebiet grenzt. Dass es dennoch zu Nutzungskonflikten – Stichwort Verkehrslärm – kommt, ist normal, aber ich schätze es, wie man im Unternehmen damit umgeht, weil darauf geschaut wird, ein gutes Einvernehmen mit den Nachbarn zu haben. Und mit dem Betriebsverkehr muss man einfach leben, denn ganz ohne Verkehrsaufkommen geht es nicht. Aber durch die gebündelte Anfahrt sind die Stoßzeiten ohnedies kurz.*

## **Welche wirtschaftliche Relevanz hat SWAROVSKI OPTIK für die Gemeinde?**

*Ich liebe jedes Bauvorhaben von SWAROVSKI OPTIK, weil es zeigt, dass der Betrieb hier erweitern und investieren will, was mehr Arbeitsplätze bedeutet. Je mehr Beschäftigte in den Betrieben sind, desto besser geht es uns. Und auch bei der Kommunalsteuer trägt SWAROVSKI OPTIK viel bei, von den 1,5 Mio. Euro leisten sie beinahe die Hälfte. Das Bekenntnis zum Standort hat daher Bedeutung.*

## **Wie beurteilen Sie Initiativen wie den Betriebskindergarten oder die mit dem Staatspreis ausgezeichnete Architektur des Gebäudes?**

*Der Betriebskindergarten ist bemerkenswert, Carina Schiestl-Swarovski bewegt was. Ich habe sie einmal gefragt, ob sie sich das einmal ausgerechnet hat, worauf sie meinte: „Ich weiß, was das kostet, aber es ist uns wichtig, besonders für die Frauen.“ Und bezüglich Architektur freut es uns, dass SWAROVSKI OPTIK für die Gestaltung ausgezeichnet wurde, denn das stärkt auch das Bewusstsein der Anrainer: Schließlich ist es etwas anderes, wenn man neben einem ansprechenden Gebäude lebt.*

## **Was wünschen Sie sich für die Zukunft?**

*(lacht) Dass ich noch weitere Baubescheide ausstellen darf. Und dass man Umweltinitiativen wie die Nature Watch Initiative\* weiter so ernst nimmt. Denn mit dem Halltal in unmittelbarer Nähe hat SWAROVSKI OPTIK den Vorteil, direkt in die Natur eingebettet zu sein. Und die ist ja auch die Grundlage für das Unternehmen.*

*\* [www.nature-watch.at](http://www.nature-watch.at)*







04  
DAS WERTVOLLE  
*SEHEN UND  
ES BEWAHREN*

*SWAROVSKI OPTIK ist ein Familienunternehmen mit starken Wurzeln in Tirol, einer Gegend von außergewöhnlicher Schönheit, und sieht es als seine Verpflichtung, die Umwelt zu schonen, die Natur zu schützen und die Vielzahl der Arten zu bewahren.*





## — 4.1 IM UNTERNEHMEN

### UNSER ENGAGEMENT

Die Schönheit der Natur zu erhalten, ist ein Kernwert unseres Unternehmens.

Als produzierendes Unternehmen, das auf Ressourcen aus der Natur angewiesen ist, setzen wir uns dafür ein, dass der Kreislauf von Geben und Nehmen geschlossen ist. Daher werden strengste Auflagen eingehalten und höchste Standards umgesetzt, um die Umwelt zu schonen. Denn wir stehen alle in einem Verantwortungszusammenhang gegenüber der Natur.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wissen um ihre besondere Verantwortung. Bei der Einhaltung der strengen Vorgaben und des Umweltrechts werden sie von unserem Umweltbeauftragten Bernhard Ölz und seinem Netzwerk unterstützt. Bernhard Ölz über seine Arbeit als Umweltbeauftragter bei SWAROVSKI OPTIK:

*„Die Entwicklung von SWAROVSKI OPTIK zeigt klar, dass wir immer schon im Einklang mit der Natur gehandelt haben. Wir sehen darin auch die Wurzeln des heutigen Erfolgs. Unser hoher Qualitätsanspruch und die Langlebigkeit unserer Produkte ziehen sich wie ein roter Faden durch die Unternehmensgeschichte. Jedes Jahr investieren wir erhebliche Mittel, um Umweltbelastungen zu verringern bzw. ganz zu vermeiden. Seit der Implementierung des*

*Umweltmanagementsystems ISO 14001 im Jahr 2000 ist gewährleistet, dass unser ökologischer Anspruch alle Prozesse abdeckt: Dabei werden alle Aspekte wie z. B. Umwelt, Arbeitsschutz, Sicherheit berücksichtigt, sei es in der Entwicklung von neuen Produkten oder in der Beschaffung von Produktionsanlagen. Vor der Verwendung neuer Technologien oder Produkte führen wir Risikoanalysen durch. Mit unserem Umweltmanagementsystem können wir ökologische Auswirkungen frühzeitig erkennen und entsprechend bewerten. Ein erfahrenes, abteilungsübergreifendes Team arbeitet laufend daran, möglichen Auswirkungen mit entsprechenden Vorbeuge-, Verbesserungs- und Korrekturmaßnahmen zu begegnen und diese in einem Umweltprogramm festzuhalten. Wir arbeiten sie systematisch ab und überprüfen sie auf Wirksamkeit.*

*Dem Vorstand berichten wir jährlich im Managementreview und Umweltbericht über die Einhaltung von freiwilligen und gesetzlich geforderten Kennzahlen und Messwerten. Am meisten freut mich an meiner 22-jährigen Tätigkeit als Leiter der Abteilung Umwelt und Gebäude, dass es uns gelungen ist, den hohen Umweltanspruch im ganzen Unternehmen zu verankern. Umweltschutz ist in jedem Bereich zur alltäglichen Selbstverständlichkeit geworden und muss nicht mehr eingefordert werden.“*



Der wirtschaftliche Erfolg von SWAROVSKI OPTIK ist die Voraussetzung dafür, vorausschauend in Umweltschutz und Energiemanagement investieren zu können. Der Energie- und Wasserverbrauch ist in den letzten Jahren trotz höherer Produktionsleistung nur gering angestiegen – in manchen Bereichen ist er sogar gesunken.

Neben unseren eigenen Bemühungen werden wir in Zukunft vermehrt die Lieferanten in unsere Umweltaktivitäten einbeziehen. Wir möchten jene Partnerunternehmen, die Corporate Social Responsibility noch nicht großschreiben, zu nachhaltigerem Handeln anhalten und motivieren (siehe Kapitel 3.2).

### **ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN**

- Die Luftemissionen im Tiroler Inntal sind unter anderem durch das hohe Verkehrsaufkommen beträchtlich. Daher sind Tiroler Industriebetriebe bei der Abgabe von Luftemissionen sehr eingeschränkt und müssen die gesetzlichen Vorgaben teilweise erheblich unterschreiten. Das ist besonders kritisch beim Warentransport vom und zum Standort sowie beim täglichen Berufsverkehr.

- Unsere Lagerkapazitäten am Standort Absam sind begrenzt. Eine enorme Herausforderung für die Zukunft ist in diesem Zusammenhang die Versorgungsstrategie für den Zukauf von Roh- und Hilfsstoffen. Es ist damit zu rechnen, dass sich die Anlieferungsrythmen erhöhen und der Verkehr zum Standort ansteigt. Das Supply Chain Management muss sich dadurch vermehrt auch den entstehenden Umweltbelastungen widmen und entsprechende Maßnahmen entwickeln.
- Eine zentrale Aufgabe ist die ökologische, kostengünstige und möglichst autarke Energieversorgung des Unternehmens.

## VERPACKUNG

Qualitativ hochwertig und langlebig: Was für unsere Produkte gilt, zeichnet auch ihre Verpackung aus. Wir tragen dem Auspackerlebnis des Kunden und unserer ökologischen Verantwortung gleichermaßen Rechnung. Aus Umweltgründen verwenden wir hauptsächlich Karton als Verpackungsmaterial.

## FRISCHWASSER

Das benötigte Frischwasser beziehen wir ausschließlich aus dem öffentlichen Wasserversorgungsnetz der Gemeinde Absam. Im Jahr 2014 wurden 23.567 m<sup>3</sup> Frischwasser benötigt, gegenüber dem Vorjahr konnten wir 12,9 % einsparen. Am meisten Frischwasser verbrauchen wir bei der Oberflächenbehandlung und -bearbeitung von mechanischen und optischen Bauteilen.



### STATUS QUO

Trotz des regionalen Wasserreichtums haben wir erhebliche Mittel investiert, um Wasser zu sparen. In der gesamten Fertigung benötigen wir sehr viel Druckluft, die über Druckluftkompressoren erzeugt wird. Zur Kühlung der Kompressoren wurde bisher Trinkwasser verwendet, das anschließend ins Abwassernetz geleitet wurde.

Durch den Einbau eines Wärmerückgewinnungssystems (WRG) in das Kühlsystem der Druckluftkompressoren konnten wir diesen Kühlwasserverbrauch auf null reduzieren. Heute wird das im Kühlprozess entstandene Warmwasser über einen Wärmetauscher zur Erzeugung von Warmwasser und darüber hinaus unterstützend zur Beheizung der Gebäude verwendet.

Für das Eloxieren der Aluminiumteile haben wir im Jahr 2004 eine der modernsten Anlagen Europas in Betrieb genommen. Unser Team der Abteilung Fertigungstechnik konzipierte sie gemeinsam mit dem Anlagenhersteller. Dabei haben wir erfolgreich von einer durchlaufenden Abwasserbehandlung auf eine Chargenbehandlung umgestellt. So verbrauchen wir heute an einem Tag dieselbe Wassermenge wie früher in einer Stunde.

Gemeinsam mit der Gemeinde Absam wurde das Wassernetz zum und im Werk für mögliche Notfälle ausgebaut und bei einer großen Feuerwehrrübung im Herbst 2013 getestet.

### WAS WIR NOCH VORHABEN

Mit Wasser sorgsam umzugehen, es effizient einzusetzen und Wasserkreisläufe geschlossen zu halten, wird auch in den nächsten Jahren ein zentrales Thema für uns sein.

## ABWASSER

Nach einer Vorreinigung gelangen unsere Abwässer über ein getrenntes Kanalsystem in das öffentliche Kanalsystem von Absam. In unserem Werk befinden sich folgende Anlagen für die Vorreinigung der Abwässer:

- Aktivkohlefilter für die Abwässer der Pressluftkompressoren
- Zentrifugen für die Abwässer aus der optischen Fertigung
- Retentions- und Abscheidebecken für alle Produktionsabwässer
- Neutralisationsanlage für die Eloxal- und ETL-Anlage
- Filteranlagen für die Gleitschleifanlagen in der mechanischen Oberflächenbehandlung
- Fettabscheider für die Kantine
- Öl- und Benzinabscheider für die Garagen und den Vorplatz

Die endgültige Reinigung erfolgt in der Kläranlage Fritzens, die vom Abwasserverband Hall-Fritzens betrieben wird.

Niederschlagswasser von versiegelten Flächen versickert über Sickerschächte und -mulden. Das sich auf Dächern sammelnde Regenwasser wird über den Vorfluter Weißenbach wieder dem natürlichen Wasserkreislauf zugeführt.

Die oben angeführten Abscheideanlagen werden nach den rechtlichen Anforderungen ordnungsgemäß betrieben. Die Aktivkohlefilteranlage dient der Ölabscheidung bei den Luftkompressoren. Die Zentrifugen, Retentions- und Abscheidebecken reinigen die Abwässer von Absetzstoffen wie z. B. Schwermetallen. Die Chargenneutralisationsanlage behandelt und überwacht den pH-Wert der belasteten Abwässer aus der Eloxal- und ETL-Anlage. Aufgrund der gesetzlichen Anforderungen des Wasserrechtsgesetzes ist für die Anlagen ein wasserrechtlicher Bescheid notwendig. Außerdem haben wir mit dem Abwasserverband einen Indirekt-Einleitervertrag abgeschlossen. Ein extern akkreditiertes Umweltlabor überprüft jährlich die eingeleiteten Konzentrationen. Daneben werden die Abwasserbelastungen in Eigenüberwachung kontrolliert. Die Ergebnisse liegen dabei im Regelfall deutlich unter den gesetzlich vorgeschriebenen Grenzwerten.



#### STATUS QUO

Die Schwermetallkonzentration im Abwasser hat sich durch die schon vor Jahren vorgenommene Umstellung auf bleifreies Glas erheblich verbessert. Die Abwässer der optischen Reinigung filtern wir seit 2009 über eine Zentrifuge und können so einen großen Teil des entstehenden Glasabriebs frühzeitig aus dem Abwasser entfernen. Wenn möglich wurden bei Neubauten die Dächer begrünt, was bei intensiven Regenfällen zu einer Entlastung führt.

#### WAS WIR NOCH VORHABEN

Um den Vorfluter Weißenbach in Zukunft zusätzlich zu entlasten, sollen die Dachabwässer wenn möglich sofort auf eigenem Grund zur Versickerung gebracht werden. Außerdem planen wir mittelfristig, bereits bestehende Dachflächen nachträglich zu begrünen.

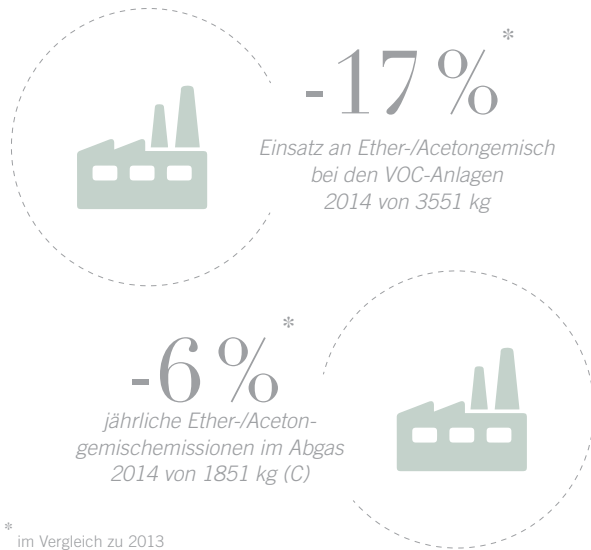


SEIT  
**2009**  
**ZENTRIFUGE**  
für die Vorreinigung von  
Poliermittelabwässern

## LUFT

Umweltrelevante Emissionen in die Atmosphäre entstehen im Unternehmen in erster Linie durch:

- Gasfeuerung der zentralen Heizanlagen
- chemische Oberflächenbehandlung von Bauteilen und Geräten, z. B. beim Lackieren und Reinigen und dem Eloxieren von Aluminium
- Reinigungsprozesse in der Metall- und Glasbearbeitung



Unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen entstehen vor allem durch die Gebäudebeheizung. Seit 2014 heizen wir ausschließlich mit Erdgas und konnten so die Schwefeldioxid- und Stickoxid-Emissionen stark reduzieren. Wir benötigen etwa 4,8 GWh Erdgas als Primärenergie. Die in den Heizanlagen entstehenden Emissionen werden jährlich durch ein autorisiertes Unternehmen überprüft und liegen deutlich unter den gesetzlich geforderten Grenzwerten. Trotz Gebäudeerweiterungen konnte der CO<sub>2</sub>-Ausstoß relativ konstant gehalten werden.

### STATUS QUO

Beim Bearbeiten von Glas und Metall entstehen Kühlmitteldämpfe. Diese werden bei allen Anlagen in den Produktionsstätten aufgefangen und mittels Filteranlagen vor dem Eintritt in die Atmosphäre gefiltert. Die Emissionen von flüchtigen organischen Verbindungen (VOC) entstehen überwiegend durch die Reinigung von optischen Bauteilen mit Glykolether und Aceton. Aber auch bei der Lackierung von Metallbauteilen sind Lösemittel erforderlich. Der Emissionsausstoß

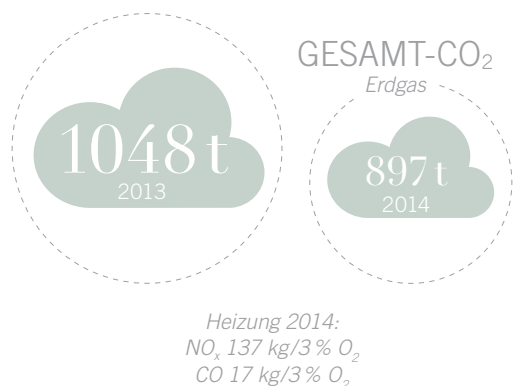
ist trotz gestiegener Qualitätsanforderungen an die zu behandelten Oberflächen in etwa konstant geblieben. Aufgrund der gesetzlichen VOC-Verordnung müssen die luftfremden Emissionen regelmäßig überwacht werden. Ein akkreditiertes Umweltlabor führt die wiederkehrenden Messungen durch. Auch hier liegen die Ergebnisse deutlich unter den gesetzlich vorgeschriebenen Grenzwerten.

Durch die Umstellung auf wässrige Reinigung der optischen Bauteile konnten wir den Einsatz von Lösemitteln in den Montagen drastisch senken. In der mechanischen Fertigung sind alle CNC-gesteuerten Anlagen, die verschiedenste Kühlmittel benötigen, an entsprechende Filteranlagen angeschlossen, die 99 % der Emissionen abscheiden. Die Vakuumanlagen, Lackieranlagen und Abluftanlagen sind zusätzlich mit entsprechenden A-Kohlefilteranlagen ausgestattet.

Wie in Kapitel 3 näher erörtert, hat der Werkverkehr bei SWAROVSKI OPTIK jahrzehntelange Tradition. Viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in den nahegelegenen Betriebswohnungen und in Absam wohnen, kommen zu Fuß oder mit dem Fahrrad zur Arbeit. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die weiter entfernt wohnen, können das firmeneigene Shuttlebus-Service, das zweimal täglich den Berufsverkehr entlastet, nutzen.

### WAS WIR NOCH VORHABEN

Auf Grund der ständig zunehmenden Anzahl an E-Bikes und künftig hoffentlich auch E-Autos planen wir Ladestationen am Werks-gelände einzurichten.



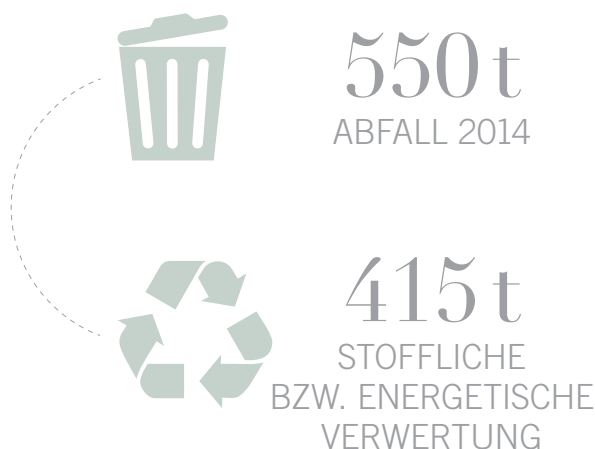


## ABFALL

Wir produzieren unterschiedlichen Abfall:

- Aluminium aus der mechanischen Fertigung
- Schrott und Blechabfälle von Altanlagen und Einrichtungen
- Holzabfälle aus Verpackungen
- Glasabfälle aus der optischen Fertigung
- Altpapier aus den Büros und Kartonagen aus Verpackungen
- Kunststoff aus Verpackungen
- hausmüllähnlichen Gewerbeabfall
- diverse Abfälle wie beispielweise Schlämme und Küchenabfälle
- gefährliche Abfälle wie Lösemittel- und Säuregemische, Kühlmittel usw.

75 % des Abfalls können durch Abfalltrennung wieder der stofflichen bzw. energetischen Verwertung zugeführt werden.



Die Abteilung Umweltschutz sammelt hausintern alle anfallenden Abfälle und übernimmt ihre Zwischenlagerung. Die Entsorgung erledigen regionale Fachbetriebe. Alle Abfälle werden ordnungsgemäß nach den Vorgaben des Abfallwirtschaftsgesetzes, einschließlich der Gefahrgutvorschriften, zwischengelagert, transportiert und schließlich verwertet oder beseitigt. Es wurde und wird auch gegenwärtig kein gefährlicher Abfall gemäß Definition im Basler Übereinkommen, Anhang I, II, III, VIII befördert, eingeführt, ausgeführt oder an einem der Standorte von SWAROVSKI OPTIK behandelt.

Mit Hilfe eines EDV-unterstützten Umweltinformationssystems führen wir darüber hinaus genaue Aufzeichnungen über Anfallstellen und

die Entsorgung. Die daraus gewonnenen Informationen stellen wir im jährlichen Umweltbericht dar und leiten wenn möglich entsprechende Verbesserungsmaßnahmen ein.

### STATUS QUO

Die Reinigung und Oberflächenbehandlung von optischen und mechanischen Bauteilen waren und sind nach wie vor große Herausforderungen für uns. Darüber hinaus haben sich die gesetzlichen Vorgaben für die Verwendung von Lösemitteln in den letzten Jahren verschärft. Dies hat uns dazu bewogen, die Reinigung der Bauteile sukzessive auf wässrige Basis umzustellen und Lösemittel nur mehr für die Vorreinigung und Trocknung von optischen Bauteilen zu verwenden. Diese Mittel werden durch eine Destillationsanlage gereinigt und dem Prozess wieder zugeführt. Auf diese Weise konnten wir die Lösemittelabfälle in den letzten Jahren erheblich senken.

Wir arbeiten bei den Gehäusen unserer Produkte mit dünnen Wandstärken, da ihr Gewicht einen kaufentscheidenden Faktor darstellt. Unseren Qualitätsanforderungen entsprechend, verwenden wir dafür hauptsächlich Aluminium und Magnesium. Bei der Bearbeitung dieser Materialien entstehen sehr viele Späne.

In der Vergangenheit wurden diese gereinigt in einem Container dem Recyclingprozess zugeführt. Seit 2003 werden alle Späne gepresst und das dabei abgegebene Kühlmittel in den Bearbeitungsprozess rückgeführt. Durch die Pressung der Späne konnten wir deren Volumen erheblich reduzieren und so die Abholung auf einmal wöchentlich reduzieren.

Unsere Bauteile müssen aufgrund der hohen Sauberkeitsanforderungen auch für den internen Transport verpackt werden. Um Verpackungsabfall zu reduzieren, wurde ein Kunststoffmehrwegsystem installiert.

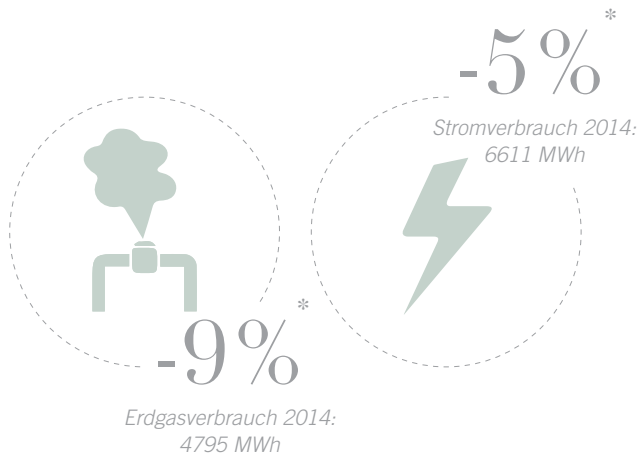
### WAS WIR NOCH VORHABEN

2015 wurde eine zentrale Kühlmittelversorgung für den Bereich Rundoptik angeschafft. Dadurch werden sich die Entsorgungsmengen von synthetischen Kühlmitteln reduzieren. Bei den jährlich stattfindenden hausinternen Umweltaudits werden die einzelnen Abteilungen auf ihre Potenziale zur Verbesserung der Abfallvermeidung untersucht.

## ENERGIE

Wir sehen einen effizienten Umgang mit Energie als wichtigen Faktor zur Standortsicherung. Wir verwenden vor allem Elektroenergie für die Produktionsmaschinen, Beleuchtung, Druckluftherzeugung und Kältemaschinen sowie Erdgas für die Gebäudeheizung.

Die letzten Jahre waren gekennzeichnet von Zu- und Neubauten, einer Expansion des Maschinen- und Anlagenparks und einer erhöhten Anforderung an das Raumklima in der Fertigung, um den hohen Qualitätsmaßstäben gerecht zu werden. Der Energieverbrauch stieg aber dennoch nicht im selben Maße. Gründe dafür sind die hohe Rückgewinnung, der Einsatz modernster, hochinnovativer Haustechnikanlagen und deren Einbindung in ein übergeordnetes Energieleitsystem, das wir seit 1996 ständig erweitern.



\* im Vergleich zu 2013

1985/86 wechselten wir in der Heizungsversorgung von „Heizöl schwer“ auf „Heizöl leicht“ und konnten so die Umweltbelastung enorm reduzieren. Im Anschluss stellten wir sämtliche Regelgeräte, die als Einzelregler im gesamten Unternehmen montiert waren, genau auf diese Anforderungen ein. Das reduzierte den Heizölverbrauch um etwa 50.000 Liter pro Jahr. Seit Mitte 2014 wird am Standort Absam ausschließlich mit Erdgas geheizt.

Die Anschaffung eines zentralen Leitsystems im Jahr 1996, das sämtliche Energieverbrauchsanlagen wie z. B. die Gasheizungsanlage, alle Lüftungsanlagen sowie die Warmwasserbereitung steuert, brachte eine Reduktion des Gasverbrauches im zweistelligen Prozentbereich. Die in den Werkshallen montierten Verbraucher fordern die benötigte Energie über das Leitsystem bei der Heizungsversorgung an, die daraufhin nur die geforderte Menge und das geforderte Temperaturniveau erzeugen muss.

## STATUS QUO

Seit 1987 wurden sämtliche Lüftungsanlagen mit hocheffizienten Wärmerückgewinnungssystemen ausgestattet. Die Wärme bzw. die Kälte der Gebäudeabluft wird über Kreuzstromtauscher hygienisch der Zuluft zugeführt. Ein hoher Energieverbrauch entsteht durch die enormen Anforderungen an die Raumluft in der optischen Fertigung und in den Montagen, weil dort Temperatur und Luftfeuchtigkeit konstant sein müssen. In der trockenen kalten Jahreszeit muss die Luft befeuchtet, in den feuchten Sommermonaten dagegen entfeuchtet werden. Die ehemaligen Elektrodampfbefeuchter wurden durch ein Hochdruck-Zerstäubersystem ersetzt, das äußerst energieeffizient und hygienisch VE-Wasser unter hohem Druck über Turbulatoren in die Zuluft einbringt. Durch diese Systemumstellung konnten wir beispielsweise in der Planoptik jährlich 136.950 KWh oder 27,3 t CO<sub>2</sub> einsparen.

Die Raumluftentfeuchtung erfolgt über die Kondensation der Feuchtigkeit am Zuluftregister einer Lüftungsanlage. Für diese Entfeuchtung muss mittels einer Kälteanlage Kaltwasser erzeugt werden. Dank einer hochinnovativen Turbocor 2-MW-Kälteanlage und einer Free-Cooling-Anlage konnten über Außenluftkühlung jährlich 495.000 KWh oder 22,4 t CO<sub>2</sub> eingespart werden.

Die neuen Anlagen der mechanischen Fertigung haben eine höhere Performance, größere installierte Leistungen und sie stehen immer dichter. Die Kühlung der Maschinenhalle erfolgt über hängende Deckenkühlplatten – weltweit die erste ihrer Art. Um objektive Daten über Funktion und Energieeffizienz dieser Kühlmethode zu erhalten, beauftragten wir Univ.-Prof. DI Dr. Herbert Braun von der BOKU Wien, entsprechende Messungen durchzuführen. In 113 Versuchswochen übermittelten wir ihm 82 Millionen Messwerte. Er stellte fest, dass die Auslegung mit 128 W/m<sup>2</sup> Kühlleistung mit der gemessenen Leistung von 166,9 W/m<sup>2</sup> bei Weitem überschritten wurde. Durch unser innovatives Kühlsystem konnten wir 28 % der Elektroenergie gegenüber einer Raumkühlung mit Zuluft-Anlagen einsparen.

## WAS WIR NOCH VORHABEN

Im Frühjahr 2014 haben wir eine 131-KWp-Photovoltaikanlage in Betrieb genommen, die ausschließlich ins eigene Firmenstromnetz einspeist. Mit einer Reduktion von etwa 100.000 KWh pro Jahr haben wir 4,6 t CO<sub>2</sub> eingespart und uns daher entschieden, die Anlage 2015 an der Südfassade unseres Produktionsgebäudes Nr. 12 zu erweitern. Der Einsatz von LED-Außenleuchten verbraucht weniger Strom und verringert durch die randscharfe Abgrenzung auch die Lichtemission zu den Nachbarn und Straßen. Es werden nachweislich auch deutlich weniger Insekten angelockt. Durch den verstärkten Einsatz von LED-Beleuchtungen auch im Innenbereich rechnen wir mit hohen Stromeinsparungen. Seit dem 17. November 2014 ist unser Energiemanagementsystem nach ISO 50001 zertifiziert.



## EINBLICK: UNIV.-PROF. DI DR. HERBERT BRAUN ZUR SWAROVSKI OPTIK HALLENKÜHLUNG

---

**Handelt es sich bei dieser Art der Hallenkühlung um eine Innovation?**

*Deckenkühlungen existieren schon längere Zeit. Wesentlich an dieser Konstruktion ist, dass neue Kühlelemente der Firma Harreither eingesetzt wurden, die entsprechend den Messergebnissen nicht nur die gewünschten Temperaturanforderungen erfüllen – die Leistungen der Elemente übertreffen den Grenzwert für Hochleistungskühldecken –, sondern auch den Energieaufwand für die Temperierung der Halle optimieren und damit die Energieeffizienz der Hallenkühlung steigern.*

**Hat diese Art der Hallenkühlung Vorbildwirkung für andere Unternehmen?**

*Ja, es wurden Nachfolgeprojekte errichtet, zum Teil bereits über längere Perioden gemessen bzw. befinden sich derzeit im Stadium der energiewirtschaftlichen Überprüfung.*

**Wie beurteilen Sie das Energie- und Umweltmanagement von SWAROVSKI OPTIK?**

*Sehr positiv, da bei SWAROVSKI OPTIK sehr engagierte Menschen daran arbeiten, ein möglichst optimales Energie- und Umweltmanagement für den Betrieb zu erreichen. Auch die Betreuung durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von SWAROVSKI OPTIK war während der gesamten Messperiode äußerst zufriedenstellend und hat mir persönlich viele Fahrten von Wien nach Absam zur Wartung der Datenerfassungsanlage bzw. des PCs oder Routers erspart.*

**Gibt es noch Verbesserungsvorschläge von Ihrer Seite?**

*Ich würde auf Grund meiner vielfährigen Berufserfahrung auf diesem Gebiet meinen, dass es immer Verbesserungen gibt. Im Speziellen müssten mit den zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Probleme oder Wünsche besprochen und diskutiert werden, um eventuell weitere Effizienzsteigerungen im Hinblick auf Energieeinsatz und Umweltbeeinflussung zu erreichen.*

## OPTISCHE FERTIGUNG

### ROHMATERIALLAGER



#### RUNDOPTIK

Herstellung und  
Bearbeitung von Linsen



#### PLANOPTIK

Herstellung und  
Bearbeitung von Prismen



### ULTRASCHALLREINIGUNG

Automatisierte Reinigung in 3 Reinigungsstraßen  
(Vor-, Haupt- und Feinstreinigung)



### VERGÜTUNG

Aufdampfen von Metalloxiden unter Vakuum



### QUALITÄTSSICHERUNG

100 % Kontrolle der Linsen und Prismen

## MECHANISCHE FERTIGUNG

### ROHMATERIALLAGER



#### DREHEREI

Bearbeitung von  
Leichtmetallen



#### GEHÄUSEBAU

Bearbeitung von Gehäusen aus  
Aluminium- und Magnesiumguss



### OBERFLÄCHENBEHANDLUNG

Aufbringen von funktionellen und dekorativen Schichten:  
Entfetten von Aluminium- und Magnesiumteilen  
Eloxieren von Aluminiumteilen  
Lackieren von Aluminium- und Magnesiumteilen



### QUALITÄTSSICHERUNG

Stichprobenkontrollen von Zukauf-  
und Eigenfertigungsteilen



FRISCHWASSER



ABFALL



ABWASSER



ENERGIE

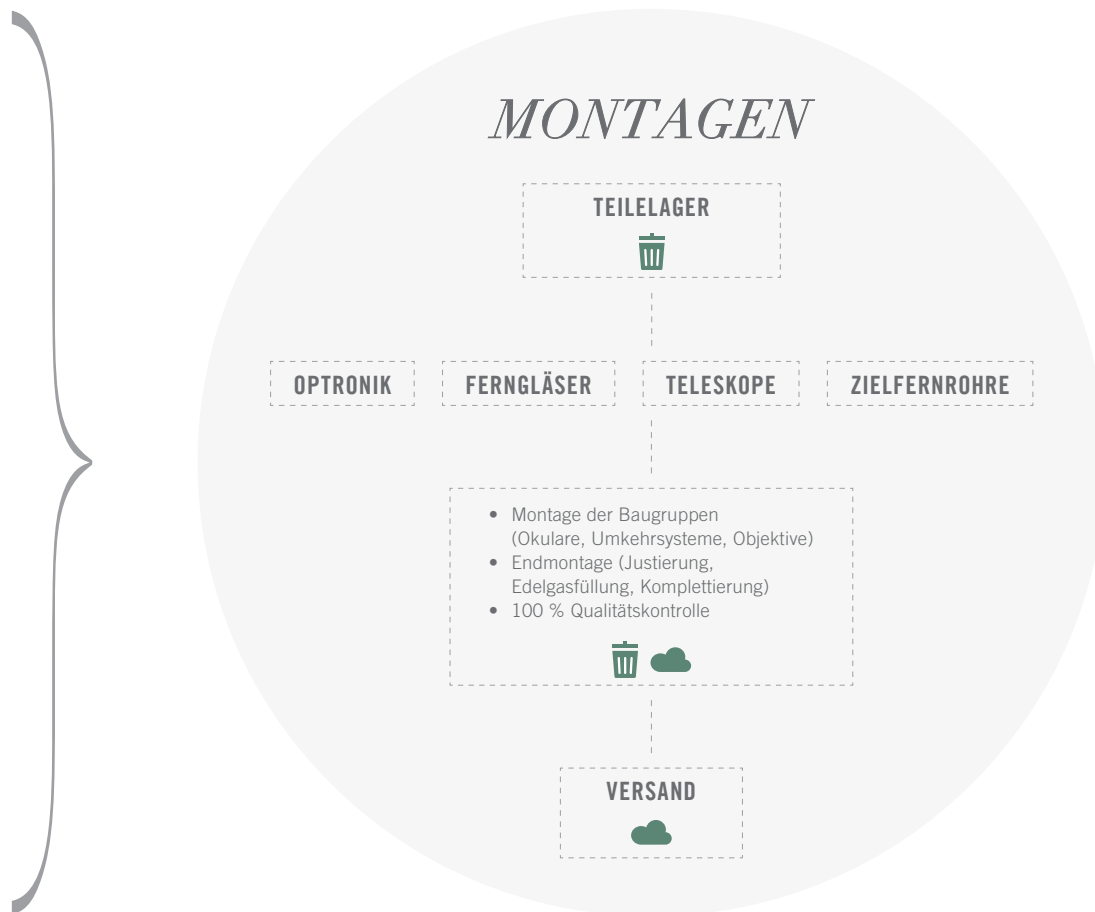


LUFT



# —*FERTIGUNGSPROZESSE* AM STANDORT

AM STANDORT WERDEN KOMPLEXE PROZESSE VON DER TEILEPRODUKTION  
BIS ZUR ENDFERTIGUNG DURCHGEFÜHRT.



## — *UNSERE PRODUKTE*



### **QUALITÄT OBERSTER GÜTE**

#### *WERTBESTÄNDIGKEIT LEBEN – RESSOURCEN SCHONEN*

Der Begriff Qualität wird bei SWAROVSKI OPTIK sehr umfassend betrachtet und geht weit über die reine Technik hinaus. Für uns zählt das Paket: hervorragende Optik, Funktionalität, Ergonomie, Design, Service – all das muss stimmig sein. Dazu gehören für uns auch eine lange Produktlebensdauer und Garantiezeiten von mindestens zehn Jahren (bei Geräten ohne Elektronik). Das ist Nachhaltigkeit im besten Sinne: Denn Produkte mit einem langen Lebenszyklus sparen Ressourcen und schonen die Umwelt. Ein Fernglas von SWAROVSKI OPTIK ist eine Investition fürs Leben und wird nicht selten an die nächste Generation weitergegeben.

Bereits in der Entwicklungsphase achten wir streng darauf, dass nur umweltverträgliche Materialien verwendet werden. Schon von Anfang an denken wir an eine einfache Demontage, damit sich unsere Produkte gut reparieren lassen und das Recycling erleichtert

wird. Auch in der Anwendung sind unsere Produkte nachhaltig: Die meisten funktionieren „unplugged“, also ohne Strom, Akku oder Batterien – ausgenommen sind nur die wenigen Produkte mit elektronischen Komponenten. Während des täglichen Gebrauchs haben unsere fernoptischen Geräte also keine Auswirkungen auf die Umwelt und verbrauchen so gut wie keine Ressourcen. Dazu kommt es nur während ihrer Herstellung und Entsorgung.

### **INTEGRATION ELEKTRONISCHER KOMPONENTEN**

Wie bereits erwähnt, funktioniert der Großteil unserer Produkte „unplugged“, also ohne Strom, Akku oder Batterien. Das macht sie nachhaltig und nahezu zeitlos und verlängert ihre Lebensdauer um ein Vielfaches, da gerade elektronische Teile einem kürzeren Lebenszyklus unterliegen. Elektronische Komponenten ermöglichen jedoch wertvolle Zusatzfunktionen, die das Leistungsspektrum unserer Produkte wesentlich erweitern können. SWAROVSKI OPTIK vertritt



den Ansatz, so viel Elektronik wie nötig und so viel Optik wie möglich in die Produkte einzubauen – um den Faktoren Wettbewerbsfähigkeit und Zusatzfunktionen auf der einen sowie Nachhaltigkeit und Produktlebensdauer auf der anderen Seite gleichermaßen Rechnung zu tragen. Derzeit haben wir das EL Range, ein Fernglas mit integriertem Laser-Entfernungsmesser, im Programm.

Erste Ansätze und Tendenzen, Elektronik in fernoptische Geräte zu integrieren, gibt es in der Branche bereits seit Mitte der 1990er-Jahre, im Premiumsegment vor allem für die Entfernungsmessung.

Elektronische Teile werden zugekauft und in unsere Produkte integriert. In Entwicklung, Fertigung und Reparatur ist es für uns eine Herausforderung, mit den kurzen Lebenszyklen der elektronischen Komponenten Schritt zu halten.

”

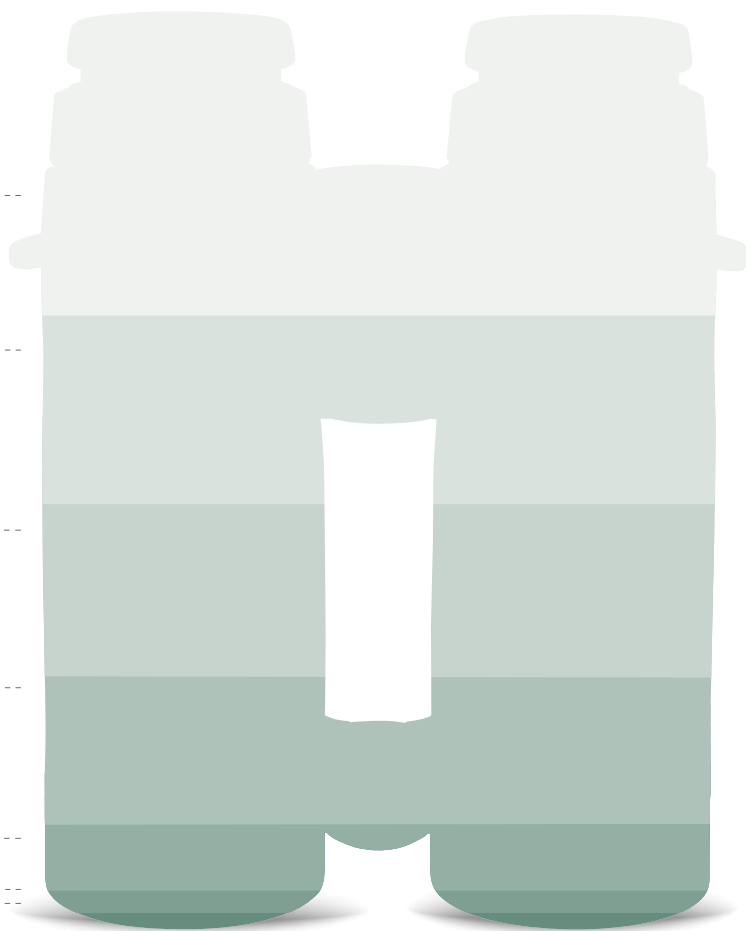
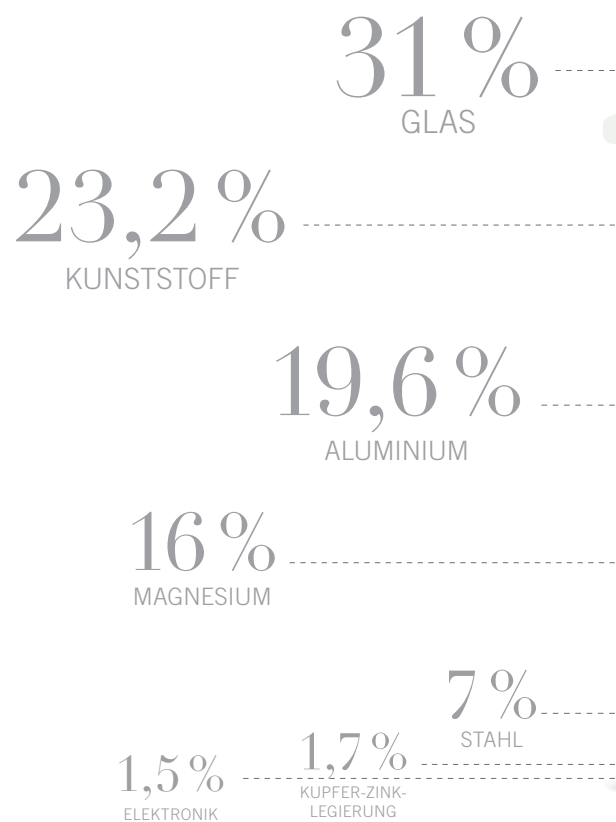
*Nachhaltig leben heißt, gut, gesund, partnerschaftlich und tolerant zu leben, den Dingen ihren Wert gewähren, bewusst genießen, auch genussvoll konsumieren. Das heißt auch, auf Qualität zu achten, nicht jeder Mode nachzulaufen, aber auch nicht jede zu verachten – das gehört zur Lebensqualität. Nachhaltig konsumieren heißt, sich zu erinnern, dass das Bessere der Feind des Guten sein sollte, nicht das Billigere; dass ferner Gemeinschaftlichkeit und Individualismus zusammengehören wie Partnerschaftlichkeit und Selbstständigkeit.*

“

Joachim H. Spangenberg, Sylvia Lorek  
(aus: Joachim H. Spangenberg/Sylvia Lorek, Sozio-ökonomische Aspekte nachhaltigkeitsorientierten Konsumwandels; in: Aus Politik und Zeitgeschichte 24/2001, S. 23)

## — *GEWICHTSANTEIL VERWENDETER MATERIALIEN IN UNSEREN PRODUKTEN*

EL RANGE 8x42



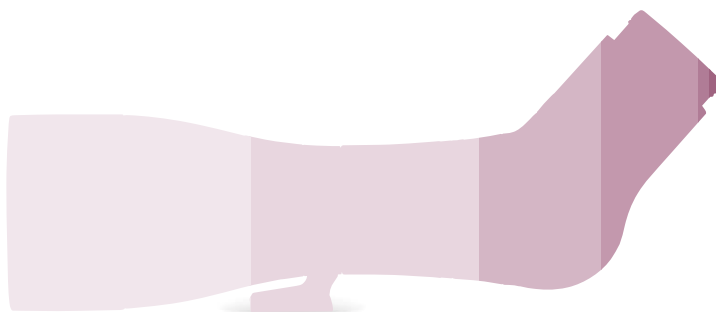


### EL 8,5x42



GLAS	36 %
MAGNESIUM	22 %
ALUMINIUM	21 %
KUNSTSTOFF	17 %
STAHL	5,7 %
KUPFER-ZINK- LEGIERUNG	0,3 %

### ATX 25-60x85



ALUMINIUM	34 %	MAGNESIUM	15 %
GLAS	32 %	STAHL	2 %
KUNSTSTOFF	16,9 %	KUPFER-ZINK- LEGIERUNG	0,5 %

### Z6i 5-30x50



ALUMINIUM	60 %	KUNSTSTOFF	3,1 %
GLAS	26 %	KUPFER-ZINK- LEGIERUNG	1,6 %
STAHL	7,7 %	ELEKTRONIK	1,6 %

## —4.2 *IN DER NATUR*

### UNSER ENGAGEMENT

Die Basis unseres Unternehmens ist die Schönheit der Natur, denn sie weckt das Bedürfnis nach unseren Produkten. Dies ist auch in unseren Kernwerten verankert: *„Es ist unser Anliegen, die Menschen für die Natur zu begeistern und sie zu ermuntern, ihr als Gast mit Achtung und Respekt zu begegnen. Denn nur in der Vielfalt der Arten und in intakten Landschaften ist die Schönheit der Natur intensiv zu erleben – nur hier ist es möglich, unvergessliche Entdeckungen mit unseren Produkten zu machen.“*

Arten- und Naturschutzprojekte in aller Welt wählen wir sorgfältig aus und unterstützen sie langfristig – nicht nur finanziell, sondern auch inhaltlich. Gegenwärtig arbeiten wir mit mehr als fünfzig Naturparks und Organisationen zusammen, die sich dem Artenschutz verpflichtet haben.

Wir setzen uns besonders für den Schutz gefährdeter Vogelarten ein. Dazu zählt zunächst die finanzielle Ermöglichung von Projekten, denn ohne Sponsoren sind die meisten Schutzprojekte kaum denkbar.



## DIE BEDEUTUNG VON BIOLOGISCHER ARTENVIELFALT

Die Natur ist unendlich komplex – ein enges Netz miteinander verbundener und voneinander abhängiger Maschen. Dieses „Netz“ ist das Webmuster unserer Welt: Alles gehört zusammen, denn Vielfalt und Beziehung sind die Grundlagen des Lebens auf unserer Erde. Eins führt zum anderen, eins ermöglicht das andere – und so hat leider auch die Vernichtung jeder noch so kleinen Spezies Auswirkungen auf das große Ganze. Je mehr Teile verschwinden, desto geringer wird die Widerstandsfähigkeit des gesamten Ökosystems sein. Wenn einzelne Bestandteile eines Ökosystems verschwinden, z. B. eine Tier- oder Pflanzenart, fallen gewisse Funktionen des Ökosystems aus. Das Netz hat weniger Maschen und wird anfälliger für weitere „Löcher“.

Erschwerend kommt hinzu, dass die Natur ihren eigenen Gesetzen unterliegt, die Menschen nur sehr schwer vorhersagen können – gerade dann, wenn das System ins Wanken geraten ist. Viele Effekte sind indirekt und kaum messbar. Oft werden die Konsequenzen eines Eingriffs in ein Ökosystem erst Jahre später ersichtlich.

Kommt es dazu, dass die Fruchtbarkeit der Böden, das Wasser oder die Bestäubung von Pflanzen beeinträchtigt werden, hat dies zwingend auch Auswirkungen auf die menschlichen Wirtschaftssysteme.

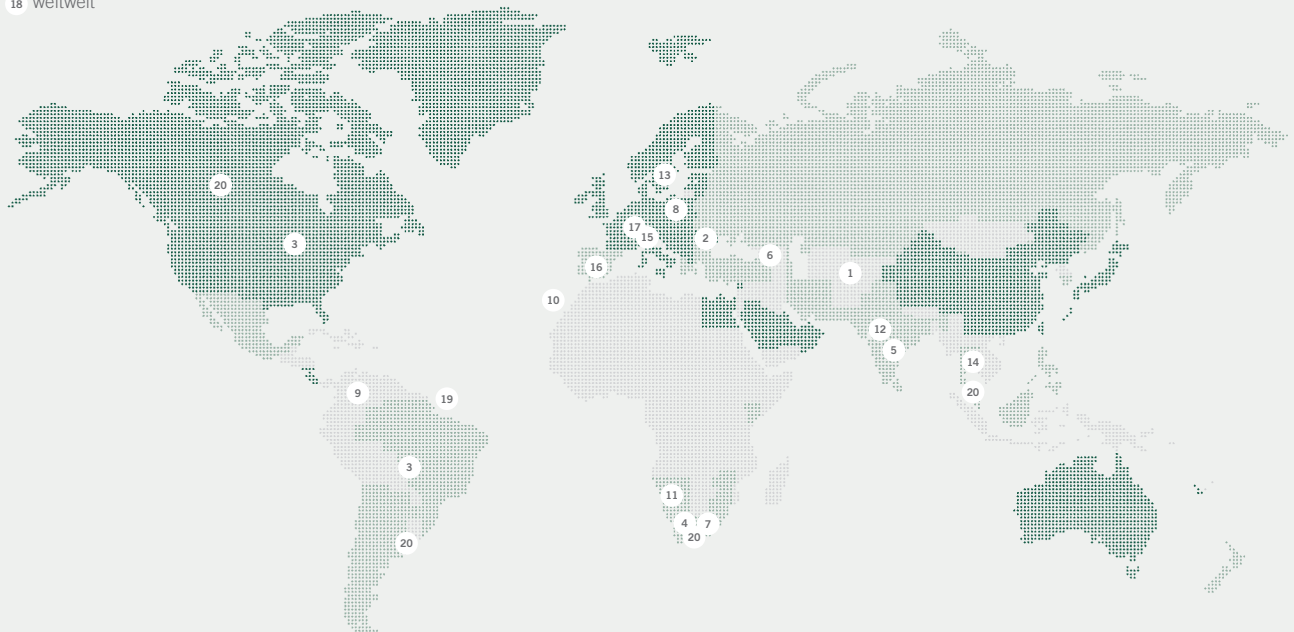
Beispiele dafür sind etwa die Versiegelung von Böden, Monokulturen wie z. B. beim Sojaanbau, die Abholzung von Regen- und Urwäldern, die gentechnische „Vereinheitlichung“ von Saatgut und eine Art Überkonsum, der nicht nach Qualität und Werthaltigkeit, sondern nur nach Quantität, günstigen Preisen und kurzfristiger Verfügbarkeit fragt und so – gerade bei Lebensmitteln – oft in Verschwendung mündet.

Gerade Unternehmen haben eine wichtige Verantwortung, ihre eigene Verwobenheit in das Netz des Lebens zu erkennen und entsprechend umsichtig und nachhaltig zu handeln. SWAROVSKI OPTIK sieht sich selbst als Glied in der Kette von Geben und Nehmen. Schon vor Langem haben wir uns dazu verpflichtet, nicht nur so gering und so wenig schädlich wie möglich auf die Erde einzuwirken, sondern aktiv nach Möglichkeiten zu suchen, wo unsere Produkte, unsere Kompetenzen, unsere Kontakte und unsere finanzielle Unterstützung wirklich etwas bewegen und verbessern können – ganz gleich, in welchem Ausmaß.

Um im Bild zu bleiben – wir möchten nicht nur die Entstehung neuer „Löcher“ im globalen „Netz des Lebens“ vermeiden oder bestehende Löcher stopfen. Das Ziel von SWAROVSKI OPTIK ist es vielmehr, mit Fantasie, Mut und hohem persönlichem Einsatz am Netz des Lebens in all seinen vielfältigen Mustern, Farben und Formen weiterzuweben.

## NATURSCHUTZPROJEKTE

18 weltweit





## 1 STEPPENKIEBITZ (*Vanellus gregarius*)

**Gebiet:** Kasachstan/Naher & Mittlerer Osten

**Projektpartner:** BirdLife International,  
Royal Society for the Protection of Birds (RSPB)



**Kurzbeschreibung:** Als BirdLife International das „BirdLife Preventing Extinctions Programme“ zur Rettung global bedrohter Vogelarten einführte, entschied sich SWAROVSKI OPTIK gemeinsam mit der RSPB als einer der ersten „Species Champions“, die Bemühungen zur Rettung des Steppenkiebitzes zu unterstützen. Unser Engagement reicht von der Förderung der Arbeit unserer Partner in den Brutgebieten in Kasachstan und regionaler Meetings in den Ländern seines Verbreitungsgebietes über die Ausstattung einiger Exemplare mit Satellitensendern zur Beobachtung ihrer Flugrouten bis zum Aufbau der Amazing Journey Website [www.birdlife.org/sociable-lapwing](http://www.birdlife.org/sociable-lapwing). Des Weiteren wurden den Partnerorganisationen Geräte zur Observierung der Brutplätze und Durchzugsrouten zur Verfügung gestellt.

**Ziele:** Sicherung der Brutplätze mit Schwerpunkt auf Kasachstan; länderübergreifende Zusammenarbeit zum Schutz der wichtigsten Rastplätze der Vögel auf ihren Zugrouten und der Überwinterungsplätze von Indien bis Nordafrika

**Start:** 2008

**Projektstatus:** aktiv

## 2 KRAUSKOPFPELIKAN (*Pelecanus crispus*)

**Gebiet:** Bulgarien

**Projektpartner:** Branta Tours (Le Balkan Bulgaria)

**Kurzbeschreibung:** Mit einer Flügelspannweite von bis zu 3,5 m zählt der Krauskopfpelikan zu den größten Vogelarten überhaupt. Seit 1998 bemüht sich SWAROVSKI OPTIK gemeinsam mit dem Projektpartner Branta Tours (vormals Le Balkan Bulgaria) um die Erhaltung einer der letzten Brutkolonien dieser gefährdeten Spezies in Europa. Zu unseren Schutzmaßnahmen am Silbersee im Srebarna-Biosphären-Reservat nahe der bulgarisch-rumänischen Grenze zählen die Finanzierung der aufwändigen, jährlich im Herbst stattfindenden Renovierungs- und Instandhaltungsarbeiten zur Erhaltung der Kolonie sowie die Bereitstellung von Fernoptik zur Überwachung der Brutpaare. Mit Sonderbeiträgen konnte schon die Errichtung mehrerer Brutplattformen zum Schutz der Nester vor Räubern und Hochwasser finanziert werden.

**Ziele:** Verbesserung der Brutbedingungen und damit Sicherung der Krauskopfpelikan-Brutkolonie im Biosphären-Reservat Srebarna

**Start:** 1998

**Projektstatus:** aktiv

## 3 KANADAWALDSÄNGER (*Wilsonia canadensis*)

**Gebiet:** Nord- und Südamerika

**Projektpartner:** BirdLife international



**Kurzbeschreibung:** 2013 übernahm SWAROVSKI OPTIK zum zweiten Mal als „Species BirdLife Champion“ die Patenschaft für eine gefährdete Vogelart: den Kanadawaldsänger, einen kleinen, wenig erforschten Vogel, der in den feuchten Mischwäldern Nordamerikas brütet. Mit den zur Verfügung gestellten Mitteln sollen Brutbiologie, Migrationsrouten und Überwinterungsgebiete der Spezies mit Hilfe der diversen betroffenen nationalen BirdLife-Partnerorganisationen erforscht werden. Erst diese regional gesammelten Informationen ermöglichen dann die Erarbeitung eines komplexen, länderübergreifenden Maßnahmenkatalogs zur Sicherung des Lebensraums und damit der Bestände dieser Art.

**Ziele:** koordinierte Erforschung des Kanadawaldsängers über sein gesamtes Verbreitungsgebiet (Nord- und Südamerika, Karibik); Gewinnung wichtiger Erkenntnisse und langfristige Sicherung seines Überlebens

**Start:** 2013

**Projektstatus:** aktiv



#### 4 COMMUNITY BIRD GUIDES

**Gebiet:** Südafrika

**Projektpartner:** BirdLife South Africa

**Kurzbeschreibung:** Interessierte Einheimische aus Dörfern in der Nähe von Vogelbeobachtungsgebieten erhalten von BirdLife South Africa zunächst eine Ausbildung zum Community Bird Guide. Nachdem sie ihr Wissen durch praktische Erfahrungen erweitert haben, können sie als „Paten“ die Betreuung nachfolgender Naturführer übernehmen, bis diese wiederum genug Fachkenntnis und Erfahrungen gesammelt haben, um sich als qualifizierte BirdLife Community Bird Guides ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Jeder erfahrene Community Bird Guide, der zwei solche Patenschaften übernommen hat, erhält ein SWAROVSKI OPTIK Gerät zur Verfügung gestellt, das ihn bei seiner täglichen Arbeit als Guide sowie seinen Bemühungen um die Erhaltung der Natur, Kartierungsarbeiten etc. unterstützt.

**Ziele:** Etablierung eines Netzwerks professioneller Community Bird Guides im gesamten Land; Schaffung einer zusätzlichen Einnahmequelle für die lokale Bevölkerung; Generierung eines Mehrwerts für die Bevölkerung durch die Erhaltung wichtiger natürlicher Lebensräume

**Start:** 2013

**Projektstatus:** aktiv

#### 5 SCHNEELEOPARD (*Panthera uncia*)

**Gebiet:** Indien

**Projektpartner:** Youth Association for Conservation and Development im Hemis National Park

**Kurzbeschreibung:** In dem Bestreben, die Lebensgrundlagen der Bevölkerung innerhalb des Hemis-Nationalparks zu verbessern, ohne dabei die traditionelle Lebensweise zu beeinträchtigen, bemühen sich engagierte Einheimische, durch Verfolgung eines nachhaltigen Tourismus zusätzliche Einnahmequellen zu erschließen – z. B. durch Anbieten geführter Wanderungen, Ausbildung von auf Schnee Leoparden spezialisierten Naturführern – sowie ein friedliches Zusammenleben von Nutztieren und Schnee Leoparden zu ermöglichen. SWAROVSKI OPTIK unterstützt dieses Vorhaben durch die Bereitstellung von optischen Geräten, diversen Ausrüstungsgegenständen und Hilfeleistung allgemeiner Natur.

**Ziele:** Erhaltung der traditionellen Existenzgrundlagen der Bevölkerung in rauer, trockener Landschaft; Schutz der letzten Schnee Leoparden durch Ökotourismus

**Start:** 2013

**Projektstatus:** aktiv

#### 6 BATUMI RAPTOR COUNT (BRC)

**Gebiet:** Georgien

**Projektpartner:** Batumi Raptor Count (BRC)

**Kurzbeschreibung:** Rund eine Million Greifvögel passieren jeweils im Frühling und im Herbst bei Batumi einen flaschenhalsähnlichen Zugtrichter an der Ostküste des Schwarzen Meeres. Eine Gruppe engagierter junger Studenten, die die große Bedeutung dieser Flugroute für die Vögel auf ihrem Weg nach Afrika bereits ahnten, begann im Jahr 2008 mit organisierten Zählungen mit Hilfe von Freiwilligen. Was mit der einfachen Erfassung der Vögel begann, hat sich mittlerweile zu einem international beachteten Naturschutzprojekt entwickelt, für das viele Vogelbeobachter und Naturschützer gewonnen werden konnten. SWAROVSKI OPTIK unterstützt den BRC seit 2011 mit Ferngläsern und Teleskopen, stellt jährlich neu designte BRC-T-Shirts für die zahlreichen Volunteers zur Verfügung und leistet Öffentlichkeitsarbeit.

**Ziele:** zahlenmäßige Erfassung des Greifvogelzuges; Intensivierung der Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit mit dem Ziel der Eindämmung der illegalen Jagd auf Greifvögel

**Start:** 2011

**Projektstatus:** aktiv





## 7 RHINOS WITHOUT BORDERS

**Gebiet:** Südafrika und Botswana

**Projektpartner:** Great Plains Conservation, &Beyond

**Kurzbeschreibung:** Die Wilderei auf Spitzmaulnashorn (*Diceros bicornis*) und Breitmaulnashorn (*Ceratotherium simum*) in der Republik Südafrika hat in den letzten Jahren dramatisch zugenommen: Rund alle neun Stunden wird ein Nashorn getötet. Grund dafür ist das in Ostasien überaus begehrte Horn. Die beiden Organisationen Great Plains Conservation und &Beyond haben sich im Projekt „Rhinos Without Borders“ zusammengeschlossen, um gemeinsam die Mittel für die Umsiedlung von 100 Exemplaren der in ihrer Heimat zunehmend bedrohten Dickhäuter per Flugzeug aufzubringen. So konnten Anfang 2015 bereits zehn Nashörner aus ihrem Risiko-Siedlungsraum in Südafrika in ein Schutzgebiet in Botswana überstellt werden. In ihrem neuen, sicheren Lebensraum sorgen strengste, von der Regierung kontrollierte Sicherheitsmaßnahmen dafür, dass Wilderer kaum eine Chance haben. SWAROVSKI OPTIK unterstützt dieses Projekt mit Leihgeräten für die in der Region eingesetzten Wildhüter.

**Ziele:** Umsiedlung von 100 Nashörnern von Südafrika nach Botswana, um sie vor Wilderei zu schützen und so das Überleben der beiden afrikanischen Arten in freier Wildbahn zu unterstützen

**Start:** 2015

**Projektstatus:** aktiv

## 8 SEGGENROHRSÄNGER (*Acrocephalus paludicola*)

**Gebiet:** Polen

**Projektpartner:** RSPB, OTOP/BirdLife Polen

**Kurzbeschreibung:** Der Seggenrohrsänger ist durch den Verlust eines Großteils seines Habitats die einzige global bedrohte Singvogelart auf dem europäischen Festland. In Zusammenarbeit mit dem polnischen BirdLife-Partner OTOP hat SWAROVSKI OPTIK durch den Erwerb größerer Landflächen im Lauf der Jahre einen wichtigen Beitrag zu seiner Erhaltung geleistet.

**Ziele:** Langfristige Sicherung des Lebensraumes; Steigerung des Vorkommens des Seggenrohrsängers; Landmanagement zur Erhaltung und Optimierung von Brutgebieten; Aufklärung der umliegenden Bauern zur Unterstützung eines optimalen Landmanagements

**Start:** 1992

**Projektstatus:** abgeschlossen

## 9 BLAUBAUCH-HÖSCHENKOLIBRI (*Eriocnemis mirabilis*)

**Gebiet:** Kolumbien

**Projektpartner:** American Bird Conservancy, Fundación ProAves

**Kurzbeschreibung:** Der Lebensraum des durch Abholzung stark bedrohten Blaubauch-Höschenkilibris beschränkt sich auf ein kleines, extrem feuchtes Regenwaldgebiet in Westkolumbien. 2004, als Schätzungen zufolge nur noch 50 bis 250 Exemplare weltweit existierten, finanzierte SWAROVSKI OPTIK den Kauf eines 2000 ha großen Gebietes zur Erhaltung der Art und ihres Habitats und stellte dort Futterplätze auf. Dieses heutige Naturreservat beherbergt 16 weitere gefährdete Vogel- und zwei bedrohte Froschspezies sowie zahlreiche ausschließlich in diesem Gebiet vorkommende andere Vogel-, Amphibien-, Schmetterlings- und Pflanzenarten.

**Ziele:** Rettung des Blaubauch-Höschenkilibris und seines Lebensraums durch Landerwerb

**Start:** 2004

**Projektstatus:** abgeschlossen



## 10 KRAGENTRAPPE (*Chlamydotis undulata fuertaventurae*)

**Gebiet:** Fuerteventura

**Projektpartner:** RSPB, SEO/BirdLife Spanien

**Kurzbeschreibung:** SWAROVSKI OPTIK finanzierte den Erwerb einer Landfläche von 12,5 ha bei Los Alares auf Fuerteventura, um dort überlebensnotwendige Schutzmaßnahmen für die kanarische Kragentrappe zu ermöglichen.

**Ziele:** Schutz für die kanarische Kragentrappe und andere gefährdete Arten wie den Rennvogel und das Sandflughuhn

**Start:** 2004

**Projektstatus:** abgeschlossen



## 11 SPITZMAULNASHORN (*Diceros bicornis*)

**Gebiet:** Namibia

**Projektpartner:** Save the Rhino Trust (SRT)

**Kurzbeschreibung:** Ende des letzten Jahrhunderts lebten in Namibia die letzten Exemplare des Spitzmaulnashorns außerhalb von Nationalparks. Da sie dort mit Farmern und deren Rinderherden um Wasser konkurrierten und wegen ihres Horns bejagt wurden, setzte sich der Save the Rhino Trust zum Ziel, die Tiere zu überwachen und zu erforschen. SWAROVSKI OPTIK stattete die einheimischen Wildhüter mit Funksprechgeräten sowie Ferngläsern und Nachtsichtgeräten aus und leistete Unterstützungsarbeit bei der Errichtung von drei Wasserstellen.

**Ziele:** Schutz der größten freien Herde von Spitzmaulnashörnern außerhalb von Nationalparks

**Start:** 1999

**Projektstatus:** abgeschlossen

## 12 KEOLADEO-NATIONALPARK

**Gebiet:** Indien

**Projektpartner:** WWF Indien, Daniel Swarovski Wattens (DSW), Keoladeo-Nationalpark (KNP)

**Kurzbeschreibung:** Durch die Errichtung eines aus Sponsoringmitteln von Daniel Swarovski & Co finanzierten Wetlands Interpretation Centres und die Umsetzung eines Naturlehrpfades in Kooperation mit SWAROVSKI OPTIK soll der Aufenthalt für die Besucher des Keoladeo-Nationalparks so interessant und lehrreich wie möglich gestaltet werden. Auch die lokale Bevölkerung ist in dieses von SWAROVSKI, dem WWF und der Regierung Rajasthans getragene Naturschutzprojekt involviert: Als Guides, Rikscha-Fahrer und Mitarbeiter in diversen Bereichen des Naturschutz-Zentrums können sich nicht wenige ihren Lebensunterhalt verdienen.

**Ziele:** Zentrales Ziel des Salim Ali Visitor Interpretation Programmes ist es, den Menschen – Einheimischen wie Touristen – die Bedeutung der Erhaltung von Feuchtgebieten, sowie insbesondere des Wassers, vor Augen zu führen und somit den Fortbestand dieses Naturreservates und seiner immensen Artenvielfalt sicherzustellen

**Start:** 1999

**Projektstatus:** abgeschlossen

## 13 STEINADLER (*Aquila chrysaetos*)

**Gebiet:** Schweden

**Projektpartner:** Eagle72

**Kurzbeschreibung:** Zur Erhaltung der Steinadlerpopulation unterstützte SWAROVSKI OPTIK Eagle72 (ÖRN-72), eine im Jahr 1971 gegründete gemeinnützige Organisation in Schweden. Die Hauptaktivität der Organisation zum Schutz der Steinadler konzentriert sich auf die Fütterungen während der Wintermonate. Mit dieser Maßnahme sollte auch verhindert werden, dass Steinadler Rentiere als Beute angreifen und infolgedessen abgeschossen werden. 1998 wurde ein Anhänger zur Bedienung der sechs Fütterungsplätze erworben.

**Ziele:** Erhaltung einer lebensfähigen Steinadlerpopulation in Skandinavien durch Unterstützung bei der Winterfütterung

**Start:** 1998

**Projektstatus:** abgeschlossen



## 14 HORNVOGEL (*Bucerotidae*)

**Gebiet:** Thailand

**Projektpartner:** Hornbill Foundation

**Kurzbeschreibung:** Durch die Abholzung der tropischen Regenwälder wurde den Hornvögeln immer mehr die Möglichkeit einer natürlichen Brutpflege genommen, weshalb die Bestände dieser unter anderem in Südostasien lebenden, markanten Tiere mit ihrem helm- oder hornförmigen Schnabelaufsatz starke Einbußen erlitten. In Zusammenarbeit mit der Hornbill Foundation bemühte sich SWAROVSKI OPTIK, künstliche Nisthilfen für diese Höhlenbrüter zu schaffen.

**Ziele:** mittelfristige Stabilisierung der Freilandbestände in Thailand; Beitrag zur Erhaltung des Tropenwaldes

**Start:** 2004

**Projektstatus:** abgeschlossen



## 15 WALDRAPP (*Geronticus eremita*)

**Gebiet:** Österreich, Italien

**Projektpartner:** Konrad Lorenz Forschungsstelle

**Kurzbeschreibung:** Das Almtaler Waldrapp-Projekt wurde 2002 gestartet, wobei die bei diesem Projekt eingesetzten Methoden auf das 1997 initiierte Grünau-Projekt zurückgehen. Die Wiederansiedlung des Waldrapps setzt die kontrollierte Herbstmigration voraus. Dabei werden die Vögel mit Hilfe von Ultraleicht-Flugzeugen zu geeigneten Überwinterungsgebieten geleitet. Die Handaufzucht ist dabei eine wesentliche methodische Grundlage. SWAROVSKI OPTIK ermöglichte 2003 mit seinem finanziellen Beitrag unter anderem den Erwerb von zwei Ultraleicht-Flugzeugen und stellte dem Projektteam die zur Beobachtung der Vögel erforderliche optische Ausrüstung zur Verfügung.

**Ziele:** Schutz und Wiederansiedlung des Waldrapps

**Start:** 2002

**Projektstatus:** abgeschlossen

## 16 PRESTIGE OIL SPILL

**Gebiet:** Spanien

**Projektpartner:** SEO/BirdLife Spanien

**Kurzbeschreibung:** Die Havarie des Tankers Prestige vor der galicischen Küste im November 2002 führte zu einer gewaltigen Umweltkatastrophe mit irreparablen Schäden für das Ökosystem. Neben der Verschmutzung der Küste durch giftigen Ölschlamm wurde auch das Massensterben der dort beheimateten Tierwelt sichtbar. SEO/BirdLife Spanien schätzt, dass insgesamt etwa 100.000 bis 200.000 Vögel von der Ölkatastrophe betroffen waren, vor allem Papageientaucher, Tordalke, Trottellummen, Krähenscharben und Basstölpel. Obwohl nur verhältnismäßig wenige der betroffenen Tiere die Katastrophe überlebten, kämpften zahlreiche SEO-Mitarbeiter aus dem ganzen Land verzweifelt gegen die Ölpest an, um die ölverschmutzten Seevögel vor einem qualvollen Ende zu bewahren. SWAROVSKI OPTIK unterstützte die Organisation mit finanziellen Mitteln und stattete SEO-Mitarbeiter zur Erleichterung ihrer Arbeit mit Leihferngläsern aus.

**Ziele:** Rettung und Reinigung möglichst vieler Seevögel und Erhaltung der für einige Arten lebenswichtigen Brutplätze an der nordwestspanischen Küste

**Start:** 2002

**Projektstatus:** abgeschlossen

## 17 STORCHENPROJEKT (*Ciconia ciconia*)

**Gebiet:** Österreich

**Projektpartner:** WWF Österreich

**Kurzbeschreibung:** Im südlichen Teil des Naturreservats Marchauen findet man die bekannte baumbrütende Weißstorchkolonie. Aufgrund der allgemeinen Zerstörung der Lebensgrundlagen – mitverursacht durch ein zunehmend verändertes Klima – befürchteten Vogelexperten mittelfristig schwierige Zeiten für die Weißstorchpopulation. Im Rahmen des Storchenschutzprogrammes des WWF sollten künstliche Horste angelegt werden, um die Weißstörche zu veranlassen, innerhalb der Kolonie zu bleiben.

**Ziele:** finanzielle Unterstützung des WWF bei der Schaffung künstlicher Horste in der Storchkolonie mit dem Ziel, den Schutz der Jungvögel vor Fressfeinden und Vergiftungen aktiv zu gewährleisten

**Start:** 2003

**Projektstatus:** abgeschlossen





## 18 BIOSPHERE EXPEDITIONS

**Gebiet:** weltweit

**Projektpartner:** Biosphere Expeditions

**Kurzbeschreibung:** Diese mehrfach ausgezeichnete, gemeinnützige Natur- und Artenschutzorganisation ermöglicht Naturliebhabern, die aktiv zum Schutz unserer Biosphäre beitragen möchten, die Teilnahme an professionellen Forschungsexpeditionen auf internationaler Ebene. So werden etwa Studien zum Schutz von Löwen und Geparden in Namibia, von Schneeleoparden im Altai sowie zum Klimawandel in den spanischen Pyrenäen unterstützt. SWAROVSKI OPTIK förderte fünf Jahre lang die Organisation durch finanzielle Beiträge und Bereitstellung optischer Ausrüstung für die Feldarbeit in den meisten Projektgebieten weltweit.

**Ziele:** Durchführung von Feldstudien, Datenerhebung zum Schutz der Natur mit Hilfe von Freiwilligen und Laien

**Start:** 2009

**Projektstatus:** abgeschlossen



## 19 5000 MILE PROJECT

**Gebiet:** Südamerika

**Projektpartner:** Privatpersonen (Katharine und David Lowrie)

**Kurzbeschreibung:** Katharine und David Lowrie legten in 15 Monaten zu Fuß knapp 10.500 km durch Südamerika zurück und sind damit die Ersten, die den Kontinent ohne Hilfsmittel entlang seiner Längsachse bezwangen. Um die Strecke zu bewältigen, liefen sie fast täglich eine Marathonstrecke. Ihre Eindrücke veröffentlichten sie regelmäßig in einem Blog. SWAROVSKI OPTIK unterstützte die beiden durch Bereitstellung von Ferngläsern.

**Ziele:** Umweltbildung an Schulen; Erhebung von Vogeldaten und Kartierungsarbeiten; Lenkung der öffentlichen Aufmerksamkeit auf die bedrohten Ökosysteme Südamerikas; Gewinnung von Sponsoren für die Finanzierung von nachhaltigen Naturschutzmaßnahmen

**Start:** 2013

**Projektstatus:** abgeschlossen

## 20 BIRDLIFE INTERNATIONAL WORLD CONFERENCES

**Gebiet:** Malaysia, Südafrika, Argentinien, Kanada

**Projektpartner:** BirdLife International

**Kurzbeschreibung:** Hauptsponsor bei allen vier Events der Jahre 1999, 2004, 2008 und 2013

**Ziele:** Bei dieser internationalen Konferenz von globaler Bedeutung treffen sich in regelmäßigen Abständen nationale BirdLife-Partnerorganisationen, deren überregionale Vertretungen, die renommiertesten Vogelschutzexperten und hochrangige Vertreter der Industrie, um sich zu den aktuellsten Themen im Bereich des Naturschutzes auszutauschen, wissenschaftliche Erkenntnisse zu vertiefen und konsolidierte Ansätze bei brennenden Themen zur Erhaltung bedrohter Vogelarten und ihrer Lebensräume zu unterstützen.

**Start:** 1999

**Projektstatus:** aktiv



## *INTERVIEW MIT JIM LAWRENCE*

Jim Lawrence von BirdLife International erklärt in einem Interview, warum die biologische Artenvielfalt für das Fortbestehen der Menschheit absolut unabdingbar ist, und berichtet über die gemeinsamen Projekte mit SWAROVSKI OPTIK.

-----



## Wie ist die aktuelle Situation der biologischen Artenvielfalt und wie sieht die Zukunft aus?

*Um es deutlich zu sagen: Die Situation ist kritisch, und sie wird schlimmer. Alle Umweltfaktoren deuten darauf hin, dass die biologische Vielfalt rasant abnimmt, während der Druck auf sie von außen ständig wächst. Was mich besonders beunruhigt: Die Aussterberate ist etwa 1000mal so hoch wie die Rate, die die Natur auffangen könnte. Betrachtet man nur einmal die Vogelwelt, so steht bereits ein Achtel der weltweit etwa 10.000 Vogelarten vor der Ausrottung. Die Zeichen sind eindeutig – unser Planet steht kurz vor dem Kollaps. In naher Zukunft wird sich das auch nicht mehr in einem allmählichen Verfall äußern, sondern in plötzlichen, katastrophalen Veränderungen. In Zukunft werden weltweit Kriege um Nahrung und Wasser ausbrechen. Mit diesen Tatsachen vor Augen kann die düstere Zukunftsvision vielleicht geändert werden, wenn die Menschen jetzt besonnen und zielgerichtet handeln. Regierungen haben bereits in unterschiedlichen Bereichen Maßnahmen auf nationaler und internationaler Ebene in die Wege geleitet, um die Artenvielfalt zu erhalten. Immer mehr Naturschutzgebiete zu Land und zu Wasser entstehen, es wird immer mehr im Kampf gegen artfremde Biosphärenschädlinge getan, und Gelder werden zur Verfügung gestellt.*

*Allerdings glaube ich, dass die Lösung nicht allein in den Händen der Regierungen liegt, sondern jeder von uns einen Beitrag leisten kann. Organisationen wie diejenige, für die ich arbeite, zeigen Wege auf, bieten greifbare Lösungen an und machen so Hoffnung und Mut.*

## Wofür steht Ihre Organisation?

*Wir von BirdLife International glauben an eine Welt, in der Artenvielfalt existiert und in der Mensch und Natur in harmonischem Einklang leben. Unsere 120 landesweiten Partner setzen sich mit über zehn Millionen Unterstützern auf der ganzen Welt erfolgreich für diese Vision ein. Ein wichtiger Erfolgsfaktor unserer Arbeit ist sicherlich ihre seriöse wissenschaftliche Grundlage. Wir sind Experten für die Vögel auf der Roten Liste gefährdeter Arten, herausgegeben von der IUCN, und wir beobachten kontinuierlich den Bestand jeder einzelnen Vogelart auf der Welt. Auch haben wir die wichtigsten „Bird Places“ der Welt beschrieben, insgesamt über 12.000. Jeder von ihnen steht unter ständiger Beobachtung, basierend auf stringenten, soliden Methoden. Diese Erkenntnisse über Vögel sind spannende Indikatoren: Regierungen weltweit verwenden unsere Forschungsarbeit als Grundlage, um Erkenntnisse zur aktuellen Umweltlage zu gewinnen.*

*Ein weiterer Stützpfeiler unserer Arbeit ist das Engagement auf lokaler Ebene. Wir bieten unsere Unterstützung an, wo es nötig ist: um zu aktivieren, aufzuklären, zu beraten und funktionierende Schutzmechanismen von Grund auf zu etablieren. Mehr als die Hälfte der BirdLife-Partner sind daher allgemein ausgerichtete Umweltschutzorganisationen. Wo immer wir uns der Arterhaltung der Vögel widmen, betrachten wir ihr Habitat als Ganzes – zugunsten des Ökosystems und der gesamten Natur, die in ihr lebenden Menschen eingeschlossen.*

## Wie begann die Zusammenarbeit mit SWAROVSKI OPTIK?

*Seit mehr als 20 Jahren pflegen wir unsere Partnerschaft mit SWAROVSKI OPTIK. Seither hat das Unternehmen viele BirdLife-Projekte unterstützt und sich an der Finanzierung der letzten vier BirdLife Weltkongresse beteiligt. Als wir 2008 das „BirdLife Preventing Extinctions Programme“ ins Leben riefen, hat sich SWAROVSKI OPTIK sehr schnell bereit erklärt, als BirdLife Species Champion die Patenschaft für den stark bedrohten Steppenkiebitz zu übernehmen. Dieser Einsatz hat es BirdLife-Partnern seither ermöglicht, dem interessanten Zugvogel auf seinen komplizierten Routen durch Asien, Europa, den Mittleren Osten und Afrika zu folgen. Dank der Unterstützung konnten wir der Frage nach dem Rückgang dieser Vogelart auf den Grund gehen, Schutzmaßnahmen einleiten und somit dafür sorgen, dass sich der Bestand allmählich erholt.*

*Umso mehr hat es uns gefreut, dass SWAROVSKI OPTIK im vergangenen Jahr die Patenschaft für einen zweiten Wandervogel, diesmal auf dem amerikanischen Kontinent, übernommen hat. Im Rahmen des Weltkongresses 2013 in Ottawa durften wir die Unterstützung von SWAROVSKI OPTIK für den Kanadawaldsänger bekannt geben – ein typischer Bewohner der borealen Waldzone, der im Winter den gesamten Kontinent bis zu den südamerikanischen Anden durchquert. Auch bei der Erforschung dieser Spezies werden BirdLife-Partner auf der gesamten Länge seiner Zugstrecke zusammenarbeiten.*

**Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit und wie engagiert ist das Unternehmen?**

*In einem Wort ausgedrückt: tiefgreifend. Und es ist vor allem erfreulich, dass die Unterstützung von SWAROVSKI OPTIK weit über den finanziellen Aspekt hinausgeht. Die gesamte Belegschaft zeigt immer wieder ganz persönliches Engagement und große Einsatzbereitschaft, um uns auf unterschiedlichste Art zu helfen. Dazu gehört nicht zuletzt das Sponsoring von hochqualitativer Präzisionsoptik für unsere Partner. Wenn man versucht, den winzigen Markierungsring am Bein eines Wattvogels mitten in einem Sturm zu entziffern, ist die optische Ausrüstung mehr als ein Luxus: Sie ist essentiell und, ganz ehrlich, oft unser wertvollstes Kapital überhaupt.*

*Außerdem haben wir in diesem Jahr noch eine weitere Initiative gestartet: Mit dem gemeinsamen Ziel, Aufmerksamkeit und Mittel für den Kampf gegen den illegalen Abschuss von Vögeln in Süd- und Osteuropa zu generieren, haben wir im Frühjahr ein innovatives „Vogelrennen“ namens „Champions of the Flyway“ ins Leben gerufen. Mit unseren Partnern SPNI in Israel und natürlich SWAROVSKI OPTIK, die sich sofort bereit erklärt haben, BirdLife auch hier zu unterstützen, beobachtet das Projekt Zehntausende Raub- und Storchenvögel auf ihren Routen. Über Tweets und Blogs werden diese Beobachtungen geteilt und begeistern Birder auf der ganzen Welt für das Wunder des Vogelzugs. Es gibt sogar ein gemeinsames BirdLife SWAROVSKI OPTIK Team im Rennen, zu dem auch Dale Forbes, SWAROVSKI OPTIK Head of Strategic Business Development, als geschätztes Teammitglied gehört.*

**Was sind die gemeinsamen bzw. wichtigsten Errungenschaften bislang?**

*Der schwierigste Aspekt im Naturschutz ist oft, ein Projekt auf den Weg zu bringen. Investoren mit Risikobereitschaft zu finden, kann eine zähe Angelegenheit sein. SWAROVSKI OPTIK aber hat uns bereits bei mehreren Projekten Starthilfe gegeben, die sonst wohl nicht so erfolgreich hätten initiiert werden können. Was uns wieder zurückbringt zum Kanadawaldsänger – der ursprüngliche Einsatz von SWAROVSKI OPTIK hat eine ganze Reihe Initiativen losgetreten, sodass diese Spezies nun als eine Art Symbol gilt, sowohl für die Artenschutzfragen der Zugvögel in Amerika und Kanada als auch für die bedrohten Arten in der borealen Waldzone. Durch die Unterstützung bei den ersten Schritten hat SWAROVSKI OPTIK uns geholfen, ein natürliches Erbe für die Nachwelt aufzubauen.*

**Was wünschen Sie sich von SWAROVSKI OPTIK?**

*Nur eines: dass unsere Partnerschaft auch noch die kommenden 20 Jahre Bestand hat – wie heute basierend auf gegenseitigem Respekt und Hilfsbereitschaft.*

**SWAROVSKI OPTIK Produkte kommen auch oft bei der Jagd zum Einsatz. Wie sehen Sie das Verhältnis zwischen Jägern und Birdern?**

*Meine Antwort darauf ist zweigeteilt: Auf der einen Seite verurteilen wir nicht das Jagen per se. Wir respektieren das Jagdrecht aller Communitys, solange es legal ist und auf nachhaltige Weise geschieht. Ist das nicht der Fall, sind wir ganz klar gegen ein solches Jagen.*



## — EINBLICK: DER SCHUTZ VON *KANADAWALDSÄNGER* UND *STEPPENKIEBITZ*

Der Kanadawaldsänger (*Wilsonia canadensis*) brütet in den Taigawäldern Nordamerikas und überwintert in Südamerika, vor allem in den Ländern der tropischen Anden wie Venezuela, Kolumbien, Ecuador, Peru und vereinzelt auch in Bolivien. Der USFWS (United States Fish and Wildlife Service) stuft seinen Bestand als gefährdet ein. Konkrete Gründe für seine bedrohte Existenz liegen noch nicht vor, da dieser Singvogel als wenig erforscht gilt. Beobachtungen legen jedoch nahe, dass die schwindende Population im engen Zusammenhang mit dem Verlust bzw. der veränderten Nutzung seines Lebensraumes steht.

Das internationale Kanadawaldsänger-Projekt will den Bestand dieser Vogelart sichern. Hauptziel ist es, das Wissen rund um den Kanadawaldsänger auszubauen, um daraus tragfähige Lösungen gegen sein Aussterben zu entwickeln. Neben den Brutplätzen in den Wäldern der kanadischen Taiga und den Durchzugsgebieten ist in diesem Zusammenhang vor allem die Erforschung der Winterquartiere in Südamerika von größter Bedeutung.

SWAROVSKI OPTIK wurde im Juni 2013 zum ersten sogenannten „BirdLife Species Champion“ für den Kanadawaldsänger ernannt und übernimmt die Finanzierung des Projekts für einen Zeitraum von drei Jahren. Diese Unterstützung ermöglicht die zügige Entwicklung des Projektes, das sich in einer strategisch außerordentlich wichtigen Phase befindet. SWAROVSKI OPTIK stellt den Wissenschaftlern vor Ort außerdem auch Ferngläser und Teleskope für die Beobachtung des Kanadawaldsängers zur Verfügung.

Ein anderes wichtiges Projekt, für das sich das Unternehmen seit 2008 einsetzt, ist der Schutz des Steppenkiebitzes (*Vanellus gregarius*): Dabei

handelt es sich um einen Wattvogel, der in Kasachstan brütet und in den Wintermonaten in den Süden, besonders in den Sudan und nach Nordindien, zieht. Er wird von der IUCN (International Union for Conservation of Nature) als vom Aussterben bedrohte Tierart eingestuft, da sein Bestand in den vergangenen Jahren um über 90 Prozent zurückgegangen ist. Die Gründe dafür sind ebenfalls noch nicht restlos geklärt. Aktuelle Studien zeigen vor allem eine niedrige Überlebensrate bei den erwachsenen Steppenkiebitzen. Vermutet wird ein Zusammenhang mit der illegalen Jagd entlang der Route in den Süden.

Das Steppenkiebitz-Projekt ist ein multinationales Naturschutzprojekt, das einerseits die Wanderrouen des Vogels durch Satelliten-Tracking erforscht und andererseits die Gefahren für die Zugvögel ermittelt und vor Ort bekämpft. Hier liegt der Fokus besonders auf der Reduktion von illegalen Jagdaktivitäten entlang der Wanderroute des Vogels und der Sicherung der Brutplätze. Umgesetzt wird dieses Projekt von der RSPB (Royal Society for the Protection of Birds), dem britischen Ableger der internationalen Vogelschutzorganisation BirdLife. Die RSPB ist seit 2005 in die Forschung eingebunden und erhält dabei Unterstützung von zahlreichen NGOs.

Seit August 2008 unterstützen wir als „Co-BirdLife Species Champion“ auch dieses Projekt. Neben der finanziellen Sicherung stellt das Unternehmen den Projektpartnern auch Ferngläser und Teleskope zur Verfügung. Dadurch sind Vogelbeobachtungen unter schwierigen Bedingungen möglich. Zusätzlich unterstützen wir die beliebte BirdLife-Website „Amazing Journey“ ([www.birdlife.org/sociable-lapwing](http://www.birdlife.org/sociable-lapwing)), auf der die aktuellen Standorte der Steppenkiebitze sowie neueste Forschungsergebnisse präsentiert werden.



KANADAWALDSÄNGER (*Wilsonia canadensis*)

## — 4.3 IN UNSEREN KÖPFEN

### IN UNSERER VISION HEISST ES:

*„Es ist unser Anliegen, die Menschen für die Natur zu begeistern und sie zu ermuntern, ihr als Gast mit Achtung und Respekt zu begegnen. Unser Wunsch ist es, mit den Augen des Habichts die Schönheit der Welt zu enthüllen und die Kostbarkeit des Augenblicks begreifbar zu machen. Die Freude am Sehen bereichert unser Leben und lässt uns Kraft und Inspiration aus diesen oft noch so flüchtigen, aber unvergesslichen Momenten schöpfen. Wir streben danach, sowohl im Alltag als auch insgesamt als Unternehmen gemäß dieser Vision zu leben und zu handeln. Unser Ziel ist es, immer mehr Menschen für die Natur und ihre Schönheit zu begeistern und so zum tagtäglich gelebten Naturschutz beizutragen. Denn wir glauben, dass Menschen sich besonders für den Schutz und die Bewahrung dessen einsetzen, was sie lieben.“*

*„Wir nutzen schon lange und erfolgreich unsere eigenen Kommunikationsplattformen, um unseren Kunden die Natur immer wieder aufs Neue näherzubringen und ihnen unvergessliche Erlebnisse zu ermöglichen. Denn eine Einstellungs- und Verhaltensänderung können wir nur dann bewirken, wenn wir als Unternehmen nicht moralisierend oder belehrend agieren, sondern die Freude an einer intakten Umwelt und einem einmaligen Naturerlebnis vermitteln. Oder um mit Konfuzius zu sprechen: „Sage es mir, und ich werde es vergessen. Zeige es mir, und ich werde es vielleicht behalten. Lass es mich tun, und ich werde es können.“*











# 05 ZAHLEN & FAKTEN



## ÜBER DIESEN BERICHT

Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht von SWAROVSKI OPTIK. Wir haben ihn entsprechend dem G4-Standard der Global Reporting Initiative<sup>1</sup> (GRI) erstellt und uns dabei an die Vorgaben gemäß der G4-„Kern“-Option (Core) gehalten. Die Inhalte des Berichtes orientieren sich darüber hinaus an den SWAROVSKI OPTIK Kernwerten und an unserem eigenen Nachhaltigkeitsverständnis.

Der Report gibt einen Überblick über all unsere bisherigen Aktivitäten und Zielsetzungen in Sachen Nachhaltigkeit. Unsere Kennzahlen beziehen sich primär auf den SWAROVSKI OPTIK Standort Absam, zu dem die SWAROVSKI OPTIK KG und die SWAROVSKI OPTIK Vertriebs GmbH zählen. Die erhobenen Daten umfassen den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014. Wir werden in Zukunft alle drei Jahre zur Entwicklung unserer Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit berichten.

## ENTSTEHUNGSGESCHICHTE UND TEAM

Diesen Bericht hat ein internes Projektteam in Zusammenarbeit mit einer externen Expertin für Nachhaltigkeit erstellt. Bei der Planung der Inhalte wurden sowohl interne als auch externe Stakeholder aktiv miteinbezogen. Da es sich um unseren ersten Bericht handelt, haben wir die internen Stakeholder in den Vordergrund gestellt, externe Stakeholder wurden themenbezogen in das Projekt involviert. Der Vorstand und alle Bereichsleiter nahmen von Juni bis Dezember 2013 an Nachhaltigkeitsworkshops teil und vertieften die Inhalte in Einzelgesprächen. Die Mitglieder des Vorstands beteiligten sich ebenfalls aktiv am Entstehungs- und Gestaltungsprozess und verabschiedeten sämtliche Inhalte.

## TEILNEHMENDE AN CSR-WORKSHOPS ZUR ERARBEITUNG DER WESENTLICHKEITSMATRIX

<i>Waltraud Dietrich:</i>	Strategie und Business Excellence
<i>Franz Erler:</i>	Qualitätssicherung
<i>Dale Forbes:</i>	Strategic Business Development
<i>Julia Glantschnig:</i>	Personalverwaltung
<i>Martin Gundolf:</i>	Kommunikation
<i>Stefan Hämmerle:</i>	Vorstand Marketing & Sales
<i>Erich Hofer:</i>	Vertrieb Österreich
<i>Ferdinand Kofler:</i>	Beschaffung
<i>Florian Kreissl:</i>	Product Management
<i>Matthias Lieb:</i>	Controlling
<i>Claudia Mitterecker:</i>	Internationale Vertriebskoordination & Trade Marketing
<i>Gerhard Moser:</i>	Energiemanagement
<i>Christian Neff:</i>	Supply Chain Management
<i>Bernhard Ölz:</i>	Umwelt und Gebäude
<i>Thomas Saller:</i>	Finanzen und Administration
<i>Katja Triendl-Wechselberger:</i>	Rechtsbüro
<i>Carina Schiestl-Swarovski:</i>	Vorsitzende des Vorstandes
<i>Gerd Schreiter:</i>	Vorstand Technik
<i>Sandra Wettling:</i>	Systemische Personalentwicklung

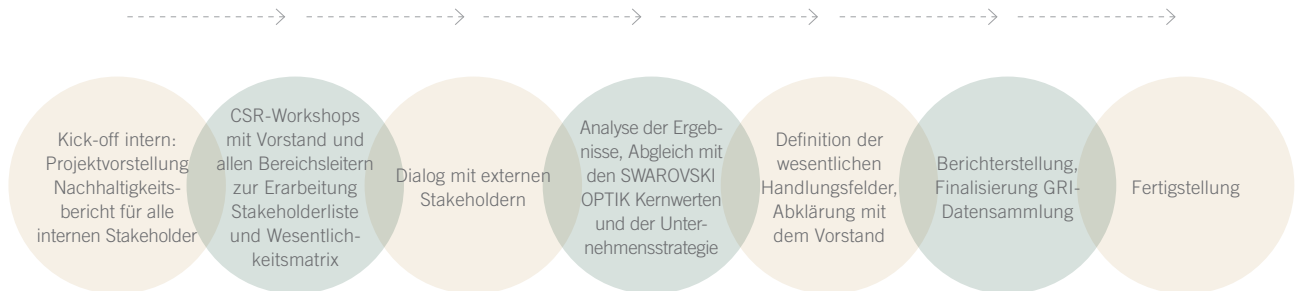


## DER PROZESS DER ERSTELLUNG GLIEDERTE SICH IN FOLGENDE PHASEN:

### ANALYSE

### KONZEPTION

### DOKUMENTATION



## DER BERICHT ENTSTAND UNTER MITEINBEZIEHUNG FOLGENDER EXTERNER STAKEHOLDER

Arno Guggenbichler, Bürgermeister Absam  
 Univ.-Prof. DI Dr. Herbert Braun, BOKU Wien  
 Jim Lawrence, BirdLife International  
 Anton Hörtnagl, Firma Pließnig

### KONTAKT

SWAROVSKI OPTIK KG  
 Daniel-Swarovski-Straße 70  
 6067 Absam, Austria  
[WWW.SWAROVSKIOPTIK.COM](http://WWW.SWAROVSKIOPTIK.COM)  
[nachhaltigkeit@swarovskioptik.at](mailto:nachhaltigkeit@swarovskioptik.at)

### UNSERE KODIZES

- Supplier Code of Conduct (2016)
- Verhaltenskodex für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Kodex institutionelles Geschäft

Alle Kodizes orientieren sich an internationalen Standards.

Der Zugang zu den Kodizes wird sichergestellt, indem diese

- als gelenktes Dokument im QUM-Handbuch zur Verfügung stehen,
- als Printversion beim Ethikbeauftragten aufliegen.

Der SWAROVSKI OPTIK *Code of Conduct* basiert auf folgenden internationalen Standards:

- United Nations Declaration of Human Rights
- ILO-Konventionen: Übereinkommen 29 – Zwangsarbeit, Übereinkommen 87 – Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechtes, Übereinkommen 98 – Vereinigungsrecht und Recht zu Kollektivverhandlungen, Übereinkommen 100 – Gleichheit des Entgelts, Übereinkommen 105 – Abschaffung der Zwangsarbeit, Übereinkommen 111 – Diskriminierung (Beschäftigung und Beruf), Übereinkommen 138 – Mindestalter, Übereinkommen 182 – Verbot und unverzügliche Maßnahmen zur Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises
- The United Nations Conventions on the Rights of the Child
- UN Global Compact (basiert auf folgenden Grundlagen: die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit der Internationalen Arbeitsorganisation, die Grundsätze der Erklärung von Rio zu Umwelt und Entwicklung, die UN-Konvention gegen Korruption)
- ISO 26000:2010 (Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung)

<sup>1</sup> Die Anwendung der GRI-G4-Richtlinien verlangt allgemeine Standardangaben zum Unternehmen und detaillierte Informationen zu den wesentlichen Handlungsfeldern in den Bereichen Kerngeschäft, Umwelt und Gesellschaft.

## NACHHALTIGKEITSSPIEGEL GRI-Spiegel G4

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN „IN ÜBEREINSTIMMUNG“-KERN		
PROFIL/ INDIKATOR G4	BESCHREIBUNG DES INDIKATORS	INFORMATIONEN
1. STRATEGIE UND ANALYSE		
G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation	Bericht Seite 11
G4-2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen	Bericht Seite 25
2. ORGANISATIONSPROFIL		
G4-3	Name der Organisation	Bericht Seite 125
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	Bericht Seiten 20, 23
G4-5	Hauptsitz der Organisation	Bericht Seite 16, 125
G4-6	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist, und Namen der Länder, in denen Hauptbetriebsstätten angesiedelt sind oder die für die im Bericht abgedeckten Nachhaltigkeitsthemen besonders relevant sind	Bericht Seite 19
G4-7	Eigentümerstruktur und Rechtsform	Familienunternehmen, wird nicht offengelegt
G4-8	Märkte, die bedient werden (einschließlich einer Aufschlüsselung nach Gebieten, abgedeckten Branchen und Kundenstruktur)	Bericht Seite 19
G4-9	Größe der berichtenden Organisation	Bericht Seite 19
G4-10 & UNGC-Prinzip 3	Beschäftigungsprofil/Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag und Region	Bericht Seite 19 63 Angestellte weiblich, 201 Angestellte männlich, 141 Arbeiter weiblich, 211 Arbeiter männlich, 144 Vollzeit weiblich, 395 Vollzeit männlich, 60 Teilzeit weiblich, 17 Teilzeit männlich
G4-11 & UNGC-Prinzip 3	Prozentsatz/Anzahl der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	100 %, da in Österreich gesetzlich geregelt



<i><b>PROFIL/ INDIKATOR G4</b></i>	<i><b>BESCHREIBUNG DES INDIKATORS</b></i>	<i><b>INFORMATIONEN</b></i>
G4-12	<b>Beschreibung der Lieferkette</b>	Bericht Seiten 70, 71
G4-13	<b>Wesentliche Veränderungen</b> der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse im Berichtszeitraum	keine – Erstbericht
G4-14 & UNGC-Prinzip 7	Vorsorgeprinzip	Bericht Seite 26
G4-15	Selbstverpflichtung zu freiwilligen Initiativen	Bericht Seiten 26, 42
G4-16	Aktive Mitgliedschaften	Bericht Seite 29
<b>WESENTLICHKEIT UND GRENZEN</b>		
G4-17	<b>Organisationsstruktur</b> einschließlich der Hauptabteilungen, der verschiedenen Betriebsstätten, Tochterunternehmen und Joint Ventures	Bericht Seiten 16, 19
G4-18	Die <b>Vorgehensweise</b> bei der <b>Bestimmung des Berichtsinhalts</b>	Bericht Seiten 28, 32
G4-19	<b>Wesentliche Aspekte</b>	Bericht Seite 33
G4-20	Abgrenzung der wesentlichen Aspekte innerhalb der Organisation, <b>Berichtsgrenzen</b>	Bericht Seite 116
G4-20	<b>Beschränkungen</b> des Berichtsumfangs	Bericht Seite 116
G4-21	Abgrenzung der wesentlichen Aspekte <b>außerhalb</b> der Organisation	Bericht Seite 16
G4-22	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	Erstbericht, daher nicht relevant
G4-23	Änderungen im Umfang und in den <b>Grenzen der Aspekte</b> Veränderung des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder <b>Messmethoden</b>	Erstbericht, daher nicht relevant
<b>EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN</b>		
G4-24	<b>Liste</b> der von der Organisation einbezogenen <b>Stakeholdergruppen</b>	Bericht Seiten 30, 31
G4-25	<b>Grundlage</b> für die Auswahl der Stakeholder, die einbezogen werden sollen	Bericht Seite 116

<i>PROFIL/ INDIKATOR G4</i>	<i>BESCHREIBUNG DES INDIKATORS</i>	<i>INFORMATIONEN</i>
G4-26	<b>Einbindung der Stakeholder</b> Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern, einschließlich der Häufigkeit der Einbeziehung, unterschieden nach Art und Stakeholdergruppe	Bericht Seiten 30, 31
G4-27	<b>Ergebnisse der Einbindung</b> Wichtige Fragen und Bedenken, die durch die Einbeziehung der Stakeholder aufgeworfen wurden, und Angaben dazu, wie die Organisation auf diese Fragen und Bedenken – auch im Rahmen ihrer Berichterstattung – eingegangen ist	Bericht Seiten 20, 23, 60, 62, 70, 73
<b>3. BERICHTSPARAMETER</b>		
G4-28	<b>Berichtszeitraum</b> (z. B. Haushaltsjahr/Kalenderjahr) für die im Bericht enthaltenen Informationen	2014
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts, falls vorhanden	nicht relevant
G4-30	<b>Berichtszyklus</b> (jährlich, halbjährlich usw.)	alle 3 Jahre
G4-31	<b>Ansprechpartner</b> für Fragen zum Bericht und seinem Inhalt	siehe Impressum
G4-32	GRI Content Index	Bericht Seite 118
G4-33	Bestätigung durch <b>externe Begutachtung</b>	keine
<b>4. GOVERNANCE, VERPFLICHTUNGEN UND ENGAGEMENT</b>		
G4-34	<b>Führungsstruktur</b> und Kontrollorgane, Komitees für <b>Nachhaltigkeit</b>	Bericht Seiten 28, 40
<b>ETHIK UND INTEGRITÄT</b>		
G4-56 & UNGC-Prinzip 10	<b>Code of Conduct</b> Intern entwickelte Leitbilder, interner Verhaltenskodex und Prinzipien, die für die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche/soziale Leistung der Organisation von Bedeutung sind, sowie die Art und Weise, wie diese umgesetzt werden	Bericht Seite 28
G4-57 & UNGC-Prinzip 10	Interne und externe <b>Verfahren zu Compliance und Integrität</b>	Bericht Seite 28



## INDIKATOREN LAUT WESENTLICHKEITSANALYSE UND DARSTELLUNG DER MANAGEMENTANSÄTZE

PROFIL/ INDIKATOR G4	BESCHREIBUNG DES INDIKATORS	INFORMATIONEN
<b>ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN</b>		
<b>Wirtschaftliche Leistung</b>		
G4-EC3	Umfang der betrieblichen <b>sozialen Zuwendungen</b>	Bericht Seiten 60, 62
<b>Marktpräsenz</b>		
G4-EC6	Verfahren für die <b>Einstellung von lokalem Personal</b> und Anteil von lokalem Personal an den Posten für leitende Angestellte an wesentlichen Geschäftsstandorten	93,75 %
<b>Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen</b>		
G4-EC8	Verständnis und Beschreibung der Art und des Umfangs wesentlicher <b>indirekter</b> wirtschaftlicher Auswirkungen	Bericht Seiten 56, 76
<b>ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN UNGC-PRINZIPIEN 7, 8</b>		
<b>Materialien</b>		
G4-EN1	Eingesetzte <b>Materialien</b> nach Gewicht oder Volumen	Bericht Seiten 92–95
G4-EN3	<b>Energieverbrauch innerhalb</b> der Organisation Indirekter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen	Bericht Seite 88 Elektrischer Strom: 6.610.795 kWh Heizenergieverbrauch: 4.795.034 kWh
G4-EN5	<b>Energieintensität</b> (Die Energieintensität drückt den Energieverbrauch pro Aktivitäts- oder Produktionseinheit oder einen anderen organisationsspezifischen Parameter aus.)	Bericht Seiten 83, 88
G4-EN6	Verringerung des Energieverbrauchs Eingesparte Energie aufgrund von <b>umweltbewusstem Einsatz und Effizienzsteigerungen</b>	Bericht Seite 88

<i>PROFIL/ INDIKATOR G4</i>	<i>BESCHREIBUNG DES INDIKATORS</i>	<i>INFORMATIONEN</i>
G4-EN7	Initiativen zur <b>Gestaltung von Produkten</b> und Dienstleistungen mit höherer <b>Energieeffizienz</b> und solche, die auf erneuerbaren Energien basieren, sowie dadurch erreichte Verringerung des Energiebedarfs	Bericht Seite 92
<b>Wasser</b>		
G4-EN8	<b>Gesamtwasserentnahme</b> aufgeteilt nach Quellen	Bericht Seite 84
G4-EN9	<b>Wasserquellen</b> , die wesentlich von der Entnahme von Wasser betroffen sind	Bericht Seite 84
G4-EN10	Anteil in Prozent und Gesamtvolumen an <b>rückgewonnenem und wiederverwendetem Wasser</b>	Bericht Seite 84
<b>Biodiversität</b>		
G4-EN12	Beschreibung der <b>wesentlichen Auswirkungen</b> von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die <b>Biodiversität</b> in Schutzgebieten und in Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten	Bericht Seite 98
<b>Emissionen, Abwasser und Abfall</b>		
G4-EN15	<b>Direkte THG-/Treibhausgas-Emissionen</b> (Scope 1) <i>Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht</i>	Bericht Seite 86  Heizanlage: 897 t CO <sub>2</sub> , aufgrund der Stromkennzeichnung fallen keine CO <sub>2</sub> -Emissionen und radioaktiven Abfälle an
G4-EN21	NO <sub>x</sub> , SO <sub>2</sub> und andere wesentliche Luftemissionen nach Art und Gewicht	Heizanlage – NO <sub>x</sub> 137 kg/3 % O <sub>2</sub> CO 17 kg/3 % O <sub>2</sub> Produktion VOC-Anlagen: Kohlenwasserstoffemissionen im Abgas 3621 kg (C)
G4-EN22	Gesamte <b>Abwassereinleitungen</b> nach Art und Einleitungsort	Bericht Seite 84
G4-EN23	Gesamtgewicht des <b>Abfalls</b> nach Art und Entsorgungsmethode	Bericht Seite 87  Gesamtabfallmenge 550 t; 415 t werden der stofflichen bzw. energetischen Verwertung zugeführt



<i>PROFIL/ INDIKATOR G4</i>	<i>BESCHREIBUNG DES INDIKATORS</i>	<i>INFORMATIONEN</i>
G4-EN24	Gesamtzahl und Volumen <b>wesentlicher Freisetzen</b>	Bericht Seiten 84, 86, 87, 88
<b>Produkte und Dienstleistungen</b>		
G4-EN27	Initiativen, um die <b>Umweltauswirkungen</b> von Produkten und Dienstleistungen zu <b>minimieren, und Ausmaß ihrer Auswirkungen</b>	Bericht Seite 46
<b>Transport</b>		
G4-EN30	Wesentliche <b>Umweltauswirkungen</b> verursacht durch den <b>Transport</b> von Produkten und anderen Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch den Transport von Mitarbeitern	Bericht Seiten 62, 83, 86
<b>GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: ARBEITSPRAKTIKEN &amp; MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG</b>		
<b>Beschäftigung</b>		
G4-LA1	<b>Mitarbeiterfluktuation</b> insgesamt und als Prozentsatz aufgedgliedert nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	1,14 % – Frauen bis 25 0,81 % – Frauen 26–40 0,00 % – Frauen 41–55 0,49 % – Frauen 56–65 0,65 % – Männer bis 25 0,32 % – Männer 26–40 1,30 % – Männer 41–55 1,46 % – Männer 56–65
G4-LA3	<b>Rückkehrate</b> an den Arbeitsplatz und <b>Verbleibsrate</b> nach der Elternzeit nach Geschlecht	4,26 % Frauen, 0 % Männer
<b>Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis</b>		
G4-LA5	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, der in <b>Arbeitsschutzausschüssen</b> vertreten wird, die die Arbeitsschutzprogramme überwachen und darüber beraten	Vorstand Technik, Produktionsleiter, Arbeitsmediziner, Kostenstellenleiter, Mitarbeiter 2,59 %
G4-LA6	<b>Verletzungen</b> , Berufskrankheiten, <b>Ausfalltage</b> und Abwesenheit sowie Summe der arbeitsbedingten <b>Todesfälle</b> nach Region	Verletzungsrate: 0,6 % Berufskrankheitsrate: 0 % Ausfallstunden gesamt: 355 Arbeitsbedingte Todesfälle: 0

<i>PROFIL/ INDIKATOR G4</i>	<i>BESCHREIBUNG DES INDIKATORS</i>	<i>INFORMATIONEN</i>
G4-LA7	Unterricht, Schulungen, Beratungsangebote, Vorsorge- und Risikokontrollprogramme, die Mitarbeiter, ihre Familien oder <b>Gemeindemitglieder</b> in Bezug auf <b>ernste Krankheiten</b> unterstützen	Bericht Seite 58
G4-LA8	<b>Arbeitsschutzthemen</b> , die in förmlichen Vereinbarungen mit <b>Gewerkschaften</b> behandelt werden	Das ArbeitnehmerInnenschutzgesetz deckt alle relevanten Bereiche ab.
<b>Vielfalt und Chancengleichheit</b>		
G4-LA13	Verhältnis des Grundgehalts für <b>Männer</b> zum Grundgehalt für <b>Frauen</b> nach Mitarbeiterkategorie	Bericht Seite 62
<b>GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTUNG</b>		
<b>Kundengesundheit und -sicherheit</b>		
G4-PR1	Etappen während der Lebensdauer eines Produkts oder der Dauer einer Dienstleistung, in denen untersucht wird, ob die Auswirkungen von <b>Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit</b> der Kunden verbessert werden können, und Prozentsatz der Produkt- und Dienstleistungskategorien, die entsprechend untersucht werden	Bericht Seiten 24, 50
<b>Einhaltung von Gesetzesvorschriften</b>		
G4-PR9	Höhe <b>wesentlicher Bußgelder</b> aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf die Zurverfügungstellung und <b>Verwendung von Produkten</b> und Dienstleistungen	keine



# —*IMPRESSUM*

## **EIGENTÜMER, HERAUSGEBER**

SWAROVSKI OPTIK KG  
Daniel-Swarovski-Straße 70  
6067 Absam, Austria

## **PROJEKTTEAM**

Waltraud Dietrich, Lydia Kalb, Bernhard Ölz,  
Annemarie Schramek unter der Leitung  
von Carina Schiestl-Swarovski

## **KONZEPTION/BERATUNG**

Bernadette Larcher

## **KONZEPT & GESTALTUNG**

Gruppe am Park GmbH, Kommunikationsagentur  
Schillerstraße 1, 4020 Linz, Austria  
in Zusammenarbeit mit SWAROVSKI OPTIK KG

## **DRUCK**

Samson Druck, St. Margarethen

## **FOTONACHWEIS**

Alle Bildrechte liegen bei SWAROVSKI OPTIK.

