

JTI AUSTRIA

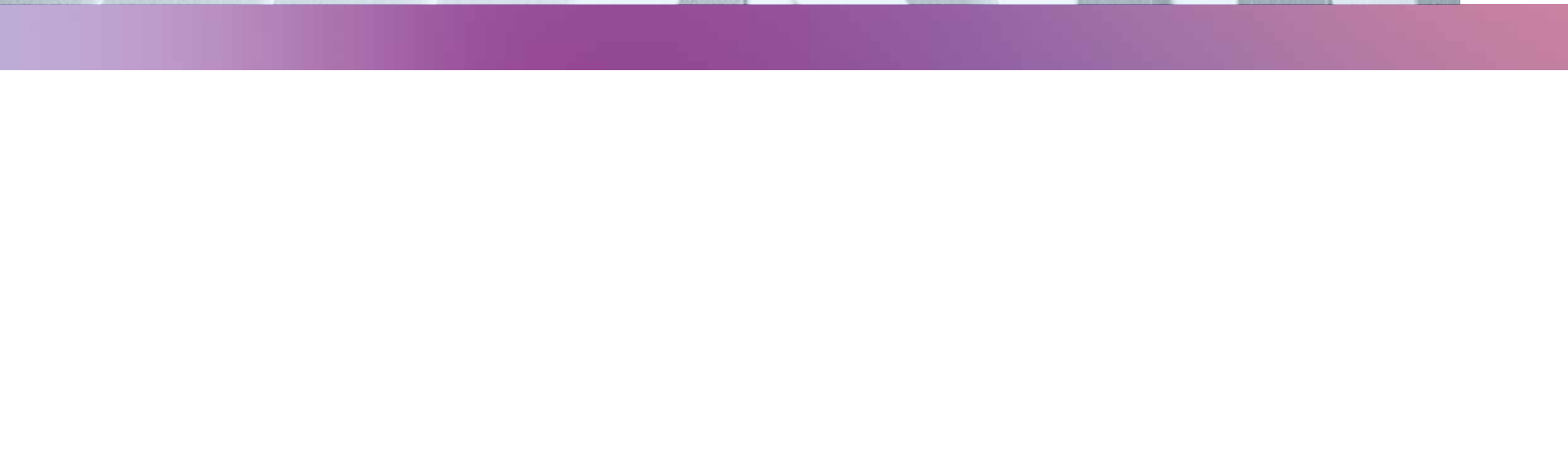
Ausgabe 39

09/2024



JTI AUSTRIA NEWSLETTER

CORPORATE POLITICAL RESPONSIBILITY





BEGLEITWORT

ROSS HENNESSY

Noch ein Mal ergreife ich die Gelegenheit, das 240-jährige Jubiläum unseres Unternehmens zu thematisieren. Diesmal aus einem speziellen Blickwinkel der unternehmerischen Verantwortung – nämlich der Corporate Political Responsibility.

Wer so lange Teil der Gesellschaft und wirtschaftlich erfolgreich ist, muss schon einiges dafür geleistet haben. Und dies unabhängig von der Geschichte der Austria Tabak als einstiger Staatsbetrieb. Von JTI Austria kann man mit Fug und Recht behaupten, der Verantwortung, Leistung zu erbringen, gerecht zu werden. Wir werden dem auch weiterhin nachkommen, selbst wenn die gesellschaftspolitischen Rahmenbedingungen herausfordernd sind.

Über unsere soziale und gesellschaftliche Verantwortung haben wir im heurigen Jahr bereits informiert, unter anderem in der vorhergegangenen Ausgabe unseres Newsletters. Werte wie Beständigkeit, Tradition, Resilienz, Innovationskraft und

Internationalität spielen natürlich auch in den politischen Bereich hinein, und als Unternehmen sind wir genauso Teil dieses Staates, den wir als Steuerzahler und Arbeitgeber von mehr als 500 Mitarbeitenden auch mitgestalten wollen. Und wir möchten auch diese unsere Mitarbeitenden dazu animieren, ihre politische Verantwortung als Bürger:innen und Wähler:innen wahrzunehmen.

Wir tragen Verantwortung in einer sehr sensiblen Branche, in der wir auch eng mit unseren Handelspartner:innen verbunden sind, mit denen wir uns gemeinsam für vernünftige Rahmenbedingungen einsetzen. Der Berufsstand der Tabaktrafikan:innen spielt dabei als Nahversorgungs-Treffpunkt eine herausragende Rolle, in der diese auch stets auf uns als Gegenüber zählen können.

Unser Verständnis von Verantwortung ist also breit gefächert, von der Bandbreite im politischen Sinne können Sie sich im vorliegenden Newsletter ein Bild machen.

Für Fragen und Anregungen stehen wir von JTI Austria Ihnen gerne zur Verfügung.

Ross Hennessy
General Manager | JTI Austria

CORPORATE POLITICAL RESPONSIBILITY

Bei Corporate Political Responsibility (CPR) geht es – wie bei Corporate Social Responsibility (CSR) – um unternehmerische Verantwortung. Die Europäische Kommission definiert CSR als „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“¹. CPR geht einen Schritt weiter und schließt dabei eine wichtige Lücke.

Bei CSR wird vorrangig auf die soziale und ökologische Komponente von Verantwortung fokussiert. CPR beleuchtet den gesellschaftspolitischen Rahmen, in dem Unternehmen agieren, und kann somit als eine Weiterentwicklung von CSR angesehen werden. CPR wird beschrieben als ein Weg für Unternehmen, um sich im öffentlichen Bereich zu bewegen. Denn unternehmerischer Erfolg hängt in hohem Maße auch von den gesellschaftspolitischen Rahmenbedingungen und Stabilität ab, dazu zählen Bereiche wie Rechtsstaatlichkeit, pluralistische Debatten, qualitativ hochwertige Bildung, moderne Infrastrukturen und belastbare Gesundheitssysteme. Es geht daher bei CPR darum, als Unternehmen den demokratischen Staat zum gegenseitigen Nutzen zu stärken.² „Denn Prosperität hängt maßgeblich von Frieden, Freiheit, Rechtsstaatlichkeit, Vielfalt und anderen Gütern ab, die in Demokratien besonderen Schutz finden.“³



Bei JTI Austria hat CPR lange Tradition. Mit seinem Ursprung in der vor 240 Jahren gegründeten Tabakregie und als ehemaliges Staatsunternehmen Austria Tabak spielen Informationsaustausch mit Stakeholdern – aus Politik, Medien, Kultur und Zivilgesellschaft – seit jeher eine wichtige Rolle.

Heute, als Teil eines global agierenden Konzerns, setzt das Unternehmen sowohl nach innen als auch nach außen eine Reihe von Maßnahmen, mit der das oben genannte Ziel der Stärkung des demokratischen Staates intensiv verfolgt wird. Eine Auswahl davon wollen wir Ihnen im vorliegenden Newsletter präsentieren.

Letztendlich möchte das Unternehmen seine Mitarbeitenden dazu motivieren, auch ihre Verantwortung als Staatsbürger:innen an den Wahlurnen wahrzunehmen.

Der regelmäßige Austausch mit Stakeholdern hat für Unternehmen große Bedeutung. Bei JTI gehört dazu auch die Pflege diplomatischer Kontakte mit Japan – im Bild der japanische Botschafter beim 240-Jahr-Jubiläum im Kunsthistorischen Museum.



Das Österreichische Parlament als Veranstaltungs-Location setzt ein Zeichen für das Demokratiebewusstsein des Unternehmens.



¹ Amtsblatt der Europäischen Union COM(2011) 681 final <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52012AE1301&qid=1723647383650>

² nach <https://www.corporate-political-responsibility.org/concept>

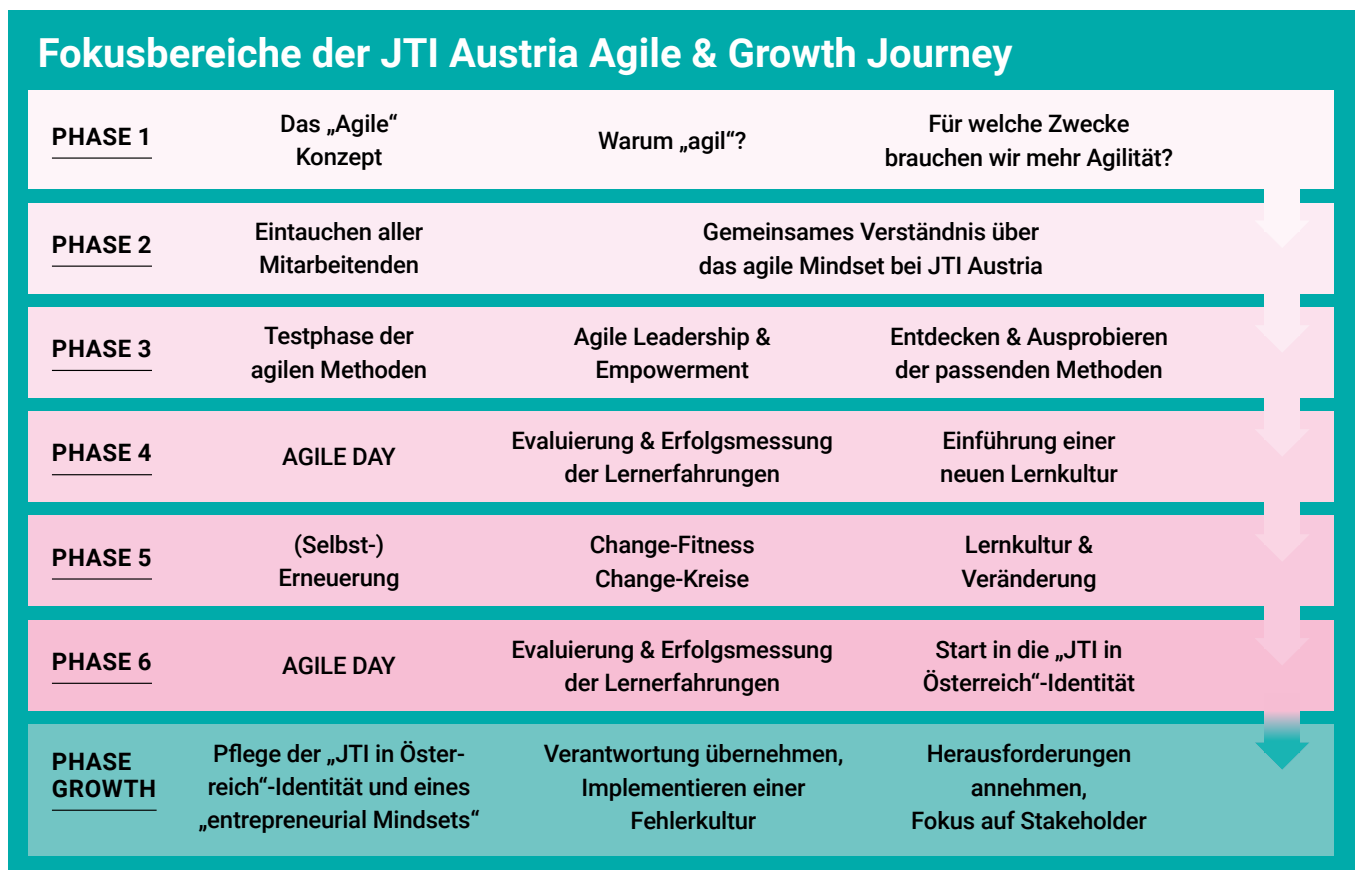
³ Debattenbeitrag „Werdet politisch! Wie Unternehmen die Demokratie stärken können – zum eigenen Vorteil“ – Dr. Johannes Bohnen und Lutz-Peter Hennies <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/werdet-politisch>

DEMOKRATIE NACH INNEN STÄRKEN

Im Zuge eines Transformationsvorhabens setzt JTI seit 2019 zahlreiche Maßnahmen, um freies Denken der Mitarbeitenden zu stärken und damit einen Kulturwandel in Gang zu setzen. Agilität, unternehmerisches Denken und damit auch Demokratiebewusstsein und stetige Weiterentwicklung sind das Ziel.

JTI Austria hat innerhalb des Konzerns eine Vorreiterrolle eingenommen. Der Prozess, in den die gesamte Organisation und alle Mitarbeitenden eingebunden waren, läuft unter den Schlagworten „Agile bzw. Growth Journey“. Ziel waren nicht nur neue Strukturen und veränderte Arbeitsmethoden, sondern ein tatsächlicher Kulturwandel und aktive Partizipation. Nach einer intensiven Test- und anschließenden Evaluationsphase wurden

gemeinsam – aus den Teams heraus – marktspezifische, auf die österreichische Organisation zugeschnittene Werte definiert. In der Folge stand der Prozess unter dem Schwerpunkt „entrepreneurial“ und der Umsetzung der Idee, durch unternehmerisches Denken aller Mitarbeitenden Wachstum anzutreiben. Unternehmerisches Denken bedeutet auch freies Denken, die Basis für demokratisches Handeln.



Psychologische Sicherheit

Um das zuvor beschriebene Prinzip der Partizipation erfolgreich umzusetzen, braucht es ein Setting, in dem Ideen frei und ohne Angst vor Kritik geäußert werden können – dies wird unter dem Konzept der „psychological safety“ zusammengefasst. Der Begriff wurde für Unternehmen erstmals von der Professorin Amy Edmondson von der Harvard Business School beschrieben. Alle Teammitglieder, egal auf welcher Hierarchiestufe, sollen ihre

Meinung frei äußern, Fragen stellen und Ideen einbringen können. Dies funktioniert aber nur dann, wenn sie dies ohne das Gefühl von Angst vor negativen Konsequenzen tun können. Unternehmen, die diese Sicherheit bieten und ein solches Umfeld bereitstellen, tragen maßgeblich dazu bei, dass die Mitarbeitenden ihre Rolle als kritische und politisch verantwortungsvolle Staatsbürger:innen wahrnehmen können.

ENGAGEMENT FÜR KULTUR UND SOZIALES

Ein Instrument der unternehmerischen Verantwortung ist der Austausch mit der Zivilgesellschaft und damit ein Einsatz für Solidarität und sozialen Zusammenhalt.

Warum engagiert sich JTI?

Das Unternehmen strebt danach, bei allem, was es tut, einen positiven Beitrag zu leisten. Das sogenannte Community Investment von JTI fokussiert daher auf Projekte und Initiativen, die zu mehr Integration beitragen, um es jedem und jeder zu ermöglichen, sich zu entfalten und eine aktive Rolle in der Gesellschaft zu spielen.

Die Schwerpunktbereiche

Verringerung von Ungleichheiten

JTI setzt sich dafür ein, dass die am stärksten gefährdeten und ausgegrenzten Menschen an der Gesellschaft teilhaben können und ihre Stimme gehört wird.

Schutz der Umwelt

JTI verpflichtet sich, die Umwelt zu respektieren und zu erhalten.

Verbesserung der Resilienz der Gemeinschaft in katastrophengefährdeten Gebieten

Stärke und Nachhaltigkeit von Gemeinschaften hängen vor allem in katastrophenanfälligen Regionen von ihrer Fähigkeit zum Wiederaufbau und ihrer Widerstandsfähigkeit ab.

Bei allen Maßnahmen ist Integration der Schlüssel! Deshalb arbeitet JTI mit Wohltätigkeitsorganisationen zusammen, die Erwachsenenbildung, Menschen mit Behinderungen, ältere Menschen und andere benachteiligte Mitglieder der Gesellschaft unterstützen. Eine Reihe der Programme von JTI zielt auch darauf ab, weniger privilegierten Mitgliedern der Gesellschaft den Zugang zur Kunst zu ermöglichen (Inclusive Arts&Culture).

Wie engagiert sich JTI?

Durch ehrenamtliche Arbeit: Im Mittelpunkt der Community Investment-Bemühungen von JTI steht der nachhaltige Beitrag der Freiwilligenarbeit. Den Mitarbeitenden wird die Möglichkeit geboten, sich innerhalb ihrer Arbeitszeit für das Gemeinwesen zu engagieren. Freiwilligenarbeit ist für JTI eine wirkungsvolle Möglichkeit, gleichzeitig in seine Mitarbeitenden und in die Gemeinschaft zu investieren. Dies hat sich auf allen Ebenen als erfüllend erwiesen – es bereichert das Engagement in den begünstigten Gemeinschaften, schafft Möglichkeiten, neue Fähigkeiten zu erlernen, und die Mitarbeitenden sind zudem stolz darauf, Teil eines größeren und lohnenswerten Vorhabens zu sein.

Nachhaltigkeit: Der Nachhaltigkeitsansatz von JTI folgt dem Unternehmensziel, eine bessere Zukunft zu schaffen. Er konzentriert sich auf die Produkte von JTI und die Gesellschaft im weiteren Sinne, einschließlich der Menschen und des Planeten. JTI möchte sicherstellen, dass sich die Aktivitäten des Unternehmens positiv auf seine Mitarbeitenden auswirken. Gleichzeitig will JTI die Umwelt schützen, indem Emissionen reduziert werden, Wasser geschützt, Abfall minimiert und die Artenvielfalt gefördert wird. Weltweit hat sich das Unternehmen verpflichtet, bis 2030 für den eigenen Betrieb CO₂-neutral zu sein und bis 2050 in der gesamten Wertschöpfungskette Netto-Null zu erreichen.

Der Beitrag der JT Gruppe in Zahlen (2015–2030)

JTI ermöglicht seinen **300.000** Mitarbeitenden **Volunteering-Stunden.**

Bis 2023 wurden bereits **215.000** mehr als insgesamt **geleistet.**

600 Mio. USD für die Gestaltung resilienter und integrativer Gemeinschaften **Bis 2023 haben die Unterstützungsleistungen global 492 Mio. USD erreicht.**



Beim Volunteering-Projekt in der Perchtoldsdorfer Heide widmen sich JTI Mitarbeitende der Landschaftspflege.



Ausmalen in einer Einrichtung für benachteiligte junge Erwachsene und Menschen mit Behinderungen.



Ein LKW mit Hilfsgütern wird gemeinsam mit einer Hilfsorganisation auf den Weg in die Ukraine geschickt.

CPR NACH AUSSEN

Unternehmerische politische Verantwortung nach außen zu kommunizieren ist in weiterer Folge ein Instrument, um auch öffentlich Stellung zu gesellschaftspolitischen Entwicklungen nehmen.

Auch Unternehmensverbände setzen sich zunehmend für Corporate Political Responsibility ein. So hat die Österreichische Industriellenvereinigung (IV) im Vorfeld der EU-Parlamentswahlen im Juni 2024 seine Mitgliedsunternehmen mittels einer Kampagne darauf aufmerksam gemacht, die Wichtigkeit der demokratischen Partizipation auch mit den Mitarbeitenden zu diskutieren.

In Deutschland hat der Unternehmerverband (www.unternehmerverband.org) im Frühjahr 2024 eine Kampagne zur Stärkung der Demokratie und gegen radikale Kräfte gelauncht. Auch hier gaben die Europawahlen sowie der 75. Geburtstag des Deutschen Grundgesetzes den Rahmen.

Unter dem Titel „Haltung statt Zurückhaltung“ hat sich das Deutsche Nachrichtenmagazin ‚Der Spiegel‘ im Mai 2024 ebenfalls diesem Thema gewidmet und konstatiert, dass Arbeit immer schon politisch sei. Im Beitrag wird auf aktuelle Beispiele eingegangen, wie sich Unternehmen in gesellschaftspolitischen Debatten zu Wort melden.*

KOMMUNIKATION

Auch JTI Austria macht seit langem in österreichischen Medien auf gesellschaftspolitische Themen aufmerksam.



Die Bertelsmann-Stiftung lässt zum Thema CPR forschen und publizieren.



Beispiel einer Anzeigenkampagne eines großen Deutschen Industrieunternehmens.



PODCAST

In seiner Corporate Podcast Serie lädt JTI Austria regelmäßig Gäste aus Kultur, Medien, Politik und Zivilgesellschaft ein, um zu Themen, die das Unternehmen und die Gesellschaft betreffen, zu diskutieren.



ZERTIFIZIERUNGEN

Nach außen getragene Mitarbeiterorientierung zählt auch zu verantwortungsvollem Handeln. Leitbetriebe Austria, Top Employer, berufundfamilie oder das Global Equality Standard Zertifikat für Chancen- und Lohngleichheit – jedes einzelne dieser Zertifikate ist mit teils aufwändigen Audits verbunden. Diesen Aufwand nimmt JTI Austria gern auf sich, denn sie sichern nicht nur die nötige Transparenz, sie sind auch Werkzeuge, um sich stetig zu verbessern.



*<https://www.spiegel.de/start/arbeit-ist-politisch-unternehmen-in-der-verantwortung-fuer-unsere-demokratie-a-eb8eebd4-f19f-4e2a-886e-97372809996c>
<https://www.iv.at/Themen/Europapolitik/Europaeische-Wirtschafts---Sozialpolitik/iv-news-Industriellenvereinigung-startet-IVote-Kampagn.html#>

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN

Dass JTI verantwortungsvoll gegenüber seinen Mitarbeitenden agiert und sowohl gesellschaftliche als auch politische Verantwortung übernimmt, spiegelt sich in der Resonanz innerhalb der Teams wider. Es zeigt: Verantwortung motiviert.

Robin, 25, arbeitet seit einem Jahr bei JTI, Abteilung Marketing / Brand Management

Was ich an JTI besonders schätze, ist die Offenheit und die Chancengleichheit, die allen Mitarbeitenden geboten wird. Unabhängig von sozialem Hintergrund oder Alter wird jeder:er ermutigt, Verantwortung zu übernehmen und aktiv mitzuwirken. Besonders beeindruckend ist, wie gut die berufliche Weiterentwicklung mit der täglichen Arbeit vereinbar ist, sodass Weiterbildung bei JTI ganz selbstverständlich gelebt wird.

Die Wertschätzung von sozialen Kompetenzen steht hier auf einer Stufe mit akademischen Qualifikationen, was eine ganzheitliche Entwicklung der Mitarbeitenden fördert. Ich bin stolz darauf, Teil eines so international ausgerichteten und vielfältigen Unternehmens zu sein, das alle Teammitglieder in all ihrer Individualität wertschätzt und unterstützt.

Natalia, 40, arbeitet seit sechs Jahren bei JTI, Abteilung Marketing / Brand Management

In den letzten sechs Jahren, in denen ich in verschiedenen Positionen und Ländern für JTI gearbeitet habe, konnte ich hautnah erleben, wie sehr sich das Unternehmen für Vielfalt und Wachstumspotenzial einsetzt. Bei JTI hatte ich stets die Möglichkeit, den Status quo zu hinterfragen und wusste dabei immer, dass meine Stimme Gehör findet. Die Unternehmenskultur spiegelt nicht nur gesellschaftliche Entwicklungen wider, sondern geht oft sogar einen Schritt voraus, indem sie Best Practices bewahrt, anbietet und umsetzt, die es den Mitarbeitenden ermöglichen, sich als Teil von etwas Großem zu fühlen.

Omar, 45, arbeitet seit 19 Jahren bei JTI, Abteilung Sales / Commercial Planning

Im Februar 2025 feiere ich mein 20-jähriges Dienstjubiläum. JTI bietet die Möglichkeit, länder- und abteilungsübergreifend neue Bereiche kennenzulernen: In meiner Zeit habe ich sieben verschiedene Positionen im österreichischen Markt bekleidet. Die von JTI angebotenen Benefits sind besonders attraktiv, ich konnte im Jahr 2022 Family Leave in Anspruch nehmen, welches mir die Möglichkeit geboten hat, nach der Geburt meiner Tochter 20 Wochen mit der Familie zu verbringen.

Karin, 55, arbeitet seit 21 Jahren bei JTI, Abteilung People & Culture

In meiner 32-jährigen Arbeitserfahrung habe ich im Marketing, Sales und HR in unterschiedlichen Unternehmen gearbeitet. Bei JTI arbeite ich nun seit mehr als 20 Jahren und weiß vor allem die Internationalität und den Generationenmix des Konzerns sehr zu schätzen. In meinen Anfängen bei JTI habe ich vom Wissen und der Erfahrung der Älteren in meiner Kollegenschaft profitiert – inzwischen kann ich mein Know-how an die Jüngeren im Team weitergeben, lerne im Gegenzug von ihnen – vor allem im digitalen Bereich – und bleibe somit am neuesten Stand der Entwicklungen. Diese Zusammenarbeit setzt natürlich Respekt, gute Kommunikation und Akzeptanz voraus – diese Werte sind fixe Bestandteile unserer Unternehmenskultur und werden wirklich gelebt. Wir alle profitieren davon – die unterschiedlichen Perspektiven und Denkweisen fördern unsere Kreativität.



Gemeinsame Aktivitäten stärken den Zusammenhalt, so dass das Team auch in herausfordernden Situationen „im Takt“ bleibt.

Führungen durch das österreichische Parlament fördern das Verständnis und Interesse für politische Prozesse.



Die gemeinsam erarbeitete „JTI in Österreich“-Identität basiert auf breitem Konsens und animiert dazu, Verantwortung zu übernehmen.

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN:

Austria Tabak:	https://de.wikipedia.org/wiki/Austria_Tabak
Corporate Political Responsibility:	https://www.corporate-political-responsibility.org
Wahlkabine:	https://www.wahlkabine.at
Österreichisches Parlament:	https://www.parlament.gv.at
Bertelsmann-Stiftung:	https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/unsere-projekte/gesellschaftlicher-zusammenhalt/projektnachrichten/werdet-politisch-corporate-political-responsibility



RA (D) Ralf-Wolfgang Lothert, MBA

Director Corporate Affairs &
Communication
Mitglied der Geschäftsleitung

T +43 (0) 1 313 42-1786

ralf-wolfgang.lothert@jti.com



Mag. Silvia Polan

Corporate Affairs &
Communication Manager

T +43 (0) 1 313 42-1927

silvia.polan@jti.com

Sollten Sie Fragen haben oder zusätzliche Informationen brauchen, stehen wir jederzeit zur Verfügung.

JTI Austria GmbH | Erdberger Lände 26a/71 | 1030 Wien



An dieser Stelle möchten wir Sie auch auf unseren Podcast aufmerksam machen. „Mehr als Schall und Rauch – der Podcast zum österreichischen Tabakmarkt“ ist auf allen gängigen Plattformen wie Spotify oder Apple Podcasts verfügbar.



WEITERE INFORMATIONEN ZU JTI AUSTRIA FINDEN SIE AUCH IM INTERNET UNTER:
jti.com/Austria

IMPRESSUM UND OFFENLEGUNG gemäß § 25 Mediengesetz

Medieninhaber (Verleger): JTI Austria GmbH, Erdberger Lände 26a/71, 1030 Wien, FN 309726 f des Handelsgericht Wien. **Unternehmensgegenstand:** Marketing von Tabakprodukten.

Geschäftsführer: Ross Hennessy, Michael Will, Christian Tobias.

Die JTI Austria GmbH steht im Alleineigentum der Austria Tabak GmbH, Erdberger Lände 26a/71, 1030 Wien, FN 286839 y des Handelsgericht Wien.

Unternehmensgegenstand: Herstellung und Vertrieb von Tabakwaren. **Geschäftsführer der Austria Tabak GmbH:** Ross Hennessy, Michael Will, Christian Tobias.

Grundlegende Richtung: Der JTI Austria Newsletter richtet sich an Stakeholder und die Öffentlichkeit und soll über alle Aspekte der Produktion und des Handels mit Tabakwaren informieren.

Produktion: zbcom GmbH. **Layout:** AWG-Verlag GmbH. **Fotos:** JTI Austria GmbH intern, Andi Bruckner, Shutterstock.com

Redaktion: JTI Austria GmbH / Austria Tabak GmbH – Corporate Affairs & Communication – zbcom GmbH.