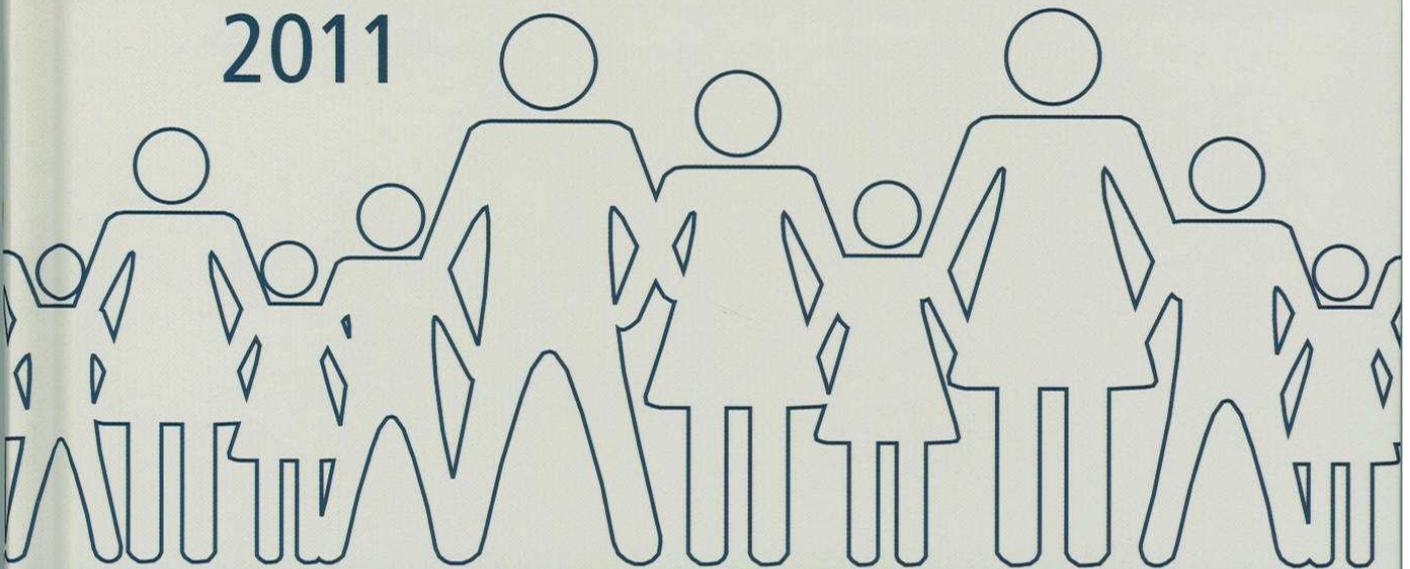


Corporate Responsibility

2011



Corporate Volunteering –
Freiwilliges Engagement von Unternehmen
und Gesellschaft

Gemeinsam etwas bewegen

Wer sich auf die Suche nach neuen Wegen begibt, setzt einiges in Bewegung. Wenn sich darüber hinaus viele Menschen zusammenschließen, um gemeinsam neue Erfahrungen zu sammeln, wird vieles möglich. Mit rund 3.500 Mitarbeitern an neun Standorten verfügt Kraft Foods über großes Potential, um gemeinsam etwas zu bewegen. Potential, das vom Unternehmen eindrucksvoll genutzt wird.

Gesellschaftliches Engagement hat bei Kraft Foods seit Jahrzehnten Tradition und ist fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Seit mehr als 25 Jahren unterstützt das Unternehmen weltweit ausgewählte Organisationen mit Geld- und Sachspenden. Eine Kultur des Engagements lässt sich jedoch nicht nur durch Spenden etablieren, sondern muss auch durch die Mitarbeiter getragen und gelebt werden. Daher hat es sich Kraft Foods zur Aufgabe gemacht, seine Mitarbeiter aktiv einzubeziehen und dafür zu gewinnen, das Engagement des Unternehmens durch ihren tatkräftigen Einsatz zu unterstützen und mit Leben zu füllen.

Als führender Lebensmittelhersteller in den Bereichen Kaffee, Süßwaren, Käse und Milchprodukte ist es für Kraft Foods wichtig, mit seinem gesellschaftlichen Engagement auch im Bereich seiner Kernkompetenz zu wirken. Deshalb orientieren sich die Projekte des Unternehmens an zwei zentralen Anliegen: Bedürftige mit Lebensmitteln zu versorgen und einen ausgewogenen Lebensstil zu fördern. In Deutschland unterstützen Kraft-Foods-Mitarbeiter daher an einem Aktionstag ihre lokale Tafel, engagieren sich in der „Delicious Difference Week“ für einen Tag in ausgewählten sozialen Projekten und begeistern Kinder und Jugendliche im Rahmen der Aktion „Kinder laufen für Kinder“ für mehr Bewegung.

Der Kraft Foods „Tafeltag“ – Hilfe ein Gesicht geben

Kraft Foods engagiert sich weltweit in Organisationen wie Die Tafel, die Lebensmittel an Bedürftige verteilt und so eine Brücke zwischen Überfluss und Mangel schafft. Auch in Deutschland unterstützt das Unternehmen schon seit vielen Jahren Die Tafel mit Produktspenden.



KRAFT FOODS

Branche: Lebensmittel
Umsatz 2009: weltweit rund 48 Mrd. US-Dollar
Mitarbeiter: rund 103.000 Mitarbeiter weltweit
rund 3.500 Mitarbeiter in
Deutschland

Im Jahr 2009 hat Kraft Foods den jährlichen „Tafeltag“ ins Leben gerufen, um alle Unternehmensangehörigen in das soziale Engagement einzubeziehen. Vertreter der Geschäftsleitung, Betriebsrat und Mitarbeiter besuchen an einem Tag ihre Tafel am Standort, überreichen Paletten mit Jacobs Kaffee oder Mirácoli sowie eine Geldspende für die tägliche Arbeit des Vereins und kommen mit den Bedürftigen ins Gespräch. Die Idee des „Tafeltags“ hat sich bewährt und wurde 2010 zum zweiten Mal umgesetzt, was auch Jochen Brühl, stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands Deutsche Tafel e.V. honorierte: „Das Unternehmen stellt den lokalen Tafeln bereits seit vielen Jahren Produkte für bedürftige Bürgerinnen und Bürger zur Verfügung. Wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diese persönlich

vorbringen, bekommt Hilfe ein Gesicht.“ Über das Jahr verteilt, unterstützt Kraft Foods Die Tafel durchschnittlich mit Waren im Wert von rund 1 Million Euro.

Schaufel statt Schreibtisch, Pinsel statt Produktionslinie

Im Rahmen der Aktionswoche „Delicious Difference Week“ tauschen Kraft-Foods-Mitarbeiter weltweit jedes Jahr für einen Tag Schreibtisch und Produktionslinie gegen Schaufel und Pinsel, um sich in sozialen Projekten an ihren jeweiligen Standorten zu engagieren. Im Jahr 2010 haben sich so in Partnerschaft mit Hunderten von Organisationen mehr als 20.000 Mitarbeiter aus 56 Ländern für Bedürftige eingesetzt. Dieses Engagement begeisterte auch Irene Rosenfeld, Vorstandsvorsitzende von Kraft Foods: „Ich bin so stolz auf unsere Mitarbeiter. Wir haben das Leben von so vielen Menschen berührt. Etwas zurückgeben war schon immer ein wichtiger Teil unserer Unternehmenskultur, aber dieses Jahr haben sich wirklich viele Menschen engagiert und somit einen Beitrag für die Gesellschaft geleistet, in der sie leben und arbeiten.“



Die Unterstützung der „Tafel“ mit Geld- und Produktspenden hat bei Kraft Foods Tradition.



Bei der „Delicious Difference Week“ 2010 haben über 280 Mitarbeiter von Kraft Foods die Ärmel hochgekrempelt.

Allein in Bremen waren rund 120 Mitarbeiter in acht verschiedenen Projekten aktiv und haben z.B. in einer Grundschule Hochbeete und ein Outdoor-Schachfeld angelegt oder beim Elternverein für psychomotorische Entwicklungsförderung e.V. (EPSYMO) eine Geschicklichkeitsolympiade für körperlich und sozial benachteiligte Kinder durchgeführt. In Lörrach waren mehr als 50 Mitarbeiter für die Kinderhaus Lörrach gGmbH im Einsatz und haben beim Aufbau eines Bauernhofes für Kinder geholfen, ein Hühnerhaus renoviert sowie Pflanzen- und Gemüsebeete angelegt.

Ob bei der Instandsetzung des Gartens der Kindertagesstätte St. Clara in Berlin oder dem Streichen der Fassade der Zirkusschule Ubuntu in Elmshorn – in Deutschland engagierten sich über 280 Mitarbeiter von Kraft Foods in 14 sozialen Projekten, die das Unternehmen gemeinsam mit Freiwilligenagenturen ausgewählt hatte. Dabei standen Projekte im

Sich bewegen

Vordergrund, die die Förderung eines ausgewogenen Lebensstils sowie Spiel- und Lernmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche im Fokus haben.

Kinder für mehr Bewegung begeistern

Im Jahr 2010 hat Kraft Foods bereits zum siebten Mal als Titelsponsor die bundesweite Schulaktion und Informationskampagne „Kinder laufen für Kinder“ unterstützt. Ziel der Kampagne ist es, Kinder und Jugendliche gezielt über einen ausgewogenen Lebensstil aufzuklären und sie spielerisch für mehr Bewegung zu begeistern.

Unter dem Motto „Sich bewegen, um etwas zu bewegen“ laufen Schüler an verschiedenen Orten in ganz Deutschland und sammeln mit jedem Kilometer Geld, das an Projekte der SOS-Kinderdörfer gespendet wird. Das Geld stammt von Sponsoren, die sich die Kinder selbst gesucht haben. Bisher haben so rund 420.000 Schüler von insgesamt 850 Schulen mehr als 3,7 Millionen Euro gesammelt. Kraft-Foods-Mitarbeiter unterstützen ehrenamtlich die Startveranstaltung sowie den Finallauf der Aktion und helfen einen Tag lang beim Aufbau der Laufstrecke, bei den Vorbereitungen für die Verpflegungsstationen sowie der Eingabe von Laufergebnissen und der Ausgabe der Urkunden für die kleinen Läufer.

Ausblick

Die Ergebnisse zeigen jedes Jahr, wie sich durch die Einbindung der Mitarbeiter in soziale Projekte mehr erreichen lässt und das Engagement des Unternehmens ein Gesicht bekommt. Für die kommenden Jahre plant Kraft Foods, Mitarbeiter noch stärker in Projekte einzubinden und für das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens zu begeistern. Denn Corporate Volunteering leistet nicht nur einen wichtigen Beitrag für die Gesellschaft, sondern fördert auch den Zusammenhalt und den Teamgedanken unter den Mitarbeitern – und ist nicht zuletzt ein Faktor, der bei der Qualifikation angehender Führungskräfte ein wertvoller Baustein ist. ■



Der Benefizlauf „Kinder laufen für Kinder“ begeistert spielerisch für mehr Bewegung. So wurden mehr als 3,7 Millionen Euro für die SOS-Kinderdörfer „erlaufen“.

AUF EINEN BLICK

Auf einen Blick

„Make a Delicious Difference“ – in Anlehnung an seinen weltweiten Leitspruch setzt Kraft Foods auch in puncto gesellschaftliches Engagement Zeichen. Weltweit gingen in mehr als 25 Jahren bislang 770 Millionen US-Dollar an Projekte, die in erster Linie Lebensmittel für Bedürftige anbieten oder einen ausgewogenen Lebensstil fördern.

Lebensmittelspenden für Die Tafel

Kraft Foods unterstützt an seinen Werksstandorten den Verein Die Tafel mit regelmäßigen Lebensmittelspenden – im Durchschnitt pro Jahr im Wert von rund 1 Million Euro.

Delicious Difference Week

Mitarbeiter engagieren sich weltweit in derselben Woche für einen Tag in sozialen Projekten an ihrem Standort. Dabei steht die Unterstützung eines ausgewogenen Lebensstils von Kindern und Jugendlichen im Mittelpunkt.

Kinder laufen für Kinder

Bundesweit beteiligen sich Schüler an Aktionsläufen und sammeln mit jedem Kilometer Geld für die SOS-Kinderdörfer. Das Geld stammt von Sponsoren, die sich die Kinder selbst suchen.

Kontakt

Kraft Foods Deutschland Services GmbH & Co. KG
Nicola Oppermann

Corporate & Government Affairs
Langemarckstraße 4–20

D-28199 Bremen

T +49 (0) 4 21 / 75 99 36 66

F +49 (0) 4 21 / 59 98 36 66

E NOppermann@krafteurope.com

W www.kraftfoods.de