



Sehr geehrte Leserin! Sehr geehrter Leser!



Der Diversity-Bericht von Unitcargo ist der vorläufige Höhepunkt in einem langjährigen Prozess, in dem sich unser Unternehmen mit Diversität und deren Nutzung beschäftigt. Ausgehend von der Einstellung von MitarbeiterInnen mit unterschiedlichen kulturellen Wurzeln, haben wir im Laufe der Jahre unsere Aktivitäten im Bereich Diversity Management (DiM) strategisch an unser Geschäftsmodell angebunden, diese ständig reflektiert, erweitert und optimiert.

Im Sommer 2012 beteiligten wir uns an dem Forschungsprojekt von factor-D Diversity Consulting zur Entwicklung und Testung eines Standardmodells („Diversity Impact Navigator“) zur Analyse und Messung der Wirkungen von DiM. Dieses wird wissenschaftlich vom Institut für Höhere Studien (IHS) begleitet. Im Zuge des Forschungsprojektes erfolgte bei Unitcargo eine experimentelle Testung des Modells auf dessen Ergebnissen der gegenständliche Bericht aufbaut.

Bei dem Prozess ging es nicht darum, eine monetäre Bewertung der Gesamtheit unseres DiM durchzuführen. Ziel war es vielmehr, im Team ein gemeinsames Verständnis über die Zusammenhänge sowie den ökonomischen Nutzen unserer Diversity-Aktivitäten zu entwickeln und dies in einem Bericht nachvollziehbar darzustellen.

Die darin genannten Kennzahlen sind aus Gründen der Verständlichkeit selektiv gehalten. Die Indikatoren ermöglichen uns, die prognostizierten Wirkungen und Fortschritte der Diversity Aktivitäten zu evaluieren. Wir werden die Entwicklungen in den nächsten Monaten verfolgen und mit zusätzlichen Kennzahlen, z.B. aus der geplanten KundInnenzufriedenheitsanalyse erweitern und optimieren.

Der Diversity-Bericht ist zudem ein Ausdruck unserer Informationspolitik. Er soll dazu beitragen, dass sich unsere Stakeholder ein umfassendes Bild von Unitcargo, seinen Diversity-Aktivitäten und der Entwicklung des Unternehmens machen können. Wir werden diesen in Zukunft alle zwei Jahre aktualisieren und veröffentlichen.

Mag. Davor Sertic, MBA

Geschäftsführender Gesellschafter
Unitcargo Speditionsges.m.b.H.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Geschäftsführung.....	2	Einflussfaktoren und der „Diversity Impact“	ab 6
Das Geschäftsmodell des Unitcargo-Konzerns	3	Wirkungsanalyse/ Diversity Impact Navigator	10
Unsere Diversity-Strategie und -Initiativen	4	Impressum	19
Unser intellektuelles Kapital.....	5		

Geschäftsmodell der Unitcargo-Gruppe

Die Internationale Logistik bildet das Kernprodukt unserer Dienstleitungen. Als Nischenplayer hat sich Unitcargo insbesondere auf dem Korridor Skandinavien–Zentral- und Südosteuropa etabliert. Neun Jahre nach Gründung führen wir bereits mehr als 14.500 Lkw-Transporte pro Jahr innerhalb der EU und im Nahen Osten durch. Unsere Zentrale hat ihren Sitz in Wien. Von hier koordinieren und planen wir die Gruppe mit 13 MitarbeiterInnen. Niederlassungen befinden sich in der Slowakei, der Türkei, in Bulgarien und seit 2012 auch in Schweden. Insgesamt beschäftigt unsere Gruppe bereits 33 MitarbeiterInnen.

Die Geschäftsstrategie von Unitcargo beruht auf drei Wertesäulen. Sie verbürgen eine sichere Entwicklung des Unternehmens. Diese Wertesäulen umfassen erstens das Bekenntnis zu einer nachhaltigen Produktentwicklung und zweitens die konsequente Einhaltung von Qualitätskriterien sowie drittens die strikte Einhaltung von Antikorruptionsregeln. Diversität als Wert ist in unserer gesamten Unternehmensstruktur verankert.

Aus wirtschaftlicher Sicht ist das Unternehmen so geführt, dass die Gewinnorientierung einhergeht mit dem

Streben nach höchster Qualität und Effizienz. Neue Investitionen werden nur mit erwirtschaftetem Kapital getätigt. Neue Niederlassungen werden so geplant und konzipiert, dass sie von Anfang profitabel sind und die getätigten Investitionen mittelfristig erwirtschaftet werden können.

Die mehrfach preisgekrönte Unitcargo-Gruppe blickt auf eine rasante wirtschaftliche Entwicklung zurück. 2012 haben wir bereits einen Gruppenjahresumsatz von 19 Mio. EUR erzielt. Dieser Erfolg ist u.a. auch auf eine strikte Ausgabenpolitik und ein professionelles Finanzmanagement zurückzuführen. Es zeigt sich, dass das Geschäftsmodell der Unitcargo in Krisenzeiten für nachhaltiges Wachstum sorgt.

Kennzahlen	2012	Ausblick 2013
Umsatz EUR	19 Mio.	↗
Anzahl der Aufträge	14.584	↗
Anzahl der MitarbeiterInnen	33	↗
Anzahl der Filialen	4	→

Unsere Diversity-Strategie und -Initiativen

Diversity bedeutet personelle Vielfalt und Individualität. Und mit unserem Diversity-Management (DiM) fördern wir die Anerkennung, Wertschätzung und konstruktive Nutzung der Vielfalt unserer MitarbeiterInnen und Stakeholder – unabhängig von Geschlecht, Hautfarbe, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter und sexueller Orientierung.

Als Unitcargo verstehen wir Vielfalt als einen besonderen Wert, den wir in unserer gesamten Struktur und in unserem Handeln leben. Diversity ist für Unitcargo eine Voraussetzung für den Geschäftserfolg.

In diesem Grundverständnis haben wir in Anbindung an unsere Geschäftsstrategie folgende strategischen Diversity-Ziele festgelegt:

- Schaffung einer Unternehmenskultur, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung gegenüber Vielfalt geprägt ist;
- Aufbau und Bindung eines vielfältigen Talentepools durch Berücksichtigung von Diversity in der Rekrutierung, Personalentwicklung und Führung;
- Erhöhung des Bekanntheitsgrads, Stärkung des Images und der Beziehungen mit Stakeholder durch Aktivitäten zur Förderung von Vielfalt und Engagement in den Communities.

Zur Erreichung dieser drei Diversity-Ziele führen wir unterschiedliche Diversity-Maßnahmen durch, die wiederum zu Diversity-Initiativen gruppiert wurden. Letztere bilden die Grundlage für die Wirkungsanalyse (Diversity Impact Analyse) unseres DiM und sind auf den nächsten Seiten näher beschrieben.

STRATEGISCHES DIVERSITY-ZIEL	DIVERSITY-INITIATIVE	MASSNAHMEN
Schaffung einer Unternehmenskultur, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung gegenüber Vielfalt geprägt ist.	Interne Kommunikation der Diversity-Werte	Diversity Workshops @UC Academy Permanente Präsenz des Wertes Diversität Multikulti Brunch
	Maßnahmen zur Work-Life-Balance	Urlaubsvertretungen Flexible Arbeitszeiten Kinderbetreuung Wo-Men@UnitCargo Home-Office Nutzung des Jahresurlaubs Gesundheitsfördernde Maßnahmen Akzeptanz von Familienkarrieren
Aufbau und Bindung eines vielfältigen Talentepools.	Diversitätssensible Personalauswahl	Richtlinie Recruiting Stellenanzeigen als „equal opportunities employer“
Erhöhung des Bekanntheitsgrads, Stärkung des Images und der Beziehungen mit Stakeholder durch Aktivitäten zur Förderung von Vielfalt und Engagement in den Communities.	Externe Kommunikation	Interviews mit Medien und StudentInnen Teilnahme bei Diversity-Veranstaltungen Diversity-Bericht Engagement in WKO und Netzwerken Forum Logistics Intelligence

Tabelle: Diversity-Strategien

Unser intellektuelles Kapital

Das Intellektuelle Kapital stellt die immateriellen Ressourcen von Unitcargo dar. Es wird differenziert in Human-, Struktur- und Beziehungskapital und umfasst 14 zentrale Einflussfaktoren, welche die Gesamtentwicklung des Unternehmens beeinflussen. Die Bestimmung der Einflussfaktoren erfolgte in einem speziellen Entwicklungsprojekt, in das MitarbeiterInnen aller Strukturebenen des Unternehmens einbezogen wurden.

Die folgende Grafik zeigt schematisch die Zusammenhänge und den Regelkreislauf von der Vision des Unternehmens bis zum Geschäftserfolg.

Die Basis dabei bilden die beiden Kernprozesse Disposition und Sales, mit denen unsere strategischen Unternehmensziele erreicht werden sollen. In diese beiden Kernprozesse fließt das Intellektuelle Kapital ein.

Systemabgrenzung:

Die Darstellung des Intellektuellen Kapitals und die Diversity-Impact-Analyse beziehen sich ausschließlich auf die Zentrale von Unitcargo in Wien und nicht auf den Gesamtkonzern.

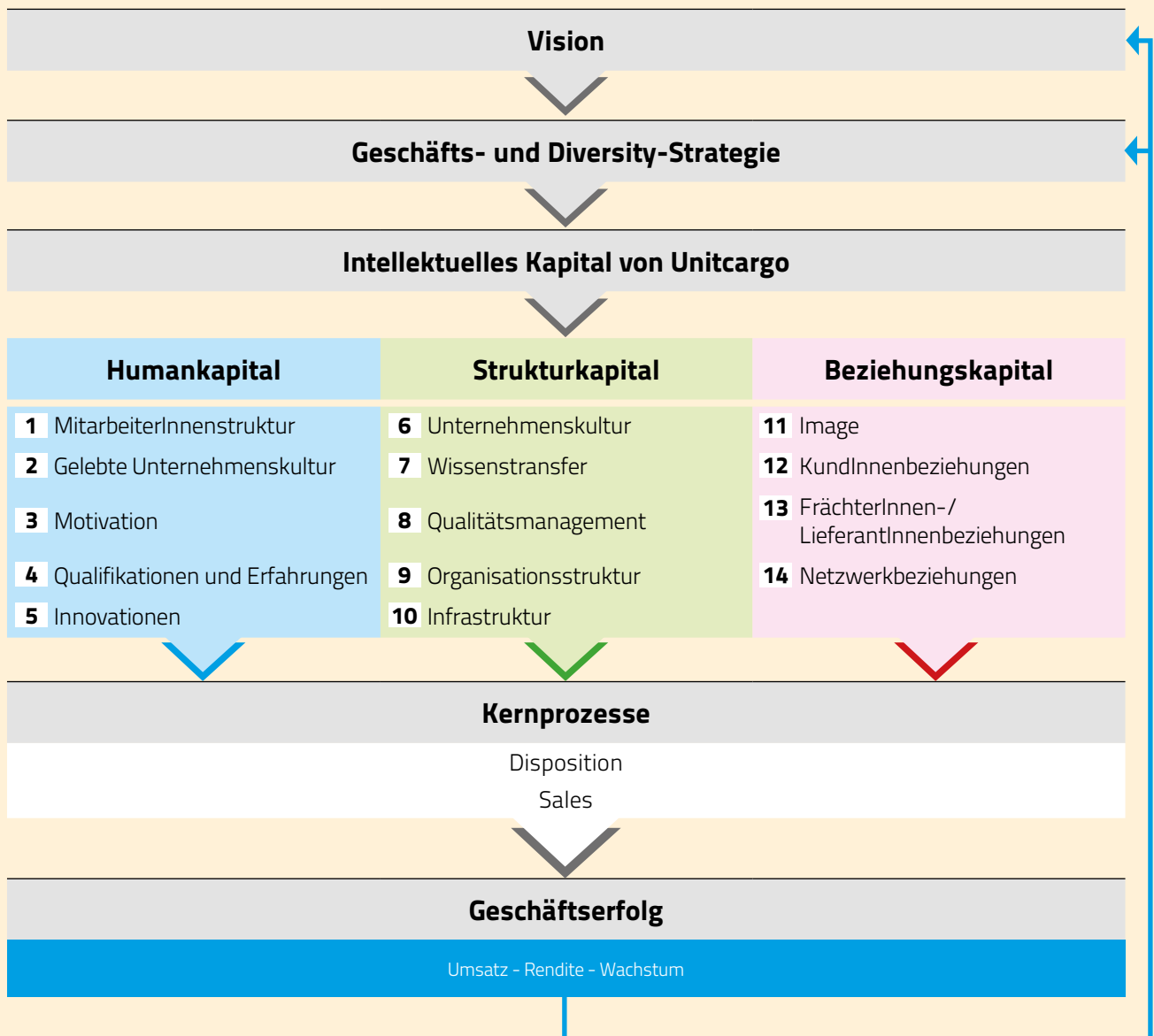


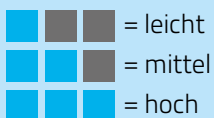
Diagramm: Zusammenhänge und Regelkreislauf - von der Vision zum Geschäftserfolg

Einflussfaktoren und der „Diversity-Impact“

Nachstehend werden die drei Arten des intellektuellen Kapitals von Unitcargo und die ihnen jeweils zugeordneten Einflussfaktoren beschrieben. Dabei wurde der Schwerpunkt auf die Diversity-Aspekte gelegt. Darüber hinaus wird in den Informationsboxen der durchschnittliche Wirkungsgrad (Impact) auf die jeweiligen Einflussfaktoren dargestellt, den wir mit der Realisierung unserer Diversity-Maßnahmen erwarten.

In den Tabellen werden für die beschriebenen Einflussfaktoren Indikatoren ausgewiesen. Sie dienen der Messung der Wirkungen und zur Fortschrittskontrolle unserer Diversity-Maßnahmen. Die im Bericht angeführten Kennzahlen sind ein Auszug aus einem Indikatoren-Set, welches zur Diversity-Impact-Analyse von Unitcargo herangezogen wurde.

Diversity-Impact = durchschnittlicher Wirkungsgrad aller Diversity-Initiativen auf den jeweiligen Einflussfaktor, zum Beispiel MitarbeiterInnenstruktur



Key-Driver = Diversity-Initiative mit der stärksten positiven Wirkung auf den Einflussfaktor

Bewertung des Messwertes:
 ■ = positiv, ■ = verbesserbar, ■ = kritisch

Ausblick 2013 = geplante Entwicklung des Messwertes im Vergleich zu 2012:
 starke Erhöhung = ↑, geringe Erhöhung = ↗, keine Veränderung = →, leichte Verringerung = ↘

Details der Wirkungsanalyse finden Sie auf Seite 10 und 11.

MitarbeiterInnenstruktur

Humankapital

1

Unitcargo praktiziert eine Diversitysensible Personalauswahl. In unserer Zentrale beschäftigen wir derzeit 13 MitarbeiterInnen; geschätzte 85 % davon haben einen Migrationshintergrund. Der Anteil von Frauen im Team beträgt beinahe 50 %, in den Führungspositionen exakt 50 %. Unsere Belegschaft ist mit einem Durchschnittsalter von 29 Jahren relativ jung, spiegelt aber die Situation in der Branche der Traffic-ManagerInnen (DisponentInnen) wieder.

2013 planen wir zur Stärkung unserer Diversität gezielt zwei ältere MitarbeiterInnen zu rekrutieren, die seit Jahren in der Logistikbranche tätig sind.

Diversity-Impact: ■ ■ ■

Key-Driver:

- Diversitätssensible Personalauswahl
- Interne Kommunikation der Diversity-Werte

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Anzahl MitarbeiterInnen	13	■ ■ ■	↗
Anzahl Frauen / Männer	6 / 7	■ ■ ■	→
Anteil von Frauen in Führungspositionen	50%	■ ■ ■	→
Anzahl MitarbeiterInnen nach Altersgruppen			
>25	5		↘
26-35	5	■ ■ ■	↗
36-45	2		↗
>45	1		↑
Durchschnittsalter	29	■ ■ ■	↗
Geschätzte Anzahl von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund	11	■ ■ ■	→

Gelebte Unternehmenskultur

Humankapital

2

Selbst ausführlichste Leitbilder, Werte und Verhaltensregeln bleiben leere Worte, wenn diese nicht gelebt werden. Wir führen jährlich eine detaillierte MitarbeiterInnenbefragung durch, um zu evaluieren, ob sich unsere Belegschaft von unseren Diversity-Werten angesprochen fühlen und diese lebt. Die Zustimmung zu unserem DiM ist sehr hoch und beträgt auf einer Scala von 1 (ja) bis 4 (nein) den durchschnittlichen Wert 1,2.

Zur Bewertung des Einflussfaktors „gelebte Unternehmenskultur“ erheben wir zudem die Anzahl der durchgeführten Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und die Entwicklung der Inanspruchnahme der Option „flexible Arbeitszeit“ durch die Belegschaft. Die Ergebnisse zeigen, dass unsere Maßnahmen zur Verankerung der Diversity-Kultur erfolgreich sind.

Diversity-Impact: ■■■

Key-Driver:

- Interne Kommunikation der Diversity-Werte

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Zuspruch der MitarbeiterInnen zu den Diversity-Strategien und -Maßnahmen - Scala von 1 (ja) bis 4 (nein)	1,2	■ ■ ■	➔
Ansicht der MitarbeiterInnen, dass DiM gelebt wird - Scala von 1 (ja) bis 4 (nein)	1,4	■ ■ ■	➔
Anzahl der Maßnahmen zur Gesundheitsförderung	3	■ ■ ■	➔
Anzahl MitarbeiterInnen mit Option flexible Arbeitszeit	4	■ ■ ■	➔

Multi-Kulti-Brunch

Diversity-Maßnahmen

Mit unserem Multi-Kulti-Brunch bringen wir unseren MitarbeiterInnen die Länder und Kulturen der KollegInnen sowie unserer KundInnen und LieferantInnen näher. Einmal im Monat präsentiert ein Teammitglied während der Mittagspause (s)ein Land, dessen Geschichte, Kultur, Bräuche und serviert landestypische Speisen.

Während des Essens tauschen wir untereinander eigene Erfahrungen aus, die wir mit dem jeweiligen Land gemacht haben. Diese Plattform erzeugt mehr Verständnis für verschiedenen Kulturen, Mentalitäten und Bräuche und ist eine ausgezeichnete Maßnahme zur internen Kommunikation unserer Diversity-Werte.



Das Unitcargo-Team beim Multi-Kulti-Brunch



Motivation

Humankapital

3

Durch unsere Diversity-Aktivitäten fördern wir die Akzeptanz aller MitarbeiterInnen. Kein Teammitglied soll sich ausgeschlossen oder durch sein „Anderssein“ diskriminiert fühlen. Jeder kann seine individuellen Stärken sowie Talente einsetzen und wird dafür geschätzt. Das führt zu einer höheren Motivation. Darunter verstehen wir die Bereitschaft der MitarbeiterInnen sich einzubringen, Verantwortung zu übernehmen und die individuell gesetzten Ziele zu erreichen.

Diese Bereitschaft wurde 2012 am Erfüllungsgrad der Zielvereinbarungen gemessen und zu 80 % erfüllt. Wir bewerten den Einflussfaktor zudem durch die Fluktuationsrate, die bedingt durch die Größe der Belegschaft (13 Personen) mit einem Wert von 7,7 % hoch erscheint, jedoch nur den Abgang eines Mitarbeiters ausdrückt. Der Krankenstand von vier Tagen pro Person ist im Vergleich zum den von der Statistik Austria veröffentlichten österreichischen Durchschnittswerten (13,2 Tage für 2011) äußerst gering. Auch dieser Wert bestätigt die hohe Motivation unseres Teams eindrucksvoll.

Diversity-Impact: ■■■

Key-Driver:

- Interne Kommunikation der Diversity-Werte

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Fluktuationsrate (MitarbeiterInnen nach Probezeit)	7,7 %	■■■	→
Krankenstandstage pro Person / Jahr	4	■■■	→
Erfüllungsgrad Zielvereinbarungen	80 %	■■■	↗

Diversity-Impact: ■■■ = leicht, ■■■ = mittel, ■■■ = hoch

Bewertung des Messwertes: ■ = positiv, ■ = verbesserbar, ■ = kritisch

Ausblick 2013 = geplante Entwicklung des Messwertes im Vergleich zu 2012: starke Erhöhung = ↗, geringe Erhöhung = ↗, keine Veränderung = →, leichte Verringerung = ↘

Kinderbetreuung Wo-Men@Unitcargo

Diversity-Maßnahmen

Work/Life-Balance besitzt bei Unitcargo einen hohen Stellenwert. Wir respektieren das Privatleben unserer MitarbeiterInnen und akzeptieren ihren Wunsch nach Kindern, nach Familie sowie eine gute Balance zwischen Privatleben und Arbeit oder Studium. Wir unterstützen dies mit flexiblen Arbeitszeiten, der Möglichkeit von Zuhause aus zu arbeiten und einer individuellen Karriereplanung während oder nach der Karenz oder dem Studium.

Wenn es einmal Probleme mit Organisation der privaten Kinderbetreuung gibt, können Eltern ihre Kinder in das Büro mitbringen. Dafür haben wir eine eigene Kinder-Spielecke eingerichtet. So kann der Nachwuchs das Arbeitsumfeld seiner Mutter oder seines Vaters und auch die KollegInnen kennenlernen. Mit dieser Initiative gelingt es uns unsere talentierten Fachkräfte an das Unternehmen zu binden und deren Wissen und Qualifikation im Unternehmen zu behalten.



Qualifikationen und Erfahrungen

Humankapital

4









Unter diesem Wert verstehen wir die fachlichen bzw. sozialen Kompetenzen, Fähigkeiten und Qualifikationen, welche unsere MitarbeiterInnen durch Berufsausbildung, schulische bzw. akademische Laufbahn sowie durch Seminare und Trainings erworben haben. Das (kulturell) vielfältige Unitcargo-Team besitzt eine große Bandbreite an Qualifikationen und Erfahrungen. Insbesondere die damit verbundene Mehrsprachigkeit, kulturelle Sensibilität und Marktkenntnis ermöglichen es uns, in 40 Ländern Europas und Asiens authentisch, erfolgreich und wirksam zu agieren. Unsere MitarbeiterInnen sprechen insgesamt 15 Sprachen.

So können wir optimal auf die Bedürfnisse unserer KundInnen und PartnerInnen eingehen. Weiterbildung ist einer unserer Unitcargo-Werte. In unserer Unitcargo Academy geben unsere ExpertInnen ihr Wissen an neue MitarbeiterInnen weiter bzw. erhalten alle Teammitglieder jene maßgeschneiderte Qualifikation, die sie für Ihre Arbeit benötigen. Sieben unserer MitarbeiterInnen (>50 %) nutzen die von Unitcargo gebotene Möglichkeit, neben dem Job zu studieren.

Diversity-Impact: 

Key-Driver:

- Diversitätssensible Personalauswahl

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Anzahl Sprachen im Unternehmen	15		
Qualifizierungstage p/MA	5,46		
Anzahl MitarbeiterInnen, die als Trainer Wissen weitergeben	5		
Studierende MitarbeiterInnen	7		

Innovation

Humankapital

5





Innovation ist die treibende Kraft unseres Unternehmens. Unsere MitarbeiterInnen möchten sich in unserem Unternehmen verwirklichen, ihre Ideen einbringen und ihre Arbeitsprozesse weitgehend selbst gestalten.

Wir lassen ihnen diese Freiheit, damit ihr unternehmerischer und innovativer Geist wachsen kann. Für den Austausch von Ideen dient vor allem unsere Unitcargo-Ideenplattform.

Diversity-Impact: 

Key-Driver:

- Diversitätssensible Personalauswahl
- Interne Kommunikation der Diversity-Werte

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Anzahl Ideen in Ideenplattform	52		
Anzahl umgesetzter Ideen aus Ideenplattform	41		



Wirkungen von Diversity messen!

Mit einer „Diversity Impact Analyse (Wirkungsanalyse)“ haben wir die direkten Wirkungen unserer Diversity-Initiativen auf die Einflussfaktoren des Intellektuellen Kapitals eingeschätzt. In diesem Prozess ging es uns auch darum, durch Argumentation und Erklärung, im Team ein gemeinsames Verständnis über die Wirkungszusammenhänge unserer Diversity-Aktivitäten zu verhandeln und herbeizuführen.

Die Matrix „Diversity Impact Navigator“ fasst in einer strukturierten Form unserer Diversity-Strategien und –Maßnahmen, deren Wirkungen auf die immateriellen Vermögenswerte (Intellektuelles Kapital), die gesetzten Kennzahlen, die gemessenen und bewerteten Werte und die Verbindung mit dem Geschäftserfolg von Unitcargo zusammen. Das Tool ist ein wichtiges Instrument für die Steuerung und die Kommunikation unserer Diversity-Aktivitäten.

Diversity Impact Analyse

Wirkungsanalyse

Initiative Maßnahmen
Interne Kommunikation der Diversity-Werte
Maßnahmen zur Work/Life-Balance
Diversitätssensible Personalauswahl
Externe Kommunikation
SUMME
Diversity-Impact durchschn.

Diversity Impact Navigator ¹⁾

STRATEGISCHES DIVERSITY-ZIEL	DIVERSITY-INITIATIVE	MASSNAHMEN	DIVERSITY IMPACT AU INTELLEKTUELLES KAPITAL Einflussfaktoren (ausgewählt)
Schaffung einer Unternehmenskultur, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung gegenüber Vielfalt geprägt ist.	Interne Kommunikation der Diversity-Werte	Diversity Workshops @UC Academy Permanente Präsenz des Wertes Diversität Multikulti Brunch	MitarbeiterInnenstruktur Gelebte Unternehmenskultur Motivation Unternehmenskultur Qualitätsmanagement Image KundInnenbeziehungen FrächterInnenbeziehungen Netzwerkbeziehungen
Aufbau und Bindung eines vielfältigen Talentepools.	Maßnahmen zur Work-Life-Balance	Urlaubsvertretungen Flexible Arbeitszeiten Kinderbetreuung Wo-Men@UnitCargo Home-Office Nutzung des Jahresurlaubs Gesundheitsfördernde Maßnahmen Akzeptanz von Familienkarrieren	Gelebte Unternehmenskultur Motivation Infrastruktur Image
Erhöhung des Bekanntheitsgrads, Stärkung des Images und der Beziehungen mit Stakeholder durch Aktivitäten zur Förderung von Vielfalt und Engagement in den Communities.	Diversitäts-sensible Personalauswahl	Richtlinie Recruiting Stellenanzeigen als „equal opportunities employer“	MitarbeiterInnenstruktur Qualifikationen Innovation Image KundInnenbeziehungen FrächterInnenbeziehungen Netzwerkbeziehungen
Erhöhung des Bekanntheitsgrads, Stärkung des Images und der Beziehungen mit Stakeholder durch Aktivitäten zur Förderung von Vielfalt und Engagement in den Communities.	Externe Kommunikation	Interviews mit Medien und StudentInnen Teilnahme bei Diversity-Veranstaltungen Diversity-Bericht Engagement in WKO und Netzwerken Forum Logistics Intelligence	Gelebte Unternehmenskultur Motivation Image KundInnenbeziehungen FrächterInnenbeziehungen Netzwerkbeziehungen

Diversity-Impact: ■■■ = leicht, ■■■■ = mittel, ■■■■■ = hoch
Bewertung des Messwertes: ■ = positiv, ■■ = verbesserbar, ■■■ = kritisch
Ausblick 2013 = geplante Entwicklung des Messwertes im Vergleich zu 2012: starke Erhöhung = ↑, geringe Erhöhung = ↗, keine Veränderung = →, leichte Verringerung = ↘

Prognostizierte Wirkungen auf die Einflussfaktoren des intellektuellen Kapitals

Humankapital					Sturkturkapital					Beziehungskapital				SUMME
Mitarbeiterinnen- struktur	Gelebte Unternehmens- kultur	Motivation	Qualifikationen und Erfahrungen.	Innovation	Unternehmens- kultur	Wissenstransfer	Qualitäts-manage- ment	Organisa- tions-struktur	Infrastruktur	Image	KundInnen-bezie- hungen	Frächterbez.	Netzwerkbez.	
3	3	3	2	2	1	2	3	1	1	3	3	3	3	33
2	3	3	1	1	2	0	0	2	3	3	0	0	0	20
3	2	0	3	2	1	2	0	0	1	3	2	3	3	25
0	2	2	0	0	0	0	0	1	0	3	2	2	3	15
8	10	8	6	5	4	4	3	4	5	12	7	8	9	

0 = keine Wirkung, 1 = geringe Wirkung, 2 = mittlere Wirkung, 3 = hohe Wirkung

Wirkungsgrad	INDIKATOREN (ausgewählte Kennzahlen)	Wert 2012	Bewertung	Ausblick 2013	Kernprozesse	GESCHÄFTSERFOLG (ausgewählte Kennzahlen)
hoch	Anteil Frauen in Führungspositionen	50%	■ ■ ■ ■ ■	➔	Disposition & Sales	Umsatz Rendite Wachstum
hoch	Zuspruch MA zu DiM	1,2	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Fluktuationsrate	7,7%	■ ■ ■ ■ ■	➔		
gering	Unterzeichnung Charta der Vielfalt	offen	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl Reklamationen / 1000 Aufträge	3,2	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl Nennung als Best-Practice in Medien	7	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl NeukundInnen	29	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	durchschnittliche Anzahl direkte FrächterInnen/Land	99	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Interviews mit StudentInnen	5	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl Maßnahmen Gesundheitsförderung	3	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Krankenstandstage pro Person/Jahr	4	■ ■ ■ ■ ■	➔	Disposition & Sales	Umsatz Rendite Wachstum
hoch	%MA mit Home-Office-Verbindung	15%	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	%MA mit mobilen Firmentelefonen	62%	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl Einladungen zu externen Veranstaltungen	49	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Durchschnittsalter	29	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Geschätzte MA mit Migrationshintergrund	11	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl Sprachen im Unternehmen	15	■ ■ ■ ■ ■	➔		
mittel	Anzahl umgesetzte Ideen aus Ideenplattform	41	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl Nennung als Best-Practice in Medien	7	■ ■ ■ ■ ■	➔		
mittel	KundInnenzufriedenheit	offen	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	FrächterInnenzufriedenheit	offen	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl Initiativbewerbungen	37	■ ■ ■ ■ ■	➔	Disposition & Sales	Umsatz Rendite Wachstum
mittel	Anzahl MA mit Ansicht DiM wird gelebt	14	■ ■ ■ ■ ■	➔		
mittel	Erfüllungsgrad Zielvereinbarungen	80%	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Wahrgenommene Einladungen zu ext. Veranstaltungen	10	■ ■ ■ ■ ■	➔		
mittel	Zustimmung KundInnen zu DiM	offen	■ ■ ■ ■ ■	➔		
mittel	Zustimmung FrächterInnen zu DiM	offen	■ ■ ■ ■ ■	➔		
hoch	Anzahl Mitgliedschaften	7	■ ■ ■ ■ ■	➔		



Unternehmenskultur

Strukturkapital

6

Unsere Unternehmenskultur ist in unserem Unternehmensleitbild zusammengefasst. Es beinhaltet den Sinn unseres Unternehmens, unsere Vision, Mission und Strategien für die Zielerreichung sowie unsere Qualitätsstandards. Ein weiterer wichtiger Aspekt sind unsere Werte, die in drei Säulen definiert sind. KundInnen, MitarbeiterInnen und FrachtpartnerInnen gelten für uns gleichwertig. Die wichtigen Faktoren für die gelebte Vielfalt im Unternehmen sind Diversity, Respekt und Offenheit.

Diese Werte werden innerhalb und auch außerhalb des Unternehmens stets kommuniziert und bewusst zu jeder Entscheidung, jeder Partnerschaft, Auswahl von MitarbeiterInnen, Besprechung, Zielvereinbarung usw. herangezogen. 2012 haben wir eine Diversity-Beauftragte nominiert, welche die gesamten Diversity-Aktivitäten koordiniert und steuert. Zudem haben wir Anfang 2013 die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet. Damit bekennen wir uns verbindlich nach innen und außen, Vielfalt wertzuschätzen und zu fördern.

Diversity-Impact:

Key-Driver:

- Maßnahmen zur Work-Life-Balance

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Beauftragung einer Diversity Beauftragten	erledigt		→
Unterzeichnung der Charta der Vielfalt	offen		↑ (Jänner 2013)

Wissenstransfer

Strukturkapital

7

Um den Wissenstransfer zwischen den MitarbeiterInnen gezielt zu fördern, haben wir die Unitcargo Akademie etabliert. Dabei bedienen wir uns firmeninternen als auch -externen Lektoren. 2012 haben unsere MitarbeiterInnen insgesamt 71 Qualifizierungstage absolviert, das sind rd. 5,5 Tage pro Person. Darunter befand sich auch ein eintägiger Diversity-Workshop, bei dem das gesamte Team teilgenommen hat.

Durch Jobrotation und Vertretungen ist es zudem für jede/n Mitarbeiter/in möglich, ihr/sein Wissen außerhalb der eigenen Stelle zu erweitern und auch weiterzugeben. Unsere Ideenplattform dient neben der Innovationssteigerung ebenfalls dem Austausch von Wissen und Ideen im Unternehmen.

Diversity-Impact:

Key-Driver:

- Diversitätssensible Personalauswahl
- Interne Kommunikation der Diversity-Werte

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Qualifizierungstage p/a	71		→

Qualitätsmanagement

Strukturkapital

8



Durch Qualitätsmanagement sichern wir die Qualität und stetige Verbesserung unserer Leistungen. Wir sind mit dem Eco Management and Audit Scheme (EMAS) und nach ISO 9000:2001 zertifiziert. Wichtig dabei sind, das Lernen aus den Fehlern und das Nutzen der Reklamationen als Chancen zur Verbesserung unserer Leistungen und Kundenbeziehungen.

Den gegenständlichen Diversity-Bericht sehen wir als Teil unseres Qualitätsmanagements. Er zeigt uns, in welchen Handlungsfeldern etwas getan werden muss, um unsere Ziele zu erreichen und welche Maßnahmen die erwartete Wirkung bringen.

Diversity-Impact:

Key-Driver:

- Diversitätssensible Personalauswahl
- Interne Kommunikation der Diversity-Werte

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Anzahl Reklamationen / 1000 Aufträge	3,2		→
Diversity-Bericht	in Planung		↑ (veröffentlicht)

Organisationsstruktur

Strukturkapital

9

Jede Stelle im Unternehmen verfügt über eine Stellenbeschreibung, in der die individuellen Aufgaben detailliert beschrieben sind. Mit einer Relationsmatrix wird festgelegt, welche Abteilung für welche Länder verantwortlich ist. Mit einer umfassenden Vertretungsregelung stellen wir sicher, dass jedes Teammitglied während seiner Abwesenheit vollwertig vertreten werden kann.

Für beide, Relationsmatrix und Vertretungen, sind Sprachkenntnisse, Marktkenntnisse und Qualifikation der Mitarbeiter ausschlaggebend. Die Maßnahmen gewährleisten nicht nur einen reibungslosen Betrieb, sondern unterstützen auch die MitarbeiterInnen bei der Arbeitsbewältigung.

Diversity-Impact:

Key-Driver:

- Maßnahmen zur Work-Life-Balance

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Vertretungsregelung und Relationsmatrix	erledigt		→





Infrastruktur

Strukturkapital

10

Zu unserer Infrastruktur zählen Büros, Einrichtungen und technische Anlagen. Von letzteren können unsere MitarbeiterInnen auch außerhalb des Büros Gebrauch machen.

Sie haben Zugriff auf ihren persönlichen Account und sind per E-Mail oder telefonisch erreichbar. So können die angebotenen flexiblen Arbeitszeiten besser genutzt werden und Familie/- bzw. Studium/Beruf lassen sich leichter vereinbaren.

Diversity-Impact: ■■■

Key-Driver:

- Maßnahmen zur Work-Life-Balance

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
% der MitarbeiterInnen mit Home-Office-Verbindung	15 %	■ ■ ■	↗
% der MitarbeiterInnen mit mobilen Firmentelefonen	62 %	■ ■ ■	→



Eigentlich bin ich die „Exotin“ im Team...

Interview mit Gabriele Friessnegger,
Sales Managerin bei Unitcargo

Frau Friessnegger, wie sind sie zu Unitcargo gekommen?

Unitcargo wurde mir von einem Freund empfohlen. Schon der erste Eindruck durch die Website und die Bilder des Teams waren positiv. Letztlich hat mich aber das persönliche Einstellungsgespräch mit Herrn Seritic überzeugt. Ich war auf der Suche nach einer neuen Stelle, die einerseits herausfordernd ist, andererseits aber auch meine Lebenssituation berücksichtigt. Ich habe zwei Kinder und wollte in Teilzeit arbeiten. Diese Möglichkeit hat mir Unitcargo geboten.

Sie sind Teil eines Teams, welches aus verschiedenen Kulturen kommt. Was ist das Besondere daran?

Eigentlich bin ich die „Exotin“ im Team und als Österreicherin eine Minderheit. Dennoch habe ich mich von Anfang an sehr wohl gefühlt. Wir können alle viel voneinander lernen. Unterschiedliche Kulturen erweitern den Horizont.

Was schätzen Sie an Unitcargo?

Unsere Werte, die vielen Schulungen und dass wir anders sind! Frauen sind in der Logistik-Branche eher die Ausnahme. Nicht so bei Unitcargo. Es gab schon einige Veranstaltungen bei Kunden, wo ich die einzige Frau war. Das hat mich stolz gemacht. Wichtig ist mir auch, dass ich die Möglichkeit habe, meine Kinder ins Büro mitzunehmen. Es gibt eine „Kinderecke“ wo sie malen und spielen können, sie waren schon öfters da und haben auch beim Verteilen der Post geholfen.

Diversity-Impact: ■■■ = leicht, ■■■ = mittel, ■■■ = hoch

Bewertung des Messwertes: ■ = positiv, ■ = verbesserbar, ■ = kritisch

Ausblick 2013 = geplante Entwicklung des Messwertes im Vergleich zu 2012: starke Erhöhung = ↗, geringe Erhöhung = ↗, keine Veränderung = →, leichte Verringerung = ↘

Image

Beziehungskapital

11







Unitcargo ist eines der wenigen Logistikunternehmen in Österreich bzw. in Europa, das sich intensiv mit Diversity-Management beschäftigt und dieses auch umfassend in der eigenen Unternehmenskultur sowie in den Arbeitsprozessen verankert hat. 2010 wurden wir dafür mit dem DiversCity-Preis der Wirtschaftskammer Wien ausgezeichnet.

In Folge haben wir uns als Best Practice Beispiel im Bereich Diversity etabliert. Als solches wurden wir 2012 sieben Mal in den Medien genannt. Im gleichen Zeitraum erhielten wir fast 50 Einladungen zu Veranstaltungen zum Thema; in zehn Fällen haben wir als Referenten und als Diskutanten daran teilgenommen. Mit diesen Maßnahmen stärken wir nicht nur unser Image, sondern wir zeigen auch anderen Unternehmen, wie Diversity-Management funktioniert und welche Vorteile für alle Beteiligten dadurch entstehen können.

Diversity-Impact:

Key-Driver:

- alle Diversity-Initiativen

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Nennung als Best Practice Beispiel in Medien	7		
Anzahl Einladung zu externen Veranstaltungen	49		
Anzahl wahrgenommene Einladungen zu externen Veranstaltungen	10		

Diversity of its best !

Richard Grandjean

Standortleiter Berg, Leiter Transportlogistik AT & SI,
Brenntag CEE GmbH

Wir haben Unitcargo im Jahr 2009, als junges, dynamisches Unternehmen mit engagiertem Personal kennengelernt. Dies machte sich rasch in stark steigenden Umsatz- und Transportzahlen bemerkbar. Hauptrelationen sind das ehemalige Jugoslawien, insbesondere Bosnien, Kroatien und Slowenien. Daneben betreut uns Unitcargo bei Importen aus Polen, der Slowakei und aus Deutschland.

Bald ergab sich die Frage, warum Unitcargo gerade in diesen Ländern so stark ist und ein derartig gutes Preis-/Leistungsverhältnis bieten kann. Die Antwort liegt in deren Bekenntnis zu Diversity und extremer Kundenorientierung. Aufgrund der Vielfalt des durchwegs engagierten und auch mit hoher Frauenpower ausgestatteten Teams, treten die Mitarbeiter von Unitcargo bei unseren Lieferanten und Kunden nicht nur mit hoher Fachkompetenz auf, sondern kommunizieren diese auch in der jeweiligen Landessprache. Ein den kulturellen Gepflogenheiten entsprechendes Agieren ist von großer Wichtigkeit; und all das bietet uns Unitcargo.

Daneben sei noch erwähnt, dass neben den reinen Transportabwicklungen auch die Betreuung rundherum top organisiert, freundlich und unbürokratisch ist. Wir schätzen Unitcargo als zuverlässigen und preislich herausragenden Partner.



FrächterInnen- / LieferantInnenbeziehungen

Beziehungskapital

12

Unser vielfältiges Team, welches insgesamt 15 Sprachen spricht und aus verschiedenen Ländern Europas stammt, ermöglicht uns mit dem Großteil unserer FrachtführerInnen und LieferantInnen in eigener Landessprache zu kommunizieren. Aktuell haben wir 99 direkte FrächterInnen pro Land als VertragspartnerInnen. Wir kennen ihre Mentalität und haben ein offenes Ohr für deren Bedürfnisse. Auf diese Weise haben wir Vertrauen und Verbundenheit mit unseren

FrachtführerInnen und LieferantInnen aufgebaut, was letztlich zu einer höheren Loyalität und mitunter zu besseren Konditionen führt. Um die Zufriedenheit und Akzeptanz unseres DiM systematisch zu erheben, planen wir 2014 eine Umfrage bei den FrächterInnen durchzuführen.

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
% der FrächterInnen, die >3 Jahre mit uns zusammenarbeiten	6,7	■ ■ ■	→
durchschn. Anzahl direkte FrächterInnen pro/Land	99	■ ■ ■	↗
FrächterInnenzufriedenheit / Zustimmung DiM	offen	■ ■ ■	FrächterInnenzufriedenheitsanalyse geplant für 2014

Diversity-Impact: ■ ■ ■

Key-Driver:

- Interne Kommunikation der Diversity-Werte



Diversity-Impact: ■ ■ ■ = leicht, ■ ■ ■ = mittel, ■ ■ ■ = hoch

Bewertung des Messwertes: ■ = positiv, ■ = verbesserbar, ■ = kritisch

Ausblick 2013 = geplante Entwicklung des Messwertes im Vergleich zu 2012: starke Erhöhung = ↗, geringe Erhöhung = ↗, keine Veränderung = →, leichte Verringerung = ↘

KundInnen-beziehungen

Beziehungskapital

13

Der Aufbau langfristiger KundInnenbeziehungen durch partnerschaftlichen Umgang, faire Preise und Loyalität, steht im Mittelpunkt unseres Kundenservice. Unsere KundInnen stammen aus verschiedenen europäischen Ländern und schätzen unsere Kompetenzen sowie Erfahrungen in jenen Märkten, in denen sie selbst tätig sind. Wir setzen bewusst die Stärken und (Sprach-) Kenntnisse unseres vielfältigen Teams ein, um eine professionelle und auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmte Betreuung zu bieten.

2012 haben wir rund ein Drittel unserer KundInnen persönlich besucht. Diese Gespräche sollen zu einem besseren Verständnis der KundInnenerwartungen, Prozesse und Abläufe beitragen. Dabei wurde uns oft eine positive Zustimmung zu unseren Diversity-Aktivitäten signalisiert. Um die KundInnenzufriedenheit und Akzeptanz unseres DiM systematisch zu erheben, planen wir 2014 eine Umfrage in dieser Stakeholdergruppe durchzuführen.

Diversity-Impact: ■■■

Key-Driver:

- Interne Kommunikation der Diversity-Werte

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Anzahl KundInnen	149	■■■	→
Anzahl NeukundInnen	29	■●■	↗
Anzahl besuchte KundInnen	50	■■■	→
Quote Akquise / NeukundInnen	20 %	■●■	↗
Anzahl KundInnen mit langfristigen Verträgen	11	■●■	↗
KundInnenzufriedenheit / Zustimmung DiM	offen	■●■	KundInnenzufriedenheitsanalyse geplant für 2014

Stellenanzeigen als Equal Opportunities Employer

Diversity-Maßnahmen

Personalsuche und Personalauswahl bei Unitcargo ist nicht nur Suche nach MitarbeiterInnen mit geeigneten Qualifikationen, sondern auch nach Menschen, die unsere Werte mittragen. Wir sind überzeugt, dass die Vielfalt des Teams unsere Stärke ist.

Wir erwähnen bei unseren Stellenanzeigen und Einstellungsgesprächen explizit, dass Unitcargo ein „Equal Opportunities Employer“ ist; und dass wir Bewerbungen von allen Personen, abhängig von Geschlecht, Alter, Religion, ethnischer Herkunft, sexueller Orientierung oder Behinderung begrüßen.



Netzwerkbeziehungen

Beziehungskapital

14

Unter Beziehungen zu Netzwerken verstehen wir alle Beziehungen zu Vereinen, den Diversity-Communities, zu Interessensvertretungen und Verbänden sowie zu sonstigen MultiplikatorInnen. Wir sind u.a. als Mitglied des Zentralverbands der Spediteure, des Kulturvereins Zagreb, der Fachhochschule der BFI, des 1. SC Pfaffstätten sowie in der Plattform Charta der Vielfalt engagiert. Im Jahre 2011 haben wir die Internetplattform Forum Logistics Intelligence im Sozialnetwork XING gegründet. Diese dient dem Wissensaustausch und der Vernetzung für Logistikinteressierte. Hier dienen wir als Best-Practice-Beispiel, gleichzeitig lernen wir von der Erfahrung anderer auf dieser Plattform.

Neben den Auftritten bei Diversity-Veranstaltungen stehen wir auch gerne für Interviews von Medien und Interessensgruppen zur Verfügung. 2012 haben wir zudem fünf Interviews mit StudentInnen zum Thema Diversity geführt und diese damit bei ihren akademischen Arbeiten unterstützt. Diese Maßnahmen stärken letztlich auch unser Image bei zukünftigen MitarbeiterInnen. Dies zeigt sich u.a. in den erhöhten Initiativbewerbungen, aus denen wir im vergangenen Jahr den gesamten fehlenden Fachkräftebedarf decken konnten.

Diversity-Impact: ■■■

Key-Driver:

- Diversitätssensible Personalauswahl
- Interne Kommunikation der Diversity-Werte
- Externe Kommunikation

Indikator	2012	Bewertung	Ausblick 2013
Mitgliedschaften	7	■■■	↗
Interviews mit StudentInnen	5	■■■	↗
Anzahl Initiativbewerbungen	37	■■■	↗

Diversity-Impact: ■■■ = leicht, ■■■ = mittel, ■■■ = hoch

Bewertung des Messwertes: ■ = positiv, ■ = verbesserbar, ■ = kritisch

Ausblick 2013 = geplante Entwicklung des Messwertes im Vergleich zu 2012: starke Erhöhung = ↗, geringe Erhöhung = ↗, keine Veränderung = →, leichte Verringerung = ↘

Forum Logistics Intelligence auf XING



Diversity-Maßnahmen

Das Forum Logistics Intelligence auf der Online-Plattform XING wurde von uns im Jahre 2011 ins Leben gerufen. Ziel ist es, Menschen und Unternehmen, die Interesse an der Logistik haben, zu verbinden, zu vernetzen und zum Erfahrungsaustausch anzuregen.

Das Forum vermittelt Wissenwertes aus unserer Branche, wie beispielsweise aktuelle News aus den Medien, Praxistipps, Termine, Studien, Links, Seminare sowie Stellenangebote und bietet einen Raum für Diskussionen. Einer der Themenbereiche ist das Diversity-Management. Wir verstehen das Forum auch als eine zusätzliche Maßnahme, um mit unseren Stakeholder in den Dialog zu treten und die Beziehungen zu ihnen zu stärken. Ab 2013 werden neben der Online-Plattform auch persönliche Treffen und Diskussionsveranstaltungen angeboten.

→ Link zum Forum: <https://www.xing.com/net/fli>





Prok. Gabriela Tomasikova, MBA
Diversity-Beauftragte und -Bericht

E-Mail: gabriela.tomasikova@unitcargo.at

IMPRESSUM

Herausgeber: Unitcargo Speditionsges.m.b.H

Geschäftsführer: Mag. Davor Sertic, MBA

Text: Gabriela Tomasikova, MBA; Manfred J. Wondrak, MBA, CMC

Inhaltliche Beratung: factor-D Diversity Consulting GmbH

Kreativkonzept, Design, Produktion: Christoph Letmaier

Fotos: Unitcargo Speditionsges.m.b.H., factor-D Diversity Consulting GmbH

Druck: digitaldruck.at

Kontakt: Unitcargo Speditionsges.m.b.H., Altmannsdorferstrasse 74/16a/60G,
1023 Wien | Tel.: 01/577 25 03 | Mail: office@unitcargo.at | Web: www.unitcargo.at





www.unitcargo.at