

imug Unternehmenstest

Lever GmbH

Anschrift: Hamburger Str. 23
22083 Hamburg

Telefon / Fax: T: 040/ 22 669-0 F: 040/ 22 669-280

Homepage: www.unilever.de

Umsatz 1995: 807 Millionen DM

Mitarbeiter 1995: 773

Muttergesellschaft: Deutsche Unilever GmbH

Schwestergesellschaften: Elida-Fabergé GmbH, Elizabeth Arden GmbH, Langnese-Iglo GmbH, Union Deutsche Lebensmittelwerke GmbH u.a.

Produktgruppen & Marken: Allzweckreiniger: **Vim, Viss**;
Geschirrspülmittel: **Sun, Sunlicht**; Spezielle Putz- und Pflegemittel: **Domestos**; Waschmittel/Kleiderpflege: **Coral, Kuschelweich, Omo, Skip, Sunil**

Die Bewertung des Unternehmensverhaltens:

IO	VI	AN	FF	BI	UE	Anderes
✓✓	✓✓	✓	x	✓	✓	spendet, sponsert; aktive Ausländerintegration

Lever wurde 1874 von William Hesketh Lever in England gegründet. Gemeinsam mit dem deutschen Fabrikanten Ludwig Stollwerk brachte Lever um die Jahrhundertwende seine Sunlight-Seife (später eingedeutscht in Sunlicht) nach Deutschland. Bereits 1907 war das Werk in Mannheim die größte Seifensiederei Europas.

Lever ist eines der Gründungsunternehmen des heutigen Unilever-Konzerns, einem der weltweit führenden Anbieter von Konsumgütern (siehe auch S.??). In die Schlagzeilen kam Unilevers Waschmittelsparte 1994, als das Unternehmen einen herben Rückschlag auf dem hart umkämpften europäischen Waschmittelmart hinnehmen musste. 800 Millionen DM wurden bis dato in die Entwicklung und Vermarktung eines neuen "Omo Power" gesteckt. Das Produkt mit den "sensationellen neuen Eigenschaften" geriet - nicht zuletzt auch durch massive "Schützenhilfe" des Konkurrenten Procter & Gamble (Ariel) - in die Schlagzeilen, da es wohl zu einem erhöhtem Verschleiß der Wäsche kam. Bis heute wurde "Omo Power" in Deutschland nicht auf den Markt gebracht.

Dass Omo auch ohne "Power" gut wäscht, belegt der Erfolg der deutschen Lever. Mit den "traditionellen" Mannheimer Produkten ist das Unternehmen z.Zt. der drittgrößte Anbieter auf dem schwer umworbene heimischen Waschmittelmart.

Was uns aufgefallen ist:

IO Informationsoffenheit

Das Informationsverhalten des Unternehmens ist lobenswert - bis auf kleine Mängel bei der Beantwortung uns bekannter externer Anfragen. Lever hat gegenüber dem Unternehmenstester die Bereitschaft ausgedrückt, in Zukunft Produkte mit gentechnisch erzeugten Inhaltsstoffen freiwillig zu kennzeichnen.

VI Verbraucherinteressen

Die Verbraucherinteressen werden von Lever in überdurchschnittlicher Weise berücksichtigt. Dazu haben neben Aspekten der Qualität und Deklaration der Produkte auch die Kommunikationsmöglichkeiten für Verbraucher und in erster Linie die von uns mit sehr gut bewertete Qualität der Unternehmensreaktion auf Verbraucheranfragen beigetragen.

AN Arbeitnehmerinteressen

Die Interessen der Arbeitnehmer werden vom Unternehmen weitgehend berücksichtigt. Positiv aufgefallen sind insbesondere die hohe Teilnehmerzahl an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, die Möglichkeiten bei der Teilzeitarbeit oder die umfassende Einführung von Gruppenarbeit.

FF Frauenförderung

Die Frauenförderung bei Lever bleibt etwas hinter den hohen Erwartungen zurück. So könnten weibliche Beschäftigte im Unternehmen noch stärker an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen beteiligt werden, und der Anteil der Frauen an den Auszubildenden ebenso wie in der Führungsetage ist eher gering. Das Unternehmen hat dies wohl erkannt und zumindest entsprechende Maßnahmen einer gezielten Personalentwicklung eingeleitet.

imug Unternehmenstest

BI Behinderteninteressen

Die Beschäftigungsquote für Behinderte beträgt 3,7 Prozent. Neben einer zu erwartenden Vertretung für Schwerbehinderte ist der stattliche Umfang der Aufträge an Behindertenwerkstätten auffällig.

UE Umweltengagement

Umweltschutz ist fest in den Lever-Unternehmenszielen verankert und dies findet seinen Niederschlag in einer beachtlichen Reihe von Maßnahmen. Hervorzuheben sind das umfassende Umweltmanagement ebenso wie die offensichtlichen Erfolge bei der Minderung von Umweltbelastungen in der Produktion. Besondere Erwähnung verdient auch die Entwicklung des ersten und bislang einzigen Waschmittel-Baukastensystems Skip, das bereits 1991 als erstes Waschmittel überhaupt das Umweltzeichen "Blauer Engel" verliehen bekommen hat. Das Unternehmen hat die Bestnote nur knapp verfehlt, u.a. bestehen noch Verbesserungsmöglichkeiten im Management der Mitarbeiter-Mobilität und auch die transportbedingten Umweltbelastungen fallen negativ ins Gewicht.

A Anderes

Lever hat 1995 80.000,- DM für gemeinnützige Zwecke gespendet und mit 200.000,- DM ökologische Zwecke gesponsert. Das Unternehmen unterstützt u.a. das Bodensee-Umweltschutzprojekt und hat dafür seit 1990 1,7 Millionen DM aufgewandt. Weitere Mittel in sechsstelliger Höhe werden von Unilever zur Verfügung gestellt.

Unilever hat grundsätzlich eine positive Einstellung zum Einsatz gentechnologischer Verfahren. Auch von Lever werden gentechnisch veränderte Enzyme in Waschmitteln eingesetzt.