

imug Unternehmenstest

Procter & Gamble GmbH

Anschrift: Postfach 25 03
65818 Schwalbach am Taunus

Telefon / Fax: T: 06196/89-01 F: 06196/ 82-638

Homepage: www.procter.de

Umsatz 1995/96: 6,73 Milliarden DM

Mitarbeiter 1995/96: 9.579

Muttergesellschaft: The Procter & Gamble Company, USA

Tochtergesellschaften: Bess Hygiene GmbH, Betrix Cosmetic GmbH, Blendax GmbH, Papierhygiene GmbH, Röhm Pharma GmbH, Rolf H. Dittmeyer GmbH, Tempo Holding GmbH u.a.

Produktgruppen & Marken: Deodorantien: **Cliff, Credo**; Haarpflege: **Head & Shoulders, Pantene, Shamtu, Vidal Sassoon Wash & Go**; Hautpflege: **Clearasil, Kamill, Oil of Olaz**; Herren-Kosmetik: **Henry M. Betrix, Hugo Boss, Old Spice**; Hygienepapiere: **Alldays, Always, Bess, Demak'up, Pampers, Tempo**; Kosmetik: **Ellen Betrix**; Parfums: **Giorgio Beverly Hills, Henry M. Betrix, Hugo Boss, Laura Biagiotti, Otto Kern**; Seifen/ Badeartikel: **Camay, Cliff, Litamin**; Zahn- und Mundpflege: **Blend-a-dent, Blend-a-med, Blendax Anti-Belag**

Allzweckreiniger: **Meister Proper**; Geschirrspülmittel: **Fairy**; Spezielle Putz- und Pflegemittel: **Antikal, Meister Proper**; Waschmittel/ Kleiderpflege: **Ariel, Dash, Lenor, Rei, Sanso, Vizir**

Die Bewertung des Unternehmensverhaltens:

| IO | VI | AN | FF | BI | UE | Anderes |
|----|----|----|----|----|----|-----------------------------|
| ✓✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | aktive Ausländerintegration |

Procter & Gamble gehört zu den führenden Konsumgüter-Herstellern der Welt. Das Unternehmen unterhält Niederlassungen und Werke in 58 Ländern, ca. 300 Markenartikel und Produktvariationen werden in mehr als 140 Ländern verkauft. The Procter & Gamble Company machte im Geschäftsjahr 1995/96 mit ca. 100.000 Mitarbeitern weltweite Umsätze von mehr als 35 Milliarden US\$.

Auch in Deutschland ist Procter & Gamble mit einer Vielzahl von Marken-Klassikern vertreten: Pampers ist mit weitem Abstand Marktführer bei Babywindeln, Neuerwerbung Tempo ist Marktführer bei Papiertaschentüchern; bei den Wasch- und Reinigungsmitteln ist Procter & Gamble zweitgrößter Anbieter auf dem deutschen Markt. Das Unternehmen sorgt mit Nachdruck dafür, dass seine properen Marken nicht in Vergessenheit geraten: In Deutschland ist Procter & Gamble mit Abstand Spitzenreiter bei den Werbeausgaben - 1996 wurden hierfür lt. Nielsen Werbeforschung ca. 550 Millionen DM ausgegeben.

Was uns aufgefallen ist:

IO Informationsoffenheit

Procter & Gamble hat sich umfassend an unserer Unternehmensbefragung beteiligt. Andere externe Anfragen wurden teilweise beantwortet. Die öffentliche Berichterstattung des Unternehmens auch zu Umweltthemen ist nicht zu beanstanden.

VI Verbraucherinteressen

Procter & Gamble hat die Interessen der Verbraucher gut im Blick: Qualität und Gebrauchstauglichkeit der Produkte wurden in entsprechenden Warentests allermeist positiv beurteilt und auch der Zugang zum Unternehmen wird den Konsumenten leicht gemacht.

Die Qualität der Unternehmensreaktion auf Verbraucheranfragen wird vom Unternehmenstester mit gut bewertet.

AN Arbeitnehmerinteressen

Die Arbeitnehmerinteressen werden im Unternehmen weitgehend berücksichtigt. Insbesondere die familienfreundlichen Maßnahmen und die Ausgestaltung von Teilzeitarbeit können sich sehen lassen. Weniger überzeugen konnte hingegen der Umfang der Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen für die Mitarbeiter.

In Teilen der Belegschaft haben 1996 Umstrukturierungen innerhalb des Konzerns einigen Unmut ausgelöst: Procter & Gamble hat im Rahmen der seit einigen Jahren eingeleiteten Neuordnung der europäischen Standorte weitere Kapazitäten aus Deutschland abgezogen. So wurde unter scharfem Protest der Beschäftigten die Ellen-Betrix Produktion nach England und Irland verlagert, ca. 500 Mitarbeiter des Werkes Dreieich verloren ihre Arbeitsplätze. Ferner wurde ein Teil der Waschmittelproduktion des Unternehmens nach Belgien verlagert. Im Gegenzug wurde das Werk Mainz zum europäischen Zentrum für Zahnpflege ausgebaut.

imug Unternehmenstest

FF Frauenförderung

Frauenförderung ist durchaus kein unbekanntes Terrain für Procter & Gamble: Bereits 1991 wurde eine Betriebsvereinbarung zum Thema "Familie und Beruf" abgeschlossen. Vermisst wird jedoch eine gezielte Personalentwicklungsplanung für Frauen und auch die vorliegenden Daten zum Frauenanteil in der Erstausbildung oder an Führungskräften signalisieren die Notwendigkeit weiterer Anstrengungen.

BI Behinderteninteressen

Die Beschäftigungsquote für Behinderte beträgt nur 2,5 Prozent. Neben der Existenz einer Schwerbehindertenvertretung wurde die Vergabe von Aufträgen an Behindertenwerkstätten positiv bewertet, wenn auch vom Unternehmen keine Angaben über deren Höhe gemacht werden konnten.

UE Umweltengagement

National wie international wird in vielen Bereichen bei Procter & Gamble Umweltschutz auf hohem Niveau betrieben. Ein funktionierendes Umweltmanagement sorgt dafür, daß weiterhin Möglichkeiten zur Reduktion der Umweltbelastungen beispielsweise in der Produktion, bei den Verpackungen oder im Abfallbereich ausgeschöpft werden. Negativ auf die Bilanz wirken sich die transportbedingten Umweltbelastungen aus, auch warten weitere Maßnahmen zur Minderung der Umweltbelastungen im Bereich der Mitarbeiter-Mobilität auf ihre Entdeckung.

Auch andere Forschungsinstitute haben einen guten Eindruck vom Umweltengagement des Unternehmens: Procter & Gamble hat 1996 in einer Untersuchung der Ökoperformance der weltweit 50 größten Chemieunternehmen durch das Hamburger Umweltinstitut einen sehr guten vierten Platz belegt.

A Anderes

Angaben zur Höhe der Aufwendungen für gemeinnützige Zwecke werden von Procter & Gamble nicht veröffentlicht.

Das Unternehmen hat Maßnahmen zur Integration seiner ausländischen Arbeitnehmer unternommen.

Procter & Gamble führt im Ausland Tierversuche durch und wird dafür seit Jahren von amerikanischen und englischen Tierschutzverbänden kritisiert. Gleichzeitig macht Procter & Gamble auch Anstrengungen, nach Alternativen zu Tierversuchen zu forschen und unterstützt in den USA wie in Deutschland entsprechende Einrichtungen. Das Unternehmen legt Wert auf die Feststellung, in den letzten 10 Jahren die Anzahl an Versuchstieren um 90% verringert zu haben (ohne Berücksichtigung der Produktbereiche Medikamente und Lebensmittel).