

ŠTUDIJA PRIMER

Described for the project: "The Hexagonal Leader"

Ime organizacije

Pivovarna Laško Union

Spletna stran organizacije

Pivovarna Laško Union - <http://www.pivovarnalaskounion.com/#PivovarnaLasko>

Logotip organizacije



Tip organizacije

- Poslovno podjetje
 Javna uprava
 Nevladne organizacije
 Drugo (Kateri tip?)

Velikost organizacije

- Malo
 Srednje
 Veliko

Gospodarski sektor

Proizvajalec pijač

Kratek opis organizacije

Pivovarna Laško Union (PLU) je **največji proizvajalec pijač** v Sloveniji in zaposluje **več kot 600 ljudi**. Podjetje, ki je v 100-odstotni lasti nizozemske družbe Heineken, je leta 2016 nastalo z združitvijo Pivovarne Laško in Pivovarne Union in tako podedovalo skoraj 200-letno tradicijo proizvodnje piva v Sloveniji. Naj tej dediščini sodelavci v Pivovarni Laško Union gradimo še danes. Z dvema proizvodnima enotama – v Ljubljani in Laškem – PLU ostaja vodilni pivovar ter konkurenčni ponudnik jabolčnega vina in osvežilnih brezalkoholnih pijač v Sloveniji. Znotraj Skupine Heineken Slovenija zaseda strateški položaj, saj Pivovarna Laško Union predstavlja pomembno **regionalno izvozno središče**.

Opis študije primera (situacija/problem s katerim se soočajo) [max 2000 znakov]

Ker ljudje alkoholizem povezujejo s pitjem piva ali drugih alkoholnih pijač s škodljivimi posledicami zlorabe alkohola, si je podjetje postavilo pomemben izziv, to je spodbujati in zagovarjati odgovorno uživanje alkoholnih pijač in podpirati prizadevanja za zmanjšanje škodljive porabe. Pivo je naravna fermentirana pijača, ki je v zmernih količinah lahko del uravnoteženega življenjskega sloga. Kadar pa se alkohol ne uživa odgovorno, obstajajo jasna tveganja za zdravje in vedenje. Za nekatere ljudi je ob raznih priložnostih bolje, da ga sploh ne pijejo.

Posledično je bilo eno od prizadevanj Pivovarne Laško Union vseskozi sprejemati odločitve in strateške poteze za prihodnost. V skladu s tem se že od leta 2003 zavzemajo za to, da moderirajo kul in zagovarjajo odgovorno porabo. Kot del te strategije sta stebra „Spodbujanje zdravja in varnosti“ in „Ozaveščanje o odgovornem pitju“ izredno pomembna. Zato je iskanje idej, razvoj novih izdelkov in novih poslovnih pristopov za čim boljše doseganje zastavljenih ciljev zelo pomembno.

Predlagane rešite (dodane prednosti in slabosti)

Spodbujanje zdravja in varnosti v podjetju in zunaj njega je močno povezano z:

- **Vodstvo:** V vodenje verjamejo z zgledovanjem in ohranjanjem vrednot. Ena od njihovih vrednot je varnost, ki mora biti na prvem mestu. Zato podjetje postavlja kulturo varnosti na višjo raven tako v podjetju kot v slovenski družbi kot celoti. Prvi ambasadorji varnosti in odgovornega pitja so delavci pivovarne Union Laško.
- **Uspešni posamezniki:** Prvi ambasadorji varnosti in odgovornega pitja so delavci pivovarne Union Laško. Rešitev v podporo prizadevanja za zmanjšanje škodljivega uživanja alkohola je postati in ostati družbeno odgovorno podjetje. Da bi sledili načrtani strategiji in zavezanosti, se zavedajo, da uspešno podjetje sestavljajo uspešni posamezniki. Zato ponujajo ustvarjalno delovno okolje; podpirati korporacijsko kulturo spoštovanja, zaupanja, prijaznosti, strokovnosti in sodelovanja, ki vsakemu zaposlenemu omogoča, da izkoristi svoj potencial in napredek tako v osebnem razvoju kot v poslovni karieri.

Izbrane rešitve

Podjetje se je odločilo za bolj strateški pristop. Od leta 2007 je področje varnosti, zdravja in odgovornega pitja pod nadzorom vodje varnosti in zdravja pri delu s strokovno ekipo. Kolegi in zaposleni veliko govorijo o pomenu varnosti in odgovornosti. Tudi na najvišji ravni v podjetju se vsak sestanek vodstva začne najprej prav s to temo. Na ta način dokazujejo, da so podjetje, ki vidi dlje in globlje od lastnih težav in interesov, pri čemer se osredotoča na naše poslanstvo in vrednote, kar počne iskreno in dosledno. Poleg tega gre za podjetje, ki ne samo sponzorira in donira, temveč tudi izobražuje.

Da bi sledili strategiji, je podjetje moralo trgu ponuditi več inovativnih izdelkov brez alkohola. Z razvojem piv in radlerjev z zmanjšano vsebnostjo alkohola ali popolnoma brez alkohola so potrošnikom, ljubiteljem piva ponudili odgovorno izbiro - lahko uživajo v okusu piva in sedejo za volanom brez alkohola v krvi. Brezalkoholno pivo Laško Zlatorog 0,0% je bilo trgu ponujeno januarja 2020 po letu intenzivnega razvoja in pomembnih naložb v tehnologijo. V komunikaciji podjetje nenehno poudarja in ozavešča, da je Zlatorog stvar okusa in ne alkohola.

V pivovarni Laško union letno porabijo vsaj 10 odstotkov proračuna za zakup medijev za ozaveščanje o odgovornem pitju. O odgovorni izbiri poročajo blagovne znamke, kot so Heineken 0,0, Laško Zlatorog 0,0%, Union Radler 0,0% in Laško Malt 0,0%. Že pred nekaj leti je podjetje v okviru največjega poletnega festivala Pivo in cvetje aktivno sodelovalo tudi pri aktiviranju in komunikaciji tako imenovane zveze odgovornih pitnikov, ki jo je podpisalo več partnerskih organizacij z istim poslanstvom odgovornega pitja alkohola na športnih in glasbenih prireditvah, v vožnji itd. Še več, širijo število organizacij, ki se zavežejo, da bi močno podprle vse odgovorne dejavnosti pitja alkohola, ki obstajajo ali se bodo še naprej razvijale.

Utemeljitev sprejete odločitve

V podjetju trdno verjamejo, da se lahko vsak posameznik vedno izboljša. Posledično izboljšave močno vplivajo na celoten razvoj celotne organizacijske kulture. Zato trdno verjamejo, da se je pred odločitvijo najbolje vprašati, kaj bi lahko storili, da bi se izboljšali. To velja tudi za te prakse, ki vse močno vplivajo na razvoj organizacijske kulture.

Kar zadeva dosežke na ravni skupnosti, družbe, obstajajo jasni trendi, da so ljudje bolj odgovorni, bolj se zavedajo posledic prekomernega pitja in naraščajočega povpraševanja po pivu in radlerjih brez ali z nižjo vsebnostjo alkohola. To še posebej velja med mladimi. Ko so se v podjetju spraševali o načinih za izboljšave, so trdno prepričani, da so njihova prizadevanja pomembno prispevala tudi k boljši prihodnosti.

Rešitev implementirana v praksi

Področja, ki jih zajema šest stebrov njihove trajnostne strategije, so:

- odgovorno pitje, zdravje in varnost,
- zaščita vodnih virov,
- trajnostna oskrba,
- zmanjšanje emisij CO2 in
- sodelovanje s skupnostjo.

So pivovarna s skoraj dvestoletno tradicijo in vedo, da so lahko uspešni le, če so uspešne tudi skupnosti in

okolje okoli njih. So organizacija z dolgoročno naravnostjo in razmišljajo tudi o prihodnjih generacijah. Zato pri delu upoštevajo tako socialne kot okoljske in gospodarske vidike.

Pridobljeno znanje

Vse prejete nagrade, kot je priznanje Zlata praksa, so za podjetje potrditev in dodatna motivacija, kar pomeni, da so na pravi poti in širše prepoznane kot vzor za odgovorno in trajnostno naravnano podjetje.

Po njihovem mnenju je pomembno, da podjetje, preden sprejme kakršno koli končno odločitev, postavi preprosto vprašanje: ali je odgovorno, ali je trajnostno?

Izvedeli so, da mora podjetje nenehno spremljati uspešnost in učinkovitost dejavnosti, pridobivati podatke iz obstoječe baze in ugotovitev kot podjetje ter kot posamezniki, hkrati pa jih prilagajati realnim razmeram na trgu. Poslovno okolje je izjemno dinamično in ves čas zahteva prilagodljivost in gibčnost. Vseživljenjsko učenje in trajnostno upravljanje procesov je nekaj, brez česar si ne predstavljajo uspešne prihodnosti.

Povezava s šestimi veščinami, opisanimi v projektu

Miselnost in vrednote

Podjetje vidi dlje in globlje od lastnih problemov in interesov, pri čemer se osredotoča na svoje poslanstvo in vrednote, ki jih uresničujejo v svoji organizacijski kulturi. Poleg donacij in sponzorstva tudi izobražujejo, svoje vrednote delijo širši javnosti, zlasti mlajšim potrošnikom.

Kot znana pivovarna s skoraj dvestoletno tradicijo vedo, da so lahko uspešni le, če so uspešne tudi skupnosti in okolje okoli njih. So organizacija z dolgoročno naravnostjo in razmišljajo tudi o prihodnjih generacijah. To se odraža v njihovem trženju, predvsem pa v njihovih vrednotah in miselnosti, ki to podpirajo.