

1. Daten zum Unternehmen

Firmenname:	IDA Foundation (International Dispensary Association Foundation)
Branche:	Non-Profit-Unternehmen im Bereich medizinische Versorgung
Kerngeschäft:	IDA bietet für Entwicklungs- und Schwellenländer günstige medizinische Qualitätsprodukte an
Ort/Land:	Amsterdam, Niederlande
Gründungsjahr:	1972
Anzahl von Filialen und angeschlossenen Betrieben(2004):	6; De Meern (NL), Maarsen (NL), India, China, Nairobi, Kenya
Webseite (sofern vorhanden):	www.idafoundation.org
Anzahl der Beschäftigten (2004):	Vollzeit: 90, Teilzeit: 20, Frauen: 45, Männer: 65
Jahresumsatz 2004 (€):	60.000.000

2. Verantwortliche Geschäftspraktiken – Kernpunkte

Thematische Einordnung(en) der CSR-Praktiken:	<input type="checkbox"/> Unternehmensethik <input type="checkbox"/> Arbeitsplatz <input type="checkbox"/> Umwelt <input checked="" type="checkbox"/> Markt <input type="checkbox"/> Gemeinwesen
CSR -Themen:	<input checked="" type="checkbox"/> Qualitätskontrolle von Produktion und Transport entlang der gesamten Wertschöpfungskette <input checked="" type="checkbox"/> Fairer Handel (Grünes Label) <input checked="" type="checkbox"/> Unterstützung der medizinischen Versorgung im globalen Kontext
Gründe für die verantwortlichen Geschäftspraktiken:	<ul style="list-style-type: none"> Essentielle medizinische Versorgung zum günstigsten Preis für unterentwickelte Regionen anzubieten
Einige Beispiele identifizierter CSR-Initiativen:	<ul style="list-style-type: none"> Um die medizinische Versorgung in unterentwickelten Regionen an die ständig veränderten Rahmenbedingungen der Märkte von IDA anzupassen, hat das Unternehmen mehrere Niederlassungen direkt vor Ort in verschiedenen Entwicklungsregionen gegründet (siehe oben)
Sind die CSR-Praktiken in eine breiter angelegte Geschäftsstrategie integriert? Ja?/Nein? Wie?	<p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> MitarbeiterInnen in Entwicklungsregionen werden vor Ort zu ExpertInnen für medizinische Versorgung ausgebildet In Entwicklungsländern wird bewusst auf die Zusammenarbeit mit nationalen Unternehmen und Produzenten gesetzt, um die Wirtschaftsentwicklung mit unterstützen zu können
Nutzen für das Unternehmen:	<ul style="list-style-type: none"> Sehr hohes Ansehen – positives Feedback von Kunden und wachsende Zahl an Kunden und Partnern International positive Wahrnehmung des Unternehmens
Stakeholder/Anspruchsgruppen, die von den CSR-Praktiken profitieren:	<ul style="list-style-type: none"> Patienten in Entwicklungsregionen und Schwellenländern Lokale Experten im Bereich medizinische Versorgung Lokale Initiativen und Wirtschaftsentwicklung in Entwicklungsländern
Gesellschaftlicher Nutzen:	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung und Ausbildung in medizinischer Versorgung Medizinische Versorgung zum günstigsten Kostenaufwand Stimulierung der regionalen Wirtschaft in Entwicklungsländern
Wem gegenüber und wie das Unternehmen seine Aktivitäten kommuniziert hat:	<ul style="list-style-type: none"> WHO (World Health Organisation) Niederländische, internationale und regionale Regierungen Anbieter medizinischer Versorgung
Auszeichnungen / Zertifizierungen:	<ul style="list-style-type: none"> ISO 9001: 2000 GMP zertifiziert ("Good Manufacturing Practice Regulations" ist ein

	anerkannter Standard der US Food and Drug Administration)
Schwierigkeiten bei der Einführung der CSR-Praktiken:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Schwierigkeiten, fairen Handel in der medizinischen Versorgung in Entwicklungsregionen durchzusetzen liegen hauptsächlich darin, geeignete und vertrauenswürdige Geschäftspartner zu finden
Weitere Informationsquellen:	-

3. Verantwortliche Geschäftspraktiken – Beschreibung

Die Corporate Social Responsibility von IDA zeigt sich in drei Kernbereichen:

1. Faire Produktion und fairer Handel
2. Qualitätskontrolle entlang der gesamten Wertschöpfungskette
3. Unterstützung lokaler ExpertInnen, Initiativen und Unternehmen in Entwicklungsregionen im Bereich der medizinischen Versorgung

Als Erfolgsfaktoren sind ausschlaggebend:

1. Permanente interne und externe Qualitätskontrolle
2. Qualitätsprodukte in Verbindung mit niedrigsten Anschaffungskosten für die Endverbraucher
3. Entwicklung und Aufrechterhaltung guter Geschäftsbeziehungen in den Absatzgebieten vor Ort

Permanente interne und externe Qualitätskontrolle

IDA überprüft die gesamte Wertschöpfungskette im Prozess der medizinischen Versorgung bis hin zur sachgerechten Konsumtion durch die EndabnehmerInnen.

Um die Übereinstimmung mit den Qualitätsmerkmalen von IDA sicherzustellen, werden Kooperationspartner sehr sorgfältig ausgewählt und regelmäßig entsprechend den Richtlinien der Weltgesundheitsorganisation WHO sowie der GMP inspiziert.

Qualitätsprodukte in Verbindung mit niedrigsten Anschaffungskosten für die Endverbraucher

Essentielle medizinische Versorgung muss in einem funktionierenden Gesundheitssystem zu jeder Zeit und in ausreichenden Mengen zur Verfügung stehen. Neben der Notwendigkeit geeigneter und angepasster Informationssysteme zum Gebrauch der medizinischen Versorgung ist der Preis ausschlaggebend, zu dem sich eine Gesellschaft und deren Individuen diese Grundversorgung leisten können.

Entwicklung und Aufrechterhaltung guter Geschäftsbeziehungen in den Absatzgebieten vor Ort

Seit den vergangenen 30 Jahren ist es die Mission von IDA, den Zugang zu medizinischer Versorgung in Entwicklungsregionen und Schwellenländern zu ermöglichen. Gerade im medizinischen Bereich sind die Entwicklungen in dieser Zeit derart rasch, dass ununterbrochene Weiterbildung über Produkte und deren Einsatz seitens IDA erforderlich ist.

Eine der Erfolgsfaktoren in der Geschäftsstrategie des Unternehmens ist der Transfer pharmazeutischer Managementfähigkeiten direkt vor Ort zu den Initiativen im Gesundheitswesen von Entwicklungsländern.

Kunden von IDA sind unter anderem Behörden für medizinische Versorgung, Gesundheitsministerien, Krankenhäuser und internationale Hilfsorganisationen sowie regionale Unternehmen, die die Qualitätsstandards von IDA einhalten.

Die IDA Foundation basiert seit ihrer Gründung auf einem wesentlichen Feld der CSR – dem Gemeinwesen. Ausgehend von der erwähnten Mission, medizinische Versorgung in Entwicklungsländern zu ermöglichen, entwickelt sich das Unternehmen auch auf weiteren Feldern der CSR-Strategie.

4. Verwendung in Trainingssituationen

A) Zusatzinformationen für die Verwendung dieses Fallbeispiels in Trainingssituationen (Inhaltliche Zuordnung zu den einzelnen Trainingsmodulen)

NOTIZ: Innerhalb der Fallbeispiele dieses Projekts nimmt IDA eine Ausnahmestellung ein, da es sich nicht um ein klassisches kleines oder mittleres Unternehmen handelt, sondern im rechtlichen Sinn um eine Stiftung. Dieser Fall wird aufgrund der Besonderheit in den Niederlanden behandelt, wo eine Vielzahl von Stiftungen nach privatwirtschaftlichen Mustern geführt werden, jedoch nicht-gewinnorientiert tätig sind.

Beschreibung einer Stiftung

Obwohl die IDA Foundation im rechtlichen Sinn als Stiftung organisiert ist, sind ihre Ziele und Arbeitsweisen rundum mit einem regulären kleinen oder mittelständischen Unternehmen vergleichbar. Den einzigen Unterschied stellt die Tatsache dar, dass der finanzielle Gewinn des Geschäftsbetriebs nicht an Anteilseigner ausgeschüttet wird, sondern den bestehenden oder neuen Initiativen der Organisation zugute kommen muss.

Die IDA Foundation ist ein typisches Beispiel für den dritten Sektor in den Niederlanden. In anderen europäischen Ländern könnte ihr Status als „soziales Unternehmen“ betrachtet werden.

In den Niederlanden existieren mehrere tausend solcher Stiftungen die auch dieselben rechtlichen Pflichten wie KMUs besitzen, im Bereich des Steuerwesens, der Gesetze etc.

Geschäftstätigkeit in Entwicklungsregionen und Schwellenländern

Geschäfte in Entwicklungsländern sind zumeist nicht einfach und oft mit erheblichen Risiken belastet. In diesem Fallbeispiel kam der Entwicklung von IDA ihr nicht-gewinnorientierter Geschäftsansatz zugute. Ein weiterer Erfolgsfaktor liegt in der Bezahlung der Leistungen von IDA hauptsächlich durch internationale Hilfsorganisationen.

Die Profite der IDA Foundation werden für die industrielle und wirtschaftliche Entwicklung in den Ländern verwendet, in denen die Stiftung vor Ort tätig ist. Das ermöglicht diesen Regionen, ihre Eigenständigkeit und wirtschaftliche Unabhängigkeit zu stärken.

Allerdings können auch reguläre kleine und mittlere Unternehmen in Entwicklungsregionen Geschäftstätigkeiten nachgehen. In diesem Projekt werden im Fallbeispiel Nr. 8 die Firma Natura Pura behandelt, die auf der Produktion in einem Entwicklungsland basiert sowie im Fallbeispiel Nr. 1 das Unternehmen Van Dorp Intallaties, das eine Unternehmensstiftung in Uganda gegründet hat.

Gründung von Stiftungen und sozialen Unternehmen

Vergleichbar mit einem regulären Unternehmen sollten auch einem sozialen Betrieb ein Geschäftsplan, Marktforschung und eine Unternehmensstrategie zugrunde liegen. Entsprechend der nationalen Gesetzgebung muss eine Rechtsform gefunden werden, die die Ziele des Unternehmens dauerhaft sicherstellt. Für gewöhnlich kann ein soziales Unternehmen als Stiftung nur unter bestimmten Voraussetzungen organisiert werden. In den Niederlanden gehört dazu beispielsweise ein Gremium aus mindestens drei Personen, die für das Management verantwortlich sind. Spezifische Informationen finden Sie in ihrer nationalen Gesetzgebung.

B) Pädagogische Vorschläge für die Verwendung im Training

Dieses Fallbeispiel kann in der Diskussion über „soziale Unternehmen“ verwendet werden.

Diskussionspunkte:

- Organisationen im dritten Sektor
- Qualitätskontrolle entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Fairer Handel
- Zugang zu medizinischer Versorgung in Entwicklungsregionen
- Corporate Social Opportunities / „soziale Chancen eines Unternehmens“