

# Der Nachhaltigkeits-Check

Die Sicherung des langfristigen Unternehmensbestandes  
durch Corporate Social Responsibility



EUROPÄISCHE UNION:  
Investition in Ihre Zukunft  
Europäischer Fonds für  
regionale Entwicklung



Der Senator für Umwelt,  
Bau, Verkehr und Europa



Freie  
Hansestadt  
Bremen



Universität Bremen

## **Impressum**

### **Herausgeber**

Prof. Dr. Georg Müller-Christ, Fachgebiet Nachhaltiges Management,  
Universität Bremen und RKW GmbH im Rahmen der „initiative umwelt  
unternehmen“

Eine Aktivität des Bremer Senators für Umwelt, Bau, Verkehr und  
Europa

### **Förderung**

Die Förderung erfolgt durch das Land Bremen aus dem  
Förderprogramm Angewandte Umweltforschung

### **Projektleitung**

Prof. Dr. Georg Müller-Christ, Fachgebiet Nachhaltiges Management,  
Universität Bremen

### **Projektpartner**

Martin Schulze, RKW Bremen  
Sebastian Arentz, Universität Bremen

### **Gestaltung**

Mabel Baumgarten, Universität Bremen

### **Druck**

BerlinDruck, Achim

### **Auflage**

500

### **Herausgabe**

Mai 2011



*Dr. Reinhard Loske*

## Sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem vorliegenden CSR-Check wollen die Initiatoren vor allem kleinen und mittleren Unternehmen ein praktisches Instrument zur Einführung einer Nachhaltigkeitsstrategie zur Verfügung stellen. Nachhaltigkeit in diesem Sinne ist eine Perspektive, die in einer ausgewogenen Kombination ökonomischer, ökologischer und sozialer Kriterien die Zukunft des Unternehmens sicherstellt.

Gerade in Zeiten des Klimawandels, der Verknappung von Rohstoffen, des demographischen Wandels, des veränderten Käuferverhaltens und nicht zuletzt des zunehmenden Drucks von Wettbewerbern sind die Unternehmen im Vorteil, die sich frühzeitig auf die sich ändernden Bedingungen einstellen.

Nachhaltigkeit als strategisches Managementinstrument wird mit dieser Broschüre in überschaubare und nachvollziehbare Checklisten überführt, die je nach Tiefe des betrachteten Handlungsfeldes für alle Betriebsgrößen

nutzbar und anwendbar sind. Sie ermöglichen einen guten Einstieg in das vielschichtige Thema.

Ich würde mich freuen, wenn diese Broschüre, die im Rahmen eines Pilotprojektes der „initiative umwelt unternehmen“ entstanden ist, Sie inspiriert, CSR in Ihrem Unternehmen umzusetzen. Das „Beratungsprogramm Ökologische Effizienz und verantwortliches, nachhaltiges Wirtschaften“ für KMU in Bremen und Bremerhaven unterstützt Sie bei der Umsetzung.

Mit besten Grüßen

Senator für Umwelt, Bau, Verkehr und Europa

---

## **Inhalt**

**Projektbeschreibung – 5**

**Beratung für CSR im Land Bremen – 6**

**CSR- und Nachhaltigkeitsdefinition – 8**

**Selbsteinschätzung CSR und Unternehmenserfolg – 10**

**Der CSR-Check im Überblick – 18**

**Check der sozialen Dimension – 20**

**Check der ökologischen Dimension – 36**

**Check der ökonomischen Dimension – 42**

**Aufstellen des Prioritätenplans – 58**

**Festlegen des CSR-Maßnahmenplans – 60**

**Hilfreiche Links – 62**

**Glossar – 64**

## Die Projektpartner

Backstube – Backen mit Leidenschaft GmbH  
BeN – Bremer entwicklungspolitisches Netzwerk e.V.  
BSAG Bremer Straßenbahn Aktiengesellschaft  
Contrast GmbH  
DemografieNetzwerk Nordwest e.V. (DNN e.V.)  
erecon AG  
Green Responsibility  
Klimahaus® Betriebsgesellschaft mbH  
KAEFER Isoliertechnik GmbH & Co. KG  
RKW Bremen  
roha arzneimittel GmbH  
Universität Bremen

## Projektbeschreibung

Das Land Bremen hat im Jahr 2009 beschlossen, Beratungen von kleinen und mittelständischen Unternehmen zur Verankerung, Umsetzung und Dokumentation von **Corporate Social Responsibility (CSR)** finanziell zu fördern. Neu an einem solchen Beratungsprozess ist die Tatsache, dass zu einer umfassenden CSR-Beratung eine Analyse der ökologischen, der sozialen und der ökonomischen Dimension des betrieblichen Verhaltens gehört. Sowohl Unternehmen als auch Beratungen sind jedoch eher darauf eingestellt, jede dieser Dimensionen einzeln zu behandeln.

In Zusammenarbeit mit dem Fachgebiet Nachhaltiges Management an der Universität Bremen und dem RKW Bremen wurde Ende 2010 ein Projekt gestartet, einen CSR-Beratungsprozess zu planen. Unternehmen verschiedener Branchen und Größenordnungen wie auch unterschiedliche Beratungsunternehmen trafen sich in

mehreren Workshops, um den hier vorliegenden CSR-Check mitzugestalten, ihn auszuprobieren und durch die ersten Erfahrungen weiterzuentwickeln. In diesen Workshops mit Vertreter/innen der Unternehmen, der Beratungen und der Wissenschaft herrschte stets eine konstruktive Atmosphäre, weil alle Akteure und Akteurinnen viel voneinander lernen wollten und dies auch getan haben.

Wir danken allen Beteiligten dafür, dass sie sich die Zeit genommen haben, für das Land Bremen einen neuartigen CSR-Check mitzuentwickeln, der gerne auch über die Landesgrenze hinweg positive Wirkungen entfalten darf.

Für das Projektteam  
Martin Schulze (RKW)  
Prof. Dr. Georg Müller-Christ

## **Beratung für Corporate Social Responsibility im Land Bremen**

Ökonomische Herausforderungen verlangen zunehmend die Integration ökologischer und sozialer Belange sowie die Umsetzung entsprechender Maßnahmen im Betrieb. Deshalb fördert das Land Bremen Beratungsmodule für ökonomisch-ökologisch effiziente Unternehmensführung und verantwortliches Wirtschaften, die der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens dienen. Das Land Bremen übernimmt 50 % der förderfähigen Kosten für eine CSR-Beratung (kleinere Unternehmen bis 60 %) bis zu einer Höchstsumme von 7000 Euro. Alle Anträge sind vor Projektbeginn einzureichen. Antragsbearbeitung und Beratung durch das RKW Bremen, Herrn Martin Schulze (Tel.: 0421/323464-17, E-Mail: [schulze@uu-bremen.de](mailto:schulze@uu-bremen.de))



Abbildung 1



Abbildung 2

**Zu Abbildung 1:** Verantwortliches Handeln fängt nicht erst jetzt an. Die meisten Unternehmen sind sich bewusst, dass es jenseits aller Gesetzeserfüllungen im ökologischen, ökonomischen und sozialen Bereich viele Handlungsfelder und Spielräume gibt, mehr für die Umwelt und mehr für ein humanes Arbeitsleben zu tun. Tatsächlich führt ja so gut wie jede Unternehmensentscheidung zu Auswirkungen auf die Natur und auf die Menschen im und außerhalb des Unternehmens.

Dennoch sollte der Einstieg in ein CSR-Management nicht gleich mit dem Ziel beginnen, von nun an alle Unternehmensentscheidungen auf den Prüfstand zu stellen. Die Erfahrung zeigt, dass der Weg zu einem systematischen CSR-Management über viele kleine erfolgreiche Projekte verläuft. In diesem Sinne soll das Ergebnis dieses CSR-Checks auch eine Prioritätenliste sein, mit welchen Projekten ihr Unternehmen am besten anfangen kann.

**Zu Abbildung 2:** Kann dieser CSR-Check nicht auch als erste Selbsteinschätzung ohne Beratung gemacht werden? Das geht natürlich und er hilft Ihnen hoffentlich auch, die gesamte Bandbreite eines CSR-Managements zu überschauen. In seiner Durchführung gibt es jedoch ein paar Klippen; Lotsen könnten hier helfen, diese erfolgreich zu umschiffen, um nicht gleich mit den ersten systematischen CSR-Bemühungen zu stranden.

Drei große Fragen müssen Unternehmen immer wieder beantworten:

1. Welche Felder sind für uns relevant, oder: Wo stehen wir?
2. Welche Maßnahmen sind für uns angemessen, oder: Was wollen wir tun?
3. Wie können wir glaubwürdig über CSR berichten, oder: Was haben wir verbessert?

Diese Fragen sind so unterschiedlich, dass sie nicht unbedingt durch einen Berater oder eine Beraterin alleine beantwortet werden können. Das RKW hilft Ihnen, die Berater/innen zu finden, die den Check insgesamt mit ihnen bearbeiten können; dann kann es hilfreich sein, mit spezialisierten Berater/innen zu überlegen, wie Fortschritte im Umweltschutz, Fortschritte in sozialen Belangen (z. B. Familienfreundlichkeit) oder Fortschritte in Geschäftsbeziehungen gemacht werden können. Kommunikation nach außen oder innen kann eine weitere Herausforderung sein, die von einem Lotsen begleitet werden könnte.



## CSR-Definition der EU

Die Europäische Union definiert CSR folgendermaßen:

„Soziale Verantwortung der Unternehmen (Corporate Social Responsibility – CSR) ist ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, um auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in ihre Unternehmens-tätigkeit und ihre Beziehungen zu den Stakeholdern zu integrieren.“

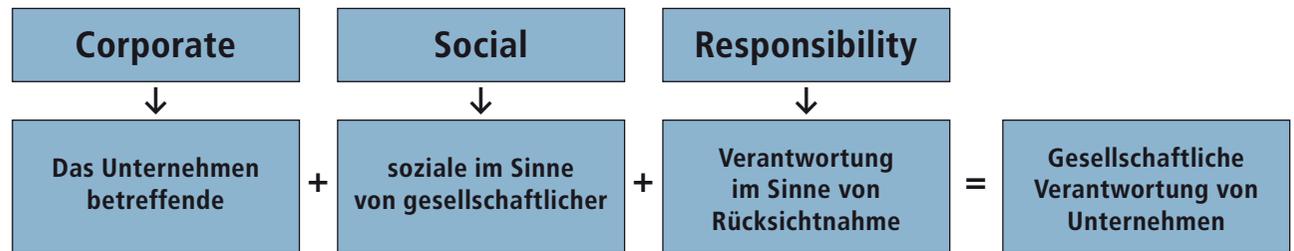
Die soziale Verantwortung von Unternehmen ist Teil der Europa 2020 Strategie für intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum.

## Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit in der Praxis: Begriffsklärung

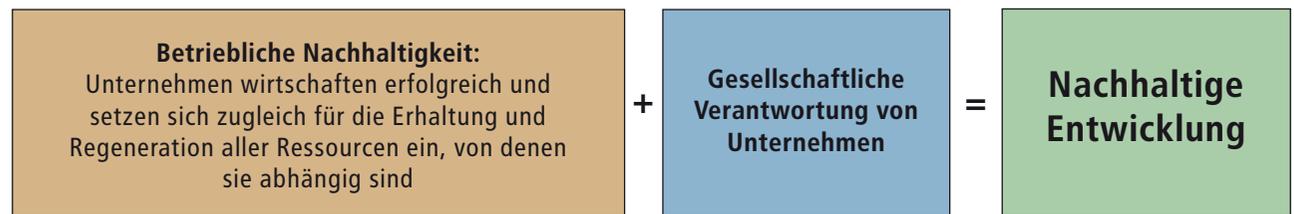
Es gibt große Begriffe, unter denen wir Menschen uns sehr verschiedene Inhalte vorstellen. Dazu gehört sicherlich auch der Begriff der Verantwortung, den wir in unserem Alltagsleben häufiger verwenden. „Unverantwortlich!“ entfährt uns leicht als Ausruf, wenn ein Mensch uns oder andere leichtfertig zu schädigen riskiert. Anders herum gewendet ist demnach verantwortliches Handeln, wenn wir die Wirkungen unseres Handelns auf andere Menschen überlegen und jeden Schaden vermeiden.

Nichts anderes ist Unternehmensverantwortung! Tagtäglich werden in Unternehmen viele Entscheidungen getroffen, die sich zuweilen negativ auf die Natur und die Menschen im und außerhalb des Unternehmens auswirken können. Die möglichen direkten Schäden auf Mensch und Natur versuchen Gesetze zu verhindern (Umwelt- und Arbeitsgesetze bspw.). Das Problem sind aber inzwischen die Schäden, die nicht direkt und vielleicht ganz woanders auftreten (Klimawandel durch CO<sub>2</sub>-Ausstoß). Deswegen wird von unternehmerischer Verantwortung immer dann gesprochen, wenn es darum geht, jenseits von Gesetzeserfüllung noch weitere Rücksicht auf Mensch und Natur zu nehmen.

Und was ist Nachhaltigkeit? Wenn wir es ganz genau nehmen, dann bedeutet Nachhaltigkeit, nicht mehr Ressourcen zu verbrauchen als nachkommen: nicht mehr Geld im Monat zu verbrauchen als verdient wird, nicht mehr Holz zu schlagen als nachwächst, nicht mehr



### Nachhaltige Entwicklung



Kräfte und Geduld der Mitarbeiter/innen zu verbrauchen als diese wiederherstellen können. Überlegen Sie, von welchen Ressourcen ihr Unternehmen abhängt – nicht nur Rohstoffe und Energien, auch soziale und finanzielle Ressourcen – und fragen Sie sich, ob diese Ihnen noch lange zur Verfügung stehen werden. Mit dieser Frage fängt nachhaltiges Denken an.

Vereinfacht ausgedrückt, entsteht eine nachhaltige Entwicklung dann, wenn alle wirtschaftenden Akteure und Akteurinnen anfangen, die Nebenwirkungen ihres Handelns in ihren Entscheidungen zu berücksichtigen und zugleich mehr Zeit, Geld und Aufmerksamkeit in die Regeneration aller materiellen und immateriellen

Ressourcen investieren, von denen wir und nachfolgende Generationen leben (werden). Wir wissen zwar nicht, welche Bedürfnisse genau nachfolgende Generationen haben werden, wir wissen aber genau, dass sie zu deren Befriedigung wie wir auch eine intakte Natur, eine intakte Wirtschaft und eine intakte Gesellschaft brauchen.

## Selbsteinschätzung: Wie sehen Sie den Zusammenhang zwischen CSR und Ihrem Unternehmenserfolg?

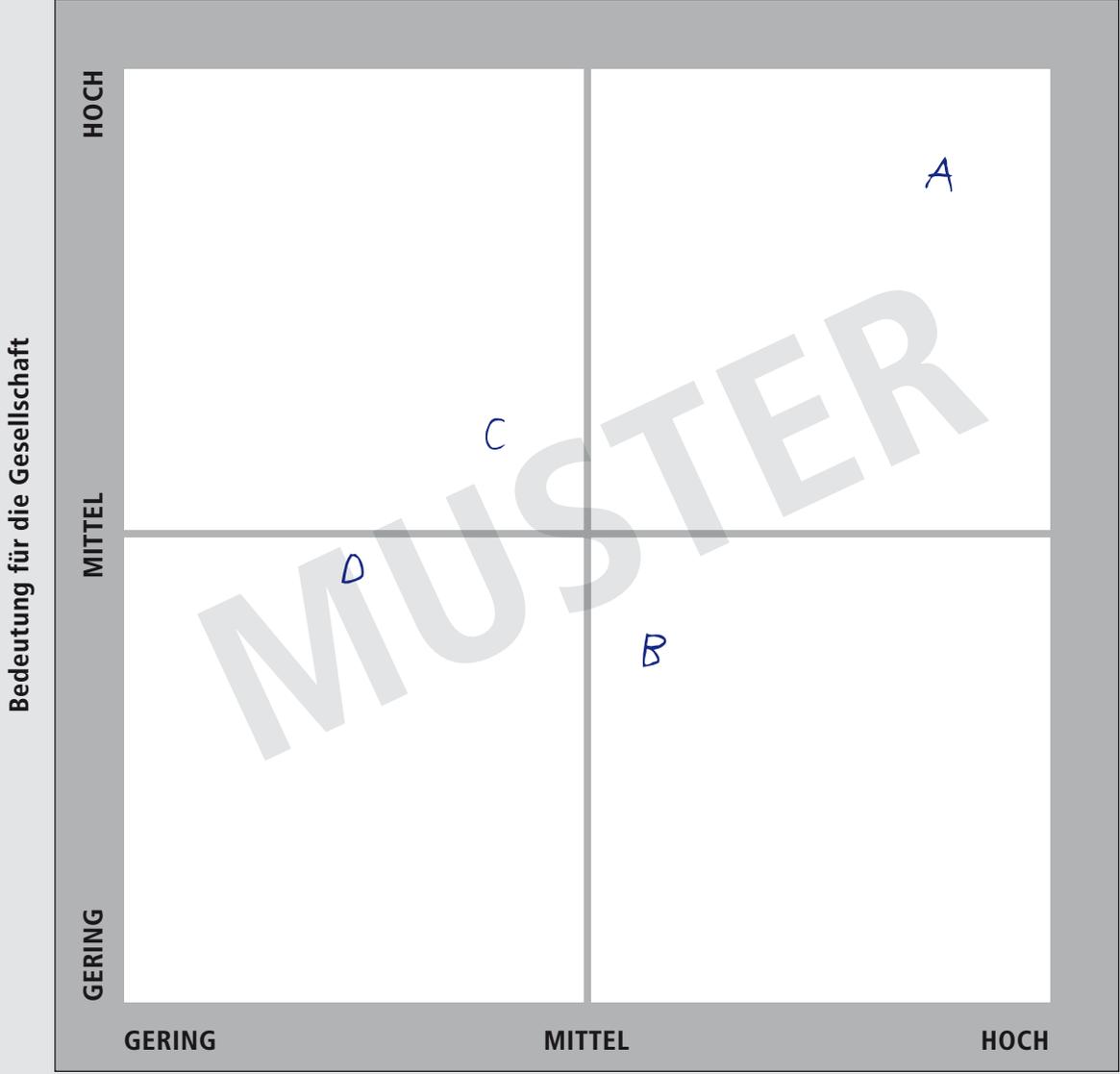
Vielleicht sind Ihnen schon viele der Themen begegnet, die heute in Wirtschaft und Politik rund um das Thema Nachhaltige Entwicklung und Corporate Social Responsibility verwendet werden? Und vielleicht haben Sie sich schon häufiger gefragt, in welchem Zusammenhang diese Themen mit Ihrem Unternehmenserfolg stehen? Wir haben auf den folgenden Seiten einige Begriffe und Themen aufgeführt, die ganz häufig rund um CSR genannt werden. Sie finden die Begriffe teilweise im Glossar erläutert.

Die Matrizen auf den nächsten Seiten geben Ihnen die Möglichkeit, ganz spontan Ihre Einschätzungen zu notieren. Positionieren Sie das Thema in der Matrix, indem Sie die zwei folgenden Fragen beantworten:

1. Was glauben Sie, wie relevant das ausgewählte Thema für die Gesellschaft ist? Ist es wichtig, dass das Problem gelöst wird, damit unsere Gesellschaft menschlich und ökologisch verträglich bleibt?
2. Wie positiv ist eine Lösung des Problems für Ihren Unternehmensbestand? Könnte Ihnen die Lösung des Problems helfen, auch morgen noch mit Ihrem Unternehmen Geld zu verdienen?

Die Einschätzung hilft Ihnen bei der nachfolgenden Bestandsaufnahme und vor allem bei der sich anschließenden Frage, welche Prioritäten Sie für Ihr Unternehmen setzen wollen. Die Themen, die Sie sowohl in ihrer gesellschaftlichen Bedeutung als auch in der Bedeutung für Ihr Unternehmen als sehr hoch eingeschätzt haben, lohnen eine nähere Betrachtung in Ihrem CSR-Maßnahmenplan. Und Themen, in denen Sie eine hohe Bedeutung für die Gesellschaft aber eine geringe Bedeutung für Ihren Unternehmenserfolg sehen, stellen eine echte Herausforderung dar! Es ist nicht leicht, hier eine angemessene Ver**ANTWORT**ung zu finden.

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR-Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein



Nutzen für den langfristigen Unternehmensbestand

## **Einschätzung der Bedeutung sozialer Themen**

In der sozialen Dimension sind die Herausforderungen angesprochen, die etwas mit dem Miteinander der Menschen in der Gesellschaft und im Unternehmen zu tun haben. Dabei sind nicht nur die eigenen Mitarbeiter/innen gemeint, sondern alle Menschen in der Nähe des Unternehmens bis hin zu den Menschen, die in der Dritten Welt Leistungen für das eigene Unternehmen produzieren.

I. Integration von Migranten

II. Körperliche und geistige Gesundheit

III. Work-Life-Balance

IV. Familienfreundlichkeit

V. Aus- und Weiterbildung

VI. Anti-Diskriminierung

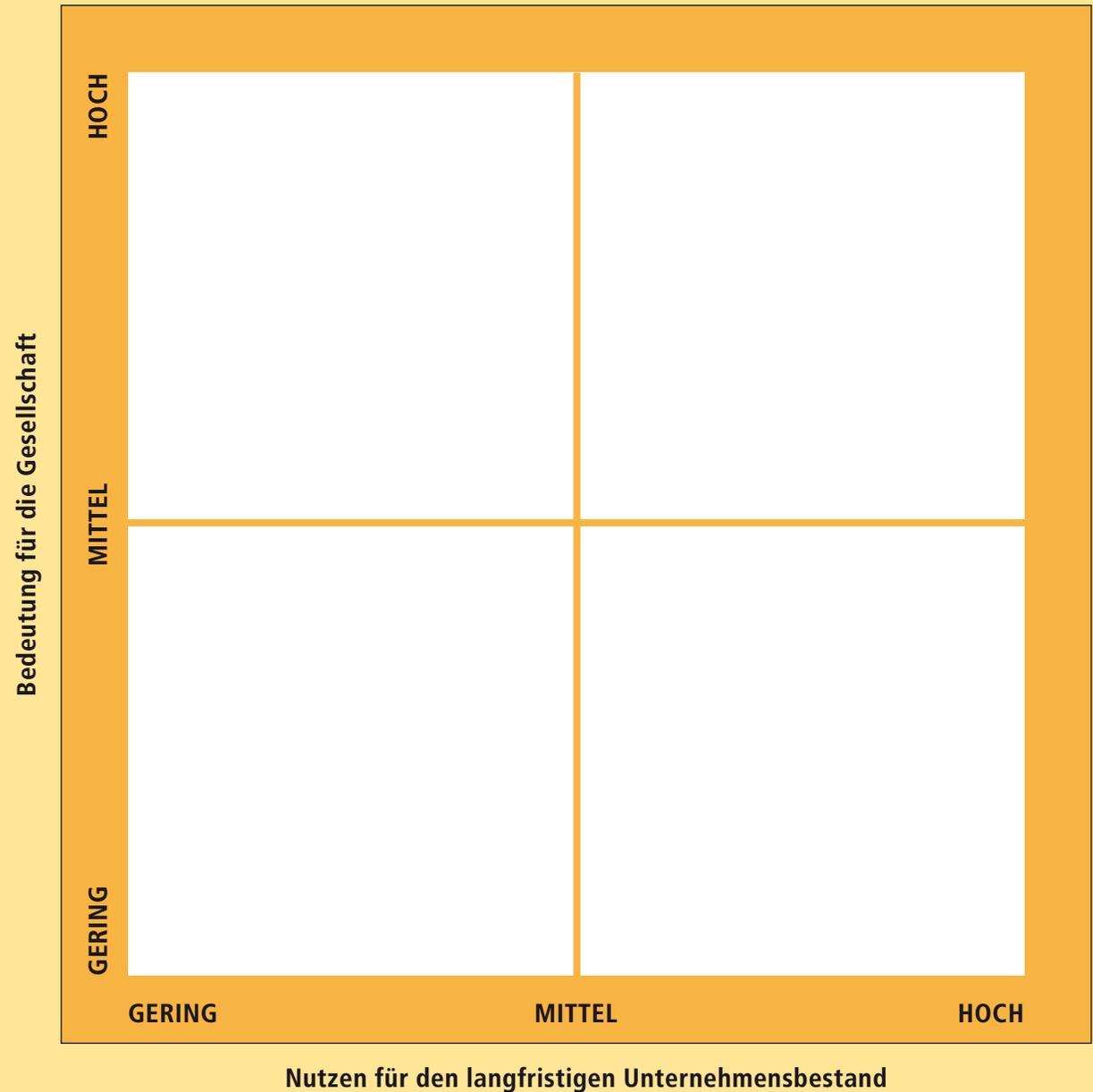
VII. Altersstruktur / Demografie

VIII. Nachbarschaft / Gemeinde

IX. Global Supply Chain

X. Sponsoring / Spenden

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR-Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein



## **Einschätzung der Bedeutung ökologischer Themen**

Die Themen des Umweltschutzes sind mittlerweile den meisten Unternehmen sehr vertraut. Erste Erfolge sind erzielt, Schwachstellen bekannt. Denken Sie an Ihr Unternehmen und die Gesellschaft in 10 Jahren. Welche ökologischen Herausforderungen haben schon heute eine Bedeutung, die nach mehr Zeit, Geld und Aufmerksamkeit für eine Lösung ruft?

1. Ressourceneffizienz

2. Ressourcennachschub

3. Energieeffizienz

4. Emissionen

5. Umweltfreundliche Materialien

6. Recycling / Kreislaufwirtschaft

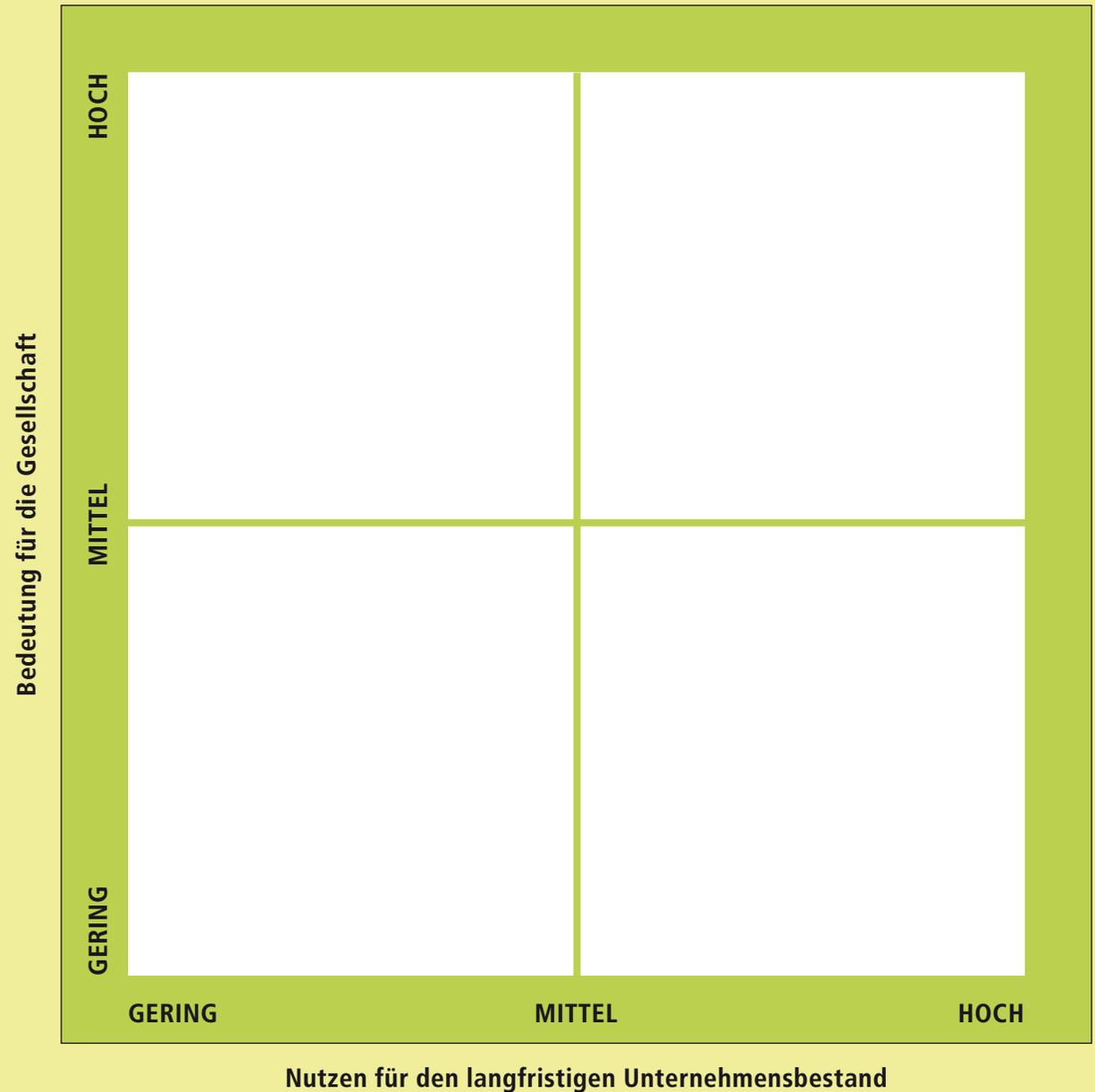
7. Umweltverträgliche Beschaffung

8. Biodiversität

9. Erneuerbare Energien

10. Umweltfreundliche Produkte

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR-Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein



## **Einschätzung der Bedeutung ökonomischer Themen**

Der Umgang mit Kunden, Wettbewerbern, dem Staat und anderen Akteuren prägt die Themen der ökonomischen Dimension. Hinter diesen Themen steht letztlich immer die Frage, wie es den Einrichtungen und Institutionen geht, von denen das Unternehmen Geld bezieht und denen, die vom Unternehmen Geld erhalten. Den langfristigen Geldfluss zu sichern ist eine große ökonomische Herausforderung.

A. Gesicherte Arbeitsplätze

B. Mindestlöhne

C. Qualitätsmanagement

D. Konsumwilligkeit und -fähigkeit

E. Zugang zu Krediten

F. Starke Wettbewerber

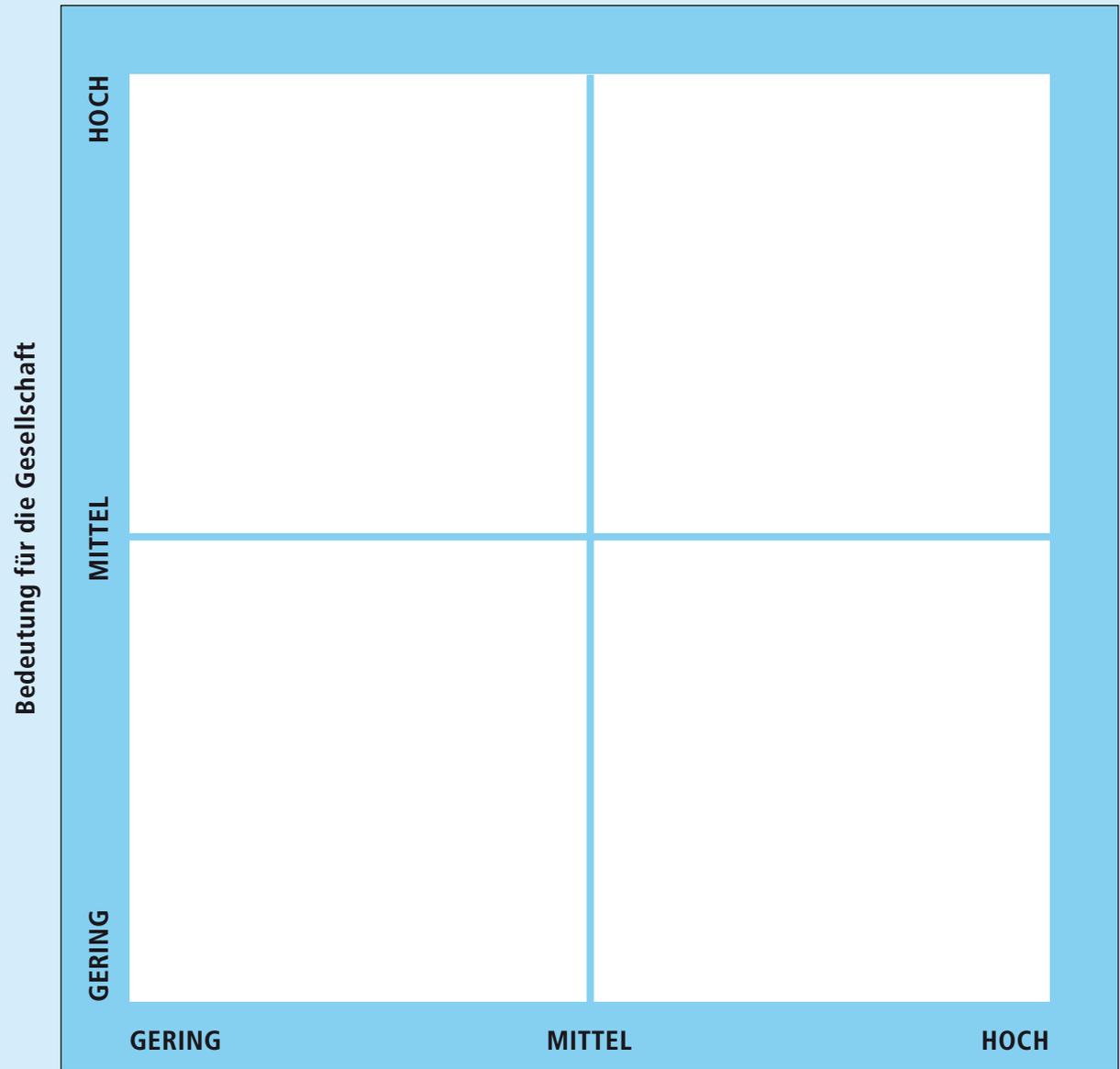
G. Überdurchschnittliche Produktqualität

H. Fairer Umgang mit Partnern

I. Anti-Korruption

J. Leistungsfähiger Staat

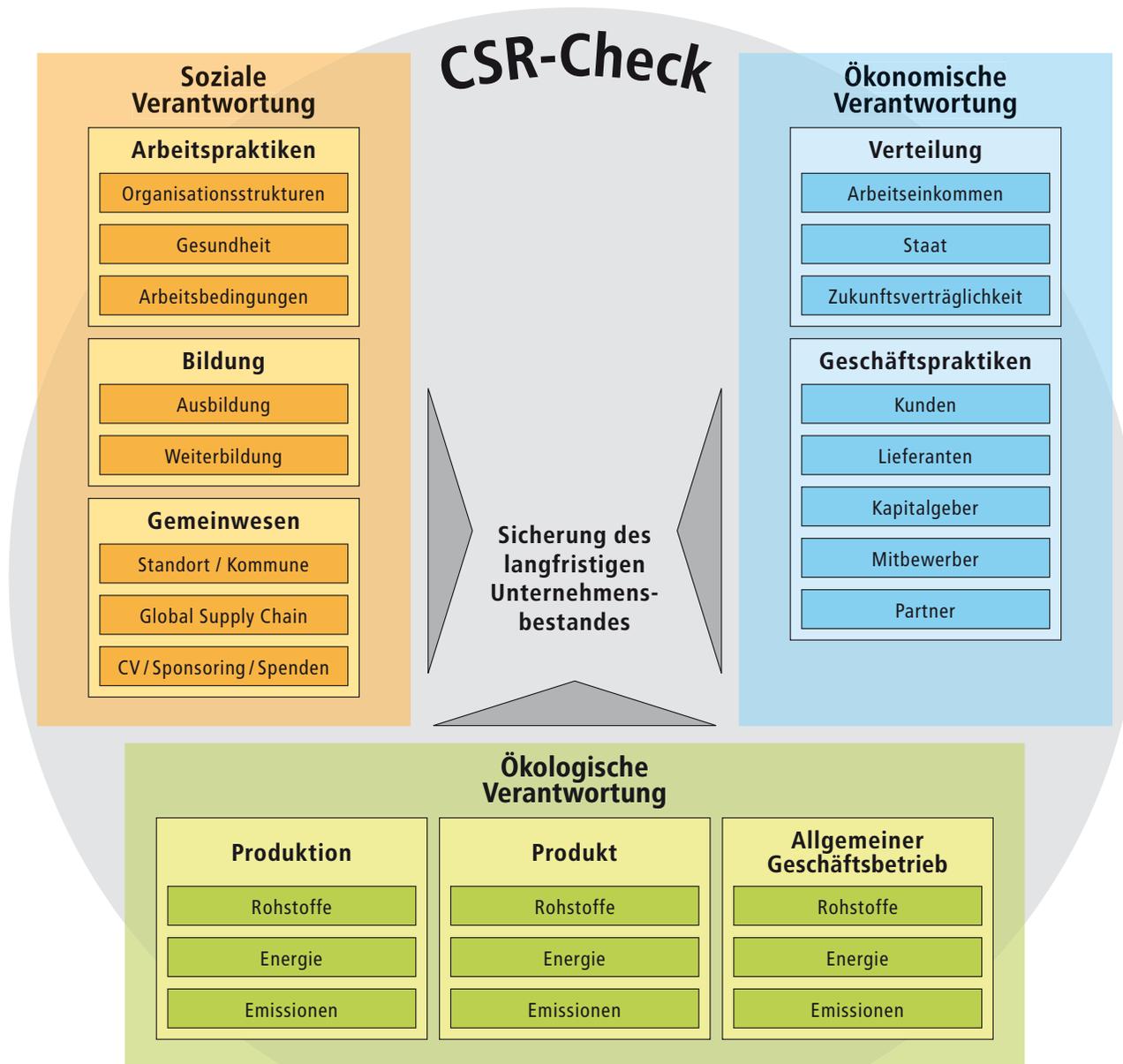
Bitte tragen Sie die Buchstaben der CSR-Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein



Nutzen für den langfristigen Unternehmensbestand

## Der CSR-Check

Die Abbildung zum CSR-Check gibt Ihnen einen schnellen Überblick, welche Handlungsbereiche und Handlungsfelder im Unternehmen relevant sind. Es herrscht überall Einigkeit darüber, dass zum Thema Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung die ökologische, die soziale und die ökonomische Dimension des Unternehmenshandelns gehören. Die Handlungsbereiche und Handlungsfelder werden dann in den vielen Leitfäden und Gestaltungsempfehlungen unterschiedlich zusammengestellt. Es geht gleichwohl immer darum systematisch aufzuzeigen, durch welche Handlungen negative Nebenwirkungen auf Menschen, auf Institutionen und auf die Natur erzeugt werden können.



## Wie wenden Sie den Check am besten an?

Die Menge der Handlungsfelder in der nebenstehenden Abbildung zeigt Ihnen, dass es sehr viele Bereiche gibt, in denen verantwortungsvolles Verhalten relevant ist. Entsprechend umfangreich ist der Check. Nehmen Sie sich mehrfach Zeit, um beispielsweise die einzelnen Dimensionen – ökologisch, ökonomisch, sozial – getrennt zu bearbeiten. Die beste Wirkung des Checks erreichen Sie, wenn Sie ...

- den Check nicht allein, sondern mit weiteren Führungskräften des Unternehmens gemeinsam machen;
- den Check gemeinsam mit den Führungskräften und einer Beraterin oder einem Berater durchführen.

Die ersten Erfahrungen zeigen, dass durch Berater/innen viele Punkte noch einmal erläutert werden können, die nicht unmittelbar eingängig sind. Die große Versuchung liegt nämlich immer darin, einzelne Bereiche vorschnell als nicht relevant für Ihr Unternehmen einzuschätzen.

Sie finden in dem Check jeweils in jeder Zeile ein neues Thema. Bearbeiten Sie dieses am besten zeilenweise. Sie werden merken, dass von links nach rechts die Aussagen immer konkreter werden, also immer vertiefere Betrachtungen angestellt werden. Manchmal wird es Ihnen reichen, wenn Sie in der Spalte „Genauer hinsehen“ eine Antwort geben, manchmal finden Sie in der Spalte „Vertiefte Betrachtung“ die richtige Aussage für Ihr Unternehmen. Die Aussagen sind immer so formuliert, dass sie eine maximal verantwortliche Handlung ausdrücken.



## Organisationsstrukturen

Die Organisationsstrukturen eines Unternehmens definieren die Rollenerwartungen an die Mitarbeiter/innen. Ein verantwortlich handelndes Unternehmen balanciert geschickt die Rücksicht auf die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter/innen mit den Notwendigkeiten effizienter Arbeitsabläufe aus. Gelebte Nachhaltigkeit und integrierte Verantwortung äußern sich auch in vorhandenen Organisationsstrukturen und Managementsystemen.

# Arbeitspraktiken · Organisationsstrukturen

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Das Unternehmen hat verlässliche Organisationsstrukturen.**

1. Veränderungen der Ablauf- und der Aufbauorganisation erfolgen im Unternehmen in einer Dynamik, die die Mitarbeiter/innen aushalten können.
2. Entscheidungen, die die Mitarbeiter/innen im Rahmen ihrer Kompetenzen treffen, werden mitgetragen.

3. Organisatorische Veränderungsprozesse werden weitgehend unter Mitwirkung der betroffenen Mitarbeiter/innen durchgeführt.
4. Entscheidungsspielräume auf allen Ebenen sind eine wichtige Prämisse für die Organisationsstruktur.
5. Den Mitarbeiter/innen ermöglichen wir alle Formen der Mitbestimmung und den Beitritt zu Interessensvertretungen.

**Die Organisationsregeln sind allen Mitarbeiter/innen bekannt.**

6. Für alle Arbeitsplätze gibt es ausreichend informative Arbeitsplatzbeschreibungen.
7. Organisationsregeln werden immer wieder angemessen kommuniziert.

8. Organisatorische Veränderungen werden in einem bewussten Akt als verbindlich erklärt.
9. Die Mitarbeiter/innen dürfen sich in schwierigen Entscheidungen nach Rücksprache für eine verantwortlichere, aber teurere Alternative entscheiden.
10. Nachhaltigkeit und CSR als Arbeitsaufgabe sind eindeutig einer Unternehmensfunktion zugeordnet.

**Über CSR-Themen wird in unserem Unternehmen ein offener Dialog geführt.**

11. CSR-Ziele und Erfolge werden regelmäßig intern kommuniziert.
12. Die CSR-Leistungen und/oder Ziele unseres Unternehmens lassen sich auf der Homepage nachlesen.

13. Personalbeurteilungen und Anreizsysteme enthalten verantwortliches und nachhaltiges Verhalten als Gestaltungsziel.
14. Nachhaltigkeit und CSR ist in Tools und Reportingsysteme übersetzt.
15. Nachhaltigkeits- und CSR-Ziele werden regelmäßig evaluiert und neu festgelegt.

### Notizen



## Gesundheit

Körperliche, geistige und seelische Gesundheit ist die Voraussetzung dafür, dass Menschen sich engagiert und kreativ in den Arbeitsprozess einbringen können. Zugleich stellt der Arbeitsprozess immer wieder auch eine gesundheitsbedrohende Belastung für die Mitarbeiter/-innen dar. Ein verantwortlich handelndes Unternehmen investiert Zeit, Geld und Aufmerksamkeit in die Gesundheitsvorsorge wie auch in die Genesung erkrankter Mitarbeiter/innen.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir bemühen uns, arbeitsbedingte Gefahren für die körperliche Gesundheit unserer Mitarbeiter/innen zu minimieren.**

1. Wir stellen allen Beschäftigten sichere Anlagen und kostenlose Schutzausrüstung zur Verfügung.
2. Alle Angestellten werden von uns sorgfältig und regelmäßig in Sicherheitsfragen unterrichtet.

3. Wir haben eine verantwortliche Stelle, die sich um die Einhaltung der Arbeitsschutzvorgaben kümmert.
4. Wir haben entsprechende Zertifikate (z. B. ISO OHSAS 18001) im Arbeitsschutz vorzuweisen.
5. Die Ausbreitungsgefahr ansteckender Krankheiten wird durch entsprechende Beurlaubung und angemessene Hygiene am Arbeitsplatz eingedämmt.

**Wir bemühen uns, arbeitsbedingte Gefahren für die psychische Gesundheit unserer Mitarbeiter/innen zu minimieren.**

6. Unsere Leistungsanforderungen berücksichtigen die individuelle und situationsspezifische Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter/innen, um Überarbeitung vorzubeugen.
7. Unsere Mitarbeiter/innen erhalten angemessen Lob und Anerkennung für ihre Leistungen; persönliche Kritik wird nicht in der Öffentlichkeit geübt.

8. Maßnahmen zur Erhaltung und Förderung psychischer Gesundheit werden im Unternehmen offen kommuniziert.
9. Unfairer Behandlung, sexueller Belästigung, Mobbing etc. wird bei uns entschlossen begegnet.
10. Wir geben chronisch oder psychisch erkrankte Mitarbeiter/innen auch bei längeren Fehlzeiten nicht auf und unterstützen sie bei ihrer Genesung.

**Wir versuchen, eine gesunde Lebensweise unserer Mitarbeiter/innen zu fördern.**

11. Wir informieren die Mitarbeiter/innen über gesundheitsfördernde Maßnahmen.
12. Wir fördern die betriebliche Gesundheitsvorsorge.

13. Wir haben eigene Beratungs- / Sportangebote.
14. Für Fitness-Angebote haben wir vergünstigte Tarife in Sportstudios ausgehandelt.
15. Die Arbeitszufriedenheit wird bei uns regelmäßig erhoben und es werden bei Bedarf Veränderungsmaßnahmen eingeleitet.

### Notizen



## Arbeitsbedingungen

Die Arbeitsbedingungen umschreiben die Situationen, in denen Mitarbeiter/innen ihre Leistungen für das Unternehmen erbringen. Ein verantwortlich handelndes Unternehmen schafft Arbeitsbedingungen, die es den Mitarbeiter/innen leichter machen, ihre vielfältigen Rollen außerhalb des Unternehmens mit der Arbeitsrolle abzustimmen und die Rücksicht auf die Unterschiedlichkeit der Menschen nehmen.

# Arbeitspraktiken · Arbeitsbedingungen

## Der Blick aufs Ganze

**Es ist uns ein Anliegen, dass unsere Mitarbeiter/innen Beruf und Familie bzw. Privatleben miteinander vereinbaren können.**

**Wir bemühen uns bei der Ausgestaltung der Arbeitsbedingungen, die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter/innen zu berücksichtigen.**

**Es ist uns wichtig, durch unser Verhalten keine Form der Diskriminierung zuzulassen.**

## Genauer hinsehen

1. Unsere Arbeitszeitmodelle berücksichtigen die privaten Bedürfnisse der Mitarbeiter/innen.
2. Unsere Personalentwicklungsmodelle berücksichtigen das Elternengagement unserer Mitarbeiter/innen.

6. Bei wichtigen Entscheidungen wird auf angemessene Mitbestimmung der Mitarbeiter/innen geachtet.
7. Von vereinbarten Arbeits-, Pausen-, Urlaubszeiten wird nur in Ausnahmen und nach Absprache mit den Betroffenen abgewichen.

11. Wir schätzen Diversität in unserer Belegschaft und treffen Personalentscheidungen frei von Vorurteilen über Rasse, Religion, Geschlecht, Alter, Behinderung etc.
12. Wir haben in unserem Unternehmen eine Beschwerdestelle für Diskriminierungsfälle eingerichtet.

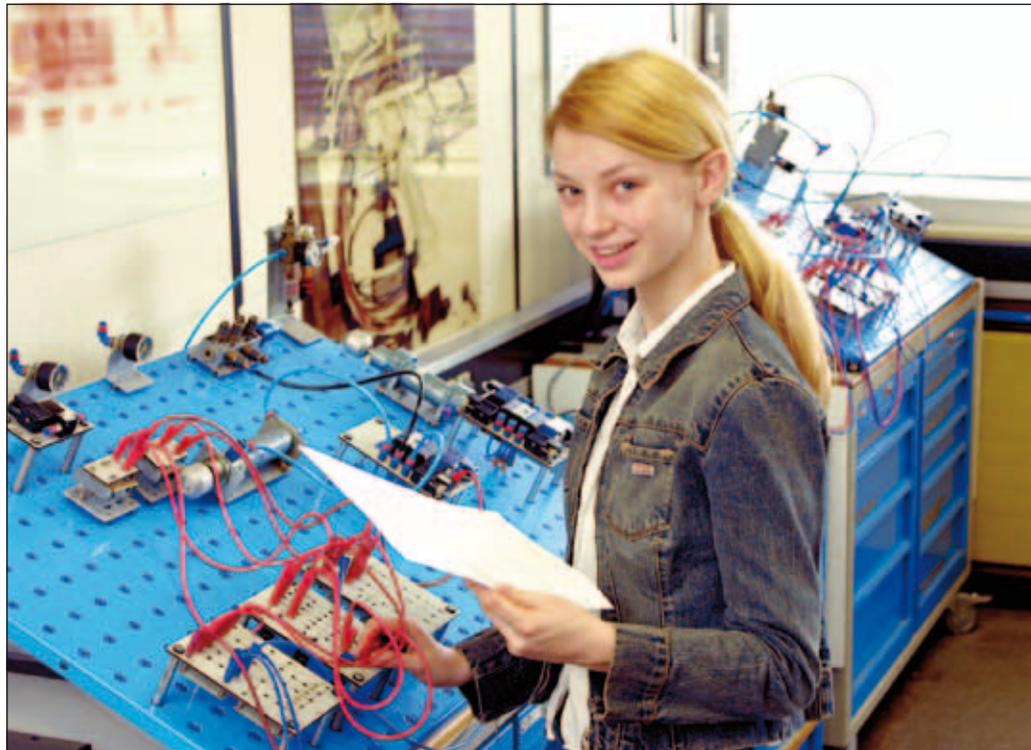
## Die vertiefte Betrachtung

3. Verschiedene Teilzeitmodelle, Gleitzeit oder Homeoffice sind fester Bestandteil unseres Stellenangebots.
4. Wir haben Programme, die unsere Mitarbeiter/innen bei der Pflege oder Betreuung von Familienangehörigen unterstützen (z. B. Kinderbetreuung, Pflege der Eltern).
5. Erfordernisse räumlicher Flexibilität werden offen kommuniziert und nicht ungeachtet der familiären Situation eingefordert.

8. Am Arbeitsplatz sorgen wir für angemessene Verpflegung, Frischluft, Ergonomie, Verkehrsanbindung, Ruhe, Raumtemperatur, Beleuchtung etc.
9. Wir achten das Bedürfnis der Selbstverwirklichung und sind bemüht, monotone Arbeitsabläufe zu vermeiden.
10. Das kreative Potential unserer Mitarbeiter/innen nutzen wir durch ein internes Vorschlagswesen.

13. Auftreten und Kommunikation unseres Unternehmens schüren keinerlei Vorurteile.
14. Wir haben Produktvarianten oder Rabattprogramme, um keine Käuferschichten zu diskriminieren (z. B. Studentenrabatte, Linkshändervarianten).
15. Unsere Gebäude sind barrierefrei gestaltet.

### Notizen



## Ausbildung

Ausbildung ist der Beitrag eines Unternehmens für einen funktionsfähigen Arbeitsmarkt. Ein verantwortlich und nachhaltig handelndes Unternehmen setzt sich aktiv dafür ein, jederzeit auf gut qualifizierte Mitarbeiter/innen mit angemessener Leistungsbereitschaft zurückgreifen zu können und investiert Zeit, Geld und Aufmerksamkeit, um auch über den eigenen Bedarf hinaus junge Menschen auszubilden.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Um in die Zukunft zu investieren, bieten wir Stellen für Auszubildende, Praktikant/innen oder Berufseinsteiger/innen an.**

1. Auszubildende, Praktikant/innen und Trainees werden bei uns angemessen entlohnt.
2. Die Vermittlung von Lehrinhalten an Auszubildende, Praktikant/innen und Trainees verfolgen wir sorgfältig.

3. Wir bieten Ausbildungsplätze, Praktikantenstellen und Trainee-stellen im angemessenen Umfang an und beachten dabei mögliche Substitutionseffekte mit Festanstellungen.
4. Wir fragen verschiedene Bildungsniveaus nach und fordern angemessene Zugangsvoraussetzungen.
5. Wir informieren Auszubildende, Praktikant/innen und Trainees wahrheitsgemäß über Übernahmeaussichten und -kriterien.

**Wir engagieren uns neben dem Staat/Land in der Weiterentwicklung des Bildungssystems, um auch morgen noch kompetenten Nachwuchs zu haben.**

6. Die Entwicklung von Lehrinhalten und Strukturen bereichern wir durch Kommunikation und Erfahrungsaustausch mit den Bildungseinrichtungen.
7. Wir unterstützen das Bildungssystem mit monetären oder anderen Mitteln.

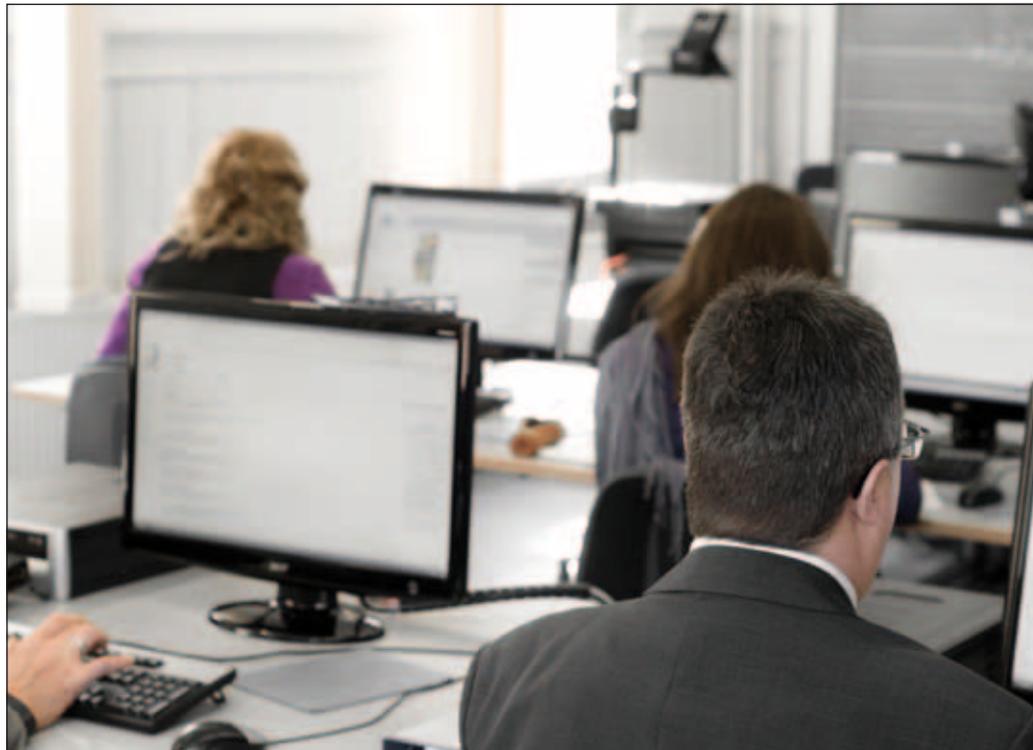
8. Wir generieren öffentlich zugängliches, fachspezifisches Wissen.
9. Wir unterhalten eigene Bildungseinrichtungen oder Projekte zur Vermittlung fachspezifischen Wissens.
10. Wir haben Mitarbeiter/innen, die regelmäßig als Dozenten im Bildungsbereich praxisnahes Wissen vermitteln.

**Wir engagieren uns in der Förderung von Schüler/innen, Berufsschüler/innen oder Studierenden, um Talente zu entwickeln und Chancengleichheit zu fördern.**

11. Wir arbeiten in Arbeitsgemeinschaften Schule – Wirtschaft aktiv mit.
12. Wir unterstützen Einrichtungen, die sich mit der frühen Förderung besonders begabter Kinder und Jugendlicher befassen.

13. Wir bieten Kindern und Jugendlichen Fördermittel, die ihnen eine Ausbildung ermöglichen.
14. Wir unterhalten eigene Projekte, die sich mit der Förderung von Talenten befassen.
15. Wir unterhalten eigene Projekte, die sich mit der Förderung benachteiligter Kinder und Jugendlicher befassen.

### Notizen



## Weiterbildung

In einer sich schnell ändernden Arbeitswelt sehen sich Mitarbeiter/innen ständig neuen Anforderungen ausgesetzt. Sie müssen Lernen und Weiterbilden als einen dauerhaften Prozess verstehen. Ein verantwortlich handelndes Unternehmen ermöglicht Mitarbeiter/innen, sich fachlich und überfachlich weiterzubilden und versteht sogar die ganze Einrichtung als eine lernende Einheit. Nur so kann das Unternehmen dauerhaft seinen gesellschaftlichen Beitrag leisten.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir unterstützen es, wenn unsere Mitarbeiter/innen sich fachlich weiterentwickeln wollen.**

1. Aufgrund regelmäßig geführter Mitarbeitergespräche kennen unsere Mitarbeiter/innen ihren Leistungsstand und ihre Entwicklungspotenziale.
2. Unsere Mitarbeiter/innen können die Möglichkeiten einer fachlichen Umschulung mit uns besprechen.

3. Wir erstellen mit unseren Mitarbeiter/innen Pläne für ihre fachlichen Entwicklungsperspektiven.
4. Wir bieten engagierten Mitarbeiter/innen auf Wunsch angemessene interne Entwicklungsprogramme und entsprechende Aufstiegsmöglichkeiten.
5. Personalentwicklung betreiben wir auch in finanziell schwierigen Zeiten.

**Überfachliche Weiterbildung wird von uns in einem angemessenen Umfang gefördert.**

6. Die zahlreichen Angebote für überfachliche Weiterbildung externer Anbieter werden bei uns beachtet.
7. Persönlichkeitsentwicklung wird bei uns als Baustein zum Erfolg betrachtet.

8. Wir laden unsere Mitarbeiter/innen regelmäßig zu überfachlichen Vorträgen, Seminaren o.ä. ein.
9. Auch Quereinsteiger haben in unserem internen und externen Recruiting gute Chancen.
10. Unsere Personalabteilung kann unsere Mitarbeiter/innen auf Wunsch darin beraten, welche alternativen Arbeitsgebiete zu ihnen passen könnten.

**Unsere Organisationsstrukturen fördern ein wechselseitiges voneinander Lernen.**

11. Der Erhalt und Ausbau der vorhandenen Wissensbasis ist bei uns ein Managementthema.
12. Das Lernen der ganzen Organisation ist bei uns ein Managementthema.

13. Wir führen Weiterbildungsveranstaltungen zum Lernverhalten von Organisationen durch.
14. Wir erarbeiten Wissensbilanzen oder ähnliche Instrumente eines systematischen Wissensmanagements.
15. Wir setzen Informationssysteme ein, um Mitarbeiter/innen intensiver miteinander zu vernetzen.

### Notizen



## Standort / Kommune

Eine hohe Standortattraktivität und gute Beziehungen zu Kommune und Nachbarschaft prägen die wirtschaftlichen Bedingungen des Gemeinwesens. Ein verantwortlich und nachhaltig handelndes Unternehmen überlegt stets die Auswirkungen seines Handelns auf seine direkte Umgebung und investiert Zeit, Geld und Aufmerksamkeit in die Pflege der lokalen Beziehungen und den Erhalt und Ausbau der Standortqualität.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Die Qualität unseres Standortes schätzen und fördern wir.**

1. Wir kennen unsere strategischen Standortfaktoren und verfolgen ihre Entwicklung.

3. Für unsere Beanspruchung öffentlicher Güter investieren wir gezielt in deren Erhalt und Ausbau.

2. Wir kooperieren mit anderen Akteuren, um die Standortqualität gezielt zu verbessern.

4. Den Ausbau weicher Standortfaktoren unterstützen wir angemessen, um z. B. Fachkräfte besser binden zu können.

5. Einen Standortwechsel erwägen wir nicht.

**Ein Austausch mit der Kommune ist uns wichtig.**

6. Wir nehmen regelmäßig an Veranstaltungen der Kommune teil.

8. Unsere Bedeutung für die Kommune nutzen wir nicht aus, um Forderungen gegen die Kommune durchzusetzen.

7. Die Interessen der Kommune werden in unseren Entscheidungen berücksichtigt.

9. Die für die Kommune wichtigen Entscheidungen unseres Unternehmens werden im Vorfeld mit der Kommune besprochen.

10. Kommunale Projekte unterstützen wir im angemessenen Umfang.

**Die Beziehung zu der Nachbarschaft (Bürger/innen) unseres Unternehmens ist gut.**

11. Kommunikationsmöglichkeiten mit unserer Nachbarschaft nehmen wir gerne wahr.

13. Beschwerden aus der Nachbarschaft werden von uns systematisch und zügig bearbeitet.

12. Betriebsbedingte Belästigungen der Nachbarschaft z. B. durch Lärm, Gerüche etc. versuchen wir so gering wie möglich zu halten.

14. Die Beziehung zur Nachbarschaft gestalten wir aktiv durch gezielte Aktionen (z. B. Tag der offenen Tür, Betriebsfeste, Informationsblätter).

15. Wir informieren unsere Nachbarschaft über unvermeidbare betriebsbedingte Belästigungen und entschädigen sie, falls angebracht, angemessen.

### Notizen



## Global Supply Chain

Wenn die Global Supply Chain bis in die Länder der Dritten Welt reicht, werden häufig Kostenvorteile in der Beschaffung mit niedrigen sozialen und ökologischen Standards in den Ländern erkaufte. Nicht immer werden in dem Niedriglohnbereich die Menschenrechte der Arbeitnehmer/innen vollständig beachtet, auch Kinderarbeit kann vorkommen. Ein verantwortlich handelndes Unternehmen verschafft sich einen Überblick über die sozialen und ökologischen Standards seiner globalen Supply Chain, zu denen es nach unseren westlichen Maßstäben mindestens gehört, dass Menschenrechte eingehalten werden und Kinderarbeit nicht vorkommt.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir bemühen uns, über die soziale Verträglichkeit unserer Supply Chain informiert zu sein.**

1. Mit unseren Partnern in der Supply Chain besprechen wir die sozialen Standards ihrer Produktion.
2. Parameter der sozialen Verträglichkeit unserer Supply Chain werden in der Entscheidungsfindung nachvollziehbar berücksichtigt.

3. Unsere Supply Chain begreifen wir als festen Gestaltungsbereich unserer sozialen Leistung.
4. Von unseren Partnern verlangen wir vertraglich die Einhaltung angemessener sozialer Standards und berücksichtigen dabei die gegebenen Möglichkeiten.
5. Wir engagieren uns für die Weiterentwicklung und Verbreitung sozialer Standards in unserer Branche.

**Wir bemühen uns, über die ökologische Verträglichkeit unserer Supply Chain informiert zu sein.**

6. Mit unseren Partnern in der Supply Chain besprechen wir die ökologischen Nebenwirkungen ihrer Produktion.
7. Parameter der ökologischen Verträglichkeit unserer Supply Chain werden in der Entscheidungsfindung nachvollziehbar berücksichtigt.

8. Unsere Supply Chain begreifen wir als festen Gestaltungsbereich unserer ökologischen Leistung.
9. Von unseren Partnern verlangen wir vertraglich die Einhaltung angemessener ökologischer Standards und berücksichtigen dabei die gegebenen Möglichkeiten.
10. Wir engagieren uns für die Weiterentwicklung und Verbreitung ökologischer Standards in unserer Branche.

**Unser Unternehmen prüft stets seine Möglichkeiten, um z. B. in Kooperation mit anderen Unternehmen die soziale und ökologische Verträglichkeit seiner Supply Chain zu verbessern.**

11. Wir beteiligen uns an Branchen- oder branchenübergreifenden Initiativen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit unserer Supply Chain.
12. Wir initiieren Branchen- oder branchenübergreifende Initiativen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit unserer Supply Chain.

13. Wir fördern Projekte zur Verbesserung der Rahmenbedingungen in Entwicklungsländern.
14. Wir nutzen unsere Kommunikationsinstrumente, um auf Missstände aufmerksam zu machen und Hilfe zu mobilisieren.
15. Über die sozialen und ökologischen Bedingungen und die Einhaltung von Standards informieren wir uns durch Besuche/Kontrollen vor Ort.

### Notizen



### **Corporate Volunteering / Sponsoring / Spenden**

Als allererstes wird unter Corporate Social Responsibility häufig der Einsatz eines Unternehmens für soziale und gemeinschaftliche Aktivitäten verstanden. Tatsächlich gibt es in diesem Bereich schon eine lange Tradition: Unternehmen geben einen Teil ihres Gewinns in Form von Spenden und Sponsoring wieder an die Gesellschaft zurück. Neuerdings gehört auch das Corporate Volunteering dazu: Unternehmen geben Arbeitskapazität für gemeinnützige Zwecke.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wenn sich unsere Mitarbeiter/innen ehrenamtlich engagieren, unterstützen wir das auch mit Einsatz von Arbeitszeit (Corporate Volunteering).**

1. Auf ehrenamtliches Engagement einzelner Mitarbeiter/innen nehmen wir auch bei der Arbeitszeitgestaltung Rücksicht.

2. Die Mitarbeiterschaft kann in der Arbeitszeit Projekte gemeinnütziger Art unterstützen.

3. Unser Unternehmen arbeitet systematisch mit gemeinnützigen Mittlerorganisationen für Corporate Volunteering zusammen.

4. Die Mitarbeiterschaft initiiert von sich aus Projekte gemeinnützigen Handelns.

5. Corporate Volunteering verstehen wir als einen Baustein unseres Corporate Citizenship-Handelns.

**Wir sponsern kulturelle/sportliche/wissenschaftliche oder soziale Aktivitäten und Einrichtungen im angemessenen Umfang.**

6. Wir sponsern auch Projekte ohne direkten Öffentlichkeitsbezug.

7. Wir sponsern vor allem Projekte mit Nachhaltigkeitsbezug, auch mit Zeit und Wissen.

8. Wir haben Leitlinien entwickelt, die unsere Sponsoringtätigkeiten an unseren Zielen ausrichten.

9. Wir bevorzugen Sponsoringprojekte, in denen unsere Mitarbeiter/innen engagiert sind.

10. Wir haben unsere Sponsoringtätigkeiten in einer Stiftung zusammengefasst.

**Unser Unternehmen spendet regelmäßig für wohltätige Zwecke, auch wenn diese nicht zwangsläufig eine Verbindung zur Unternehmenstätigkeit aufweisen.**

11. Wir bauen verlässliche Spendenbeziehungen auf.

12. An humanitären Spendenaufrufen beteiligen wir uns regelmäßig.

13. Wir haben einen systematischen Überblick über alle Spenden- und Sponsoringaktivitäten der letzten Jahre.

14. Wir berichten transparent über unsere Spenden- und Sponsoringaktivitäten.

15. Wir arbeiten zum Thema Corporate Citizenship mit Unternehmensnetzwerken zusammen.

### Notizen



## Produktion

Produktion umschreibt den Handlungsbereich der stofflichen Auswirkungen auf Mensch und Natur. Ökologisch wie ökonomisch ist es für Unternehmen klug, die Rohstoffe und Energien, von denen sie abhängig sind, in der Produktion sehr sparsam zu verwenden und eine langfristige Versorgungssicherheit anzustreben. Hierzu zählt auch der Erhalt der Ökosysteme. Schädliche Emissionen in Luft, Gewässer und Böden gilt es daher möglichst zu vermeiden.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir gestalten unsere Produktion möglichst materialeffizient, um auf steigende Rohstoffpreise vorbereitet zu sein.**

1. In unserer Produktion setzen wir, wo möglich, auf regenerative Materialien.
2. In unserer Produktion setzen wir, wo möglich, auf recycelbare Materialien.

3. Wir kennen die ökologische Bilanz all unserer Materialien bis zu ihren Quellen und berücksichtigen sie systematisch in unseren Planungs- und Entscheidungsprozessen.
4. Wir protokollieren unsere Nachfrage nach ökologisch bedenklichen Rohstoffen und setzen uns verbindliche Ziele, um diese kontinuierlich zu reduzieren.

**Wir gestalten unsere Produktion möglichst energieeffizient, um steigenden Energiekosten entgegenzuwirken und die Umwelt zu schonen.**

5. Wir investieren regelmäßig in sparsamere und sauberere Produktionstechnologien.
6. Wir fragen zunehmend erneuerbare Energien nach, um unseren Bedarf zu decken.

7. Einen sparsamen Materialgebrauch in der Produktion verstehen wir als ständige Managementaufgabe, die auch unseren ökonomischen Erfolg verbessert.
8. Wir kennen die für uns relevanten Umweltgesetze und halten sie ein.
9. Wir haben bereits ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem eingeführt.

**Wir kennen die Emissionen, die unsere Produktion verursacht und bemühen uns angemessen darum, diese zu reduzieren.**

10. Die Reduktion unserer Emissionen in Boden, Wasser und Luft verfolgen wir systematisch und verbindlich.
11. Wir sind mit unseren Lieferanten im Gespräch, um ein überbetriebliches umweltfreundliches Stoffstrommanagement zu bewirken.

12. Wir betreiben eine regelmäßige und angemessene Umweltberichterstattung.
13. Wir verfolgen ein Abfallwirtschaftskonzept, um Abfälle zu vermeiden, wiederzuverwenden oder zu recyceln.
14. Wir suchen beständig Ausgleichsmaßnahmen für unvermeidbare Emissionen.
15. Wir sind mit den Nachbarn unseres Produktionsstandortes im Gespräch und suchen gemeinsame Lösungen für den Umweltschutz.

### Notizen



## Produkt

Produkt beschreibt den Handlungsbereich der stofflichen Auswirkungen in der Produktnutzungs- und Entsorgungsphase. Diese Auswirkungen werden durch die Art der Produktgestaltung festgelegt und durch das Nutzerverhalten in ihrem Umfang bestimmt. Verantwortung gegenüber der Natur drückt sich darin aus, dass Produkte ökologisch effizient zu nutzen und zu warten sind, eine lange Haltbarkeit aufweisen und ihre Rückführung in den Stoffkreislauf oder ihre bedenkenlose Entsorgung sichergestellt ist.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Unsere Produkte sind so konzipiert, dass sie unter effizientem Rohstoffeinsatz betrieben, gewartet und entsorgt oder recycelt werden können.**

- 1. Die Materialintensität unseres Produktes wird systematisch verbessert.
- 2. Unsere Produkte weisen eine angemessen hohe Lebensdauer auf.

- 3. Bei der Produktentwicklung berücksichtigen wir den ökologischen Fußabdruck/ ökologischen Rucksack unseres Produktes.
- 4. Die Verwendung regenerativer Rohstoffe ist ein wichtiges Ziel unserer Produktentwicklung.
- 5. Wir bieten solide und effiziente Wartungs-, Reparatur-, und Upgrade-Lösungen an, um die Lebensdauer unserer Produkte zu erhöhen.

**Unsere Produkte sind so konzipiert, dass sie auch während der Produktnutzungs- und Entsorgungsphase eine gute Energiebilanz aufweisen.**

- 6. Unsere Produkte besitzen eine Energiebilanz (CO<sub>2</sub>-Werte).
- 7. Wir informieren unsere Kunden über einen ökologisch korrekten Umgang mit unseren Produkten.

- 8. Kunden können ihre Kaufentscheidung auch aufgrund von Informationen über die Energieeffizienz unserer Produkte während der Nutzungsphase treffen.
- 9. Wir informieren unsere Kunden über einen energieeffizienten Umgang mit unseren Produkten.
- 10. Wir verwenden Instrumente zur systematischen ökologischen Bewertung unserer Produkte.

**Unsere Produkte sind so konzipiert, dass Emissionen in der Nutzungs- und Entsorgungsphase so gering wie möglich ausfallen.**

- 11. Unsere internen Grenzwerte für ökologisch oder gesundheitlich bedenkliche Inhaltsstoffe unterschreiten die gesetzlichen Grenzwerte erheblich.
- 12. Neben den schädlichen Emissionen in Luft, Gewässer und Böden minimieren wir bei der Produktplanung auch ungewünschte Emissionen wie Lärm, Wärme, Vibrationen, Gerüche etc.

- 13. Recyclingfähigkeit ist ein wichtiges Ziel unserer Produktentwicklung.
- 14. Die körperliche Gesundheit der Konsument/innen oder Nutzer/innen ist über die gesetzlichen Regelungen hinaus ein wichtiges Kriterium der Produktentwicklung.
- 15. Wir informieren unsere Kunden über eine sachgerechte Entsorgung oder Möglichkeiten der Anschlussnutzung unserer Produkte.

### Notizen



## Allgemeiner Geschäftsbetrieb

Der Handlungsbereich Allgemeiner Geschäftsbetrieb umschreibt die stofflichen Auswirkungen, die außerhalb der Produktion und der Produktnutzung entstehen. Hierzu gehört das Engagement zur Reduzierung der Umweltbelastungen in der Logistik, in der Verwaltung, dem Fuhrpark, durch Flächenverbrauch und durch Mitarbeitermobilität.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Die Reduzierung des Energieverbrauchs in allen logistischen Prozessen ist bei uns ein wichtiges Entscheidungskriterium.**

1. Die Einkaufsabteilung achtet bei der Beschaffung auch auf umweltfreundlichere Transporte und Transportvermeidung.

2. Die Distributionslogistik wird nicht nur nach ökonomischen, sondern auch nach ökologischen Kriterien optimiert.

3. Unser Fuhrpark wird stets nach ökologischen Kriterien optimiert.

4. Um den Fortschritt unserer ökologisch effizienten Logistikplanung zu managen, erheben wir regelmäßig unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz.

5. Zur Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Mitarbeiter/innen-Mobilität betreiben wir ein Mobilitätsmanagement (Anfahrten, Dienstreisen).

**In unserer Verwaltung achten wir auf die Reduzierung des Strom-, Wasser- und Wärmebedarfs.**

6. Unsere Mitarbeiter werden am Arbeitsplatz zu einem ökologisch bewussten Verhalten angehalten.

7. Wir haben ein systematisches Gebäudemanagement nach ökologischen Kriterien.

8. CO<sub>2</sub>-Neutralität streben wir durch die Finanzierung von Ausgleichsmaßnahmen an.

9. Wir investieren in die Umwelt- und Nachhaltigkeitsbildung unserer Mitarbeiter/innen.

10. Die Reduzierung des Stromverbrauchs der EDV-Versorgung ist ein wichtiges ökologisches Ziel (Green IT).

**Zusätzliche Flächennutzung versuchen wir systematisch zu vermeiden.**

11. Wir suchen systematisch Möglichkeiten, Flächen zu entsiegeln.

12. Bei unserer Flächennutzung geht Verdichtung vor Neuerschließung.

13. Das Regenwasser wird für weitere Zwecke genutzt.

14. Ein ästhetisches Erscheinungsbild unserer Außenanlagen ist uns sehr wichtig.

15. Fassaden- und Dachbegrünung wird bei uns umgesetzt.

### Notizen



## Arbeitseinkommen

Das Einkommen für Mitarbeiter/innen ist Gegenstand zahlreicher Aushandlungsprozesse. Es drückt sich nicht alleine in den monatlichen Zahlungen für die geleistete Arbeit aus. Verantwortung in der Gestaltung der Arbeitseinkommen berücksichtigt umfassend die Einkommensbedürfnisse der Mitarbeiter/innen, die Lohngerechtigkeit und die Beteiligung am Erfolg des Unternehmens.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Lohngerechtigkeit ist ein wichtiges Ziel des Unternehmens.**

1. Wir stellen nicht aus finanziellen Gründen Mitarbeiter/innen nur befristet ein.
2. Gehaltsunterschiede werden nur über Arbeitsplatzbewertungen begründet. (Männer und Frauen erhalten den gleichen Lohn für gleiche Arbeit.)

3. Wir lassen nach Möglichkeit Mitarbeiter/innen aus Einkommensgründen von Teilzeit- auf Vollzeitstellen wechseln und umgekehrt.
4. Wir berücksichtigen bei der Gehaltsfestlegung auch die privaten Verhältnisse (z. B. Größe der Familie).
5. Mitarbeiter/innen können die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens günstiger erwerben.

**Unsere Mitarbeiter/innen sind am Erfolg des Unternehmens finanziell beteiligt.**

6. Wir zahlen an die Mitarbeiter/innen nicht nur in guten Zeiten außertarifliche Leistungen (Urlaubs-, Weihnachtsgeld).
7. Erfolgsbeteiligungen für Mitarbeiter/innen sind Gegenstand unserer Zielvereinbarungen.

8. Wir beteiligen die Mitarbeiter/innen am Vermögen des Unternehmens (Mitunternehmerschaft, Investivlöhne).
9. Wir zahlen eine betriebliche Altersvorsorge.
10. Wir belohnen besondere Leistungen für das Unternehmen mit Prämien oder Zulagen.

**Krisen bewältigen Mitarbeiter/innen und das Unternehmen gemeinsam.**

11. Wir setzen in finanziell angespannten Zeiten Instrumente wie Kurzarbeit ein, um die Mitarbeiter/innen zu halten.
12. Über eine finanzielle Krise informieren wir die Mitarbeiter/innen rechtzeitig und angemessen.

13. Wir geben Mitarbeiter/innen bei Bedarf Darlehen. Wir unterstützen Mitarbeiter/innen, die in finanzielle Not geraten sind.
14. Gespräche über Lohn- und Gehaltskürzungen im Krisenfall sind bei uns möglich.
15. Wir haben eigene Beratungsangebote für Mitarbeiter/innen, die in finanzielle Krisen geraten sind.

### Notizen



## Staat

Die meisten Unternehmen erwarten, dass der Staat die Bedingungen sichert, unter denen Unternehmen erfolgreich wirtschaften können. Die Infrastruktur muss modern sein, das Rechtssystem funktionieren und die Steuersysteme anreizfördernd wirken. Unternehmen gestalten durch ihr Handeln die Beziehungen zum Staat mit. Verantwortung des Unternehmens drückt sich darin aus, wie es die Wirkungen seines wirtschaftlichen Handelns auf die Funktionsfähigkeit des Staates mitdenkt.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Die vom Staat zur Verfügung gestellte Infrastruktur ist uns vollständig bekannt.**

1. Wir unterstützen durch unsere Art der Gestaltung der Beschäftigungsverhältnisse die Funktionsfähigkeit der sozialen Sicherungssysteme.
2. Bei unseren Planungen überlegen wir auch, wie wir die staatliche Infrastruktur be- und entlasten (Energieversorgung, Datenverkehr, Straßen usw.).

3. In der Behandlung unserer Mitarbeiter/innen nehmen wir Rücksicht auf die Belastung der Krankenversicherung.
4. Mittel der Arbeitslosenversicherung nutzen wir nicht leichtfertig, um ein Beschäftigungsproblem zu lösen, welches wir auch mit eigenen Mitteln lösen könnten.
5. Mittel der Rentenversicherung nutzen wir nicht leichtfertig, um ein Beschäftigungsproblem zu lösen, welches wir auch mit eigenen Mitteln lösen könnten.

**Durch unser Handeln belasten wir die Rechtssysteme nicht übermäßig.**

6. Wir versuchen unsere Vertragsbeziehungen so zu gestalten, dass Unstimmigkeiten nicht vor Gericht geregelt werden müssen.
7. Beratungs- und Mitwirkungsmöglichkeiten bei der Formulierung von Gesetzen nutzen wir gerne.

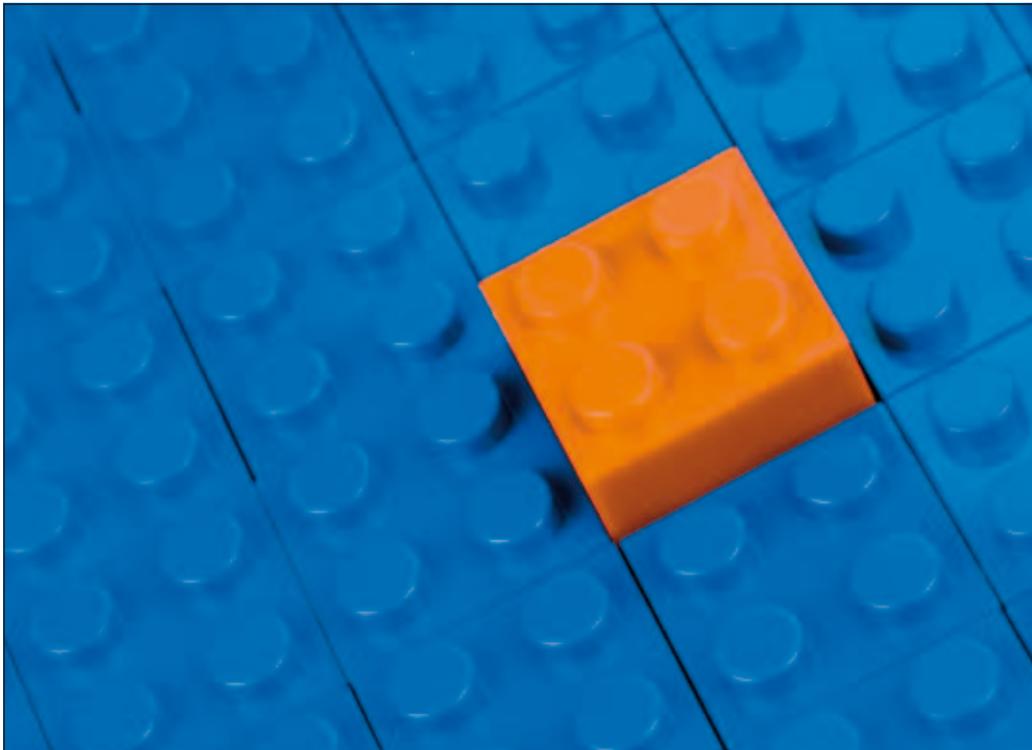
8. Wir wissen genau, welche Gesetze wir einhalten müssen und können dies jederzeit kontrollieren lassen.
9. Im Falle von gerichtlichen Klärungen arbeiten wir an einer raschen und transparenten Entscheidung mit.
10. Rechtslücken sind für uns kein zwangsläufiger Anlass, einen Vorteil für uns zu realisieren.

**Der Beitrag unserer Steuerzahlungen zur Funktionsfähigkeit des Staates ist uns bekannt.**

11. Steuererleichterungen verstehen wir als Impuls in unsere Geschäftsfähigkeit zu investieren.
12. Unsere betriebliche Steuerpolitik beachtet auch die Auswirkungen auf das Gemeinwesen.

13. Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung nutzen wir für eine transparente Ermittlung unserer Steuerzahlungen.
14. Steuerverlagerungen ins Ausland vermeiden wir konsequent.
15. Wir verbreiten in unserer täglichen Kommunikation kein negatives Bild von der Notwendigkeit, durch Steuern das Gemeinwesen mitzufinanzieren.

### Notizen



## Zukunftsverträglichkeit

Unternehmen leisten einen wichtigen Beitrag zu einer humanen Gesellschaft. Dieser Beitrag muss unter den sich schnell ändernden Bedingungen immer wieder neu auf seine Zukunftsverträglichkeit hin durchdacht werden. Kann auch in 20 Jahren mit der heutigen Management- und Wirtschaftsweise noch Geld verdient und ein Bedürfnis des Kunden befriedigt werden? Verantwortung in diesem Sinne bedeutet, die Zukunftsverträglichkeit des Unternehmens fest in den Blick zu nehmen und die Auswirkungen des heutigen Verhaltens auf die morgigen Produktionsbedingungen zu durchdenken.

# Verteilung · Zukunftsverträglichkeit

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir reflektieren immer wieder unsere Rolle in der Gesellschaft.**

1. Über die mittel- bis langfristigen Wirkungen unserer Produkte auf Mensch und Gesellschaft sind wir uns im Klaren.
2. Unsere Produkte fördern die Selbstbestimmung und Autonomie des Kunden.

3. Unsere Innovationsstrategie orientiert sich konsequent an der anhaltenden Gesellschaftsverträglichkeit unserer Produkte.
4. Unsere Innovationsstrategie orientiert sich konsequent an der anhaltenden Gesellschaftsverträglichkeit unserer Produktionsweise.
5. Unser Managementverhalten erzeugt gesellschaftliches Vertrauen in die Problemlösungsfähigkeit unseres Unternehmens.

**Eine häufige Nutzung des Produktes oder der Dienstleistung ist ohne Nebenwirkung auf die Gesundheit möglich.**

6. Unsere Produkte befriedigen auch in 20 Jahren noch ein Bedürfnis der Menschen.
7. Unsere Produkte sind in ihrer Qualität beständig weiterentwickelbar.

8. Komplexere Entscheidungen treffen zu können ist ein ausformuliertes Entwicklungsziel unseres Unternehmens.
9. Wir investieren Zeit, Geld und Aufmerksamkeit in eine zukunftsverträgliche Wirtschaftsweise.
10. Die Konsumfähigkeit und Konsumbereitschaft unserer Kunden beobachten wir systematisch.

**Unsere Produkte und Dienstleistungen können noch viele Jahre verkauft werden.**

11. In unserem Marktsegment kann auch in 20 Jahren noch Einkommen erwirtschaftet werden.
12. Unser Marktverhalten ist auch in 20 Jahren noch umsetzbar (z. B. Preis- und Distributionspolitik).

13. Unsere Innovationsfähigkeit steigern wir systematisch und konsequent.
14. Die immateriellen Ressourcen, die wir für unsere Produkte brauchen, sind noch viele Jahre ausreichend verfügbar.
15. Die materiellen Ressourcen, die wir für unsere Produkte brauchen, sind noch viele Jahre ausreichend verfügbar.

### Notizen



## Kunden

Die Kunden sind die wichtigsten Beziehungspartner des Unternehmens. Auch wenn Kundenorientierung die entscheidende Botschaft des Marketings ist, gibt es große Spielräume in der Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden umgehen. Das Unternehmen hat einen höheren Informationsstand über die Beschaffenheit, die Wirkungen und die Nebenwirkungen seiner Produkte und Dienstleistungen. Verantwortung drückt sich darin aus, wie die Macht, die in diesem Informationsvorsprung liegt, eingesetzt wird und Verträge gestaltet werden.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir informieren unsere Kunden stets vollständig und ehrlich.**

1. Wir informieren unsere Kunden unaufgefordert.
2. Wir informieren unsere Kunden verständlich.

3. Wir informieren unsere Kunden über die Beschaffenheit des Produktes oder über den Inhalt der Dienstleistung vollständig.
4. Wir gehen konstruktiv mit Beschwerden und Anregungen von Kunden um.
5. Wir sprechen Nebenwirkungen und Nachteile unseres Produktes offen an.

**Wir nutzen unsere Macht nicht zu unserem Vorteil aus.**

6. Unsere Marktmacht nutzen wir nicht aus, um überhöhte Preise durchzusetzen.
7. Kraft unserer Macht drohen wir den Kunden nicht, sie nicht mehr zu beliefern.

8. Wir drängen dem Kunden nicht Lieferbedingungen auf, die für ihn nachteilig sind.
9. Wir geben kleinen Kunden nicht das Gefühl, unwichtig für den Unternehmenserfolg zu sein.
10. Wir gehen entschieden gegen Korruption und Bestechung vor.

**Wir halten unsere Verträge mit Kunden stets ein.**

11. Wir liefern unsere Produkte und Dienstleistungen grundsätzlich pünktlich ab.
12. Wir liefern in Umfang und Beschaffenheit genau nach Vertrag.

13. Wir müssen uns in Verträgen mit Kunden nicht bis in die letzte Unsicherheit absichern.
14. Wir wälzen die Risiken unseres Geschäftes nicht einseitig auf den Kunden ab.
15. Bei Erfüllungsschwierigkeiten des Vertrages reagieren wir mit Kulanz und Großzügigkeit.

### Notizen



## Lieferanten

Heutzutage haben auch kleinere Unternehmen teilweise sehr viele Lieferantenbeziehungen. Diese Beziehungen werden geprägt durch die Abhängigkeit zwischen dem Unternehmen und seinen Lieferanten. Verantwortung drückt sich vor allem darin aus, wie mit dem Machtgefälle, den Informationsunterschieden und der Vertragserfüllung in den Lieferantenbeziehungen rücksichtsvoll umgegangen wird.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir informieren unsere Lieferanten grundsätzlich vollständig und ehrlich.**

1. Wir informieren unsere Lieferanten unaufgefordert.

2. Wir informieren unsere Lieferanten verständlich.

3. Wir informieren Lieferanten frühzeitig über gravierende Veränderungen im Unternehmen.

4. Wir gehen konstruktiv mit Beschwerden und Anregungen von Lieferanten um.

5. Über das Ende einer Lieferantenbeziehung informieren wir rechtzeitig und offen.

**Wir nutzen unsere Macht gegenüber Lieferanten nicht zu unserem Vorteil aus.**

6. Unsere Macht nutzen wir nicht aus, um unfaire Preise oder Lieferbedingungen durchzusetzen.

7. Unsere Macht nutzen wir nicht aus, um mit dem Abbruch der Lieferantenbeziehung zu drohen.

8. Wir wenden uns energisch gegen Korruption und Bestechung in unseren Lieferantenbeziehungen.

9. Wir geben kleineren Lieferanten nicht das Gefühl, beliebig austauschbar zu sein.

10. Wir wählen unsere Lieferanten auch nach ethischen und/oder umwelt- und sozialverträglichen Kriterien aus.

**Wir halten unsere Verträge mit Lieferanten grundsätzlich ein.**

11. Unseren Verbindlichkeiten gegenüber Lieferanten kommen wir grundsätzlich fristgerecht nach.

12. Unseren Verbindlichkeiten gegenüber Lieferanten kommen wir grundsätzlich in vollem Umfang nach.

13. Wir tragen gegenüber Lieferanten ein angemessenes Risiko selbst.

14. Wir streben langfristige Lieferverträge an, um die wirtschaftliche Stabilität der Lieferanten zu fördern.

15. Bei Erfüllungsschwierigkeiten des Vertrages reagieren wir mit Kulanz und Großzügigkeit.

### Notizen



## Kapitalgeber

Die meisten Unternehmen können nur mit einem sehr hohen Anteil an Fremdkapital wirtschaften. Die Beziehung zu Kapitalgebern und Gläubigern ist daher von einer besonderen Brisanz geprägt. Die Brisanz liegt in den unterschiedlichen Informationsständen und Erwartungen darüber, ob Fremdkapital ausreichend verzinst und zurückgezahlt werden kann. Verantwortung in der Beziehung zu den Kapitalgebern drückt sich darin aus, wie die Verpflichtungen und Risiken der Finanzierung rücksichtsvoll bewältigt werden.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir informieren unsere Kapitalgeber stets vollständig und ehrlich.**

1. Wir informieren unsere Kapitalgeber unaufgefordert in allen Finanzfragen.

2. Wir informieren unsere Kapitalgeber verständlich.

3. Wir informieren Kapitalgeber frühzeitig über auftauchende Risiken.

4. Wir informieren Kapitalgeber frühzeitig über gravierende Veränderungen im Unternehmen.

5. Wir gehen konstruktiv mit Beschwerden und Anregungen von Kapitalgebern um.

**Wir nutzen unsere Macht gegenüber Kapitalgebern nicht zu unserem Vorteil aus.**

6. Unsere Macht nutzen wir nicht aus, um unfaire Finanzierungsbedingungen durchzusetzen.

7. Wir nutzen unsere Gestaltungsmöglichkeiten aus, um Sozial- und Umweltaspekte bei Finanzierungen und Investitionen besonders zu berücksichtigen.

8. Wir geben kleineren Kapitalgebern nicht das Gefühl, unbedeutende Kapitalgeber zu sein.

9. Wir geben kleineren Kapitalgebern nicht das Gefühl, beliebig austauschbar zu sein.

10. Wir wählen unsere Kapitalgeber auch nach ethischen Kriterien aus.

**Wir halten unsere Verträge mit Kapitalgebern stets ein.**

11. Unseren Verbindlichkeiten gegenüber Kapitalgebern kommen wir stets fristgerecht nach.

12. Unseren Verbindlichkeiten gegenüber Kapitalgebern kommen wir stets in vollem Umfang nach.

13. Wir tragen gegenüber Kapitalgebern ein angemessenes Risiko selbst.

14. Wir streben langfristige Finanzierungsverträge an, um die wirtschaftliche Stabilität des Geldgebers zu fördern.

15. Bei Erfüllungsschwierigkeiten des Vertrages reagieren wir mit Kulanz und Großzügigkeit.

### Notizen



## Mitbewerber

Die Mitbewerber und Konkurrenten sind zusammen mit den Kunden die entscheidenden Marktpartner. In der schwierigen Welt der Absatzmärkte von heute sind Mitbewerber nicht mehr nur Konkurrenten um lebenswichtige Marktanteile; vielmehr gestalten alle Unternehmen einer Branche durch ihr einzelnes Wirken die Geschäftsbedingungen einer Branche mit. Verantwortung drückt sich darin aus, wie die Konkurrenz und Kooperation mit Mitbewerbern gleichzeitig gelebt wird. Viele Unternehmen stehen sogar schon in vertraglichen Beziehungen zu ihren Mitbewerbern.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir informieren unsere Mitbewerber stets angemessen und ehrlich.**

1. Wir wissen, dass wir bestimmte Herausforderungen nur mit allen Mitbewerbern zusammen lösen können.

2. Um Brancheninteressen verfolgen zu können, können wir unsere Unternehmensinteressen zurückstellen.

3. Wir reden über Mitbewerber respektvoll und fair.

4. Wir engagieren uns aktiv in Branchenvertretungen, um ökologische und soziale Innovationen der Branche zu fördern.

5. Wir gehen konstruktiv mit Beschwerden und Anregungen von Mitbewerbern um.

**Wir nutzen unsere Marktmacht gegenüber Mitbewerbern nicht aus, um diese zu schädigen.**

6. Wir verstehen Mitbewerber als wichtige Treiber für Marktinnovationen.

7. Wir kooperieren mit Mitbewerbern, um hohe ökologische und soziale Standards unseres Wirtschaftshandelns zu bewirken.

8. Wir geben kleineren Mitbewerbern nicht das Gefühl, unbedeutende Marktpartner zu sein.

9. Wir schützen und respektieren geistiges Eigentum und lehnen Werksspionage kategorisch ab.

10. Wir schützen unsere Mitbewerber auch vor ungerechtfertigten Angriffen von außen.

**Wir halten unsere Verträge mit Mitbewerbern stets ein.**

11. Wir liefern unsere vertraglichen Leistungen grundsätzlich pünktlich ab.

12. Wir liefern unsere vertraglichen Leistungen in Umfang und Qualität genau nach Vertrag ab.

13. Wir müssen uns in Verträgen mit Mitbewerbern nicht bis in die letzte Unsicherheit absichern.

14. Wir wälzen nicht die Risiken unseres Austausches einseitig auf den Mitbewerber ab.

15. Bei Erfüllungsschwierigkeiten des Vertrages reagieren wir mit Kulanz und Großzügigkeit.

### Notizen



## Partner

Viele Unternehmen haben neben den direkten Geschäftsbeziehungen auch weitere Beziehungen zu Beratungsunternehmen, zu Hochschulen, zu Kommunen, zu Nicht-Regierungsorganisationen u.a.m. Auch in diesen Beziehungen werden Machtunterschiede wirksam, Informationen ausgetauscht und Verträge geschlossen und damit vielfältige Entscheidungen getroffen, die von mehr oder weniger Respekt gegenüber den jeweiligen Partnern getragen sind.

## Der Blick aufs Ganze

## Genauer hinsehen

## Die vertiefte Betrachtung

**Wir informieren unsere Partner stets vollständig und ehrlich.**

1. Wir informieren unsere Partner unaufgefordert.
2. Wir informieren unsere Partner verständlich.

3. Wir informieren unsere Partner über die Motive und Ziele der Zusammenarbeit offen und fair.
4. Wir gehen konstruktiv mit Beschwerden und Anregungen von Partnern um.
5. Wir sprechen Nebenwirkungen und Nachteile unserer Beziehungen offen an.

**Wir nutzen unsere Macht gegenüber Partnern nicht zu unserem Vorteil aus.**

6. Unsere Macht nutzen wir nicht aus, um unfaire Honorare oder Vertragsbedingungen durchzusetzen.
7. Kraft unserer Macht drohen wir den Partnern nicht, die Beziehungen bei Schwierigkeiten abubrechen.

8. Wir zwingen unseren Partnern nicht Bedingungen auf, die für sie nachteilig sind.
9. Wir geben kleinen Partnern nicht das Gefühl, unwichtig für den Unternehmenserfolg zu sein.
10. Wir schützen unsere Partner gegen Angriffe von außen auf unsere Beziehung.

**Wir halten unsere Verträge mit Partnern grundsätzlich ein.**

11. Wir liefern unsere vertraglichen Leistungen grundsätzlich pünktlich ab.
12. Wir liefern unsere vertraglichen Leistungen in Umfang und Qualität genau nach Vertrag ab.

13. Wir müssen uns in Verträgen mit Partnern nicht bis in die letzte Unsicherheit absichern.
14. Wir wälzen die Risiken unseres Austausches nicht einseitig auf unsere Partner ab.
15. Bei Erfüllungsschwierigkeiten des Vertrages reagieren wir mit Kulanz und Großzügigkeit.

### Notizen

## Prioritätenplan

Wenn Sie den CSR-Check durchgearbeitet haben, können Sie auf der nebenstehenden Seite die Handlungsfelder eintragen, in denen Sie den größten Handlungsbedarf für Ihr Unternehmen gesehen haben (A oder B Bewertungen). Da es keinen Sinn macht, mit zu vielen Projekten gleichzeitig zu starten, können Sie den Prioritätenplan dazu nutzen, eine Rangfolge der Projekte zu bilden. Vermutlich müssen Sie auch noch einige Informationen aus ihrem Unternehmen oder von externen Beratungen besorgen. (Das Land Bremen fördert im Übrigen genau diese Art der Beratung – siehe Seite 6/7).

Um die Prioritäten und Ziele länger im Blick zu halten, ist es durchaus sinnvoll, sich eine eigene, digitale Liste anzulegen.

# Prioritätenübersicht · A und B Bewertungen

<b>Übertragen Sie die A oder B Bewertungen des CSR-Check in diese Spalte</b> 	<b>Interner Klärungsbedarf : Müssen noch Informationen und Fakten aus dem Haus besorgt werden?</b>	<b>Externer Beratungsbedarf: Brauchen wir zur Bewertung der Priorität Beratung von außen?</b>	<b>Prioritätensetzung: • Sofort verfolgen • In den Blick nehmen • Als Thema speichern</b>	<b>Ziele</b>
Handlungsfeld 1				
Handlungsfeld 2				
Handlungsfeld 3				
Handlungsfeld 4				
Handlungsfeld 5				
Handlungsfeld 6				
Handlungsfeld 7				
Handlungsfeld 8				
Handlungsfeld 9				
Handlungsfeld 10				

## CSR-Plan

Wie viele Prioritäten können Sie in den nächsten Jahren bearbeiten? Dies ist natürlich von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich. Für alle gleich relevant ist indes die Übersetzung der Prioritäten in einen Handlungsplan. Die größte Herausforderung hierbei ist es herauszufinden, welche Ziele und welche Maßnahmen mit welchem Ressourceneinsatz für Ihr Unternehmen angemessen sind. Schauen Sie, was andere Unternehmen machen, welche „Good Practices“ diskutiert werden oder beantragen Sie eine Bezuschussung einer CSR-Beratung.

Um mit dem CSR-Plan mittelfristig systematisch zu arbeiten, ist es sinnvoll, sich eine eigene digitale Version anzulegen.

<b>Übertragen Sie die Prioritäten aus der Tabelle auf der vorigen Seite</b> 	<b>Welche Ziele sollen erreicht werden?</b>	<b>Welche Maßnahmen sollen umgesetzt werden?</b>	<b>Wer ist verantwortlich?</b>	<b>Wie viele Ressourcen können eingesetzt werden? (Zeit, Geld, Aufmerksamkeit)</b>
Priorität 1				
Priorität 2				
Priorität 3				
Priorität 4				
Priorität 5				
Priorität 6				
Priorität 7				

## **Links zum Thema Nachhaltigkeit und CSR**

Wirtschaft und Politik versuchen durch gute Beispiele Unternehmen davon zu überzeugen, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility in ihren Entscheidungen zu berücksichtigen. So sind zahlreiche Internetportale entstanden, die mit Good Practices aufzeigen wollen, dass viele Unternehmen das Thema aufgegriffen haben und zahlreiche interessante Projekte verfolgen. Die nebenstehenden Links führen Sie auf Internetseiten verschiedener Institutionen, auf denen Sie die guten Beispiele finden.

# Internetinformationen zum Thema CSR

## **Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V.**

Die beiden Spitzenorganisationen der deutschen Wirtschaft, Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), stellen der Öffentlichkeit dieses Internetportal zur Verfügung, um das umfangreiche und vielfältige Engagement der Unternehmen darzustellen, ein Netzwerk der CSR-Akteure zu schaffen und den Erfahrungsaustausch zu fördern. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen erhalten anhand praktischer Beispiele Anregungen für ihre eigenen CSR-Aktivitäten und können sich mit ihren Initiativen präsentieren sowie vertiefende Informationen erhalten. <http://www.csrgermany.de>

## **Bundesministerium für Arbeit und Soziales**

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales informiert über Grundlagen von CSR, internationale Leitsätze und Instrumente sowie über Handlungsfelder und Aktivitäten der Bundesregierung in diesem Zusammenhang. <http://www.csr-in-deutschland.de>

## **GILDE GmbH Gewerbe- und Innovationszentrum Lippe-Detmold**

Das Projekt der GILDE-Wirtschaftsförderung der Stadt Detmold unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen, indem es darüber informiert und berät wie und warum CSR sinnvoll eingesetzt und kommuniziert werden kann, wie bspw. durch kostenlose Experten-Workshops, Einzelberatungen, Best-Practice-Beispiele, Vorträge und weiteres Informationsmaterial. <http://www.csr-mittelstand.de>

## **Bertelsmann Stiftung**

Mit dem Ziel, das gesellschaftliche Engagement deutscher Unternehmen im Ausland zu fördern und die sozial und ökologisch verantwortlichen Aktivitäten deutscher Unternehmen sichtbar zu machen, ist in 2008 auf Initiative des Auswärtigen Amtes und der Bertelsmann

Stiftung das Informationsportal „CSR WeltWeit – Deutsche Unternehmen Global Engagiert“ entstanden. „CSR WeltWeit“ unterstützt mit einem umfangreichen Informationsangebot Unternehmen dabei, ihre CSR-Aktivitäten noch stärker an den gesellschaftlichen Bedürfnissen in den Zielländern auszurichten. Zusätzlich bietet es Unternehmen eine öffentlichkeitswirksame Plattform, ihre gelungenen CSR-Aktivitäten und Initiativen vorzustellen. Auf diese Weise möchte das Portal zu mehr gesellschaftlich verantwortlichem Wirtschaften motivieren.

<http://www.csr-weltweit.de>

## **econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V.**

Gemeinsam gesellschaftliche Verantwortung übernehmen – eine nachhaltige Entwicklung voranbringen: econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V. ist ein Zusammenschluss führender global agierender Unternehmen und Organisationen der deutschen Wirtschaft zu den Themen Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltige Entwicklung (Sustainability). Das Unternehmensnetzwerk – im Jahr 2000 auf Initiative des Bundesverbandes der Deutschen Industrie e. V. (BDI) gegründet – versteht sich als Think Tank und zentrale Dialogplattform. <http://www.econsense.de>

## **ALTOP Verlags- und Vertriebsgesellschaft für umweltfreundliche Produkte mbH**

Die Gesellschaft ist der Herausgeber von „forum Nachhaltig Wirtschaften“, dem reichweitenstärksten Magazin zum Thema Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) im deutschsprachigen Raum. Das Medium mit einer Auflage von 25.000 bietet Top-Entscheidern in Politik, Wirtschaft und Non-Profit-Organisationen vierteljährlich attraktive Best-Practice-Beispiele, die zum Nachahmen anregen.

Das dazugehörige Portal [www.nachhaltigwirtschaften.net](http://www.nachhaltigwirtschaften.net) informiert mit interessanten Nachrichten, aktuellen Terminen, Fachbeiträgen, Literaturempfehlungen, Surftipps etc.

<http://www.nachhaltigwirtschaften.net> / [www.forum-csr.net](http://www.forum-csr.net)

## **dokeo GmbH**

Das Deutsche CSR-Forum ist eine der größten Veranstaltungen über Corporate Social Responsibility (CSR) und nachhaltige Unternehmensführung im deutschen Sprachraum. Es dient dem Austausch über strategische und operative Vorgehensweisen auf oberer und mittlerer Führungsebene. Es bietet darüber hinaus eine Plattform, um mit Medien zu kommunizieren und mit Nichtregierungsorganisationen Kooperationen vorzubereiten. Zielsetzung ist es, das Interesse an CSR und nachhaltiger Unternehmensführung in der Wirtschaft und der gesamten Öffentlichkeit zu erhöhen. <http://www.csrforum.eu>

## **CSR NEWS GmbH**

CSR NEWS ist eine der weltweit führenden und meistbesuchten Informationsplattformen zum Thema Corporate Social Responsibility. Auf CSR NEWS finden Sie, was in Sachen „gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ getan, gedacht und geplant wird. CSR NEWS ist neutral und unabhängig. CSR NEWS bietet seinen Mitgliedern eine Plattform mit weit reichender Ausstrahlungskraft. Sie zählt mit etwa 100.000 Besuchern pro Monat zu den meistbesuchten Internetseiten zum Thema unternehmerische Verantwortung weltweit.

<http://csr-news.net>

## **Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie**

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gibt Tipps zu Corporate Citizenship und stellt eine Datenbank mit Beispielen engagierter mittelständischer Unternehmen zur Verfügung. Des Weiteren bietet das BM einen Katalog der wichtigsten Fragen und Antworten zum Thema. <http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Mittelstand/corporate-citizenship.html>

# Glossar

## **Corporate Citizenship**

Als gesellschaftliches Engagement von Unternehmen (Corporate Citizenship) werden gemeinnützige Investitionen in das Gemeinwesen bezeichnet, die ein Unternehmen freiwillig leistet. Sinnvoll ist es, wenn die in diesem Rahmen eingesetzten Tools, wie z. B. Spenden, Sponsoring oder Corporate Volunteering, in die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens eingebunden sind und einen glaubhaften Bezug zum Kerngeschäft aufweisen.

## **Corporate Volunteering**

Von Corporate Volunteering (unternehmerischer Freiwilligenarbeit) spricht man, wenn die Mitarbeiter auf Initiative eines Unternehmens, im Rahmen der Arbeitszeit, ehrenamtlichen Tätigkeiten oder Freiwilligenarbeit nachgehen. Dieses Corporate Citizenship Tool spendet nicht nur gesellschaftlichen Nutzen, sondern fördert zugleich den Zusammenhalt und die sozialen Kompetenzen der Belegschaft.

## **Diskriminierung**

Werden Individuen oder Gruppen, ohne sachliche Rechtfertigung, ungleich behandelt, so spricht man von Diskriminierung. Aus der Menschenwürde leitet sich ab, dass weder ethnische Herkunft, noch Geschlecht, Behinderung, Weltanschauung, sexuelle Orientierung, Religion, Rasse, o.Ä., zu einer ungleichen Behandlung von Individuen oder Gruppen führen darf.

## **Diversität**

Diversität / Vielfalt (engl. diversity) bezeichnet eine Unternehmenskultur, in der die individuelle Verschiedenheit der Mitarbeiter respektiert und geschätzt wird. Eine Kultur der Diversität fördert die Chancengleichheit und verbessert zugleich die Kompetenzen des Unternehmens, die Chancen der Vielfalt zu erkennen und bewusst zu nutzen.

### **Emissionen**

Als Emission wird allgemein eine Aussendung von Störfaktoren in die Umwelt bezeichnet. Häufig haben Emissionen wie z. B. Treibhausgase, Toxine oder Feinstaub, negative Auswirkungen auf Mensch und Natur. Neben festen, flüssigen oder gasförmigen Stoffen zählen auch bspw. Strahlung, Schall, Erschütterungen oder Licht zu den Emissionen, deren negative Auswirkungen auf Mensch und Natur es für ein Unternehmen zu vermeiden bzw. zu minimieren gilt.

### **Global Supply Chain**

Als Global Supply Chain (dt. globale Wertschöpfungskette) bezeichnet man den gesamten Prozess der Entstehung eines Produktes oder einer Dienstleistung. Ein verantwortungsbewusstes Unternehmen setzt sich dafür ein, dass soziale wie ökologische Standards in seiner Wertschöpfungskette von der Gewinnung der Rohstoffe bis zur Entsorgung bzw. Rückführung der Produkte eingehalten werden.

### **Kinderarbeit**

Von Kinderarbeit spricht der Gesetzgeber, wenn Arbeitnehmer vor Vollendung des 15. Lebensjahres, je nach nationalem Recht auch vor Vollendung des 14. Lebensjahres, in irgendeiner Art und Weise einer gewerblichen Tätigkeit nachgehen. Helfen Kinder hingegen in ihrer Freizeit im elterlichen Betrieb oder Haushalt liegt keine Kinderarbeit vor. Verantwortungsbewusste Unternehmen sollten sicherstellen, dass Kinderarbeit in ihrer Wertschöpfungskette nicht vorkommt.

### **Menschenrechte**

Menschenrechte sind Rechte, die alle Menschen unabhängig von ihrer Nationalität, ihrem Geschlecht, ihrem Alter, ihrer Religion oder Rasse besitzen. Seit 1948 in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen verankert, stellen die Menschenrechte heute das Fundament der Grundgesetze und Verfassungen vieler Nationen dar.

### **Nichtregierungsorganisation**

Als Nichtregierungsorganisation (engl. Non-Governmental Organization / NGO) bezeichnet man einen zivilgesellschaftlich zustandekommenen Interessensverband, der sich, vom Staat unabhängig, für ökologische oder soziale Themen einsetzt. Durch Ihr Motiv sind NGOs wichtige Stakeholder für Unternehmen und ihre Expertise ist eine gute Informationsquelle für Unternehmen, die an ihrer CSR-Performance arbeiten wollen.

### **OHSAS 18001**

OHSAS 18001 (Organizational Health and Safety Assessment System) ist ein international anerkannter Standard für die Zertifizierung von Managementsystemen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Von einer Gruppe führender Zertifizierungs- und Standardisierungsorganisationen analog zu den Normen ISO 14001 und ISO 9001 entwickelt, soll er Unternehmen dahingehend unterstützen, Arbeitsunfälle zu vermeiden und Anforderungen im Bereich der Sicherheit und Gesundheit ihrer Mitarbeiter/innen zu erfüllen.

### **Ökologischer Fußabdruck**

Der Ökologische Fußabdruck ist eine Kennzahl, die jene Fläche der Erde beziffert, die ein Mensch benötigt, um seinen Lebensstandard dauerhaft aufrecht zu erhalten. Die Bevölkerungszahlen und Volkswirtschaften wachsen – die Erde nicht. Bereits heute reicht die Fläche nicht aus, um der derzeitigen Weltbevölkerung einen westlichen Lebensstandard zu ermöglichen. Um den Fußabdruck der westlichen Lebensweise wesentlich zu verkleinern, sind Unternehmen angehalten, die Fläche, die ihr Produkt innerhalb eines Lebenszyklusses beansprucht, zu kennen und zu minimieren.

### **Ökologischer Rucksack**

Der Ökologische Rucksack ist eine ökologische Kennzahl, die sinnbildlich die Menge sämtlicher Ressourcen abbildet, die zur Herstellung, Nutzung und Entsorgung eines Produktes oder einer Dienstleistung verbraucht werden.

### **Standards**

Im Allgemeinen sind Standards einheitliche und in ihrer Anwendung verbreitete Regeln oder Normen, die Eigenschaften von Produkten, Dienstleistungen oder Prozessen festlegen. Im CSR-Kontext begegnet man Standards und Normen in vielen Bereichen, wie z. B. den Menschenrechten, dem Umweltschutz oder der Arbeitssicherheit. Sie bieten den Unternehmen Informationen zu angemessenen Verhaltensweisen in diversen Handlungsfeldern.

### **Umweltmanagementsystem**

Unter einem Umweltmanagementsystem (UMS) versteht man die organisatorische und personelle Verankerung der verschiedenen mit der Umweltpolitik verbundenen Aufgaben in einem Unternehmen. Im Rahmen eines UMS werden mit Hilfe von internen oder externen Umwelt-Audits regelmäßig die Umweltauswirkungen der Produktion eines Unternehmens erfasst sowie verbindliche Ziele, Programme, Maßnahmen und Zuständigkeiten erarbeitet, um diese Umweltauswirkungen kontinuierlich zu verringern.

