

Unternehmen mit Verantwortung



**CSR-Leitfaden
Holz/Einrichtung/Baustoffe**



Warum diese Information?

Dieser Leitfaden soll Unternehmen Anregung und Anleitung bieten, mit ihrer gesellschaftlichen Verantwortung umzugehen und diese nachhaltig erfolgreich für das Unternehmen und die Gesellschaft einzusetzen.

1. Was ist CSR?

Verantwortliches Handeln führt zu langfristigem Unternehmenserfolg! Unterstützung dafür bietet das Konzept Corporate Social Responsibility (CSR), die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. CSR geht über die Einhaltung der bestehenden gesetzlichen Bestimmung hinaus und ist die freiwillige Integration von sozialen und umweltbezogenen Belangen in die Unternehmenstätigkeit, wodurch ein wirtschaftlicher Erfolg erzielt werden kann. CSR bedeutet demnach mehr als nur die Gesetze einzuhalten, es dient der Entwicklung von guten, tragfähigen Beziehungen zu allen Interessengruppen, die vom unternehmerischen Handeln betroffen sind (wie zum Beispiel MitarbeiterInnen, KundInnen und LieferantInnen). Als UnternehmerIn trägt man Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, die es wahrzunehmen gilt, weil sie Sicherheit für die unternehmerische Tätigkeit bietet.

2. Warum soll man sich mit CSR beschäftigen?

Gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen bringt vielfachen Nutzen! Sich als UnternehmerIn gegenüber der Gesellschaft verantwortlich zu verhalten, bringt Sicherheit für das Unternehmen, wie viele Studien und Beispiele erfolgreicher Unternehmen beweisen. Gute und tragfähige Beziehungen zu allen Interessensgruppen eines Unternehmens sind der beste Garant für den wirtschaftlichen Erfolg. Schon die Auseinandersetzung mit der Frage, wer vom Handeln des Unternehmens direkt oder indirekt betroffen ist, bringt Vorteile: Mit wem hat man schon gute, tragfähige Beziehungen? Mit wem hat man noch gar keinen Kontakt? Mit wem sollte man unbedingt ins Gespräch kommen? Von wo drohen mögliche Gefahren und Kritik auf Grund des unternehmerischen Handelns? Die Antworten auf diese Fragen helfen, potentielle Gefährdungen im Vorfeld zu erkennen und rechtzeitig zu entschärfen.

Mit einem Produkt oder einer Dienstleistung verkauft man mehr als nur den reinen Nutzen, nämlich ebenfalls eine gesellschaftliche Haltung, eine Vision. Werden die Prinzipien von CSR in einem Unternehmen angewendet, wird das Unternehmen zum Träger eines Innovationsprozesses. Und dieser Prozess betrifft alle Unternehmensbereiche:

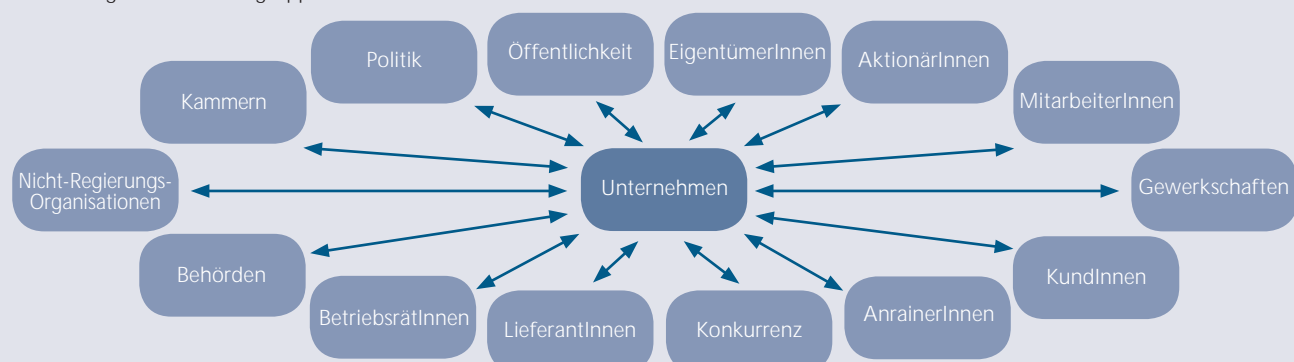
- Produkte
- Dienstleistungen
- Wettbewerbsfähigkeit
- Handel
- MitarbeiterInnen
- Beziehungen zu Gruppen außerhalb des Unternehmens (Kooperationen mit Vereinen u. v. m.)
- Image
- Zukunftssicherung
- Wertsteigerungspotential
- Rechtssicherheit
- Vorbildwirkung

Zusätzlich kann die Umsetzung von verantwortlichem Handeln im Unternehmen als Marketinginstrument genutzt werden, und man kann sich so positiv gegenüber Mitbewerbern und KundInnen positionieren.

3. Was steht am Anfang?

Am Beginn steht die Erkenntnis, dass die Geschäftstätigkeit über reine Produktion, Transport, Verkauf und Service der Produkte hinausgeht. Sie umfasst auch die Art des Umgangs mit allen Gruppen, sogenannte Interessengruppen, die von der Geschäftstätigkeit betroffen sind.

Die wichtigsten Interessengruppen sind:



Der Umgang mit den Interessengruppen hat entscheidende und unmittelbare Rückwirkung auf die Geschäftstätigkeit, da MitarbeiterInnenmotivation, KundInnenzufriedenheit, Verlässlichkeit der LieferantInnen und Zufriedenheit der InvestorInnen ganz wesentlich für den zukünftigen Geschäftserfolg sind.



Die CSR-Bereiche

1. Eigene Unternehmensführung

- Faires Verhalten
- Qualität
- Zuverlässigkeit
- Dialog mit Interessensgruppen
- Transparenz
- Engagement für Belange der Gesellschaft
- Respekt vor regionalen Kulturen
- Aktives Auftreten gegen Korruption
- Unterstützung sozialer Aktivitäten
- Steuerehrlichkeit
- Schutz geistigen Eigentums
- Nutzung lokaler Ressourcen

2. MitarbeiterInnen

- Motivation der MitarbeiterInnen
- Arbeitsschutz der MitarbeiterInnen
- Gesundheit der MitarbeiterInnen
- Bereitstellung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Gleichbehandlung
- Einbindung Jugendlicher (Lehrlinge)
- Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Innerbetriebliches Vorschlagswesen
- Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten der MitarbeiterInnen
- Fragen der Arbeitszeit
- Recht auf Beitritt zu Interessenvertretungen
- Auftreten gegen Diskriminierung verschiedener Gruppen (Frauen, Menschen mit Behinderung, Ausländer, u. a.)
- Bekenntnis zur Einhaltung der Menschenrechte

3. KundInnen

- Anwendung von fairen Geschäfts-, Vermarktungs- und Werbepraktiken
- Gewährleistung von Sicherheit und Qualität der angebotenen Dienstleistungen und Güter
- Berücksichtigung ergonomischer und körpergerechter Aspekte bei der Möbelplanung und Produktauswahl
- Berücksichtigung des Preis-Leistungsverhältnisses bei der Produktauswahl in Bezug auf die beabsichtigte Verwendungsdauer und den beabsichtigten Verwendungsbereich
- Einbeziehung aller Familienmitglieder der KundInnen bei der Planung und Gestaltung von Allgemeinräumen
- Beratungsverantwortung: KundInnennutzen soll vor kaufmännischem Interesse des Verkaufspersonals stehen
- Gefährlose Anwendbarkeit
- Reparaturfreundlichkeit
- Lange Lebensdauer
- Offene Informationspolitik
- Vertragstreue
- Datenschutz
- Einhaltung von Haftungen im Bereich Konsumentenschutz
- Reklamationshandhabung

4. LieferantInnen

- Faire Geschäftspraktiken
- Vertragstreue
- Offene Informationspolitik
- Zahlungsmoral
- Reklamationshandhabung
- Zulieferkette

5. Umwelt

- Verzicht auf Verkauf von Waren, die mit übermäßigem oder umweltschädlichem Verpackungsvolumen und –material angeliefert werden
- Verzicht auf Verkauf von Waren, bei denen der Energieaufwand für den Transport hoch ist
- Weitgehende Schonung der natürlichen Ressourcen
- Erhaltung der Vielfalt von Lebensräumen und Arten
- Verzicht auf Verwendung von Holz, das auf umweltschädliche Art gewonnen wird sowie Verzicht auf Verwendung von gefährdeten Holzarten
- Einsatz erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger
- Hohe Sicherheitsstandards im Umgang mit gefährlichen Gütern und Stoffen
- Keine Verwendung von umweltschädlichen Lacken und anderen umweltschädlichen Stoffen
- Berücksichtigung von Umweltüberlegungen bei der Produktgestaltung
- Minimierung von Schadstoffemissionen
- Wiederverwertbarkeit

4. Wie gehe ich vor?

Zu jedem dieser Punkte können konkrete Maßnahmen gesetzt werden. Vieles davon wird in Ihrem Unternehmen bereits verwirklicht sein, ohne dass es als gesellschaftlich verantwortungsvolle Maßnahme gesehen wurde. Am einfachsten ist es, sich zu überlegen, was schon passiert ist, dies aufzuschreiben und einem oder mehreren der genannten Punkte zuzuordnen. Man erkennt dadurch seine Stärken, aber auch mögliche Defizite. In Folge kann man – am besten gemeinsam mit den MitarbeiterInnen – entsprechende Maßnahmen überlegen, die machbar und finanzierbar sind und zum Unternehmen passen. Bei der Ideenfindung ist auch der Vergleich mit anderen Unternehmen hilfreich (eine Übersicht über mögliche Maßnahmen, sogenannte best-practice Beispiele, finden Sie unter www.respect.at). Hilfestellung dazu bietet auch der **neu entwickelte Selbsttest**, den Sie ebenfalls auf der Webseite von respACT austria finden. In ca. 10 Minuten können Sie damit Ihr gesellschaftlich verantwortungsvolles Unternehmertum abfragen.



Grundzüge eines CSR-Managements

1. Planen und Schaffen

Ziele im Bezug auf die gesellschaftliche Verantwortung im Unternehmen setzen und Programme formulieren, um diese Ziele zu erreichen.

Identifikation von Bereichen, in denen das Unternehmen besonders gut/schlecht positioniert ist und schaffen eines laufenden Planungsprozesses.

2. Durchführen

Umsetzen einer ganzheitlichen „Strategie der gesellschaftlichen Verantwortung“ durch z.B.:

sensiblen Umgang mit Ressourcen, Schulung von Personal, Durchführen von Projekten, Durchführen einer Zufriedenheitsanalyse, Dokumentieren der Maßnahmen, Dialog nach innen und Kommunikation nach außen.

4. Bewerten und Handeln

Bewertung und Setzen von Maßnahmen zur Verbesserung der „Strategie der gesellschaftlichen Verantwortung“:

In angemessenen Zeitabständen soll die ganzheitliche Strategie bewertet und Bereiche bestimmt werden, in denen Verbesserungen nötig sind.

3. Prüfen

Durchführen laufender Überprüfungen und Messungen anhand der Zieldefinition und der Unternehmensvision.

Dadurch können Fehler in der gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung bestimmt und korrigiert werden und vorbeugende Maßnahmen gesetzt werden.

Weitergehende Information:

respACT austria, Plattform der Unternehmen für nachhaltiges Wirtschaften und verantwortungsvolles Handeln – für responsible ACTION, trägt die Leistungen der Unternehmen im Bereich des gesellschaftlich verantwortlichen Handelns an die Öffentlichkeit und bietet u.a. Serviceleistungen in Form von Ermäßigungen bei Veranstaltungen und Workshops.

Informationen online oder persönlich:

www.respect.at

Telefon: +43/01/710 10 77-0

Email: office@respect.at



Das Projekt „Verantwortliches Unternehmertum in Klein- und Mittelbetrieben“ (CSR) wird unterstützt von:



respACT austria wird unterstützt von:

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Wirtschaftskammer Österreich, Industriellenvereinigung, Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz und dem Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

IMPRESSUM: Herausgeber respACT austria, Herrngasse 6–8/6/1/3, 1010 Wien, Inhaltliches Konzept Martin Neureiter, Redaktion Birgit Müllegger, F.d.l.v. Roman H. Mesicek, respACT austria, www.respect.at, grafisches Konzept com_unit Agentur für Kommunikation, www.comunit.at, Fotos istockphoto.com, photocase.com.



Bedruckt nach der Richtlinie „Schwefelarme Druckerpapier“ des Bundesministeriums für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft, www.umwelt.at, www.umwelt.at, www.umwelt.at