

Unternehmen mit Verantwortung



**CSR-Leitfaden
Lebensmittel**



Warum diese Information?

Lebensmittel sind wesentlicher Bestandteil des täglichen Lebens. Sie sind aber mehr als das, sie sind Genussmittel und Lebensfreude. Lebensmittel und deren Zubereitung sind Teil unserer Kultur. Und sie sind ein wichtiger Bestandteil der Gesundheitsvorsorge. Der Mensch ist, was er isst.

Österreichs Lebensmittelbranche deckt die Bereiche Entwicklung, Verarbeitung bis hin zum Verkauf der Lebensmittel ab und bietet dem/der Kunden/ Kundin Qualität auf hohem Niveau. Dabei sind hier Großbetriebe genauso tätig wie engagierte Klein- und Mittelbetriebe (KMU). Es entspricht der österreichischen Tradition, dass vor allem kleine Unternehmen eine ausreichende Nahversorgung sicherstellen und eine gleich bleibende Qualität bieten. Nahversorgung heißt aber mehr als nur Bereithaltung von Waren des täglichen Bedarfes – es heißt auch Kommunikationszentrum zu sein und soziale Nähe und Verantwortung zu vermitteln.

Genau diese Aspekte werden mit dem Konzept der **gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (engl. CSR – Corporate Social Responsibility)** hervorgehoben. Die österreichische Lebensmittelbranche hat hier einen ganz besonderen Stellenwert. Ernährung ist emotional besetzt, sie berührt den Menschen im wahrsten Sinne des Wortes. Lebensmittel haben aber auch sehr viel mit Vertrauen zu tun – einer Vertrauenskette von der Herstellung bis zum Verkauf. Die KundInnen vertrauen darauf, dass sie bekommen, was sie erwarten. Nämlich, dass Produkte gemäß Lebensmittelvorschriften produziert werden und zusätzlich Genuss und Lebensfreude bietet. Diesen hohen Ansprüchen wird die Lebensmittelbranche gerecht.

Wie sieht das Konzept der gesellschaftlich verantwortungsvollen UnternehmerInnen aus?

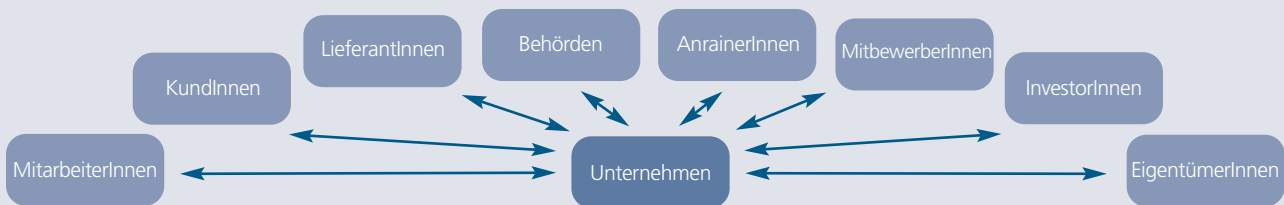
Gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen bringt mehrfachen Gewinn! Das Konzept der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen geht von dem einfachen Prinzip aus, dass jedes Unternehmen Beziehungen zu seinem Umfeld hat. Damit ist nicht nur die Ökologie gemeint, sondern auch die Beziehungen zu den KundInnen, den MitarbeiterInnen, den LieferantInnen oder den Banken und Behörden. Dazu ist jedes Unternehmen noch eingebettet in lokale Strukturen mit AnrainerInnen, lokalen Vereinen oder Organisationen. Weiß man erst Bescheid über die Auswirkungen des eigenen Handelns, kann man leichter abschätzen, welche Erwartungen es an das Unternehmen gibt. Mit diesem Wissen können sich die UnternehmerrInnen nicht nur am Markt besser positionieren, sondern auch einen Beitrag zum Wohle der Gesellschaft leisten.

Das CSR Konzept baut auf drei Säulen auf:



Wirtschaftlicher Erfolg

Wirtschaftlicher Erfolg ist die Grundvoraussetzung für jeden weiteren Schritt. Auch hier gibt es Beziehungen mit unterschiedlichsten Gruppen, die man in seine Überlegungen einbeziehen kann. Die wichtigsten Interessengruppen für Ihr Unternehmen sind:



Durch die bewußte Beschäftigung mit den Bedürfnissen und Wünschen dieser Interessengruppen können die UnternehmerrInnen den Betrieb zusätzlich gewinnbringend ausrichten.



Soziale Verantwortung

Unternehmen beschäftigen Menschen. Ein Unternehmen ist so gut wie seine MitarbeiterInnen. Sie sorgen für die Qualität der Leistung, für das reibungslose Funktionieren und haben letztlich den unmittelbaren Kontakt zu den KundInnen. Sie sind damit das Gesicht des Unternehmens. Die Verantwortung gegenüber den MitarbeiterInnen geht über die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen hinaus. Die Ausbildung der MitarbeiterInnen, deren Weiterbildung und deren Motivation sind ausschlaggebend für den Erfolg eines Unternehmens. Hier liegt für jedes Unternehmen, unabhängig seiner Größe, viel Potenzial. Die soziale Komponente betrifft jedoch nicht nur die MitarbeiterInnen. Gerade die in Österreich vorherrschende klein- und mittelbetriebliche Struktur mit ihrer lokalen Anbindung bietet wesentliche soziale Knotenpunkte einer Gemeinde/Region. Sie erfüllen damit wichtige Aufgaben für die Gesellschaft.



Ökologie

Jedes Unternehmen hat Auswirkungen auf die Umwelt: Zum Beispiel durch Produzieren, Transportieren, Verpacken und Entsorgen. Im bewussten Umgang mit diesen Themen, leistet ein Unternehmen einen nachhaltigen Beitrag für die Gesellschaft und damit letztlich auch für sich selbst.



Die CSR-Bereiche

Lebensmittel

1. Unternehmensführung

- Qualität
- Zuverlässigkeit
- Verbraucherorientierung
- Dialogbereitschaft
- unternehmerische Ehrlichkeit
- gesellschaftliches und soziales Engagement
- Nutzung lokaler Ressourcen und Produkte
- Innovationsbereitschaft

2. MitarbeiterInnen

- Schaffung von Arbeitsplätzen für die lokale Bevölkerung
- Motivation
- Arbeitsschutz
- Gesundheit
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Chancengleichheit von Mann und Frau
- Arbeitschancen für WiedereinsteigerInnen
- Lehrlingsausbildung
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Innerbetriebliches Vorschlagswesen
- Förderung gegenseitiger Toleranz; Vorgehen gegen Diskriminierung jeder Art
- Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten
- flexible Arbeitszeitsysteme

3. KundInnen (KonsumentInnen)

- Anwendung von verantwortungsvollen Geschäfts-, Vermarktungs- und Werbepraktiken
- Offene Informationspolitik
- Vertragstreue
- Datenschutz
- Reklamationshandhabung
- Lebensmittelsicherheit
- Faires Preis-Leistungsverhältnis
- Eingehen auf die Wünsche der KonsumentInnen nach Orientierungshilfen (Label/Gütesiegel)
- Beratung und Service
- Maßnahmen für Menschen mit besonderen Ansprüchen (Behinderung, Alter)
- Mehrschichtiges Qualitätsziel (Genuss - Gesundheit - Nahrungswert)

4. LieferantInnen

- Anwendung von verantwortungsvollen Geschäftspraktiken
- Vertragstreue
- Bereitstellung objektiver und zuverlässiger Informationen
- Zahlungsmoral
- Reklamationshandhabung
- Nutzung lokaler Ressourcen und Produkte
- Rückverfolgbarkeit des Produktes

5. Umwelt

- Weitgehende Schonung der natürlichen Ressourcen
- Optimierung der Art und Länge des Transports, hinsichtlich ökologischer Gesichtspunkte
- Einsatz erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger
- Optimierung des Verpackungs-, Abfall- und Wassermanagements
- Verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien
- Minimierung von Schadstoffemissionen

4. Wie gehe ich vor?

Zu jedem dieser Punkte können konkrete Maßnahmen gesetzt werden. Viele davon werden in Ihrem Unternehmen bereits verwirklicht sein, ohne, dass Sie sich bewusst sind, bereits CSR-Maßnahmen umzusetzen. Am einfachsten ist es aufzuschreiben, was in Ihrem Unternehmen in diesem Bereich schon passiert und dies einem oder mehreren der genannten Punkte zuzuordnen.

Sie erkennen dadurch Ihre Stärken, aber auch ungenutzte Potenziale. Danach können Sie – gemeinsam mit Ihren MitarbeiterInnen – entsprechende Maßnahmen überlegen, die zu Ihrem Unternehmen passen, machbar und finanzierbar sind. Bei der Ideenfindung ist auch der Vergleich mit anderen Unternehmen hilfreich. Zusätzlich wurde eigens für Klein- und Mittelbetriebe (KMU) der **do-it-yourself-Ratgeber** entwickelt, mit dem Sie, ganz unkompliziert, die ersten Schritte in Richtung einer CSR-Strategie gehen können. Hilfestellung bietet auch der **neu entwickelte Selbsttest**, mit dem Sie branchenspezifisch, in nur 10 Minuten, Ihr gesellschaftlich verantwortungsvolles Unternehmertum abfragen können. Eine Übersicht über Maßnahmen anderer Unternehmen Ihrer Branche, den Selbsttest und den Ratgeber finden Sie unter www.csrleitfaden.at



Grundzüge eines CSR-Managements

1. Planen und Schaffen

Ziele in 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, Durchführung von Projekten, Durchführung einer Zufriedenheitsanalyse, Dokumentieren der Maßnahmen, sowie 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

Durchführung 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: +43/01/7110 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, Herrengasse 6–8/6/1/3, 1010 Wien, www.respect.at, **Inhaltliches Konzept** Martin Neureiter, **Redaktion** Birgit Müllegger, **Fd.I.v.** Roman H. Mesicek, respACT austria, **grafisches Konzept** com_unit Agentur für Kommunikation, www.comunit.at, **Fotos** istockphoto.com, TVB Alpbach & Tiroler Seenland.



Beitrag zum 100. Jubiläum „Schicksalsträger Österreich“ des Österreichischen Gewerkschaftsbundes, 2019/2020, 100, 100, 100, 100, 100, 100

CSR-Impulsfragen

Lebensmittel

Kreuzen Sie bitte die für Sie und Ihr Unternehmen zutreffenden Antworten an – Sie werden nicht länger als 5 Minuten brauchen. Zählen Sie die Punkte zusammen. Je nach erreichter Punktezahl können Sie am Ende nachlesen, wie viel Sie branchenspezifisch im Bereich CSR bereits umsetzen. Vielleicht nehmen Sie die eine oder andere Anregung auf, um beim nächsten Mal noch besser abzuschneiden. Sie können die Impulsfragen auch vor und nach der Beschäftigung mit dem Thema CSR ausfüllen und für sich Fortschritte und eventuell noch vorhandene Lücken festzustellen. Einen allgemeinen CSR-Selbsttest, um zu testen, welcher CSR-Typ Sie sind, sowie weiterführende Informationen finden Sie unter www.csrleitfaden.at.

Bitte beantworten Sie alle Fragen ernsthaft und gewissenhaft – es geht um Ihren CSR Erfolg!

Das Antwortschema ist folgendermaßen:

1 trifft nicht zu, 2 trifft eher nicht zu, 3 trifft eher zu, 4 trifft zu

Impulsfragen - Lebensmittel

- 1) Sie erzeugen, vertreiben oder verabreichen hochqualitative Lebensmittel und sind sich Ihrer Verantwortung für die öffentliche Gesundheit bewusst.
 1 2 3 4
- 2) Lebensmittelhygiene ist für Sie nicht nur ein technischer Standard, sondern gelebte Praxis.
 1 2 3 4
- 3) Sie stellen mit Ihren Leistungen die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln auch in strukturschwachen Gebieten sicher.
 1 2 3 4
- 4) Sie bekennen sich zu Geschmacksvielfalt, sowie Freude an Einkauf und Genuss von Lebensmitteln und bieten Ihren KundInnen ein entsprechendes Service.
 1 2 3 4
- 5) Sie sind offen für die Veränderungen der Gesellschaft und nehmen die Wünsche der KonsumentInnen nach speziellen Anbau- und Herstellungsmethoden (z.B. gentechnikfrei, biologisch), artgerechter Tierhaltung und ernährungsphysiologischen Eigenschaften von Lebensmitteln ernst.
 1 2 3 4
- 6) Sie bilden sich entsprechend weiter, um Ihre KundInnen über die Zusammensetzung und Herkunft der Lebensmittel informieren und Ihnen die umfangreichen, oft komplizierten Produktdeklarationen erklären zu können.
 1 2 3 4
- 7) Sie betrachten Behörden, Verbraucherschutzorganisationen, LieferantInnen und MitbewerberInnen als PartnerInnen und bekennen sich zu einem fairen Miteinander.
 1 2 3 4
- 8) Sie tragen mit Standort und Angebot zur Erhaltung der Dorf- und Stadtkultur bei und bieten als Kommunikationszentrum der Bevölkerung einen Knotenpunkt für die Gemeinschaft.
 1 2 3 4
- 9) Sie haben ein Angebot für alte oder behinderter Menschen und gehen auf ihre Bedürfnisse ein.
 1 2 3 4
- 10) Sie beteiligen sich am örtlichen Kultur- und Sozialleben und unterstützen entsprechende Einrichtungen.
 1 2 3 4

- 11) Sie fördern die Aus- und Weiterbildung Ihrer MitarbeiterInnen und geben auch BerufseinsteigerInnen oder älteren Menschen eine Chance auf einen Arbeitsplatz.
- 1 2 3 4
- 12) Sie bemühen sich, Ihre MitarbeiterInnen aktiv in das Unternehmensgeschehen einzubinden und schaffen dadurch ein motivierendes Arbeitsklima.
- 1 2 3 4
- 13) Sie haben einen Überblick in welchen Bereichen Ihr Unternehmen Auswirkungen auf die Umwelt hat und versuchen diese, soweit als möglich, zu minimieren.
- 1 2 3 4
- 14) Sie bemühen sich, die drei Bereiche Wirtschaft, Soziales und Ökologie in Ihren Unternehmensentscheidungen ausbalanciert zu berücksichtigen.
- 1 2 3 4
- 15) Sie kaufen Ihre Produkte, soweit als möglich, regional ein und gehen Kooperationen mit lokalen LandwirtInnen ein.
- 1 2 3 4

Auswertung

Erreichte Punkteanzahl von 40-60

Wir gratulieren!

Ihr Engagement in Ihrer Branche ist vorbildlich. Sie haben den Wert und den Nutzen der gesellschaftlichen Verantwortung für Ihr Unternehmen und für Ihre Umgebung erkannt.

Prüfen Sie auch unter www.csrleitfaden.at, welcher CSR-Typ Sie sind. Vielleicht kommen Ihnen auch durch den Fragebogen und den Leitfaden noch zusätzliche Ideen, wie Sie das Konzept der gesellschaftlichen Verantwortung noch gewinnbringender umsetzen können. Und: Geben Sie Ihr Wissen weiter, damit möglichst viele Ihrem positiven Beispiel folgen können!

Erreichte Punkteanzahl von 20-39

Wir gratulieren!

Sie haben bereits erkannt, dass Sie durch branchenspezifisches gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln konkret profitieren können. Allerdings erfolgt dies nicht in allen Bereichen.

Prüfen Sie auch unter www.csrleitfaden.at, welcher CSR-Typ Sie sind. Durch den Fragebogen und den Leitfaden erhalten Sie Anregungen und Anleitungen, gezielter mit dem Instrument gesellschaftlicher Verantwortung, zum Wohle der Gesellschaft und gewinnbringend für Ihr Unternehmen, umzugehen.

Erreichte Punkteanzahl von 15 – 19

Sie leisten Ihren Beitrag für die Entwicklung der Gemeinde und der Region, in der Sie tätig sind. Es ist Ihnen aber vielleicht noch nicht bewusst, dass Sie aus einem nachhaltigen, gesellschaftlich verantwortlichen Handeln eine Reihe wirtschaftlicher Vorteile ziehen können.

Prüfen Sie unter www.csrleitfaden.at, welcher CSR-Typ Sie sind. Durch den Fragebogen und den Leitfaden erhalten Sie Anregungen und Anleitungen, mit dem Instrument gesellschaftlicher Verantwortung, zum Wohle der Gesellschaft und gewinnbringend für Ihr Unternehmen, umzugehen.