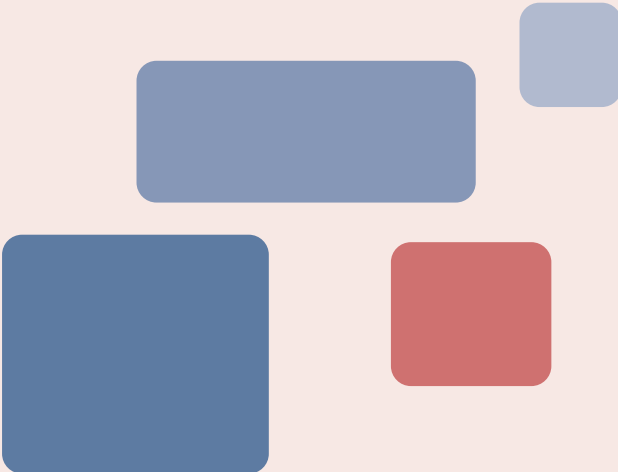


Unternehmen mit Verantwortung



**CSR-Leitfaden
Transport und Verkehr**



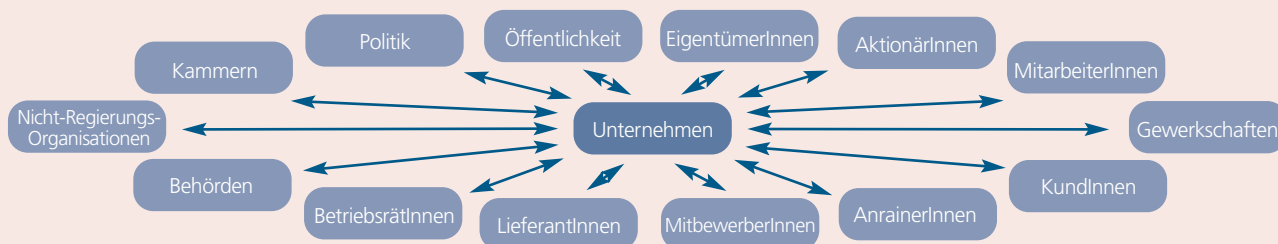


Warum diese Information?

Dieser Leitfaden soll Unternehmen Anregung und Anleitung bieten, mit ihrer gesellschaftlichen Verantwortung umzugehen und diese nachhaltig erfolgreich für das Unternehmen und die Gesellschaft einzusetzen. Eine Vielzahl großer Unternehmen hat das Thema gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (engl. CSR – Corporate Social Responsibility) bereits in ihr Management integriert – dieser Leitfaden ermöglicht speziell kleineren und mittelgroßen Unternehmen (KMU) gesellschaftliche Verantwortung in ihrer Unternehmensführung umzusetzen. Transport und Verkehr sind Lebensadern unseres täglichen Lebens. Sie versorgen uns „just in time“ mit allem, was die moderne Gesellschaft braucht und was für Unternehmen und KonsumentInnen wichtig ist. Sie sorgen dafür, dass eine ausreichende Nahversorgung mit gleich bleibendem, qualitativ hochwertigem Niveau gegeben ist. Sie sorgen aber auch für unsere Mobilität – der Personenverkehr ermöglicht, dass SchülerInnen rechtzeitig in die Schule, oder Menschen täglich zur Arbeit kommen. Für die Drehscheibe und den Wirtschaftsstandort Österreich haben Transport und Verkehr einen hohen strategischen Stellenwert – gleichzeitig aber steht diese Branche auch im Spannungsfeld zwischen ökonomischer Effizienz und gesellschaftlichem Anspruch auf Nachhaltigkeit. Transport und Verkehr vollziehen sich meist ohne Wissen der Menschen im Hintergrund und „haben zu funktionieren“. Es fällt erst auf, wenn einmal etwas nicht funktioniert. Wir vertrauen darauf, dass Waren fachgerecht, umweltschonend und gemäß gesetzlicher Vorgaben transportiert werden. Diesen hohen Ansprüchen will die Transport- und Verkehrsbranche auch in Zukunft gerecht werden.

1. Was ist CSR?

Verantwortliches Handeln leistet einen Beitrag zu Ihrem langfristigen Unternehmenserfolg! Unterstützung dafür bietet das Konzept Corporate Social Responsibility (CSR), die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. CSR bedeutet - über gesetzliche Verpflichtungen hinaus - die freiwillige Einbindung von sozialen, ökonomischen und umweltbezogenen Belangen in Ihre Unternehmenstätigkeit, wodurch ein wirtschaftlicher Erfolg erzielt werden kann. Besonders Ihnen, als UnternehmerIn im Bereich Transport und Verkehr, bietet CSR eine Vielzahl an Möglichkeiten, in eine nachhaltige Zukunft zu gehen. **Investitionen in CSR sind Investitionen in die Zukunft.** CSR beginnt bei der Erkenntnis, dass Ihre Geschäftstätigkeit über die Erbringung von Dienstleistungen, den Verkauf von Produkten, sowie Service hinausgeht. Ihre Geschäftstätigkeit umfasst auch die Art des Umgangs mit allen Interessengruppen (engl. Stakeholder), die von Ihrem Unternehmertum betroffen sind. Die wichtigsten Interessengruppen rund um Ihr Unternehmen sind:



2. Warum sollen Sie sich mit CSR beschäftigen?

Gesellschaftlich verantwortliches Handeln im Unternehmen bringt mehrfachen Nutzen! Ohne, dass Sie sich dessen bewusst sind, passiert schon heute in Ihrem Unternehmen Vieles, das einem gesellschaftlich verantwortungsvollen Management entspricht. Das Konzept der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen geht von dem ganz einfachen Prinzip aus, dass jedes Unternehmen Beziehungen zu seiner Umwelt hat. Zusätzlich ist jedes Unternehmen auch in die lokalen Strukturen eingebettet und steht so z.B. mit AnrainerInnen, mit lokalen Vereinen oder Organisationen in Verbindung. Dieses Geflecht von Beziehungen ist Teil des Konzeptes der gesellschaftlichen Verantwortung. Weiß man erst über die Auswirkungen des eigenen Handelns bescheid, kann man auch leichter abschätzen, was andere Gruppen von einem selbst erwarten. Damit lassen sich zum Unternehmen passende, gezielte und effiziente Ideen und Strategien entwickeln, die für das Unternehmen einen langfristigen wirtschaftlichen Erfolg bedeuten und gleichzeitig einen Beitrag zum Wohle der Gesellschaft leisten.

Das CSR Konzept baut auf drei Säulen auf:



Die wirtschaftliche Säule: Ohne wirtschaftlichen Erfolg kann kein Unternehmen überleben. Dies ist die Grundvoraussetzung für jeden weiteren Schritt. Schon hier bestehen Beziehungsgeflechte mit unterschiedlichsten gesellschaftlich relevanten Gruppen, die man in seine Überlegungen mit einbeziehen kann. Strategisches Handeln in diesem Bereich bringt - wie generell die Einbeziehung der Ansprüche und Erwartungen von Interessengruppen - Sicherheit für das Unternehmen. Durch die Beschäftigung mit den Interessengruppen erhält man positives Feedback, erfährt deren Interessen, aber auch deren Probleme. Darauf kann man dann entsprechend reagieren.



Die soziale Säule: Unternehmen beschäftigen Menschen. Ein Unternehmen ist so gut, wie die Menschen die es beschäftigt. Sie sorgen für die Qualität der Leistungen, für das reibungslose Funktionieren und haben letztlich den unmittelbaren Kontakt zu den KundInnen. Sie sind damit das Gesicht des Unternehmens. Die optimale Verantwortung gegenüber den MitarbeiterInnen, geht jedoch über die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen hinaus. Die Aus- und Weiterbildung der MitarbeiterInnen und deren Motivation sind ausschlaggebend für den Erfolg eines Unternehmens. Hier liegt für jedes Unternehmen, unabhängig von seiner Größe, viel Potenzial, um am Markt erfolgreich agieren zu können. Die soziale Komponente betrifft aber nicht nur die MitarbeiterInnen. Gerade die in Österreich vorherrschenden Kleinunternehmen mit lokaler Infrastruktur sind wesentliche soziale Knotenpunkte einer Region, bzw. einer Gemeinde. Sie erfüllen damit wichtige Aufgaben für die Gesellschaft. Das Bewusstmachen dieses Aspektes ist ebenfalls ein Anliegen von CSR.



Die ökologische Säule: Der Umgang mit der Umwelt leistet einen wesentlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit eines Unternehmens. Jedes Unternehmen hat durch Produktion, Transport, Verpackung, Abfall etc. Auswirkungen auf die Umwelt. Ein bewusster Umgang mit diesem Thema ist ein weiterer wichtiger Aspekt, mit dem ein Unternehmen einen wichtigen Beitrag zum Wohle der Gesellschaft leisten kann.



Die CSR-Bereiche

Transport und Verkehr

1. Unternehmensführung

- Verantwortungsvolles Verhalten
- Zuverlässigkeit
- Dialog mit Interessengruppen
- Aktives Auftreten gegen Korruption
- Nutzung lokaler Ressourcen und Produkte
- Qualität und Qualitätskontrolle
- KundInnenorientierung
- Transparenz
- Unterstützung sozialer Aktivitäten / lokaler Initiativen
- Umweltbewusstes Handeln

2. MitarbeiterInnen

- Motivation
- Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz (z.B. entsprechende Schutzkleidung)
- Bereitstellung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Sicherheitstechnische Schulung (Handhabung der Ladeklappen, regelmäßige Schulungen der FahrerInnen)
- Lehrlingsausbildung
- Chancengleichheit von Mann und Frau
- Arbeitschancen für WiedereinsteigerInnen
- Förderung gegenseitiger Toleranz; Vorgehen gegen Diskriminierung jeder Art
- Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Innerbetriebliches Vorschlagswesen
- Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten der MitarbeiterInnen
- Bemühung um flexible und faire Arbeitszeit
- Erhöhung der regionalen Wertschöpfung durch Einstellung lokaler Arbeitskräfte
- Bauliche Maßnahmen für MitarbeiterInnen mit besonderen Bedürfnissen (Behinderung, Alter)

3. KundInnen

- Anwendung von verantwortungsvollen Geschäfts-, Vermarktungs- und Werbepraktiken
- Aktive Informationspolitik
- Vertragstreue
- Datenschutz
- Reklamationshandhabung
- Optimierung des Netzwerks
- Konsequente KundInnenorientierung mit umfassender Beratung/Service
- Verwendung von Fahrzeugen und Beförderungsmitteln die auch von Personen mit körperlichen Einschränkungen genutzt werden können
- Bemühung um neue Geschäftsfelder und KundInnen
- KundInnenbindungsprogramme

4. LieferantInnen

- Anwendung von verantwortungsvollen Geschäftspraktiken
- Vertragstreue
- Bereitstellung objektiver und zuverlässiger Informationen
- Zahlungsmoral
- Reklamationshandhabung

5. Umwelt

- Nutzung alternativer Energie
- Optimierter Einsatz der Energiequellen
- Optimierung der Zusammenstellung möglicher Transportmittel hinsichtlich ökologischer Gesichtspunkte
- Optimierung der Länge und Art der Transportwege
- Müllvermeidung
- Verantwortungsvoller Umgang mit Nutz- und Abwässern
- Minimierung von Lärm- und Schadstoffemissionen
- Optimale Routenwahl und Auslastung (z.B. Vermeidung von Leerfahrten)
- Bewusster Umgang und Entsorgung von (Alt)ölen, anderen Betriebsstoffen (z.B. Schmierstoffe, Reinigungsmittel) und Gefahrgütern
- Akquisition neuer Geschäftsfelder und KundInnen durch innovative Ideen

Wenn sie sich mit den CSR-Bereichen in Ihrem Unternehmen beschäftigen, ist es besonders hilfreich mit entsprechenden betriebswirtschaftlichen und anderen Kennzahlen zu arbeiten.

3. 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: +43/01/710 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, 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, ÖBB - Postbus GmbH.



Beitrag zum Projekt „Verantwortliches Unternehmertum“ des Bundesministeriums für Wirtschaft, www.wko.at, www.iwa.at, www.oeaw.at