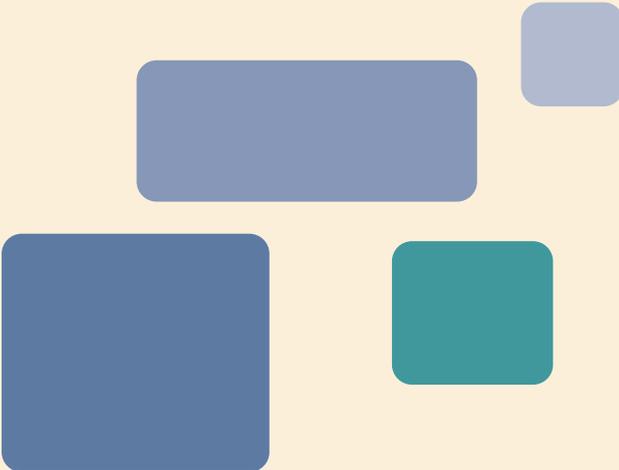


Unternehmen mit Verantwortung



**CSR-Leitfaden
Lackerzeuger und -anwender**

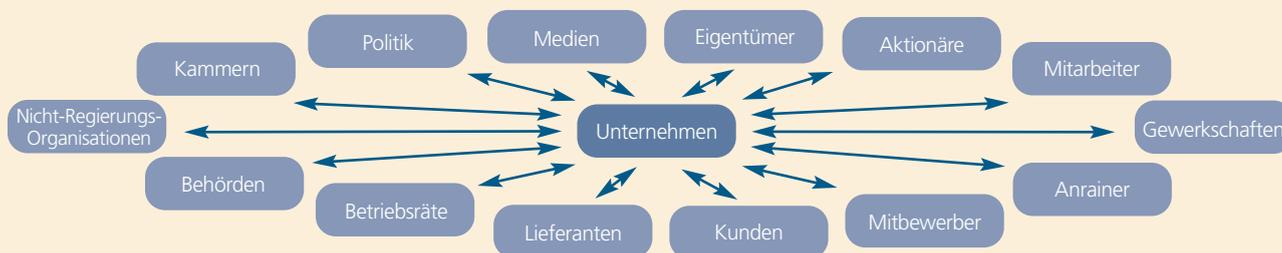


Warum diese Information?

Dieser Leitfaden soll Ihnen Anregung und Anleitung bieten, Ihre gesellschaftliche Verantwortung gezielt wahrzunehmen und nachhaltig erfolgreich einzusetzen. Eine Vielzahl von Unternehmen unterschiedlichster Branchen hat das Thema Corporate Social Responsibility (CSR) bereits in ihr Management integriert – dieser Leitfaden unterstützt speziell kleinere und mittelgroße Unternehmen, gesellschaftliche Verantwortung in ihrer Unternehmensführung umzusetzen. Nicht durch Farbe und Lacke geschützte Produkte und Bauwerke (von Auto bis Holz, von Kunststoff bis Beton) hätten eine unweigerlich kürzere Nutzungs- und Lebensdauer. Beispielsweise wäre die Statik von Gebäuden und Bauwerken (Brücken, Masten, Tunnels, etc.) ohne Korrosionsschutz in ihrer Nutzungsdauer auf einen Bruchteil reduziert bzw. gar nicht nutzbar. Studien gehen davon aus, dass bis zu 7% des Bruttonationalproduktes durch mangelnden Korrosionsschutz von langlebigen Wirtschaftsgütern verloren gehen. Der volkswirtschaftliche Nutzen, der durch den Schutz und die Werterhaltung von langlebigen Wirtschafts- und Konsumgütern mittels umweltfreundlicher Lacke und Anstrichmittel erzielt wird, kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Die Lack- und Anstrichmittelbranche trägt mit ihren innovativen, modernen und umweltfreundlichen Produkten wesentlich zur Werterhaltung langlebiger Wirtschafts- und Konsumgüter bei und schafft dadurch Nachhaltigkeit. Die Karosseriefachbetriebe leisten mit der Ganz- bzw. Reparaturlackierung von Kraftfahrzeugen nach Herstellerrichtlinien unter Anwendung modernster Technologien in Verbindung mit umweltfreundlichen Materialien einen wesentlichen Beitrag zum Funktions- und Werterhalt von Kraftfahrzeugen und schonen die Umwelt durch bewussten Materialeinsatz. Tischler, Maler, Lackierer und Schilderhersteller tragen dazu bei, dass Lacke und Anstrichmittel optimal eingesetzt und umweltfreundlich angewendet werden. Dieser Leitfaden soll Unternehmen aus der Branche Ideen liefern, wie Sie gesellschaftlich verantwortlich handeln und dadurch einen nachhaltigen Nutzen für die Gesellschaft leisten können.

1. Was ist CSR?

Gesellschaftlich verantwortliches Handeln kann zu nachhaltigem Unternehmenserfolg führen! Corporate Social Responsibility (CSR) bedeutet - über gesetzliche Verpflichtungen hinaus - die freiwillige Einbindung von sozialen, ökonomischen und umweltbezogenen Belangen in die Unternehmenstätigkeit. CSR dient der Entwicklung von guten, tragfähigen Beziehungen zu allen Anspruchsgruppen (engl. stakeholder), die von Ihrem unternehmerischen Handeln betroffen sind. **Investitionen in CSR sind Investitionen in die Nachhaltigkeit.** CSR beginnt bei der Erkenntnis, dass Ihre Geschäftstätigkeit über die Produktion und den Verkauf hinausgeht. Ihr Unternehmenserfolg hängt auch von der Art des Umgangs mit allen Anspruchsgruppen ab. Die wichtigsten Anspruchsgruppen um Ihr Unternehmen sind:



2. Warum soll ich mich mit CSR beschäftigen?

Gesellschaftlich verantwortliches Handeln im Unternehmen bringt mehrfachen Nutzen! Ohne, dass Sie sich dessen bewusst sind, geschieht schon heute in Ihrem Unternehmen vieles, das einem gesellschaftlich verantwortungsvollen Management entspricht. Jedes Unternehmen hat Beziehungen zu seinem Umfeld und zu lokalen Strukturen, z.B. zu seinen Mitarbeitern, Auftraggebern und Lieferanten oder zu Anrainern, lokalen Vereinen und Organisationen. CSR versucht, dieses Geflecht von Beziehungen abzubilden und für das Unternehmen nutzbar zu machen. Weiß man über die Auswirkungen des eigenen Handelns Bescheid, kann man die Erwartungen der Anspruchsgruppen leichter abschätzen. So lassen sich effiziente und zum Unternehmen passende Ideen und Strategien entwickeln, um den Unternehmenserfolg zu steigern und gleichzeitig einen Beitrag zum Wohle der Gesellschaft zu leisten.

Das CSR-Konzept baut auf drei Säulen auf:

 **Die wirtschaftliche Säule:** Ziel jedes Unternehmens ist es, erfolgreich zu sein und wertsteigernd zu agieren. Aus dem täglichen Geschäft ergeben sich Beziehungen zu Kunden, Lieferanten, Banken, Behörden sowie Mitbewerbern und Eigentümern/Investoren. Das Einbeziehen der Erwartungen dieser Anspruchsgruppen dient dazu, stabile und verlässliche Netzwerke aufzubauen. Durch die Werterhaltung von langlebigen Investitionsgütern, deren Schutz sowie durch die ästhetische Veredlung von Oberflächen kommt die Branche diesen Ansprüchen nach. Derartige strategische Handlungen können daher ökonomische Sicherheit für das Unternehmen schaffen.

 **Die soziale Säule:** Soziale Verantwortung beeinflusst den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens positiv und kann zu Wettbewerbsvorteilen führen. Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern geht über die Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen hinaus. Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter und deren Motivation zu arbeiten sind ausschlaggebend für die Steigerung des Unternehmenswerts. Umweltfreundliche, schadstoffarme Produkte mit angenehmen Farbtönen machen überdies den Arbeitsplatz bunter.

 **Die ökologische Säule:** Durch die Umstellung auf lösemittelarme, umweltfreundliche Systeme trägt man inzwischen wesentlich zu einer verbesserten Umweltsituation bei. In weiten Bereichen wird Wasser als Lösungsmittel eingesetzt und organische Lösungsmittel wurden weitgehend reduziert (z.B. wurde das erdölabhängige Lösungsmittel durch Wasser ersetzt). Durch neue Technologien (Nanotechnologie, Pulvertechnologie, UV-härtende Systeme, etc.) konnten positive Effekte für die Umwelt erzielt werden.



Die CSR-Bereiche

Lackerzeuger und -anwender

1. Unternehmensführung

- Aktives Bemühen, hohe Standards anzuwenden
- Maßnahmen zur Erhebung von Qualität und Qualitätskontrolle
- Sicherstellung der Kundenorientierung
- Dialog mit Anspruchsgruppen
- Maßnahmen zur Erhöhung der Transparenz
- Faires Verhalten – ethische Grundsätze
- Unterstützung sozialer, ökologischer und kultureller Aktivitäten in der Gemeinde/lokaler Initiativen/Sponsoring, indem Firmenmaterial zur Verfügung gestellt wird
- Angebot von Ausbildungseinrichtungen, Führungen durch und Information über das Unternehmen
- Nutzung lokaler Ressourcen und Produkte (wenn möglich)
- Einhaltung der Gesetze

2. Mitarbeiter

- Maßnahmen zur Steigerung der Motivation
- Schulung der Mitarbeiter im Umgang mit neuesten Technologien
- Maßnahmen zur Steigerung der Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
- Bereitstellung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Maßnahmen zur Lehrlingsförderung
- Förderung gegenseitiger Toleranz; Vorgehen gegen Diskriminierung jeder Art
- Innerbetriebliches Vorschlagswesen
- Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten der Mitarbeiter
- Bemühung um flexible und faire Arbeitszeit
- Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Erhöhung der regionalen Wertschöpfung durch Einstellung lokaler Arbeitskräfte
- Förderung von gesunder Ernährung und sportlichen Aktivitäten der Mitarbeiter

3. Kunden

- Anwendung von fairen Geschäfts-, Vermarktungs- und Werbepraktiken
- Förderung einer offenen Informationspolitik
- Beachtung der Vertragstreue
- Einhaltung des Datenschutzes
- Reklamationshandhabung
- Maßnahmen zur Erhöhung von Service und Beratungsqualität

4. Lieferanten

- Anwendung von fairen Geschäftspraktiken
- Einhaltung von Vertragstreue
- Bereitstellung objektiver und zuverlässiger Informationen
- Sicherstellung fairer, nachhaltiger Vertragsbedingungen (z.B. Zahlungsmoral)
- Umweltverträglicher Einkauf

5. Umwelt

- Einsatz energiesparender Technologien
- Abfallvermeidung und fachgerechte Entsorgung
- Recycling als Prinzip
- Minimierung von Emissionen in Boden, Luft und Wasser
- Berücksichtigung von Umweltüberlegungen bei der Produktgestaltung
- Einsatz von möglichst lösungsmittelarmen Beschichtungssystemen

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

3. Wie gehe ich vor?

Zu diesen Punkten können Sie konkrete Maßnahmen setzen. Vieles davon wird in Ihrem Unternehmen bereits verwirklicht, ohne dass Sie sich bewusst sind, bereits CSR-Maßnahmen zu setzen. Am einfachsten ist es aufzuschreiben, was in Ihrem Unternehmen im jeweiligen Bereich schon passiert, und den genannten Punkten zuzuordnen. Sie erkennen dadurch Ihre Stärken und Potentiale. Überlegen Sie sich – gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern – entsprechende Maßnahmen, die machbar und finanzierbar sind und zu Ihrem Unternehmen passen. Bei der Ideenfindung ist auch der Vergleich mit anderen Unternehmen hilfreich. Zusätzlich wurde daher eigens für Klein- und Mittelbetriebe ein **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 in 10 Minuten Ihr gesellschaftlich verantwortungsvolles Unternehmertum testen können. Eine Übersicht über Maßnahmen anderer Unternehmen Ihrer Branche, den CSR-Selbsttest und den CSR-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, Dokumentation der Maßnahmen, Dialog nach innen und Kommunikation nach außen.

4. Bewerten und Handeln

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

In regelmäßigen 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 erkannt und korrigiert werden und vorbeugende Maßnahmen gesetzt werden.

Hinweis: Eine Sammlung von Konventionen und Richtlinien (z.B. Responsible Care, etc.), die für Ihre Branche relevant sind, steht Ihnen unter www.csrleitfaden.at zum Download bereit.

Sämtliche Bezeichnungen in diesem Leitfaden gelten selbstverständlich für beide Geschlechter gleichermaßen, wenn auch die einzelnen Bezeichnungen nur in der männlichen Form wiedergegeben werden.

Weitergehende Information:

respACT austria, Plattform der Unternehmen für nachhaltiges Wirtschaften und verantwortungsvolles Handeln – steht für responsible ACTion. Unsere Serviceleistungen für Mitglieder inkludieren Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Erfahrungsaustausch sowie Wissenstransfer und Bildung.

Informationen online oder telefonisch:

www.respect.at

Telefon: +43/(0)1/710 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 Soziales und Konsumentenschutz und 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** Anna Spinka, **Fd.I.v.** Roman H. Mesicek, respACT austria, **grafisches Konzept** alphaaffairs, www.alphaaffairs.at, **Fotos** istockphoto.com



Beihilfe nach der Richtlinie „Jahresbilanzielle Qualitätsprüfung“ des Bundesministeriums für Wirtschaft, www.alphaaffairs.at, 1010 WIEN