

INPUT / CHECKLISTE

Gewusst wie:

Corporate Social Responsibility (CSR)

Jede Unternehmung trägt eine gesellschaftliche Verantwortung, engl. Corporate Social Responsibility (CSR). Das CSR-Konzept trägt zur langfristigen Wettbewerbsfähigkeit bei und berücksichtigt die Interessen der Anspruchsgruppen der Unternehmung (Stakeholder) in den drei Verantwortungsbereichen ökonomischer Erfolg, soziale Verantwortung, Ökologie.

Handelsunternehmen stehen als Bindeglied zwischen Industrie und Konsumenten tagtäglich im öffentlichen Rampenlicht. Diese unmittelbare Kundennähe unterstreicht die elementare Bedeutung einer glaubwürdigen CSR- und Nachhaltigkeitspolitik. Die tadellose Reputation des Detailhändlers bei allen wichtigen Bezugsgruppen ist ein gewichtiger strategischer Erfolgsfaktor.

Die folgende Checkliste will dazu Gedankenanstöße und beispielhaft aufdecken helfen, wo ein Unternehmen Verantwortung trägt, was im Unternehmen bereits verwirklicht ist, wo noch interessante Potenziale liegen und wie die CSR-Umsetzung angegangen werden kann.

► Primäre Ziele

Was wollen wir mit welcher Intensität erreichen?

- Eine Reaktion auf ökologische und/oder soziale Risiken, die den Wert und die Reputation des Unternehmens reduzieren könnten?
- Einen aktiven Einsatz zur Verbesserung von strategischen Chancen erbringen?
- Innovationen fördern?
- Eine Vorreiter- oder Vorbildrolle übernehmen?
- Einen Beitrag für die Wirtschaft und Gesellschaft leisten?

► Definitionen der Inhalte der einzelnen fünf CSR-Bereiche

1. Unternehmungsführung

- Qualität
- Zuverlässigkeit
- Kundenorientierung
- Dialogbereitschaft
- Einhaltung ethischer Grenzen
- unternehmerische Ehrlichkeit
- gesellschaftliches Engagement
- soziales Engagement
- Nutzung lokaler Ressourcen/Produkte
- Innovationsbereitschaft
- Fairer Umgang mit Mitbewerbern
- weitere unternehmensrelevante Punkte

2. Mitarbeitende

- Faire Entlohnung
- Arbeitsplätze für lokale Bevölkerung
- Motivation
- Arbeitsschutz
- Aus- und Weiterbildung
- Chancengleichheit Mann/Frau
- Arbeitschancen für Wiedereinsteiger/-innen
- Lehrstellenangebot
- Vereinbarkeit Beruf/Familie
- Toleranz
- Vorgehen gegen Diskriminierungen
- Vorschlagswesen
- weitere unternehmensrelevante Punkte

3. Kunden

- Verantwortungsvolle Geschäftspraktiken
- Lautere Werbung
- Faires Preis-/Leistungsverhältnis
- Offene Informationspolitik
- Reklamationsbehandlung
- Produktsicherheit
- Datenschutz
- Beratung und Service
- weitere

4. Lieferanten

- Verantwortungsvolle Geschäftspraktiken
- Vertragstreue
- objektive/zuverlässige Informationen
- Zahlungsmoral
- Nutzung lokaler Bezugsquellen
- weitere unternehmensrelevante Punkte

5. Umwelt

- Weitgehende Schonung natürlicher Ressourcen
- optimierte Logistik
- Einsatz erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger
- Optimierung des Verpackungsmanagements
- optimierter Wasserverbrauch
- Recycling als Prinzip
- verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien
- Minimierung von Schadstoffemissionen
- Einkauf von umweltverträglichen Produkten
- weitere unternehmensrelevante Punkte

► Ist-Zustand/Visionen

Wo stehen wir heute mit unserer Unternehmung und wo wollen oder müssen wir in Zukunft zu stehen kommen?

- Vision der unternehmerischen Zukunft
- Jetziges Kerngeschäft der Unternehmung
- Auswirkungen auf die fünf CSR-Bereiche
- Unterschiede zur Konkurrenz
- Nutzen für die Anspruchsgruppen
- weitere unternehmensrelevante Punkte

▶ **Dokumentation**

Sammlung aller jetzt zur Verfügung stehenden Fakten, Kennzahlen und Daten. Definition der zukünftig benötigten CSR-Daten, wie beispielsweise Weiterbildungstage der MA, Logistik-Daten usw.

- Bestehende Unternehmenszahlen
- Für CSR zusätzlich benötigte Informationen

▶ **Definition der Anspruchsgruppen**

Beschreibung der prägenden Eigenschaften, Rahmenbedingungen usw. der für die Unternehmung wichtigen Anspruchsgruppen.

- Mitarbeitende
- Kunden
- Lieferanten
- Behörden
- Konkurrenz
- Anwohner
- Eigentümer/Besitzer
- Investoren
- ▶ Medien
- ▶ weitere

▶ **Risiken**

Bei diesem Punkt geht es primär darum, das bestehende Risikoprofil der Unternehmung möglichst genau und offen abzubilden.

- ▶ Steht unser Unternehmen in der Kritik?
- ▶ Welche Kritik könnte in Zukunft laut werden?
- ▶ Welche Veränderungen könnten dazu führen?
- ▶ weitere unternehmensrelevante Risikofaktoren

▶ **Massnahmen**

Welche Massnahmen können sofort (mit bestehenden Mitteln) angegangen werden? Erfahrungsgemäss ist das bereits eine ansehnliche Menge... Welche Massnahmen müssen genauer abgeklärt und definiert werden? Wo sind Konsequenzen zu erwarten und welche Grenzen müssen wir uns sinnvoller Weise setzen?

- ▶ Welche Massnahmen müssen sofort ergriffen werden?
- ▶ Welche Massnahmen müssen wir mittel- oder längerfristig ergreifen?
- ▶ Welche Folgen werden daraus entstehen?
- ▶ Welche Handlungsspielräume stehen uns jeweils zur Verfügung?

- ▶ Müssen zusätzliche Handlungsspielräume geschaffen werden?
- ▶ Welche Grenzen müssen wir sinnvoller Weise ziehen?
- ▶ Welche Konsequenzen könnten daraus entstehen?
- ▶ weitere unternehmensrelevante Punkte

▶ **Kommunikation**

In diesem Bereich wird die Kommunikation nach innen und aussen objektiv (ev. unter Bezug neutraler externer Stellen) einer sorgfältigen Analyse unterzogen.

- ▶ Wie gut kommunizieren wir unsere CSR?
- ▶ Wo liegen Verbesserungschancen?
- ▶ Wie gut ist die interne Kommunikation?
- ▶ Wissen unsere Mitarbeitenden warum wir was tun?
- ▶ Kennen sie ihre persönlichen Beiträge und Möglichkeiten?
- ▶ Wie steht es bei den anderen Bezugsgruppen?

▶ **Quelle und Tipps:**

Die obige Checkliste lehnt sich an die hervorragenden Unterlagen und Ratgeber der österreichischen CSR-Profis respACT. respACT - austrian business council for sustainable development ist die führende Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltige Entwicklung in Österreich. Der Verein entstand im Oktober 2007 aus der Zusammenführung der beiden Organisationen Austrian Business Council for Sustainable Development (ABCSD) und respACT austria. Die Mission: Der Verein unterstützt die Mitgliedsunternehmen dabei, ökologische und soziale Ziele ökonomisch und eigenverantwortlich zu erreichen.

- ▶ **Sehr besuchenswert ist die respACT-Website mit wertvollen Checklisten, Selbsttests, Praxisbeispielen und Arbeitsblättern: www.csrleitfaden.at**

respACT, Herrengasse 6-8/6/1/3, 1010 Wien, Telefon: +43/1/7101077-0, Fax: +43/1/7101077-19, E-Mail: office@respact.at

*Publiziert im SIU-Magazin UP, 2008, Nr. 1. Redaktion: Tobler+Tobler, CH 3047 Bremgarten
www.siu.ch / www.tobler-tobler.ch*