

Unternehmen mit Verantwortung



**CSR-Leitfaden
Papier/Druck/Buchbinder**



Warum diese Information?

Papier und alle damit verbundenen Bereiche vom Buchbinder, über den Drucker, Etuierzeuger, Kartonagenwarenerzeuger bis hin zur Papierindustrie und der papierverarbeitenden Industrie, sind in ihrer Funktionalität unersetzlich. Dies zeigt sich auch in der Vielfalt der Unternehmen, die mit Papier mittelbar oder unmittelbar zu tun haben. Für die Österreichische Wirtschaft sind gerade diese Unternehmen von großer Bedeutung. Aber nicht nur für die Wirtschaft ist dieser Bereich unersetzlich, gerade Druckerein und Buchbinder leisten auch einen bedeutenden Beitrag für Österreichs Kultur. In dieser Dynamik tragen Sie als UnternehmerIn Verantwortung für die Auswirkungen Ihrer Tätigkeiten auf Ihre gesellschaftliche Umgebung und Umwelt. In diesem Bewusstsein können Sie dazu beitragen, die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Kriterien mitzugestalten und umzusetzen. **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 leistet einen Beitrag zu Ihrem langfristigen Unternehmenserfolg! Unterstützung dafür bietet das Konzept Corporate Social Responsibility (CSR), die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. CSR ist die freiwillige Einbindung von sozialen, ökonomischen und umweltbezogenen Belangen in Ihre Unternehmenstätigkeit, wodurch ein wirtschaftlicher Erfolg erzielt werden kann. Besonders Ihnen, als UnternehmerIn in diesem Bereich, bietet sich eine Vielzahl an Möglichkeiten mit CSR-Konzepten unternehmerisch in eine nachhaltige Zukunft zu gehen. **Investitionen in CSR sind Investitionen in die Zukunft!**

2. Warum soll ich mich mit CSR beschäftigen?

Gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen bringt mehrfachen Nutzen! Sich als UnternehmerIn gegenüber der Gesellschaft verantwortlich zu verhalten, bringt Sicherheit für Ihr Unternehmen – wie zahlreiche Studien und Beispiele erfolgreicher Unternehmen beweisen. Gute und tragfähige Beziehungen zu allen gesellschaftlich relevanten Gruppen für Ihr Unternehmen, den sogenannten Interessengruppen (engl.: stakeholder), sind der beste Garant für wirtschaftlichen Erfolg. Schon die Auseinandersetzung mit der Frage, wer vom Handeln des Unternehmens direkt oder indirekt betroffen ist, bringt Vorteile. Mit wem haben Sie schon gute, tragfähige Beziehungen? Mit wem noch gar keinen Kontakt? Mit wem sollten Sie unbedingt ins Gespräch kommen? Gibt es mögliche „Gefahren“ und Kritik gegenüber dem Unternehmen? Der gemeinsame Umgang mit allen rund um das Unternehmen beteiligten Akteuren, hilft ganz besonders, potenzielle Gefährdungen im Vorfeld zu erkennen und rechtzeitig zu entschärfen. In Ihrer Branche verkaufen Sie Produkte oder bieten Dienstleistungen an, mit denen jeder Mensch täglich konfrontiert ist – Sie bieten konkreten unmittelbaren Nutzen. Papier ist Arbeitsgerät, Verpackung, genauso wie Spielzeug, Kommunikationsmittel oder Kunst. In diesem Beziehungsgeflecht liegt die Verantwortung, soziale und gesellschaftliche Werte zu transportieren. Durch die Umsetzung von CSR-Maßnahmen wird Ihr Unternehmen zum Träger eines dynamischen Innovationsprozesses, denn diese Maßnahmen können alle Unternehmensbereiche betreffen:

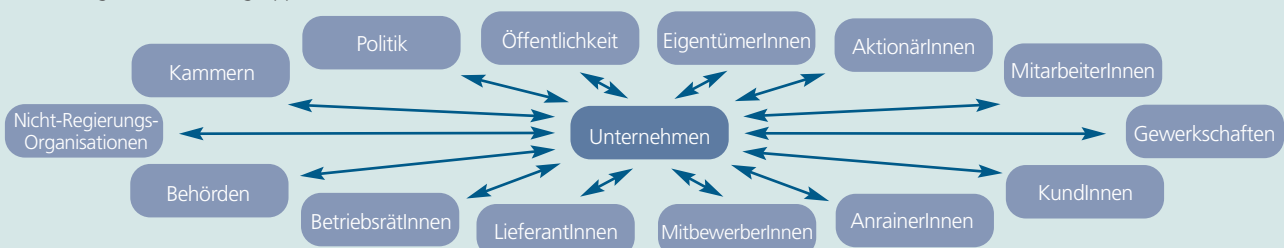
- Produkte
- Dienstleistungen
- KundInnen
- Wettbewerbsfähigkeit
- Handel
- MitarbeiterInnen
- Beziehungen zu Gruppen außerhalb des Unternehmens
- Image
- Zukunftssicherung
- Wertsteigerungspotential
- Rechtssicherheit
- Vorbildwirkung

Die Umsetzung von verantwortlichem Handeln in Ihrem Unternehmen und die Kommunikation dieser Aktivitäten können Sie auch als Marketinginstrument einsetzen. So gelingt es Ihnen, CSR für Ihr Image gewinnbringend zu nutzen, indem Sie sich positiv gegenüber MitbewerberInnen und KundInnen abheben.

3. Wo beginnt CSR?

CSR beginnt bei der Erkenntnis, dass Ihre Geschäftstätigkeit über Herstellung, bzw. Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, sowie Service hinausgeht. Sie umfasst auch die Art des Umgangs mit allen Interessengruppen, die von Ihrer Geschäftstätigkeit betroffen sind.

Die wichtigsten Interessengruppen Ihres Unternehmens sind:



Der Umgang mit den Interessengruppen hat entscheidende und unmittelbare Rückwirkung auf Ihre Geschäftstätigkeit, denn die Motivation Ihrer MitarbeiterInnen, die Zufriedenheit Ihrer KundInnen, die Verlässlichkeit ihrer Zulieferkette und die Zufriedenheit der InvestorInnen sind für Ihren zukünftigen Geschäftserfolg ausschlaggebend.



Die CSR-Bereiche

Papier/Druck/Buchbinder

1. Unternehmensführung

- Qualität als Grundsatz
- Zuverlässigkeit
- Verbraucherorientierung
- Dialog mit Interessengruppen
- Transparenz
- Engagement für Belange der Gesellschaft
- Aktives Auftreten gegen Korruption
- Unterstützung sozialer Aktivitäten
- Steuerehrlichkeit
- Schutz geistigen Eigentums
- Nutzung lokaler Ressourcen und Produkte
- Gebäude u. Einrichtung nach ökolog. und baubiolog. Kriterien

2. MitarbeiterInnen

- Schaffung von Arbeitsplätzen für die lokale Bevölkerung
- Motivation
- Arbeitsschutz und Gesundheit der MitarbeiterInnen
- Bereitstellung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Chancengleichheit von Mann und Frau
- Arbeitschancen für WiedereinsteigerInnen
- Förderung gegenseitiger Toleranz; Vorgehen gegen Diskriminierung jeder Art
- Lehrlingsausbildung
- Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Eingehen auf individuelle Lebensplanungen
- Innerbetriebliches Vorschlagswesen
- Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten der MitarbeiterInnen
- Bemühung um flexible Arbeitszeiten
- Einhaltung der kollektivvertraglichen Bestimmungen
- Verringerung der Arbeitsplatzbelastung durch Lärm und Schadstoffe
- Gesundheitsüberlegungen bei Tag- und Nachtschichtwechseln
- Bioküche: Kantine mit Produkten aus regionalem Bioanbau / fairem Handel

3. KundInnen

- Anwendung von verantwortungsvollen Geschäfts-, Vermarktungs- und Werbepraktiken
- Offene Informationspolitik
- Vertragstreue
- Datenschutz
- Einhaltung von Haftungen im Bereich KonsumentInnenschutz
- Reklamationshandhabung
- Bemühen um die Sicherheit und Gesundheit der KundInnen
- Faires Preis-Leistungsverhältnis
- Verbraucherinformationen

4. LieferantInnen

- Anwendung von verantwortungsvollen Geschäftspraktiken
- Vertragstreue
- Bereitstellung objektiver und zuverlässiger Informationen
- Zahlungsmoral
- Reklamationshandhabung
- Nutzung lokaler Ressourcen und Produkte in der Zulieferkette
- soziale Verantwortung der Zulieferbetriebe als ein Auswahlkriterium
- Überprüfung der LieferantInnen auf Herkunft der Rohstoffe

5. Umwelt

- Weitgehende Schonung der natürlichen Ressourcen
- Optimierung des Anteils ökologischer Transportmittel (Bahn/Schiff)
- Einsatz erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger
- Erhaltung der Vielfalt von Lebensräumen und Arten
- Durchgängiges Abfallwirtschaftskonzept
- Bestmögliche Müllvermeidung
- Verpackungsoptimierung
- Verwendung von umweltfreundlichen Produkten
- Sammlung und Recycling von chemischen Reststoffen
- Minimierung von Schadstoffemissionen
- Wiederverwertbarkeit der Produkte
- Förderung von Natur- und Ökolabels, wie etwa FSC, PEFC, oder ähnlichen
- Soweit wie möglich Produktion nach den Richtlinien des Österreichischen Umweltzeichens und anderen Richtlinien
- Optimierung von abwasserrelevanten Prozessen (z.B.: Kühlwasserrückführung, Trinkwassereinsparung)
- Verwendung von Reinigungsmitteln auf pflanzlicher Basis
- Strom aus erneuerbaren Energiequellen

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: +43/01/710 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, **F.d.l.v.** Roman H. Mesicek, respACT austria, **grafisches Konzept** com_unit Agentur für Kommunikation, www.comunit.at, **Fotos** istockphoto.com, gugler cross media.



Beitrag zum Projekt „Verantwortliches Unternehmertum“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, 2008/09