

Erfolg mit Verantwortung

Ein Leitbild für zukunftsfähiges Wirtschaften

www.respect.at/csrleitbild

Initiatoren des Leitbildes:

respACT
austrian business council
for sustainable development

iv INDUSTRIELLEN
VEREINIGUNG

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

Gefördert von:

bmwfi
Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend

bmask
BUNDEMINISTERIUM FÜR
ARBEIT, SOZIALES UND
KONSUMENTENSCHUTZ


BUNDEMINISTERIUM FÜR
BILDUNG, WISSENSCHAFT UND
FORSCHUNG

respACT
austrian business council
for sustainable development



Erfolg mit Verantwortung 5

Handlungsfelder im Unternehmen 13

—— Handlungsfeld 1 – Führung und Gestaltung - 17

—— Handlungsfeld 2 – Markt - 23

—— Handlungsfeld 3 – MitarbeiterInnen - 29

—— Handlungsfeld 4 – Umwelt - 35

—— Handlungsfeld 5 – Gesellschaft - 41

Glossar, Index, Links 48

Wie ist das Leitbild entstanden? 58

Grau dargestellte Wörter kennzeichnen Begriffe,
die im Glossar ab Seite 48 weiter ausgeführt werden.

Erfolg mit Verantwortung

Ein Leitbild für zukunftsfähiges Wirtschaften

Dieses Leitbild unterstützt Unternehmen, ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen. Es richtet sich an alle österreichischen Unternehmen und bietet ihnen einen Katalog von Zielen für verantwortungsvolles Wirtschaften anhand von fünf Handlungsfeldern: Führung und Gestaltung, Markt, MitarbeiterInnen, Umwelt, Gesellschaft. Unternehmen können das Leitbild für sich übernehmen und es zur schrittweisen Umsetzung ebenso nützen wie für die systematische Dokumentation ihres Engagements.

Das Leitbild wurde 2009 in einem offenen und transparenten Prozess von VertreterInnen von Unternehmen erstellt. Die Inhalte wurden davor ausführlich mit ihren Stakeholdern diskutiert. Damit hat der Leitbildprozess zwei wichtige Ergebnisse: das vorliegende Dokument, das sich als Meilenstein in der Diskussion der gesellschaftlichen Verantwortung österreichischer Unternehmen versteht, sowie den offenen Dialog darüber, der sicherlich über die Veröffentlichung des Leitbildes hinaus weitergeführt wird.

Warum müssen sich Unternehmen mit ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft auseinandersetzen?

Unternehmen beeinflussen mit ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit – ihren Produkten, Dienstleistungen und Arbeitsplätzen – auf vielfältige Weise das Leben der Menschen und die Umwelt. Daher tragen sie auch weitreichende Verantwortung nicht nur für ökonomische, sondern auch für soziale und ökologische Folgen ihres Handelns. Umgekehrt sind Unternehmen auch selbst von gesellschaftlichen Entwicklungen –

etwa demografischen Trends und ökologischen Herausforderungen wie dem Klimawandel – unmittelbar betroffen.

Unternehmen, die ihre Verantwortung bewusst wahrnehmen, suchen nach Möglichkeiten, um etwaige negative Auswirkungen ihrer Tätigkeit zu minimieren und aktiv zur Lösung von akuten Problemen beizutragen. Sie berücksichtigen bei ihren Entscheidungen nicht nur ökonomische Ziele, sondern im Sinn der **Nachhaltigen Entwicklung** auch die Bedürfnisse künftiger Generationen.

Welche Rolle spielen verantwortungsvolle Unternehmen in der Gesellschaft?

Wirtschaftlich erfolgreiche und wettbewerbsfähige Unternehmen tragen durch ihre Wertschöpfung und Gewinne wesentlich zur Weiterentwicklung einer Gesellschaft bei. Sie versorgen diese nicht nur mit Produkten und Dienstleistungen, sondern auch mit Arbeitsplätzen, Innovationen und sozialer Stabilität.

Verantwortungsvolles und zukunftsfähiges Wirtschaften zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass

- sich unternehmerische Entscheidungen an gesellschaftlichen Werten und **ethischen Grundsätzen** orientieren
- die Innovationskraft des Unternehmens dorthin geleitet wird, wo gesellschaftliche Herausforderungen zu lösen sind
- das Unternehmen sich als Teil der Gesellschaft sieht, im Dialog mit seinen **Stakeholdern** steht und transparent und offen handelt
- unternehmerische Entscheidungen laufend reflektiert und deren lokale, regionale und globale Auswirkungen beachtet werden

Wie kann mein Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung konkret umsetzen?

Ein häufig gebrauchter Fachausdruck für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist **Corporate Social Responsibility**, kurz **CSR**. Der Begriff steht für eine unternehmerische Praxis, die soziale Gerechtigkeit und ökologische Verantwortung mit ökonomischen Zielen verbindet: systematisch, nachvollziehbar, transparent und freiwillig.

Die Europäische Kommission definiert CSR als den selbst verantworteten Beitrag der Unternehmen zur **Nachhaltigen Entwicklung**, mit dem sie eine Verbesserung der Lebensumstände aller Menschen – und damit auch der eigenen Rahmenbedingungen – anstreben. CSR kann in Unternehmen jeder Größe und Branche umgesetzt werden: in multinationalen Konzernen ebenso wie in Klein- und Mittelbetrieben.

CSR nach gängigem Verständnis

- ist ein integraler Bestandteil der Geschäftstätigkeit und wirkt sich auf alle unternehmerischen Entscheidungen und Unternehmensbereiche aus
- setzt die Einhaltung von Gesetzen und die Wahrung der **Menschenrechte** voraus
- ist Führungsaufgabe und braucht strategische Verankerung,
- erfordert eine systematische Umsetzung und Evaluierung in Form eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses

Welche Ergebnisse lassen sich mit verantwortungsvollem Wirtschaften erzielen?

Verantwortungsvolles Wirtschaften schafft einen Mehrwert für die Gesellschaft, weil Unternehmen mit Verantwortung helfen, soziale oder ökologische Herausforderungen zu bewältigen:

- **MitarbeiterInnen:** Unternehmen verbessern die Lebensqualität ihrer MitarbeiterInnen, indem sie auf Maßnahmen wie *Work-Life-Balance* oder Vereinbarkeit von Familie und Beruf achten.
- **Partnerschaften im regionalen Umfeld:** Unternehmen stärken den gesellschaftlichen Zusammenhalt durch die Förderung von *Freiwilligenarbeit*, die Unterstützung von Vereinen und Partnerschaften mit Organisationen in ihrem Umfeld.
- **Beseitigung von Benachteiligungen:** Wie sich Unternehmen für – beispielsweise – weibliche, ausländische oder ältere Beschäftigte einsetzen, hat Vorbildwirkung über die Unternehmensgrenzen hinaus.
- **Lösung ökologischer Probleme:** Durch Effizienzsteigerungen und Innovationen tragen Unternehmen dazu bei, Umweltproblemen wie dem Klimawandel aktiv entgegenzuwirken.
- **Vorsorge für künftige Generationen:** Die Förderung von Aus- und Weiterbildung sichert nicht nur den Unternehmen, sondern auch den einzelnen Personen eine erfolgreiche Zukunft.
- **Gerechtigkeit in der globalisierten Marktwirtschaft:** Durch verantwortungsvolles Handeln leisten Unternehmen einen Beitrag zur fairen Gestaltung der Globalisierung.

Das aktive Wahrnehmen gesellschaftlicher Verantwortung macht Unternehmen stabiler und sichert ihnen *gesellschaftliche Akzeptanz*. Das Vertrauen, das die Menschen solchen Unternehmen entgegenbringen, stärkt die gesamte Wirtschaft und damit wiederum die einzelnen Unternehmen.

Verantwortungsvolles Wirtschaften im Sinne dieses Leitbildes bringt auch den Unternehmen erkennbaren Nutzen:

- **Die Mitarbeitermotivation steigt:** Gelebte Verantwortung erhöht die Motivation und Leistungsbereitschaft der Belegschaft, die Identifikation mit dem Unternehmen und wirkt sich insgesamt positiv auf die Unternehmenskultur aus. Als attraktive Arbeitgeber sichern sich Unternehmen mit Verantwortung die besten Köpfe auf dem Arbeitsmarkt und halten qualifizierte MitarbeiterInnen.
- **Die Kundenbindung wächst:** Eine soziale und ökologische Ausrichtung des Unternehmens ist der Schlüssel zu den KonsumentInnen der Zukunft, die immer mehr nach nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen verlangen. Mit dem Vertrauen der KundInnen in das Unternehmen steigt auch ihre Markenbindung.
- **Risiken sinken:** Ein gesteigertes Vertrauen in die Wirtschaft und in das eigene Unternehmen minimiert Risiken oder schließt sie bereits von vornherein aus. Tragfähige Wertschöpfungsketten, transparente Unternehmenskommunikation und eine effiziente Nutzung von Ressourcen schützen die Reputation des Unternehmens, während die Kenntnis der gesellschaftlichen Anforderungen und Marktentwicklungen neue Perspektiven zur Risikoreduktion eröffnet.

- **Innovationen entstehen:** Wenn Unternehmen im Rahmen ihres Kerngeschäftes nach Lösungen für gesellschaftliche und ökologische Probleme streben, erhöhen sie ihr Innovationspotenzial und ihre Zukunftsfähigkeit. Unternehmen, die sich mit den Anforderungen der Märkte und der Gesellschaft früher als andere auseinandersetzen, erhalten neue Impulse und erlangen eine führende Position im Technologiewettbewerb.
- **Wettbewerbsvorteile werden geschaffen:** CSR trägt zu einer starken Positionierung der Marke bei und verbessert die Reputation des Unternehmens. Effizienzsteigerungen und Synergieeffekte bei gleichzeitigen Kosteneinsparungen sind zusätzliche Wettbewerbsvorteile nachhaltigen Wirtschaftens. Weil Unternehmen mit Verantwortung den Informationsanforderungen ihrer Stakeholder und Investoren rasch und umfassend entsprechen, werden sie für diese attraktive Partner. Mit ihren nachhaltigen Geschäftsmodellen sind sie weiters auf den Finanzmärkten erfolgreich.

Verantwortungsvolles Wirtschaften schafft **gemeinsamen Mehrwert**, weil es gleichzeitig dem Unternehmen und der Gesellschaft Nutzen bringt. Unternehmen mit Verantwortung suchen entlang der Wertschöpfungskette, wo es Zusammenhänge zwischen ihren Produkten bzw. Dienstleistungen und den für sie relevanten gesellschaftlichen Themen gibt. Sie verknüpfen also ihre sozialen und ökologischen Aktivitäten eng mit dem Kerngeschäft, um in die Gesellschaft einzubringen, was sie besonders gut können.

HANDLUNGSFELDER IM UNTERNEHMEN

Handlungsfelder im Unternehmen

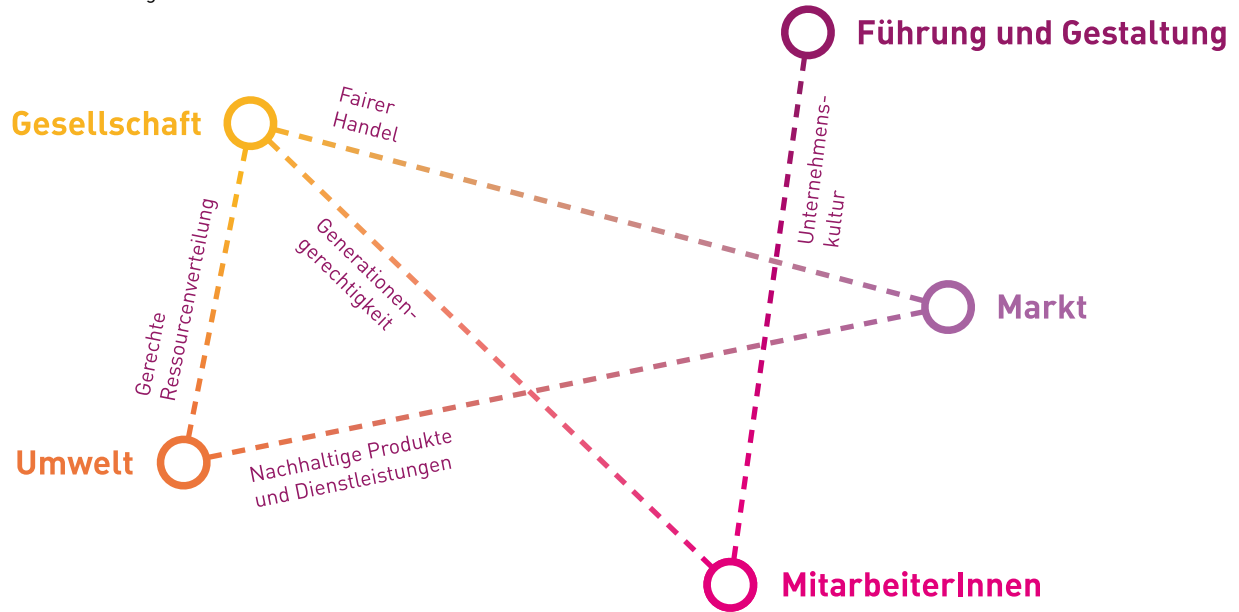
Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen wird in diesem Leitbild an fünf Handlungsfeldern dargestellt:

- 1 Führung und Gestaltung
- 2 Markt
- 3 MitarbeiterInnen
- 4 Umwelt
- 5 Gesellschaft

Zu jedem Handlungsfeld beschreibt das Leitbild vier konkrete Anwendungsgebiete, jeweils mit einer kurzen Einleitung und einer Aufzählung konkreter, besonders zu beachtender Ziele. Manche Ziele werden für Ihr Unternehmen nicht relevant scheinen. Wenn Sie alle Punkte durchgehen, können Sie jedoch vielleicht wichtige Hinweise für die Risikovorsorge oder für neue unternehmerische Chancen erhalten.

Auf der Webseite www.respect.at/csrleitbild sind mehr als 100 Praxistipps zu den Handlungsfeldern und Anwendungsgebieten verfügbar.

Die fünf Handlungsfelder, die Anwendungsgebiete und die einzelnen Ziele sind nicht isoliert zu verstehen, sondern stehen in Bezug zueinander. Die folgende Grafik zeigt beispielhaft einige thematische Verbindungen zwischen den fünf Handlungsfeldern. So zeigt die Verbindungslinie zwischen Markt und Gesellschaft mit dem Thema „Fairer Handel“ einen Bezug beider Handlungsfelder zueinander auf.



HANDLUNGSFELD 1 - FÜHRUNG UND GESTALTUNG

Handlungsfeld 1 – Führung und Gestaltung



Führung und Gestaltung ist eine anspruchsvolle Aufgabe, die Erfahrung und Menschenkenntnis erfordert. Häufig prägen EigentümerInnen und Führungskräfte die gesamte Kultur eines Unternehmens, die gelebten Werte und die daraus resultierenden Anreizsysteme und Karrierechancen. Verantwortungsvolles Wirtschaften braucht das Bekenntnis und das Vorbild der Unternehmensspitze, wenn es ernst genommen und konsequent gelebt werden soll.

1.1 Unternehmenskultur und Vorbildwirkung

Verantwortungsvolles Wirtschaften braucht das Engagement aller Gruppen im Unternehmen – beginnend mit den Führungskräften bzw. EigentümerInnen. Ihr aktives Bekenntnis zu CSR und ihr Handeln nach den definierten Grundsätzen fördern eine Unternehmenskultur der Nachhaltigkeit und damit die Umsetzung im gesamten Unternehmen. Wenn MitarbeiterInnen die Werte des Unternehmens kennen und mittragen, erhöht sich ihre Zufriedenheit und das Unternehmen wird am Arbeitsmarkt attraktiver.

Unternehmen mit Verantwortung ———

- haben EigentümerInnen bzw. Führungskräfte, die sich zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung bekennen und das Bewusstsein dafür auf allen Unternehmensebenen fördern
- nehmen CSR-Aspekte in ihr Leitbild auf und halten ihr Wertesystem schriftlich fest
- orientieren sich an den Grundsätzen der guten Unternehmensführung
- gestalten Anreizsysteme so, dass sie den Zielen Nachhaltiger Entwicklung entsprechen
- streben nach einer Unternehmenskultur der Wertschätzung und Offenheit

1.2 Strategie, Umsetzung und Risikomanagement

Verantwortungsvolles Wirtschaften kann nicht an eine einzelne Person oder Abteilung delegiert werden, sondern muss zum Handlungsprinzip für alle Ebenen des Unternehmens werden. Wer CSR konsequent im Unternehmen verankern will, muss mit der Ausrichtung der Unternehmensstrategie beginnen, Maßnahmen umsetzen und deren Erfolg evaluieren. Damit werden kontinuierliche Verbesserungen erzielt und Lerneffekte geschaffen.

Unternehmen mit Verantwortung ———

- integrieren CSR in ihre Unternehmensziele und entwickeln Strategien, um dadurch den Unternehmenserfolg zu steigern
- etablieren messbare Kriterien, führen regelmäßige Evaluierungen durch und setzen aufgezeigte Verbesserungsmöglichkeiten konsequent um
- analysieren interne und externe Risiken regelmäßig und sorgen für Prävention, Reduktion und Kontrolle von sozialen und ökologischen Risiken
- entwickeln Sozial- und Umweltprogramme und setzen diese konsequent um

1.3 Kommunikation und Transparenz

Unternehmen, die erfolgreich ihre Verantwortung wahrnehmen, genießen besonderes Vertrauen und hohe Glaubwürdigkeit. Der Weg zu diesem Wettbewerbsvorteil ist nicht einfach: Im Blick der Öffentlichkeit stehen neben der Qualität der Produkte und dem wirtschaftlichen Erfolg auch ökologische und soziale Fragen. Wie ernst es Unternehmen mit der Transparenz meinen, zeigt sich, wenn es zu Konflikten kommt: Glaubwürdig bleibt nur, wer auch dann aktiv und selbstkritisch kommuniziert.

Unternehmen mit Verantwortung

- schaffen Transparenz durch regelmäßige, wahrheitsgetreue und vollständige Informationen über ihre ökonomische Lage und ihren Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft
- gehen konstruktiv mit Feedback, Beschwerden und Anregungen um
- sehen Schwachpunkte als Chance für Verbesserungen, statt sie zu verstecken oder zu beschönigen
- schaffen Orientierung durch vergleichbare Produkt- und Servicekennzeichnungen und kommunizieren verständlich und ehrlich

1.4 Stakeholderbeziehungen

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist ein Unternehmen mit verschiedensten internen und externen Stakeholdern verbunden. Zu wissen, wer diese Interessensgruppen sind, was sie erwarten, und darauf rasch und konstruktiv zu reagieren, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Verantwortung zeigen Unternehmen, die einen partnerschaftlichen, offenen Dialog mit ihren Stakeholdern führen und Transparenz fördern. Sie profitieren in Krisensituationen von tragfähigen Beziehungen und Vertrauen.

Unternehmen mit Verantwortung

- untersuchen, wer ihre Stakeholder sind, und treten mit ihnen in einen offenen Dialog
- versuchen den Standpunkt der Stakeholder zu verstehen, ihre Informationsbedürfnisse zeitnah zu erfüllen und ihre Anliegen zu berücksichtigen
- binden Stakeholder in Geschäftsprozesse ein und nutzen damit auch ihre Expertise
- richten Kontaktmöglichkeiten für Stakeholder ein und stellen die Verantwortlichkeiten im Unternehmen transparent dar

HANDLUNGSFELD 2 - MARKT

Handlungsfeld 2 – Markt



Unternehmen sind auf einer Vielzahl von Märkten aktiv: Sie kaufen und verkaufen Produkte und Dienstleistungen im In- und Ausland, nutzen Kapitalmärkte und sind Nachfrager am Arbeitsmarkt. Sie tragen Verantwortung für ihre Produkte und Dienstleistungen, ihre Geschäftsbeziehungen und ihre Verflechtungen in Wertschöpfungsketten. Wenn sie diese Verantwortung aktiv und umfassend wahrnehmen, ernten sie Vertrauen und stärken das Ansehen der Wirtschaft allgemein.

2.1 Produkte und Dienstleistungen

Produkte und Dienstleistungen stehen im Mittelpunkt der Unternehmenstätigkeit. Ihre Gestaltung, Herstellung und Kommunikation hat weitreichende Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt und ist daher der zentrale Bereich verantwortungsvollen Wirtschaftens. Unternehmen, die ihr Kerngeschäft konsequent nach CSR-Kriterien ausrichten, erschließen neue Märkte und sichern sich Glaubwürdigkeit.

Unternehmen mit Verantwortung ———

- bieten für KonsumentInnen Produkte und Dienstleistungen an, die den Anforderungen der *Nachhaltigen Entwicklung* entsprechen
- berücksichtigen bei der Produktgestaltung die ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen auf den gesamten Produktlebenszyklus
- sorgen für hohe Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen und dokumentieren die entsprechenden Prozesse
- achten auf eine lange Lebensdauer von Produkten, ihre Reparaturfreundlichkeit und Wiederverwertbarkeit
- berücksichtigen gesellschaftliche Bedürfnisse und *demografische Trends* bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen
- machen nachhaltige Produkte und Dienstleistungen für Kunden interessant

2.2 Innovationen

Unternehmen entwickeln und verbreiten neue Technologien, innovative Produkte und Dienstleistungen oder engagieren sich in Forschung und Entwicklung. Zukunftsfähiges Wirtschaften zeichnet sich dadurch aus, dass die Innovationskraft eines Unternehmens auch dorthin geleitet wird, wo eine nachhaltige Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme erforderlich ist. Engagierte Unternehmen können sich als treibende Kräfte für Innovationen profilieren.

Unternehmen mit Verantwortung ———

- streben ressourcenschonende und sozialverträgliche Produkt-, Service- und Prozessinnovationen an
- setzen fortschrittliche, umweltfreundliche und sozialverträgliche Technologien ein
- unterstützen *Sozialinnovationen*
- investieren in umwelt- und sozialbezogene Forschung und Entwicklung

2.3 Wertschöpfungsketten

In einer globalen Wirtschaft sind Unternehmen mit Einflüssen und Auswirkungen konfrontiert, die weit über ihre Grenzen hinausgehen. Daher umfasst verantwortungsvolles Wirtschaften auch die gesamten Wertschöpfungsketten eines Unternehmens und wirkt sich in weit entfernten Organisationen oder Ländern aus. Verantwortungsvolle Unternehmen setzen ein Beispiel für andere, geben ihren Wirtschaftspartnern klare Vorgaben und engagieren sich in ihren Netzwerken für zukunftsfähiges Wirtschaften.

Unternehmen mit Verantwortung

- berücksichtigen Sozial- und Umweltkriterien bei Beschaffungsentscheidungen und unterziehen ihre wichtigsten Lieferanten einer regelmäßigen Beurteilung nach diesen Kriterien
- entwickeln verbindliche Verhaltenskodizes und fordern deren Einhaltung auch bei GeschäftspartnerInnen und Lieferanten
- achten bei Finanzierungen, Veranlagungen und Investitionen auf Sozial- und Umweltaspekte und adäquates Risiko
- bemühen sich um Aufnahme in Umwelt- und Ethikfonds

2.4 Geschäftsbeziehungen

Fairness und Ehrlichkeit prägen eine zukunftsfähige Wirtschaft. Das Einhalten von Gesetzen ist für verantwortungsbewusste Unternehmen eine Selbstverständlichkeit. Fairness bedeutet für sie, GeschäftspartnerInnen auf gleicher Augenhöhe zu begegnen. Verantwortungsvolle Unternehmen tragen zu einem positiven Bild der Wirtschaft bei und genießen gesellschaftliche Akzeptanz.

Unternehmen mit Verantwortung

- begegnen ihren Zulieferern, Mitbewerbern und Kunden partnerschaftlich und mit Respekt
- gestalten faire Preise für Lieferanten und Kunden und missbrauchen ihre Marktmacht nicht
- gehen entschieden und transparent gegen Korruption, Schattenwirtschaft und Bestechung vor
- schützen und respektieren geistiges Eigentum und lehnen Werkspionage aktiv ab
- wenden faire Marketing- und Werbepraktiken an, die ohne jede Art von Diskriminierung und Irreführung gestaltet sind

HANDLUNGSFELD 3 - MITARBEITERINNEN

Handlungsfeld 3 – MitarbeiterInnen



Menschen streben nach materiellem Wohlstand, Sicherheit, sozialen Kontakten und Selbstverwirklichung. Unternehmen üben durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Gestaltung der Arbeitsbedingungen einen entscheidenden Einfluss auf die Lebensqualität und den sozialen Zusammenhalt aus. Verantwortungsvolles Wirtschaften bedeutet, die Rechte, Interessen und Bedürfnisse der MitarbeiterInnen zu respektieren, ihnen partnerschaftlich zu begegnen, auf Vielfalt zu achten und Chancengleichheit zu gewährleisten.

3.1 Entlohnung und Arbeitszeit

Entlohnung und Arbeitszeit sind zentrale Parameter der Arbeitswelt. Verantwortungsvolles Wirtschaften bringt die konkrete Situation im Unternehmen in Einklang mit den Bedürfnissen der MitarbeiterInnen und baut auf den Mindestregelungen der Kollektivverträge auf. Wenn sich Unternehmen gerecht, nachvollziehbar und fair verhalten, erhöhen sie die Motivation und Loyalität der Beschäftigten.

Unternehmen mit Verantwortung ———

- wenden gerechte und nachvollziehbare Lohn- und Gehaltsmodelle an
- gestalten faire Verträge für fixe und temporäre Arbeitsverhältnisse
- stellen gleiches Entgelt für Männer und Frauen bei gleichwertiger Leistung sicher
- gestalten flexible Arbeitszeitmodelle unter Beachtung der Work-Life-Balance
- ermöglichen die Beteiligung von MitarbeiterInnen am Unternehmen.

3.2 Rechte der MitarbeiterInnen und Arbeitsschutz

In Österreich hat der Schutz der Rechte und der Gesundheit von MitarbeiterInnen traditionell einen hohen Stellenwert. Zukunftsfähiges Wirtschaften bedeutet, auch in jenen Ländern menschenrechtliche und sichere Arbeitsplätze zu schaffen, wo diese Werte wenig beachtet werden. Dadurch steigt die Arbeitsmotivation und Fehlzeiten sinken. Unternehmen mit Verantwortung ermöglichen ihren MitarbeiterInnen, Betriebsräte zu gründen und Gewerkschaften beizutreten. Sie wahren damit die Menschenrechte und finden im Unternehmen zu tragfähigen Lösungen.

Unternehmen mit Verantwortung ———

- setzen Maßnahmen für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz um und evaluieren und verbessern diese laufend.
- gehen mit Konflikten konstruktiv und verantwortungsbewusst um
- unterbinden jegliche Form von Mobbing und sexueller Belästigung am Arbeitsplatz
- gestalten altersgemäße, behindertengerechte und barrierefreie Arbeitsplätze und -bedingungen
- ermöglichen die betriebliche Selbstorganisation und den Beitritt zu Interessensvertretungen
- schützen die Daten von ArbeitnehmerInnen und achten deren Privatsphäre.

3.3 Personalentwicklung und Weiterbildung

Gut ausgebildete und hoch motivierte MitarbeiterInnen sind das Rückgrat einer zukunftsfähigen Wirtschaft. Kontinuierliche Aus- und Weiterbildung sind daher eine wichtige Investition. Verantwortungsvolle Unternehmen erstellen langfristige Bildungskonzepte für ihre MitarbeiterInnen, achten auf zukunftsfähige Qualifikationen und transparente Karrierewege. Dadurch sind sie im Wettbewerb um die „besten Köpfe und Hände“ besonders attraktiv.

Unternehmen mit Verantwortung

- wenden diskriminierungsfreie und transparente Personalauswahlverfahren an
- fördern Initiative und Eigenverantwortung der MitarbeiterInnen
- investieren in Personalentwicklung, Bildung und Weiterbildung und ermöglichen den Berufseinstieg nach Karenzzeiten oder beruflicher Umorientierung
- führen regelmäßig Mitarbeitergespräche, erheben die Arbeitszufriedenheit und planen Karrieren gemeinsam mit den MitarbeiterInnen
- gestalten Kündigungen und Restrukturierungsprozesse verantwortungsvoll, indem sie Veränderungen zeitgerecht und transparent kommunizieren und die MitarbeiterInnen und deren Vertretungen in die Suche nach Lösungen einbinden

3.4 Vielfalt und Chancengleichheit

Die Vielfalt unserer Gesellschaft hat beachtlich zugenommen. Zuwanderung, neue Familien- und Lebensmodelle und die Einbindung von Menschen mit Behinderungen haben zu einem breiten Spektrum an Bedürfnissen in der Arbeitswelt geführt. Verantwortungsbewusste Unternehmen sehen in dieser Vielfalt eine Chance und nutzen sie, um innovativer, toleranter und anpassungsfähiger zu werden.

Unternehmen mit Verantwortung

- erkennen die Verschiedenartigkeit der Menschen an, wertschätzen unterschiedliche Begabungen und setzen sich für Chancengleichheit ein
- unterbinden Diskriminierung aller Art, sensibilisieren die Belegschaft für Anti-Diskriminierung und fördern Zivilcourage
- unterstützen **Inklusion** und Partizipation von Minderheiten in der Belegschaft, von Menschen mit Behinderungen und besonderen Bedürfnissen
- eliminieren geschlechtsbedingte Ungleichbehandlung, fördern Frauen durch betriebliche Programme und Karriereplanung
- begünstigen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und unterstützen die Betreuung von Kindern und die Pflege von Angehörigen

HANDLUNGSFELD 4 - UMWELT

Handlungsfeld 4 – Umwelt

Erfolgreiches Wirtschaften ist langfristig nur möglich, wenn die natürlichen Lebensgrundlagen erhalten bleiben. Nachhaltige Entwicklung bedeutet globale Verantwortung für die heute lebenden und für künftige Generationen. Erfolgreiche Unternehmen minimieren schädliche Folgen und Risiken ihres Handelns, setzen Ressourcen effizient ein und steigen auf erneuerbare Rohstoffe und Energieträger um. Durch verantwortungsvolles Handeln reduzieren sie außerdem Kosten und verbessern ihre Reputation.



4.1 Erhalt, Schutz und Vorsorge

Jede Form wirtschaftlichen Handelns hat Auswirkungen auf die Umwelt. Daher sind Erhalt, Schutz und Vorsorge von zentraler Bedeutung, um die Natur und die Lebensgrundlage der Menschen zu erhalten. Verantwortungsvolles Wirtschaften geht über die Einhaltung von Umweltgesetzen hinaus, folgt dem *Vorsorge-* und dem *Verursacherprinzip* und beachtet sowohl direkte als auch indirekte Umweltauswirkungen (z. B. in der Wertschöpfungskette oder im Produktlebenszyklus).

Unternehmen mit Verantwortung

- vermeiden negative Einflüsse auf die Umwelt, indem sie Schadstoffe, Emissionen, Abwässer, Abfälle, Geruch und Lärm reduzieren
- vermeiden gefährliche Stoffe, wo es möglich ist, halten hohe Sicherheitsstandards ein und dokumentieren dies auch
- erhalten Lebensräume und *Biodiversität*
- schützen Trinkwasservorräte und richten ein effizientes Wassermanagement ein
- kompensieren nicht vermeidbare negative Umweltauswirkungen durch Investitionen in Aufbau, Schutz bzw. Wiederherstellung von Umweltgütern

4.2 Ressourcen-Effizienz

Der Erfolg unserer Wirtschaft hängt maßgeblich von der Verfügbarkeit von Ressourcen ab. Eine zukunftsfähige Wirtschaft wird daher aus Eigeninteresse den Ressourcenverbrauch so gering wie möglich halten. Ein Umstieg auf erneuerbare Rohstoffe und Energieträger macht ein Unternehmen weniger anfällig für Versorgungsknappheiten und Preisschübe und steigert seine wirtschaftliche Stabilität und Krisenfestigkeit.

Unternehmen mit Verantwortung

- stellen Produkte und Dienstleistungen mit immer geringerem Ressourcen- und Energieverbrauch her
- ersetzen nicht erneuerbare Rohstoffe und Energieträger durch erneuerbare
- vermeiden Überschussproduktion, schließen Stoffkreisläufe und erzielen möglichst gute Wiederverwendung und -verwertung
- bewirtschaften Wälder, Böden und Gewässer nachhaltig und vermeiden Übernutzung
- setzen Umweltmanagementsysteme ein und streben deren Zertifizierung an

4.3 Energie-Effizienz und Klimaschutz

Klimaschutz ist ein dringliches Thema: Wenn es gelingt, die Emission von Treibhausgasen auf deutlich niedrigerem Niveau als heute zu stabilisieren, kann eine globale Klimakatastrophe vermieden werden. Zukunftsfähige Unternehmen handeln proaktiv statt reaktiv und treiben Innovation und Bewusstseinsbildung zum Klimaschutz voran. Damit verschaffen sie sich einen Technologie-Vorsprung und ein positives Ansehen in der Öffentlichkeit.

Unternehmen mit Verantwortung

- reduzieren den Energieverbrauch bei der Herstellung und beim Einsatz ihrer Produkte und Dienstleistungen, insbesondere den Einsatz fossiler Brennstoffe und daraus hergestellter Energieträger
- erhöhen die Energie-Effizienz ihrer Gebäude, Anlagen und Produktionsprozesse
- vermeiden direkte und indirekte Emission von Treibhausgasen
- fördern Bewusstseinsbildung und Innovationen zum Klimaschutz

4.4 Mobilität und Transport

Der Verkehrssektor hat einen großen Anteil am Klimawandel und verursacht gravierende soziale Folgekosten. Ziel von Politik, Gesellschaft und Wirtschaft muss es daher sein, für umwelt- und sozialverträgliche und ökonomisch effiziente Mobilität im Personen- und Güterverkehr zu sorgen. Verantwortungsbewusste Unternehmen berücksichtigen dieses Ziel bei der Wahl von Verkehrsmitteln, Technologien und beim Mobilitätsmanagement und sparen dadurch Kosten ein.

Unternehmen mit Verantwortung

- setzen umweltfreundliche und sozialverträgliche Verkehrsmittel im Fuhrpark ein und bevorzugen diese bei der Wahl der Transportunternehmen
- unterstützen MitarbeiterInnen dabei, auf umweltfreundliche und sozialverträgliche Verkehrsmittel umzusteigen
- verwenden verkehrsmindernde Technologien und Arbeitsmodelle und tragen zum Abbau von Mobilitätszwängen bei
- optimieren durch Logistikkonzepte das betriebliche Transport- und Mobilitätsmanagement

HANDLUNGSFELD 5 - GESELLSCHAFT

Handlungsfeld 5 – Gesellschaft

Unternehmen prägen unser tägliches Leben durch Produkte, Dienstleistungen, Arbeitsplätze und Wertschöpfung. Bei verantwortungsvollem Wirtschaften ist die Einhaltung gesellschaftlicher Grundprinzipien wie der Menschenrechte oder des Gleichheitsgrundsatzes selbstverständlich. Unternehmen mit Verantwortung verhalten sich dem Staat gegenüber fair und engagieren sich für gesellschaftliche Anliegen. Die Verbindung ihres Kerngeschäftes mit sozialen Problemstellungen bietet ihnen Innovationspotenzial und damit neue Erfolgchancen.



5.1 Menschenrechte und Vielfalt der Kulturen

Global tätige Unternehmen sind mit unterschiedlichsten Kulturen, Weltanschauungen und politischen Systemen konfrontiert. Durch Verständnis und Respekt können sie im Gastland Konflikte vermeiden und Vertrauen gewinnen. Wo Menschenrechte nicht selbstverständlich gewahrt werden, tragen Unternehmen mit Verantwortung zu deren Etablierung bei.

Unternehmen mit Verantwortung ———

- wahren die Menschenrechte und engagieren sich auch in der gesamten Wertschöpfungskette aktiv für deren Einhaltung
- ermöglichen ihren MitarbeiterInnen freie Meinungsäußerung und das Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung für kollektive Verhandlungen
- schließen Kinder- und Zwangsarbeit in ihrer gesamten Wertschöpfungskette aus
- schützen Minderheiten im In- und Ausland und berücksichtigen die unterschiedlichen Kulturen verschiedener Bevölkerungsgruppen
- streben eine Balance und einen wechselseitigen Austausch zwischen der Kultur eines Gastlandes und der eigenen Kultur an

5.2 Armutsbekämpfung und Entwicklungszusammenarbeit

Zwei Milliarden Menschen weltweit müssen mit weniger als zwei Euro pro Tag auskommen. Selbst in den Industrienationen leben 5% der Menschen unter der Armutsgrenze. Die Armutsbekämpfung ist zwar nicht die Aufgabe der Wirtschaft allein, doch kann jedes Unternehmen, auch ein Kleinunternehmen, einen Beitrag dazu leisten: zum einen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und Einkommen, zum anderen durch Unterstützung von sozialen Innovationen wie Mikrokrediten.

Unternehmen mit Verantwortung ———

- schaffen Arbeitsplätze und Wohlstand im Unternehmen und im Umfeld
- sorgen für eine Entlohnung, die ein Leben über der Armutsgrenze ermöglicht
- unterstützen Social Entrepreneurship
- engagieren sich für Armutsbekämpfung im In- und Ausland
- kooperieren mit Partnern der Entwicklungszusammenarbeit

5.3 Gesellschaftliches Engagement

Viele Unternehmen engagieren sich über ihre Kern-Geschäftstätigkeit hinaus für Umwelt, Kultur oder soziale Anliegen. Sie stellen dazu Geld, Sachspenden, Wissen oder Arbeitszeit ihrer MitarbeiterInnen zur Verfügung. Verantwortungsvolle Unternehmen engagieren sich kontinuierlich, evaluieren den Nutzen ihres Engagements und nutzen die Kooperation mit Projektpartnern, um gesellschaftliche Trends besser zu verstehen.

Unternehmen mit Verantwortung

- fördern gemeinnütziges Engagement der MitarbeiterInnen und stellen sie in vertretbarem Umfang frei
- bieten jungen Menschen Lehrstellen, Ferialjobs und Praktika
- berücksichtigen, wenn möglich, sozialökonomische Betriebe bei Auftragsvergaben
- kooperieren mit Sozial-, Gesundheits- und Umweltorganisationen, Kultur- und Sporteinrichtungen und unterstützen deren Aktivitäten

5.4 Verbreitung unternehmerischer Verantwortung

Zukunftsfähiges Wirtschaften kann nur von Unternehmen, Gesellschaft und Politik gemeinsam erreicht werden. Verantwortungsvolle Unternehmen bringen sich aktiv in die Gesellschaft ein und setzen sich für Nachhaltige Entwicklung ein. Auch Kleinbetriebe können in ihrem unmittelbaren Umfeld eine führende Rolle für eine nachhaltige Regionalentwicklung einnehmen.

Unternehmen mit Verantwortung

- setzen sich für Themen und Anliegen der Nachhaltigen Entwicklung im In- und Ausland ein
- fördern bei ihren MitarbeiterInnen das Verständnis für verantwortungsvolles Wirtschaften und Nachhaltige Entwicklung
- kooperieren mit Organisationen, die sich für die Verbreitung und Weiterentwicklung von CSR engagieren
- beteiligen sich am regionalen, nationalen und internationalen politischen Diskurs, um CSR-fördernde Rahmenbedingungen voranzutreiben.

— **Anreizsysteme** Anreizsysteme werden eingesetzt, um die Motivation und Zufriedenheit der MitarbeiterInnen zu erhöhen. Dazu gehören sowohl materielle Anreize, wie Sozialleistungen oder Gewinnbeteiligung, als auch immaterielle Anreize, wie ein positives Betriebsklima und Maßnahmen zur Personalentwicklung.

— **Biodiversität** Der Begriff „Biodiversität“ („Vielfalt des Lebens“) bezeichnet im allgemeinen Sprachgebrauch den gesamten Artenreichtum der Erde, im Speziellen die Fülle an Arten innerhalb eines Lebensraumes oder einer Population und deren genetische Vielfalt.

— **Corporate Social Responsibility (CSR)** CSR ist ein Konzept, nach dem Unternehmen soziale Anliegen und Umweltbelange auf freiwilliger Basis in ihre Unternehmenstätigkeit und in ihre Beziehungen mit den Stakeholdern integrieren (vgl. Grünbuch der EU-Kommission aus dem Jahr 2001).

— **Demografische Trends** Mit dem Begriff „demografischer Trend“ bzw. Wandel wird die aktuelle Veränderung der Altersstruktur der Gesellschaft in Bezug auf Geburtenrate, Lebenserwartung und Migrationsbewegungen bezeichnet.

— **Direkte und indirekte Emission** Die Freisetzung von Strahlen, (Schad-)Stoffen oder Energien in die Atmosphäre wird als Emission bezeichnet. Man unterscheidet direkte Emissionen, die direkt bei einem Akteur (Unternehmen) anfallen, und indirekte Emissionen, die von diesem in voraus- oder nachfolgenden Prozessen verursacht werden.

— **Ethische Grundsätze** Festlegung von Werten und Prinzipien, die innerhalb eines sozialen Systems (z. B. eines Unternehmens) als vernünftig, wünschenswert und sinnvoll gelten und das Handeln bestimmen sollen. Oft fassen Unternehmen solche Grundsätze in einem „Kodex“ oder in „Guidelines“ zusammen, die für MitarbeiterInnen und teils auch für externe PartnerInnen verbindlich sind.

— **Freiwilligenarbeit** Freiwilligenarbeit oder ehrenamtliche Tätigkeit ist nicht auf Entgelt ausgerichtete Beschäftigung, meist zugunsten von Vereinen oder karitativen Organisationen. Wird die Freiwilligenarbeit im Rahmen der Dienstzeit und auf Initiative des Unternehmens durchgeführt, bezeichnet man sie auch als „Corporate Volunteering“.

— **Gemeinsamer Mehrwert** (engl. „Shared Value“) Nach Michael E. Porter sind Wirtschaft und Gesellschaft voneinander abhängig. Entscheidungen bzw. Aktivitäten sollten daher für beide Seiten förderlich sein und dem Prinzip des gemeinsamen Mehrwerts folgen. Ziel ist es, gleichzeitig ökonomischen und gesellschaftlichen Wert zu schaffen, der langfristigen Erfolg für Wirtschaft und Gesellschaft verspricht.

— **Gesellschaftliche Akzeptanz** (engl. „License to Operate“) Mit License to Operate bezeichnet man die Zustimmung der Gesellschaft zu den Aktivitäten eines Unternehmens, eine Art „Freigabe“ für dessen Tätigkeit, die aber im Krisenfall durch breite Ablehnung auch wieder entzogen werden kann.

— **Gleichheitsgrundsatz** Der Gleichheitsgrundsatz sichert allen unter österreichischer Staatshoheit lebenden Personen ungeachtet ihrer Rasse, ihres Geschlechts, ihrer Sprache oder Religion den Genuss der Menschenrechte und der Grundfreiheiten einschließlich der Freiheit der Meinungsäußerung, der Presse und Veröffentlichung, der Religionsausübung, der politischen Meinung und der öffentlichen Versammlung.

— **Grundsätze der guten Unternehmensführung** (engl. „Corporate Governance“) Corporate Governance steht für eine Unternehmensführung und -kontrolle, die verantwortungsbewusst und auf langfristige Wertschöpfung hin orientiert ist. Dieses vor allem für börsennotierte Unternehmen wichtige Konzept legt Wert auf die Beziehung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, auf Achtung der Interessen der Anteilseigner und auf Offenheit im Umgang mit Stakeholdern.

— ILO-Kernarbeitsnormen Zur Gewährleistung von Menschenrechten in Arbeitsbeziehungen wurde von den 175 Mitgliedstaaten der ILO (International Labour Organization) 1998 die „Erklärung über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit“ verabschiedet. Diese beinhaltet vier Grundprinzipien: Vereinigungsfreiheit und das Recht auf **kollektive Verhandlungen**, Beseitigung der Zwangsarbeit, Abschaffung der Kinderarbeit und das Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf. Diese Grundprinzipien werden auch als Kernarbeitsnormen bezeichnet.

— **Inklusion** Inklusion („Einbeziehung“) beschreibt die Forderung, die Verschiedenartigkeit der Menschen innerhalb einer Gesellschaft anzuerkennen und allen Gruppen die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu sichern.

— **ISO 26000** ISO 26000 „Guidance on Social Responsibility“ (Leitfaden gesellschaftlicher Verantwortung) wurde 2001 auf Initiative der „Internationalen Gemeinschaft der Normungsinstitute“ ins Leben gerufen, wird seither durch einen weltweiten **Stakeholder**-Prozess erstellt und voraussichtlich im Jahr 2010 präsentiert. Inhaltlich strebt der Leitfaden einen international einheitlichen Standard für die Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung von Organisationen (nicht nur Unternehmen) an.

— **Kollektive Verhandlungen** Bei kollektiven Verhandlungen werden zwischen zwei oder mehreren organisierten Interessensgruppen verbindliche Regelungen oder Verträge für die Leistungen und Gegenleistungen der Verhandlungspartner fixiert. Ein Beispiel für kollektive Verhandlungen sind Tarifverträge zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen.

— **Menschenrechte** Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte aus dem Jahr 1948 definiert die gleichen und unveräußerlichen Rechte aller Menschen auf Grundlage von Freiheit, Gerechtigkeit und Frieden in der Welt.

— **Mobilitätswänge** Strukturelle Veränderungen der Lebens- und Arbeitswelt zwingen immer mehr Menschen zu Mobilität, vor allem für den Weg zur Arbeit. Gründe sind etwa hohe Grundstückspreise in Stadtgebieten und geringes Angebot an Arbeitsplätzen in ländlichen Gebieten. Die daraus resultierende erzwungene Mobilität von Tages- oder Wochenpendlern verringert die Lebensqualität und belastet durch erhöhtes Verkehrsaufkommen die Umwelt.

— **Nachhaltige Entwicklung** Der Brundtland-Report der World Commission on Environment and Development aus dem Jahre 1987 definiert eine Entwicklung dann als nachhaltig, wenn sie „die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen aufs Spiel zu setzen, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen“. Nachhaltige Entwicklung baut in ihrer Umsetzung auf die drei gleichrangigen Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales auf.

— **OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen** Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sind eine gemeinsame Empfehlung der OECD-Mitgliedsländer und -Regierungen an die in ihren Ländern oder von ihren Ländern aus operierenden multinationalen Unternehmen für verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten, indem sie einen auf Freiwilligkeit basierenden Rahmen für sozial verantwortliches unternehmerisches Verhalten schaffen.

— **Produkt- und Servicekennzeichnung** Produkt- und Servicekennzeichnungen informieren KonsumentInnen über die Eigenschaften von angebotenen Produkten bzw. Dienstleistungen. Standardisierte Kennzeichnungen schaffen Transparenz und Vergleichbarkeit.

— **Social Entrepreneurship** Social Entrepreneurs sind Personen, die sich mit unternehmerischem Engagement innovativ, effizient und langfristig für einen gesellschaftlichen Wandel einsetzen. Sie suchen nach unternehmerischen Lösungen für gesellschaftliche Probleme, die bisher noch nicht ausreichend gelöst werden konnten.

— **Sozial- und Umweltprogramme** Sozial- und Umweltprogramme fassen Maßnahmen zusammen, mit denen Ziele und Handlungen hinsichtlich ökologischer und sozialer Verbesserungen im Unternehmen oder in der Gesellschaft – mittels genauer Angaben von Zeitrahmen, eingesetzten Mitteln, Meilensteinen sowie beteiligten und verantwortlichen Personen – definiert und umgesetzt werden.

— **Sozialinnovationen** Soziale Innovationen sind Neuerungen, wie zum Beispiel neue Organisationsformen oder Lebensstile, die dazu beitragen, die Richtung des sozialen Wandels zu verändern und Probleme besser zu lösen.

— **Sozialökonomische Betriebe** Sozialökonomische Betriebe sind Organisationen zur Integration und Reintegration von am Arbeitsmarkt besonders benachteiligten Personen.

— **Stakeholder** Stakeholder, auch (strategische) Anspruchsgruppen oder Interessensgruppen genannt, sind all jene Personen, die durch das Handeln der Unternehmung betroffen sind bzw. dieses beeinflussen können. Man unterscheidet interne (MitarbeiterInnen, ManagerInnen, EigentümerInnen) und externe Stakeholder (Lieferanten, Kunden, AnrainerInnen, aber auch Staat, Gemeinde etc.)

— **Umwelt- und sozialverträgliche Mobilität** Umwelt- und sozialverträgliche Mobilität stellt dem motorisierten Individualverkehr und den dadurch verursachten Problemen (Flächenverbrauch, Zerstörung natürlicher Lebensräume, Schadstoffausstoß, Verbrauch nicht erneuerbarer Ressourcen, Lärmbelastung) Alternativen gegenüber, die von technischen oder sozialen Innovationen bis hin zu Lösungen für die Reduktion des Verkehrs reichen.

— **UN Framework on Business and Human Rights** Im Jahr 2008 präsentierte der UN-Sonderberichterstatter für Wirtschaft und Menschenrechte, John Ruggie, seinen Bericht „Protect, Respect and

Remedy: a Framework for Business and Human Rights“, der sich unter anderem mit der Bestimmung von Standards für unternehmerische Verantwortung sowie Haftbarkeit für transnationale Unternehmen beschäftigt.

— **Verursacherprinzip** Das Verursacherprinzip ist ein Grundprinzip des Umweltschutzes, wonach externe (ökologische und soziale) Kosten einer wirtschaftlichen Aktivität dem Verursacher angelastet werden sollen.

— **Vielfalt** (engl. „Diversity“) Nach dem Verständnis des Klagsverbandes zur Durchsetzung der Rechte von Diskriminierungsopfern beschreibt Diversity einen konstruktiven und wertschätzenden Umgang mit menschlicher Vielfalt hinsichtlich Geschlecht, ethnischer Herkunft, Religion und Weltanschauung, Alter, sexueller Orientierung und Behinderung. Im weiteren Sinne sind auch Unterschiede bei sozialem Status, Aussehen, Gesundheit, Ausbildung etc. gemeint.

— **Vorsorgeprinzip** Das Vorsorgeprinzip beschreibt die Berücksichtigung aller – auch nicht eindeutig messbaren – Auswirkungen aktueller Handlungen auf das Leben zukünftiger Generationen.

— **Work-Life-Balance** Work-Life-Balance steht für die Vereinbarkeit von Familie bzw. Privatleben und Beruf. Wird der englischsprachige Ausdruck „Work-Life-Balance“ verwendet, liegt oft die Betonung auf der individuellen Entscheidung und der Selbstorganisation einerseits und dem Abgleich zwischen Arbeitnehmer- und Arbeitgeberinteressen andererseits.

Anreizsysteme __ 18
 Arbeitsbedingungen __ 29
 Arbeitsmarkt __ 9, 18, 23
 Arbeitsmotivation __ 31
 Armutsbekämpfung __ 43
 Benachteiligte Personen __ 52
 Bildungskonzepte __ 32
 Biodiversität __ 36
 Chancengleichheit __ 33
 Corporate Social Responsibility (CSR) __ 7
 Demografische Trends __ 24
 Diskriminierung __ 27, 32, 33
 Emissionen __ 36, 38
 Energie-Effizienz __ 38
 Ethikfonds __ 26
 Ethische Grundsätze __ 6
 Faire Verträge __ 30
 Freiwilligenarbeit __ 8
 Führung __ 17
 Gemeinsamer Mehrwert __ 8, 11
 Geschäftsbeziehungen __ 23, 27
 Gestaltung __ 17
 Gesellschaft __ 41
 Gesellschaftliche Akzeptanz __ 9, 27
 Gesundheit __ 31

Glaubwürdigkeit __ 20, 24
 Gleichheitsgrundsatz __ 41
 Handlungsfeld __ 13
 Industrienationen __ 43
 Informationsbedürfnisse __ 21
 Inklusion __ 33
 Innovationskraft __ 6, 25
 Kapitalmärkte __ 23
 Karenz __ 32
 Kerngeschäft __ 11, 24, 41
 Kinderarbeit __ 42
 Klein- und Mittelbetriebe __ 7
 Kleinunternehmen __ 43
 Klimaschutz __ 38
 Klimawandel __ 6, 8, 39
 Kollektive Verhandlungen __ 42
 Konflikte __ 20, 31, 42
 KonsumentInnen __ 9, 24
 Lebensgrundlagen __ 35, 36
 LieferantInnen __ 26, 27
 Markenbindung __ 9, 11
 Marketing __ 27
 Markt __ 23
 Menschenrechte __ 31, 42
 MitarbeiterInnen __ 29
 Mobilitätswang __ 39
 Nachhaltigkeit __ 18

Nachhaltige Entwicklung __ 18, 24, 35, 45
 Öffentlichkeit __ 20, 38
 Personalentwicklung __ 32
 Politik __ 39, 42
 Privatsphäre __ 31
 Produkt- und Servicekennzeichnungen __ 20
 Ressourcen __ 9, 25, 37
 Risiken __ 9, 19, 26, 35
 Rohstoffe __ 35, 37
 Schadstoffe __ 36
 Sicherheitsstandards __ 36
 Social Entrepreneurship __ 43
 Sozial- und Umweltprogramme __ 19
 Sozialinnovationen __ 25
 Sozialökonomische Betriebe __ 44
 Stakeholder __ 5, 6, 11 21
 Technologie __ 11, 25, 38, 39
 Transparenz __ 20, 21
 Treibhausgase __ 38
 Trinkwasservorräte __ 36
 Umwelt __ 35
 Ungleichbehandlung __ 33
 Unternehmenskultur __ 9, 18
 Unternehmensstrategie __ 19
 Unternehmensziele __ 19

Verantwortliche Restrukturierungsprozesse __ 32
 Vereinbarkeit __ 8, 33
 Verhaltenskodizes __ 26
 Verschiedenartigkeit __ 33
 Verursacherprinzip __ 36
 Vielfalt __ 29, 33, 42
 Vorbildwirkung __ 8, 18
 Vorsorge __ 8, 36
 Wassermanagement __ 36
 Werkspionage __ 27
 Werte __ 6, 18
 Wertschöpfung __ 6, 41
 Wertschöpfungskette __ 26
 Wettbewerb __ 6, 11, 20, 32
 Wiederverwendung __ 35
 Wiederverwertbarkeit __ 24
 Wohlstand __ 29, 43
 Work-Life-Balance __ 8, 30
 Zivilcourage __ 33
 Zwangsarbeit __ 42

Links

Erfolg mit Verantwortung im Netz

Auf der Webseite www.respect.at/csrleitbild finden Sie eine Onlineversion des gesamten Leitbildes, erweitert um eine Link-Sammlung und weiterführende Dokumente sowie mehr als 100 Praxistipps zu den Handlungsfeldern und Anwendungsgebieten im Unternehmen.

www.respect.at

Das Portal Österreichs führender Unternehmensplattform zu Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltiger Entwicklung

www.fairantwortung.at

Die Onlineplattform der Wirtschaftskammer Österreich zum Thema gesellschaftliche Fairantwortung von Unternehmen

www.wirtschaft-und-gesellschaft.at

Die Webseite der Industriellenvereinigung zu Wirtschaft und Gesellschaft

Wie ist das Leitbild entstanden?

Der Prozess zur Erstellung des vorliegenden Leitbildes war eine Initiative von Wirtschaftskammer Österreich, Industriellenvereinigung und respACT, gefördert aus Mitteln des Wirtschafts-, Sozial- und Lebensministeriums. Die inhaltliche und organisatorische Leitung erfolgte durch respACT mit Unterstützung des Research Institute for Managing Sustainability (RIMAS) der WU Wien.

Das Leitbild wurde in den Jahren 2008 und 2009 gemeinsam mit VertreterInnen interessierter Unternehmen erstellt. Nach dem Auftakt im Mai 2008 fanden Workshops mit internationalen ExpertInnen statt. In der zweiten Phase nahmen bereits 40 Unternehmen und 10 NGOs in fünf Arbeitskreisen an der Leitbilderstellung teil. Den Höhepunkt der Leitbilderstellung stellte ein breit angelegter Interessendialog im Juni 2009 dar: Rund 70 TeilnehmerInnen diskutierten einen ganzen Tag die einzelnen Themenbereiche. In die Vorarbeiten zu diesem Leitbild flossen sowohl nationale als auch internationale Referenzdokumente ein: neben dem CSR-Leitbild „Erfolgreich wirtschaften. Verantwortungsvoll handeln.“ aus dem Jahr 2003 etwa auch das österreichische Außenwirtschaftsleitbild und die Publikationen zu CSR des Österreichischen Normungsinstitutes sowie die ISO 26000 „Guidance on Social Responsibility“ (Leitfaden gesellschaftlicher Verantwortung), die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und das UN Framework on Business and Human Rights.

Wie ist das Leitbild entstanden?

Initiatoren des Leitbildes:



Gefördert von:



Impressum

- Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich:
respACT – austrian business council for sustainable development
Herrengasse 6–8/6/1/3, 1010 Wien
T: 01 710 10 77 0, E: office@respact.at
- Projektleitung: Roman H. Mesicek (respACT)
- Projektbegleitung: André Martinuzzi (RIMAS), Sharon Margula (RIMAS), Ursula Kopp (RIMAS)
- Projektassistenz: Annemarie Harant (respACT)
- Steuerungsgruppe: Christian Friesl (Industriellenvereinigung),
Andreas Schneider (Wirtschaftskammer Österreich),
Herbert Schweiger (respACT)
- Redaktionsgruppe: Philipp Gaggl (PwC PricewaterhouseCoopers
GmbH), Leo Hauska (Hauska & Partner Group GmbH), Karin Kichler
(Österreichische Elektrizitätswirtschafts AG – Verbund), Bettina
Lorentsčitsch (Computer Center Lorentsčitsch GmbH), Klaus
Rosenkranz (Erste Group Bank AG), Robert Slameczka (NORIS
Feuerschutzgeräte GmbH)
- Fachlektorat: Petra Rösler (zwei:und:drei)
- Grafisches Konzept und Gestaltung:
Hochstrasser Communication Design
- Druck: gugler cross media
- Fotos: Buenos Dias