



Verantwortliche Unternehmensführung: Eine Navigationshilfe für mittelständische Unternehmen

Arbeitspapier der Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ) e.V. im Rahmen der Kampagne „Verantwortliche Unternehmensführung im Mittelstand“.

Moritz Blanke und Felix Dresewski

Berlin, Mai 2007

Kontakt

Felix Dresewski, Projektleiter

UPJ e.V.

Linienstr. 214, 10119 Berlin

T: 030 -2787406-0

Mail: felix.dresewski@upj-online.de

Web: www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de

Web: www.upj-online.de

Partner der Kampagne sind



Gefördert durch die Europäische Kommission



Gliederung

Einleitung	3
Teil 1 – Verantwortliche Unternehmensführung	4
Teil 2 – Überblick verschaffen: Was tun wir schon?	6
Teil 3 – Handlungsfelder Verantwortlicher Unternehmensführung	12
Handlungsfeld Arbeitsplatz	13
Handlungsfeld Markt	16
Handlungsfeld Gemeinwesen	19
Handlungsfeld Umwelt	21
Impressum	24

Einleitung

Viele mittelständische Unternehmen engagieren sich im betrieblichen Umweltschutz, in der Aus- und Fortbildung der Mitarbeiter oder der Unterstützung lokaler Initiativen. Wenn es um solches gesellschaftliches Engagement geht, fällt immer häufiger der Begriff „Corporate Social Responsibility“ (kurz: CSR).

CSR übersetzen wir mit „Verantwortlicher Unternehmensführung“ und bezeichnen damit die soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung von Unternehmen in allen Bereichen der Unternehmenstätigkeit: von der eigentlichen Wertschöpfung bis hin zu den Austauschbeziehungen mit Mitarbeitern, Zulieferern, Kunden und dem Gemeinwesen. Verantwortliche Unternehmensführung kann in vier Handlungsfelder konkretisiert werden: am Arbeitsplatz, im Markt, im Gemeinwesen und gegenüber der Umwelt.

Diese Navigationshilfe will mittelständische Unternehmen bei der Umsetzung von „Verantwortlicher Unternehmensführung“ unterstützen, in dem sie einen schnellen Überblick liefert über *ausgewählte*

- Informationsquellen (Internetlinks, Buchtipps),
- Praktisches Handwerkszeug (Leitfäden, Managementinstrumenten) und
- Unterstützungsstrukturen (Initiativen, Netzwerke)

Das Arbeitspapier gliedert sich in drei Teile:

Im ersten Teil werden zum Einstieg ausgewählte Informationsquellen, Handwerkszeug und

Unterstützungsstrukturen zu Verantwortlicher Unternehmensführung vorgestellt.

Im zweiten Teil wird ein einfaches Tool vorgestellt, mit dem Sie eine Selbsteinschätzung der CSR-Aktivitäten ihres Unternehmens vornehmen und Schwerpunkte zur Umsetzung festlegen können.

Im dritten Teil werden die Handlungsfelder Arbeitsplatz, Markt, Gemeinwesen und Umwelt unter die Lupe genommen.

Begriffe

Für den Zusammenhang von Unternehmensführung, einer zukunftsfähigen Gesellschaft und der Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit werden *neben* CSR zahlreiche, oft englische, Begriffe verwendet.

Nachhaltigkeit ist eine Form des Wirtschaftens, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen. Das Konzept nachhaltigen Wirtschaftens verbindet daher soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte.

Corporate Citizenship (CC) wird in Deutschland als „Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen“ übersetzt. Mit Corporate Citizenship ist die Bündelung des Engagements eines Unternehmens im Gemeinwesen und dessen strategische Ausrichtung auf die Unternehmensziele gemeint. Innerhalb des übergreifenden CSR-Konzeptes ist Corporate Citizenship mit dem Handlungsfeld „Gemeinwesen“ gleichzusetzen.

Stakeholder eines Unternehmens sind alle Personen und Gruppen, die von der Geschäftstätigkeit des Unternehmens betroffen sind oder deren Verhalten einen Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens haben kann. Da die Stakeholder, wie z.B. Kapitalgeber, Kunden, Mitarbeiter, kooperierende Unternehmen, Medien oder Nichtregierungsorganisationen, verschiedene Anforderungen an das Unternehmen stellen, werden sie in Deutschland häufig auch als Anspruchsgruppen bezeichnet.

Teil 1 – Verantwortliche Unternehmensführung

Informationsquellen

Verantwortliche Unternehmensführung im Mittelstand

Die Kampagne „Verantwortliche Unternehmensführung im Mittelstand“ unterstützt mittelständische Unternehmen mit regionalen Informationsveranstaltungen und einfachem Handwerkszeug, wie z. B. einem praxisnahen Leitfaden, dabei mit verantwortlicher Unternehmensführung zu gewinnen. Auf der Internetseite der Kampagne finden Sie aktuelle Informationen, Downloads, zahlreiche Beispiele aus der Unternehmenspraxis, Veranstaltungshinweise, Links und praktische Hilfestellungen.

www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de

Unternehmen für die Region

Die Kampagne der Bertelsmann Stiftung sucht nach mittelständischen Unternehmen, die sich in ihrer Region gemeinnützig engagieren. Engagierte Unternehmen können sich auf einer internetbasierten Landkarte eintragen.

www.unternehmen-fuer-die-region.de

Zukunft Mittelstand - Erfolgsfaktor gesellschaftliches Engagement

Das Projekt der GILDE-Wirtschaftsförderung informiert und berät mittelständische Unternehmen darüber, wie und warum CSR sinnvoll eingesetzt und kommuniziert werden kann.

www.csr-mittelstand.de

CSR Germany

Internetportal der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) mit zahlreichen Praxisbeispielen.

www.csrgermany.de

MIMONA-Praxisbeispiele

Um Nachhaltigkeit im Unternehmensalltag zu verankern bedarf es informierter und engagierter Mitarbeiter. Das Projekt MIMONA - "Mitarbeiter-Motivation zu Nachhaltigkeit" – bietet eine Datenbank guter Projekte.

www.mimona.de

Beispielsammlung der Europäischen Kommission

50 praktische Beispiele verantwortlicher Unternehmensführung in kleinen und mittleren Unternehmen aus ganz Europa (nur in Englisch).

http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/responsible_entrepreneurship/

Buchtipps

Birgit Riess: „Verantwortung für die Gesellschaft - verantwortlich für das Geschäft. Ein Management Handbuch.“ Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 2006.

Wettbewerbe

Zahlreiche regionale und überregionale Wettbewerbe in Deutschland zeichnen kleine und

mittlere Unternehmen für nachhaltiges Handeln und verantwortliche Unternehmensführung aus.

www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de/wettbewerbe

Handwerkszeug

Leitfaden „Corporate Social Responsibility (CSR) im Mittelstand“

Der Leitfaden zeigt anhand von zahlreichen Beispielen kurz und knapp, dass „Verantwortliche Unternehmensführung“ zugleich der Gesellschaft als auch einer erfolgreichen Unternehmensentwicklung dient und – gezielt eingesetzt – Wettbewerbsvorteile schafft.

www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de

Arbeitspapier „Verantwortliche Unternehmensführung im Mittelstand: Ausgewählte nationale und internationale Leitfäden und Instrumente“

Das Arbeitspapier stellt 30 Leitfäden und Instrumente vor, die mittelständische Unternehmen dabei unterstützen, CSR als Managementansatz und ganzheitliche Strategie zu verstehen und umzusetzen.

www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de/handwerkszeug

Leitfaden „Nachhaltigkeitsberichterstattung: Empfehlungen für eine gute Unternehmenspraxis“

Viele große und zunehmend auch mittelständische Unternehmen veröffentlichen auf freiwilliger Basis Berichte über die ökologischen und gesellschaftsbezogenen Auswirkungen ihrer Tätigkeit. Eine Broschüre des Bundesumweltministeriums gibt Tipps, wie Betriebe CSR- und Nachhaltigkeits-Berichterstattung als glaubwürdige Instrumente der Unternehmenspolitik und -kommunikation ausbauen können.

www.bmu.de/wirtschaft_und_umwelt/downloads/doc/39166.php

Instrument „GRI Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung“

Die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) stellen den bekanntesten und international anerkanntesten Kriterienkatalog für die CSR- und Nachhaltigkeitsberichterstattung dar. Ein Handbuch speziell für mittelständische Unternehmen beschreibt Schritt für Schritt die wichtigsten Aufgaben der CSR und Nachhaltigkeitsberichterstattung und macht praktische Vorschläge, wie auch kleine und mittlere Unternehmen die GRI-Richtlinien anwenden können (nur in Englisch).

www.globalreporting.org/Services/Learning/Publications/SMEhandbook.htm

Unterstützungsstrukturen

Netzwerk „Unternehmen: Aktiv im Gemeinwesen“

In dem Netzwerk „Unternehmen: Aktiv im Gemeinwesen“ arbeiten mittelständische und gro-

ße Unternehmen zu Corporate Citizenship und CSR-Themen zusammen. Die Mitglieder geben sich wechselseitig Hilfestellung bei der Projektarbeit und verbreiten durch ihr gutes Beispiel das Konzept „Verantwortlicher Unternehmensführung“ in der deutschen Wirtschaft.

www.upj-online.de

Initiative „UN Global Compact“

Der Global Compact ist eine weltweite Initiative, die vom ehemaligen UN-Generalsekretär Kofi Annan ins Leben gerufen wurde. Der zwischen Unternehmen aller Größen und den Vereinten Nationen geschlossene Pakt hat zum Ziel, die Globalisierung sozial- und umweltverträglich zu gestalten. Die teilnehmenden Unternehmen bekennen sich zu zehn Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Antikorruption und verpflichten sich regelmäßig über ihre Fortschritte in diesen Bereichen zu berichten.

www.unglobalcompact.org

Teil 2 – Überblick verschaffen: Was tun wir schon?

Auf den folgenden Seiten wollen wir Sie dabei unterstützen, sich einen Überblick über bereits bestehende CSR-Aktivitäten in Ihrem Unternehmen zu verschaffen und Schwerpunkte für zukünftige Aktivitäten festzulegen. Darauf aufbauend können Sie dann die Informationen im Teil 3 gezielt nutzen, um die Umsetzung anzugehen.

Die große Bandbreite an potentiellen CSR-Themen lässt sich in vier Handlungsfelder aufteilen:

1. *Arbeitsplatz*, z. B. Diversity, Work-Life-Balance u. ä.
2. *Markt*, z. B. Zulieferkette, Produktsicherheit, Verbraucherinformation u. ä.
3. *Gemeinwesen*, z. B. Spenden, Mitarbeiter-Engagement u. ä.
4. *Umwelt*, z. B. Ressourceneinsatz, erneuerbare Energien u. ä.

Schauen Sie sich die einzelnen Handlungsfelder genauer an und halten Sie fest, *wie* sich Ihr Unternehmen in diesen verhält. Um dieses „wie“ konkreter zu fassen, sind folgende Leitfragen hilfreich:

- Gibt es eine schriftlich fixierte **Leitlinie** zu dem jeweiligen Handlungsfeld/Thema?
- Gibt es in dem jeweiligen Handlungsfeld einzelne oder mehrere abgestimmte Maßnahmen / ein **Programm** mit konkreten

langfristigen Zielen, Aktivitäten und Schritten?

- Wurden Indikatoren entwickelt und erhoben, die die **Auswertung** dieses Programms und Aussagen über dessen Wirkung und Kosten ermöglichen?
- Gibt es einen **Austausch mit den Stakeholdern** über das jeweilige Handlungsfeld/Thema?
- Welche **konkret Aktivitäten** finden statt?

Da nicht alle Handlungsfelder für jedes Unternehmen gleichermaßen wichtig sind, sollten Sie bei der Entwicklung der Übersicht ebenfalls bewerten, wie Sie die **Relevanz** des jeweiligen Themas einschätzen (hoch, neutral, niedrig).

Die Ergebnisse können Sie in der folgenden Übersicht festhalten:

Tipp

Ein schnellen Überblick über das gesamte CSR-Feld finden Sie in im Leitfaden „Verantwortliche Unternehmensführung“:

www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de

Handlungsfeld / Thema	Leitlinie	Programm	Auswertung und Messung	Dialog mit Stakeholdern	Das machen wir konkret	Relevanz
Arbeitsplatz						
Vereinbarkeit von Familie & Beruf, Work- Life-Balance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		hoch/neutral/ niedrig
Weiterbildung und Qualifizierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Antidiskriminierung, Chancengleichheit und Vielfalt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Arbeitnehmerrechte, Entscheidungsfindung und Vorschlagswesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Faire Bezahlung, Mitarbeiterbeteiligung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Weitere Themen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Handlungsfeld / Thema	Leitlinie	Programm	Auswertung und Messung	Dialog mit Stakeholdern	Das machen wir konkret	Relevanz
Markt						
Produktqualität, Produktsicherheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		hoch/neutral/ niedrig
Verantwortlichen Umgang mit Produkten fördern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Antikorrption, Wirtschaftskriminalität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Umfassende Produktinformationen, Verbraucherschutz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
„Ausgegrenzte“ Kundensegmente an- sprechen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Zulieferer, Beschaffung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Weitere Themen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Handlungsfeld / Thema	Leitlinie	Programm	Auswertung und Messung	Dialog mit Stakeholdern	Das machen wir konkret	Relevanz
Gemeinwesen						
Unternehmensspenden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		hoch/neutral/ niedrig
Cause Related Marketing, Sponsoring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Unternehmensstiftungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Ehrenamtliches Engagement von Mitarbeitern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Gemeinwesen Joint-Venture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Lobbying für soziale Anliegen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Weitere Themen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Handlungsfeld / Thema	Leitlinie	Programm	Auswertung und Messung	Dialog mit Stakeholdern	Das machen wir konkret	Relevanz
Umwelt						
Energiesparen und Klimaschutz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		hoch/neutral/ niedrig
Erneuerbare Energien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Ressourcenverbrauch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Umweltauswirkungen am Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Umweltbewusstsein der Mitarbeiter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Umweltmanagement- system	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Weitere Themen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Aus der Übersicht mit den bisherigen Aktivitäten des Unternehmens ergeben sich erste Erkenntnisse für zukünftige Aktivitäten: Konkreter Handlungsbedarf – vor allem im Sinne einer Risikominimierung – ergibt sich dort, wo ein Handlungsfeld/Thema mit hoher Relevanz noch gar nicht oder nur unzureichend bearbeitet wird. Auf

der anderen Seite kann sich das Unternehmen durch den Ausbau von Stärken gegenüber Wettbewerbern stärker differenzieren und größeren, strategischen Nutzen erzielen.

In der folgenden Tabelle notieren Sie die wichtigsten Handlungsfelder/Themen, in denen Sie

aus Sicht des Unternehmens Handlungsbedarf sehen.

Prioritäre Handlungsfelder / Themen aus Sicht des Unternehmens
<i>1. Handlungsfeld / Thema</i>
<i>2. Handlungsfeld / Thema</i>
<i>3. Handlungsfeld / Thema</i>

Im 3. Teil der Navigationshilfe finden Sie ausgewählte Informationsquellen, Handwerkszeug und Unterstützungsstrukturen zu den einzelnen Handlungsfeldern. Da Sie nun die prioritären Handlungsfelder / Themen identifiziert haben, können Sie diese Informationen gezielt nutzen, um konkrete Schritte zu planen.

Teil 3 – Handlungsfelder Verantwortlicher Unternehmensführung

Handlungsfeld Arbeitsplatz

Informationsquellen

Initiative Neue Qualität der Arbeit

Die Internetseite der Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA) bietet umfangreiche Informationen und praktische Beispiele an, wie gesunde Arbeitsbedingungen die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen stärken und den Mitarbeitern helfen. Themen sind u. a.: Demographischer Wandel, Neue Qualität der Büroarbeit, Lebenslanges Lernen, Älterwerden in Beschäftigung und Stress.

www.inqa.de

Teilzeitarbeit - neue Perspektiven mit intelligenten Arbeitszeitmodellen

Hier finden Sie umfangreiche Informationen zu Teilzeitarbeitsmöglichkeiten. Es werden Arbeitszeitmodelle und andere Veröffentlichungen, Gesetzestexte und aktuelle Urteile des Bundesarbeitsgerichts bereitgestellt. Im Forum „Teilzeit live“ können Erfahrungen und Informationen ausgetauscht werden.

www.teilzeit-info.de

Demowerkzeuge

Das Internetportal liefert Informationen über 20 praxiserprobte Instrumente zur vorausschauenden Gestaltung des demographischen Wandels in Unternehmen.

www.demowerkzeuge.de

Portal fast 4ward

Das Portal fast 4ward bietet eine umfangreiche Informationssammlung zum Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie für Eltern und Arbeitgeber. Initiator ist das Ministerium für Generationen, Frauen und Familie und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen.

www.fast-4ward.de

Portal „Mittelstand und Familie“

Mit dem Portal „Mittelstand und Familie“ unterstützt die bundesweite Initiative „Allianz für die Familie“ Arbeitgeber von kleinen und mittelständischen Betrieben dabei, familienfreundliche Personalpolitik umzusetzen. Das Portal ist Bestandteil des Projekts Balance von Familie und Arbeitswelt, das die Bertelsmann Stiftung in Kooperation mit dem BMFSFJ durchführt.

www.mittelstand-und-familie.de

Handwerkszeug

Leitfaden „Familienorientierte Personalpolitik“

Die Broschüre stellt Unternehmer vor, die in ihren kleinen und mittleren Betrieben eine familienbewusste Personalpolitik betreiben. Anhand von konkreten Beispielen werden mögliche Ansatzpunkte einer familienbewussten Personalpolitik vorgestellt. Die Beispiele zeigen, dass der Kreativität bei der Suche nach individuellen Lösungen zur besseren Balance von Familie und Arbeitswelt keine Grenzen gesetzt sind.

www.bmfsfj.de/Kategorien/Publikationen/publikationsliste,did=17296.html

Leitfaden „Informationen für Personalverantwortliche. Familienfreundliche Maßnahmen im Unternehmen“

Das Informationspaket richtet sich an Personalverantwortliche und bietet umfassende und zugleich kompakte Hinweise über familienfreundliche Personalpolitik.

<http://www.erfolgsfaktor-familie.de/data/downloads/studien/Informationen%20f%FCr%20Personalverantwortliche.pdf>

Leitfaden "Betriebliches Engagement in der Kinderbetreuung"

Die Broschüre des BMFSJ und des DIHK zeigt auf welche Möglichkeiten mittelständische Firmen haben sich für die Kinderbetreuung ihrer Mitarbeiter zu engagieren und liefert hierzu zahlreiche Tipps und erleichtert den Einstieg in das Thema. Es werden unkomplizierte und kostengünstige Maßnahmen für kleine und mittlere Unternehmen vorgestellt, die sich dennoch lohnen – für die Beschäftigten und die Unternehmen.

www.bmfsfj.de/Kategorien/Publikationen/Publikationen,did=85184.html

Leitfaden „Diversity Management“

Die handliche Broschüre informiert über die verschiedenen Ebenen der Umsetzung eines Diversity-Managements in kleinen und mittleren

Betrieben und bietet u. a. eine umfangreiche Checkliste zur Einführung eines Diversity-Managements.

www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de/index/110846

Leitfaden „In siebzehn Schritten zum Arbeitsschutzmanagement“

Die Leitidee von Arbeitsschutzmanagement ist die eines im doppelten Wortsinn „gesunden“ Unternehmens: Das wirtschaftliche Überleben in mittleren und kleinen Unternehmen steht in engem Zusammenhang mit der Leistungsfähigkeit, Motivation und nicht zuletzt mit der Gesundheit aller Mitarbeiter. Der Leitfaden wurde von der IHK Mittlerer Niederrhein gemeinsam mit der IHK Duisburg und dem Staatlichen Amt für Arbeitsschutz Mönchengladbach herausgegeben.

www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/de/innovation_umwelt/innovation_umwelt/arbeitsschutz/arbeitsschutzmanagement.htm

Instrument „Demographie-Check“

Mit Hilfe des Demographie-Checks können Unternehmen die Auswirkungen des demographischen Wandels auf ihre Unternehmenstätigkeit bewerten. Dazu werden verschiedene Themenbereiche, wie z.B. Personalführung, Arbeitsorganisation oder Arbeitsschutz durchleuchtet. Ergebnis ist eine Ist-Analyse, die ebenfalls erste Hinweise auf den Handlungsbedarf liefert.

www.inqa-demographie-check.de

Instrument „Audit Beruf und Familie“

Das „Audit Beruf und Familie“ ist ein strategisches Managementinstrument, das Unterneh-

men Wege aufzeigt, wie sie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessern und langfristig in der Unternehmenspolitik verankern können. Das Instrument wurde auf Initiative und im Auftrag der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung entwickelt.

www.beruf-und-familie.de

Leitfaden „Arbeits- und Betriebszeiten flexibel gestalten“

Der Leitfaden liefert zahlreiche Hinweise für eine wettbewerbs- und mitarbeiterorientierte Gestaltung der Arbeitszeiten. Sie finden u. a. Regelungsmöglichkeiten bei flexiblen Arbeitszeitmodellen mit Arbeitszeitkonten und arbeitswissenschaftliche Erkenntnisse zur Gestaltung von Nacht- und Schichtarbeit. Zudem werden mit Praxisbeispielen Modelle aus unterschiedlichen Branchen und mit unterschiedlichen Beschäftigtenzahlen vorgestellt.

www.arbeitszeiten.nrw.de/b3-4f_Leitfaden_Arbeits-_und_Betriebszeiten_flexibel_gestalten.htm

Leitfaden „Demografischer Wandel (k)ein Problem!“

Die Broschüre stellt zahlreiche, in der Praxis erprobte Werkzeuge für die betriebliche Personalarbeit vor, mit denen mittelständische Unternehmen den Herausforderungen des demografischen Wandels begegnen können. Die meisten Werkzeuge können ohne externe Unterstützung eingesetzt werden.

www.bmbf.de/pub/demografischer_wandel_kein_problem_br.pdf

Leitfaden „Organisation von Ausbildungsverbänden“

Der eigene Spezialisierungsgrad oder fehlende Erfahrung hindern Mittelständler z. T. daran junge Menschen auszubilden. Der Leitfaden gibt zahlreiche nützliche Handreichungen, wie man gemeinsam mit anderen Unternehmen dennoch ausbilden kann.

www.bvdm-online.de/Bildung/pdf/Handreichung_05.pdf

Leitfaden „Ideenmanagement für mittelständische Unternehmen“

Aufbauend auf den Erfahrungen aus der Unternehmenspraxis zeigt das Deutsche Institut für Betriebswirtschaft in diesem Leitfaden, wie kleine und mittlere Unternehmen durch die systematische Förderung des Ideenreichtums ihrer Mitarbeiter einen gezielten Beitrag zur Qualitätssteigerung, Kostensenkung und Innovationsfähigkeit leisten können.

www.wkr-ev.de/ideenmanagement.pdf

Instrument „Check-up Personalpotenzial“

Mit dem Instrument des RKW erhalten Sie Hinweise darauf, wie Sie qualifiziertes Personal in Ihrem Unternehmen halten können und als attraktiver Arbeitgeber in Ihrer Region bekannt werden. Damit fällt es Ihnen leichter, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu rekrutieren.

www.rkw.de/02_loesung/Tools/CuPP/index.html

Instrument „Arbeitsplatznahe Qualifizierung“

Der Online-Check „AQua“ des RKW ermöglicht Ihnen eine erste Überprüfung und Einschätzung der eigenen betrieblichen Ressourcen und Gestaltungschancen anhand zentraler Erfolgsfaktoren.

ren und fördernder Rahmenbedingungen für ein arbeitsplatznahes Lernen.

www.rkw.de/02_loesung/Tools/rkw-aqua/index.html

Unterstützungsstrukturen

Netzwerk „Lokale Bündnisse für Familie“

Lokale Bündnisse für Familie sind Zusammenschlüsse von Partnern aus Politik und Verwaltung, Unternehmen, Kammern und Gewerkschaften, freien Trägern, sozialen Einrichtungen, Kirchengemeinden, Initiativen etc. Sie bilden ein Netzwerk von Akteuren, die sich auf regionaler Ebene für Familienfreundlichkeit einsetzen.

www.lokale-buendnisse-fuer-familie.de

Netzwerk „Erfolgsfaktor Familie“

Das Netzwerk ist Teil des Unternehmensprogramms „Erfolgsfaktor Familie. Unternehmen gewinnen“, das interessierten Unternehmen Basisinformationen zu familienbewusster Personalpolitik vermittelt. Das Netzwerk versteht sich zudem als Plattform für den Erfahrungsaustausch zwischen den Unternehmen, die bereits mit dem „Audit Beruf und Familie“ teilgenommen haben.

www.erfolgsfaktor-familie.de

Initiative „Charta der Vielfalt“

Die Charta der Vielfalt ist eine Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen. Die Bundesregierung befürwortet und unterstützt die Initiative. Unterzeichnen können alle Unternehmen und öffentliche Dienststellen,

die sich verpflichten, die Charta-Grundsätze zu erfüllen. Unternehmen aller Größen und Branchen sind angesprochen. Ganz ausdrücklich richtet sich die Initiative auch an mittelständische Unternehmen.

www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2006/12/2006-12-20-ib-charta-vielfalt-wie-geht-es-weiter.html

Netzwerk „Arbeitsgemeinschaft Partnerschaft in der Wirtschaft“

Verband von Unternehmen die Formen der materiellen und immateriellen Mitarbeiterbeteiligung praktizieren.

www.agpev.de

„Initiative für Beschäftigung!“

Die „Initiative für Beschäftigung!“ hat sich zum Ziel gesetzt, regional und auf Bundesebene neue, passgenaue Lösungen zur Verbesserung der Beschäftigungssituation zu schaffen. In den regionalen Netzwerken engagieren sich Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Dabei steht die erfolgreiche Integration – vor allem der jungen Menschen – in Ausbildung und Arbeit ebenso im Zentrum wie die Förderung individueller Beschäftigungsfähigkeit.

www.initiative-fuer-beschaeftigung.de

Handlungsfeld Markt

Informationsquellen

CSR in der Lieferkette

In einigen Branchen, wie z. B. der Textil- und Spielzeugherstellung, bestehen freiwillige Verhaltenskodizes zu sozialen und ökologischen Mindeststandards bei Zulieferbetrieben. Die Studie des „Institute 4 Sustainability“ und „future e.V.“ gibt einen Überblick über die bestehenden Kodizes.

www.4sustainability.org/downloads/Loew_2006_CSR_in_der_Supply-Chain.pdf

Leitfaden „Energieeffiziente Bürogeräte professionell beschaffen“

Die Initiative EnergieEffizienz hat einen Beschaffungsleitfaden entwickelt, der das Thema Wirtschaftlichkeit und Energieeffizienz von PC, Notebooks, Monitoren, Druckern, Kopierern und weiteren Bürogeräten umfassend für den Beschaffungsalldag aufbereitet.

<http://www.energieeffizienz-im-service.de/page/index.php?id=2690>

Freiwillige Verhaltensregeln des Werberat

Der Deutsche Werberat hat freiwillige Verhaltensregeln aufgestellt, die den lautereren und leistungsgerechten Wettbewerb in besonders gesellschaftsrelevanten Bereichen unterstützen sollen. Regeln bestehen z. B. für die Bereiche Werbung mit und vor Kindern sowie Werbung für alkoholhaltige Getränke.

www.werberat.de

ICC-Kodex zu verantwortlichen Marketingaktivitäten

Die Internationale Handelskammer (ICC) hat eine Marketing- und Werbekodex veröffentlicht. Dieser trägt den neuen ethischen Herausforderungen Rechnung, die eine sich in den letzten Jahren schnell verändernde Medienlandschaft mit sich gebracht hat. Der Kodex regelt z. B. dass Werbesendungen, die sich speziell an Kinder richten, deren Unerfahrenheit nicht ausnutzen dürfen.

www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html

Produkt-Label-Datenbank

Label sind Güte- und Qualitätssiegel für Produkte. Die Produkt-Label-Datenbank bietet Informationen und Bewertungen zu mehr als 300 in Deutschland gebräuchlichen Produktkennzeichnungen. Diese Informationen können auch Unternehmen helfen, passende Siegel zu identifizieren.

www.label-online.de/index.php/cat/3/searchtype/cats

Corporate Governance Kodex für Familienunternehmen

Die Diskussion um Standards verantwortungsvoller Führungs- und Leitungsstrukturen in Unternehmen beschränkt sich häufig auf börsennotierte Unternehmen. Für mittelständische Unternehmen sind Überlegungen zur Good Governance dennoch nicht minder bedeutsam.

INTES und die WELT AM SONNTAG haben deshalb einen Verhaltenskodex initiiert, der auf die spezifischen Bedürfnisse von Familienunternehmen ausgerichtet ist.

www.intes-online.de/UserFiles/File/GovernanceKodexDeutsch.pdf

CORSISweb

CORISweb ist eine Initiative von Transparency International. Das Webportal ermöglicht einfaches und schnelles Suchen und Finden von mehr als 16.000 Ressourcen zum Thema Korruption (nur in Englisch).

www.corisweb.org

IT-Sicherheitspaket Mittelstand

Für kleine und mittelgroße Unternehmen ist das Internet zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor geworden. Doch während Unternehmen in den Ausbau ihrer IT-Strukturen investieren, bleiben Sicherheitsfragen, wie z. B. der Schutz der eigenen sowie kundenbezogener Daten, oft unberücksichtigt. Der Verein „Deutschland sicher im Netz“ informiert Mittelständler zum Thema IT-Sicherheit.

www.sicher-im-netz.de/default.aspx?sicherheit/ihre/mittelstand/default

Handwerkszeug

Instrument „Social Accountability 8000“ (SA 8000)

SA 8000 ist ein Managementstandard, der Arbeitsbedingungen in Unternehmen und bei deren Lieferanten beschreibt. Der Schwerpunkt der Kriterien von SA 8000 liegt in den Bereichen Kinderarbeit, Gesundheit und Sicherheit, Diskriminierung, Zwangsarbeit, Arbeitszeiten, Vereinigungsfreiheit und Recht zu Kollektivhandlungen, Löhnen und Disziplinarmaßnahmen. Die Unternehmensleitung muss einen Maßnahmenkatalog zur Kontrolle der Einhaltung des Standards vorlegen.

www.cepaa.org/sa8000.htm

Leitfaden „Korruption verhindern“

Der Bundesverband der deutschen Industrie (BDI) hat Empfehlungen zur Verhinderung von Korruption formuliert, die Hilfe zum Vorgehen gegen korruptes Handeln im Geschäftsverkehr leisten sollen.

[http://www.csrgermany.de/www/csrcms.nsf/id/59115A9EBFD80F8FC1256F3B0054E8A9/\\$file/Br oschuere_Korruption_verhindern.pdf](http://www.csrgermany.de/www/csrcms.nsf/id/59115A9EBFD80F8FC1256F3B0054E8A9/$file/Br oschuere_Korruption_verhindern.pdf)

Leitfaden „The Marketplace Principles“

Das britische Unternehmensnetzwerk „Business in the Community“ hat eine Reihe von Prinzipien zum verantwortlichen Handel im Markt formuliert (nur in Englisch).

www.bitc.org.uk/marketplace

Instrument „EFQM Model“

Die Europäische Stiftung für Qualitätsmanagement besteht seit 1989 und hat mehr als 700

Mitglieder (Stand 2007), darunter vor allem große europäische Unternehmen und Forschungsinstitute. Das „EFQM Model“ hilft Organisationen ein eigenes Qualitätsmanagementsystem zu erarbeiten. Dabei wird auf die Bedeutung gesellschaftlicher Verantwortung besonders hingewiesen.

www.efqm.org und
www.deutsche-efqm.de

Instrument „Inno-Check“

Innovative Unternehmen sind erfolgreicher. Wie innovativ sind Sie? Der Inno-Check des RKW erlaubt eine erste Einschätzung der Innovations-Potenziale in Unternehmen mit zehn bis 100 Beschäftigten. Sie erfahren, in welchen Bereichen Sie stark sind und wo Verbesserungen in Ihrem Innovationsmanagement nötig und möglich sind.

www.rkw.de/02_loesung/02_Innovation_und_Wissen/K_Inno-Check/index.html

Instrument „Wissensbilanz-Toolbox“

Wissen gewinnt als entscheidender Produktionsfaktor zur Sicherung der Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit zunehmend an Bedeutung. Die in der Praxis erprobte Software „Wissensbilanz-Toolbox“ unterstützt Mittelständler bei der Erfassung der erfolgskritischen Faktoren und Indikatoren, bei der Visualisierung der Ergebnisse sowie bei der Erstellung einzelner Reports, bis hin zum vollständigen Wissensbilanzbericht.

www.akwissensbilanz.org/wbtoolbox.htm

Leitfaden „Qualitätsmanagement für kleine und mittlere Unternehmen“

Mit dem Leitfaden des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie wird eine praxisnahe Hilfe geboten, die insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen über die schwierige Hürde der Umsetzung von Qualitätsmanagement hinweghilft.

www.stmwivt.bayern.de/pdf/wirtschaft/Qualitaetsmanagement_KMU.pdf

Leitfaden „Integriertes Managementsystem. Qualität, Umwelt, Arbeitssicherheit“

Der Leitfaden des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie und dem Bayerischen Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz stellt dar, wie ein integriertes Managementsystem schlank und effizient aufgebaut werden kann und will besonders kleinen und mittleren Unternehmen Hilfestellung geben.

www.stmwivt.bayern.de/pdf/wirtschaft/Integriertes_Managementsystem.pdf

Unterstützungsstrukturen

Netzwerk „Transparency International - Deutschland e.V.“

Transparency Deutschland ist eine gemeinnützige, parteipolitisch unabhängige Bewegung von Privatpersonen und Unternehmen, die sich dem Kampf gegen die Korruption verschrieben haben. Ziele des Netzwerks sind das öffentliche Bewusstsein über die schädlichen Folgen von Korruption zu schärfen sowie nationale und internationale Integritätssysteme zu stärken.

www.transparency.de

Initiative „ombudsmann.de“

ombudsmann.de ist eine neutrale und unabhängige Schlichtungsstelle für Streitigkeiten über Internet-Käufe. Jeder Vertragspartner eines Internet-Kaufes kann sich an ombudsmann.de wenden, wenn der Käufer Verbraucher ist und seinen Wohnsitz in Deutschland hat und der Verkäufer Unternehmer ist, der seinen Sitz in einem Mitgliedsland der EU hat und eine außergerichtliche Schlichtung eines Streitfalles gewünscht wird. Träger von ombudsmann.de ist der „Bundesverband: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.“

 www.ombudsmann.de

Initiative „Pro Recyclingpapier“

In der Initiative haben sich Unternehmen verschiedenster Branchen und Größen zu einer Wirtschaftsallianz zusammengeschlossen, um die Akzeptanz von Recyclingpapier zu verbessern. Auf den Internetseiten finden sich zahlreiche Tipps dazu, auf was bei der Umstellung auf Recyclingpapier im Betrieb und der Papierbeschaffung zu beachten ist.

 www.papiernetz.de

Handlungsfeld Gemeinwesen

Informationsquellen

Internetportal UPJ

Umfassendes Informationsangebot zu Corporate Citizenship in Deutschland von der Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ).

www.upj-online.de

Internetportal „Corporate-Citizen.Info“

Ein Informationsportal für kleine und mittlere Unternehmen des Vereins Aktive Bürgerschaft.

www.corporate-citizen.info

Datenbank des Bundeswirtschaftsministeriums

Die Internetseite zu Corporate Citizenship liefert neben Hintergrundtexten, Handlungsanleitungen und Links zu Expertenorganisationen auch eine Datenbank mit vielen guten Beispielen von mittelständischen Unternehmen.

bmwi.de/BMWi/Navigation/Mittelstand/corporate-citizenship

Unternehmen in der Gesellschaft - Engagement mit Personal und Kompetenz

Praxisdokumentation der Kölner Agentur VIS a VIS von Unternehmensengagement mit Personal und Kompetenz - das mit dem Begriff „Corporate Volunteering“ bezeichnet wird. Mehr als 60 Beispiele werden ausführlich beschrieben und um weiterführende Hinweise zu Publikationen, Akteuren und Netzwerken ergänzt.

www.visavis-agentur.de/Corporate-Volunteeri.46.0.html

Buchtipps

André Habisch: „Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland.“ Springer-Verlag, Berlin Heidelberg 2003.

Dieter Schöffmann (Hg.): „Wenn alle gewinnen. Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen.“ Edition Körber-Stiftung, Hamburg 2001.

Handwerkszeug

Leitfaden „Corporate Citizenship“

Der Leitfaden der Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ) zeigt neue Wege für das Engagement mittelständischer Unternehmen in ihrem Umfeld auf, das zugleich dem Gemeinwesen als auch einer positiven Unternehmensentwicklung dient. Folgende Fragen werden beantwortet: Um was geht es bei Corporate Citizenship? Welche praktischen Beispiele gibt es? Welchen Nutzen hat soziales Engagement für Unternehmen? Wie können Unternehmen und soziale Organisationen zusammenarbeiten? Wie fängt man an?

www.upj-online.de/index/81051

Leitfaden „Freiwilliges Mitarbeiterengagement“

Der Leitfaden beschreibt die verschiedenen Wege, wie Unternehmen ihre Mitarbeiter bei

ehrenamtlichem Engagement unterstützen und wie Unternehmen Kooperationsprojekte mit gemeinnützigen Organisationen eingehen können.

www.freiwilligenweb.at/cms/front_content.php?idcat=24

Instrument „LBG-Model“

Die London Benchmarking Group ist ein britisches Unternehmensnetzwerk, das ein Instrument entwickelt hat, mit dem Unternehmen ihr Engagement im Gemeinwesen beschreiben und untereinander vergleichen können. Das Instrument hilft zu klären, was unternehmerisches Engagement im Gemeinwesen ist (und was nicht) und nimmt eine Trennung der Kosten des Engagements (Inputs) und des gesellschaftlichen Nutzens (Outputs) vor. So wird deutlich, dass ein Unternehmen sich nicht einfach mit Geld engagiert, sondern Geld für einen bestimmten gesellschaftlichen und unternehmerischen Zweck einsetzt.

www.lbg-online.net

Leitfaden „Schule und Betriebe als Partner“

Mit dem Leitfaden erhalten Schulen, Unternehmen und weitere Kooperationspartner Anregungen und konkrete Anleitungen sowie bewährte Instrumente, ein systematisches Konzept zur Berufsorientierung und Berufswahlvorbereitung zu gestalten.

www.ausbildungspakt-berufsorientierung.de

Instrument „10 Goldene Regeln für erfolgreiches gesellschaftliches Engagement“

Die betapharm Arzneimittel GmbH hat aus ihrer langjährigen Erfahrung im Bereich Corporate Citizenship „10 Goldene Regeln für erfolgreiches gesellschaftliches Engagement“ aufgestellt.

www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de/goldeneregeln

Instrument „Engagement-Marktplätze

Ziel dieser lokalen Veranstaltungen ist es, gemeinnützige Organisationen und Unternehmen an einem Nachmittag an einem Ort zusammen zu bringen, wo wie auf einem Markt die Nachfrage nach Unterstützung und entsprechenden Kooperationsangebote vereinbart wird.

www.gute-geschaefte.de

Unterstützungsstrukturen

UPJ-Mittlernetzwerk

Partner im Netzwerk der Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ) sind Organisationen in ganz Deutschland, die Kooperationen zwischen Unternehmen und Projekten der Jugend- und Sozialarbeit vor allem auf regionaler Ebene fördern.

www.upj-online.de/index/66172

Aktive Bürgerschaft

Kompetenzzentrum für Bürgerengagement / Bürgerstiftungen und eine Corporate Citizenship Initiative des genossenschaftlichen FinanzVer-

bundes unter der Schirmherrschaft des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR).

www.aktive-buergerschaft.de

Netzwerk „Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (BAGFA)“

Bundesweiter Zusammenschluss von 120 lokalen und regionalen Freiwilligenagenturen, -börsen und -zentren aus ganz Deutschland

www.bagfa.de

Kampagnen der Bundesländer

Mehrere Bundesländer fördern das Engagement von Unternehmen im Gemeinwesen.

www.corporate-citizenship.nrw.de

(Nordrhein-Westfalen) und

www.engagiertes-unternehmen.de (Hessen)

Initiative „Kinderfonds“

Das Kinderfonds Stiftungszentrum bietet eine einfache Möglichkeit, sich mit einer eigenen Stiftung langfristig für Kinder und Jugendliche im In- oder Ausland zu engagieren. Im Kinderfonds können Privatpersonen und Unternehmen ab einem Grundstockvermögen von 5.000 Euro schnell, unkompliziert und kostenlos eine eigene Stiftung für junge Menschen ins Leben rufen.

www.kinderfonds.org

Handlungsfeld Umwelt

Informationsquellen

Effiziente Stromnutzung im Dienstleistungssektor

Strom sparen ist nicht nur ein Umweltthema, sondern auch ein Kostenthema im Unternehmen. Die Initiative Energieeffizienz der Deutschen Energie-Agentur (dena) zeigt anschaulich, wie sich z. B. durch eine moderne Beleuchtung und die richtigen Bürogeräte ein erheblicher Teil der Stromkosten einsparen lässt.

www.energieeffizienz-im-service.de

OEKORADAR

Das Angebot des Projekts OEKORADAR konzentriert sich auf die betriebswirtschaftlichen Fragen des Umweltschutzes und verfolgt das Ziel, mit möglichst einfachen Mitteln jene Unternehmen zu ökologisch nachhaltigem Wirtschaften zu motivieren, die sich mit diesem Aspekt bislang gar nicht oder kaum beschäftigt haben.

www.oekoradar.de

Umwelthinformationsseiten der Industrie und Handelskammern

Auf ihren Internetseiten stellen die IHKs im Bereich „Innovation und Umweltschutz“ praxisnahe Informationen zu den Themen Energie, betrieblicher Umweltschutz und Umweltmanagement bereit. Ein regelmäßiger Informationsdienst berichtet zudem über aktuelle Entwicklungen im Umweltbereich. Ein besonders umfangreiches Informationsangebot bietet die IHK Lüneburg-Wolfsburg an.

www.ihk24-lueneburg.de/produktmarken/innovation/umweltschutz/umweltschutz_info/index.jsp

PortalU

Das Umweltportal Deutschland bietet einen zentralen Zugriff auf mehrere hunderttausend Internetseiten und Datenbankeinträge von öffentlichen Institutionen und Organisation. Mit Hilfe der integrierten Suchmaschine können Webseiten und Datenbankeinträge unkompliziert nach Stichworten durchsucht werden.

www.portalu.de

Effiziente Energienutzung in kleinen und mittelständischen Unternehmen

Auf der Internetseite und in einer Broschüre werden die Ergebnisse eines vom Ministerium für Umwelt und Forsten Rheinland-Pfalz initiierten Projekts zur effizienten Energienutzung in kleinen und mittelständischen Unternehmen vorgestellt. Aufgezeigt werden technische und organisatorische Maßnahmen, die in den meisten Betrieben durchgeführt werden können.

www.energie-kmu.de

Portal „Betrieblicher Umweltschutz in Baden-Württemberg“

Die Informationsplattform des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg stellt praxisnahe und branchenspezifische Lösungen für den betrieblichen Umweltschutz vor.

www.umweltschutz-bw.de

Gefahrstoffe im Griff

Umfangreiche Sammlung von Handlungshilfen und Links zum Umgang mit Gefahrstoffe im Betrieb.

www.gefahrstoffe-im-griff.de

Buchtipp

Stefan Schaltegger et al: „An Introduction to Corporate Environmental Management: Striving for Sustainability.“ Greenleaf Publishing, Sheffield 2003.

Handwerkszeug

Leitfaden „Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen“

Gerade im Umweltbereich gibt es eine Vielzahl von möglichen Instrumenten, den Überblick zu bewahren fällt nicht nur kleinen und mittleren Unternehmen schwer. Wann setze ich welches Instrument ein, was brauche ich die dafür, welchen Nutzen habe ich davon und was kostet es? Das Bundesumweltministerium und der Bundesverband der Deutschen Industrie haben eine umfangreiche Sammlung von Konzepten und Instrumenten zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung herausgegeben.

www.uni-lueneburg.de/umanagement/pdf-dateien/hmu_komplett.pdf

Instrument „Internet Energie-Check“

In einem Internet-Schnelltest können Unternehmen innerhalb von wenigen Minuten fest-

stellen, wie viel Energie und Kosten im Vergleich zum Branchenmittel gespart werden könnten - oder ob das Unternehmen bereits besser ist als seine Wettbewerber. Ein zweiter „Detail-Check“ ermöglicht, es Energiesparpotenziale noch genauer zu identifizieren, und gibt erste Umsetzungstipps.

www.internet-energie-check.de

Leitfaden „Umweltmanagementansätze in Deutschland“

Fast 10.000 Unternehmen und Organisationen in Deutschland haben sich dafür entschieden, entweder ein umfassendes Umweltmanagement-System oder einen der zahlreichen existierenden Umweltmanagement-Ansätze im Betrieb einzuführen. Die Broschüre stellt die verschiedenen Systeme und Ansätze vor und zeigt Einstiegsmöglichkeiten für mittelständische Unternehmen auf.

www.bmu.de/wirtschaft_und_umwelt/emas/doc/37543.php

Instrument „ISO 14.001“

Die internationale Norm ISO 14.001 ist die weltweit bedeutendste Vorgabe dessen, was ein „Umweltmanagement“ in Unternehmen umfasst.

www.iso14001news.de

Instrument „EMAS“

EMAS ist die Kurzbezeichnung für „Eco-Management and Audit Scheme“, das so genannte Öko-Audit. Die Anforderungen der Norm ISO 14.001 sind auch Kernbestandteil von EMAS. Die Anforderungen von EMAS gehen in bestimmten Bereichen jedoch über die der ISO-

Norm hinaus, z. B. hinsichtlich der externen Kommunikation und Einbeziehung der Mitarbeiter.

www.emas.de

Instrument „ÖKOPROFIT“

ÖKOPROFIT-Programme, die insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen beim Einstieg in den systematischen betrieblichen Umweltschutz unterstützen, beraten und finanziell unterstützen, gibt es in mehr als 60 Kommunen in ganz Deutschland.

www.cpc.at/cpnetzwerk/cp_Eur_Deutschl_d.asp

Leitfaden „Schritt für Schritt ins Umweltmanagement“

Eine Reihe von Leitfäden des Umweltbundesamtes unterstützen Unternehmen beim Aufbau eines Umweltmanagementsystems. Bislang sind u. a. folgende Broschüren erschienen: Umweltsiegel des Handwerks, Ecomapping sowie EMAS-Easy.

www.umweltbundesamt.de/uba-info-presse/2005/pd05-020.htm

Leitfaden „Geld vom Staat fürs Energiesparen“

Das Bundesumweltministerium hat in Zusammenarbeit mit dem BINE Informationsdienst eine Informationsbroschüre über Förderprogramme für Energiesparmaßnahmen und erneuerbare Energien herausgegeben. Die Broschüre bringt Licht in den Förderdschungel und stellt rund 900 Förderprogramme ausführlich vor. Viele der Fördermöglichkeiten richten sich gezielt an kleine und mittlere Unternehmen.

www.bmu.de/energieeffizienz/downloads/doc/36207.php

Leitfaden „Von der EMAS-Umwelterklärung zum Nachhaltigkeitsbericht“

Der Leitfaden erläutert, wie mittelständische Unternehmen ihre Umwelterklärung zu einem Nachhaltigkeitsbericht weiterentwickeln können.

www.4sustainability.org/downloads/Leitfaden_Entwurf_fuerWorkshop.pdf

Unterstützungsstrukturen

Netzwerk „future e.V.“

Die Umweltinitiative von Unternehm(e)r(n) unterstützt kleine und mittlere Unternehmen in Fragen einer ökologisch verantwortlichen Unternehmensführung.

www.future-ev.de

Netzwerk „B.A.U.M. e.V.“

Der „Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V.“ wurde 1984 als erste überparteiliche Umweltinitiative der Wirtschaft gegründet. Durch praxisorientierte Dienstleistungen unterstützt B.A.U.M. seine Mitglieder im betrieblichen Umweltschutz.

www.baumev.de

Netzwerk „UnternehmensGrün e.V.“

Das Netzwerk versteht sich als Lobbyverband für mittelständische Unternehmen, die sich für eine ökologische Ausrichtung und Erneuerung der Wirtschaft einsetzen.

www.unternehmensgruen.de

Umweltpartnerschaften der Bundesländer

In mehreren Bundesländern haben die Landesregierungen und mittelständische Unternehmen freiwillige Umweltpartnerschaften geschlossen, um möglichst viele Unternehmen für den freiwilligen betrieblichen Umweltschutz zu gewinnen - zur Verbesserung der Umweltqualität und zur Kostenreduktion bei den Betrieben. Eine Übersicht aller Partnerschaften finden Sie auf den Internetseiten der „Umweltallianz Sachsen“.

 www.smul.sachsen.de/de/wu/umwelt/5_1117.htm

Impressum

Herausgeber: Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ) e.V.

© UPJ e.V. Berlin 2007

Die Recherche für dieses Arbeitspapier wurde im Rahmen der Kampagne „Verantwortliche Unternehmensführung im Mittelstand“ durchgeführt. Die Kampagne unterstützt mittelständische Unternehmen mit praktischen Beispielen, regionalen Informationsveranstaltungen und einfachem Handwerkszeug wie z.B. einem praxisnahen Leitfaden dabei, durch Verantwortliche Unternehmensführung zu gewinnen. Wir weisen darauf hin, dass die Verantwortung für die Inhalte allein bei der Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ) e.V. liegt, und dass die Europäische Kommission keinerlei Verantwortung oder Haftung für die Inhalte übernimmt.

Über Rückmeldungen freuen wir uns sehr. Bitte wenden Sie sich an

Felix Dresewski felix.dresewski@upj-online.de

UPJ e.V.

Linienstr. 214, 10119 Berlin

T: 030 -2787406-0

Web: www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de

Web: www.upj-online.de