

## Modul 1

### Einführung in Corporate Social Responsibility (CSR) von KMU

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben. 2020-1-DE02-KA202-007503.










Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.



Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union



Diese Präsentation ist lizenziert unter CC BY 4.0

MODUL 1	MODUL 2	MODUL 3	MODUL 4	MODUL 5	MODUL 6	MODUL 7	MODUL 8	MODUL 9
								
EINFÜHRUNG IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) VON KMU	CSR UND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT FÜR DIE NACHHALTIGKEIT VON KMU	IMPLEMENTIERUNG VON CSR-HR ZUR MAXIMIERUNG DES POTENZIALS VON KMU	CSR & KULTURELLER WANDEL - KURZFRISTIGER STRATEGIEANSATZ	CSR & KULTURELLER WANDEL - LANGFRISTIGER STRATEGIEANSATZ	IMPLEMENTIERUNG EINES CSR-RAHMENS ZUR MINDERUNG VON AUSWIRKUNGEN UND RISIKEN	IMPLEMENTIERUNG DES CSR-NACHHALTIGKEITS-RAHMENS ISO 26000	ANPASSUNG VON DIGITALEN WERKZEUGEN & TECHNOLOGIEN AN CSR	INNOVATIONEN DURCH CSR-ADAPTION ZUR KREISLAUFWIRTSCHAFT
<p>1.1 Einführung und wie KMU bereits die europäische Nachhaltigkeit vorantreiben</p> <p>1.2 Gründe für eine strategische Umsetzung von CSR-Maßnahmen in KMU</p> <p>1.3 SDGs und der Einfluss von KMU</p> <p>1.4 Schlussfolgerungen und Lernübersicht</p>	<p>2.1 Einführung: KMU-CSR und Human Resource Management</p> <p>2.2 HRM steht im Mittelpunkt der Verankerung von CSR in einem KMU, durch die Mitarbeiter</p> <p>2.3 Vorteile der Integration von CSR und HR in KMU</p>	<p>3.1 Wie Sie eine CSR-HR zur Unterstützung Ihrer CSR-Strategie für den kulturellen Wandel einführen</p> <p><i>Dieser ausführliche Abschnitt konzentriert sich auf 5 Schlüssel-bereiche, die für die erfolgreiche Integration von CSR-HR-Management-Strategien als erstes angegangen werden sollten</i></p> <p>3.2 Lernergebnisse</p>	<p>4.1 Einführung &amp; CSR Change Management in KMU</p> <p>4.2 Wie CSR-Innovation in den Mittelpunkt der Unternehmenskultur gerückt werden sollte</p> <p>4.3 Vorteile des CSR Change Managements in KMU</p> <p>4.4 Aktivierung des CSR Change Managements - Kurzfristiger strategischer Ansatz</p>	<p>5.1 Umsetzung des CSR-Kulturwandels - Langfristiger Strategieansatz</p> <p>5.2 Langfristige, erfolgreiche Führung ist ein starker Motivator und entscheidend für die Umsetzung von CSR</p> <p>5.3 Wie man verschiedene CSR-Prioritäten bewerten, entwickeln und festlegen kann, um die langfristige Strategie voranzutreiben</p> <p>5.4 CSR-Vision und Einbindung der Belegschaft</p> <p>5.5 Schlussfolgerungen</p>	<p>6.1 Erkennen Sie den Nutzen, die Wachstumschancen und die Vorteile der Einführung eines weltweit anerkannten CSR-Rahmens (mit ISO 26000)</p> <p>6.2 ISO 26000: 7 CSR-Kernthemen, die die wichtigsten Herausforderungen abdecken, die von KMU angegangen werden sollten</p> <p>6.3 ISO 26000: 7 CSR-Grundprinzipien, die KMU bei der Ausgestaltung ihrer CSR berücksichtigen sollten</p>	<p>7.1 Fahrplan für die Umsetzung von CSR-Nachhaltigkeits- und ISO 26000-Strategien</p>	<p>8.1 Warum die Anpassung von digitalen Werkzeugen und Technologien an CSR-Maßnahmen der richtige Schritt für KMU ist</p> <p>8.2 Beispiele für die Anpassung von Technologie an CSR</p> <p>8.3 12 kosteneffiziente Wege, wie KMU CSR-Technologien kostengünstig und schnell einführen können</p>	<p>9.1 Maßnahmen der Kreislaufwirtschaft und deren Einbindung in CSR-Aktivitäten</p> <p>9.2 Globale Bestrebungen und Diskussionen zur Kreislaufwirtschaft</p> <p>9.3 Implementierung von zirkulären Wirtschaftsmodellen</p>

# CSR Ready CASE STUDIES

green, fair & competitive businesses

## MODUL 1

M1 - EINFÜHRUNG IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) VON KMU		
MODUL 1   Fallstudie 1		
Phoenix Design (Kommunikation)		
MODUL 1   Fallstudie 2		
Uhrenholt (Lebensmittel-Lösungen)		
MODUL 1   Fallstudie 3		
Troldekt AS (Fertigung)		
MODUL 1   Fallstudie 4		
Saltå Kvarn (Bio-Lebensmittel)		
MODUL 1   Fallstudie 5		
DHR Communications (PR)		
MODUL 1   Fallstudie 6		
3fe Coffee (Kaffeerösterei)		
MODUL 1   Fallstudie 7		
Doolin Hotel (Ländliches Boutique Hotel)		
MODUL 1   Fallstudie 8		
Marino Software (Software)		
MODUL 1   Fallstudie 9		
TEG (Luftfahrttechnik)		
MODUL 1   Fallstudie 10		
Viva Green (Umweltfreundliche Produkte)		
MODUL 1   Fallstudie 11		
IED Electronicity (Elektronische Lösungen)		
MODUL 1   Fallstudie 12		
Johan Cruyff (Bildung)		
MODUL 1   Fallstudie 13		
Tonys Chocolonely (Süßwaren)		
MODUL 1   Fallstudie 14		
Holland Recycling (IT)		
MODUL 1   Fallstudie 15		
De Klok Banden (Automobilindustrie)		
MODUL 1   Fallstudie 16		
The Lekker Company (Hautpflege)		
MODUL 1   Fallstudie 17		
Copper8 (Bauwesen)		

## MODUL 2-3

## MODUL 4-5

MODUL 1   Fallstudie 18	
Creativhotel Luise (Hotel)	
MODUL 1   Fallstudie 19	
Florida Eis (Eismanufaktur)	
MODUL 1   Fallstudie 20	
Märkisches Landbrot (Bäckerei)	
MODUL 1   Fallstudie 21	
Neumarkter Lammsbräu (Bio-Brauerei)	
MODUL 1   Fallstudie 22	
Scheplast (Kunststoffe)	
M2 - CSR UND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT FÜR DIE NACHHALTIGKEIT VON KMU	
M3 - IMPLEMENTIERUNG VON CSR-HR ZUR MAXIMIERUNG DES POTENZIALS VON KMU	
MODUL 2-3   Fallstudie 1	
Neumarkter Lammsbräu (Bio-Brauerei)	
MODUL 2-3   Fallstudie 2	
TEG (Luftfahrttechnik)	
MODUL 2-3   Fallstudie 3	
(Verschiedene Beispiele)	
MODUL 2-3   Fallstudie 4	
(IT & Technical Consulting)	
MODUL 2-3   CSR-SUPPORT	
Unterstützung für HR: Organisationen und Netzwerke	
M4 - CSR & KULTURELLER WANDEL - KURZFRISTIGER STRATEGIEANSATZ	
M5 - CSR & KULTURELLER WANDEL - LANGFRISTIGER STRATEGIEANSATZ	
MODUL 4-5   Fallstudie 1	
(Verschiedene Beispiele)	
MODUL 4-5   Fallstudie 2	
Tico (Postversand)	
MODUL 4-5   Fallstudie 3	
Scheplast (Kunststoffe)	

## MODUL 6-7

## MODUL 8-9

MODUL 4-5   Fallstudie 4	
Mayflow (Automatisierung)	
MODUL 4-5   CSR-SUPPORT	
Change Management	
M6 - IMPLEMENTIERUNG EINES CSR-RAHMENS ZUR MINDERUNG VON AUSWIRKUNGEN UND RISIKEN	
M7 - IMPLEMENTIERUNG DES CSR-NACHHALTIGKEITS-RAHMENS ISO 26000	
MODUL 6-7   Fallstudie 1	
TEG (Luftfahrttechnik)	
MODUL 6-7   Fallstudie 2	
(Verschiedene Beispiele)	
MODUL 6-7   Fallstudie 3	
Florida (Eismanufaktur)	
MODUL 6-7   CSR-SUPPORT	
Risiko- und Impact Management	
M8 - ANPASSUNG VON DIGITALEN WERKZEUGEN & TECHNOLOGIEN AN CSR	
M9 - INNOVATIONEN DURCH CSR-ADAPTION ZUR KREISLAUFWIRTSCHAFT	
MODUL 8-9   Fallstudie 1	
Creativhotel Luise (Hotel)	
MODUL 8-9   Fallstudie 2	
Märkisches Landbrot (Bäckerei)	
MODUL 8-9   Fallstudie 3	
(Verschiedene Beispiele)	
MODUL 8-9   Fallstudie 4	
(Verschiedene Beispiele)	
MODUL 8-9   Fallstudie 5	
(Verschiedene Beispiele)	
MODUL 8-9   CSR-SUPPORT	
Digitale Technologien und Kreislaufwirtschaft	

# Überblick über Modul 1

- **Verstehen Sie**, inwiefern KMU für die Nachhaltigkeit in Europa von zentraler Bedeutung sind und wie CSR als Instrument die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen unterstützen kann.
- **Erfahren Sie**, wie eine auf KMU ausgerichtete CSR-Strategie nicht nur Ihrem Endergebnis, sondern auch Ihrem Ruf, dem Beitrag Ihrer Mitarbeiter, Ihrer Marke, Ihrem Ansehen und Ihrer Kundentreue zugute kommen kann.
- **Entdecken Sie**, wie die Ausrichtung der SDGs auf Ihre CSR-Strategie Ihre CSR-Aktivitäten unterstützt, wertvolle Chancen eröffnet und zu einer starken, anerkannten globalen Wirkung beiträgt.

- 1 Einführung und wie KMU bereits die europäische Nachhaltigkeit vorantreiben
- 2 Gründe für eine strategische Umsetzung von CSR-Maßnahmen in KMU
- 3 SDGs und der Einfluss von KMU
- 4 Schlussfolgerungen und Lernübersicht

# Einführung in das CSR-Ready-Projekt

**CSR-Ready ist ein ERAMUS+-Projekt, das KMU dabei helfen soll, die Auswirkungen ihrer unternehmerischen Handlungen auf ihre Region und ihr Marktumfeld zu analysieren und konkrete CSR-Maßnahmen in ihren Unternehmen umzusetzen.**

Das Projekt CSR-Ready ermöglicht es KMU, unternehmensspezifische Strategien und Maßnahmen zu entwickeln, die auf speziellen Wirkungsbereichen und Vorteilen basieren und in einem klaren und einfach zu verwendenden Format präsentiert werden. Unser Kurs wurde entwickelt, um KMU, Start-Ups, Berufsbildungsorganisationen, Unternehmensberater, Unternehmer sowie Industrie- und Handelskammern direkt zu unterstützen. Der Kurs stellt Ressourcen bereit, die in ihre Lehrpläne und Dienstleistungen integriert werden können.

Die gesellschaftliche und soziale Verantwortung der Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR) ist eine strategische, umfassende und nachhaltige Antwort der Unternehmen auf eine gerechte und wohlhabende Gesellschaft mit einer modernen ressourceneffizienten und wettbewerbsfähigen Wirtschaft und einem klimaneutralen Europa. Sie bezieht sich auf Produkte und Dienstleistungen, die KMU anbieten, aber auch auf Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Gesundheit, Umwelt, Innovation, Bildung und Ausbildung.

(siehe Präambel der EU-Richtlinie über soziale Verantwortung der Unternehmen und verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln)



# Corporate Social Responsibility

Bei CSR geht es um die Verantwortung eines Unternehmens für die Gesellschaft im Sinne einer nachhaltigen Geschäftspraxis. CSR bezieht sich auf die Verantwortung eines Unternehmens für seine Auswirkungen auf die Gesellschaft, die Umwelt und die Wirtschaft.

Eine kürzlich durchgeführte Umfrage der Boston Consulting Group (BCG) ergab, dass 60 % der Unternehmen\* der Meinung sind, dass nachhaltiges Wirtschaften der Schlüssel zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit ist und 70 % planen, ihr Engagement im nächsten Jahr zu erhöhen.





# Einführung

Im ersten Abschnitt von Modul 1 wird erläutert, warum KMU für die Nachhaltigkeit in Europa von zentraler Bedeutung sind und wie CSR die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen auf lokaler, regionaler und europaweiter Ebene unterstützen kann.

In allen CSR READY-Modulen empfehlen wir Ihnen, unsere zusätzlichen [Fallstudien](#) zu bewährten Verfahren zu lesen, die aus Unternehmen aus ganz Europa stammen. Die vorgeschlagenen Beispiele für dieses Modul sind in der Tabelle auf der nächsten Folie dokumentiert. Viel Spaß!



Sehen Sie sich unbedingt diese **22** fantastischen [Best-Practice-Beispiele](#) an

Fallstudie	Land	Name des Unternehmens	Art des Unternehmens
Fallstudie 1	Dänemark	Phoenix Designhilfe	Agentur für Design und Kommunikation
Fallstudie 2	Dänemark	Uhrenholt	Globale Lebensmittellösungen
Fallstudie 3	Dänemark	Troldtekt AS	Fertigung und Baumaterialien
Fallstudie 4	Dänemark	Saltå Kvarn	Bio-Lebensmittelunternehmen
Fallstudie 5	Irland	DHR-Kommunikation	Öffentlichkeitsarbeit
Fallstudie 6	Irland	3fe Kaffee	Kaffeeröster und -großhändler
Fallstudie 7	Irland	Doolin Hotel	Ländliches Boutique-Hotel
Fallstudie 8	Irland	Marino Software	Software-Beratung
Fallstudie 9	Irland	TEG	Luftfahrttechnik
Fallstudie 10	Irland	Viva Grün	Umweltverträgliche Produkte
Fallstudie 11	Spanien	IED-Elektronizität	Elektronische Lösungen
Fallstudie 12	Niederlande	Johan-Cruyff-Institut	Höhere Bildung



Sehen Sie sich unbedingt diese **22** fantastischen Best-Practice-Beispiele an

Fallstudie	Land	Name des Unternehmens	Art des Unternehmens
Fallstudie 13	Niederlande	Tonys Pralinen	Süßwaren
Fallstudie 14	Niederlande	Holland Recycling	IT und Hardware
Fallstudie 15	Niederlande	De Klok Banden	Autoreifen
Fallstudie 16	Niederlande	Das Unternehmen Lekker	Kosmetika & Hautpflege
Fallstudie 17	Niederlande	Kupfer8	Fertigung und Bauwesen
Fallstudie 18	Deutschland	Kreativhotel Luise	Hotel
Fallstudie 19	Deutschland	Florida Eis	Eismanufaktur
Fallstudie 20	Deutschland	Märkisches Landbrot	Lieferbäckerei in Demeter-Qualität
Fallstudie 21	Deutschland	Neumarkter Lammsbräu	Getränkehersteller einschl. Brauerei, Mälzerei
Fallstudie 22	Deutschland	Scheplast	Kunststoffindustrie

<https://www.csrready.eu/case-studies-de/>

# Was ist Corporate Social Responsibility (CSR)?

Corporate Social Responsibility (CSR) bezieht sich auf Geschäftspraktiken, die Mitarbeitern, Stakeholdern, der Umwelt und der Gesellschaft als Ganzes zugute kommen.

**Kleine und mittlere Unternehmen sind nicht ausgenommen.** Alle Unternehmen, vom großen Konzern bis zum kleinen Café, sind rechenschaftspflichtig und verantwortlich, wenn es um ihre sozialen und ökologischen Auswirkungen geht.

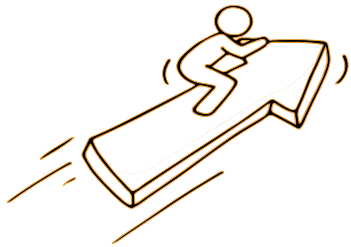


# CSR-Schwerpunktbereiche



# Vorteile einer nachhaltigen CSR-Praxis für KMU

CSR hat viele Vorteile für Unternehmen, unabhängig von Größe oder Branche. Diese Vorteile sind messbar und fördern das Wachstum:

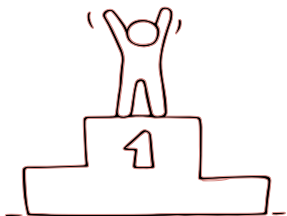


❖ **Einsparungen bei den Betriebskosten und bessere finanzielle Leistung:**

Reduzieren Sie Betriebskosten und Verschwendung, um das Endergebnis zu verbessern und Einsparungen im gesamten Unternehmen zu erzielen.

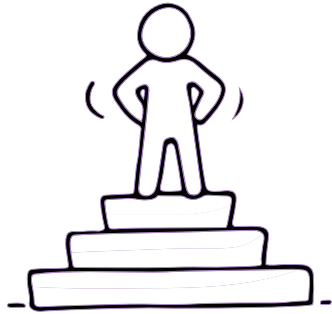


❖ **Zufriedenere Kunden und Mitarbeiter:** höhere Umsätze und eine stärkere Kundenbindung, die zu Unternehmenswachstum führt. Bessere Fähigkeit, Talente anzuziehen und Mitarbeiter zu halten, indem sie auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten. Wachsender Kundenstamm, der durch ökologische Nachhaltigkeit angezogen wird.



❖ **Verbesserter Ruf des Unternehmens:** Werden Sie als Lieferant, Arbeitgeber und Geschäftspartner bevorzugt und gewinnen Sie neue Aufträge mit unabhängig bestätigten Zertifikaten.

# Vorteile einer nachhaltigen CSR-Praxis für KMU



- ❖ **Erzielen Sie einen Wettbewerbsvorteil**, indem Sie bei nachhaltigen Themen eine Führungsposition einnehmen und durch proaktive Einhaltung von Vorschriften und Haftungsfragen einen Vorsprung haben. Gewinnung neuer Aufträge durch eine nachhaltigere Lieferkette. Erhöhung des Gefühls der Stabilität durch die Entwicklung nachhaltiger Zukunftspläne.



- ❖ **Eine anerkannte Marke der Wahl**: Schaffung eines positiven Markenimages durch die Kommunikation und das Management von ökologischen, sozialen und ethischen Themen.



- ❖ **Leichter Zugang zu Kapital**: Zeigen Sie bei Ausschreibungen und Geschäftsmöglichkeiten, dass Sie umweltbewusst sind.



# KMU sind von zentraler Bedeutung für die Nachhaltigkeit in Europa

Die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sind das Rückgrat der europäischen Wirtschaft:

- ❖ Sie repräsentieren 99 % aller Unternehmen in der EU.
- ❖ Sie beschäftigen rund 100 Millionen Menschen.
- ❖ Sie machen mehr als die Hälfte des europäischen BIP aus und
- ❖ spielen eine Schlüsselrolle bei der Wertschöpfung in allen Wirtschaftssektoren.

Sie sind für die Wettbewerbsfähigkeit und den Wohlstand Europas, die industriellen Ökosysteme, die wirtschaftliche und technologische Souveränität und die Widerstandsfähigkeit gegenüber externen Schocks von wesentlicher Bedeutung. Sie bieten innovative Lösungen für Herausforderungen wie Klimawandel, Ressourceneffizienz und sozialen Zusammenhalt und tragen dazu bei, diese Innovationen in allen Regionen Europas zu verbreiten. Sie sind daher von zentraler Bedeutung für den Übergang der EU zu einer nachhaltigen und digitalen Wirtschaft.

Siehe auch: [Unleashing the full potential of European SMEs' factsheet](#)

# Definition von Nachhaltigkeit



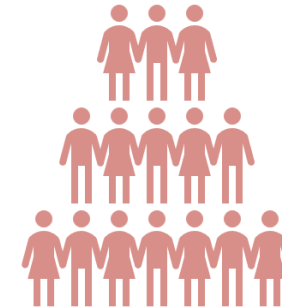
## Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Bevölkerungsgruppen auf der ganzen Welt in die Lage versetzen, unabhängig zu bleiben und Zugang zu (finanziellen und anderen) Ressourcen zu haben, um ihre Bedürfnisse zu erfüllen. Wirtschaftliche Aktivitäten sind für jeden zugänglich, d.h. jeder hat sichere Einkommensquellen.



## Ökologische Nachhaltigkeit

Erhaltung der ökologischen Integrität und des Gleichgewichts der Umweltsysteme der Erde, indem die natürlichen Ressourcen so genutzt werden, dass sie sich selbst wieder auffüllen können.



## Soziale Nachhaltigkeit

Vorrang für die allgemeinen Menschenrechte und den Zugang zu den Grundbedürfnissen. Bevölkerungsgruppen profitieren von gerechten Führungspersonlichkeiten, die sich dafür einsetzen, dass die Rechte und Freiheiten aller Menschen geachtet werden.

# CSR - ein Aufruf zum Wandel in herausfordernden Zeiten

**Unternehmer, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU), wissen, dass einer der wichtigsten Schlüssel zum Erfolg darin besteht, sein Unternehmen so anzupassen, dass es in den derzeitigen schwierigen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Zeiten nachhaltig ist.**

Als gute Führungskraft sollten Sie in der Lage sein, zu erkennen, an welcher Stelle sich Ihr Unternehmen weiterentwickeln muss. Die soziale Verantwortung der Unternehmen kann Ihnen den Weg zu einer nachhaltigen strategischen Anpassung und Veränderung ebnen. Das kann die Auseinandersetzung mit der Dynamik am Arbeitsplatz betreffen bis hin zur digitalen Transformation. Andernfalls könnten Sie heftig kritisiert werden, weil Sie den Ruf nach Veränderung ignorieren. Dies könnte sich nicht nur negativ auf Ihre Gewinne auswirken, sondern auch auf die Art und Weise, wie andere Ihr Unternehmen sehen und wie es sich auf die Welt auswirkt.

So wie sich die Unternehmen an den technologischen Wandel anpassen müssen, so müssen sie sich auch an die Forderung nach CSR-Strategien anpassen.

# KMU sind die treibende Kraft der CSR-Nachhaltigkeit in Europa

**25**

**Millionen**

KMU in Europa

**2 von 3**

**Jobs**

in KMU

**50%**

des  
europäischen  
BIP

**50%**

von allen KMU  
führen  
Innovations-  
aktivitäten durch

**25%**

der KMU in der EU  
arbeiten bereits an  
grünen Produkten und  
Dienstleistungen

**17%**

der KMU in der EU  
haben digitale  
Technologien  
erfolgreich integriert,  
verglichen mit 54 %  
der größeren  
Unternehmen

# CSR ist europaweit wichtig



## Für Unternehmen

CSR bietet wichtige Vorteile in Bezug auf Risikomanagement, Kosteneinsparungen, Zugang zu Kapital, Kundenbeziehungen, Personalmanagement, Nachhaltigkeit der Geschäftstätigkeit, Innovationsfähigkeit und schließlich Gewinn



## Für die EU Wirtschaft und Umwelt

Die KMU machen 99 % der EU-Wirtschaft aus. CSR macht Unternehmen nachhaltiger und innovativer, was insgesamt zu einer nachhaltigeren Wirtschaft beiträgt



## Für die Gesellschaft

CSR bietet eine Reihe von Werten, auf denen wir eine Gesellschaft mit stärkerem Zusammenhalt aufbauen und den Übergang zu einem nachhaltigen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen System begründen können.



76 % der Millennials untersuchen, ob ein Unternehmen in Bezug auf seine Haltung zu sozialen oder ökologischen Themen authentisch ist. Dies hat viele kleine Unternehmen und Konzerne auf den Plan gerufen. Schließlich hat ein Millennial eine enorme Macht. Nicht nur als Verbraucher, sondern auch als jemand, der möglicherweise einen Arbeitsplatz in einem Unternehmen mit nachgewiesener sozialer Verantwortung sucht.



# Die vier Dimensionen der sozialen Verantwortung der Unternehmen

## Die Umwelt

Verstehen Sie die Auswirkungen, die Ihre Produkte, Dienstleistungen und Ihre Lieferkette auf die Umwelt haben.

## Der Markt

Hier geht es darum, wie Ihr Unternehmen verantwortungsvolle Geschäftsentscheidungen im Umgang mit Lieferanten und Kunden trifft.

## Der Arbeitsplatz

Es geht darum, wie Sie Ihre Mitarbeiter unterstützen und einbinden.

## Die Gemeinschaft

Hier geht es darum, wie Sie mit Ihren lokalen Partnern und Organisationen zusammenarbeiten.



1



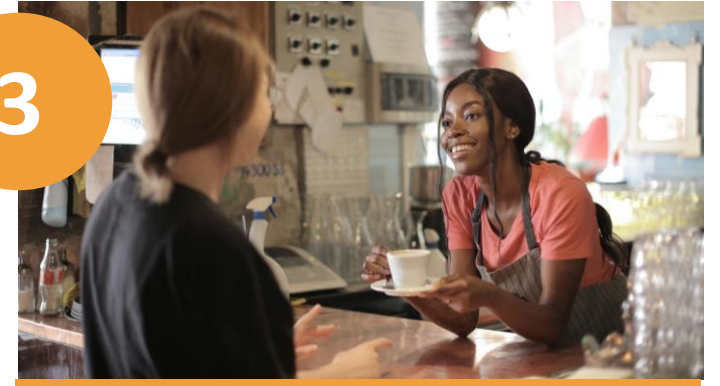
Die Säule **Umwelt** bezieht sich auf das Management der Auswirkungen eines Unternehmens auf die *Umwelt*. Führende Unternehmen wissen, dass sie eine Rolle bei der effizienten Bewirtschaftung der weltweiten Ressourcen und bei der Bekämpfung des Klimawandels spielen müssen. Solide Umweltstrategien sind für die Nachhaltigkeit eines Unternehmens von entscheidender Bedeutung und können Kosten senken.

2



Die Säule **Arbeitsplatz** befasst sich damit, wie ein Unternehmen seine Mitarbeiter unterstützt, einbindet und motiviert. Dabei geht es um Themen wie Work-Life-Balance, Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter, Vielfalt und Integration, Organisationskultur und Freiwilligenarbeit. Motivierte und engagierte Mitarbeiter sind produktiver und die Menschen arbeiten lieber für Arbeitgeber, denen sie vertrauen können.

3



Die Säule **Markt** bezieht sich darauf, wie eine Organisation ihre Beziehungen zu ihren Kunden und Lieferanten handhabt. Der Kauf und Verkauf von Produkten und Dienstleistungen ist ein wesentlicher Bestandteil des Geschäftslebens. Die Sicherstellung, dass dies auf ethische und nachhaltige Weise geschieht, ist der Schlüssel zum Image und zur langfristigen Rentabilität eines Unternehmens.

4



Die Säule **Gemeinschaft** bezieht sich darauf, wie Unternehmen mit der Gemeinschaft und den Freiwilligenorganisationen in ihren lokalen Gemeinschaften zusammenarbeiten. Der Aufbau von Vertrauen und die Entwicklung strategischer Partnerschaften in den Gemeinschaften, in denen Unternehmen tätig sind, ist für die Sicherung der langfristigen Nachhaltigkeit von entscheidender Bedeutung. Dies kann die Loyalität der Mitarbeiter erhöhen, neue Talente anziehen und gleichzeitig einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft ausüben.

Die vier Säulen sollten durch eine starke KMU-Governance und Kommunikation unterstützt werden



Die Säule **Governance und Kommunikation** bezieht sich auf die Art und Weise, wie Unternehmen ihre verantwortungsvollen und nachhaltigen Geschäftspraktiken innerhalb ihrer Organisation unterstützen, verwalten und kommunizieren. Ein grundlegender Aspekt ist die Einbeziehung der Stakeholder bei der Ermittlung der wichtigsten Bereiche, die durch verantwortungsbewusstes, nachhaltiges Handeln angesprochen werden sollten.





# Von starker CSR in KMU profitieren alle



## Für das Unternehmen

- Wettbewerbsfähigkeit steigt
- schafft Reputation und Vertrauen
- werden Sie zu einem bevorzugten Anbieter und Arbeitgeber
- Einbeziehung von Verbrauchern und Stakeholdern
- effizienter sowie rentabler Betrieb und Partnerschaften



## Für die Gesellschaft

- fördert Wohlstand, Nachhaltigkeit und Wohlbefinden
- schützt die Umwelt, die Wirtschaft und die Kultur
- sozialer Fortschritt bei Vielfalt und Integration
- Bekämpfung von Arbeitslosigkeit und Armut



## Für die Wirtschaft

- Innovation und Wettbewerbsfähigkeit
- verantwortungsvolle Unternehmen, nachhaltige Unternehmen und Sektoren
- leistungsfähige Volkswirtschaften, geschützte Umwelt und wohlhabende Gemeinschaften





# Von starker CSR in KMU profitieren alle

Die Rolle der Unternehmen in der Wirtschaft ist sehr wichtig. Sie sind die wichtigste Quelle für Beschäftigung in den europäischen Gesellschaften und stellen eine große Einkommensquelle dar. Wichtig für den Erfolg von Unternehmen ist, dass sie ethisch korrekt handeln und eine Ware oder Dienstleistung anbieten, die für unsere Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft effektiv und nützlich ist.

*Unternehmen, die nicht ethisch oder CSR-orientiert sind, versperren den Weg in Richtung mehr Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz, in der Gemeinschaften und für die Umwelt.*

Viele Unternehmen arbeiten mit vielen verschiedenen Partnern zusammen und treffen Vereinbarungen mit ihnen, z. B. mit Reinigungsfirmen, Caterern, Lieferanten, Logistik- und Vertriebsunternehmen, dem Einzelhandel usw.. Diese haben jeweils unterschiedliche Werte, die Umwelt, Gesellschaft oder den Markt (oder alle drei) unterstützen.

## Beispiel

Ein Unternehmen, das in Erwägung zieht, Materialien von einem Lieferanten zu beziehen, der sich von ökologischen und sozialen Werten leiten lässt, muss oft ähnliche Werte übernehmen, um eine Partnerschaft einzugehen. Dieses langfristige Engagement kann enorme positive Auswirkungen auf die Umwelt, die Gesellschaft und das Unternehmen selbst haben.

*Auf der nächsten Folie sehen Sie, wie einfach es ist, CSR-Aktivitäten mit nur einer Maßnahme pro Gruppe umzusetzen.*

# Von starker CSR in KMU profitieren alle

## Umwelt

Das Unternehmen könnte recycelbare, biologisch abbaubare Verpackungen verwenden, die die Umwelt schonen.

## Gesellschaft

Das Unternehmen könnte in die Qualität der Bildung an den Schulen in seiner Umgebung investieren.

## 3. Umwelt

Nachhaltigkeit

## 2. Gesellschaft

Marktplatz  
Gemeinschaft

## 1. Unternehmen

Arbeitsplatz  
Mitarbeiter  
Lieferketten  
Kunden

## Business

Das Unternehmen könnte Personen beschäftigen, die Schwierigkeiten haben, einen Arbeitsplatz zu finden, so dass die lokalen Arbeitskräfte geschult werden können.

# Gründe, warum KMU eine CSR-Strategie einführen sollten

Damit KMU nachhaltig wirtschaften können, ist der Ruf nach positiven Veränderungen so laut wie nie zuvor. Unzählige Unternehmen auf der ganzen Welt haben Strategien veröffentlicht, um mehr CSR in Angriff zu nehmen - und das sollten auch Sie tun! Ganz gleich, ob es darum geht, auf grüne Energie umzusteigen oder die Mitarbeiter zu ermutigen, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu fahren - **CSR ist in aller Munde!**

Und nicht nur das - CSR nimmt zu und es ist erwiesen, dass sie sowohl den Gewinnen eines Unternehmens als auch seinem Zweck zugute kommt!



# Gründe, warum KMU eine CSR-Strategie einführen sollten

Dieser Abschnitt befasst sich mit den vielen verschiedenen Arten von Vorteilen, die CSR mit sich bringt. Manchmal überschneiden sie sich, z. B. Verbesserung der Reputation, Mitarbeitermotivation und Wettbewerbsvorteile. Der Nutzen von CSR für KMU ist sowohl monetär als auch nicht-monetär, was zur Reduktion negativer Auswirkungen und einer Zunahme positiver Beiträge führt. Unternehmen sehen sich heute mit grundlegenden Nachhaltigkeitsproblemen konfrontiert, z. B. Bindung von Talenten, Ungleichheit, mangelndes soziales und ökologisches Verantwortungsbewusstsein, unzureichende Einbindung von Stakeholdern, fehlende Innovationsförderung, schlechte finanzielle Leistung, mangelnde Kundentreue ... [und viele mehr.](#)

In diesem Abschnitt werden die positiven Auswirkungen von CSR auf KMU erläutert.

Die Vorteile der CSR tragen zum **Wettbewerbsvorteil** eines Unternehmens bei, da die **sozial verantwortliche Perspektive** einem Unternehmen helfen kann, einen **einzigartigen und differenzierten Ansatz zur Integration sozialer und ökologischer Belange in sein Geschäftsmodell** zu entwickeln (*Carroll & Shadana, 2010*).



# Aktuelle grundsätzliche Fragen der Nachhaltigkeit für KMU

## Umwelt

Kenntnis über Auswirkungen der Produkte, Dienstleistungen und Lieferketten auf die Umwelt



## Energie

Einführung von Maßnahmen zur systematischen Senkung des Energieverbrauchs



## Treibhausgasemissionen

Verwalten der Treibhausgasemissionen, die durch Aktivitäten, Produkte oder Dienstleistungen entstehen



## Ressourcenoptimierung

Bewerten, messen, berichten über den Verbrauch von natürlichen Ressourcen



## Soziales und Ethik

Soziale Verantwortung übernehmen durch Aktivitäten, die einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft haben



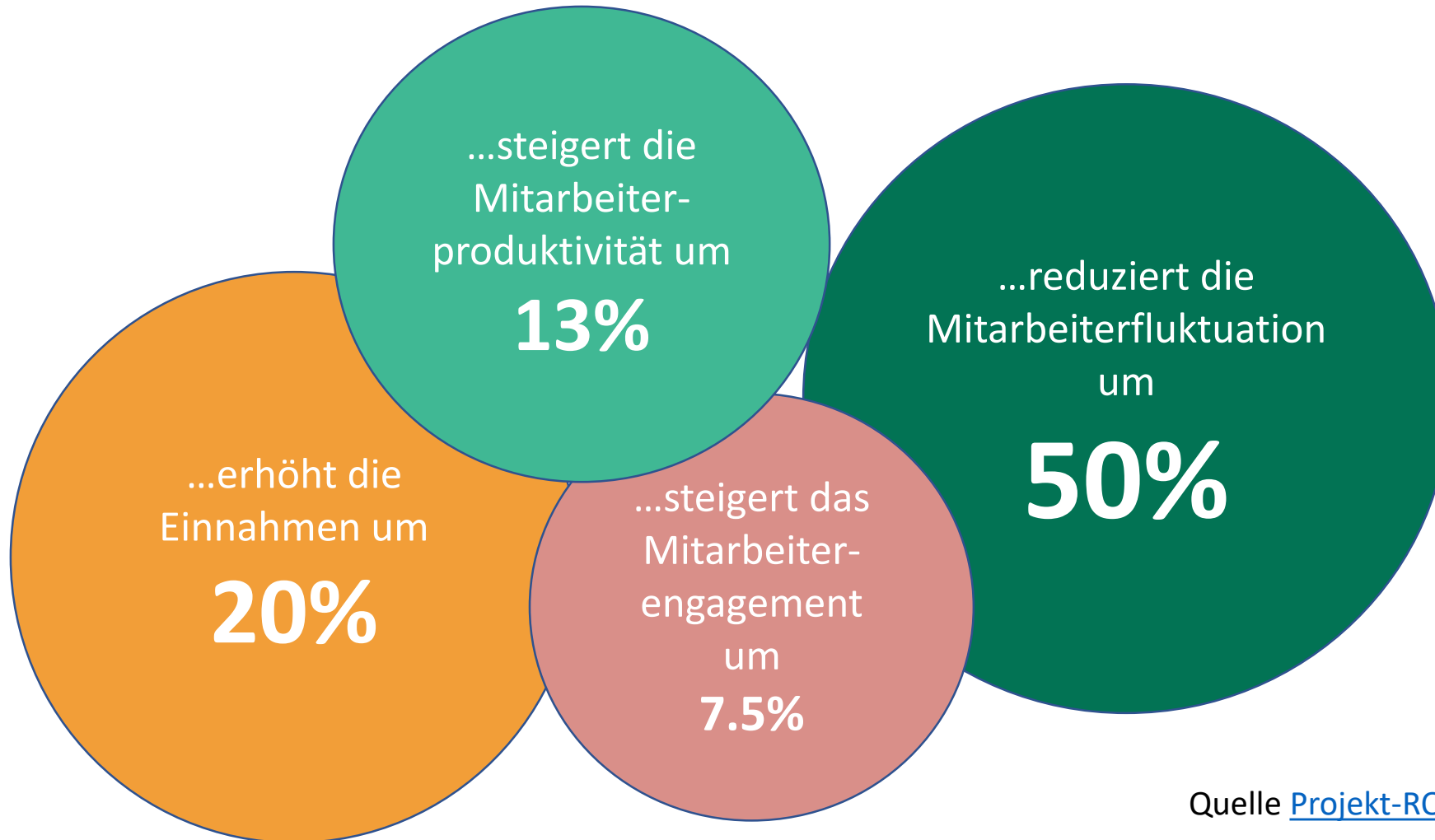
## Biologische Vielfalt

Messung der Gesundheit, Erhaltung und Verbesserung eines bestimmten Ökosystems





# Ein gut konzipiertes Programm zur sozialen Verantwortung von Unternehmen...



Quelle [Projekt-ROI-Studie](#)

# Gründe, warum KMU eine CSR-Strategie einführen sollten

Die Implementierung von CSR als Teil Ihres Unternehmens kann Ihnen helfen, **geschäftliche Probleme** in allen Bereichen **zu bewältigen**, z. B. in Bezug auf Umsatz, Mitarbeitermotivation und CO<sub>2</sub>-Bilanz. Auf der vorherigen Folie wurde anhand einer [Project ROI-Studie](#) gezeigt, wie ein gut konzipiertes CSR-Programm das Engagement der Mitarbeiter um bis zu 7,5 % steigern, ihre Produktivität um 13% erhöhen, die Mitarbeiterfluktuation um 50 % senken und den Umsatz um bis zu 20 % steigern kann. Falls Sie immer noch nicht überzeugt sind, gehen wir im nächsten Abschnitt ausführlich auf diese Gründe ein, warum Sie CSR-Maßnahmen ergreifen sollten.

Diese langfristigen Ergebnisse zeigen die Vorteile auf, warum Sie den richtigen, umfassenden CSR-Plan für Ihr Unternehmen beherrschen und entwickeln sollten. Am besten beginnen Sie damit, **Ihre Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Stakeholder der Gemeinschaft zu befragen**, um deren Interessen, Werte und Erwartungen zu verstehen. Stellen Sie dann Ihr CSR-Führungsteam auf einer virtuellen Online-Plattform zusammen, damit Sie alle gemeinsam Ihre CSR-Ziele verwalten, ausbauen und weiterentwickeln und darüber nachdenken können, wie Sie mit ihren Antworten im Hinblick auf Ihre Unternehmensvision vorankommen. In unserem **Modul 6 gehen wir näher darauf ein**. Sie werden lernen, wie Sie verschiedene CSR-Aktivitäten planen und umsetzen können. Sie werden danach in der Lage sein, Ihre Aktivitäten zu verwalten, zu bewerten, zu überwachen, zu evaluieren, zu kommunizieren und zu demonstrieren, wie Sie dies für jede Ihrer Zielgruppen auf unterschiedliche Weise tun.

# CSR-Vorteile - Rekrutierung, Bindung und Einbindung von Mitarbeitern

1

CSR-Strategien sind nicht nur geeignet, um Ihre Mitarbeiter zu halten, sondern auch, um die besten und klügsten Köpfe *zu rekrutieren*. Die Motivation der Mitarbeiter ist ein Hauptanliegen von Arbeitgebern. Es ist schwieriger, als es scheint, ein Team von Menschen allein durch ein monatliches Gehaltspaket zu motivieren.

Eine Snapshot-Studie hat ergeben, dass **88 % der Unternehmensleiter** sagen, dass **effektive Programme zur Mitarbeiterbindung** ihnen helfen, Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten.

Eine Umfrage unter fast 25.000 Personen im Alter von 18 bis 35 Jahren aus 186 Ländern ergab, dass **40 % der jungen Menschen** der Meinung sind, dass **Sinn und Wirkung** eines der wichtigsten Kriterien bei der Auswahl einer beruflichen Chance sind.

Und **55 % der Arbeitnehmer** würden sich eher dafür entscheiden, für ein sozial verantwortliches Unternehmen zu arbeiten, **selbst wenn sie dafür ein geringeres Gehalt erhalten würden**.

Es spielt also weniger eine Rolle, ob Ihre Konkurrenten das beste Büro oder den besten Standort zu bieten haben. Wenn Sie ein kleineres Unternehmen sind, welches sich seiner sozialen Verantwortung stellt, haben Sie einen Vorteil gegenüber Ihren größeren Konkurrenten, deren CSR-Programme nicht besonders ausgefeilt sind.



**In einem anderen Bericht über  
die Auswirkungen heißt es:**

In einer Zeit, in der Millennials für "wirkungsvolle" Organisationen arbeiten wollen, kann ein Engagement im Bereich CSR den Unternehmen helfen, mehr Top-Talente als andere Organisationen anzuziehen. So ergab eine Umfrage der gemeinnützigen Organisation [Net Impact](#), dass für 72 % der Studenten, die kurz vor dem Eintritt in das Berufsleben stehen, ein Job, bei dem sie "etwas bewirken" können, wichtig für ihr Glück sei.



**Jungen Millennials ist es  
wichtig, durch  
ihre Berufswahl  
Gutes zu unterstützen**



## Ein Beispiel: CSR kann die Beziehungen zu den Mitarbeitern verbessern

**Freiwilligenarbeit in Unternehmen** kann auf individueller Ebene eine großartige Erfahrung sein. Geben Sie Ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, sich für eine sinnvolle Sache zu engagieren und ihre Fähigkeiten gemeinnützigen Organisationen zur Verfügung zu stellen. Wenige Dinge im Leben sind so lohnend wie ein Beitrag zum Allgemeinwohl!

Studien haben ergeben, dass Mitarbeiter, die sich an *Corporate Volunteering* beteiligen, in der Regel engagierter bei der Arbeit sind als ihre nicht teilnehmenden Kollegen. Sie berichten von einer deutlich höheren Arbeitszufriedenheit –

**ein wertvolles Gut für jedes Unternehmen.**





## Ein Beispiel: CSR kann die Beziehungen zu den Mitarbeitern verbessern

Das Anbieten von Möglichkeiten für freiwilliges Engagement in Unternehmen kann:

- ✓ die Loyalität und Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter erhöhen
- ✓ das Engagement der Mitarbeiter fördern
- ✓ einen Anstoßeffekt erzeugen, der die Produktivität verbessert
- ✓ den Mitarbeitern die Möglichkeit geben, neue Fähigkeiten zu entwickeln
- ✓ Moral und Motivation verbessern

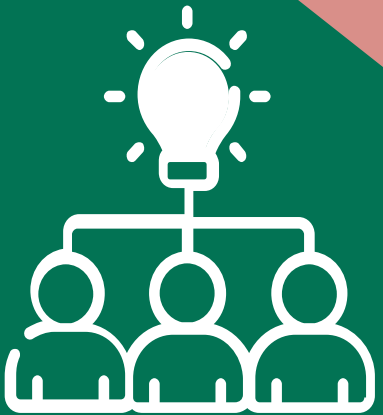
In Modul 2 werden diese Aspekte im Hinblick auf die Umsetzung und die Strategien ausführlicher behandelt.





Engagierte Mitarbeiter sind 17 % produktiver, 21 % rentabler und haben 41 % weniger Fehlzeiten. Auch die Innovationskraft steigt an einem engagierten Arbeitsplatz. In Zahlen ausgedrückt: Unzufriedene Mitarbeiter kosten die Unternehmen jährlich 534 Milliarden Euro.

Quelle [Alayaqood](#)



**Engagierte Mitarbeiter  
bedeuten eine  
gesteigerte Rentabilität**



# CSR-Vorteile - Verbessert das öffentliche Image

2

Fall-  
studie

Für ein Unternehmen ist Authentizität der Schlüssel. Ihre Bemühungen, Aktivitäten, Marketing- und Marktstrategien zur Vermittlung Ihres CSR-Ansatzes müssen echt sein.

Der **Hard Ground Coffee Truck in Dublin**, Irland, bildet zum Beispiel Obdachlose zu zertifizierten Baristas aus, damit sie im Gastgewerbe Arbeit finden können. Sie setzen sich leidenschaftlich für die Bekämpfung von Obdachlosigkeit, Hunger und Armut ein.

*"Menschen, die von Obdachlosigkeit betroffen sind, werden häufig ausgegrenzt - dies ist eine Möglichkeit, das Stigma zu brechen."*

Sie ermittelten also einen Bedarf und gründeten ein CSR-Unternehmen, das sich mit diesem Bedarf befasst.

*"Im Moment sucht das Gastgewerbe händeringend nach Personal und wir dachten, dass dies eine wirklich gute Möglichkeit wäre, Menschen in den Sektor einzuführen."*

Das ist hervorragend für die Gesellschaft - und für das öffentliche Image von *Hard Ground*. Als kleines Unternehmen, das etwas Positives für die Gemeinschaft tut, ernten Sie wahrscheinlich viel positive Aufmerksamkeit.

# Hard Ground Coffee Truck erhält kostenlose nationale PR

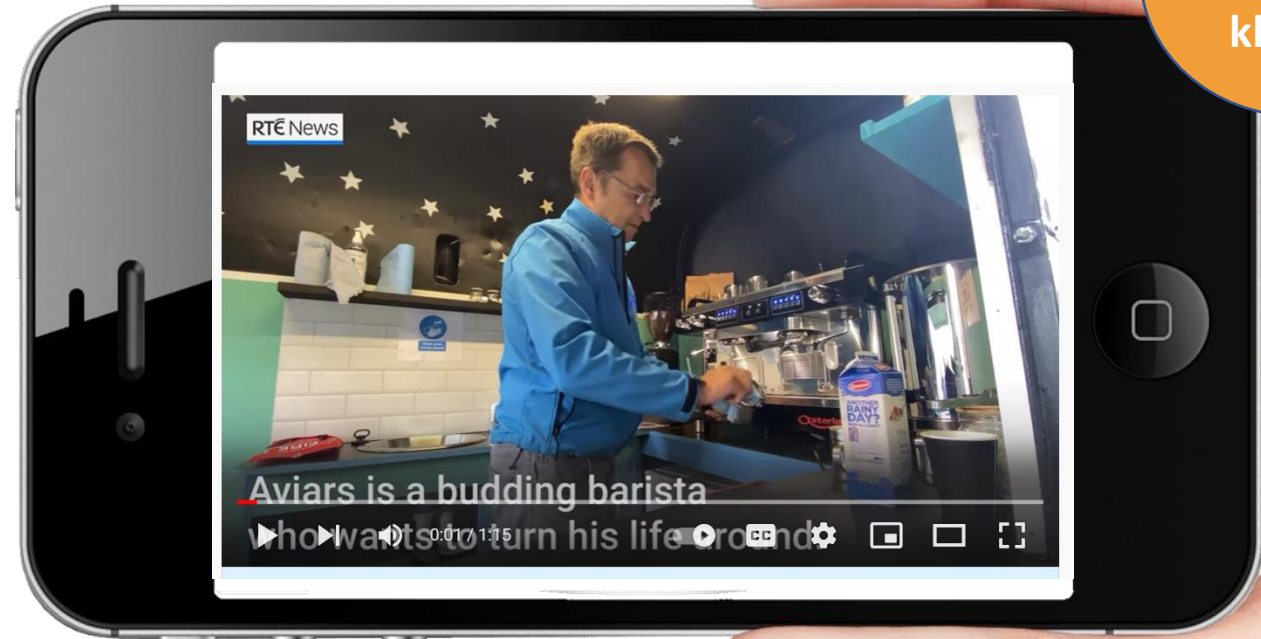
Wenn Sie einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft nehmen, werden die nationalen Medien über Sie sprechen und Sie unterstützen.

**Andere ähnliche Organisationen, wie z. B. Social Enterprise Dublin unterstützen Sie dabei.**

Una Lowry, Sprecherin von Social Enterprise Dublin, sagte:

*Dublin hat im Laufe der Jahre unter zahlreichen sozialen Problemen gelitten, angefangen bei Obdachlosigkeit, Drogenhandel und Vermüllung bis hin zu einem Mangel an Einrichtungen, die es den Gemeinschaften ermöglichen, Kontakte zu knüpfen und ihre Kreativität zum Ausdruck zu bringen".*

*Bei dieser Kampagne geht es vor allem darum, die Menschen hinter diesen sozialen Unternehmen hervorzuheben, die soziale Probleme direkt angehen und einen echten Wandel herbeiführen.*



Zum  
Ansehen  
klicken

Irlands nationale Rundfunkanstalt RTE freut sich über das Programm und berichtete in ihrem YouTube Channel darüber:  
<https://www.youtube.com/watch?v=ziHvr0o41w8>

Sie druckten Nachrichtenartikel, in denen die positiven sozialen Auswirkungen gewürdigt wurden. Jetzt [Artikel 1](#) und [Artikel 2](#) lesen!

green, fair & competitive businesses



# CSR-Vorteile - Umsatzsteigerung

3

**CSR-Maßnahmen zeigen, dass Sie ein Unternehmen sind, das sich nicht nur für seine Gewinnmargen, sondern auch für soziale Belange interessiert.**

Es ist erwiesen, dass CSR-Praktiken den Gewinn eines kleinen Unternehmens steigern. Viele kleine Unternehmen können zwar nicht mit den niedrigeren Preisen von Ketten und größeren Unternehmen mithalten, aber sie können oft **eine unschätzbare Kundentreue gewinnen, indem sie sich als positiver Einfluss in der Gemeinschaft etablieren.**

CSR steigert die Wettbewerbsfähigkeit von KMU durch verbesserte Kundenbindung und -zufriedenheit, Wiederholungsaufträge, stärkere Unterstützung und Loyalität der Gemeinschaft, höhere Motivation der Arbeitnehmer und geringere Fluktuation (gleichbleibende Produktivität und Qualität der Ergebnisse), ein besserer Zugang zu öffentlichen Mitteln, besseres Image und Ansehen sowie gute Lieferanten, die gerne mit Ihnen zusammenarbeiten und eine Partnerschaft eingehen.

Sie können die Oberhand über Konkurrenten *(die möglicherweise kein CSR-Programm haben)* erhalten und ziehen Verbraucher an, die sich bewusst sind, bei wem sie kaufen. Infolgedessen ist es wahrscheinlicher, dass die Kunden Ihre Marke als bevorzugte Marke wählen und weiterempfehlen.

# CSR-Vorteile – Verbesserung der Loyalität

4

Menschen bewundern Unternehmen, die einen positiven Beitrag zur Verbesserung bestehender Verhältnisse beitragen.

CSR kann den Verbrauchern drei Arten von Wert bieten: **emotional, sozial und funktional**. CSR steigert die **positive Wahrnehmung** und das allgemeine **Wertversprechen**.

Der Hauptgrund dafür ist, dass **eine gute CSR-Bilanz die Bewertung des Unternehmens durch die Kunden verbessert und die Kunden mit den Produkten eines verantwortungsbewussten Unternehmens im Allgemeinen zufriedener sind** (*Luo und Bhattacharya 2006*).

Wenn Sie eine CSR-Strategie verfolgen, können Sie mit einer **stärkeren Loyalität** von Kunden, Ihrer Gemeinschaft und Ihren Mitarbeitern rechnen. CSR kann dazu beitragen, dass die Kunden überhaupt erst auf Ihre Aktivitäten aufmerksam werden und diese als **positive Kraft in der Gesellschaft** wahrnehmen. Sie werden als **"Vorreiter des positiven Wandels"** anerkannt, indem Sie "Gutes für Ihre Umwelt, Gesellschaft oder Wirtschaft tun". Sie gewinnen neue Kunden und binden bestehende. Sie entwickeln eine **Plattform für die Vermarktung und gewinnen die Aufmerksamkeit Ihres Publikums**. Denken Sie daran, dass ein gutes Gespür für soziale Verantwortung für Stakeholder und Aktionäre wichtig ist. So ist es wahrscheinlicher, dass sie Ihnen treu bleiben. Stakeholder, Partner und Kunden sind eher an Unternehmen interessiert, die die von ihnen benötigten Dienstleistungen anbieten und ein überzeugendes CSR-Versprechen abgeben.



CSR kann auch einen Wettbewerbsvorteil auf dem Markt schaffen. Viele Verbraucher wollen Unternehmen unterstützen, die CSR umsetzen. Im Jahr 2019 ergab eine landesweite Umfrage, dass 70 % der Verbraucher wissen wollen, was die von ihnen unterstützten Marken für soziale und ökologische Belange tun und 46 % achten beim Kauf eines Produkts genau auf die Bemühungen einer Marke um soziale Verantwortung.

Auf der anderen Seite ergab eine andere Umfrage aus dem Jahr 2019, dass 25 % der Verbraucher eine "Null-Toleranz-Politik" gegenüber Unternehmen verfolgen, die fragwürdige ethische Praktiken anwenden. Ein Unternehmen, das sich sozial oder ökologisch unverträglich verhält, riskiert den Verlust einer beträchtlichen Anzahl potenzieller Kunden.





Es ist erwiesen, dass CSR-Bemühungen loyale Kunden schaffen und sie dazu bringen, Sie der Konkurrenz vorzuziehen und häufig wiederzukommen.

- ✓ Sie sind eher bereit, Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung zu vertrauen und es auszuprobieren.
- ✓ Sie geben mehr pro Transaktion aus, um Sie, aber vor allem CSR zu unterstützen.
- ✓ Sie tätigen häufiger Einkäufe.
- ✓ Sie widerstehen den Marketingbemühungen von Konkurrenten ohne CSR.
- ✓ Sie empfehlen und teilen positive Mundpropaganda-Empfehlungen an andere



# Wie sehen gelungene Maßnahmen aus?

Lassen Sie Ihre Kunden Ihre CSR in Aktion sehen!  
Zum Beispiel:

- ✓ Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks
- ✓ Engagement für wohltätige Zwecke
- ✓ Kauf von Produkten aus fairem Handel
- ✓ Investitionen in umweltbewusste Unternehmen
- ✓ Freiwilliges Engagement
- ✓ Verbesserung der Arbeitspolitik und des Rufs als integrativer Arbeitgeber





# CSR-Vorteile - Hinterlässt einen grünen Fußabdruck

Der wohl wichtigste Grund, CSR ernst zu nehmen, ist die Tatsache, dass man der Gemeinschaft und dem Planeten einen Gefallen tut. Die geradezu schwindelerregenden 12,5 % der weltweiten Kohlenstoffverschmutzung seit 1854 wurden von nur **fünf (!)** Unternehmensriesen verursacht. Das bedeutet jedoch nicht, dass Sie selbst Ihren kleinen Kohlenstoff-Fußabdruck als KMU nicht in Frage stellen sollten!

Jedes Unternehmen hat eine Verantwortung, ganz gleich wie klein es ist. Es ist ein guter Präzedenzfall für zukünftige Unternehmer, die über die Gründung eines eigenen Unternehmens nachdenken, wenn sie sehen, dass andere KMU-Marketingstrategien den Klimawandel von Anfang an angehen.

5



# KMU sind die treibende Kraft bei der Umweltbelastung

Kleine Unternehmen stehen an der Spitze des Wandels. Sie können CSR-Strategien und -Programme viel flexibler umsetzen und anpassen als größere Organisationen!

Die Einbeziehung von CSR im Umweltbereich ist für KMU von Vorteil, denn “grüne” CSR-Maßnahmen können **das Unternehmensrisiko verringern, den Ruf verbessern** und **Möglichkeiten für Kosteneinsparungen bieten**. Selbst die einfachsten Energieeffizienzmaßnahmen können effektiv zu Einsparungen führen und einen Unterschied für Ihr Unternehmen machen.

## Beispiele hierfür sind:

- ✓ Erneuerbare Energien wie Sonne, Wind, Wasserkraft und Biomasse.
- ✓ Recycling von Papier, Kunststoffen, Karton, Metallen (z. B. Eisen und Stahl und Mineralien)
- ✓ Verringerung von Papierabfall und Energieverbrauch,
- ✓ Arbeiten Sie nach Möglichkeit remote, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu verringern
- ✓ Wählen Sie eine umweltfreundliche Verpackung und Kennzeichnung



# Übung



Lesen Sie den [Leitfaden zur ökologischen Nachhaltigkeit](#).

Schreiben Sie auf, welche Maßnahmen Sie bereits ergreifen und wo noch Verbesserungspotential besteht. Seien Sie dabei unbedingt ehrlich zu sich selbst!

**Teil 1:** Ermitteln Sie die positiven Umweltaktivitäten, die Sie durchführen. Passen Sie dies nun als Ihr Dokument zur Umweltpolitik an, das dann sowohl intern als auch extern kommuniziert werden soll.

**Teil 2:** Versuchen Sie zu verstehen, in welchen Bereichen Sie noch keine Maßnahmen verfolgen. Prüfen Sie die Gründe dafür: Versuchen Sie im ersten Schritt, sich der ökologischen Hindernisse, Probleme und Herausforderungen in Ihrem Unternehmen bewusster zu werden. Versuchen Sie zu verstehen, wie groß Ihre Umweltauswirkungen sind und welche Hindernisse der Umsetzung geeigneter Maßnahmen im Wege stehen, z. B. Ressourcenbeschränkungen, falsche Vorstellungen über Umweltmanagementsysteme, Umsetzungsprobleme und ein Mangel an Unterstützung und Anleitung. Prüfen Sie, was Sie tun können, ohne dass es Sie viel an Ressourcen kostet und was Sie sofort umsetzen können.



# Die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs), die auch als *globale Ziele* bekannt sind, wurden als universeller Aufruf zum Handeln verabschiedet, um die Armut zu beenden, den Planeten zu schützen und dafür zu sorgen, dass alle Menschen bis 2030 in Frieden und Wohlstand leben können.

**Unser Planet steht vor gewaltigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Herausforderungen.** Um diese zu bekämpfen, legen die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) globale Prioritäten fest und bieten eine noch nie dagewesene Chance, extreme Armut zu beseitigen und die Welt auf einen nachhaltigen Weg zu bringen. Die SDGs sollen die Welt zu mehreren lebensverändernden "Nullen" bringen: darunter keine Armut, kein Hunger, kein AIDS und keine Diskriminierung von Frauen und Mädchen. Im Kern geht es bei den SDGs um eine globale Partnerschaft, an der auch KMU beteiligt sind, um diesen Aufruf zum Handeln umzusetzen

**Die Regierungen weltweit haben diesen Zielen bereits zugestimmt. Jetzt ist es an der Zeit, dass die Unternehmen aktiv werden.** Im nächsten Abschnitt wird aufgezeigt, wie sich die SDGs auf KMU auswirken und wie sie sie nutzen können, um Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt ihrer CSR-Strategie zu stellen.

**Es gibt fünf Schritte für KMU, um ihren Beitrag zu den SDGs zu maximieren.** Im nächsten Abschnitt wird erläutert, wie KMU in fünf Schritten ihre CSR-Strategie starten oder anpassen können, je nachdem, wo sie sich auf dem Weg befinden, um sicherzustellen, dass Nachhaltigkeit ein Ergebnis der Kerngeschäftsstrategie ist.





# Ziele für nachhaltige Entwicklung – KMU sind in einer einzigartigen Position!

Unabhängig von der Größe und der Branche können alle Unternehmen durch ihre Nachhaltigkeits- und CSR-Strategien, -Politiken und -Prozesse einen Beitrag zu den 17 SDGs leisten. Kleine und mittlere Unternehmen sind in einer einzigartigen Position, um die SDG-Ziele maßgeblich zu beeinflussen!

**KMU machen mehr als 90 % aller Unternehmen weltweit aus. Diese wachsenden Organisationen spielen eine entscheidende Rolle bei der Verwirklichung der 17 Ziele, die in den SDGs der Vereinten Nationen festgelegt sind.**



# 5 Schritte für KMU, um ihren Beitrag zu den SDGs zu maximieren

## 1) Interne Maßnahmen haben externe Auswirkungen

Maßnahmen in einem Bereich wirken sich auf die Ergebnisse in anderen Bereichen aus, auch außerhalb des Unternehmens. KMU üben jeden Tag zahlreiche Geschäftstätigkeiten aus, die sich positiv oder negativ auf die SDGs auswirken können, z. B. die Anpassung von Lieferketten oder eine höhere Energieeffizienz.

## 2) Triebkräfte der Innovation

Die Kreativität, das Know-how, die Technologie und die finanziellen Ressourcen der gesamten Gesellschaft sind notwendig, um die SDGs in jedem Kontext zu erreichen. KMU sind in der Lage, als vorausschauende Innovatoren neue Technologien und innovative Lösungen zu nutzen, um die SDG-Standards zu erreichen.

## 3) Entwicklung und Wachstum


Sie müssen ein Gleichgewicht zwischen sozialer, wirtschaftlicher und ökologischer Nachhaltigkeit herstellen. KMU müssen alle drei Aspekte berücksichtigen, um bei der Entwicklung oder dem Wachstum ihres Unternehmens einen optimalen Beitrag zu leisten.

## 4) Lokale Führungspersönlichkeiten des Wandels

KMU können auf lokaler Ebene den Wandel vorantreiben und dazu beitragen, stärkere Gemeinschaften, ein besseres Arbeitsumfeld, nachhaltige Handelsmöglichkeiten und eine zukunftssichere lokale Wirtschaft und Beschäftigung zu schaffen, die schließlich globale Auswirkungen haben.

## 5) Globale Partnerschaft ist notwendig

Um diese ehrgeizigen Ziele zu erreichen, sind alle, auch die KMU, gefragt. Der Beginn des Wandels auf KMU-Ebene kann sich positiv auf Kunden (z. B. Kauf- und Verbrauchsverhalten), Mitarbeiter (z. B. Sensibilisierung für andere, Veränderungen im Leben außerhalb des Büros) und Lieferanten (z. B. Lernen, Dinge besser zu machen und selbst Teil des Wandels zu werden) auswirken. Schon bald wird von allen Unternehmen erwartet werden, dass sie nachhaltig wirtschaften.



Wenn ein Unternehmen seine Mitarbeiter in Nachhaltigkeitsmaßnahmen einbindet, die mit seinen CSR-Zielen übereinstimmen, führt dies zu besseren Geschäftsergebnissen und befähigt die Teammitglieder, sowohl am Arbeitsplatz als auch zu Hause und in ihrer Gesellschaft nachhaltiger zu leben.

*Nick Bradford, Programmdirektor für Forschung und Innovation bei NEEF.*



**KMU sind Vorreiter  
des positiven Wandels**



# SDGs helfen KMU, zu wachsen

**In der heutigen Welt ist ein verantwortungsvoller und nachhaltiger Konsum für jeden von Belang.** Angesichts der ständig wachsenden Besorgnis über den Klimawandel und die Energiesicherheit kann es sich kein Unternehmen leisten, gegenüber den Umweltfragen, die uns alle betreffen, gleichgültig zu bleiben.

Auch kleinere Unternehmen können aktiv werden, ihre Wirkung verstärken und Teil der Lösung werden. Die Einbeziehung der Unternehmensplanung in die Ziele erschließt wertvolle neue Möglichkeiten, fördert ein höheres Produktivitätsniveau und steigert die Innovation, was zu einem starken Wirtschaftswachstum beiträgt.

Durch einen auf Standards basierenden Ansatz in Sachen Nachhaltigkeit sind kleinere Unternehmen flexibler und besser in der Lage, sich anzupassen und geeignete interne Strategien zu entwickeln sowie ihre Leistung externen Stakeholdern zu vermitteln.

Quelle: Biz Group





### **Geschäftsmöglichkeiten**

Die SDGs sind weltweit als Wachstumsmärkte und innovative Lösungen für transformative Veränderungen anerkannt. Auf die SDG ausgerichtete KMU unterstützen die Säulen des Unternehmenserfolgs, d. h. sie sind finanziell transparent, verfolgen einen sozialen Zweck und nutzen Technologien, die die Welt verbessern.



**Steigerung des Werts von CSR** durch stärkere wirtschaftliche Anreize, Zugang zu Zuschüssen, effizientere Nutzung von Ressourcen, Nachhaltigkeit der Unternehmen, langfristige Kosteneinsparungen, Steigerung der Produktivität und Verbesserung des internationalen Markenimages.



**Stärkung der Beziehungen** und Erfüllung der Erwartungen der Stakeholder (einschließlich Gemeinschaften und Kunden) auf nationaler, regionaler und internationaler Ebene. KMU, die sich an den SDGs orientieren, stärken ihr Engagement und ihre Reputation bei denjenigen, mit denen sie zu tun haben, insbesondere bei denjenigen, die vor den dringendsten gesellschaftlichen Herausforderungen stehen.



# Die Verknüpfung der CSR von KMU mit den SDGs stärkt den Nutzen auf internationaler Ebene - ein Gewinn für alle!

Unternehmen, die sich verpflichtet haben, bestimmte Ziele in ihre Geschäftspraktiken und -richtlinien einzubeziehen, berichten, dass sie weitreichende Vorteile für ihr gesamtes Unternehmen auf regionaler, nationaler und oft auch internationaler Ebene erfahren, wie zum Beispiel:

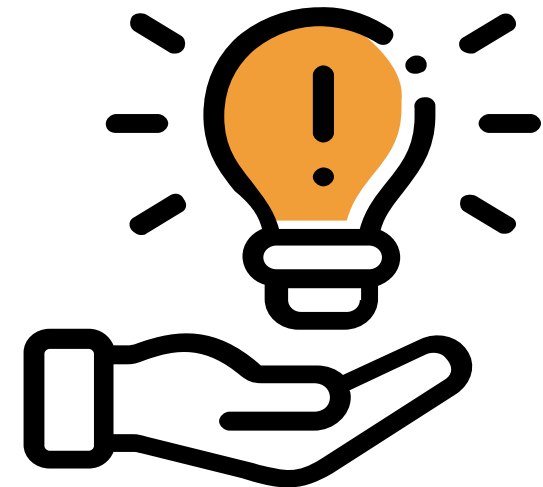
- ✓ Steigerung der **Gewinnspannen** und **Einsparungen** im gesamten Unternehmen
- ✓ **Größeres Vertrauen ihrer Kunden**
- ✓ **Gewinnung neuer Aufträge** durch Ansprache von Unternehmen, die eine nachhaltigere Lieferkette einführen wollen
- ✓ Verbesserung der **Mitarbeiterbindung** durch die Arbeit an einem gemeinsamen Ziel
- ✓ Stärkung des **Gefühls der Stabilität** durch die Entwicklung nachhaltiger Pläne für die Zukunft
- ✓ **Vergrößerung des Kundenstamms** durch Gewinnung nachhaltig orientierter Verbraucher
- ✓ **Verbesserung der Leistung**, da Management und Personal zielorientierter arbeiten
- ✓ **Stärkung der Beziehungen** zu Mitarbeitern, wichtigen Interessengruppen und Partnern



# SDGs sorgen für globale Anerkennung

CSR und die SDGs haben zusammen das Potenzial, ein miteinander verbundenes Modell für nachhaltiges globales Wachstum zu bilden. **CSR schafft ein Gleichgewicht zwischen wirtschaftlichen Interessen, ökologischen Erfordernissen und sozialen Erwartungen, indem sie den Geist der nachhaltigen Entwicklung in die Unternehmensstrategie einbezieht.** Die Verfolgung der SDGs wird sofort erkennbar und zu einer Standarderwartung von Verbrauchern.

*(Behringer & Szegedi, 2016).*



# SDG-Kompass-Leitfaden über 5 Schritte

1. Die SDGs verstehen
2. Festlegung von Prioritäten
3. Ziele setzen
4. Integration von Maßnahmen
5. Berichterstattung und Kommunikation



# SDG-Kompass-Leitfaden

Der [SDG Compass Guide](#) bietet Unternehmen eine Anleitung, wie sie ihre Strategien ausrichten sowie ihren Beitrag zur Verwirklichung der SDGs messen und verwalten können. Der Leitfaden ist in Abschnitte gegliedert, die jeden der fünf Schritte behandeln.

## 1 Verstehen Sie die SDGs

In einem ersten Schritt müssen sich die Unternehmen mit den 17 SDGs vertraut machen. Machen Sie sich bewusst, wie Ihr Unternehmen jedes der SDGs angeht und welches Potential es gibt.

## 2 Prioritäten festlegen

KMU müssen ihre Prioritäten auf der Grundlage ihrer aktuellen positiven und negativen aktuellen und potenziellen Auswirkungen auf die SDGs über ihre Wertschöpfungsketten hinweg festlegen. Dies wird Chancen eröffnen und Risiken verringern.

## 3 Ziele setzen

Die Festlegung von Zielen hilft Ihnen, die Prioritäten schwarz auf weiß festzuhalten, die erforderlichen Maßnahmen zu ermitteln und sie in die Tat umzusetzen. Wenn Sie die Ziele Ihres Unternehmens mit den SDGs in Einklang bringen, können Sie eine Führung aufbauen, die ihr Engagement für die globalen Prioritäten der nachhaltigen Entwicklung unter Beweis stellt.

# SDG-Kompass-Leitfaden

Der Rest dieses Abschnitts zeigt, wie KMU die SDGs mit ihren Prioritäten so abstimmen können, dass sie in ihre Kommunikations-, Partnerschafts-, Engagement-, Berichts- und Anwendungsprozesse integriert werden können.

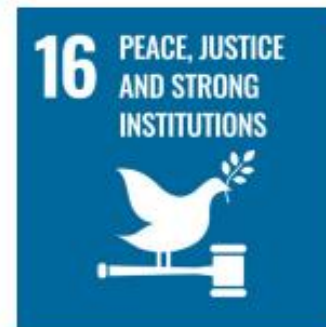
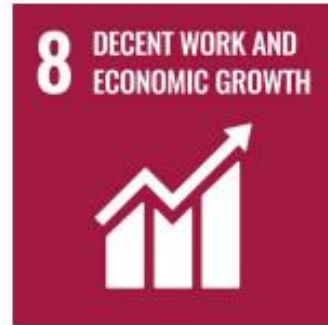
## 4 Integrieren

Durch die Integration der SDGs in das Kerngeschäft und die Unternehmensführung werden die Ziele und Funktionen der sozialen Verantwortung der Unternehmen und der Nachhaltigkeitsentwicklung verankert. Die Ziele zur Bewältigung der Herausforderungen müssen Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette, im gesamten Sektor, mit der Regierung und mit zivilgesellschaftlichen Gemeinschaften und Organisationen umfassen.

## 5 Berichten und Kommunizieren

Die SDGs ermöglichen es KMU, Informationen über ihre Leistungen im Bereich der nachhaltigen Entwicklung anhand gemeinsamer Indikatoren und gemeinsamer Prioritäten zu berichten. Der SDG-Kompass ermutigt dazu, diese SDGs in ihre Kommunikation, Berichterstattung und Anwendungen mit Stakeholdern und Partnern zu integrieren.

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





# Umwelt

*Wie KMU die  
Umweltauswirkungen ihrer  
Geschäftstätigkeit auf Null  
bringen können*



Die **Umweltauswirkungen der Wirtschaftstätigkeit kosten die Weltwirtschaft** jährlich 3,1 Billionen Euro *(TEEB National Capital at Risk)*.

Die weltweite **Abfallbelastung durch die Sektoren Primärproduktion und Primärverarbeitung** wird auf knapp 50 Milliarden US-Dollar pro Jahr geschätzt *(TEEB National Capital at Risk)*.

**Der Meeresspiegel könnte** bis zum Ende des Jahrhunderts um 18 bis 59 cm **ansteigen**, was für tief liegende Länder verheerende Folgen haben wird *(IPCC Fourth Assessment)*.

**Im Pazifischen Ozean treiben** derzeit schätzungsweise **3,5 Milliarden Tonnen Müll** *(Europäische Kommission)*.



# Umweltauswirkungen von KMU

Die Prioritäten der Verbraucher haben sich verschoben, Verbraucher sind umweltbewusster geworden. Konsum und Produktion sorgen dafür, dass die Weltwirtschaft wächst. Aber wir sind weiterhin auf die Nutzung natürlicher Ressourcen angewiesen, was wiederum dauerhafte, schädliche Auswirkungen auf den Planeten hat.

Bei verantwortungsvollem Konsum und verantwortungsvoller Produktion geht es darum, mit weniger mehr zu erreichen und bessere Ergebnisse zu erzielen. Indem KMU die Ressourceneffizienz steigern und die Nachhaltigkeit fördern, können sie das Wirtschaftswachstum von der Umweltzerstörung abkoppeln und so die künftige Entwicklung und letztlich unser Überleben sichern.

Maßnahmen zur Bekämpfung des Umwelt- und Klimaproblems können entmutigend erscheinen, aber es gibt kleine Dinge, die Sie in Ihrem täglichen Betrieb tun können, um CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren.

# Bewusster Konsum

Wie KMU bewusst “konsumieren” können	SDG-Nummer
Sicherstellen, dass Ihr Gebäude einen effizienten Wasserverbrauch aufweist	(6, 12)
Ermutigung der Mitarbeiter zur Teilnahme an den national empfohlenen Online-Schulungen zum Thema Wassereinsparung	(6, 12)
Wechsel zu grünen Energieversorgern	(7, 12, 13, 15)
Umstellung auf Elektrofahrzeuge, wenn Sie Firmenwagen anbieten	(7, 12, 13)
Finanzierung von Ladestationen vor Ort, um das Personal zum Umstieg auf E-Fahrzeuge zu bewegen	(7, 12, 13)
Durchführung eines Energieaudits	(7, 12, 13)
Umstellung auf effizientere Beleuchtungsoptionen in Ihrem Gebäude	(7, 12, 13)
Isolieren der Bürogebäude	(7, 12, 13)
Teilnahme an einer Schulung zum Energiemanagement mit der nationalen Behörde für nachhaltige Energie	(7, 12, 13)



# Klimawandel - Schutz des Planeten

Wie KMU den Planeten schützen können	SDG-Nummer
Förderung des Recyclings und der Abfallverringerung im gesamten Unternehmen	(12, 13, 14, 15)
Engagieren Sie sich für die Kreislaufwirtschaft und finden Sie innovative Wege zur Wiederverwendung von Abfallstoffen aus Ihrem Unternehmen	(12, 13, 14, 15)
Beschaffen Sie Lieferanten, die wiederverwendbare oder biologisch abbaubare Verpackungen verwenden - oder fordern Sie dies von Ihren Bestandslieferanten	(12, 13, 14, 15)
Entfernen von Einwegplastik vom Arbeitsplatz	(12, 13, 14, 15)
Wenn Sie an Ihrem Arbeitsplatz Chemikalien oder Schadstoffe verwenden, arbeiten Sie mit der EPA zusammen, um Lösungen zu finden, die die negativen Auswirkungen auf die Umwelt minimieren.	(12, 13, 14, 15)
Bilden von Fahrgemeinschaften, um die Kohlenstoffemissionen der Mitarbeiter zu reduzieren.	(12, 13)



# Klimawandel - Schutz des Planeten

Wie KMU den Planeten schützen können	SDG-Nummer
Sicherstellen, dass die Mitarbeiter das staatliche Programm "Mit dem Rad zur Arbeit" nutzen können (falls vorhanden)	(13)
Sicherstellen, dass vor Ort Fahrradständer/ Fahrradschuppen vorhanden sind	(13)
Angebot von kostenlosen Fahrten oder "Spartickets", um die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu fördern	(13)
Forderung nach der Verwendung von umweltfreundlichen Reinigungsmitteln am Arbeitsplatz	(13, 14, 15)
Nutzung nachhaltiger Finanzoptionen	(8, 13)
Nutzung bislang ungenutzter Grünflächen zur Erhöhung der biologischen Vielfalt - Bepflanzung mit bienenfreundlicher Vegetation oder Anlage eines Gemeinschaftsgartens für die Mitarbeiter	(11, 13, 14, 15)



# Arbeitsplatz & Beschäftigungsstandards

## Die Fakten

*Wie KMU die negativen Auswirkungen auf Beschäftigte auf Null reduzieren können*



Jeden Tag **sterben 6.300 Menschen an den** Folgen von **Arbeitsunfällen** oder arbeitsbedingten Krankheiten ([Business Occupational Health and Safety ILO](#)).

Weltweit sind schätzungsweise **21 Millionen** Menschen **Opfer von Zwangsarbeit** - sie arbeiten an Arbeitsplätzen, zu denen sie gezwungen oder getäuscht wurden und die sie nicht verlassen dürfen ([Business Occupational Health and Safety ILO](#)).

Fast die Hälfte der Welt - über **3 Milliarden Menschen** - **lebt von weniger als 2,50 Dollar pro Tag** ([Weltbank](#)).

Schätzungsweise **150 Millionen Kinder** weltweit sind von **Kinderarbeit** betroffen ([Unicef](#)).

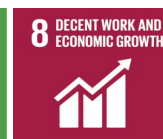
# Auswirkungen von KMU-Mitarbeitern und Arbeitsplatzstandards

Dies bezieht sich auf KMU-Bereiche wie Löhne, Arbeitszeiten, Belästigung und Missbrauch, Gesundheit und Sicherheit sowie das allgemeine Wohlbefinden der Arbeitnehmer. Ein gesundes Leben und Arbeiten ist für eine nachhaltige Entwicklung unerlässlich. Seit COVID ist Stress zu einer weithin akzeptierten Begleiterscheinung der Arbeit geworden. Zunehmender Stress kann jedoch zu einer Reihe von psychischen und physischen Krankheiten wie Angstzuständen, Depressionen, Migräne, Schlaflosigkeit und mit der Zeit sogar zu Herzerkrankungen führen. Jedes KMU kann etwas für die Gesundheit seiner Mitarbeiter tun - das ist nicht nur ein Gewinn für sie, sondern bedeutet auch, dass Sie von einer produktiveren, engagierten Belegschaft profitieren. Im nächsten Abschnitt geht es darum, wie KMU mit den SDGs in Verbindung gebracht werden können, um fair zu sein und das Beste aus ihren Mitarbeitern herauszuholen, Diskriminierung zu vermeiden, integrativ zu sein und sicherzustellen, dass ihre Mitarbeiter das Gefühl haben, dass ihr Wohlbefinden eine Priorität ist.



# Gesundheit und Wohlbefinden

Wie KMU Gesundheit und Wohlbefinden für Mitarbeiter einführen können	SDG-Nummer
Bieten Sie am Arbeitsplatz gesunde Lebensmittel an - Obstkisten von lokalen Anbietern	(2, 3, 12)
Wenn Sie kostenlose Mittagessen anbieten, bitten Sie darum, dass diese von lokalen Unternehmen geliefert werden, die Nachhaltigkeit fördern und saisonale Produkte verwenden	(2, 3, 11, 12, 13)
Stellen Sie sicher, dass Sie am Arbeitsplatz Verpflegungsmöglichkeiten anbieten, die allen Ernährungsweisen gerecht werden	(2, 3, 10)
Richten Sie Kochkurse für Mitarbeiter zur Förderung einer gesünderen Ernährung und zur Verbesserung des allgemeinen Wohlbefindens ein	(2, 3)
Sorgen Sie dafür, dass das Wohlbefinden am Arbeitsplatz eine Priorität ist - melden Sie sich bei einem Hilfsprogramm für Mitarbeiter an	(3, 8)
Bieten Sie Ihren Mitarbeitern eine Mitgliedschaft im Fitnessstudio oder Zugang zu Sportkursen ihrer Wahl an	(3, 8)
Richten Sie einen Sozialausschuss zur Organisation von Mitarbeiteraktivitäten ein, der eine stärkere Gemeinschaft am Arbeitsplatz schafft	(3, 8)
Bieten Sie an, die Kranken- oder Zahnversicherung für Ihr Personal (teilweise) zu finanzieren	(3, 8)
Einführung von Kursen über finanzielles Wohlergehen für Mitarbeiter und Bereitstellung von ESG-Renten- und Anlageoptionen für Mitarbeiter	(3, 8)



# Mitarbeiter fühlen sich unterstützt und gehört

Wie KMU einen gut durchdachten Arbeitsplatz für Mitarbeiter einrichten können	SDG-Nummer
Zahlung eines existenzsichernden Lohnes	(1, 8)
Ermöglichen von flexiblen Arbeitszeiten und/ oder mobiles Arbeiten	(3, 8)
Unterstützung lokaler Co-Working-Spaces, indem Mitarbeitern die Möglichkeit gegeben wird, dort zu arbeiten	(8, 11)
Angebot von Schulungen für Mitarbeiter, damit sie neue Technologien und Systeme erlernen können	(4, 8)
Einführung einer 4-Tage-Woche	(3, 8)
Zurückgreifen auf ein projektbasiertes Arbeitsmodell, um Mitarbeitern Flexibilität bei der Arbeit zu ermöglichen	(8, 9)
Neugestaltung der 40-Stunden-Woche an Ihrem Arbeitsplatz	(3, 8)
Ermöglichung von Weiterbildungsmaßnahmen durch flexible Arbeitszeiten oder Finanzierung bzw. Teilfinanzierung von Ausbildungskursen	(4, 8, 10)



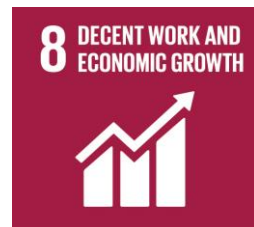
# Gleichstellung und Vielfalt

Wie KMU Gleichstellung und Vielfalt für Mitarbeiter umsetzen können	SDG-Nummer
Verpflichtung, die Gleichstellung der Geschlechter am Arbeitsplatz <b>sichtbar</b> zu fördern	(5, 8, 10)
Forderung nach einer Vertretung der Geschlechter bei Geschäftstreffen und Veranstaltungen	(5, 10)
Anbieten von Hilfe bei der Kinderbetreuung, um berufstätige Familien in Ihrem Sektor zu unterstützen	(5, 10)
Verpflichtung zur Diversifizierung der Belegschaft	(5, 10)
Aktualisierung der Einstellungsinitiativen, um mehr Bewerbungen von Minderheiten und unterrepräsentierten Gruppen zu fördern	(10)
Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, die Frauen unterstützen	(5, 10, 17)
Schalten von Stellenanzeigen bei Unternehmen, die mit unterrepräsentierten Gruppen arbeiten, einschließlich junger Menschen, Menschen mit Behinderungen oder ethnischen Minderheiten	(10, 17)



# Gleichstellung und Vielfalt

Wie KMU Gleichstellung und Vielfalt für Mitarbeiter umsetzen können	SDG-Nummer
Barrierefreie Bürogebäude	(10)
Durchführung einer Kampagne, die die Sichtbarkeit von Frauen in Ihrem Sektor steigert	(5, 10)
Förderung einer integrativen Entscheidungsfindung im gesamten Unternehmen	(10, 16)
Verwirklichung eines ausgewogenen Geschlechterverhältnisses auf Management- und Vorstandsebene	(5, 8, 10, 16)
Einsatz von Technologie zur Beseitigung von Voreingenommenheit gegenüber Bewerbern	(5, 8, 9, 10)
Einführung eines längeren bezahlten Vaterschaftsurlaubs oder eines gleichwertigen Elternurlaubs, um den Eltern die Möglichkeit zu geben, nach der Geburt eines Kindes an ihren Arbeitsplatz zurückzukehren bzw. sich die Arbeitslast zu teilen	(5, 8, 10)



# Führung und Integrität

Wie KMU führen und Unterstützungsstrukturen einrichten können	SDG-Nummer
Sicherstellung eines soliden Schutzes für Informanten in Ihrem Unternehmen	(16)
Einführung eines strengen Verhaltenskodexes gegen Missbrauch und Ausbeutung am Arbeitsplatz	(16)
Aktualisieren der Richtlinien zur Einbeziehung nachhaltigerer Praktiken im gesamten Unternehmen	(17)
Förderung der Zustimmung von oben nach unten zur Verfolgung einer nachhaltigen Agenda	(17)
Partnerschaften mit Unternehmen, die ähnliche SDGs unterstützen, um Ihre Wirkung zu verstärken.	(17)





# Markt

## Die Fakten

*Wie KMU im Umgang mit Lieferanten und Kunden verantwortlich handeln können*



45 % der Führungskräfte haben kein Vertrauen in die Risikomanagementprogramme Ihrer Lieferkette  
*(Deloitte-Umfrage 2013)*

87 % der Führungskräfte sind der Meinung, dass eine starke Unternehmensmarke genauso wichtig ist wie eine starke Produktmarke *(Weber Shandwick - 2012 The Company behind the Brand: In Reputation We Trust)*

70 % der Verbraucher vermeiden den Kauf eines Produkts, wenn sie das Unternehmen hinter dem Produkt nicht mögen *(Weber Shandwick - 2012 The Company behind the Brand: In Reputation We Trust)*



# Auswirkungen auf den Markt

In diesem Teilbereich geht es darum, wie Ihr Unternehmen verantwortungsvolle Geschäftsentscheidungen im Umgang mit Lieferanten und Kunden trifft. Das Management der Lieferkette ist entscheidend für den Schutz der Marke und des Rufs eines Unternehmens. KMU können ihre Risiken auf dem Markt und in der Lieferkette erfolgreich händeln, indem sie ihre Lieferanten kennen - die Menschen, ihre tatsächlichen, transparenten Produktionslinien und Anlagen.

Unternehmen mit Lieferketten können möglicherweise den Überblick verlieren und nicht vollständig verstehen, wie ihre regionalen und internationalen Lieferanten SDG-Attribute wie ökologische, soziale, ethische und sicherheitsrelevante Bestrebungen berücksichtigen. Wenn KMU nicht über eine strategische CSR-Marktstrategie verfügen, die auf die SDGs ausgerichtet ist, wird ihr Reputationsrisiko immer anfälliger, vor allem, wenn Transparenz und Globalisierung zunehmen. Es ist wichtig, dass Sie Ihre Lieferketten, Vertriebsnetze, Einzelhandels- und Verkaufsstellen im Auge behalten, um Ihren Markenruf zu schützen. Der nächste Abschnitt zeigt auf, wie KMU ihren Markt und ihre Lieferkette managen und Risiken mindern können.



# Innovation und Technologien

## Wie KMU ihre Lieferketten managen können

### SDG-Nummer

Geben Sie den wichtigsten Stakeholdern die Gewissheit, dass die Lieferanten effektiv verwaltet werden. Beauftragen Sie einen Auditor mit der Validierung und Überprüfung des Lieferantenprofils vor Ort.

(11, 17)

Führen Sie Tools und Technologien ein, die Ihnen helfen, Informationen über die Lieferkette zu gewinnen, damit Sie den Bedarf und die Bedrohungen der Lieferkette erkennen und verstehen können. Dies kann durch die Implementierung eines Systems oder die Unterstützung durch einen Experten oder Mentor geschehen.

(9, 11, 12, 17)

Investieren Sie in ein erschwingliches webbasiertes Tool zur Erleichterung und Automatisierung der obligatorischen Risikobewertung von Lieferanten, insbesondere von solchen, die gegen die SDG-Grundsätze verstoßen. Somit werden Risiken in der Lieferkette gemindert und die Marke sowie der Unternehmensruf geschützt, insbesondere vor negativen ökologischen und sozialen Auswirkungen.

(9, 11, 12, 13, 17)

Führen Sie in Ihrem Unternehmen Veränderungen durch, die mit der Nationalen Digitalen und Grünen Strategie der Regierung übereinstimmen, indem Sie innerhalb der nationalen Unterstützungsstrukturen arbeiten und die entsprechenden Hilfen in Anspruch nehmen.

(9, 11, 12, 13, 17)



# Innovation und Technologien

Wie KMU innovativer werden können	SDG-Nummer
Geben Sie Ihr Fachwissen an Start-ups oder Innovationszentren weiter	(4, 9, 17)
Entwickeln und erproben Sie neue Geschäftsmodelle und Technologien an Ihrem Arbeitsplatz und berichten Sie über deren Erfolg, damit andere Ihrem Beispiel folgen können	(8, 9, 17)
Finanzieren Sie Projekte in Ihren örtlichen Schulen und Gemeinden, die sich mit dem von Ihnen unterstützten SDG befassen – z. B. zum Thema Computerkenntnisse, biologische Vielfalt, Recycling oder Gleichberechtigung	(4, 9, 11, 17)
Verlagerung von Geschäftsfunktionen ins Internet, so dass sie sicher und aus der Ferne zugänglich sind	(8, 9)
Nehmen Sie in Ihrem Unternehmen Änderungen vor, die mit der Nationalen Digitalen Strategie der Regierung in Einklang stehen.	(8, 9)





# Gesellschaft

## Die Fakten

*Wie KMU der Armut in ihren Gemeinden entgegentreten können*



Im Jahr 2020 waren **96,5 Millionen Menschen** in der EU **von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedroht**; das entsprach **21,9 % der EU-Bevölkerung**.

Das Risiko von Armut oder sozialer Ausgrenzung in der EU war im Jahr 2020 **für Frauen höher als für Männer** (22,9 % gegenüber 20,9 %).

Mehr als **zwei Fünftel (42,1 %)** der EU-Bevölkerung, die in Haushalten von alleinstehenden Erwachsenen mit **abhängigen Kindern** leben, sind im Jahr 2020 von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedroht. ([Europa](#))





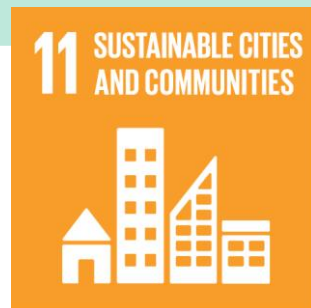
# Gemeinschaft und Armutsbekämpfung

Hier ist es wichtig, wie Sie mit Ihren lokalen Partnern und Organisationen zusammenarbeiten. KMU können in ihren lokalen Gemeinschaften große Veränderungen bewirken. Sie können damit beginnen, Partnerschaften mit lokalen Behörden aufzubauen und gemeinnützige Organisationen zu unterstützen. Sie können direkt (z. B. durch die Schaffung von Arbeitsplätzen für Menschen am Rande der Gesellschaft) oder indirekt (z. B. durch das Sammeln von Spendengeldern und das Eingehen von Sponsoringverträgen) tätig werden. KMU können viele Dinge tun, die ihren Unternehmenszielen entsprechen, indem sie sich an führende Persönlichkeiten der Gemeinde wenden, um die wirklichen Probleme vor Ort zu erfahren, eine enge Beziehung aufzubauen und sich stärker zu engagieren. Dies stärkt nicht nur das Profil Ihres Unternehmens, sondern hilft auch den Anwohnern zu sehen, dass Sie einen positiven Einfluss auf ihre lokale Gemeinschaft haben.

Der nächste Abschnitt zeigt, wie KMU in hohem Maße zum lokalen wirtschaftlichen Fortschritt beitragen und die soziale Entwicklung der Gemeinden, in denen sie tätig sind, unterstützen können. Die Aktivitäten sind vielfältig, haben aber eine so große Wirkung, z. B. die Förderung von Bildung und Kultur, Technologieentwicklung, sozialen Investitionen und gesellschaftlichem Engagement.

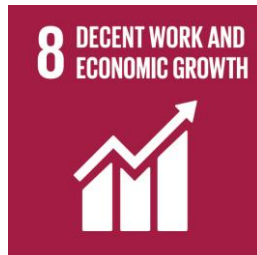
# Gemeinschaftliches Engagement und Zusammenarbeit

Wie KMU lokale Gemeinschaften unterstützen können	SDG-Nummer
Arbeiten Sie mit Kammern, Verbänden und lokalen Behörden zusammen, um sich an unternehmensorientierten Projekten für mehr Nachhaltigkeit in Ihrer Region zu beteiligen	(11, 17)
Melden Sie sich für Community-Watching-Programme an, um Gemeinden zu einem sicheren Ort zum Arbeiten, Leben und Wirtschaften zu machen	(11, 17)
Unterstützen Sie die Einführung/den Ausbau von öffentlichen Verkehrsmitteln und einer besseren Infrastruktur für Radfahrer und Fußgänger in Ihrem Wohnort	(11, 13)
Unterstützen Sie lokale Initiativen zum Quartiersmanagement, z.B. zur Nutzung von Parkbuchten als Außengastronomie für lokale Cafés und Restaurants	(11, 17)
Nutzen Sie Ihre Plattform zur Unterstützung von "Kauf-hier"-Initiativen	(11, 17)
Unterstützen und sponsern Sie Food-Festivals oder bieten Sie Ihre Dienste für lokale Veranstaltungen an	(11, 17)



# Gemeinschaftliches Engagement und Zusammenarbeit

Wie KMU lokale Gemeinschaften unterstützen können	SDG-Nummer
Erwägen Sie die Verlegung Ihrer Geschäfts-/ Zweitniederlassungen in den ländlichen Raum, um die lokale Wirtschaft zu unterstützen und die regionale Entwicklung zu verbessern	(9, 11)
Ermutigen Sie Ihre Mitarbeiter, sich in ihren Gemeinden zu engagieren, indem Sie ehrenamtliche Arbeit unterstützen	(8, 11, 17)
Führen Sie Lehrlings- und Praktikantenprogramme ein, um Randgruppen in Ihren Wirtschaftszweig einzuführen	(4, 8, 10)
Werden Sie Mentor in Schulen oder Berufsschulen um den Weg in die Beschäftigung zu ebnen	(4, 8, 10)



# Schlussfolgerung

Bei der Umsetzung von CSR- und SDG-Prioritäten sollten KMU jedes der von ihnen gewählten Ziele und die möglichen Auswirkungen auf ihre Mitarbeiter, die Umwelt und die Gemeinschaften bewerten. Sie können nicht alles kontrollieren - konzentrieren Sie sich also auf das, worauf Sie direkten Einfluss haben, z. B. die Gesundheit und Sicherheit Ihrer Mitarbeiter.

Informieren Sie sich umfassend über die Auswirkungen Ihrer Lieferkette, z. B. über die Einhaltung der nationalen und internationalen Produktanforderungen bei Ihren Handelsaktivitäten oder über die vollständige Erfassung Ihrer Finanztransaktionen.

Wenn Sie die wichtigsten internen CSR-Aktivitäten im Griff haben, können Sie sich dem Bereich zuwenden, den Sie zwar beeinflussen, aber nicht direkt kontrollieren können, wie z. B. die Gemeindeentwicklung. Je mehr Einfluss Sie in den einzelnen Bereichen haben, desto größer ist Ihre Wirkung und desto größer ist die Erfolgsmessung. In den Folgemodulen werden die Umsetzung und die möglichen Auswirkungen auf Ihr Unternehmen näher erläutert.

# Was Sie gelernt haben

**Ein wirksames CSR-Programm kann positive Auswirkungen auf Unternehmen, Mitarbeiter und Verbraucher haben.** So können beispielsweise Effizienzgewinne durch die Reduzierung von Verpackungen oder einen geringeren Energieverbrauch den Unternehmen helfen, Kosten zu senken und gleichzeitig die Umwelt zu schonen. **CSR kann auch einen Wettbewerbsvorteil auf dem Markt schaffen.**

**Die SDG können die Vorteile auf ein weltweit anerkanntes Niveau heben** und den europäischen KMU helfen, größte positive Wirkung zu erzielen, ein positives Bewusstsein zu schaffen und einen guten Ruf aufzubauen.

**Eine strategische CSR-Umsetzung für nachhaltige Entwicklung mit den SDGs ist der Schlüssel** für Unternehmenswachstum und Erfolg. Die Verknüpfung mit den Zielen spart Ihrem KMU Zeit und Geld, verbessert das Markenimage, motiviert die Mitarbeiter und stärkt die Widerstandsfähigkeit gegen Unsicherheiten.

**Durch die Einführung nachhaltiger CSR-Aktivitäten, die auf die SDG-Prioritäten abgestimmt sind, können KMU das Wohlergehen ihrer Mitarbeiter fördern und ihr Umweltbewusstsein stärken.** Alle diese Aktivitäten tragen dazu bei, Risiken zu mindern, eine nachhaltige Lieferkette zu gewährleisten, mehr Möglichkeiten für Innovationen zu bieten und neue Märkte zu erschließen, um einen Wettbewerbsvorteil im internationalen Handel zu erzielen.

*Aber darüber hinaus liegt es in der Verantwortung der Unternehmensführung, ein Unternehmen für die Zukunft aufzubauen, das eine Welt gestaltet, in der wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit vorherrscht.*





# Gut gemacht!

Sie haben Modul 1  
abgeschlossen!

Als Nächstes folgt  
**Modul 2: CSR & Human  
Resource Management**



<https://www.csrready.eu/>

[https://m.facebook.com/CSR-Ready-Project-102637535317152/ -](https://m.facebook.com/CSR-Ready-Project-102637535317152/)



Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union