



Fallstudie

Viva Green

Unternehmen & Land

Viva Green, Dublin, Irland

Start-up/KMU, Mitarbeiter:innen

KMU mit 16 Beschäftigten

Branche

Umweltfreundliche Produkte

Website

<https://vivagreengroup.com/about-us/>

CSR Strategie

<http://www.csrhub.ie/csr-case-studies/vivagreen-case-study-for-download.pdf>



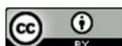
CSR Ready

green, fair & competitive businesses

VivaGreen ist weltweit führend in der Forschung und Entwicklung biologisch abbaubarer, chemikalienfreier, plastikfreier und kreislaufwirtschaftlicher Produkte. Sie haben sich zudem der Herstellung höchster Qualität verschrieben. VivaGreen ist ein Pionier für nachhaltige Praktiken und Produkte, die sowohl den Planeten als auch seine Bewohner:innen schützen. Das Unternehmen stellt eine breite Palette biologisch abbaubarer, plastikfreier und chemiefreier Produkte für den Garten- und Landschaftsbau (z. B. Grünpflocke, Rasenpflege, Moosvernichter) sowie den Haushalt (z. B. kompostierbare Tüten, geruchsneutrale Tüten, Obst- und Gemüsetüten, wiederverwendbare Lunchbags) her.

Nutzen von CSR

- Umsatzsteigerungen um insgesamt 100 % in den letzten 2 Jahren
- Davon werden 65 % des Umsatzes exportiert, womit sie zu einer internationalen Verbreitung nachhaltiger Produkte und Praktiken beitragen





Unser Tru Eco™-Sortiment bietet eine Nachfülllösung, die ein Produkt der Kreislaufwirtschaft schafft und den Kreislauf des Plastikmülls schließt. Durch das Nachfüllen verringern die Verbraucher:innen ihren ökologischen Fußabdruck, minimieren den Plastikmüll und senken die Kohlenstoffemissionen.



Beschreibung und Umsetzung der wichtigsten CSR-Initiativen

Die Umwelt - Minimierung der negativen Umweltauswirkungen

VivaGreen setzt sich für die Erforschung und Entwicklung innovativer Produkte aus erneuerbaren Ressourcen ein. Wenn möglich, werden ihre Produkte vor Ort hergestellt, so dass der ökologische Fußabdruck so minimal wie möglich ist. Ihr Ziel ist es, Produkte zu entwickeln, die nach Ende ihres Produktlebenszyklus so abgebaut werden können, dass sie die Umwelt möglichst nicht belasten.

Soziales - Interaktion mit der lokalen Gemeinschaft, Partnern und Organisationen

Jugend, Bildung und Forschung:

VivaGreen setzt sich dafür ein, die grüne Bewegung zu fördern, indem sie junge Leute dazu aufruft, sich aktiv für die lokale Gemeinschaft und dortige Projekte zu engagieren. Die Forschung mit Kunden, Gemeinden und Umweltexperten ist für VivaGreen von entscheidender Bedeutung, da dadurch Problembereiche aufgedeckt werden, die zur Entwicklung neuer, grüner Lösungen führen.

Ermöglichung grüner Auswirkungen: VivaGreen-Produkte sollen es Einzelpersonen, Unternehmen und der Gesellschaft insgesamt, ermöglichen, belastende Produkte durch umweltfreundliche Alternativen zu ersetzen. Partnerschaften mit lokalen Gemeinden und Projekten bieten die Möglichkeit, vor Ort einen positiven Einfluss zu nehmen. Diese Unterstützung umfasst die Aufklärung zu Umweltthemen, die Bereitstellung von Produktmustern und ehrenamtliche Arbeitseinsätze.

Der Markt - Interaktion mit den Partner:innen und Organisationen der lokalen Gemeinschaft

„Heute setzen Kund:innen verantwortungsbewusstes Handeln von Unternehmen voraus“ – davon ist VivaGreen überzeugt. Das Unternehmen setzt dies durch ethische und lokale Beschaffung sowie die Zusammenarbeit mit dem lokalen Markt um. Gleichzeitig wird diese Herangehensweise als Marketingstrategie eingesetzt, um bestehende Kund:innen zu halten und neue Kund:innen gewinnen können. Für die künftige Produktentwicklung werden Entwicklungen in den Anforderungen des Marktes beobachtet, da immer mehr Unternehmen (und Einzelpersonen) ihr Denken, ihren Einkauf und ihre Verfahrensweisen verändern, um mehr Rücksicht auf die Welt um sie herum zu nehmen.





Fallstudie

DHR Communications

Unternehmen & Land

DHR Communications, Irland

Start-up/KMU, Mitarbeiter:innen

KMU mit 14 Beschäftigten

Branche

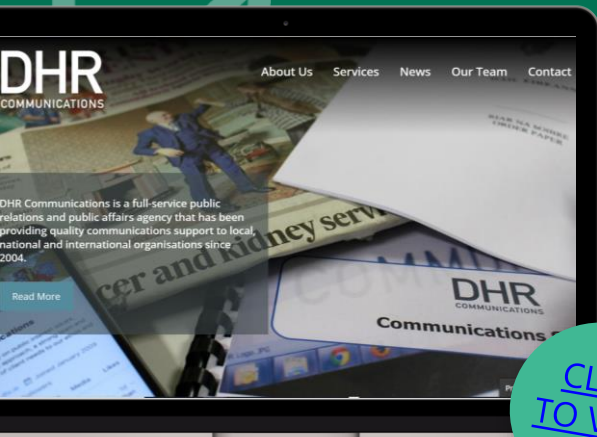
Öffentlichkeitsarbeit

Website

www.dhr.ie/

CSR Strategie

www.dhr.ie/?s=CSR&post_type=post



DHR hat seinen Sitz im Dubliner Stadtteil *The Liberties* und ist ein vielseitiges Team von erfahrenen Kommunikationsberater:innen aus Politik, Journalismus und den digitalen Medien.

DHR konzentriert sich auf Themen und Dienstleistungen von öffentlichem Interesse in den Bereichen Bildung, Kunst und Kultur, Gesundheitsdienste, Infrastrukturprojekte und Menschenrechte. Sie haben sich auf die Bereitstellung von Kommunikationsdienstleistungen spezialisiert, die ein starkes Interesse an der öffentlichen Ordnung haben.

DHR investiert Zeit in die Analyse des externen Umfelds sowie der Probleme und Chancen ihrer Kund:innen. Dieses Maß an Analyse ermöglicht es ihnen, gezielte Kommunikation und strategische Beratung zu liefern, um sicherzustellen, dass die Kund:innen die besten Ergebnisse erzielen.

Nutzen von CSR

DHR ist davon überzeugt, dass CSR mehrere Vorteile hat. Es motiviert seine Mitarbeitenden, neue Fähigkeiten zu entwickeln, Kontakte zu knüpfen und an Projekten zu arbeiten, die außerhalb ihrer Komfortzone liegen. Es eröffnet Chancen und ermöglicht die Zusammenarbeit und Vernetzung zwischen Kund:innen aus verschiedenen Sektoren. Am wichtigsten ist jedoch, dass das Unternehmen im Rahmen von CSR (Wohltätigkeits-)Organisationen und Einzelpersonen unterstützen kann, denen es sich zutiefst verpflichtet fühlt.



Diese Ressource ist lizenziert unter CC BY 4.0



Kofinanziert durch das Programm Erasmus+ der Europäischen Union

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.





Unser CSR-Engagement ist ein integraler Bestandteil unserer Arbeit. Unser Team teilt ein starkes Wertesystem, (...). DHR hat in den letzten zehn Jahren an bahnbrechenden Kampagnen für Menschenrechte, psychische Gesundheit und Gleichberechtigung mitgewirkt und hat eine Reihe von Organisationen unentgeltlich unterstützt.

- DHR Website

Beschreibung und Umsetzung der wichtigsten CSR-Initiativen



Umwelt

DHR hat sich verpflichtet, die Umweltauswirkungen des Unternehmens auf folgende Weise zu verringern:

- Kontinuierliche Reduktion des Kohlendioxidausstoßes (wenn möglich zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu Meetings; Unterstützung des Programms "Mit dem Rad zur Arbeit" für Mitarbeiter:innen usw.).
- Maximierung der Energieeffizienz des Unternehmens (Ausschalten von Licht und elektrischen Geräten, wenn sie nicht in Gebrauch sind; Beschaffung energieeffizienter Produkte für das Büro usw.).
- Verringerung, Wiederverwendung und -verwertung von Abfällen (Betrieb eines "papierlosen" Büros; Verwendung von Recyclingpapier)

Community

DHR setzt sich stark dafür ein, die lokale Gemeinschaft in *The Liberties*, Dublin und Umgebung zu fördern, damit diese ihr Potenzial voll entfalten können. Dies tun sie mit folgenden Maßnahmen:

- PR-Unterstützung für verschiedene lokale Gruppen und wobei sie ihre Erfahrung in den Bereichen Medienarbeit, politische Kommunikation und Einbindung von Interessengruppen nutzen, um ein besseres Image von *The Liberties* zu fördern und mit den Menschen vor Ort zusammenzuarbeiten. Sie haben beispielsweise mit ihren Nachbarn von *Cuckoo Events* beim Liberties Festival 2018 zusammengearbeitet.
- Organisation und Durchführung von halbjährlichen Pro-Bono-Schulungen für Organisationen, die hauptsächlich in den Bereichen NGO, Interessenvertretung und Kultur tätig sind. Diese Schulungen konzentrieren sich auf Kommunikationstraining, das die Bereiche Präsentationsfähigkeiten, Schreiben für traditionelle sowie soziale Medien abdeckt.

Arbeitsplatz

Die Mitarbeiter:innen sind das Herzstück des Unternehmens und DHR hat sich verpflichtet, sie auf folgende Weise zu unterstützen:

- Bereitstellung einer Reihe von Weiterbildungs- und beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten
- Bereitstellung eines wöchentlichen gesunden Obstkorbs und kostenloser Frühstücksartikel
- Möglichkeiten zur Teilnahme an qualifizierten ehrenamtlichen Aktivitäten und die Möglichkeit, die Arbeitszeit für ehrenamtliche Tätigkeiten zu nutzen
- Schaffung einer Kultur der Offenheit, Transparenz und Chancengleichheit
- Belohnung hervorragender Leistungen durch verstärkte Anerkennung und monetärer Entlohnung

Marktplatz

Einer der Werte, die die Arbeit von DHR untermauern, ist die Verpflichtung zu hohen ethischen Standards. Sie arbeiten nicht mit Unternehmen oder Vertreter:innen zusammen, die für Tabak, Alkohol oder Zucker werben. Stattdessen arbeiten sie in erster Linie mit Organisationen zusammen, die einen positiven gesellschaftlichen Wandel anstreben und bemühen sich, nachhaltig wirtschaftende Lieferant:innen zu engagieren.



Fallstudie

3fe Coffee

Unternehmen & Sitz

3fe Coffee, Dublin, Irland

Start-up/KMU, Mitarbeiter:innen

KMU, 18 Mitarbeiter:innen (5 Geschäfte)

Branche

Kaffeerösterei & Großhändler

Website

<https://3fe.com/>

CSR Strategie

[3fe CSR Strategie](#)

[Nachhaltigkeit bei 3fe Woche 1](#)

[Nachhaltigkeit bei 3fe Woche 2](#)

[Nachhaltigkeit bei 3fe Woche 14](#)



Colin Harmon ist vierfacher irischer Barista-Meister und Inhaber von *3fe Coffee* in Dublin, einem der innovativsten und fortschrittlichsten Spezialitäten-Cafés der Welt. Das Angebot umfasst unter anderem Röstung, Schulung und Beratung sowie die Entwicklung von Kaffeegeräten für den Spezialitätenmarkt. 3fe ist stets auf der Suche nach weiteren Verwertungsmöglichkeiten für die Lebensmittelabfälle aus seinen Cafés sowie die Industrieabfälle seiner Rösterei, um eine Kreislaufwirtschaft zu ermöglichen.

Nutzen von CSR

- Reduzierung der täglichen Lebensmittelabfälle von 8 kg auf 2-3 kg am Hauptstandort. Fast 2 t Abfall aus der Rösterei können an andere Unternehmen zur weiteren Verwendung abgegeben werden
- Einsparung von Müllgebühren und Erzielung zusätzlicher Gewinnspannen durch wiederverwendete Lebensmittelabfälle
- Diese Maßnahmen haben dazu beigetragen, die allgemeine Kultur innerhalb des Unternehmens in Richtung Nachhaltigkeit zu verändern
- Kurz- und langfristige Marketingvorteile durch eine breitere Bekanntheit der Marke 3fe als nachhaltigkeitsorientiertes Unternehmen





Heute ist unsere Rösterei ein Vollzeitbetrieb, der Kaffee in das ganze Land verschickt und einige der leidenschaftlichsten Unternehmen der Insel mit einigen der besten Kaffeesorten der Welt beliefert.



Beschreibung und Umsetzung der wichtigsten CSR-Initiativen

3fe hat in den letzten Jahren einen großen Schritt in Richtung nachhaltiger Wirtschaftsweise gemacht. Bereits vorhandenen Maßnahmen wurden mit neuen Ideen verbunden und zu einer CSR-Strategie geformt.

Die Teilnahme am *Sustainability Restaurant Award* hat ihnen dabei geholfen, dieses Ziel zu erreichen. Da ihnen das Thema CSR sehr am Herzen liegt, wollten sie damit ein Zeichen setzen. Denn das einzige andere Restaurant in Irland, das diese Auszeichnung inne hat, ist das *Loam* in Galway - ein Michelin-Stern-Restaurant! Sie sind davon überzeugt, dass heutzutage die Ausrichtung auf ein nachhaltiges Wirtschaften obligatorisch für alle Unternehmen ist.

3fe hat seine CSR-Maßnahmen mit dem irischen Nationalen CSR-Plan 2017-2020 *Towards Responsible Business* verknüpft. Zusätzlich wurde ein Nachhaltigkeitsteam einberufen, das sich aus Personen verschiedener Geschäftsbereiche zusammensetzt, um Ideen auszutauschen und Veränderungen in allen Bereichen zu bewirken.

Viele ihrer Coffeeshops bieten "Suspended Coffees" an, bei denen Kund:innen eine zusätzliche Tasse für Menschen in Not kaufen können. Betroffene haben dann die Möglichkeit, im Shop einen kostenlosen Kaffee zu erhalten. 3fe bietet auch Kaffeekurse an, die für Jugendliche und benachteiligte Menschen kostenfrei angeboten werden. Außerdem recyceln sie ihren Kaffeesatz als Kompost, stellen aus Milchresten Lebensmittel wie Käse her und beziehen ihre Produkte in einem Umkreis von max. 80 km.

3fe hat eine durchdachte und erfolgreiche CSR-Kampagne, die bereits unternehmensweite Erfolge erzielt hat. Es gibt reichlich Gelegenheit, die Kund:innen in die CSR-Aktivitäten einzubeziehen, da die meisten Maßnahmen auf internen Geschäftsabläufen (Abfallvermeidung) oder Partnerschaften mit anderen Gruppen basieren.





Fallstudie

Hotel Doolin

Unternehmen & Land

Doolin Hotel, Clare, Irland

Start-up/KMU, Mitarbeiter:innen

KMU, 120 Mitarbeiter:innen

Branche

Tourismus, Hotellerie

Website

www.hoteldoolin.ie/

CSR Strategie

www.hoteldoolin.ie/corporate-and-social-responsibility.html



CSR Ready

green, fair & competitive businesses

Hotel Doolin ist das erste für Klimaneutralität zertifizierte Hotel Irlands. Das Boutique-Hotel verfügt über 17 luxuriöse Zimmer, ein Gästehaus, ein Restaurant sowie eine Öko-Hochzeits- und Veranstaltungsscheune. Das Hotel hat zahlreiche Preise gewonnen, darunter den Award als *Irish Medium Sized Green Organisation of the Year 2019/2021*, den *Green Team Sustainability Award 2021* und den *Chambers Ireland CSR Award 2019*.

Nutzen von CSR

- Reduktion des CO₂-Fußabdrucks: Die Kohlenstoffemissionen lagen 2017 bei 465 Tonnen, bis Ende 2022 plant das Hotel „CO₂ negativ“ zu sein
- Kosteneinsparung durch Klimaneutralität: geringere Kosten in Bezug auf Energie, Wasser und Abfälle
- Mitarbeiterbindung und Verringerung der Mitarbeiterfluktuation
- Steigerung des Geschäftsvolumens um 30 % seit einer gesteigerten Kommunikation über CSR-Aktivitäten
- Unterstützung von Wohltätigkeitsorganisationen & Schutz der Umwelt



”

Seit wir unser Engagement für nachhaltige Maßnahmen offen kommunizieren, ist das Unternehmen um 30 % gewachsen.



Beschreibung und Umsetzung der wichtigsten CSR-Initiativen

Das *Hotel Doolin* befindet sich in der gleichnamigen Stadt Doolin der irischen Grafschaft Clare. Seine Vision ist es, durch ihr Handeln das Klima und auch die Gesellschaft zum Besseren zu verändern.

Im Jahr 2013 wurde die *Green Team Initiative* ins Leben gerufen, um Kohlenstoffneutralität zu erreichen. Dazu gehört das Pflanzen von Bäumen nach jeder Hochzeit im Hotel, die Durchführung von Küstensäuberungsaktionen und der Anbau von eigenem Obst und Gemüse. Im Rahmen dieses Umweltprogramms verkauft das Hotel zudem keine Plastikflaschen auf seinem Gelände.

Die Belegschaft des Hotels hat es geschafft, die üblichen Hotelpraktiken neu zu gestalten. Die Innovationen bezüglich ihrer Produkte, Verfahren und Dienstleistungen sind dabei sowohl aus wirtschaftlicher als auch aus ökologischer Sicht effizienter als herkömmliche Herangehensweisen. Die [Umweltmanagementpolitik](#) wird auf der Internetseite transparent kommuniziert.

Die Mitarbeiter:innen und das Management des Hotel Doolin haben sich dem [Green Hospitality Program](#), der irische Ressource für Gastgewerbe, Reisen und Tourismus für nachhaltigen und verantwortungsvollen Tourismus, verschrieben. Dieses umfasst Maßnahmen, welche alle „3 P's“ (People, Planet and Profit) betreffen, das Motto dabei lautet Reduce, Reuse und Recycle. In diesem Rahmen wurde [die Öko-Scheune eröffnet, das Programm für Wassereffizienz gestartet](#) und [der Verkehr minimiert](#).

Außerdem wurden ein Einkaufs- und Umweltmanager eingestellt sowie ein internes [Umweltteam](#) aufgestellt, welches Schulungen zum Thema durchführt. Beispiele für Maßnahmen sind der ausschließliche Bezug von Ökostrom, die Lieferung von 75 % der Produkte aus einem Umkreis von 50 Kilometern und der Anbau von eigenem Gemüse in einem Polytonnel.

Auch in Bezug auf [soziale Themen](#) engagiert sich das Hotel und veranstaltet diverse Veranstaltungen, um auch den Ort Doolin als Ziel für Touristen zu stärken. Doch nicht nur für Externe gibt es Unterstützung, auch die Mitarbeiter:innen profitieren von CSR: Es werden beispielsweise kostenfreie Gesundheitsförderungsangebote zu Verfügung gestellt, wie Yoga oder Ernährungsberatung.

Das Hotel Doolin hat Maßnahmen für alle SDGs festgelegt ([vollständige Informationen hier](#)), so z. B. für:

- SDG 2 „Kein Hunger“: Überwachung der Lebensmittelabfälle und Einführung von KPIs
- SDG 3 „Gesundheit und Wohlergehen“: die Initiative *Smiling on the Inside*
- SDG 7 "Bezahlbare und saubere Energie": Sie verwenden nur Ökostrom und haben eine mit A bewertete Öko-Scheune
- SDG 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“: Sie bilden Student:innen und neue Mitarbeiter:innen in Umweltbelangen aus, damit sie Teil des Hotel Green Teams werden können





Fallstudie

Marino Software

Unternehmen & Land

Marino Software, Dublin, Ireland

Start-up/KMU, Mitarbeiter:innen

KMU mit 38 Mitarbeiter:innen

Branche

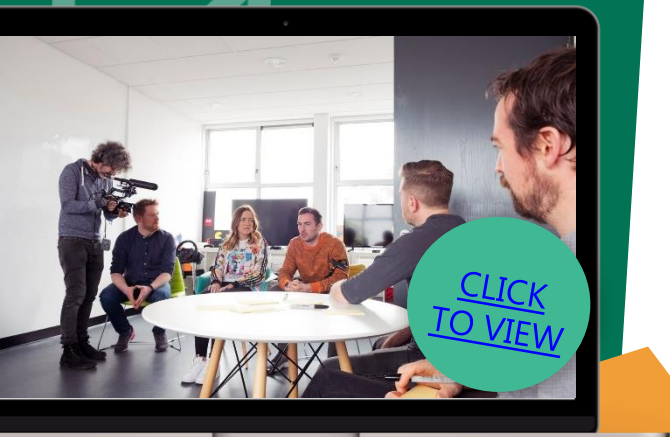
Beratung für mobile Software

Website

<http://www.marinosoftware.com>

CSR Strategie

<https://www.marinosoftware.com/case-studies/big-life-fix>



Marino Software sind Technolog:innen, die Hilfe zur Selbsthilfe anbieten: sie lösen Probleme, damit Unternehmen wiederum ihre technologischen Probleme lösen können, egal wo sie sind. Sie arbeiten in den Bereichen Produktbeschleunigung, Nutzerforschung, Erfahrungsdesign und Softwareentwicklung.

Nutzen von CSR

Das Unternehmen erhielt verstärkte Aufmerksamkeit durch öffentliche Berichterstattung zur [Entwicklung einer Tech Central Software](#), um die Stimme einer Frau mit Motoneuron-Krankheit zu imitieren und ihr so das Sprechen zu ermöglichen. In folgenden Medien fanden sie Erwähnung:

- Im TV bei der RTE 1-Show "Big Life Fix" sowie
- In der Chambers 2020 Awards [Broschüre](#)
- [Die Irish Motor Neurone Disease Association](#) warb für den TV-Beitrag
- Werbung durch diverse Online-Artikel





Die Arbeit mit Róisín war eine echte Inspiration für alle Beteiligten. Unser Ziel war es, ihr Leben positiv zu beeinflussen und das haben wir hoffentlich geschafft. Was wir nicht erwartet hatten, war der Einfluss, den Róisín auf uns und unsere Arbeitsweise haben würde.



Beschreibung und Umsetzung der wichtigsten CSR-Initiativen

Soziale Auswirkungen - Hilfe für Menschen in Not, TV-Sendung „Big Life Fix“

Marino Software nahm am Format Big-Life-Fix von RTE teil, welches Designer:innen, Ingenieur:innen, Programmierer:innen und Technologieexpert:innen zusammenbringt, um Innovationen zu entwickeln, die das Leben von benachteiligten Menschen grundlegend verbessern. Im Rahmen dessen halfen sie der an einer Motoneuron-Krankheit leidenden Róisín. Diese Erkrankung kann unter anderem mit einer Beeinträchtigung des Sprechens einhergehen, die Kommunikation kostet mit fortschreitendem Stadium immer mehr Energie, bis das Sprechen irgendwann nicht mehr möglich ist. Das Team von Marino entwickelte eine App, die es ihr ermöglicht, künstlich mit dem Klang ihrer Stimme zu kommunizieren. Dazu nimmt Róisín Audio- und Videoaufnahmen an den Tagen auf, an denen ihr Sprechvermögen weniger eingeschränkt ist. Durch die Kombination mit KI-generierten Sätzen entsteht Róisíns „digitale Stimme“. Mithilfe eines MVP-Ansatzes wurde eine Lösung entwickelt, die Róisín sofort auf ihrem Tablet nutzen konnte.

Diese besondere Initiative von "Nature of the Big Life Fix" war eine einzigartige CSR-Aktion. Durch die Entwicklung einer intelligenten Soundboard-App und eines einfach zu bedienenden Audio-/ Videorekorders, der sich automatisch auf der Grundlage ihrer Sprache aktualisiert, kann Róisín auch an schwierigen Tagen und nach dem völligen Verlust ihrer Stimme weiter kommunizieren.

"Im Laufe von sechs Monaten haben wir mit Róisín zusammengearbeitet, um herauszufinden, welche Art von Gesprächen sie am häufigsten führt und auch in Zukunft fortsetzen möchte - von Gesprächen mit ihren Kindern über die Schule bis hin zu typisch irischen Diskussionen über das Wetter", sagt Garrett Sheridan von Marino Software.

"Wir haben eine Kombination aus Aufnahmen und KI-generierten Sätzen für Róisíns digitale Stimme verwendet, um ihrer eigenen Stimme so nahe wie möglich zu kommen, und eine Lösung entwickelt, die sie auf ihrem Tablet verwenden kann. Die Arbeit mit Róisín war eine Inspiration für alle Beteiligten."

"Wir wollten ihr Leben positiv beeinflussen und das haben wir hoffentlich geschafft. Es gibt eine große Chance, Menschen durch Design und Technologie zu unterstützen und unser Team freut sich darauf, das Bewusstsein dafür zu schärfen."

Marino Software sammelt auch aktiv Spenden für wohltätige Zwecke in den sozialen Medien ([Twitter](#)).





Fallstudie

TEG

Unternehmen & Land

TEG, Mullingar, Ireland

Start-up/KMU Mitarbeiter:innen

KMU mit 120 Beschäftigten

Branche

Luftfahrttechnik

Website

<http://teg.com>

CSR Strategie

[TEG CSR Sustainability Strategy](#)



CSR Ready

green, fair & competitive businesses

TEG ist ein spezialisiertes Ingenieurdienstleistungsunternehmen, das maßgeschneiderte Lösungen für die Luftfahrt-, die biopharmazeutische und die pharmazeutische Industrie anbietet. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Irland unterstützt Kund:innen in über 30 Ländern mit schnellen und effektiven Lösungen. Als EASA Part 21(G) zugelassener Produktionsbetrieb ist TEG berechtigt, neue Flugzeugteile bis hin zu primären Strukturelementen für Flugzeuge herzustellen.

Nutzen von CSR

- Entwicklung eines Programms zur Überwachung der Leistungsfähigkeit der zuliefernden Firmen und der Nachhaltigkeit in der Lieferkette
- Dies macht die Nachhaltigkeitsansprüche von TEG transparent und spiegelt den Lieferanten inwieweit ihre Mitbewerber diese Ansprüche erfüllen
- Einsparungen bei den Stromrechnungen (3000 € pro Jahr beim Stromverbrauch und 5000 € pro Jahr bei ihrem Kompressorprojekt)
- Verkürzung der Produktionszeiten um 60 bis 80 %
- Stärkung der Reputation als vertrauenswürdiger Partner





Beschreibung und Umsetzung der wichtigsten CSR-Initiativen

Gesellschaftliche Auswirkungen

- **Unterstützung lokaler Sportmannschaften**; Hauptsponsor des *Westmeath GAA Fundraising Committee*
- **Zusammenarbeit mit Schulen und Colleges**, um vor allem junge Menschen, Arbeitssuchende und speziell Frauen aktiv zur Entwicklung von Ingenieursberufen in ihrer Region zu ermutigen
- **Unterstützung lokaler Zulieferer**, wo immer möglich
- **Unterstützung lokaler Arbeitsplätze** und **Angebot eines jährlichen Lehrlingsprogramms**
- Von der Belegschaft organisierte **Duvet Day-Tombola**

Umweltauswirkungen

- **Energieeinsparung** von 60 % und einer finanziellen Einsparung von 45 000 € pro Jahr
- **Abfallmanagement**: wiederverwendete Verpackungen, geschreddertes Altpapier zum Recycling
- **Wassermanagement**: Reduzierung des Abwassers durch Verdampfen und Recycling
- **Mitarbeiterschulungen** zum Thema Umweltbewusstsein, Minimierung von Abfall, Energie und Wasser
- **Produktdesign**: Entwicklung von langlebigen Teilen und solchen, die weniger Abfall verursachen
- **Programm "Mit dem Fahrrad zur Arbeit"** und **Installation einer Duschanlage**
- **EcoMerit-Umweltzertifikat**, das von der EPA unterstützt wird

Auswirkungen auf die Arbeitnehmer:innen

- **Mitarbeiterschulung und -entwicklung** sowie attraktive Fortbildungen
- **Loyalitätsprämien** und Vorteile als Anerkennung für überdurchschnittliche Arbeitsleistung und Engagement
- **Förderung von Vielfalt** der 86 Mitarbeiter:innen, darunter vier weibliche
- **Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen** durch das Programm "Wellness Month" und "Good to Talk"-Sitzungen

Produktbezogene Auswirkungen

- **Informationen** zur Produktqualität
- **Zahlungspolitik** von 30 Tagen für Lieferanten
- **Kommunikation mit den Lieferanten** durch den Supplier Performance Report
- **Qualität und Branchenanerkennung** durch Kundenservice und Geschäftspartnerschaften, anerkannte **Zertifizierungen und Verwendung von FDA-zugelassenen Materialien**

