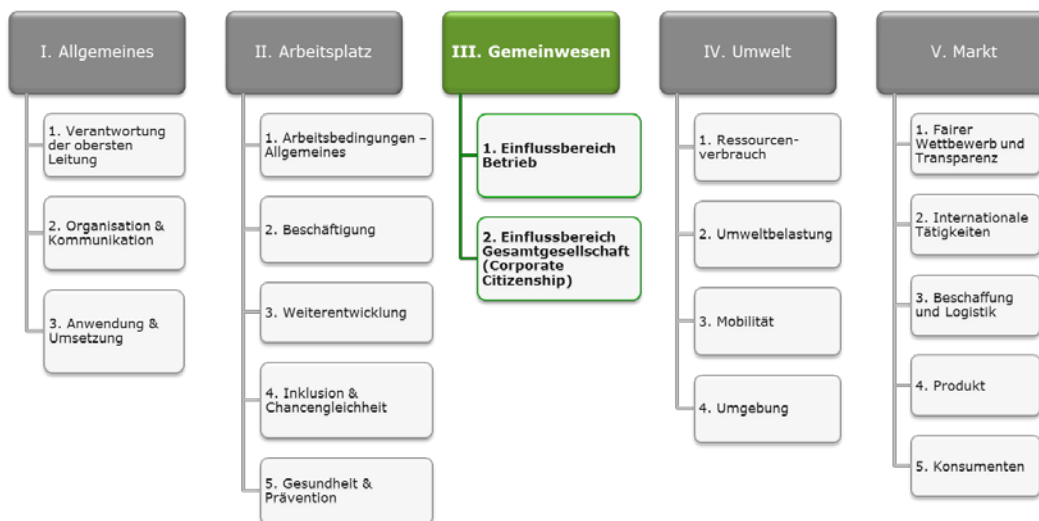




Vom Umweltmanagement zum Nachhaltigkeitsmanagement

Themenfeld III: Gemeinwesen



1 Einflussbereich Betrieb

Das Engagement eines Unternehmens im Sinne des Gemeinwesens beginnt mit Projekten innerhalb des Unternehmens und damit in dessen unmittelbarem Einflussbereich. Es beginnt bei der Vermittlung eines wertschätzenden, respektvollen und achtsamen Umgangs miteinander und reicht bis zu besonderen Sozialleistungen des Unternehmens. Beispielsweise kann der Arbeitgeber Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Notlagen oder in besonders hilfsbedürftigen Situationen finanziell unterstützen. Anspruch des Unternehmens sollte es zudem sein, sozial engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu unterstützen, die sich gerne bei zivilgesellschaftlichen Aktionen beteiligen möchten oder hier bereits aktiv sind. Freiwilligkeit ist dabei sehr wichtig. Niemand sollte gezwungen werden, Tätigkeiten auszuführen, hinter denen er nicht steht.

Zu Beginn jedes Kapitels finden Sie eine Auswahl an Indikatoren der Global Reporting Initiative (GRI), die Sie für die Dokumentation Ihres Engagements (beispielsweise im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung) verwenden können. Weiterführende Informationen zu der Global Reporting Initiative finden Sie am Ende dieses Dokumentes.

GRI Indikatoren zum Thema:

Wirtschaftliche Leistung: G4-EC1

Aus- und Weiterbildung: G4-LA10

Wie?

- Seien Sie aufmerksam für besondere (Lebens-)Situationen und (nicht nur finanziellen) Unterstützungsbedarf einzelner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Bieten Sie in diesen Situationen Hilfestellung, wenn es Ihnen möglich ist. Dazu zählt etwa ein firmeneigenes „Elterngeld“ oder der finanzielle Beitrag zum Führerschein für Azubis aus sozial schwachen Familien.
- Informieren Sie Ihre Belegschaft darüber, welche Möglichkeiten des sozialen Engagements in unmittelbarer Umgebung vorhanden sind. Hierzu können Ihnen z.B. die örtlichen Koordinierungszentren Bürgerschaftliches Engagement Auskunft geben.
- Bieten Sie konkrete Möglichkeiten zur Teilnahme an Freiwilligen-Projekten. Wer vorher nach bestehenden Wünschen und Interessen der Beschäftigten fragt und diese in die Planung einbezieht, kann anschließend auch mit höherem Engagement rechnen.
- Um den Beschäftigten die Möglichkeit zu geben, über den Tellerrand des eigenen Arbeitsumfeldes hinaus zu sehen, kann das Unternehmen auch Möglichkeiten zur Hospitanz anbieten. Diese Hospitanz kann entweder in anderen Abteilungen des eigenen Unternehmens, in Partnerunternehmen oder in gemeinnützigen Organisationen durchgeführt werden.
- Zeigen Sie Ihre Anerkennung für das Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, indem Sie bei Einstellungen (z. B. über den Ehrenamtsnachweis belegtes) ehrenamtliches Engagement positiv würdigen.

Ein gutes Beispiel für firmenweites Engagement liefert die Firma KAUT-BULLINGER: „Im nahen Deininger Moor im Südosten von München wird abteilungsübergreifend und unter fachmännischer Leitung des Bund Naturschutz an der Renaturierung des Moores gearbeitet. Die Aktionstage finden im Frühjahr und Herbst zwei bis vier Mal im Jahr statt. Jeder Mitarbeiter kann freiwillig daran teilnehmen und bekommt die Chance, Naturschutz im wahrsten Sinne des Wortes zu „begreifen“. Nebenbei wird so außerdem ein aktiver Beitrag zur CO₂-Reduktion geleistet.“ Cornelia Schambeck, KAUT-BULLINGER & CO GmbH & Co. KG

2 Einflussbereich Gesamtgesellschaft („Corporate Citizenship“)

Der Begriff „Corporate Citizenship“ wird mit „unternehmerischem Bürgerengagement“ übersetzt und drückt die Sozialverantwortung des Unternehmens gegenüber der Gesellschaft aus. Bereits durch die Schaffung von Arbeitsplätzen verbessert ein Unternehmen die Lebensbedingungen vor Ort und fördert die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung in der Region. Beim Corporate Citizenship geht es darüber hinaus um ein verantwortungsbewusstes und systematisches Engagement in der Gemeinschaft bzw. der Region. Dies wirkt sich nicht nur positiv auf das Image des Unternehmens aus, sondern macht das Umfeld insgesamt „lebenswerter“.

GRI Indikatoren zum Thema:

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen: G4-EC7 und G4-EC8

Lokale Gemeinschaften: G4-SO1 und G4-SO2

Politik: G4-SO6

Beschwerdemechanismen hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen: G4-SO11

Wie?

- Es ist Ihre eigene Entscheidung, welche Schwerpunkte Sie beim sozialen Engagement setzen. Machen Sie sich die Bedürfnisse der örtlichen Gemeinschaft bewusst, indem Sie z. B. Anspruchsgruppen wie Nachbarn und Vereine identifizieren und einbinden.

- Sie können Sport- oder Bildungsprojekte fördern, sich für Projekte und Initiativen im Umweltbereich einsetzen und sogar eine eigene Stiftung gründen. Eine Möglichkeit ist auch, besondere Angebote oder sogar kostenlose Dienste für einkommensschwache bzw. sozial benachteiligte Kundengruppen anzubieten.
- Viele Gemeinden und kreisfreie Städte beteiligen sich an der Bayerischen Ehrenamtskarte. Sie dient der Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements, wird an verdiente Ehrenamtliche verliehen und vermittelt Vergünstigungen in öffentlichen und privaten Einrichtungen in allen Landkreisen und kreisfreien Städten, die mitmachen. Sie können Ihre Anerkennung den Ehrenamtlichen in Bayern aussprechen, indem Sie als Akzeptanzpartner der Ehrenamtlichen eine frei von Ihnen wählbare Vergünstigung bieten.
- Sie können sich auch an örtlichen Initiativen, Netzwerken und Kooperationen mit anderen KMU beteiligen, z. B. in Form von technischer Unterstützung oder zum Kompetenzaufbau. Auch Partnerschaften mit (Hoch-)Schulen oder Forschungseinrichtungen zur Förderung des Wissenstransfers gelten als gesellschaftliches Engagement.
- Beachten Sie: Auch wenn es möglicherweise schwierig ist, den „Nutzen“ zu messen, sollten dennoch zu Beginn eines jeden Projektes Erfolgskriterien festgelegt werden. *Quantitative Kriterien* sind beispielsweise die Anzahl der Teilnehmenden an Veranstaltungen, *qualitative Kriterien* wären beispielsweise festgestellte Verhaltensänderungen bei Kindern oder durch Bildungsangebote angeregtes ökologisches Engagement. Empfehlenswert ist eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Kriterien.

Beispiele der Pilotbetriebe:

Riebl Siebdruck: Gestaltung und Fertigung von Schildern und Acrylglastafeln als Spende für das Bürgerhaus Landshut.

Die InfraServ Gendorf Gruppe, zu der die InfraServ Gendorf Technik GmbH gehört, initiiert zahlreiche Maßnahmen, welche die Bereitschaft widerspiegeln, Verantwortung gegenüber der Gesellschaft zu übernehmen:

Installation von Fledermaus-Flachkästen und Vogelnistkästen als Ausgleich für die neue Erschließung von Flächen und Rodungen. Diese wurden gebaut von der Praxisklasse der Mittelschule Burgkirchen und den Ruperti Werkstätten Altötting. Der Naturschutz steht damit in Verbindung mit sozialem Engagement in der Region.

Durchführung von Aktionstagen, z. B.: Behördeninfotag um gezielt den Informationsaustausch und den Dialog mit Behörden, Gemeinden und der Öffentlichkeit zu fördern: Einsicht in die EMAS-Datensammlung, Fachvorträge zu aktuellen Themen; jährliches „Nachbarschaftsgespräch“ mit für die Bürger interessanten Themen; Tag der offenen Tür zum Aus- und Weiterbildungsangebot: Besichtigung der Ausbildungsstätten, Vorträge zu unterschiedlichen Ausbildungseinrichtungen

InnoSenT GmbH: Bewusste Entscheidung, statt Weihnachtspresents für Geschäftspartner, Kunden, Lieferanten und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Budget an drei regionale gemeinnützige Einrichtungen zu spenden.

SALUS Haus: Spende eines Kräutergartens an eine Fördereinrichtung für Kinder aus sozial benachteiligten Familien. Im weitläufigen Riech-, Schmeck-, Fühl- und Nutzgarten werden Kräuter und Pflanzen selbst gepflegt und geerntet, um anschließend im Kochkurs verarbeitet zu werden.

Die zehn goldenen Regeln für erfolgreiches Corporate Citizenship

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) hat „zehn goldene Regeln“ aufgestellt, anhand derer das Themenfeld „Corporate Citizenship“ strategisch bearbeitet werden kann:

1. Das Engagement spiegelt die Unternehmensphilosophie wider

Um gesellschaftliches Engagement langfristig und erfolgreich zu betreiben, muss es die Grundwerte des Unternehmens widerspiegeln und Bestandteil der Firmenphilosophie und der gelebten Unternehmenskultur werden.

2. Informieren und Entwickeln

Ein sinnvolles und zum Unternehmen passendes Engagement zu finden, stellt eine große Herausforderung dar. Ausgangspunkt kann z. B. ein bestehendes Sponsoring sein, das weiter ausgebaut wird. Der künftige Erfolg und Nutzen des Engagements hängen wesentlich davon ab, wie gut sich ein Unternehmen darauf vorbereitet hat. Zahlreiche Dienstleister wie Vermittlungsagenturen, Netzwerke oder die Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" (UPJ) e.V. bieten hierzu kompetente Hilfe.

3. Strategisch denken und langfristig planen

Gesellschaftliches Engagement ist Teil der Unternehmensstrategie, denn nur dann wird der Nutzen für alle Beteiligten optimiert. Langfristiges Engagement ist wesentlich effektiver als einzelne, unzusammenhängende Sponsoring-Aktivitäten.

4. Mitarbeiter integrieren und Kompetenzen fördern

Das gesellschaftliche Engagement bezieht möglichst viele Unternehmensbereiche und Mitarbeiter mit ein. Die gemeinsame Arbeit an gemeinwohlorientierten Aktivitäten verbindet und motiviert. Die Mitarbeiter erwerben dadurch neue Kenntnisse und erweitern ihre Kompetenzen.

5. Die passenden Inhalte und Bezüge herstellen

Das Engagement muss inhaltlich zum Unternehmen passen. Ein wirklich gutes Engagement stellt nicht nur finanzielle Mittel bereit, sondern bringt unternehmerisches und branchenspezifisches Know-how ein. So macht es zum Beispiel Sinn, wenn eine Unternehmensberatung mit Hilfe von Projekt-Partnerschaften ihr Wissen aus der Wirtschaftspraxis in die Schulen bringt.

6. Auf professionelle Umsetzung Wert legen

Die Umsetzung des gesellschaftlichen Engagements muss ebenso professionellen Ansprüchen genügen wie sie für Projekte im Kerngeschäft gelten. Neben der fachlichen Kompetenz erfüllt das Unternehmen die aus dem Engagement erwachsenden Ansprüche und Pflichten dauerhaft.

7. Sinnvoll und richtig kooperieren

In der Zusammenarbeit mit einem gemeinnützigen Partner liegt der Schlüssel zum Erfolg: Die verschiedenen Partner tauschen Ideen aus, lernen voneinander und realisieren gemeinsame Projekte. Die Gründung eines gemeinnützigen Instituts oder einer Stiftung bezeugt die Ernsthaftigkeit des unternehmerischen Engagements. Gegenseitiger Respekt und die Zusammenarbeit der „Partner auf Augenhöhe“ ist die Basis für eine erfolgreiche Kooperation.

8. Kontakte knüpfen und nutzen

Unternehmerisches Engagement bietet viele hervorragende Gelegenheiten zum Knüpfen von Kontakten. Ein Vorteil, der durch gezieltes Networking voll ausgeschöpft und zum Wohle des Unternehmensgeschäftes und des Engagements genutzt werden kann.

9. Erst etwas bewegen und dann kommunizieren

Das gesellschaftliche Engagement sollte erst dann nach außen kommuniziert werden, wenn die Partner, konkrete Projektziele und erste Maßnahmen feststehen.

10. Transparenz nach innen und außen

Die Kommunikation des Engagements erfolgt z. B. über die kontinuierliche Pressearbeit, einen Geschäftsbericht oder in Form eines eigenen Corporate-Citizenship-Berichts. Je deutlicher der Nutzen aller Partner beschrieben wird, umso besser können alle Interessengruppen das Engagement einordnen und würdigen. Ein weiterer positiver Effekt: Über das konkrete Projekt hinaus wird die Idee von Corporate Citizenship verbreitet.

Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

[Akademie für Ehrenamtlichkeit in Deutschland: Bundesweites Kompetenzzentrum für Freiwilligenmanagement](#)

[GRI: Global Reporting Initiative](#)

[StMAS: Die Bayerische Ehrenamtskarte. Ein Zeichen der Anerkennung](#)

[StMAS: Ehrenamt/Bürgerschaftliches Engagement](#)

[StMAS: Koordinierungszentren Bürgerschaftliches Engagement](#)



Dieses Dokument ist Teil des Leitfadens aus dem [„Online-Tool Nachhaltigkeitsmanagement für KMU“](#) – ein Projekt im Rahmen des [Umweltpakts Bayern](#).

Impressum:

Herausgeber:

Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU)
Bürgermeister-Ulrich-Straße 160
86179 Augsburg

Telefon: 0821 9071-0

Telefax: 0821 9071-5556

E-Mail: poststelle@lfu.bayern.de

Internet: <http://www.lfu.bayern.de>

Bearbeitung:

ARQUM Gesellschaft für Arbeitssicherheits-,
Qualitäts- und Umweltmanagement mbH
Aldringenstr. 9
80639 München

LfU/Ref. 15

Infozentrum UmweltWirtschaft (IZU)

Internet: <http://www.izu.bayern.de>

Postanschrift:

Bayerisches Landesamt für Umwelt
86177 Augsburg

Bildnachweis:

LfU

Stand:

September 2014

Aktualisiert Februar 2016

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden. Bei publizistischer Verwertung – auch von Teilen – wird um Angabe der Quelle und Übersendung eines Belegexemplars gebeten.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die Broschüre wird kostenlos abgegeben, jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Diese Broschüre wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden. Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.