

GRÜN. GERECHT. GESTALTEN

Ein Leitfaden für Gründerinnen und Unternehmerinnen zum ökologisch nachhaltigen, sozialen und gerechten Wirtschaften



Herausgegeben von LIFE Bildung Umwelt Chancengleichheit e.V. und WeiberWirtschaft eG



Bildung • Umwelt • Chancengleichheit

WeiberWirtschaft eG 

INHALTSVERZEICHNIS

- 3 Fragen und Argumente
- 4 Einleitung
- 5 Was bedeutet „Green Economy“ und was hat mein Unternehmen/meine Gründung damit zu tun?
- 7 Was bringt mir das?
- 7 Wie setze ich grünes, nachhaltiges, sozial gerechtes Wirtschaften konkret um?
- 9 Überblick über die Handlungsfelder
- 10 Handlungsfelder Ökologie
- 19 Handlungsfelder Soziales & Care
- 24 Handlungsfelder Gesellschaftliche Verantwortung
- 28 Ökonomische Aspekte nachhaltigen und sozial gerechten Wirtschaftens
- 29 Auf einen Blick – Fünf triftige Gründe für nachhaltiges Wirtschaften
- 31 Impressum

FRAGEN UND ARGUMENTE

Meine Gründung hat mit Nachhaltigkeit nichts zu tun.

Das gibt es eigentlich gar nicht. Jedes Unternehmen kann im Rahmen seiner Möglichkeiten dazu beitragen, unsere Gesellschaft nachhaltig zu gestalten. Das kann im Kleinen anfangen bei der Nutzung umweltfreundlichen Büromaterials oder bei der Mitwirkung Ihrer MitarbeiterInnen bei der Arbeitsplanung. Nach oben sind der Nachhaltigkeit keine Grenzen gesetzt.

Was bringt es mir, auf soziale und ökologische Aspekte bei der Gründung zu achten?

Soziale und ökologische Aspekte direkt bei der Unternehmensgründung einzuplanen hat Vorteile: Bei der Gründung sind die Gestaltungsspielräume noch größer, Sie können Ihre ökologische und soziale Ausrichtung bei der Werbung klar herausstellen, sich damit einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und auf sich aufmerksam machen.

Ich würde ja gern mehr tun, aber als Solounternehmerin sind mir die Hände gebunden.

Auch als Solounternehmerin haben Sie Spielräume und können ökologische und soziale Nachhaltigkeit auf viel-

fältige Weise umsetzen. Sorgen Sie für eine ökologische Betriebsführung und gehen Sie mit Ihren persönlichen Ressourcen rücksichtsvoll um, indem Sie auf eine ausgewogene Life-Work-Balance achten – auch das ist soziale Nachhaltigkeit!

Wieso soll nun gerade ich mit meinem Unternehmen auch noch die Welt retten?

Ökologisch und sozial gerecht zu wirtschaften ist keine Bürde. Als Unternehmerin haben Sie nicht nur gesellschaftliche Verantwortung, sondern auch die Möglichkeit zu gestalten. Sie können Ihren KundInnen echte Alternativen zu konventionellen Produkten und Dienstleistungen bieten und damit zu einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Wirtschaftsweise beitragen.

Ist das nicht alles viel zu teuer?

Eine ökologische und soziale Ausrichtung bringt Ihnen und Ihrem Unternehmen klare Vorteile! Sie sparen mittelfristig Geld, haben zufriedene KundInnen und schaffen sich einen Wettbewerbsvorteil in Ihrer Branche. Ganz abgesehen von den Kosten, die Sie langfristig der Gesellschaft durch eine ökologische und sozial gerechte Ausrichtung ersparen.





EINLEITUNG

Warum sollten Sie überhaupt grün und gerecht wirtschaften? Es gibt dafür gute Gründe: 1. Wenn wir so weitermachen wie bisher, brauchen wir demnächst eine zweite Erde. Die haben wir aber nicht. 2. Wir leben in EINER Welt, der reiche Teil der Welt kann nicht immer weiter auf Kosten der Bevölkerung in den monetär armen Regionen leben. Wenn wir dieser Situation nicht bei unserem Wirtschaften und in unserem Alltagshandeln Rechnung tragen, wird der Frieden zunehmend bedroht und die Migration aufgrund von Armut und Klimawandel zunehmen – mit allen Folgewirkungen. 3. Soziale Gerechtigkeit ist für das Wohlbefinden der Bevölkerung wichtiger als monetärer Reichtum. Und ist Wirtschaft nicht dazu da, das Wohlbefinden der Bevölkerung zu sichern?

Um diesen Faktoren Rechnung zu tragen, müssen wir unsere Produktions- und Konsummuster verändern und dabei eine in jeder Hinsicht gerechte Verteilung – international wie auch national – im Blick haben. Das gilt für KonsumentInnen ebenso wie für Unternehmen.

Als Gründerinnen und Unternehmerinnen haben Sie neben der Verantwortung auch die große Chance, eine zu-

kunftsfähige Welt aktiv mitzugestalten. Durch ihr unternehmerisches Handeln können Sie Ihren KundInnen echte Alternativen bieten und zu Vorreiterinnen und Gestalterinnen eines neuen, nachhaltigen Wirtschaftens werden.

Dieser Leitfaden richtet sich an Gründerinnen und Unternehmerinnen, die mit ihren bereits existierenden oder zukünftigen Unternehmen viele Möglichkeiten haben, nachhaltig, d.h. umweltschonend, sozial gerecht und ökonomisch sinnvoll zu wirtschaften.

Kein einfacher Weg. Wir wollen Sie auf diesem Weg begleiten und Sie dabei unterstützen, Schritt für Schritt nachhaltiger zu wirtschaften bzw. zu gründen. Ergänzend zu diesem Leitfaden finden Sie auf unserer Internetseite Fallbeispiele (www.genanet.de/fallbeispiele.html), die die Umsetzung illustrieren.

Grün ist mehr als eine Farbe, es ist eine Haltung! „Ökologisch und sozial gerecht“ ist keine Bürde, sondern ein anderes Verständnis von unserem Dasein in dieser Welt, dessen Umsetzung in den Alltag Ihres Unternehmens Spaß macht und Zufriedenheit herstellt. Für diejenigen, die anfangen darüber nachzudenken, geht es auch schnell gar nicht mehr anders.

WAS BEDEUTET „GREEN ECONOMY“ UND WAS HAT MEIN UNTERNEHMEN/ MEINE GRÜNDUNG DAMIT ZU TUN?

Mit Green Economy oder grünem Wirtschaften bezeichnen wir eine Wirtschaftsweise, die die Grenzen des Planeten respektiert – also ressourcenschonend, emissions- und schadstoffarm wirtschaftet – und die gleichzeitig und gleichrangig soziale Aspekte und Fairness im Blick hat. Das heißt, die nicht auf Kosten anderer Weltregionen oder zukünftiger Generationen wirtschaftet, die Gleichstellung von Frauen und Männern umsetzt und gesellschaftliche Verantwortung übernimmt, um einige Beispiele zu nennen.

Wir gehen mit diesem Verständnis deutlich weiter als viele andere, die unter „Green Economy“ nur die Umweltwirtschaft verstehen, und hierbei vor allem technische Entwicklungen und Energieeffizienz im Blick haben. Wir finden: Wenn wir uns schon für ein anderes Wirtschaften einsetzen, dann soll dieses auch zukunftsorientiert sein.

Was bedeutet „nachhaltiges Wirtschaften“ für meine Gründungsidee?

Um zu berücksichtigen was eine grüne/nachhaltige Gesellschaft braucht und was zukunftsorientierte Bereiche sind, muss nicht gleich die ganze Gründung umgekrempelt werden. Es könnte zum Beispiel bedeuten, dass ein Übersetzungsbüro sich auf die entsprechende Fachsprache spezialisiert, oder dass eine Finanzberatung Umwelt-/ Nachhaltigkeitsprodukte bei ihren Empfehlungen berücksichtigt, oder für den Einzelhandel, dass keine unnützen, sondern langlebige, reparierbare Produkte angeboten werden, oder für die Kreativwirtschaft, dass von vornherein Umweltaspekte beim Druck berücksichtigt werden.



Bei unserem Verständnis des nachhaltigen Wirtschaftens stellen sich **für Gründerinnen** zunächst die Fragen, welche Dienstleistungen und Produkte eine grüne/nachhaltige Gesellschaft braucht, was zukunftsorientierte Bereiche wären und ob und wo diese Dienstleistungen und Produkte bereits angeboten werden. Im nächsten Schritt kommen dann die konkreteren Überlegungen, die je nach Branche unterschiedlich ausfallen: wie schlägt sich das nieder bei der Gestaltung der Arbeitsplätze, der Büroausstattung und Büronutzung, bei den Materialien, mit denen wir arbeiten oder der Auswahl der Zulieferer?

Für Unternehmerinnen folgt aus der Entwicklung zu einem nachhaltigen Unternehmen die Analyse, was in den verschiedenen Bereichen nachhaltigen Wirtschaftens bereits umgesetzt wird, wo es Entwicklungsmöglichkeiten oder Entwicklungsbedarf gibt und in welchen Schritten und welchem Zeitrahmen identifizierte Lücken geschlossen werden können.

In beiden Fällen kann als Anregung und zur Identifikation der Schritte oder auch der Hürden und Widerstände die Checkliste am Ende des Leitfadens genutzt werden.

Was kann/will ich in meinem Unternehmen ändern?

Umwelt: z.B. beim Energie- oder Papierverbrauch

Soziales: z.B. Unterstützung von Erziehungszeiten für Väter

Gesellschaftliche Verantwortung: z.B. Bezug von fairen, zertifizierten Produkten

i Zur weiteren Motivation empfehlen wir unseren Videofilm, in dem drei Unternehmerinnen vorgestellt werden, die nachhaltig und sozial gerecht wirtschaften

www.genanet.de/fuge.html

Weitere Anregungen geben unsere Fallbeispiele

www.genanet.de/fallbeispiele.html und [Unternehmerinnenportraits](http://www.genanet.de/portraits.html)

i Auf dem Blog ‚smallalternative‘ werden kleine nachhaltige Unternehmen vorgestellt, die zeigen, dass Konzepte und Ideen für ein anderes Wirtschaften funktionieren können

blog.smallalternative.com



Auf der Webseite www.foerderdatenbank.de finden Sie zahlreiche Informationen rund um Förderprogramme und Finanzhilfen des Bundes, der Länder und der EU für UnternehmerInnen.

WAS BRINGT MIR DAS?

„Alles gut und schön, aber wir als kleine Frauenunternehmen, oder als Gründerinnen, die ohnehin jeden Cent dreimal umdrehen müssen, können uns das einfach nicht leisten.“ Doch, Sie können. Nachhaltig und sozial gerecht zu wirtschaften heißt nicht zwangsläufig teurer zu wirtschaften, sondern bewusster. Eine saubere Umwelt, bessere Arbeitsbedingungen in den sogenannten Entwicklungsländern, engagiertere MitarbeiterInnen in ihrem Unternehmen werden es Ihnen danken.

Aber über den moralischen Appell hinaus gibt es auch ökonomische Argumente: Sie verschaffen sich Wettbewerbsvorteile, wenn Sie Ihren nachhaltigen Umgang mit der Umwelt und fairen Umgang mit Menschen auch entsprechend kommunizieren. Immer mehr KundInnen legen Wert auf nachhaltig produzierte Güter und nachhaltig orientierte Dienstleistungen. Sie können Vorreiterin für eine Entwicklung sein, die früher oder später kommen muss – besser früher als später. Positive Wechselwirkungen zwischen der Nachhaltigkeitsorientierung des Unternehmens und der Bindung, Zufriedenheit und dem Engagement der MitarbeiterInnen zahlen sich auch ökonomisch aus.



WIE SETZE ICH GRÜNES, NACHHALTIGES, SOZIAL GERECHTES WIRTSCHAFTEN KONKRET UM?

Hier wird es nun konkreter: in den Handlungsfeldern Umwelt, Soziales und gesellschaftliche Verantwortung wird aufgezeigt, was Sie tun könnt(en). Die Empfehlungen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und verzichten weitgehend auf die altbekannten Verhaltenstipps (Licht aus etc.). Dafür machen wir den Versuch die auch in diesem Leitfaden getrennt dargestellten Bereiche der Nachhaltigkeit immer wieder zu verweben. Das heißt beispielsweise, auch die sozialen Aspekte der Umweltmaßnahmen anzusprechen oder umgekehrt die Umweltwirkungen von sozialen Maßnahmen. Wir hoffen damit nicht zu verwirren, sondern vernetztes Denken und Handeln anzuregen und zu verdeutlichen, dass nachhaltiges Handeln immer auch ein Abwägungsprozess ist.

► Beispiele für den Abwägungsprozess

Druck in Online-Druckereien ist zunehmend auch auf Umweltpapier und mit Umweltfarben und sogar CO₂-neutral möglich. Aber was wissen wir über die Arbeitsbedingungen in Online-Druckereien? Wodurch wird der



P
R
O

deutlich günstigere Preis in Online-Druckereien erreicht, mal abgesehen von der in aller Regel etwas niedrigeren Qualität? Sie werden es sich denken können: auf Kosten der Arbeitsrechte der MitarbeiterInnen.

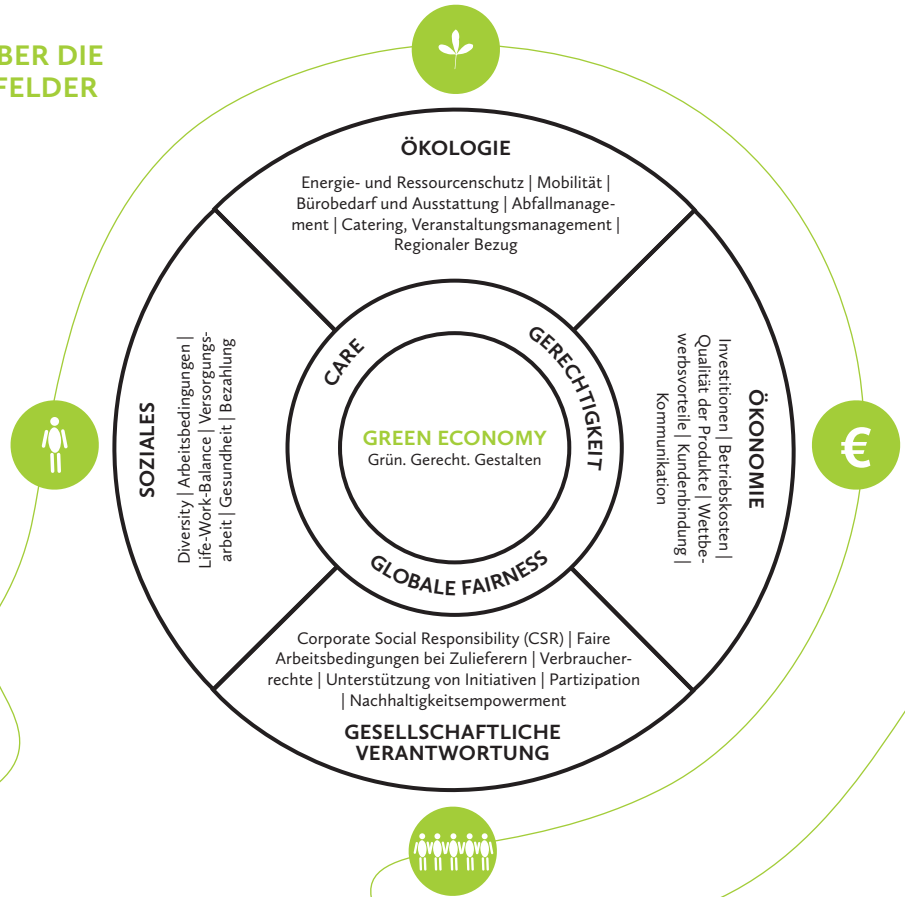
Fair gehandelte Produkte sind unter dem Aspekt der sozialen und globalen Gerechtigkeit wichtig und richtig. Aber müssen wir fair produzierten Saft aus Argentinien anbieten oder ist der regionale Apfelsaft unter dem Aspekt des Umweltschutzes nicht die bessere Alternative? Um zu verhindern, dass dadurch Arbeitsplätze in den Herkunftsländern des Orangensafts verloren gehen, sollte auch politisch für eine faire Bezahlung bei allen Importprodukten argumentiert werden.

Online-Bestellungen versus regionaler Einkauf: Online Bestellungen sind bequem und zeitsparend, führen aber zu erheblichem Transportaufkommen und haben oftmals wiederum eine soziale Schieflage. Untertarifliche Löhne, Arbeitszeiten, die jegliches Privatleben erschweren, gesundheitliche Belastungen sind nur einige der Probleme, die immer wieder in der Presse auftauchen.

K
O
N
T
R
A



ÜBERBLICK ÜBER DIE HANDLUNGSFELDER



HANDLUNGSFELDER ÖKOLOGIE

▣ Regionale Beschaffung

Der Energie- und CO₂-Rucksack von Produkten kann deutlich verringert werden, indem wo immer möglich auf regionale Produkte zurückgegriffen wird. Damit können Transportwege verkürzt und gleichzeitig regionale Märkte und damit auch Arbeitsplätze gefördert werden. Einleuchtend dürfte dies bei Produkten für die Versorgung bei Veranstaltungen oder Bewirtung von Gästen sein, d.h. bei Obst, Gemüse, Säften, Milchprodukten. Aber auch viele Büromaterialien werden regional hergestellt oder zumindest regional verbreitet. Selbst Strom wird zunehmend dezentral produziert und kann von einem regionalen Versorgungsunternehmen bezogen werden. Und allemal gilt das natürlich für Leistungen wie Druck, Layout, Übersetzungen – hier spielt dann allerdings weniger der Umweltaspekt als der soziale Aspekt eine Rolle.

i Eine einheitliche Kennzeichnung für regionale Produkte gibt es nicht. Häufig werden aber regionale Artikel durch den Hersteller oder Händler individuell gekennzeichnet. Der Handel wirbt oft mit dem Qualitätszeichen „aus der Region“ am Regal, im Katalog oder Werbeprospekt. In einigen Bundesländern gibt

es außerdem sogenannte regionale Herkunftszeichen. Und im Zweifelsfall sollte einfach nachgefragt werden.

▣ Energiebezug und Energiesparen

Ja es stimmt: Der Anteil von Strom aus erneuerbaren Energien in unserem Strommix wächst und die EEG-Umlage (Umlage auf Basis des Erneuerbare Energien Gesetzes) ist ein ebenfalls wachsender Teil des Strompreises. 2013 betrug der Anteil der Erneuerbaren im Strommix in Deutschland 23,4 %. Aber es geht noch besser: Strom aus 100 % erneuerbaren Energien ist machbar und – die gute Nachricht – in den meisten Fällen gar nicht teurer als der Tarif, in den Sie Ihr Grundversorger eingestuft hat. Im Gegenteil, nicht selten ist der Ökostromtarif sogar billiger. Finden Sie es heraus, indem Sie einen der angesagten Stromtarifrechner befragen. Danach geht alles ganz einfach: Sie entscheiden, holen sich den Vertrag aus dem Internet und unterschreiben – alles Weitere macht Ihr neuer Anbieter. Neben dem Umweltvorteil wirkt das positiv auf weitere wichtige Aspekte der Nachhaltigkeit: die dezentrale Stromproduktion wird gefördert, es entstehen neue Arbeitsplätze und Möglichkeiten der Beteiligung. Der Boom an Genossenschaften und lokalen Initiativen „Energie in Bürgerhand“ zeigt das zunehmende Interesse





der Bevölkerung – und somit auch Ihrer KundInnen – über die Energieversorgung mitzubestimmen.

Aber mit der Umstellung auf Erneuerbare allein ist es nicht getan. Ebenso wichtig ist andere Seite Energiewende: die Energieeffizienz oder ganz traditionell das Energiesparen. Bürogeräte und Beleuchtung tragen jeweils zu 40% zum Stromverbrauch im Büro bei. Hier gibt es erhebliche Einsparpotenziale, die meisten ohne jeglichen Komfortverlust. Neben den allseits bekannten Tipps wie Standby-funktionen abschalten, indem eine abschaltbare Steckerleiste genutzt wird oder ganz schlicht „Licht aus“, sollte bei der Beschaffung von Bürogeräten und Leuchtmitteln deren Energieverbrauch eine entscheidende Rolle spielen.

Computer und deren Nutzung sind für einen wachsenden Energieverbrauch verantwortlich, nicht nur bei Ihnen vor Ort, sondern vor allem durch die Nutzung des Internet und die dafür erforderlichen riesigen Rechneranlagen anderenorts. Eine einzige Suchanfrage bei Google verbraucht so viel Strom wie eine Energiesparlampe, die eine Stunde lang brennt. Wie oft suchen Sie und ihre MitarbeiterInnen über eine der Suchmaschinen im Internet?




Wir wissen wie schwierig es ist die Suchgewohnheiten zu ändern, aber es lohnt sich, ab und zu darüber nachzudenken, dass auch die Informationsbeschaffung Energie kostet.


Was können Sie sonst noch tun? Die Empfehlungen reichen hier von der Umstellung der IT von Arbeitsplatzrechnern auf ein System mit Zentralrechner und Terminal-Arbeitsplätzen, über die Nutzung von Laptops statt Desktop-Rechnern, die rund ein Drittel mehr Energie verbrauchen als ein Laptop, die gemeinsame Nutzung eines Netzwerkdruckers für mehrere Arbeitsplätze oder ganz simpel das Ausschalten des Bildschirms bei längeren Pausen statt des Einsatzes eines Bildschirmschoners.

Da in unseren Breiten die Wärme im Winter (noch) eine deutlich größere Rolle beim Energieverbrauch spielt als die Klimatisierung im Sommer, sind die altbekannten Regeln, wie während des Lüftens die Heizung runterzudrehen oder Stoßlüftung statt Kippfensterlüftung, immer noch die effektivsten Energiesparmaßnahmen.








Eine Hilfe beim Heizenergiesparen bieten programmierbare Heizkörperthermostate, die Sie auf verschiedene Heizzeiten einstellen können (Tag – Nacht, Wochentags – Wochenende) und die schlaue genug sind zu erkennen, wenn ein Fenster geöffnet ist und das Thermostat dann schließen. Rentiert sich garantiert nach kürzester Zeit. Erhältlich sind sie inzwischen in jedem Kaufhaus oder Elektronikladen.



Vor allem im produzierenden Gewerbe ist es manchmal gar nicht so einfach herauszufinden, wie und wo Energiespar-Maßnahmen sinnvoll umzusetzen sind. Hier kann es hilfreich sein, sich extern beraten zu lassen. In Berlin bietet beispielsweise der Berliner-Energiecheck eine mehrstündige Vor-Ort-Beratung für Kleinunternehmen für nur 40 Euro an. Ein kostenloses Energie-Coaching bieten viele Industrie- und Handelskammern für ihre Mitglieder an.

 Worauf Sie bei der Auswahl eines Ökostromanbieters achten sollten, können Sie unter  www.genanet.de/urteilen.html nachlesen. Empfehlung zu Anbietern gibt es unter  www.top50-solar.de/de/preisvergleich/oekostrom.html


 Informationen zum Energiesparen im Büro gibt es im Internet viele. Hier ein Beispiel  www.degas-atd.com/checkliste-energie-sparen-im-buero.html


Ressourcensparen im Büroalltag

Es muss ja nicht gleich das papierlose Büro sein, aber mit dem Papierverbrauch bewusster umzugehen ist nicht nur gut für die Kasse, sondern ebenso für die Wälder und damit auch für das Klima und die Menschen. Auch hier gilt, oberste Priorität hat das Vermeiden: bei jedem Ausdruck überlegen, ob er wirklich nötig ist. Wenn das nicht geht, gilt es zu verringern: wenn der Ausdruck nötig ist, bitte doppelseitig drucken. Erst am Ende steht das Wiederverwerten: also das Altpapier in der Papiertonne sammeln UND selbst auch 100% Recyclingpapier – das mit dem blauen Umweltengel – benutzen. Diese drei Schritte sind auch auf alle anderen Büromaterialien, Büroeinrichtungen und technische Geräte anwendbar. Am Anfang steht immer die Frage: Brauche ich das wirklich? gefolgt von der Suche nach der ressourcenschonendsten Lösung – mal ist die Lösung die Reparatur eines Altgerätes oder der Kauf eines Gebrauchtgerätes, mal die gemeinschaftliche



Nutzung, mal das umweltschonendste Neugerät. Lokale Kreisläufe zu stärken ist ein gewünschter Nebeneffekt dabei. Ebenso der Erhalt von traditionellen Fertigkeiten bei der Reparatur, die dank der verbreiteten Wegwerfmentalität verlorenzugehen drohen. Und: von der Wiederverwendung alter Materialien lebt inzwischen bereits eine ganze Branche: Upcycling von altem Papier, Fahrradreifen, Stiften, etc.

 **Gemeinschaftnutzung von wenig genutzten (aber doch benötigten) Geräten wo immer möglich: recherchieren Sie, ob in Ihrer Nähe eine Ausleihe möglich ist. Unter www.genanet.de/share-economy.html finden Sie eine Auswahl von Share-Economy Plattformen. Falls Ihr Unternehmen in einem Gewerbehof oder Bürohaus angesiedelt ist, könnten Sie eine Gemeinschaftsnutzung auch selbst anregen. Das kann gleichzeitig ein Beitrag zur Vernetzung sein, der über die Ausleihe hinausgeht.**

 **Bilden Sie Einkaufsgemeinschaften für Ihren Bürobedarf. Größere Mengen reduzieren den Preis und fangen so die höheren Kosten für Öko-Materialien auf.**

Geplante Obsoleszenz

Mit dem Begriff „geplante Obsoleszenz“ wird der geplante Verschleiß von Geräten bezeichnet. Der Hersteller reduziert absichtlich die Lebensdauer von Produkten, um so die Konsumenten zum Neukauf des Produktes anzuregen. Das bekannteste Beispiel ist die Glühbirne, die zunächst so konstruiert war, dass sie eine unbegrenzte Lebensdauer hatte. Aber damit lässt sich natürlich kein Geld verdienen. Das Resultat, die begrenzte Lebensdauer von Glühbirnen, ist uns allen bekannt.

Die Strategien für einen geplanten Verschleiß sind vielfältig. So können Bauteile in der Produktentwicklung so gewählt werden, dass sie unterdimensioniert sind und dadurch vorzeitig verschleißen. Oder es wird durch bewusste konstruktive Schwachstellen die potenziell mögliche Nutzungsphase verkürzt. Oder es werden Zähler eingebaut die ermöglichen, dass nach einer gewissen Betriebsstundenzahl (jenseits der Garantiezeit natürlich) eine Betriebsstörung vorgetäuscht oder Komponenten zerstört werden. Letzteres findet man besonders häufig bei Druckern. Weitere Informationen unter <http://www.murks-nein-danke.de>





► Energie- und ressourcenschonende Anschaffungen

Wenn dann doch ein Gerät neu angeschafft werden muss, gilt es genau hinzugucken. Da ist zunächst der Energieverbrauch: Ist das Gerät als energieeffizient und emissionsarm eingestuft? Wo wurde es hergestellt? Unter Einsatz von Kinderarbeit? Wurden Umwelt- und Gesundheitsauflagen bei der Herstellung eingehalten? Die meisten dieser Fragen lassen sich nicht so einfach beantworten. Aber manchmal hilft es schon sich bewusst zu machen, dass jedes Produkt durch seine Herstellung einen sogenannten ökologischen – und auch einen sozialen – Rucksack mit sich rumschleppt. Der ökologische Rucksack füllt sich durch den Energieaufwand bzw. die CO₂-Emissionen, die beim Abbau der Rohstoffe, der Herstellung des Produktes, der Lagerung, den Transport etc. entstanden sind. Der soziale Rucksack – ein Begriff der bisher wenig genutzt wird und der sich auf die Einhaltung von Menschenrechten bezieht – füllt sich durch schlechte Arbeitsbedingungen, ungerechte Bezahlung, Kinderarbeit, Vertreibung aus Regionen wegen des Abbaus von Rohstoffen oder Plantagenbau, gesundheitliche Auswirkungen durch mangelnden Arbeitsschutz und durch Umweltverschmutzung (z.B. Wasser) usw. Als grobe Faustregel für die Entscheidung

könnte gelten: Je näher der Produktionsort am Ort des Verbrauchs, desto kleiner der ökologische und – zumindest in Europa – auch der soziale Rucksack.

Aber es gibt auch andere Kriterien. Beispielsweise sollte bei Kunststoffprodukten darauf geachtet werden, dass sie keine Weichmacher oder andere gesundheitsschädigenden Materialien enthalten. Bei Büromöbeln, dass sie nicht aus Tropenholz, sondern hiesigem, FSC-zertifiziertem Holz hergestellt wurden und ebenso, dass sie den ergonomischen Anforderungen genügen und keine Gesundheitsschäden hervorrufen.



Tipp Augen auf beim Druckerkauf! Bei der Neuanschaffung eines Druckers lohnt es sich einen Blick auf die Folgekosten zu werfen. In der Anschaffung preisgünstige Drucker haben oftmals deutlich höhere Preise bei den Tonerkartuschen, so dass die Gesamtkosten im Laufe der Nutzungsphase deutlich höher ausfallen und sie mehr Ressourcen verbrauchen.



Auf der Webseite von Ecotopten finden Sie Rechenbeispiele für die Lebenszykluskosten verschiedenster Artikel

👉 www.ecotopten.de/produktfeld_informieren.php

i Der Blaue Engel Produktwegweiser stellt umweltverträgliche, gebrauchstaugliche und gesundheitsschonende Produkte für alle Lebensbereiche vor

 www.blauer-engel.de/_downloads/publikationen/Produktwegweiser_Buero.pdf

▣ Catering

Nicht nur bei Seminaren und Tagungen, auch bei Sitzungen werden Getränke angeboten, Obst auf den Tisch gestellt, Kekse gereicht. Hier bietet sich eine gute Möglichkeit, Ihr Verständnis von Nachhaltigkeit in der Praxis vorzuführen. Dazu braucht es weder den erhobenen Zeigefinger noch das Schild „Erdbeeren im Winter, nein danke“. Es reicht, wenn Sie ganz subtil nur die saisonal und regional erhältlichen Obst und Gemüsesorten auf den Besprechungstisch bringen. Dass diese dann tunlichst ‚bio‘ sein sollten, können Sie natürlich gern erwähnen, ebenso wie den fair gehandelten und schadstofffreien Kaffee oder Tee. Ihren KundInnen oder GeschäftspartnerInnen wird es gleich doppelt so gut schmecken, sie werden sich gewürdigt und mit ihrer Gesundheit wertgeschätzt fühlen – das hebt die Stimmung. Was wollen Sie mehr?

Produkte, die in unseren Breiten nicht angebaut werden, sollten aus dem fairen Handel kommen und damit einen Beitrag dazu leisten, dass auch die ErzeugerInnen in anderen Teilen der Welt wertgeschätzt werden. Dazu gehört die angemessene Bezahlung ebenso wie die gesundheitsschonende Produktion am Anbauort. Damit leisten Sie einen wichtigen Beitrag zur weltweiten Gerechtigkeit.

Ja, Biokekse und Bio-Obst sind teurer als konventionell angebautes oder aus Neuseeland importiertes Obst. Aber manchmal ist weniger eben mehr.

Planen Sie größere Veranstaltungen oder ist Ihr Unternehmen gar auf die Organisation von Veranstaltungen ausgerichtet, heißt das, Caterer mit entsprechendem Angebot auszuwählen. Es gibt sie in wachsender Anzahl. Aber auch bei konventionellen Caterern kann auf regionale und saisonale Speisen und Getränke bestanden werden.



Dass die Getränke und das Essen auf Mehrweggeschirr ausgegeben wird, brauchen wir wohl nicht zu erwähnen. Abfallvermeidung und Reduzierung des Ressourcenverbrauchs sind auch beim Catering ein wichtiges Gebot.

Die sozialen Aspekte einer regionalen, saisonalen Versorgung in Bioqualität liegen auf der Hand: Es sind die regionale Wirtschaft und der ökologische Landbau die gestärkt werden. Aber es ist auch das psychische und physische Wohlbefinden derjenigen, die gepflegt werden, das in den Mittelpunkt gestellt wird. Und Sie zeigen ihr vorsorgendes und fürsorgliches Verständnis von ‚Care‘.



Mit dem Verzicht auf Fleisch bei der Verpflegung während Veranstaltungen schlagen Sie gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: Sie demonstrieren, wie gut vegetarisches Essen schmecken kann, und sie zeigen, dass sie sich beim Klimaschutz engagieren. Schließlich trägt unser Fleisch- und Milchproduktekonsum zu 18% zu den weltweiten Treibhausgasen bei.



Einen Überblick mit Bewertungen und Hintergrundinformationen zu den vielen verschiedenen Labels, Siegel und Gütezeichen finden Sie auf www.label-online.de

► **Mobilität: Dienstreisen und An- und Abfahrten zur Arbeitsstelle**

Ihr Unternehmen ist mitten in der Stadt mit gut ausgebautem ÖPNV und Fahrradwegen ausgestattet? Sehr gut, dann kommen Sie oder Ihre MitarbeiterInnen sicher mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV zur Arbeit. Sie können das unterstützen, indem Sie Fahrradständer und wenn möglich sogar Duschen zur Verfügung stellen. Oder wie wäre es mit Dienstfahrrädern, um Beschaffungen oder Verhandlungen während der Arbeitszeit klimafreundlich und gesundheitsfördernd zu erledigen?


Aber was ist, wenn die Nutzung von öffentlichem Nahverkehr und Fahrrädern nicht möglich ist? Was ist mit Dienstreisen, die sich ja meistens nicht mit dem Fahrrad bewerkstelligen lassen? Grundsätzlich gilt auch hier: weniger ist mehr. Ersetzen Sie Treffen wann immer möglich durch Telefonkonferenzen. Wenn Sie doch reisen müssen, nutzen Sie möglichst die Bahn. Der angebliche Zeitvorteil beim Fliegen erweist sich bei innerdeutschen Flügen oft als falsch. An- und Abreise zu den meistens außerhalb der Städte liegenden Flughäfen, Wartezeiten, Sicherheitskontrollen etc. tragen dazu bei, dass sich die reine Flugzeit schnell verdreifacht. Ein weiterer Vorteil bei der Bahn: die




Reisezeit kann vollständig als Arbeitszeit genutzt werden. Aber Sie können genauso gut nette Gespräche mit Mitreisenden führen.

Auch beim Auto gelten die bereits mehrmals erwähnten Regeln: Vermeiden, Verringern, Wiederverwenden (hier: Kompensieren). Wenn sich das Auto für die Fahrt zur Arbeit gar nicht vermeiden lässt, bilden Sie Fahrgemeinschaften. Ihr Auto steht die meiste Zeit, aber ab und an brauchen Sie es doch? Wie wär's mit Carsharing? Erst ab 10.000 km pro Jahr lohnt sich die Anschaffung eines eigenen Autos. Dann aber bitte ein emissionsarmes.

Die sozialen und gesellschaftlichen Vorteile einer nachhaltigen Mobilität liegen auf der Hand: Vorteile für die Gesundheit durch körperliche Bewegung, mehr Freiraum in der Stadt, weniger Verkehrslärm, um nur einige zu nennen. Und statt in immer kürzerer Zeit aber mit immer größerer Hektik von A nach B zu kommen, bringt sie etwas mehr Ruhe in den Alltag.

 Ersetzen Sie jedes zweite Treffen durch Telefon- oder Videokonferenzen. Wenn Sie sich bei meetgreen anmelden, können Sie dadurch gleichzeitig Geld für Umweltprojekte sammeln.

Vorausgesetzt Sie nutzen die Nummer, die kostenpflichtig ist. Sie können aber auch die kostenlose Nummer wählen, dann fallen für alle Beteiligten nur die normalen Verbindungskosten an:
 www.meetgreen.com

 Nicht brandaktuell, aber trotzdem nützlich ist der Leitfaden des VCD für Geschäftsreisen:

 www.vcd.org/geschaeftsreisen_leitfaden.html




CO₂ kompensieren = klima-neutral?

Sie haben ein schlechtes Gewissen, weil Sie fliegen? Brauchen Sie nicht. Ein Klick und die von Ihnen durch den Flug verursachten CO₂-Emissionen werden durch einen kleinen Obolus neutralisiert. Das zumindest suggeriert der immer unübersichtlicher werdende Markt der Kompensationsdienstleister.

Wie funktioniert das und worauf sollten Sie achten?

Bei der Kompensation von CO₂-Emissionen zahlen Sie einen Preis für die Emissionen, die Sie verursachen. Dieses Geld wird in Klimaschutzprojekte investiert, die in anderen Teilen der Welt diese Emissionen wieder einsparen. Also zum Beispiel indem sie Kohleöfen in einem afrikanischen Dorf durch solarbetriebene Kochherde ersetzen. Die Anerkennung der Projekte als Kompensationsprojekte unterliegen Regeln, die gern und oft gebrochen werden. Das sogenannte „Offsetting“ ist ein riesiges Geschäft, bei dem es nicht nur einige schwarze Schafe gibt, sondern das Verhältnis eher umgekehrt ist: es gibt leider nur einige wenige weiße.

Wir wiederholen uns ungern, aber auch hier gilt: es gibt keine bessere Maßnahme für den Klimaschutz als Einsparung. Jedes eingesparte kg CO₂ ist ein wichtiger Beitrag. Erst danach sollten Sie über Kompensierung nachdenken. Eine Mindestregel dabei: achten Sie darauf, dass die geförderten Projekte „Gold Standard“ zertifiziert sind. Das ist das bisher strengste Zertifikat in diesem Bereich, mit wenigen, aber immerhin doch vorhandenen Kriterien zur Gerechtigkeit und Förderung von Frauen.

Ausnahmsweise möchten wir an dieser Stelle einen Anbieter empfehlen, weil der Markt für Personen, die sich nicht den ganzen Tag mit CDM, baselines, NAMAs und ähnlichem befassen, nicht zu durchschauen ist: atmosfair  www.atmosfair.de





HANDLUNGSFELDER SOZIALES & CARE

Nachhaltiges Wirtschaften – wir erwähnten es bereits am Anfang – bedeutet mehr als Umweltschutz im Unternehmensziel und der Unternehmenspraxis umzusetzen. Es bedeutet, die Grundlage jeglichen Wirtschaftens, die Versorgung von Kindern, Pflege von Kranken und Unterstützung von Alten einzubeziehen und zu unterstützen. Aufgaben, die im traditionellen Rollenverständnis eher Frauen zugeschrieben werden und auch immer noch verstärkt von Frauen wahrgenommen werden. Für das nachhaltige Unternehmen stellen sich daraus zwei Anforderungen: (1) Männliche Kollegen zur Übernahme von Versorgungsarbeit zu motivieren, um damit eine gerechtere Verteilung dieser gesellschaftlich notwendigen Arbeit zu unterstützen, und (2) die Anerkennung und Einbindung der Versorgungsleistungen in den betrieblichen Arbeitsablauf.

Auf die Verbindungen zwischen Zufriedenheit der MitarbeiterInnen – Faktoren, die dazu beitragen sind unter anderem die Life-Work-Balance, die Beteiligung an Entscheidungsprozessen, die Möglichkeit der Einbringung der eigenen ethischen Werte – und Gesundheit bzw. umgekehrt Krankheit, Überforderung, Burnout wird im



Folgenden eingegangen. Ein Aspekt, der dabei eine Querschnittsfunktion hat, ist die Gerechtigkeit, deren Bedeutung für Zufriedenheit oftmals unterschätzt wird. Das gilt für die bereits erwähnte Verteilung der Versorgungsarbeit ebenso wie für die Bezahlung oder die Anerkennung von Leistungen.

i Der „Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen“ (ISO 26000) stellt eine umfassende Norm zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und Organisationen dar. In sieben Kernthemen (Umwelt | Arbeitspraktiken | Menschenrechte | Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft | Konsumentenangelegenheiten | Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken sowie | Organisationsführung) wird aufgezeigt, wie ein ganzheitlicher Ansatz in der Unternehmensführung aussehen könnte. Für jedes Thema werden Handlungsfelder benannt. Berücksichtigt werden dabei auch Fragen von Geschlechtergerechtigkeit, Chancengleichheit und Nicht-Diskriminierung.



Tipp Machen Sie Werbung mit Ihren Aktivitäten im Bereich Soziales und Care. Das bindet nicht nur die MitarbeiterInnen, sondern auch die KundInnen. Ein Beispiel: Eine Berliner Pension bietet am Equal Pay Day Preise für Frauen an, die 22% unter dem üblichen Preis liegen. Sie greifen damit den Lohnunterschied



zwischen Männern und Frauen auf und beziehen Stellung – und machen das auf ihrer Webseite das ganze Jahr über deutlich.

Life-Work-Balance

In der sich zunehmend dynamisch verändernden Arbeitswelt gewinnt das Konzept der Life-Work-Balance zunehmend an Bedeutung. Beruf und Privatleben, Erwerbsarbeit und private Sorgearbeit zu vereinbaren wird angesichts des demografischen Wandels zur großen Herausforderung. Auch Unternehmen müssen sich an diesen Wandel anpassen, damit sie ihre MitarbeiterInnen langfristig an sich binden können. Empfehlenswert sind vor allem Maßnahmen, die eine sinnvolle Verteilung der Arbeitszeit und eine ergebnis-, statt zeitorientierte Leistungserbringung fördern, die eine möglichst flexible Verteilung der Arbeit ermöglichen und dabei die MitarbeiterInnen weitestgehend in die Entscheidung über das Zeitmanagement einbeziehen. Gerade bei einem hohen Anteil an Teilzeitarbeitenden trägt dies ebenso wie eine gute Organisation der Übergabe und des Austausches im Team zu einem reibungslosen Arbeitsablauf bei.

Aber auch für die Unternehmerin selbst spielt die Life-Work-Balance eine nicht unerhebliche Rolle – gründen

doch viele Kleinunternehmerinnen vor dem Hintergrund der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Besonders wichtig ist hier die Balance zwischen „Weltrettung und Luftholen“, d.h. bewusst das Unternehmen auch mal zurück zu lassen bzw. mit sich selbst nachhaltig umzugehen. Das gehört für die Solounternehmerin sicherlich zu den schwierigsten Übungen, weshalb dafür leicht umsetzbare Durchsetzungsstrategien entwickelt werden sollten.

Angebote zum Stressmanagement – von Fortbildungen bis hin zu Entspannungsangeboten – können Sie selbst und Ihre MitarbeiterInnen dabei unterstützen, physisch und psychisch gesund zu bleiben, trotz Mehrfachbelastung. Schließlich gehört das Burnout Syndrom heute bereits zu den häufigsten Krankheiten und führt zu den meisten Fehltagen.

i Lösungen zur Balance von Beruf und Privatleben, u.a. eine Infoline, Praxistools und eine Online-Datenbank finden Sie unter www.mittelstand-und-familie.de/service-plus



Unterstützen Sie Jobrotation, so dass eine Person bei Bedarf eine Kollegin/einen Kollegen an deren Arbeitsplatz ersetzen kann. Das trägt zur Entspannung der Arbeitssituation bei



Krankheit oder Pflege bei, verbreitert gleichzeitig die Vielfalt der Arbeitsaufgaben und steigert damit die Zufriedenheit der MitarbeiterInnen.

► Unterstützung von Versorgungsarbeit

In Ergänzung zur Life-Work-Balance soll hier nochmal etwas ausführlicher auf das gerade in einem Frauenunternehmen wichtige Thema der Versorgungsarbeit und wie diese von Unternehmen unterstützt werden kann, eingegangen werden.

Die rechtliche Situation: Im Falle von Krankheit eines Kindes hat jedes Elternteil das Recht auf 10 Tage (Alleinerziehende 20 Tage) Freistellung von der Arbeit. Die oder der Angestellte wird für diese Zeit von der Sozialversicherung abgemeldet, die Lohnfortzahlung in Höhe von 70% des Bruttolohns übernimmt die Krankenkasse. Ab- und Anmeldung sind allerdings ein aufwändiger Prozess, zumal die Kinder in der Regel ja nicht 10 Tage am Stück krank sind, so dass hier häufig intern nach anderen Lösungen gesucht wird. Beispielsweise Nutzung des Home Office während der Krankheitstage, Gegenrechnung von Überstunden etc.





ArbeitnehmerInnen haben darüber hinaus das Recht, bis zu zehn Arbeitstage der Arbeit fernzubleiben, um für einen nahen Angehörigen in einer akut aufgetretenen Pflegesituation die pflegerische Versorgung sicherzustellen. Für eine längere Pflege können Beschäftigte bis zu einer Höchstdauer von sechs Monaten eine Pflegezeit in Anspruch nehmen. Dieser Anspruch besteht allerdings nur gegenüber Arbeitgebern mit regelmäßig mindestens 16 Beschäftigten. Für diese Zeit besteht keine Lohnfortzahlung.



Unternehmen können ihren MitarbeiterInnen außerdem eine Familienpflegezeit gewähren, für die die wöchentliche Arbeitszeit bis zu 15 Stunden in der Woche reduziert werden kann. Wird zum Beispiel die Arbeitszeit in der Pflegephase von Vollzeit auf 50 Prozent reduziert, erhalten die Beschäftigten weiterhin 75 Prozent des letzten Bruttoeinkommens. Nach dem Ende der Familienpflegezeit wird das reduzierte Gehalt solange weitergezahlt, bis der Gehaltsvorschuss ausgeglichen ist. ArbeitgeberInnen können für die Gehaltsaufstockung ein zinsloses Bundesdarlehen erhalten.



Soweit die rechtliche Situation. Grundsätzlich gilt: je flexibler die Arbeitsbedingungen (Gleit- und Teilzeitmodelle, Home-Office, ...), desto unterstützender für die Versorgungs- und Pflegearbeit der MitarbeiterInnen. Eine pflegesensible Unternehmenskultur zeigt sich auch durch die Bereitstellung von Informationsmaterialien zum Thema oder durch (individuelle) Unterstützungs- und Beratungsangebote.


Hilfreich für alle und gut für das Arbeitsklima ist dabei die gemeinsame Absprache der Aufteilung der Arbeit im Falle von Krankheit oder Pflegezeit eines Mitarbeiters oder einer Mitarbeiterin.

 Weitere ausführliche Informationen zum Thema Pflegezeit und Familienpflegezeit bietet die Seite des Bundesministeriums für Gesundheit  www.bmg.bund.de/pflege/hilfen-fuer-angehoerige/pflegezeit.html

 **Tipp** Der Firmenservice der Besser Betreut GmbH bietet für Unternehmen einen Onlinedienst zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf an. Dort werden zum Beispiel Unternehmen durch die Vermittlung von Notfallbetreuungen, langfristiger Kinderbetreuung oder auch Seniorenbetreuung unterstützt  www.firmenservice-betreut.de/fur-firmen

Gesundheit

Gesundheitsförderung muss ein Anliegen jeder Unternehmerin sein, die für ihre Beschäftigten Sorge trägt und natürlich auch den Krankenstand minimieren möchte. Dazu gehören entsprechende Angebote, aber auch, dass Büros und Betriebsklima gesundheitsförderlich sind. In erster Linie sind hier natürlich die ergonomische Gestaltung des Arbeitsplatzes sowie das Tragen von Arbeitsschutzkleidung und die Nutzung von Arbeitsschutzhilfsmitteln zu nennen. Aber auch die Beteiligung an Entscheidungen und das Einräumen von Handlungsspielräumen (siehe auch Nachhaltigkeits-Empowerment) tragen zu Wohlbefinden und Gesundheit bei. Die Unterstützung von gemeinsamen sportlichen Aktivitäten stärkt das Team und die Gesundheit, Hinweise auf oder Informationen zu unaufwendigen Übungen am Arbeitsplatz verhindern Verspannungen im Rücken- und Schulterbereich. Grundsätzlich erhöhen Angebote zur Entspannung – z.B. durch Bereitstellung eines entsprechenden Raumes oder auch entsprechender Kurse – die Stressresistenz und das Wohlbefinden und damit letztendlich auch die Arbeitsproduktivität.

 Bei der Umsetzung der betrieblichen Gesundheitsförderung (auch in kleinen) Unternehmen sind die gesetzlichen Kranken-




kassen wichtige Ansprechpartner. Sie können die notwendigen Informationen rund um dieses Thema zur Verfügung stellen.

 **Tipps** Motivieren Sie zur Inanspruchnahme der Gesundheitsangebote durch Boni für geringe Krankheitstage.

► **Bezahlung**

Wir wissen, die Bezahlung ist ein heikles Thema. Nicht nur, aber vor allem in kleinen Frauenunternehmen, die häufig am Rande des Existenzminimums arbeiten. Trotzdem: eine tarifgerechte Bezahlung, ein Arbeitslohn, der Ihre Existenz und die Ihrer MitarbeiterInnen sichert, ist ein Muss in einem nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen. Machen Sie Ihren KundInnen klar, dass Ihre Preise auf einer tarifgerechten Bezahlung basieren, schreiben Sie dies in Ihre Angebote – es hilft Ihren potenziellen Auftraggebern bei der Entscheidung. Niemand ist gezwungen, das billigste Angebot zu nehmen – und damit die Kosten der Allgemeinheit zu übernehmen, indem Zusatzleistungen (Aufstockungen) gezahlt werden müssen.

 **Tipps** ArbeitgeberInnen, die Langzeitarbeitslose und/oder ältere ArbeitnehmerInnen einstellen, können unter bestimmten Voraussetzungen beim Jobcenter Förderungen beantragen.

Dazu gehören Eingliederungszuschüsse, die Einstiegsqualifizierung, der Ausbildungsbonus, der Beschäftigungszuschuss und das Bundesprogramm Perspektive 50plus. Informieren Sie sich bei Ihrem zuständigen Jobcenter.

Wer Menschen mit Behinderung ins Arbeitsleben integriert, sichert sich qualifizierte und hoch motivierte Fachkräfte – und wird dafür vom Staat finanziell unterstützt. Der Einsatz lohnt sich mehrfach: Ihr Unternehmen profitiert von einem nicht zu unterschätzenden Imagegewinn als sozialer Arbeitgeber, die größere Vielfalt an MitarbeiterInnen bereichert Ihr Betriebsklima.

 www.faw-berlin.de





HANDLUNGSFELDER GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG


Als nachhaltig wirtschaftende Unternehmerin haben Sie viele Möglichkeiten gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und sich selbst fair und gerecht zu verhalten. Das fängt an bei einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur, über die Nutzung fair gehandelter Produkte, geht über das Engagement durch Spendenaktionen bis hin zur Unterstützung von Hilfs- und Umweltprojekten – um nur einige Beispiele zu nennen. Natürlich ist der Umfang der möglichen Aktivitäten abhängig von der Unternehmensgröße. Entscheiden Sie selbst wo und womit Sie sich engagieren möchten. Wichtig ist, dass Ihre Aktivitäten authentisch mit dem Unternehmen verbunden sind, dass sie zum Unternehmen passen und glaubwürdig sind.

Unter dem Konzept Corporate Social Responsibility (CSR, unternehmerische soziale Verantwortung) gibt es ein ganzes Bündel von Maßnahmen, Leitfäden und Vorschlägen, wie Sie nachhaltige Entwicklung innerhalb und außerhalb Ihres Unternehmens unterstützen können.



Mit dem vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales aufgelegten Programm „CSR- Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“ sollen kleinen und mittleren Unternehmen konkrete Lösungsansätze für eine verantwortliche Unternehmensführung mit Schwerpunkt auf Arbeitsplatz, Gemeinwesen, Umwelt und Markt angeboten werden. Das aktuelle Programm läuft leider Ende 2014 aus  www.csr-vernetzung.de



Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales informiert breit über das Thema CSR und hat dafür eine eigene Webseite mit aktuellen Informationen und Hintergrundinformationen aufgebaut  www.csr-in-deutschland.de

▮ Beiträge zur Gerechtigkeit

Gerechtigkeit ist eine Querschnittsaufgabe, die bereits in verschiedenen Handlungsfeldern zu Umwelt und Soziales erwähnt wurde. An dieser Stelle deshalb nur noch einige zusammenfassende Hinweise.

Wo kann zu Gerechtigkeit beigetragen werden?

Nicht nur die im Handlungsfeld Soziales & Care genannten Aspekte leisten einen Beitrag zur Gerechtigkeit, auch



im Handlungsfeld Ökologie spielt sie – und hier vor allem die internationale Gerechtigkeit – eine große Rolle. Eine intakte und gesunde Umwelt ist für heutige und zukünftige Generationen und in allen Teilen der Erde eine Frage der Gerechtigkeit und die Grundlage für ein friedliches Zusammenleben.

Wie bzw. womit kann zu Gerechtigkeit beigetragen werden?

Es gilt sich bewusst zu machen, welche Auswirkungen Ihr unternehmerisches Handeln auf kommende Generationen sowie auf Menschen in anderen Ländern der Erde hat. Das heißt sowohl für den Konsum, als auch für die Produktion die gesamte Produktionskette von der Rohstoffproduktion bis zur Entsorgung auch unter Gerechtigkeitsaspekten zu betrachten. Wo kommen die verwendeten Rohstoffe und Produkte her? Welche Auswirkungen haben sie für die Menschen hier und am anderen Ende der Welt? Werden Verbraucherrechte und -interessen, Menschenrechte und ein fairer Wettbewerb beachtet? Diese Bewertung ist nicht einfach und nur selten lückenlos möglich. Dennoch lohnt es, sich die Zeit zu nehmen und das unternehmerische Handeln auch unter dem Aspekt der Gerechtigkeit zu reflektieren. Halten Sie fest, was Ihnen dazu einfällt

und kommunizieren Sie die Ergebnisse an ihre KundInnen. Zeigen Sie damit, dass Sie sich ihrer Verantwortung als Unternehmerin bewusst sind. Engagement können Sie auch zeigen, indem Sie sich an Spendenaktionen (Bildungsprojekte, gemeinnützige Stiftungen, Hilfsprojekte) beteiligen oder eigene initiieren, z.B. indem Sie für eine befristete Zeit einen kleinen Betrag auf Ihre Leistungen aufschlagen und diese einem Projekt zukommen lassen – und dies natürlich Ihren KundInnen zur Kenntnis bringen. Oder Sie gehen eine Partnerschaft mit einem gemeinnützigen Verein vor Ort ein. Wichtig ist dabei, dass dieses Engagement so nah wie möglich an Ihrem Angebot ist: wenn sie Kinderspielzeug herstellen (siehe unser Fallbeispiel Poly-M) bietet es sich an, Kindertagesstätten zu unterstützen, wenn Sie Übersetzungen anbieten, könnte dies vielleicht ein Projekt oder einen Verein sein, das/der im internationalen Zusammenhang aktiv ist. Der Phantasie sind hier keine Grenzen gesetzt – die werden allein durch die finanziellen Möglichkeiten gezogen.

Information und Öffentlichkeitsarbeit

Die besten Absichten und Aktivitäten laufen bezüglich ihrer Wirkung am Markt ins Leere, wenn Sie sie nicht auch kommunizieren. Ihre KundInnen wollen wissen, wo Sie






sich engagieren und wie Sie und Ihre MitarbeiterInnen Ihre Werte und Einstellungen auch außerhalb der originären Unternehmensaktivitäten umsetzen.

Eine transparente Unternehmenskommunikation, sowohl nach innen als auch nach außen, schafft Vertrauen und weckt Interesse bei den Medien, GeschäftspartnerInnen, KundInnen und MitarbeiterInnen. Das Engagement, die Umweltpolitik oder die Arbeits- und MitarbeiterInnenkultur sollten unbedingt auf der Unternehmenswebseite präsentiert werden, so dass Interessierte sich jederzeit informieren können.

Hilfreich sind dabei auch anerkannte Labels oder Zertifizierungen wie das Familien Audit oder auch Preise, für die das Unternehmen nominiert wurde oder die es erhalten hat. Bewerben Sie sich beispielweise um die Auszeichnungen zur Unternehmerin des Jahres, die viele Bundesländer – und auch einige Unternehmen – alljährlich vergeben.

Sie können sich und Ihr Unternehmen auch bei UnternehmerInnen-Messen, Tagungen und Workshops präsentieren. Auch ein Tag der offenen Tür kann für ein besseres Verständnis Ihres Engagements sowie der Umsetzung des

Konzepts einer nachhaltigen Wirtschaft hilfreich sein und dient gleichzeitig der Werbung für Ihr Unternehmen.

-  Eine Übersicht über alle Labels finden Sie unter  www.label-online.de, auf unserer Webseite  www.genanet.de/labels.html haben wir einige für nachhaltiges Wirtschaften relevante Labels zusammengestellt und erläutert

Partizipation/Mitbestimmung/ „Nachhaltigkeits-Empowerment“

Aber auch innerhalb des Unternehmens spielt die Kommunikation eine wichtige Rolle. Informieren Sie Ihre MitarbeiterInnen regelmäßig über Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen? Regen Sie Ihre MitarbeiterInnen dazu an, ihre Ideen, wie das Unternehmen noch umweltschonender oder nachhaltiger agieren könnte, einzubringen? Motivieren Sie sie und unterstützen sie dabei Initiativen ins Leben zu rufen und umzusetzen? Sie könnten z.B. eine Austauschplattform einrichten – das kann auch ein schwarzes Brett sein – oder eine Prämie für den besten Verbesserungsvorschlag zum Thema Nachhaltigkeit ausloben. Untersuchungen zeigen, dass sich MitarbeiterInnen deutlich stärker an das Unternehmen gebunden und sich





Idee

ihm verpflichtet fühlen, wenn sie ihre Einstellungen und Werte auch innerhalb des Unternehmens leben können und diese wertgeschätzt werden. „Nachhaltigkeits-Empowerment“ greift diese Tatsache auf und motiviert die MitarbeiterInnen über Wettbewerbe, Bereitstellung von Räumen oder Beratung dazu initiativ zu werden und unterstützt sie dabei. Die Vorteile für Unternehmen: Mehr Ideen werden eingebracht, höheres Engagement der MitarbeiterInnen, größere Zufriedenheit, Verantwortung wird geteilt, die MitarbeiterInnen fühlen sich wertgeschätzt.

Hier einige Beispiele:

Schaffung von Räumen der Begegnung und des Ideenaustausches wie zum Beispiel im MitarbeiterInnenhaus bei unserem Fallbeispiel ALLRESIST GmbH dargestellt.

Etablierung von Methoden und festen Strukturen zur Partizipation der MitarbeiterInnen, beispielsweise regelmäßige Befragungen, Ideenwerkstätten, Betriebsversammlungen, Beiräte.

Unterstützung der MitarbeiterInnen bei der Planung und Durchführung öffentlicher Aktionen.

 Ideen und Fallbeispiele finden Sie zum Beispiel unter

 www.nachhaltig-leben-und-arbeiten.de

 www.genanet.de/fallbeispiele.html



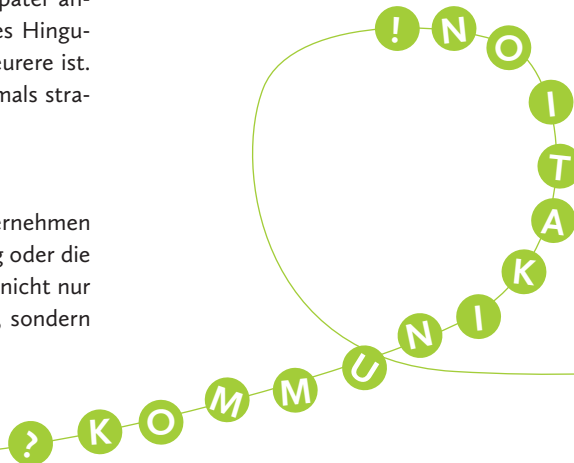
ÖKONOMISCHE ASPEKTE NACHHALTIGEN UND SOZIAL GERECHTEN WIRTSCHAFTENS

„Was kostet das?“ und „Was bringt es meinem Unternehmen/meiner Gründung?“ sind die Fragen, die sofort kommen, wenn nachhaltiges Wirtschaften thematisiert wird. Wir haben bereits an verschiedenen Stellen darauf hingewiesen, dass die Anschaffung energiesparender und emissionsarmer Geräte teurer ist, die Mehrkosten sich aber im Laufe der Nutzungszeit rechnen. Auch durch schlichtes „Weniger“ lassen sich Kosten sparen. Was brauche ich wirklich, was kann ich vielleicht gemeinsam mit anderen nutzen, was kann ich mir ausleihen oder erst später anschaffen? Und schließlich hilft auch ein genaues Hingucken ob die nachhaltige Variante wirklich die teurere ist. Das Beispiel Ökostrom wurde hier schon mehrmals straziert.

► Co-Innovationen und Co-Benefits

Wenn Sie gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und etwas für die Umwelt, für die Gleichstellung oder die internationale Gerechtigkeit tun, wirkt sich das nicht nur positiv in den jeweiligen Handlungsfeldern aus, sondern

auch auf Ihr Unternehmensimage und hilft Ihren KundInnen bei ihrer Entscheidung. Neben dem Preis spielen Umweltschutz und soziales Engagement eine große Rolle bei der Entscheidungsfindung zwischen gleichwertigen Produkten/Dienstleistungen. Das setzt allerdings voraus, dass Ihre KundInnen auch wissen, was Sie da tun. Das bedeutet, dass es entsprechend kommuniziert wird. Stellen Sie auf Ihrer Webseite Ihr Engagement dar, machen Sie bei Interviews darauf aufmerksam, schreiben Sie es in Ihre Angebote. Bescheidenheit ist eine Tugend, die hier völlig fehl am Platze ist.



AUF EINEN BLICK:

FÜNF TRIFTFIGE GRÜNDE FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Sie nehmen ökologische Verantwortung wahr

Unternehmen bedienen sich ökologischer und sozialer Ressourcen – also tragen sie auch Verantwortung für deren langfristigen Erhalt. Das ist nicht nur eine Pflicht, sondern auch eine Chance. Sie werden als Akteurin wahrgenommen, die aktiv gestaltet und ihr Handeln reflektiert.

Sie fördern Fairness und Gerechtigkeit

Als Unternehmerin haben Sie die Chance dazu beizutragen, dass Menschen heute und in kommenden Generationen überall auf der Welt von ihrer Arbeit leben können und Umwelt und Ressourcen als Grundlage für ein gesundes und konfliktfreies Leben geschützt werden.

Sie sparen mittelfristig Geld

Investitionskosten werden durch Einsparungen bei den Betriebskosten ausgeglichen. Vorausschauende Planungen oder gemeinsame Bestellungen bei der Beschaffung

verringern durch Mengenrabatte Kosten. Und überhaupt: nicht alles, was ‚öko‘ ist, ist auch teuer.

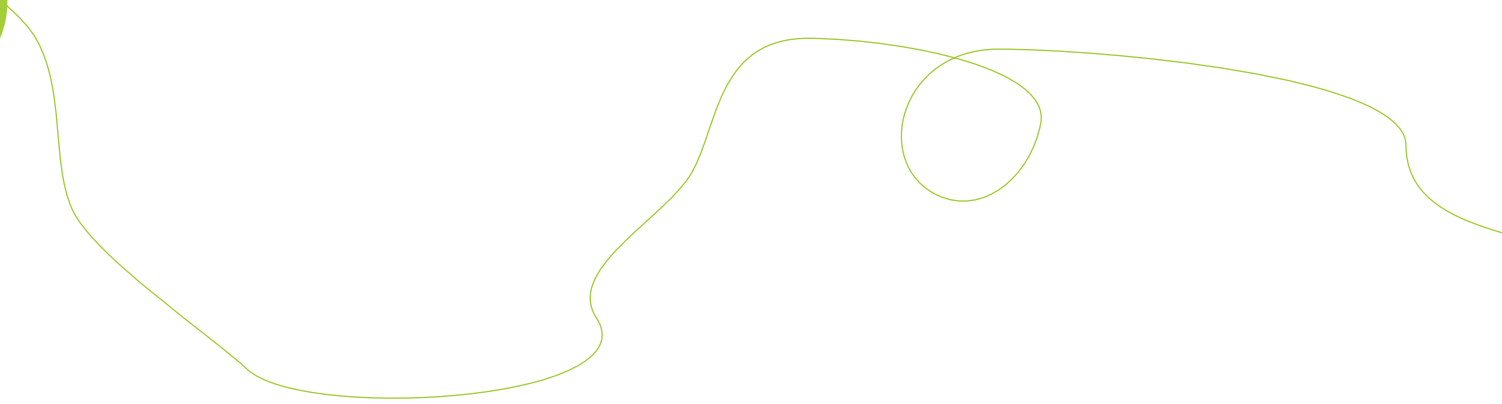
Sie präsentieren sich als attraktive Arbeitgeberin

Egal ob Sie CO₂ einsparen, fair gehandelte Produkte kaufen oder Angebote zur Life-Work-Balance machen: es wirkt sich aus auf Ihre Attraktivität als Arbeitgeberin und die Zufriedenheit ihrer MitarbeiterInnen. Zufriedene MitarbeiterInnen sind motivierter und seltener krank, wodurch letztendlich die Produktivität und der Gewinn ihres Unternehmens gesteigert werden.

Sie haben Wettbewerbsvorteile

Machen Sie Werbung mit Ihren Aktivitäten im Bereich Umwelt, Soziales und Care. Das bindet nicht nur Ihre MitarbeiterInnen, sondern auch Ihre KundInnen. Für immer mehr KonsumentInnen sind soziale und ökologische Eigenschaften von Produkten und Dienstleistungen ausschlaggebende Faktoren bei der Kaufentscheidung.





IMPRESSUM

HerausgeberInnen:

LIFE e.V / genanet – Leitstelle Gender, Umwelt,
Nachhaltigkeit

In Zusammenarbeit mit der WeiberWirtschaft eG
Rheinstr. 45
12161 Berlin

Redaktion: Ulrike Röhr, Uta Kotzur, Lisa Göldner

Verantwortlich für den Inhalt: Ulrike Röhr

Gestaltung: Oh Wunder, Hamburg

Druck: dieUmweltDruckerei GmbH, Hannover

Klimaneutral gedruckt auf 100% Recyclingpapier
ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen Blauer Engel

Berlin, Juni 2014

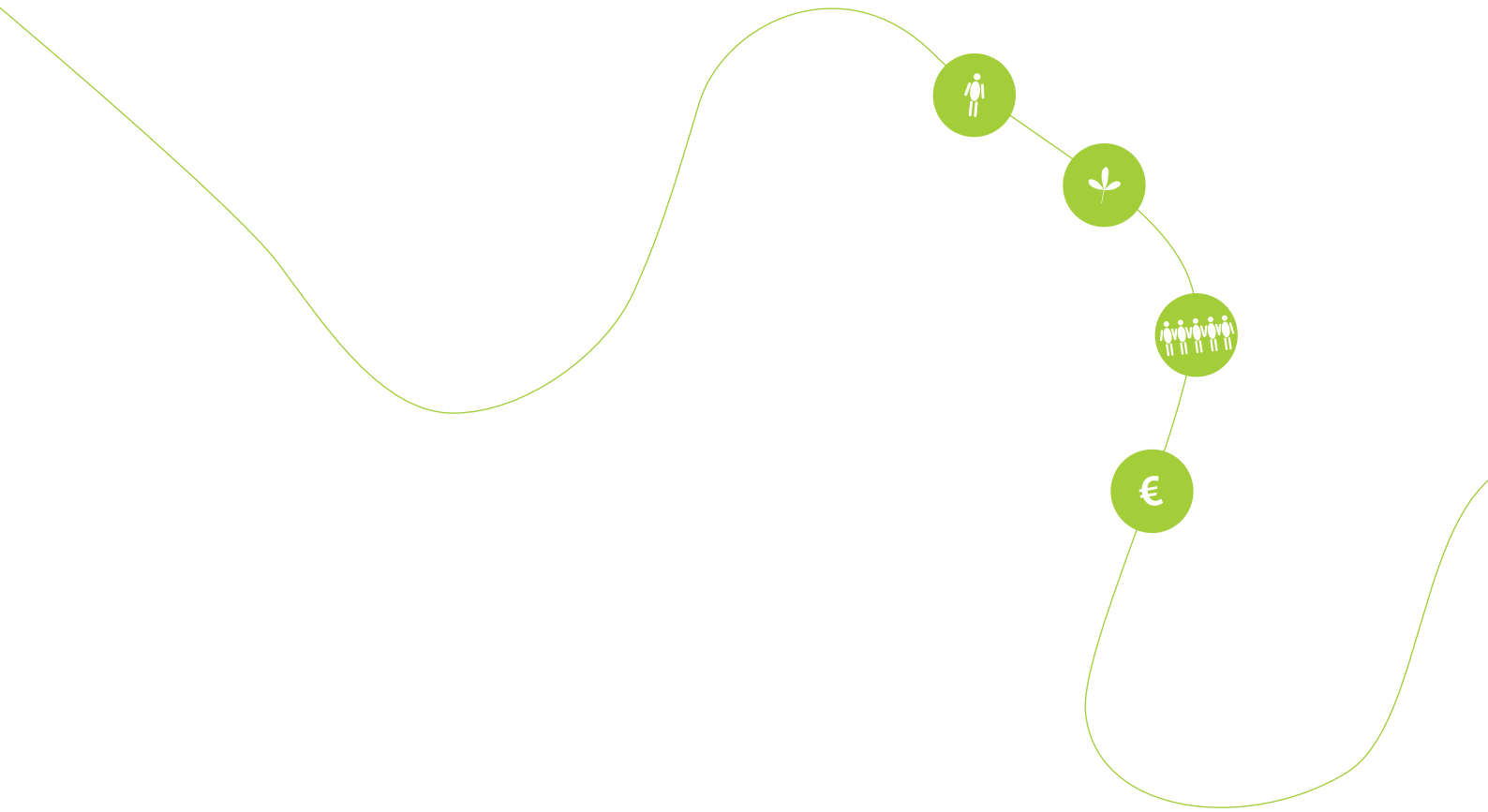
Das Projekt FrauenUNTERNEHMEN Green Economy
wird gefördert von:




Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit

**Umwelt
Bundesamt**

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung
liegt bei den Autorinnen.




CHECKLISTE

Die Checkliste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern stellt einen Kompromiss dar aus dem Ansprechen möglichst vieler Themen und der Vermeidung von Informationsüberflutung. Ausführlichere Informationen finden Sie in unserem Leitfaden sowie bei den unter  angegebenen Adressen.

HANDLUNGSFELDER ÖKOLOGIE	JA	NEIN	HINDERNISSE	NÄCHSTE SCHRITTE	INFOS/ANMERKUNGEN
Beziehen Sie Ihren Strom von einem Ökostromanbieter?					 www.atomausstieg-selber-machen.de  www.oekostromanbieter.org
Nutzen Sie Energiesparmöglichkeiten konsequent (z.B. abschaltbare Steckerleisten, Energiesparfunktion des Computers)?					
Trennen Sie ihren Müll (Papier, Wertstoffe, Glas, Biomüll) konsequent?					Welche Müllfraktionen gibt es im Haus? Ggf. Hausverwaltung ansprechen
Drucken Sie nur das Nötigste und nutzen Sie Fehldrucke und einseitig bedrucktes Papier als Schmierpapier?					Beim Druckerkauf auf die Gesamtkosten achten! Günstige Drucker entpuppen sich oft als Kostenfallen.
Achten Sie bei der Beschaffung von Büroausstattung, -geräten und -material auf Umweltzeichen wie den Blauen Engel?					 www.label-online.de Bezug z.B.  www.memo.de Sind Gemeinschaftsbestellungen möglich?
Nutzen Sie konsequent 100% Recyclingpapier mit dem Blauen Engel?					 www.umweltbundesamt.de/publikationen/papier
Nutzen Sie Bürogeräte gemeinschaftlich bzw. teilen Sie wenig genutzte Geräte mit anderen?					 www.fairleihen.de
Ist Ihr Unternehmen/Büro mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar?					Kriterium bei Neuanmietung von Büroräumen
Gibt es Abstellplätze für Fahrräder?					
Vermeiden Sie bei Dienstreisen Flüge und fahren stattdessen mit der Bahn?					
Nutzen Sie die Möglichkeiten von Telefon-/ Web-/ Videokonferenzen zur Vermeidung von Dienstreisen?					 www.meetgreen.de  www.skype.com/de
Verwenden Sie in der Kaffeeküche und bei Veranstaltungen Lebensmittel in zertifizierter Bioqualität und/oder mit Fairtrade Siegel?					Übersicht zu Labels, Gütezeichen und Siegel:  www.label-online.de
Verwenden Sie in der Kaffeeküche und bei Veranstaltungen regionale und saisonale Produkte?					
Ist Ihr Unternehmen nach einem Umweltmanagementsystem zertifiziert?					Wann ist das sinnvoll?



HANDLUNGSFELDER ARBEIT UND CARE	JA	NEIN	HINDERNISSE	NÄCHSTE SCHRITTE	INFOS/ANMERKUNGEN
Gibt es für Ihre MitarbeiterInnen Angebote zur Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben? (z.B. Flexible Arbeitszeiten, Telearbeit, Jobsharing...)					 familie.dgb.de/handlungsfelder
Unterstützen Sie gezielt Teilzeit (auch) für Väter?					Wird dieses Thema im Unternehmen kommuniziert?
Bieten Sie Unterstützung bei der Kinderbetreuung oder der Pflege von Familienangehörigen an?					Flexible Arbeitszeiten, Individuelle Absprachen
Gibt es Möglichkeiten der selbstorganisierten Hilfestellung der MitarbeiterInnen? (schwarzes Brett, Plattform...)					
Beziehen Sie bei der Planung interner Termine (Besprechungen, Teamsitzungen) die Bedürfnisse von Teilzeitarbeitenden und Versorgungsarbeit Leistenden ein?					z.B. keine Besprechung am späten Nachmittag
Spielen Diversitätsaspekte bei Stellenbesetzungen eine Rolle?					Gemischte Teams (Geschlecht, kultureller und religiöser Hintergrund...) sind erfolgreicher
Tun Sie etwas für Ihre eigene Work-Life-Balance (individuelle Nachhaltigkeit)?					
Zahlen Sie Ihre MitarbeiterInnen tarifgerecht, erhalten Männer und Frauen bei gleicher Arbeit die gleiche Bezahlung?					
Ist Ihr Unternehmen nach einem Qualitätsmanagementsystem zertifiziert?					Wann ist das sinnvoll?

HANDLUNGSFELDER FAIRNESS/GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	JA	NEIN	HINDERNISSE	NÄCHSTE SCHRITTE	INFOS/ANMERKUNGEN
Achten Sie bei all Ihren unternehmerischen Aktivitäten darauf, dass diese keine negativen Auswirkungen in anderen Teilen der Welt haben (Fairness)?					keine Billigprodukte aus dem Süden, Standards bei Zulieferern
Engagiert sich Ihr Unternehmen in sozialen oder Umwelt-Initiativen in der Kommune?					
Wird Nachhaltigkeit im Unternehmen auch an die MitarbeiterInnen kommuniziert? (z.B. durch Aushänge, Gespräche oder Schulungen)					Weiterbildungen, Seminare, Workshops oder bei Teamsitzungen
Können Ihre MitarbeiterInnen ihre sozial-ökologischen Werte in das Unternehmen einbringen?					z.B. einreichen von Aktions- oder Verbesserungsvorschlägen
Kommunizieren Sie Ihr Nachhaltigkeitsengagement nach außen (Werbung, Internetseite...)?					„Tue Gutes und rede drüber“ ist oft gerade bei Frauen verpönt – aber extrem wichtig
Legen Sie diese Kriterien (Fairness, Umweltschutz, gerechte Bezahlung...) auch bei Ihren Zulieferern und externen Mitarbeitenden an?					