



DER ERFOLGREICHE, VERANTWORTUNGSBEWUSSTE WEG IN DIE ZUKUNFT

LEITFADEN FÜR KLEINE UND MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN

ökonomisch – ökologisch – sozial
mit Corporate Social Responsibility (CSR)

Inhalt

Vorwort <i>Mit Verantwortung zum Erfolg!</i>	3
Landesinitiative CSR in NRW	4
CSR-Definition	4
CSR-Kompetenzzentrum im Rhein-Kreis Neuss	5
CSR-Region	6
Weichenstellen für die Zukunft <i>„Die wesentlichen Treiber für CSR“</i>	7
Die drei Pfeiler von CSR: Ökologie, Soziales und Ökonomie	9
CSR: Eine Strategie – Ihre Vorteile	12
Das Angebot des CSR-Kompetenzzentrums	13
CSR-Profilcheck	14
CSR-Kommunikation	14
Fördermöglichkeiten für KMU	15



Vorwort



Hans-Jürgen Petrauschke und Robert Abts (v.l.).

Der Mittelstand ist der Motor für unsere erfolgreiche Wirtschaft und damit auch für unsere dynamisch sich entwickelnde Wirtschaftsregion. Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sind es, die Verantwortung tragen für rund 80 Prozent der Arbeits- und 60 Prozent der Ausbildungsplätze und damit für Einkommen und für den Wohlstand der hier lebenden und arbeitenden Menschen. Dieser starke Mittelstand trägt maßgeblich dazu bei, dass unser Standort in den Vergleichen führender Wirtschaftsinstitute immer wieder ganz weit oben rangiert.

Das regionale CSR-Kompetenzzentrum (Corporate Social Responsibility) des Rhein-Kreises Neuss will Unternehmen in der Wahrnehmung ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung stärken. Hinter „CSR“ verbirgt sich dabei ein breit gefächertes Baukastensystem für nachhaltiges und erfolgreiches Wirtschaften, das sich in den vier Handlungsfeldern Arbeitsplatz, Umwelt, Gemeinwesen und Markt wiederfindet.

Mit dieser Broschüre möchten wir Ihnen einen Überblick über die vielfältigen Chancen und Ansätze von CSR an die Hand geben.

Hans-Jürgen Petrauschke,
Landrat

Mit Verantwortung zum Erfolg!

Durch die Übernahme von Verantwortung lassen sich auch den Mittelstand betreffende aktuelle Herausforderungen erfolgreich bewältigen.

Ob es der akute oder der drohende Fachkräftemangel ist oder die Herausforderungen des ökologischen Wandels, die Veränderung unserer Märkte oder die Tatsache der Veränderungen von Prozessen, Menschen und Gesellschaften.

Auf diese Herausforderungen mit Verantwortung zu handeln kann sich zu einem Erfolgsmodell gestalten und Ihnen Unternehmens-Mehrwert - in Einklang mit Ihren unternehmerischen Zielen und auch einer positiven ökonomischen Bilanz - schaffen.

Mit unserem „Regionalen CSR-Kompetenzzentrum für verantwortungsvolle Unternehmensführung“ wollen wir Sie über CSR informieren und Sie über Best-Practice Beispiele und Lösungen von Unternehmen informieren und motivieren, gesellschaftliche Verantwortung auch bei sich im Unternehmen als gewinnbringendes Lösungsmodell einzusetzen.

Robert Abts,
Geschäftsführer
der Wirtschaftsförderungsgesellschaft



Landesinitiative CSR in NRW

Das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie (MWIDE) des Landes Nordrhein-Westfalen möchte verantwortlich wirtschaftende Unternehmen darin bestärken, Wege zu einer Kultur der Verantwortlichkeit aufzuzeigen und die Umsetzung von CSR unterstützen. Auch die Zusammenarbeit von Unternehmen und Hochschulen im Aufgabenfeld CSR wird durch die Landesinitiative gefördert. Hochschulen sollen dafür gewonnen werden, Grundlagenwissen über das Innovationspotenzial und den Business Case von CSR zur Verfügung zu stellen und die Studierenden entsprechend zu qualifizieren. Dafür wurden fünf CSR-Kompetenzzentren

in Nordrhein-Westfalen eingerichtet. Eines davon hat seinen Standort bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Rhein-Kreis Neuss mbH, Oberstr. 91, 41460 Neuss. Die Kompetenzzentren sind regionale Anlaufstellen, bei denen sich kleine und mittelständische Unternehmen zum Thema CSR im Mittelstand informieren können.

Die Politik möchte CSR im unternehmerischen Handeln verankern. Dazu hat die Bundesregierung 2010 die Nationale Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmern (Corporate Social Responsibility – CSR) verabschiedet. Dies ist ein erster Meilenstein in diese Richtung.

CSR-Definition

CSR steht „für verantwortliches unternehmerisches Handeln im eigentlichen Kerngeschäft“ und bezeichnet laut Definition der Bundesregierung „ein integriertes Unternehmenskonzept, das alle sozialen, ökologischen und ökonomischen Beiträge eines Unternehmens zur freiwilligen Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung beinhaltet, die über die Einhaltung

gesetzlicher Bestimmungen hinausgehen und die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern (= verschiedene Interessensgruppen) einbeziehen.“

Quelle:

Nationale Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility – CSR – Aktionsplan CSR der Bundesregierung)

CSR-Kompetenzzentrum im Rhein-Kreis Neuss

Leitziel

Seit 2016 steht die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Rhein-Kreis Neuss mbH mit ihren Partnern allen kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) mit einem CSR-Kompetenzzentrum zur Verfügung. Ziel des CSR-Kompetenzzentrums Rhein-Kreis Neuss ist es, KMU im Rahmen der Gestaltung und Entwicklung von verantwortungsvoller Unternehmensführung für die Vielschichtigkeit des Themas CSR zu sensibilisieren und aufzuklären. Des Weiteren werden gezielte Angebote mit Hilfestellungen und Informationen zu unternehmensindividuellen CSR-Konzepten geboten. Den KMU soll der Mehrwert von CSR für das eigene Unternehmen bewusst werden und eine Implementierung in der Unternehmensstrategie erfolgen, mit Blick auf ein ausgewogenes Verhältnis ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Komponenten. Mit Blick auf Werterhalt und Ethik, Image- und Gewinnsteigerung und nicht zuletzt mit Weitblick für langfristige Existenzfestigung und Fachkräftesicherung.

Unsere Ziele

- ▲ CSR dauerhaft als Nutzen für Unternehmen in der Firmenstrategie zu etablieren
- ▲ Vorhandene CSR-Elemente mit den Unternehmen identifizieren und weiterentwickeln
- ▲ Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) in den CSR-Handlungsfeldern zu unterstützen, die dadurch freiwillig gesellschaftliche Verantwortung übernehmen
- ▲ Unternehmen aus dem Rhein-Kreis Neuss und der Region bei der Entwicklung zu CSR-Best-Practice-Beispielen zu unterstützen
- ▲ Durch den CSR-Profilcheck einen individuellen CSR-Umsetzungsstand zu erkennen

www.csr-mehrwert-region.de/ueber-uns

KMU Definition der EU: Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. Euro, Bilanzsumme kleiner 43 Mio. Euro, weniger als 250 Mitarbeiter, Verbundunternehmen und Partnerunternehmen sind zu berücksichtigen.

Quelle:

„Die neue KMU-Definition, Benutzerhandbuch und Mustererklärung“ © Europäische Gemeinschaften, 2006, http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_de.htm

CSR-Region

Unsere Projektpartner

Auf eine breite Partnerschaft kann sich das CSR-Kompetenzzentrum Rhein-Kreis Neuss in der Region stützen. Als Netzwerkpartner sind die IHK Mittlerer Niederrhein, die IHK zu Düsseldorf und die Wirtschaftsförderung der Städte Düsseldorf und Krefeld sowie der Kreise Mettmann, Viersen und des Rhein-Erft Kreises eingebunden.



CSR-Kooperationspartner

Das CSR-Kompetenzzentrum hat noch weitere unterstützende wirtschaftsnahe institutionelle und regionale Partner:

- ▲ Wissenschaftlich wird das CSR-Kompetenzzentrum vom Lehrstuhl für Accounting der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, begleitet
- ▲ Als wirtschaftsnaher handelnder regionaler Verein wird das CSR-Kompetenzzentrum von der Region Köln/Bonn e.V. unterstützt
- ▲ Im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements arbeitet das CSR-Kompetenzzentrum mit der AOK Rheinland/Hamburg und dem BGF (Institut für Betriebliche Gesundheitsförderung) eng zusammen
- ▲ Für Fragen im Rahmen der Ressourceneffizienz und ökologischen Verantwortung findet eine Zusammenarbeit mit der Efa (Effizienz-Agentur NRW) statt
- ▲ Ein sozialgesellschaftlicher Partner ist zudem die Arbeitsgemeinschaft der Träger der freien Wohlfahrtspflege

EFFIZIENZ
AGENTUR
NRW
Efa+
Regionale

AOK
Die Gesundheitskassen

Heinrich Heine
**HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF**

Weichen stellen für die Zukunft

„Die wesentlichen Treiber für CSR“

Ob in Großunternehmen oder KMU – CSR als gesellschaftliche Verantwortung können zukunftsorientierte Unternehmen in einer von Globalisierung und Kommunikation geprägten Welt nicht ignorieren. Immer intensiver fordern Konsumentinnen/ Konsumenten, Politik und Großunternehmen von Unternehmen wirtschaftliches Handeln im Sinne von CSR, und nicht zuletzt braucht die Natur umweltverträgliche Lösungen.

Verbraucher/innen...

verlangen zunehmend umwelt- und sozialverträgliche Waren sowie Dienstleistungen und Informationen hierüber. Der Druck auf Herstellungsbetriebe von Lebensmitteln, Textilien, Möbel etc. steigt und erreicht immer mehr Branchen. Die Kundschaft hinterfragt immer häufiger den wahren Preis von Konsumgütern, sozusagen das zweite Preisschild. Ihnen wird bewusst, dass der wahre Preis oft sehr viel höher liegt, wenn die Produktion des Konsumgutes zum Beispiel bei Menschen gesundheitliche Schäden oder soziale Beeinträchtigungen verursacht und in der Natur Schäden an Boden, Wasser oder Luft etc. entstehen.

Gesellschaft...

fordert von Unternehmen heute mehr denn je die Übernahme von ökonomischer, ökologischer und sozialer Verantwortung, die über eine reine Erfüllung von gesetzlichen Pflichten hinausgeht. Denn Unternehmen prägen durch ihr Handeln

ganz erheblich das gesellschaftliche Miteinander: Auf lokaler Ebene genauso wie in der überregionalen Wahrnehmung. Unternehmen, die als verantwortliches Mitglied der Gesellschaft wahrgenommen werden, schaffen Akzeptanz für ihre geschäftlichen Aktivitäten – heute eine zentrale Rahmenbedingung für nachhaltigen Unternehmenserfolg in einem stabilen Umfeld.

Die Politik...

möchte die drei Pfeiler (Ökologie, Ökonomie, Soziales) von CSR im unternehmerischen Handeln verankern, gemäß dem CSR-Aktionsplan der Bundesregierung.

www.csr-in-deutschland.de

Zum 09.03.2017 hat die Bundesregierung die Umsetzung der CSR-Richtlinie in nationales Recht (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz) abgeschlossen. Damit wird ein Nachhaltigkeitsbericht erstmals Pflicht für große Unternehmen, deren Geschäftsjahr nach dem 31.12.2016 beginnt.

www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de

Die Wirtschaft...

löst durch ihre Umwelt- und Klimaschutzstrategien einen Domino-Effekt innerhalb der Lieferketten (Supply Chain) aus. Zulieferbetriebe müssen damit rechnen, nur noch beauftragt zu werden, wenn sie der Strategie des Konzerns entsprechen.

Der ökologischer Fußabdruck

Der Klimawandel und die Abnahme der Artenvielfalt sowie das Bewusstsein, dass nicht erneuerbare Rohstoffe der Erde in absehbarer Zeit verbraucht sein werden, lösen weltweit ein Umdenken aus. Die ökologischen Auswirkungen des Wirtschaftens werden zunehmend analysiert und messbar gemacht, zum Beispiel über den Ökologischen Fußabdruck oder auch durch Umweltbilanzen. Der ökologische Fußabdruck der meisten Länder der westlichen Welt ist deutlich höher als das, was die Erde an Kapazitäten für alle Menschen bereithält. Der Pro-Kopf-Ressourcenverbrauch in Deutschland liegt derzeit bei 4,6 globalen Hektar – die weltweit verfügbare Biokapazität pro Kopf jedoch nur bei 1,8 globalen Hektar. Wir in

Deutschland brauchen für unsere Art zu leben aktuell bereits das 2,5-fache der Ressourcen unserer Erde.

Deutschland steht bei diesem Ranking im internationalen Vergleich auf Rang 30. Damit liegen wir hinter Großbritannien, Frankreich und Österreich, aber deutlich über dem globalen Mittelwert. Deutschland gehört somit zu den 50 ökologischen Schuldnern auf der Welt.

Im „Living Planet Report“ schlägt der WWF (Worldwide Fund) Alarm: „Wenn die Menschheit den Planeten weiterhin so ausbeutet wie bisher, wird sie schon bis zum Jahr 2035 die Ressourcen von zwei Erden brauchen. Der Fußabdruck der Menschheit ist einfach zu groß für den Planeten.“



„Unter dem ökologischen Fußabdruck wird die Fläche auf der Erde verstanden, die notwendig ist, um den Lebensstil und Lebensstandard eines Menschen (unter den heutiger Produktionsbedingungen) dauerhaft zu ermöglichen. Das schließt Flächen ein, die zur Produktion von Kleidung und Nahrung oder zur Bereitstellung von Energie benötigt werden, aber z. B. auch zur Entsorgung oder zum Binden des durch menschliche Aktivitäten freigesetzten Kohlenstoffdioxids. Die Werte werden in Hektar pro Person und Jahr angegeben.“

Quelle: Wikipedia - Ökologischer Fußabdruck
https://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96kologischer_Fu%C3%9Fabdruck, Stand: 11.07.2017

Die drei Pfeiler von CSR: Ökologie, Soziales und Ökonomie

Schritt für Schritt in die Balance

Eine CSR-Strategie verfolgt gleichgewichtig ökonomische, soziale und ökologische Ziele im Kerngeschäft. Durch die strategische Verankerung von CSR im möglicherweise noch zu definierenden Unternehmensleitbild sollen nicht nur einzelne gute Taten vollbracht werden. Vielmehr geht es darum, dass das Unternehmen lernt, planvoll und methodisch gleichermaßen ökonomischen Mehrwert sowie ökologischen und sozialen Nutzen zu schaffen. Aus den strategischen Zielen werden operative Ziele und Maßnahmen für die drei Pfeiler entwickelt: Den jeweiligen Bereichen werden verantwortliche Beschäftigte zugeordnet. Die Umsetzung erfolgt Schritt für Schritt, passend zum Budget und zur Manpower Ihres Unternehmens.

Dimension Ökologie

Interessensgruppe: Umwelt/Natur

Ziel ist es, negative Umweltauswirkungen bei Prozessen, Produkten und Dienstleistungen deutlich zu verringern und Umweltverträglichkeit in den Fokus zu rücken.

Mit Umweltmanagementsystemen wie z. B. EMAS (Eco Management and Audit Scheme) oder ISO 14001 werden die Umweltauswirkungen, die durch Unternehmen entstehen, methodisch erfasst und die wesentlichen umweltrelevanten Informationen im Bereich Boden, Luft, Wasser, Energie, Abfall und Sicherheit dokumentiert.

Durch Ökobilanzen (Life Cycle Assessment – LCA) ist eine systematische Analyse der Umweltauswirkungen von Produkten,

Verfahren oder Dienstleistungen für die gesamte Lebensdauer und Laufzeit möglich.

Alle Umweltauswirkungen, die während der Produktion, der Nutzungsphase und der Erzeugung sowie bei vorgelagerten Prozessen (zum Beispiel Herstellung der Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe) entstehen, werden quantifiziert.

Systematischer Umweltschutz ist die Basis für eine kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistungen.

Messbarer Mehrwert von CSR in der Dimension Ökologie:

- ▲ Effizienterer Einsatz von Material, Wasser, Papier, Strom, Gas, Öl etc. für Heizung, Kühlung, Beleuchtung, Mobilität etc.
- ▲ Emissionsreduktion/-vermeidung
- ▲ Abfallreduktion/-vermeidung

Ihr Vorteil:

„Mit durchschnittlich 44% stellen die Materialkosten bereits heute im produzierenden Gewerbe den mit Abstand größten Kostenblock dar. Etwa 20 Prozent der



verbrauchten Rohstoffe könnten durch eine effizientere Wirtschafts- und Produktionsweise eingespart werden. Genau hier setzt das Konzept des ressourceneffizienten Wirtschaftens an. Dabei geht es um eine umweltgerechte Produktgestaltung, die Verbesserung der Produktion, die Einsparung von Materialien und Energie und damit um **Kostensenkung**.“
www.ressourceneffizienz.de/ressourceneffizienz.html

Dimension Soziales

Interessensgruppen: Beschäftigte, Kundinnen/Kunden, Lieferantinnen/Lieferanten lokales Umfeld, Öffentlichkeit etc.

Ziel ist es, durch das Wirtschaften positive soziale Wirkungen für die Menschen zu erzeugen, die direkt mit dem Unternehmen zusammenarbeiten und indirekt vom unternehmerischen Handeln beeinflusst werden. Die Beziehung eines Unternehmens zum Beispiel zu seinen Beschäftigten wird von folgenden Faktoren wesentlich geprägt:

- ▲ Motivation und Zufriedenheit der Beschäftigten
- ▲ Einbindung der Beschäftigten

- ▲ Wertschätzende Führungskultur
- ▲ Gesundheitsförderung
- ▲ Beschäftigungssicherung
- ▲ Entwicklungsmöglichkeiten der Beschäftigten
- ▲ Vereinbarkeit von Beruf und Familie/ Work-Life-Balance/div. Arbeitszeitmodelle
- ▲ Förderung der Vielfalt und der Chancengleichheit/Diversity
- ▲ Vergütungssystem
- ▲ Transparenz der Geschäftsprozesse

Diese sogenannten weichen Erfolgsfaktoren tragen erheblich dazu bei, wie stark sich Mitarbeiter/innen mit dem Unternehmen verbunden fühlen. Emotional an ihr Unternehmen gebundene Arbeitskräfte haben weniger Ausfallzeiten, wechseln seltener den Arbeitgeber und empfehlen das eigene Unternehmen gerne weiter. Aber auch Maßnahmen, die die Beziehungen des Unternehmens zur Kundschaft und zu den Lieferbetrieben verbessern, kommen allen Beteiligten – auch dem Unternehmen – zugute.

Messbarer Mehrwert von CSR in der sozialen Dimension:

- ▲ Reduktion von Fehlzeiten der Beschäftigten durch Krankheit
- ▲ Geringere Personalfuktuation
- ▲ Sinkende Reklamationsraten
- ▲ Mehr Innovationen und Motivation
- ▲ Wachsende Kundenzufriedenheit
- ▲ Stabile Lieferbeziehungen

www.unternehmens-wert-mensch.de

Der Zusammenhang zwischen CSR und messbarem Mehrwert in der sozialen Dimension wird in verschiedenen Studien nachgewiesen; u. a. im jährlichen „Engagement Index Deutschland“ der Gallup GmbH.

www.gallup.de

Gesellschaftliches Engagement

Zur sozialen Dimension gehört auch gemeinwohlorientiertes Engagement. Das Unternehmen tritt als „guter Bürger“ (corporate citizen) auf und engagiert sich idealerweise dauerhaft für gemeinnützige Projekte mit ökologischen, sozialen oder kulturellen Belangen, insbesondere im lokalen Umfeld.

Beispiele:

- ▲ Gemeinnütziges Engagement der Beschäftigten
- ▲ Spenden des Unternehmens
- ▲ Sponsoring von gemeinnützigen Organisationen

Ihr Vorteil:

Ihr Unternehmen wird Kosten reduzieren und durch ihr gesellschaftliches Engagement steigt ihre Arbeitgeattraktivität

Dimension Ökonomie

Ein Unternehmen, das nach dem CSR-Prin-

zip wirtschaftet, muss selbstverständlich auch nach Profit streben. Die betriebswirtschaftlichen Erfolgsfaktoren sind von großer Bedeutung für das betriebswirtschaftliche Ergebnis.

Dazu zählen zum Beispiel:

- ▲ Geschäftsidee
- ▲ Managementqualität
- ▲ Zielgruppenauswahl
- ▲ Markt und Markttrends
- ▲ Standortwahl
- ▲ Wettbewerbsanalyse
- ▲ Marketingstrategie
- ▲ Organisation
- ▲ Unternehmensplanung
- ▲ Rechnungswesen
- ▲ Controlling/Steuerung

Messbarer Mehrwert in der Dimension Ökonomie:

Beim konventionellen Wirtschaften dominieren die ökonomischen Ziele. Umsatz, Gewinn und Eigenkapitalrendite sind die wesentlichen Messgrößen. Soziale und ökologische Verantwortung spielen eine untergeordnete Rolle. Mehrwert wird dann nur in der ökonomischen Dimension geschaffen.

Ihr Vorteil:

Wirtschaftet ein Unternehmen aber nach dem CSR-Prinzip, wird ein Mehrwert in allen drei Dimensionen geschaffen:

Mehrwert Ökonomische Dimension
+ Mehrwert Ökologische Dimension
+ Mehrwert Soziale Dimension

= CSR-Gesamterfolg



CSR: Eine Strategie – Ihre Vorteile

Beim Ziel kurzfristige Gewinnmaximierung spielen Menschen und Umwelt nur eine untergeordnete Rolle. Das ist anders, wenn Ihr Unternehmen CSR systematisch und konsequent betreibt und damit auf langfristigen Erfolg setzt. Denn CSR bedeutet, dass umwelt- und sozialverträgliches Wirtschaften im Kerngeschäft im Einklang mit unternehmerischem Gewinnstreben steht. Das heißt: Soziale, ökologische und ökonomische Aspekte sind gleichrangig und ergänzen sich idealerweise gegenseitig im Sinne gesellschaftlicher Verantwortung. Selbstverständlich kann dies nur Schritt für Schritt erreicht werden. Wichtig ist dabei die eigene Motivation zu fördern, um CSR-Aktivitäten in Ihr Unternehmen zu integrieren. Die Vorteile liegen auf der Hand, denn Ihr Unternehmen

wird sich dadurch mittel- und langfristig auszeichnen durch:

- ▲ Stärkere Attraktivität für gesuchte Fachkräfte
 - ▲ Motivierte Beschäftigte
 - ▲ Optimale Qualität von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen
 - ▲ Zufriedene Kundschaft
 - ▲ Stabile Lieferantenbeziehungen
 - ▲ Hohes gesellschaftliches Ansehen
 - ▲ Positive Umweltauswirkungen
 - ▲ Wachstum und Gewinn in Verbindung mit ökologischen Zielen
 - ▲ Regionale Wahrnehmung und Wertschätzung
- Nicht zuletzt wird sich Ihr Unternehmen aufgrund einer Summe an Vorzügen den Fortbestand langfristig sichern.

Das Angebot des CSR-Kompetenzzentrum

Durch eine Vielzahl unterschiedlicher Veranstaltungsformate, z. B. Regional- und Multiplikatoren-Veranstaltungen, Workshops sowie Netzwerktreffen, werden den Unternehmen Information und praxisgerechte Kenntnisse zu CSR vermittelt.

◆ Regional- und Multiplikatoren-Veranstaltungen...

richten sich an eine große Anzahl von Unternehmen, um für das Thema CSR zu sensibilisieren/aufzuklären mit jeweils einem Schwerpunktthema.

◆ Modulare Workshops...

bieten in Kleingruppen Unternehmen gezielt die Möglichkeit, sich individuellen CSR-Strategien zu widmen, diese aufzubauen und umzusetzen.

◆ Netzwerkveranstaltungen...

finden in einem organisierten Rahmen

bei CSR-Unternehmen statt, die durch ihre Praxisbeispiele Einblicke in die Unternehmensphilosophie geben. Unterstützt werden diese Veranstaltungen durch Expertenvorträge und dienen dem persönlichen Austausch und der Vernetzung.

◆ CSR-Index (online)

- Der CSR-Profilcheck gibt einen ersten Einblick zum individuellen CSR-Umsetzungsstand mit Optimierungspotential der KMUs.
- Der Index des CSR-Barometer teilt den Grad der CSR-Kenntnisse und der Umsetzungsrealisierung der KMUs in der Region mit.

Mehr zu den Veranstaltungshinweisen auf der CSR-Homepage unter Aktuelle Termine:

www.csr-mehrwert-region.de



Robert Kreschke - fotolia.com

CSR-Profilcheck



Ist Ihr Unternehmen fit für die Zukunft?

Unternehmen, die sich engagieren, schaffen nicht nur einen Mehrwert für sich und die Region in der Sie tätig sind, sondern machen sich ebenfalls robust gegen existenzbedrohliche Risiken und sichern so den langfristigen Fortbestand.

Durch den CSR-Profilcheck erfahren Sie:

- ◆ inwieweit Sie das Thema CSR derzeit schon umsetzen,
- ◆ wo Ihre Stärken liegen und
- ◆ wo sich Optimierungspotenziale für Sie verstecken.

Nehmen Sie **jetzt** am CSR-Profilcheck teil und entdecken Sie Ihre Stärken!

Der CSR-Profilcheck ist ein Angebot des CSR-Kompetenzzentrums Rhein-Kreis Neuss und wird wissenschaftlich vom Lehrstuhl für Accounting der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf begleitet.

<http://www.csr-mehrwert-region.de/csr-profilcheck>



CSR-Kommunikation

Getreu dem Motto „ tue Gutes und Rede drüber“ sollten die ökonomischen, sozialen und ökologischen Aktivitäten eines Unternehmens intern und auch extern kommuniziert werden, zum Beispiel auf der firmeneigenen Internetseite, über Newsletter, Broschüren und gezielte Pressearbeit.

Transparenz und Glaubwürdigkeit können den Mehrwert eines Unternehmens durch die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts steigern. Einen weltweit akzeptierten Standard hat die Global Re-

porting Initiative (GRI) entwickelt. Die GRI Leitlinien (GRI Sustainability Reporting Guidelines) wurden seit 1999 kontinuierlich erweitert. Der Leitfaden bietet eine methodische und weltweit einheitliche Vorgehensweise zur Dokumentation aller CSR-Aktivitäten eines Unternehmens.

Ihr Vorteil:

Ihr Unternehmen wird an öffentlichem Ansehen gewinnen und potenzielle Kunden sowie Fachkräfte gleichermaßen auf sich aufmerksam machen.



Fördermöglichkeiten für KMU

**Effizienz-Agentur NRW:
Beratung zur Ressourceneffizienz**
efa@efanrw.de

- ◆ Kostenfreie Ressourceneffizienzberatung für produzierende Unternehmen aus Industrie und Handwerk in NRW
- ◆ Kostenfreie Finanzierungsberatung für produzierende Unternehmen aus Industrie und Handwerk in NRW
- ◆ Workshops zu aktuellen Themen mit Bezug zum Thema Ressourceneffizienz, wie z.B. Treibhausgasbilanzierung, Ressourceneffizienz in Wertschöpfungsnetzen

Förderprogramme für Beratungsdienstleistungen zu CSR-Themen

◆ **Ressourceneffizienz-Programm NRW**
Förderung von Beratungsleistungen im Feld der Ressourceneffizienz des MKULNV NRW
<http://www.lanuv.nrw.de/landesamt/foerderprogramme/ressourceneffizienz-programm/>

◆ **BAFA Energieberatung Mittelstand**
Förderung von Beratungsleistungen im Feld der Energieeffizienz des BMWI/BAFA
<http://www.bafa.de/DE/Energie/Energie->

beratung/Energieberatung_Mittelstand/energieberatung_mittelstand_node.html

◆ **BAFA Förderung des unternehmerischen Know-hows**
Spezielle Beratung zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit
http://www.bafa.de/DE/Wirtschafts_Mittelstandsfoerderung/Beratung_Finanzierung/Unternehmensberatung/unternehmensberatung_node.html

◆ **Förderprogramm „unternehmensWert:Mensch“**
Beratung zu CSR-Themen im Handlungsfeld „Arbeitsplatz/Mitarbeiter“ (Personalführung, Wissen und Kompetenz, Gesundheit, Chancengleichheit und Diversity)
<http://www.unternehmens-wert-mensch.de/das-programm/wer-wird-gefoerdert.html>

◆ **Förderprogramm „Potentialberatung NRW“**
Beratung zu CSR-Themen im Handlungsfeld „Arbeitsplatz/Mitarbeiter“ (Arbeitsorganisation, Kompetenzentwicklung, Demografischer Wandel, Digitalisierung/Gestaltung von Arbeit und Technik, Gesundheit)
<http://www.gib.nrw.de/service/foerderprogramme/potenzialberatung>

Besuchen Sie unsere Homepage und kostenfreie Veranstaltungen unter:

www.csr-mehrwert-region.de

Wir freuen uns auf Sie!



Das CSR-Kompetenzzentrum
Projektleitung
Sylvia Becker

Wirtschaftsförderungsgesellschaft
Rhein-Kreis Neuss mbH
Oberstraße 91
41460 Neuss

Tel: +49 2131 928 7505
Fax: +49 2131 928 87505
E-Mail: Sylvia.Becker@rhein-kreis-neuss.de

REGIONALPARTNER



FÖRDERHINWEIS

Das Projekt wird unterstützt vom Land Nordrhein-Westfalen unter Einsatz von Mitteln aus dem Europäischen Fond für regionale Entwicklung (EFRE) 2014-2020 „Investition in Wachstum und Beschäftigung“.



Impressum

Text:
Thomas Corrinth und Sylvia Becker
Gestaltung und Layout:
sevenobjects - Andrea Brause

Titelbild:
Ronnachai Limpakdeesavasd - 123rf.com
Stand der Informationen:
Juli 2017