

CSR in Austrian SMEs

- I. First Steps
- II. Experiences
- III. CSR guide for SMEs
- IV. Austrian best practices
- V. Marketplace



I. First Steps

1. Phase

Establishing the CSR – Package for SMEs

- ✿ Guidelines for SMEs in different branches
- ✿ Self-tests for Companies
- ✿ Best Practice database
- ✿ CSR Guide – 7 steps to an individual CSR strategy

Unternehmen mit Verantwortung

**CSR-Leitfaden
Lebensmittel**

respACT
austria

**Bereich
Bauwirtschaft**

26) Die Initiative „Baufair“ ist Ihnen bekannt. Sie identifizieren sich mit dem Ethos und können jede Form Bsp. für Erreichbarkeit an.

27) Die Arbeitskraft hat Mitarbeiter in einem Unternehmen und Sie achten auf einzelbetriebliche Arbeitsverhältnisse (Gesundheit, die vorgeschriebenen Maßnahmen sowie Maßnahmen zur Erhaltung von Gesundheit am Arbeitsplatz)?

28) Sie beauftragen sich an gesellschaftlichen Initiativen vor Ort, indem Sie Geld, Sach- oder Leistungsgegenstände beisteuern?

29) Für den Umgang mit Anpreisungsfragen an verschiedenen Stellen haben Sie ein System eingeführt, das ein ethisches Vorgehen und offen mit den Kollegen vorgeht?

30) Bei Beschaffen und Reparaturarbeiten verwenden Sie solche, die den gesetzlichen Vorschriften entsprechen (CE-Zeichen, Gütesiegel, etc.) und legen Wert darauf, Aussagen auf Nachhaltigkeit und Gesundheitsfähigkeit?

Das Projekt „Umweltfreundliche Unternehmen in Wien und Niederösterreich“ (CSR und Umwelt) wird von Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit und der Wirtschaftsuniversität Wien durchgeführt.

Mehrere Ressourcen: www.respact.at, www.austria.at, www.oe2.at, www.oe3.at, www.oe4.at, www.oe5.at, www.oe6.at, www.oe7.at, www.oe8.at, www.oe9.at, www.oe10.at, www.oe11.at, www.oe12.at, www.oe13.at, www.oe14.at, www.oe15.at, www.oe16.at, www.oe17.at, www.oe18.at, www.oe19.at, www.oe20.at, www.oe21.at, www.oe22.at, www.oe23.at, www.oe24.at, www.oe25.at, www.oe26.at, www.oe27.at, www.oe28.at, www.oe29.at, www.oe30.at, www.oe31.at, www.oe32.at, www.oe33.at, www.oe34.at, www.oe35.at, www.oe36.at, www.oe37.at, www.oe38.at, www.oe39.at, www.oe40.at, www.oe41.at, www.oe42.at, www.oe43.at, www.oe44.at, www.oe45.at, www.oe46.at, www.oe47.at, www.oe48.at, www.oe49.at, www.oe50.at, www.oe51.at, www.oe52.at, www.oe53.at, www.oe54.at, www.oe55.at, www.oe56.at, www.oe57.at, www.oe58.at, www.oe59.at, www.oe60.at, www.oe61.at, www.oe62.at, www.oe63.at, www.oe64.at, www.oe65.at, www.oe66.at, www.oe67.at, www.oe68.at, www.oe69.at, www.oe70.at, www.oe71.at, www.oe72.at, www.oe73.at, www.oe74.at, www.oe75.at, www.oe76.at, www.oe77.at, www.oe78.at, www.oe79.at, www.oe80.at, www.oe81.at, www.oe82.at, www.oe83.at, www.oe84.at, www.oe85.at, www.oe86.at, www.oe87.at, www.oe88.at, www.oe89.at, www.oe90.at, www.oe91.at, www.oe92.at, www.oe93.at, www.oe94.at, www.oe95.at, www.oe96.at, www.oe97.at, www.oe98.at, www.oe99.at, www.oe100.at

Auswertung

Die verantwortungsvollen Unternehmen? Erreichte Punktzahl von 0 – 100

Ein Engagement ist vollständig und bei den verantwortlichen Unternehmen. Sie haben den Wert und den Nutzen der gesellschaftlichen Verantwortung für die Investitionen und für die Erreichung von Zielen. Ihr Unternehmen ist auf einen langfristigen Erfolg ausgerichtet und die Herausforderungen des Unternehmens (z.B. Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden) werden proaktiv gelöst. Durch die Fragebogen und die Leistungen werden Sie selbst und auch andere Unternehmen noch mehr werden, das Sie bereits tun. Geben Sie 10 Punkte an, die dem nächsten nächsten Unternehmen geben können.

Wir gratulieren – mehr zu Ihrem Unternehmenswert. Finden Sie unter www.respact.at

Die geringen Unternehmen? Erreichte Punktzahl von 0 – 10

Sie haben bereits erkannt, dass Sie durch die gesellschaftliche Verantwortung zusätzliche Vorteile für sich selbst gewinnen können. Verantwortung für die Gesellschaft ist für Sie nicht fremd, Sie versuchen dies auch in die richtigen Entscheidungen für den Unternehmenserfolg zu integrieren. Allerdings erfolgt dies nicht durchgehend in allen Bereichen gleich intensiv. Durch den Fragebogen und den Leitfaden werden Sie ermutigt und ermutigt, wie Sie sich zusätzlich mit dem Instrument gesellschaftlicher Verantwortung zum Nutzen Ihres Unternehmens gestalten können.

Wir gratulieren – mehr zu Ihrem Unternehmenswert. Finden Sie unter www.respact.at

Die guten Neugierigen? Erreichte Punktzahl von 30 – 60

Sie tun schon viel für die Umgebung. Sie versuchen von jeder Handlung einen Mehrwert zu machen und setzen Ihre Vision für die Entwicklung der Gemeinde oder der Region, in die Sie tätig sind, in 10 Jahre oder mehr in die Zukunft. Sie sind bereit, sich mit anderen Unternehmen zu vernetzen und sich gegenseitig zu unterstützen. Sie sind bereit, sich mit anderen Unternehmen zu vernetzen und sich gegenseitig zu unterstützen. Sie sind bereit, sich mit anderen Unternehmen zu vernetzen und sich gegenseitig zu unterstützen.

Wir gratulieren – mehr zu Ihrem Unternehmenswert. Finden Sie unter www.respact.at

Wir danken Ihnen für die Durchführung des Fragebogens! Weitere Informationen erhalten Sie auf unserer Homepage www.respact.at oder per Mail an office@respact.at

Unternehmen mit Verantwortung

**CSR-Selbsttest
Bauwirtschaft**

CSR – Corporate Social Responsibility, die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, ist eine Strategie, mit der Sie in die Zukunft Ihres Unternehmens investieren! Dieser Fragebogen hilft Ihnen, sich dem Thema CSR auf ein verständliches Niveau zu stellen. Die erzielten Ergebnisse, wie Sie mit dem, was Sie schon machen, mehr für Ihr Unternehmen herausfinden können, werden Ihnen, was Sie in Ihrem Betrieb noch tun können. Finden Sie heraus, welcher CSR-Unternehmenswert Sie sind!

respACT
austria

respACT
austrian business council
for sustainable development

Partner von:

- CSR Austria
- Wirtschaftsuniversität Wien
- Global Compact Network Austria

Suche

Unternehmen mit Verantwortung

Holzwerkstatt Sarleinsbach GmbH
(Tradition + Innovation) x Nachhaltigkeit

Entwicklung UND Umsetzung eines gesamtheitlich traditionellen Tischlereibetriebes im Mühlviertel.

Holzwerkstatt Sarleinsbach: In der Tradition, Bewährtes sehen wir auch unser Engagement für unsere Umwelt stellen für die Holzwerkstatt daher grundsätzliche 1 Unternehmens ihre Wurzeln haben.

Für mich und mein Team ist eine ökonomische Balance gleichzeitig berücksichtigt, nichts anderes als mit Aus diesem Grund haben wir einen ökologischen unseren Beitrag zur Erhaltung unserer Umwelt um des Klimawandels beizutragen. Wir ergreifen Maß zu schützen.

Luft – Wasser – Erde
Die Zielsetzungen des Programmes sind:

- Signifikante Reduktion aller klimarelevanten Emissionen
- Vermeidung ökotoxikologischer Stoffe
- Reduktion des Energieaufwandes, Steigerung der Energieeffizienz
- Verleihung des österreichischen Umweltzeichens

Der ökologische Stufenplan setzt auf folgenden ET

Energie
Wärmegewinnung durch Verbrennung von Holzwerkstoff. Umstellung auf einen neuen Stromlieferanten der Quellen liefert. In Bezug auf Strom hat die Holzwerkstatt Atomenergie durch CO2 neutrale Produktion ersetzt

CSR-Ratgeber
In 7 Schritten zu einer CSR-Strategie

respACT
austria

I. First Steps

2. Phase

Pilot-project: **Success with responsibility!** in Upper Austria

In Upper Austria 20 SMEs received consultancies to work on their individual CSR and sustainability strategy. Goals:

- * **Evaluation** of the CSR-Package
- * Creation of a **regional CSR network**
- * Presentation of **Best Practices**

3. Phase

Success with responsibility! starting in different Austrian regions (Styria, Salzburg, Lower Austria)

Goal: Establishment of local CSR networks and events



II. Experiences

1. Situation
2. Challenges
3. Positive Outcomes
4. What do SMEs need?



II. Experiences

1. Situation

- * 99,7% SMEs in Austria
- * 2006 CSR unknown

2. Challenges

- * Establishing contact
- * „CSR“ language – management concept
- * Time resources

3. Positive Outcomes

- * lots of good is being done intuitively
- * Companies are grateful for external input

4. What do the SMEs need

- * STRATEGY
- * Communication
- * Formalisation of measures

III. CSR - Guide

7 steps to an individual CSR-strategy.



7 steps to an individual CSR strategy

- 1 Review and prospects
- 2 Documentation
- 3 Stakeholder
- 4 Risks
- 5 Actions
- 6 Communication
- 7 CSR roadmap



CSR - strategy



1

Review and prospects

What is your core business and what are your plans and expectations for the future?

Analyse your core business in regard to the following 5 areas of CSR (actual and target state):

Management	Actual: How do you differ from your competitors? Target: How can you make your product unique?
Employees	Actual: Which skills do your employees have? Target: Which skills do they need to fulfill future tasks?
Customers	...
Suppliers	...
Environment	...

2

Documentation

Where is your position within the market and how can you improve it?

Area	Competitors average	In your company	Satisfying yes / no
e.g. sickness leave	12.6 days in Austria	5 days per employee	yes
...

3

Stakeholder

Who are your stakeholders, how important are they to your business and how would you define your relationship with them?

Stakeholder	Interest in your company	Importance	Quality of contact
Employees			
Customers / guests			
Suppliers			
Owners			
Neighbours	e.g. environment, traffic	important	bad
Competitors			
Authorities			
NGOs			
...			

4

Risks

Where may risks occur and what can be done to avoid them?

	Critical area	Possible counteractive measures
Management	e.g. your decisions are not transparent	e.g. nomination of contact persons, employee meetings
Employees	Mobbing	Transparent and active dedication to fairness
Customers	Customer complaints are not handled properly	Implementation of a customer complaints system, clear guidelines for the handling
Suppliers	High traffic volume because of the suppliers	Optimal routing
Environment	High packing volume	Pay attention to the reduction of packing material already while ordering

5

Actions

Which CSR activities are already implemented and what are your ideas for the future?

	Field of action	Which measures can be set?	Which facts/figures/ estimates exist?	Which operating figures do you want to reach?
Management				
Employees	Motivation	Employee meetings	2 times a year costs € 5.000,-	
Customers	Special groups	Parking sites for handicapped people	€ 250,- for a traffic sign	
Suppliers				
Environment	Energy consumption	Energy saving lamps, Switch off PCs	Energy consumption level	Cut energy consumption by 20%

6

Communication

How do you communicate your commitment?

Stakeholder	Which kind of information?	Communicative device
Employees	e.g. intern processes, possibilities for discussion and dialogue	e.g. appraisal interview
Customers / guests		
Suppliers		
Owners		
Neighbours		
Competitors		
Authorities		
NGOs		
Public	Company image	Participation in contests, press releases, info-events
...		



CSR Roadmap

How do you realise CSR in your company?

Linking **all information** in one single working sheet to find out

- * where urgent need for action exists
- * which measures could be set
- * how to communicate these measures intern and extern

Arrangement of a **timetable** for implementation and communication

Evaluation

Continuous **adaptation** of the CSR strategy

7 steps to an individual CSR strategy

- 1 Review and prospects
- 2 Documentation
- 3 Stakeholder
- 4 Risks
- 5 Actions
- 6 Communication
- 7 CSR roadmap



IV. Austrian best practices

1. People
2. Planet
3. Profit



1. People: ROBIER

(construction company, 70 employees)

Cares about its apprentices:

- * training of ergonomically correct workflows
- * correction of wrong movements
- * compensation practices
- * alimentation

Goal → Early prevention of physical Damage, Employee Motivation

Results

- * average sickness leave per year in Austria (2006) 5,2%
- * Robier construction workers (2006) 1,75%



2. Planet: HERBSTHOFER

(painter, 50 employees)

Ecologically the best!

50% CO2 reduction in 2 years!

- * Biomass energy (local heating plants)
- * Vegetable oil for company fleet
- * Accepting orders 70 km from head office
- * Use of electric mopeds and bicycles
- * Green energy use
- * Photovoltaic plant

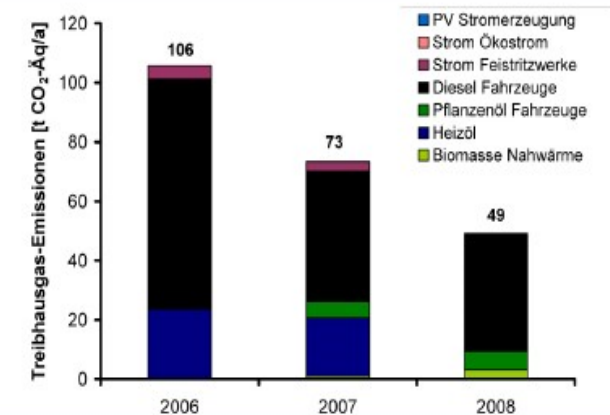
80% dissolvent reduction of!

- * All indoor products are dissolvent-free
- * Environmentally and hygienically harmless
- * As well as high quality (Sto, Sikkens, Synthesa)

Awareness raising for ecological matters

- * Employees and customers and region

→ Goal: CO2 neutral painting company



3. Profit: NORIS

(fire extinguisher, 60 employees)

High quality for customers and employees:

- * High quality Production in Germany
- * Longer lifecycles (long lasting products)
- * Redemption of used products, recycling, disposal
- * Awareness raising in schools and public events
- * Takeover and integration of insolvent company and employees
- * On-the-job trainings for employees
- * Incentives for older employees (part time employment)

Results

- * 25.000 fire extinguisher per year
- * Turnover €4 million

**Goal → qualitatively best company in the sector
with highly motivated employees!**



Marketplace „Good Business“

- ❁ **Innovative event technique** (Bertelsmann Stiftung and KPMG)
- ❁ **„Speed Dating“** between companies and NGOs
- ❁ 1,5 hours **bargaining** for cooperations
- ❁ it is all about bartering (**supply and demand**) - to ask for money is a no-no
- ❁ Perfect way for SMEs to get in **contact with society**



Thanks for your attention!

