

Unternehmen mit Verantwortung



CSR-Leitfaden Spielwaren- und Sportartikelhandel



Warum diese Information?

Spiel und Sport sind eng miteinander verknüpft. Was als Kind auf spielende Weise beginnt, wird später oft in einem Verein fortgeführt. Beide fördern das soziale Miteinander sowie die körperliche und geistige Fitness bis ins hohe Alter. Sie verbinden Menschen über unterschiedliche Gesellschaftsschichten und Kulturen hinweg. Der Spielwaren- und Sportartikelhandel leistet somit einen wichtigen Beitrag zur Gesellschaft.

Insbesondere die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen erfordert viel Vertrauen, denn die Sicherheit und Gesundheit der Jugend sind ein außerordentlich wertvolles Gut. Dadurch entsteht ein relativ hoher fachlicher Beratungsaufwand, der diese Branche sehr personalintensiv macht. Große Verantwortung liegt auch in der Sicherstellung fairer und ökologischer Arbeits- und Produktionsbedingungen entlang der Zuliefererkette. In dieser Dynamik tragen Sie als Unternehmen Mitverantwortung für die Auswirkungen Ihrer Tätigkeiten auf Ihr gesellschaftliches Umfeld und Ihre Umwelt. Mit diesem Leitfaden wollen wir aufzeigen, welche Chancen und Möglichkeiten verantwortungsvolles Wirtschaften hat, und wie für Ihren Betrieb, Ihre Geschäftspartner und Kunden/Konsumenten ein Mehrwert geschaffen werden kann.

Dieser Leitfaden soll Ihnen Anregung und Anleitung bieten, diese gesellschaftliche Verantwortung gezielt wahrzunehmen und nachhaltig erfolgreich einzusetzen.

1. Was ist „Verantwortliche Unternehmensführung – CSR“?

Verantwortliches Handeln führt zu Ihrem langfristigen Unternehmenserfolg! Unterstützung dabei bietet das Konzept „Verantwortliche Unternehmensführung“ (englisch „Corporate Social Responsibility“ – CSR). CSR ist die freiwillige Einbindung von sozialen und umweltbezogenen Belangen in Ihre Unternehmenstätigkeit, wodurch ein zusätzlicher wirtschaftlicher Erfolg erzielt werden kann. CSR bedeutet demnach mehr, als nur Gesetze einzuhalten. Es dient der Entwicklung von guten, tragfähigen Beziehungen zu allen Interessengruppen, die von Ihrem unternehmerischen Handeln betroffen sind (wie z. B. Mitarbeiter, Lieferanten,...). Besonders als Unternehmen des Spielwaren- und Sportartikelhandels bieten sich Ihnen eine Vielzahl an Möglichkeiten, mit CSR-Konzepten unternehmerisch in eine nachhaltige Zukunft zu gehen.

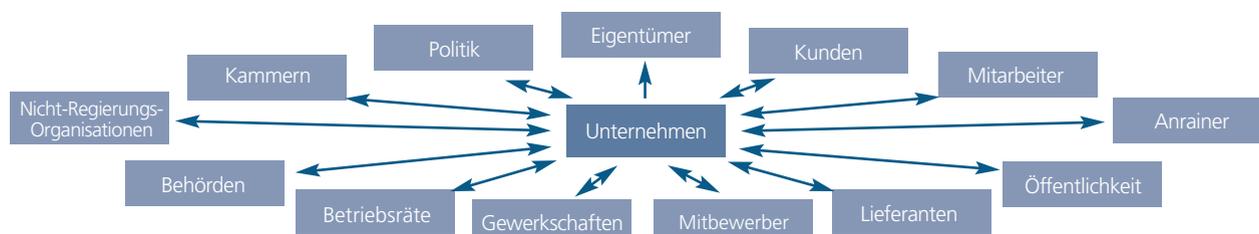
2. Warum soll ich mich mit dem Konzept „CSR“ beschäftigen?

Gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln in Ihrem Unternehmen bringt nachhaltigen Betriebserfolg! Sich als Unternehmer oder Unternehmerin gegenüber der Gesellschaft verantwortlich zu verhalten, bringt Ihnen Sicherheit – wie zahlreiche Studien und Beispiele erfolgreicher Unternehmen beweisen. Gute und tragfähige Beziehungen zu allen Interessengruppen Ihres Unternehmens sind der beste Garant für wirtschaftlichen Erfolg. Schon die Auseinandersetzung mit dieser Frage bringt Vorteile: Mit wem habe ich schon gute, tragfähige Beziehungen? Mit wem noch gar keinen Kontakt? Mit wem sollte ich unbedingt ins Gespräch kommen? Gibt es mögliche „Gefahren“ und Kritik gegenüber meinem Unternehmen? Der proaktive und kooperative Umgang mit allen beteiligten Akteuren hilft ganz besonders, potentielle Gefährdungen im Vorfeld zu erkennen und rechtzeitig zu entschärfen. Im Spielwaren- und Sportartikelhandel verkaufen Sie nicht nur das reine Produkt, sondern auch ein Lebensgefühl. Gerade über die Marken der Sportartikelbranche und ein damit verbundenes Image definieren sich Menschen gerne. Hier liegt eine besondere Verantwortung, soziale und umweltverträgliche Werte zu transportieren. Wenden Sie die Prinzipien von CSR in Ihrem Unternehmen an, werden Sie zum Träger eines sehr dynamischen Innovationsprozesses, der alle Unternehmensbereiche erreicht.

Die ernsthafte Umsetzung von verantwortlichem Handeln und die Kommunikation dieser Aktivitäten können Sie auch als Marketinginstrument einsetzen. So gelingt es Ihnen, CSR für Ihr Image gewinnbringend einzusetzen und sich positiv gegenüber Mitbewerbern und Kunden zu positionieren.

3. Wo beginnt „Verantwortliche Unternehmensführung – CSR“?

Verantwortliche Unternehmensführung beginnt bei der Erkenntnis, dass Ihre Geschäftstätigkeit über reine Herstellung, Verkauf und Service hinausgeht. Sie umfasst auch die Art des Umgangs mit allen involvierten Gruppen rund um Ihr Unternehmen:



Der Umgang mit diesen Gruppen hat entscheidende und unmittelbare Wirkung auf Ihre Geschäftstätigkeit, denn die Motivation Ihrer Mitarbeiter, die Zufriedenheit Ihrer Kunden, die Verlässlichkeit Ihrer Zuliefererkette und die Zufriedenheit der Investoren sind für Ihren zukünftigen Geschäftserfolg ausschlaggebend.



Die CSR-Bereiche

Relevante Bereiche im Spielwaren- und Sportartikelhandel

1. Eigene Unternehmensführung

- Transparenz des Unternehmens
- Faires Verhalten gegenüber allen involvierten Gruppen rund um das Unternehmen
- Dialog mit Interessengruppen
- Zuverlässigkeit
- Qualität als Grundsatz
- Verbraucherorientierte Bewusstseinsbildung
- Aktives Auftreten gegen Korruption
- Unterstützung sozialer Aktivitäten (regionale Sport- und Spielveranstaltungen)
- Steuerehrlichkeit
- Schutz geistigen Eigentums (keine Fälschungen)
- Nutzung lokaler Ressourcen und Produkte

2. Mitarbeiter

- Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region
- Motivation und Zufriedenheit
- Arbeitsschutz und Gesundheit
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Vermeidung von Diskriminierung jeglicher Art – Förderung von Toleranz
- Lehrlingsausbildung
- Vereinbarkeit Familie und Beruf
- Innerbetriebliches Vorschlagswesen (Ideenfindung)
- Recht auf Beitritt zu Interessenvertretungen
- Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten
- Möglichkeit einer vertraulichen Aussprache

3. Kunden

- Lautere Geschäfts-, Vermarktungs- und Werbepraktiken
- Offene Informationspolitik
- Vertragstreue (Einhaltung der Geschäftsbedingungen)
- Einhaltung von Datenschutz
- Einhaltung von Haftungen im Bereich Konsumentenschutz
- Kundenfreundliche Reklamationshandhabung
- Bemühen um die Sicherheit und Gesundheit der Kunden (Fachberatung)
- Faires Preis-/Leistungsverhältnis
- Verkauf gesundheitlich unbedenklicher Produkte
- Einhaltung von gesetzlichen Kennzeichnungspflichten

4. Lieferanten

- Wenn möglich, Einkauf zertifizierter Ware, bei deren Produktion auf die Einhaltung der Menschenrechte, fairer Arbeitsbedingungen und der Mindestlöhne geachtet wird
- Wenn möglich, Einkauf von nach Umweltstandards zertifizierter Ware
- Lieferanten um Zusendung von Codes of Conduct (Verhaltensregeln) bitten (Informationen und Unterstützung erhalten Sie unter www.respect.at)
- Ökologische Vorgaben bezüglich der Wahl des Transportmittels
- Nur Lieferanten wählen, die folgende Prinzipien einhalten:
 - Faire und lautere Geschäfts-, Vermarktungs- und Werbepraktiken
 - Offene Informationspolitik
 - Vertragstreue (Einhaltung der Geschäftsbedingungen)
 - Einhaltung von Datenschutz
 - Haftungen im Bereich Konsumentenschutz einhalten
 - Kundenfreundliche Reklamationshandhabung
 - Faires Preis-/Leistungsverhältnis
 - Einhaltung von gesetzlichen Kennzeichnungspflichten

5. Umwelt

- Schonung der natürlichen Ressourcen (Energiesparen z.B. durch eine gemäßigte Raumtemperatur)
- Erhalten des Artenreichtums (keine Materialien von bedrohten Tier- und Pflanzenarten verwenden)
- Nach Möglichkeit Einsatz erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger
- Verpackungs- und somit Müllverringerung
- Vermeidung unnötigen Prospektmaterials
- Mülltrennung (Elektrogeräte, Papier, Folien, Glas,...)
- Minimierung von Schadstoffemissionen
- Auf die Wiederverwertbarkeit der Produkte achten
- Förderung der Nahversorgung (kundennahe Geschäftsstellen)

Wie gehe ich vor?

Zu jedem dieser Punkte können Sie konkrete Maßnahmen setzen. Vieles davon wird in Ihrem Unternehmen bereits verwirklicht sein, ohne dass Sie dies als gesellschaftlich verantwortungsvolle Maßnahme wahrnehmen. Am einfachsten ist es, Sie überlegen sich, was schon passiert ist, schreiben dies auf und ordnen es einem oder mehreren der genannten Punkte zu.

Sie erkennen dadurch Ihre Stärken, aber auch mögliche Defizite. In Folge können Sie sich – am besten gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern – entsprechende Maßnahmen überlegen, die machbar und finanzierbar sind und zu Ihrem Unternehmen passen. Bei der Ideenfindung ist auch der Vergleich mit anderen Unternehmen hilfreich (eine Übersicht über mögliche Maßnahmen und zahlreiche Praxisbeispiele finden Sie unter www.respect.at). Hilfestellung dazu bietet auch der **praktische Selbsttest**. In ca. 10 Minuten können Sie damit Ihr verantwortungsvolles Unternehmertum überprüfen.

CSR Selbsttest

Spielwaren- und Sportartikelhandel

Dieser Fragebogen gibt Ihnen Anregungen und hilft Ihnen, sich dem Thema Corporate Social Responsibility (CSR) oder zu Deutsch, Verantwortliche Unternehmensführung, auf unkomplizierte Weise zu nähern. Er liefert aber auch Ideen, was Sie in Ihrem Betrieb noch umsetzen können oder wie Sie mit dem, was Sie schon tun, mehr für Ihr Unternehmen herausholen können. CSR ist eine Strategie mit der Sie in die Zukunft Ihres Unternehmens investieren! Kreuzen Sie bitte die für Sie und Ihr Unternehmen zutreffenden Antworten an – Sie werden nicht länger als zehn Minuten brauchen. Zählen Sie die Punkte zusammen. Je nach erreichter Punktzahl können Sie am Ende nachlesen, welcher CSR-Unternehmenstyp Sie sind. Vielleicht nehmen Sie die eine oder andere Anregung auf, um beim nächsten Mal noch besser abzuschneiden. Sie können den Fragebogen sowohl vor, als auch nach der Beschäftigung mit dem Thema ausfüllen, dadurch Fortschritte feststellen und eventuell noch vorhandene Lücken entdecken. Weiterführende Informationen zum Thema CSR finden Sie unter: www.respect.at

Bitte beantworten Sie alle Fragen ernsthaft und gewissenhaft – es geht um Ihren CSR-Erfolg!

Das Antwortschema ist folgendermaßen:

1 – trifft nicht zu 2 – trifft eher nicht zu 3 – trifft eher zu 4 – trifft zu

Unternehmensführung

- | | |
|---|---|
| <p>1) Sie streben durch ein ganzheitlich verantwortungsvolles Handeln einen langfristigen Unternehmenserfolg an.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>2) Sie bemühen sich, die drei Bereiche Wirtschaft, Soziales und Ökologie in Ihren Unternehmensentscheidungen ausgewogen zu berücksichtigen.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>3) Sie geben über Ihren Geschäftsgegenstand und Ihre Unternehmenskultur öffentlich Auskunft (aktiv oder über Anfrage).</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> | <p>4) Sie sehen Ihr gesellschaftliches Engagement als Teil Ihres Unternehmensimages an.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>5) Sie haben ein Ziel und einen Plan, wo Ihr Unternehmen in den nächsten drei Jahren positioniert sein soll.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>6) Sie informieren Mitarbeiter und Geschäftspartner über Änderungen in Ihrem Unternehmen oder dessen Strukturen.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>7) Sie bilden Nachwuchs aus.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> |
|---|---|

Mitarbeiter

- | | |
|--|---|
| <p>8) Die Weiterbildung Ihrer Mitarbeiter ist in Ihrem Unternehmen ein bedeutendes Thema.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>9) In Ihrem Unternehmen gibt es Maßnahmen für Ihre Mitarbeiter, um Privat- und Berufsleben miteinander zu vereinen, wie z.B. Teilzeitmöglichkeiten.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>10) Sie legen auf Arbeitssicherheit und die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter wert.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>11) Es gibt in Ihrem Betrieb die Möglichkeit einer vertraulichen Aussprache bei Problemen.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> | <p>12) Sie treten aktiv gegen Diskriminierungen auf.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>13) Sie geben Wiedereinsteigern ins Berufsleben Chancen.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>14) Die Einhaltung von vereinbarten Arbeitszeiten ist Ihnen wichtig.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>15) Sie haben in Ihrem Unternehmen eine klare Struktur eingeführt, sodass jeder weiß, gegenüber wem er verantwortlich ist und dies gilt auch für Anfragen von außen.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> <p>16) Sie unterstützen das ehrenamtliche Engagement Ihrer Mitarbeiter in der Gemeinde und/oder gemeinnützigen Organisationen.</p> <p><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p> |
|--|---|

Geschäftspartner (Kunden bzw. Lieferanten)

- 17) Bei Reklamationen gehen Sie fair mit Ihren Kunden oder Partnern um. 1 2 3 4
- 18) Sie vermeiden irreführende und unfaire Werbung. 1 2 3 4
- 19) Sie erheben die Zufriedenheit mit Ihrer unternehmerischen Tätigkeit bei Ihren Geschäftspartnern (z.B. mittels Fragebogen, Kundenbefragungen, Lieferantengesprächen, etc.). 1 2 3 4
- 20) Sie sind ein Geschäftspartner, der Vereinbarungen einhält. 1 2 3 4
- 21) Veranstaltungen im Ort/ in der Gemeinde/ im Bezirk werden durch Ihr Unternehmen unterstützt (z.B. Feuerwehrfest, Sozialvereine, Umweltorganisationen, Kulturinitiativen, etc.). 1 2 3 4
- 22) Soziale Aspekte und Umweltaspekte spielen bei der Auswahl von Lieferanten und Produkten eine Rolle. 1 2 3 4
- 23) Sie legen Wert darauf, dass die Materialien der von Ihnen angebotenen Produkte frei von schädlichen Substanzen sind (z.B. durch dokumentierte Überprüfung oder Zertifizierungen). 1 2 3 4

Umwelt

- 24) Sie kaufen die Produkte/Rohstoffe für Ihr Unternehmen regional bzw. so nah wie möglich ein. 1 2 3 4
- 25) Sie haben eine Vorstellung darüber, in welchen Bereichen Ihr Unternehmen Auswirkungen auf die Umwelt hat. 1 2 3 4
- 26) Sie trennen Müll, recyceln und entsorgen Abfälle ordnungsgemäß. 1 2 3 4
- 27) Sie versuchen Verpackungen zu reduzieren bzw. setzen wiederverwendbare Materialien ein. 1 2 3 4
- 28) Sie haben einen Überblick über den Energieverbrauch (Strom, Raumwärme, etc.) Ihres Betriebes und setzen gezielte Energiesparmaßnahmen (Energiesparlampen, neue Technologien, Sparsamkeit, etc.). 1 2 3 4
- 29) Sie versuchen unnötiges Prospekt- und Informationsmaterial zu vermeiden. 1 2 3 4
- 30) Sie teilen Ihre umweltbezogenen Maßnahmen innerhalb und außerhalb Ihres Unternehmens mit. 1 2 3 4

Auswertung

Sie haben eine Punktezahl von 40 – 60 erreicht:

Der interessierte Unternehmer! Die interessierte Unternehmerin!

Sie interessieren sich schon für Ihre Umgebung. Sie versuchen ein guter Nachbar zu sein. Es ist Ihnen aber vielleicht noch nicht bewusst, dass Sie aus einem nachhaltigen, gesellschaftlich verantwortlichen Handeln eine Reihe wirtschaftlicher Vorteile ziehen können. Dieser Fragebogen und der Leitfaden sollen Ihnen Ideen liefern, hier vielleicht noch etwas mehr zu tun.

Sie haben eine Punktezahl von 61 – 90 erreicht:

Der engagierte Unternehmer! Die engagierte Unternehmerin!

Sie haben bereits erkannt, dass Sie durch Ihr gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln ganz konkret profitieren können. Verantwortung für die Gesellschaft ist für Sie nichts Fremdes. Sie versuchen, dies auch in die täglichen Entscheidungen Ihrer Unternehmensführung zu integrieren. Allerdings erfolgt dies nicht durchgehend in allen Bereichen gleich intensiv. Durch den Fragebogen und den Leitfaden erhalten Sie Anregungen, noch gezielter mit dem Instrument „Verantwortliche Unternehmensführung – CSR“ umzugehen.

Sie haben eine Punktezahl von 91 - 120 erreicht:

Der verantwortungsvolle Unternehmer! Die verantwortungsvolle Unternehmerin!

Wir gratulieren! Ihr Engagement ist vorbildlich und Teil Ihrer umfassenden Unternehmensstrategie. Sie haben den Wert und den Nutzen der gesellschaftlichen Verantwortung für Ihr Unternehmen und für Ihre Umgebung erkannt. Ihr Unternehmen ist auf einen langfristigen Erfolg eingestellt und die in Ihr Unternehmen involvierten Gruppen (z.B. Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden) profitieren ganz konkret davon. Durch den Fragebogen und den Leitfaden werden Ihnen vielleicht noch zusätzlich einige Ideen kommen, die Sie gewinnbringend umsetzen können. Sie erkennen bestimmt auch vieles wieder, das Sie bereits tun. Geben Sie Ihr Wissen weiter, damit möglichst viele Ihrem positiven Beispiel folgen können!

Wir danken Ihnen für das Ausfüllen des Fragebogens!

Nähere Informationen erhalten Sie unter www.sportartikelhandel.at, www.spielweb.at, www.respect.at/kmu oder per Mail an: office@respect.at



Grundzüge eines CSR-Managements



Hinweis: Wir bitten im Sinne einer verbesserten Lesbarkeit um Verständnis, dass auf geschlechterspezifische Formulierungen verzichtet wird – selbstverständlich sind beide Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Weitergehende Information:

respACT – austrian business council for sustainable development, Plattform der Unternehmen für nachhaltiges Wirtschaften und verantwortungsvolles Handeln – steht für responsible ACTION. Unsere Serviceleistungen für Mitglieder inkludieren Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Erfahrungsaustausch sowie Wissenstransfer und Bildung.

Informationen online oder telefonisch:

www.respact.at, Telefon: +43/(0)1/710 10 77-0, Email: office@respact.at



Das Projekt „Verantwortliches Unternehmertum in Klein- und Mittelbetrieben“ (CSR) wird unterstützt von:



respACT – austrian business council for sustainable development wird unterstützt von:

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Wirtschaftskammer Österreich, Industriellenvereinigung, Bundesministerium für Soziales und Konsumentenschutz und dem Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

IMPRESSUM: Herausgeber respACT – austrian business council for sustainable development, Herrngasse 6–8/6/1/3, 1010 Wien, www.respact.at, **Inhaltliches Konzept** Martin Neureiter, **Redaktion** Andreas Schneider, Lisa Weber, Bundesgremium des Lederwaren-, Spielwaren- und Sportartikelhandels, **Fd.I.v.** Roman H. Mesicek, respACT – austrian business council for sustainable development, **grafisches Konzept** alphaaffairs, www.alphaaffairs.at, **Fotos** www.aboutpixel.at – pixipixi, www.istockphoto.com, Johnson Outdoors, Messezentrum Salzburg



Gedruckt nach der Richtlinie „Schadstoffarme Druckerzeugnisse“ des österreichischen Umweltzeichens. gugler.crossmedia, Melk; UWZ 609