

## Garantiert familienfreundlich

CSR-Politik ist ein wesentlicher Bestandteil unternehmerischen Handelns

Köln, Dezember 2007: **Immer mehr Einzelhandelsunternehmen engagieren sich in freiwilligen Initiativen, die dem Allgemeinwohl dienen und in der Regel gleichzeitig gut für das Geschäft sind. Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung (Corporate Social Responsibility, zu deutsch: verantwortungsvolles Unternehmertum) sind zu strategisch bedeutsamen Leitbildern heutiger Unternehmenspolitik geworden.**

Ein wirksames Nachhaltigkeitsmanagement, mit dem Unternehmen ökologische und soziale Verantwortung wahrnehmen, trägt langfristig zum wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen bei. Der BHB erarbeitet in diesen Wochen mit seinen europäischen Partnern aus der European DIY Retail Association einen Lagebericht zum Thema CSR in der DIY-Branche und bekennt sich gemeinsam mit diesen zu einem langfristigen Engagement bei der Umsetzung notwendiger Schritte für nachhaltiges Wachstum.

Die drei Buchstaben CSR haben in den vergangenen Jahren einen regelrechten Karriereschub erfahren, auch wenn die Vorstellung des sozial handelnden Unternehmens keineswegs neu ist. In Deutschland hat die betriebliche Sozialpolitik eine lange Geschichte. Ein frühes Beispiel ist Alfred Krupp, der bereits um 1836 für seine Mitarbeiter eine Krankenversicherung einrichtete und Werkswohnungen bauen ließ. Im Gegenzug verlangte er Loyalität und Identifikation mit dem Unternehmen.

## Motivation für die Mitarbeiter

Mit einer breiten Palette an Aktionen, Programmen und Maßnahmen stellen große wie kleine und mittelständische Unternehmen heute tagtäglich unter Beweis, dass sie für ihre Mitarbeiter und Kunden, das Wohl der Gesellschaft, aber auch für die Einhaltung von Sozialstandards in der Produktions- und Lieferkette besondere Verantwortung tragen.

Die berufundfamilie gGmbH, eine Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, fördert eine familienbewusste Personalpolitik in Unternehmen und Institutionen und bietet diesen an, sich als familienfreundlich auditieren zu lassen. Noch vor knapp zehn Jahren war kaum Interesse an einer Zertifizierung vorhanden, doch allein in diesem Jahr erhalten mehr als 200 Unternehmen das Prüfzeichen. Wer für engagierte Nachwuchskräfte attraktiv

Abdruck frei,  
Beleg erbeten

**Pressekontakt**  
BHB e.V.  
Stefan Michell  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
An der Rechtschule 1-3  
50667 Köln  
Tel.: 0221/ 277 595- 14  
Fax: 0221/ 277 595- 79  
Email:  
stefan.michell@bhb.org  
Internet: www.bhb.org

bleiben möchte, muss jungen Menschen ermöglichen, Familie und Beruf besser in Einklang zu bringen. Eine familienbewusste Personalpolitik macht sich bezahlt, da zufriedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit geringen Fehlzeiten mehr einsparen als familienfreundliche Maßnahmen kosten. Für eine hohe Motivation sorgen beispielsweise auch ein interessantes Angebot an Fortbildungsmaßnahmen oder etwa Vergünstigungen für den Besuch von Gesundheits- und Fitnesskursen.

### **Kritische Verbraucher**

Auch die strategische Einbeziehung von Umweltaspekten wird immer wichtiger. Angesichts knapper Ressourcen und steigender ökologischer Belastungen demonstrieren die Unternehmen Verantwortung gegenüber der Umwelt und gegenüber nachfolgenden Generationen. Dazu zählt etwa eine kritische Durchsicht des Warensortiments in den Bau- und Heimwerkermärkten. Schlüsselkriterien sind Qualität und Nachhaltigkeit. Um den Kunden die Übersicht zu erleichtern, weisen Gütesiegel wie das bekannte FSC-Logo auf Herkunft oder die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards bei der Herstellung eines Produkts hin. Sehr aufschlussreich sind in diesem Zusammenhang die Ergebnisse einer Studie von Ernst & Young unter dem Titel Lifestyle of Health and Sustainability kurz LOHAS. Diese für den Lebensmittelhandel entwickelte Studie macht deutlich, dass Produktattribute wie „Bio“, „aus fairem Handel“ und „aus nachhaltiger Produktion“ die Kaufentscheidung mehr und mehr beeinflussen. Ebenso wird deutlich, dass die Verbraucher Informationen über den Umgang der Unternehmen mit ihrer sozialen Verantwortung und ethischen Grundsätzen mehr Gewicht beimessen und bei der Wahl der Einkaufsstätte bzw. der Marke stärker berücksichtigen.

### **Soziale Globalisierung**

Die soziale Verantwortung eines Unternehmens und sein Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung erstrecken sich auf eine lokale, regionale, nationale und eine globale Ebene. Da viele Güter, die in den Baumarktregalen zum Kauf angeboten werden, nicht mehr ausschließlich in Europa produziert werden, sind die importierenden Unternehmen aufgefordert, nachdrücklich auf die Einhaltung von Sozialstandards in den Fabriken der Entwicklungsländer zu achten.

Innerhalb der Bundesregierung liegt die Zuständigkeit für den Bereich Corporate Social Responsibility beim Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Für das Frühjahr 2008 hat Bundesarbeitsminister Olaf Scholz eine so genannte Multi-Stakeholder-Konferenz angekündigt, um ein Forum zu schaffen, in dem gezeigt werden kann, was getan wird und mit welchem Erfolg.

Abdruck frei,  
Beleg erbeten

**Pressekontakt**  
BHB e.V.  
Stefan Michell  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
An der Rechtschule 1-3  
50667 Köln  
Tel.: 0221/ 277 595- 14  
Fax: 0221/ 277 595- 79  
Email:  
stefan.michell@bhb.org  
Internet: www.bhb.org

## EDRA bietet Informationsplattform

Ein CSR-Forum will sich auch die EDRA schaffen und wird darin über entsprechende Aktivitäten und Programme in der europäischen DIY-Branche berichten. Eine erste Abfrage unter den Mitgliedern des Verbandes zeigte vorab, wie präsent das Thema in den Unternehmenszentralen ist. Immerhin 82 Prozent betrachten CSR-Politik als wesentlichen Bestandteil unternehmerischen Handelns. In eigens publizierten Nachhaltigkeitsberichten, auf den Internetseiten oder in Pressemitteilungen informieren die Baumarktunternehmen in regelmäßigen Abständen über ihr soziales Engagement und aktuelle Projekte.

(Zeilen 103 / Zeichen 5.407 inkl. Leerzeichen)

## CSR-Handlungsfelder

<b>Markt</b>	<b>Umwelt</b>	<b>Arbeitsplatz</b>	<b>Gemeinwesen</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Supply Chain</li><li>➤ Qualität</li><li>➤ Innovationen</li><li>➤ Produktverantwortung</li><li>➤ Fairness</li><li>➤ Transparenz</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ressourcenverbrauch</li><li>➤ Energieverbrauch</li><li>➤ Klimaschutz</li><li>➤ Umweltmanagement</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Gesundheitsschutz</li><li>➤ Diversity</li><li>➤ Work-Life-Balance</li><li>➤ Personalentwicklung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Mitarbeiter-Engagement</li><li>➤ Soziale Integration</li><li>➤ Partnerschaften</li><li>➤ Regionalentwicklung</li></ul>
Ökonomie	Ökologie	Soziales	

Quelle: UPJ e.V.

Abdruck frei,  
Beleg erbeten

### Pressekontakt

BHB e.V.  
Stefan Michell  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
An der Rechtschule 1-3  
50667 Köln  
Tel.: 0221/ 277 595- 14  
Fax: 0221/ 277 595- 79  
Email:  
stefan.michell@bhb.org  
Internet: www.bhb.org