

LEITLINIEN KONKRET

NEUE INFO-REIHE ZU DEN **ZWÖLF NACHHALTIGKEITS-LEITLINIEN** DER DEUTSCHEN CHEMIE

IM FOKUS Seite 2

Wie Unternehmen die Leitlinien von **Chemie³** nutzen können

IM INTERVIEW Seite 4

Welche Erfahrungen die **BÜFA GmbH & Co. KG** aus Oldenburg mit den Leitlinien gemacht hat

IN DER PRAXIS Seite 6 ▶

Der **Nachhaltigkeits-Check** hilft Unternehmen, unkompliziert ihre Performance zu verbessern

TOP 5 Seite 8

Wie sich die **Anwendung der Leitlinien** bezahlt macht

BÜFA-Betriebsrätin Susanne Gerdes und Jan Philipp Wuppermann, Vertreter der Gesellschafter, erlebten beim Nachhaltigkeits-Check einen Aha-Effekt

MIT NACHHALTIGKEIT WERTE SCHAFFEN

Weiterführende
Informationen
zur Initiative finden
Sie im Mitglieder-
bereich online unter
www.chemiehoch3.de



IM FOKUS

NACHHALTIGKEIT LOHNT SICH

DIE INFO-REIHE VON CHEMIE³ ZEIGT, WIE UNTERNEHMEN DIE ZWÖLF LEITLINIEN ZUR NACHHALTIGKEIT GANZ PRAKTISCH FÜR SICH NUTZEN

Die Leitlinien als Kompass zum Erfolg

An der chemischen Industrie führt beim Thema Nachhaltigkeit kein Weg vorbei. Deutsche Chemieunternehmen leisten heute schon viele Beiträge für eine nachhaltige Entwicklung: mit hocheffizienten Produktionsverfahren und mit zukunftsweisenden Innovationen. Das Leitbild Nachhaltigkeit im Unternehmen zu leben ist jedoch eine Daueraufgabe. Die Erwartungen der Gesellschaft

an nachhaltige Lösungen der chemischen Industrie werden in Anbetracht der großen Megatrends in Zukunft weiter wachsen. Unternehmen, die ihre Produkte und Prozesse kontinuierlich auf Zukunftsfähigkeit überprüfen, werden hierfür belohnt:

- ▶ Sie können qualifizierte Arbeitskräfte an ihr Unternehmen binden.
- ▶ Sie sind besser auf veränderte Nachfragestrukturen ihrer Kunden eingestellt.
- ▶ Sie erkennen Chancen und Risiken früher.
- ▶ Sie sind wettbewerbsfähiger als andere.

Aber wie macht man das? Wie verankert man Nachhaltigkeit im Kerngeschäft seines Unternehmens? Die Chemiebranche hat sich hierzu im vergangenen Jahr in einem ersten Schritt auf die „Leitlinien zur Nachhaltigkeit für die chemische Industrie in Deutschland“ verständigt. Sie sind ein Orientierungsrahmen dafür, was im Unternehmen alles zu berücksichtigen ist. Die Leitlinien sind in einem umfangreichen Dialogprozess entstanden und spiegeln die Erfahrungen der chemischen Industrie und die Erwartungen der Gesellschaft an die Branche wider. Wichtig war allen Beteiligten, dass die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – die wirtschaftliche, die ökologische und die soziale – in den Leitlinien gleichermaßen berücksichtigt werden.

Impulse für die Unternehmenspraxis

Jetzt geht es darum, die Leitlinien mit Leben zu füllen. Die neue Info-Reihe „Hintergrund“ soll die Unternehmen bei der Anwendung der Leitlinien unterstützen. Die kommenden zwölf Ausgaben widmen sich jeweils einer Leitlinie. Sie erklären, was die Leitlinie konkret bedeutet, welche Unternehmensbereiche von ihr betroffen und welche Chancen damit für das Unternehmen verbunden sind. Sie geben auch anhand praktischer Beispiele Anregungen, wie Unternehmen Verbesserungen erreichen können.



DIE INITIATIVE CHEMIE³

Unter dem gemeinsamen Dach von Chemie³ machen sich der Verband der Chemischen Industrie (VCI), die Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) und der Bundesarbeitsverband Chemie (BAVC) stark für eine nachhaltige Entwicklung der chemischen Industrie in Deutschland. Im Mai 2013 stellte die Allianz zwölf Leitlinien sowie den ersten Branchenbericht zur Nachhaltigkeit vor. Die Leitlinien wurden unter Einbeziehung interner und externer Stakeholder formuliert. Mitglieder der Allianzpartner beteiligten sich online an ihrer Ausgestaltung.

Um die Anwendung der Leitlinien in der gesamten Branche voranzutreiben, erarbeitet Chemie³ ein umfassendes Angebot zur Unterstützung der Unternehmen. Es steht den Mitgliedern exklusiv im geschlossenen Bereich von www.chemiehoch3.de zur Verfügung. Dazu zählen neben der Info-Reihe zu den Leitlinien Erfahrungsberichte und Good Practices aus der Branche, ein Nachhaltigkeits-Barometer sowie zahlreiche Leitfäden, Vereinbarungen, Workshop-Hinweise und ein Terminkalender. Im dritten Quartal 2014 bietet Chemie³ zudem einen umfassenden Nachhaltigkeits-Check für alle Mitgliedsunternehmen an.

Mehr dazu ab Seite 4



DIE ZWÖLF LEITLINIEN AUF EINEN BLICK

1. Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie integrieren
2. Wertentwicklung und Investitionen nachhaltig gestalten
3. Wirtschaftliche Stabilität stärken und globale Zusammenarbeit ausbauen
4. Mit Innovationen Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung leisten
5. Nachhaltigkeit in betrieblichen Prozessen umsetzen
6. Gute Arbeit sichern und Sozialpartnerschaft leben
7. Demografischen Wandel gestalten und Fachkräftebedarf sichern
8. Mensch, Umwelt und biologische Vielfalt schützen
9. Ressourceneffizienz und Klimaschutz fördern
10. Als guter Nachbar Engagement und Verantwortung zeigen
11. Transparenz herstellen und Integrität leben
12. Dialog pflegen und Beteiligungsmöglichkeiten fördern

Die Papiere folgen einem festen Aufbau: Der erste Artikel „**Im Fokus**“ erläutert, um welche Themen und Unternehmensbereiche es in der entsprechenden Leitlinie geht, wie die Anwendung der Leitlinie im Unternehmen konkret erfolgen soll und warum diese wichtig für den langfristigen Unternehmenserfolg ist.

„**Im Interview**“ kommen Personen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft sowie Vertreter der chemischen Industrie zu Wort. Sie schildern, welche Relevanz Nachhaltigkeit generell und die in der Leitlinie angesprochenen Themen aus ihrer persönlichen Perspektive haben. Die Interviewpartner geben der Branche Impulse für Verbesserungen.

Ein fester Bestandteil jeder Ausgabe ist auch ein **Good-Practice-Beispiel**. Es zeigt konkret und beispielhaft, wie Unternehmen unserer Branche Nachhaltigkeit in der Praxis leben – jeweils fokussiert auf die entsprechende Leitlinie. Das fördert den Erfahrungsaustausch und gibt Anregungen für andere. „Abgucken“ ist hier ausdrücklich erlaubt.

Die „**Top 5**“ runden jede Ausgabe mit fünf Fakten oder Empfehlungen passend zur jeweiligen Leitlinie ab.

Unternehmen, die sich mit den Leitlinien befassen, werden feststellen, dass vieles gar nicht neu ist, sondern schon gemacht wird. Die Unternehmen verhalten sich bereits heute in vielen

Bereichen nachhaltig, ohne dass sie dies unter dem Begriff Nachhaltigkeitsengagement verbuchen, so zum Beispiel bei der Nachwuchsförderung, im Rahmen ihrer Responsible-Care-Aktivitäten oder mit Gemeinschaftsprojekten im nachbarschaftlichen Umfeld. In anderen Bereichen werden sie aber auf Lücken und offene Baustellen stoßen. Die neue Info-Reihe „Hintergrund“ will die Leitlinien verständlich und praktisch machen. Sie soll den Unternehmen helfen, ihre Nachhaltigkeitsperformance besser einzuschätzen und zu kommunizieren sowie Handlungsbedarf zu erkennen und Verbesserungsmaßnahmen einzuleiten.

Übrigens: Die neue Info-Reihe „Hintergrund“ ist nur einer von mehreren Bausteinen zur Unterstützung der Branche bei der Anwendung der Leitlinien. Unter anderem entwickelt Chemie³ derzeit einen Nachhaltigkeits-Check für die Branche und testet die Anwendung mit Pilotunternehmen (mehr dazu auf Seite 6). Außerdem geht Anfang Juni 2014 eine neue Online-Service-Plattform Nachhaltigkeit exklusiv für Mitglieder der drei Allianzpartner VCI, IG BCE und BAVC an den Start (mehr dazu siehe Kasten). ◀

Die erste Ausgabe „Hintergrund“ zu Leitlinie 1 erscheint im Juni 2014. Die zweite Ausgabe zu Leitlinie 9 wird im Juli 2014 herausgebracht.

NACHHALTIGKEITS-BAROMETER

Das Nachhaltigkeits-Barometer von Chemie³ ist ein anonymer Selbsttest zur Nachhaltigkeit. Mit ihm können die Mitarbeiter der Mitgliedsunternehmen von Chemie³ mit geringem Aufwand erste Tuchfühlung mit dem Thema Nachhaltigkeit aufnehmen. Mitmachen lohnt sich: Gewinnen Sie 1000 Euro für eine Energieberatung!

Mehr dazu im Mitgliederbereich unter www.chemiehoch3.de

IM INTERVIEW

„EIN ECHTER AHA-EFFEKT“

WAS BRINGT DEM MITTELSTÄNDLER DIE SYSTEMATISCHE AUSEINANDERSETZUNG MIT DEN LEITLINIEN?

Jan Philip Wuppermann, Beiratsvorsitzender der Eigentümerfamilie, Betriebsratsvorsitzende Susanne Gerdes und Qualitätsmanager Eckard Hußmann im Gespräch über Nachhaltigkeit im Alltag und den Nutzen von Chemie³ für die BÜFA GmbH & Co. KG und die Branche insgesamt.

Herr Wuppermann, Sie vertreten die Eigentümerfamilie der BÜFA Holding in fünfter Generation. Da gehört nachhaltiges Wirtschaften zur Familienehre, oder?

Wuppermann: Das steckt uns im Blut, ja. Die Vokabel „Nachhaltigkeit“ mag zwar nie so sehr im Mittelpunkt gestanden haben wie heute, aber das Denken und Handeln haben wir in über 130 Jahren unter Beweis gestellt. Und für uns hat Soziales, Ökologisches und Ökonomisches da schon immer zusammengehört.

Nennen Sie uns ein paar konkrete Meilensteine, mit denen Sie Nachhaltigkeit fördern konnten?

Gerdes: Für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie war sicher unsere eigene Kindertagespflege ein Meilenstein.

Wuppermann: Mir persönlich ist der Bereich Forschung und Entwicklung sehr wichtig, wo wir heute gezielt daran arbeiten, Stoffe mit weniger Ressourcenverbrauch und geringerer Umweltauswirkung einzusetzen.

Hußmann: Wir sind so auch auf Erwartungen der Kunden eingestellt. Wir liefern etwa Reinigungssysteme in die Textilbranche und für professionelle Reinigungsdienstleister. Die müssen längst Rede und Antwort stehen, was sie verwenden.

Wuppermann: Gerade in diesen knallharten Dienstleistungsbranchen ging früher alles nur über den Preis. Das ist vorbei. Es mag noch Wettbewerber geben, die kurzzeitig Erfolge feiern, ohne sich um die Nachhaltigkeit zu scheren. Aber die kommen und gehen. Wir bleiben und erobern neue Märkte.

Zum Beispiel?

Wuppermann: Wir haben kürzlich die Reinigung von Behältern für Reaktionsharze von Lösungsmitteln auf ein wasserbasiertes System umgestellt. Was uns der Dienstleister da installiert hat, hat uns so begeistert, dass wir das Unternehmen samt Technologie gekauft und uns ein ganz neues Geschäftsfeld erschlossen haben.

Wenn Sie sich schon lange und intensiv mit Nachhaltigkeit auseinandersetzen – was bringt da die Initiative Chemie³ noch Neues?

Gerdes: Sehr viel. Sie trifft tatsächlich einen Nerv, weil wir und andere in der Branche schon bei Responsible Care das Gefühl hatten: Da fehlt was.

Wie meinen Sie das?

Gerdes: Nun, Responsible Care hat sehr viel für die Nachhaltigkeit getan ...

Wuppermann: ... und dazu beigetragen, die Chemie wieder ins richtige Licht zu rücken. Was für die Akzeptanz und für uns alle enorm wichtig ist.

Gerdes: Genau. Aber diese grundlegende Nachhaltigkeit, wie wir sie mit all ihren sozialen, ökologischen und ökonomischen Facetten angehen wollen, die deckt Responsible Care noch nicht ab. Das ist bei den Leitlinien von Chemie³ anders.



Wuppermann: „Für uns hat Soziales, Ökologisches und Ökonomisches immer zusammengehört“



Hußmann: „Unsere Kunden müssen längst auch Rede und Antwort stehen“ – Gerdes: „Chemie³ trifft in der Branche einen Nerv“



Kommt es da nicht zu Ermüdungserscheinungen nach ISO 9001, ISO 14001, Responsible Care, REACH..?

Gerdes: Nein, bei dem Thema nicht. Die BÜFA, aber auch andere Mittelständler machen punktuell sehr viel. Aber gerade die Projekte in Sachen Nachhaltigkeit hängen letztlich noch oft an einzelnen Personen und deren Engagement. Mit dem Weggang eines Verantwortlichen schläft dann auch mal das Engagement ein.

Wuppermann: Und wir setzen die begrenzten Mittel nicht immer optimal und effizient ein. Insofern bedeuten die Leitlinien nicht zwangsläufig einen Mehreinsatz, sondern einen effizienteren und effektiveren Einsatz von Zeit, Geld und Engagement. Systematisch ranzugehen, Aktivitäten auch kritisch zu hinterfragen, das ist bei dem Thema gerade für uns im Mittelstand neu und extrem wichtig.

Ihre Sparte für Reinigungssysteme hat als Pilotunternehmen im Nachhaltigkeits-Check genau das erprobt.

Was haben Sie da erlebt?

Gerdes: Wir haben intern die für uns kritischen Themen eingegrenzt und wollten ganz selbstkritisch unsere Schwächen analysieren.

Hußmann: Von der Geschäftsführung über mich vom Qualitätsmanagement und Frau Gerdes vom Betriebsrat bis zum „normalen“ Produktionsmitarbeiter waren alle Bereiche vertreten. Der Kreis war auch neu für uns.

Was waren Ihre Herzensangelegenheiten?

Gerdes: Bei mir sicher die Demografie-Themen. Da bin ich kritisch, und da sollten wir uns deutlich besser aufstellen. Der Workshop hat das dann auch bestätigt.

Hußmann: Ein weiterer wichtiger Punkt war für uns, die Nachhaltigkeit schon in Forschung und Entwicklung systematischer anzugehen – und mit dem Vertrieb zu verknüpfen. Also nicht nur nachhaltige Produkte zu entwickeln, sondern auch die Märkte dafür.

Beides dürfte nicht nur Sie bewegen. Was ist da neu?

Hußmann: Es ist ein echter Aha-Effekt, wenn man über die 33 Instrumente die vielen Facetten von Nachhaltigkeit abschreitet, dann für sich die relevantesten identifiziert, die eigenen Methoden bewertet und am Ende gewichtet, wo echter Handlungsbedarf ist.

Das klingt aufwendig.

Hußmann: Ist es gar nicht.

Gerdes: ... weil wir keine neuen Daten erheben, sondern „nur“ selbstkritisch bewerten, was wir tun und wie. Ich

BÜFA GMBH & CO. KG

- ++ Die BÜFA GmbH & Co. KG mit Sitz in Oldenburg wurde 1883 gegründet und befindet sich bis heute in Familienbesitz.
- ++ Zur Holding der BÜFA gehören Unternehmen der Sparten Chemikalien, Glas, Composite-Systeme & Maschinenteknologie sowie Reinigung & Hygiene.
- ++ Das Unternehmen beschäftigt insgesamt etwa 520 Mitarbeiter und erwirtschaftete zuletzt einen Jahresumsatz von gut 170 Millionen Euro.
- ++ Die BÜFA Reinigungssysteme GmbH & Co. KG hat rund 80 Mitarbeiter und ist eines der zwölf Pilotunternehmen für den Nachhaltigkeits-Check von Chemie³.

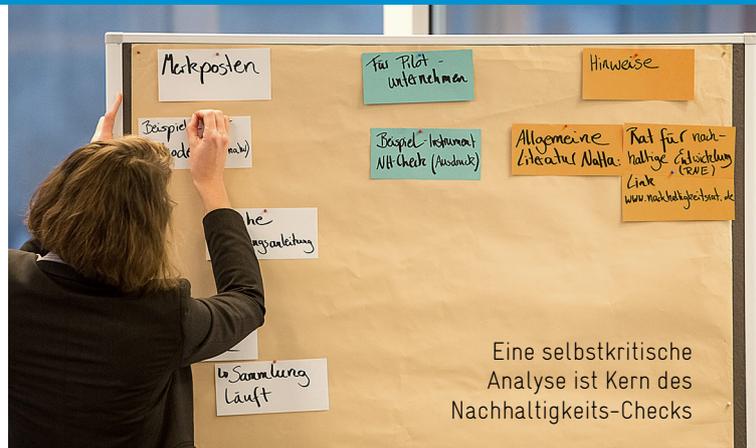
war selbst überrascht, wie kompakt und doch fundiert man das abarbeiten kann.

Nennen Sie uns ein Beispiel?

Hußmann: Beim Lieferkettenmanagement haben wir uns eingangs kritisch bewertet, aber dann festgestellt, dass wir im Vergleich zu Konzernen auch mit größtem Aufwand nur minimale Gestaltungschancen haben. Ganz anders sieht das aus bei Fachkräftesicherung und Forschung. Da gehen wir umso konsequenter ran.

Wuppermann: Das macht die Auseinandersetzung mit den Leitlinien und Instrumenten so genial. Man steht nicht mehr vor diesem großen Begriff „Nachhaltigkeit“, der alles und nichts sein kann. Sondern man kommt systematisch zu Handlungsfeldern, die man ganz konkret angehen kann. ◀

Den Start des Pilotprojekts bildeten Workshops mit beteiligten Unternehmen



Eine selbstkritische Analyse ist Kern des Nachhaltigkeits-Checks



Die Erfahrungen fließen ein in den Nachhaltigkeits-Check für alle

IN DER PRAXIS

AM ANFANG STEHT DER CHECK

EXKLUSIV FÜR DIE MITGLIEDER ENTWICKELT CHEMIE³ EINEN NACHHALTIGKEITS-CHECK FÜR DIE BRANCHE UND TESTET DIE ANWENDUNG MIT PILOTUNTERNEHMEN

Wichtige Erfahrung sammeln

„Eines vorneweg: Niemand muss für den Nachhaltigkeits-Check mit Listen durch den Betrieb laufen oder neue Erhebungen durchführen“, sagt Dr. Eckhard Koch, beim VCI verantwortlich für das Pilotprojekt von Chemie³. Im Rahmen des Pilotprojekts nutzen Unternehmen erstmals den Nachhaltigkeits-Check, den die Allianzpartner von Chemie³ gemeinsam auf Basis ihrer zwölf Leitlinien entwickelt haben. Die Erfahrungen aus dem Projekt fließen in die Weiterentwicklung des Checks und einen Leitfaden ein. Beides wird den Mitgliedern der Allianzpartner zur Verfügung gestellt.

Die Kernfrage dabei: Setze ich Zeit und Geld für Nachhaltigkeitsaktivitäten im Unternehmen optimal ein, oder verschwende ich Energie für Projekte, die objektiv nicht viel bringen? Um die wich-

33

Handlungsfelder für alle Unternehmensbereiche stehen zur Wahl

tigsten Handlungsfelder mit überschaubarem Aufwand herauszufinden, haben die Allianzpartner von Chemie³ gemeinsam mit einem Beratungsunternehmen 33 Themen für die praktische Anwendung im Unternehmen identifiziert. Sie sind dabei von den Leitlinien ausgegangen, in die sowohl die Erfahrungen der Branche als auch die Erwartungen der Stakeholder eingeflossen sind. Seit Februar erprobt ein Dutzend Mitgliedsunternehmen, wie sie damit ihre Leistungen in Sachen Nachhaltigkeit systematisch überprüfen und gezielt verbessern können.

Den Nutzen kritisch hinterfragen

Unterstützt durch einen Berater, analysieren die beteiligten Unternehmen, welche Themen und Instrumente für sie besonders relevant sind. „Nicht jedes Instrument hat in jedem Unternehmen die gleiche Relevanz“, erklärt Thomas Merten vom Beratungsunternehmen Trifolium. „Das ist bereits der erste Lerneffekt bei dieser systematischen Herangehensweise.“ Gerade kleine und mittelständische Unternehmen tun bereits sehr viel für Nachhaltigkeit, allerdings oft ohne den echten Nutzen kritisch

zu hinterfragen. Was erwarten unsere Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter und die Gesellschaft konkret von uns? Und wie entsprechen wir diesen Erwartungen? Das sind wichtige Ausgangsfragen, um dann die begrenzten Mittel effektiv einzusetzen.

Die besten Kritiker im eigenen Haus

Bei der Auswahl der Handlungsfelder sollten die Unternehmen durchaus selbstkritisch zu Werke gehen: „Je offener aus unterschiedlichen Perspektiven heraus diskutiert wird, desto eher kommt etwas in Bewegung“, sagt Merten, der die firmeninternen Workshops leitet. Von der Altersvorsorge über die Energieversorgung bis zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf stecken überall unterschiedliche Chancen und Risiken.

Egal wie wenig oder wie intensiv sich ein Unternehmen mit Nachhaltigkeit bislang auseinandersetzt, die systematische Herangehensweise an die Leitlinien ist für alle hilfreich. „Es gilt, Themen und blinde Flecken zu identifizieren, mit denen man sich bislang schwergetan hat“, erklärt Merten. Kernstück des Checks ist deshalb eine kritische Selbstbewertung. Im internen Workshop analysieren dazu Mitarbeiter aus Führungsebene und Betriebsrat, ob und wie effektiv Instrumente für Nachhaltigkeit eingesetzt werden und welche neu hinzukommen sollen. Entscheidend ist, dass alle wichtigen Unternehmensfunktionen vertreten sind.

„Dieser Kreis sitzt in den wenigsten Unternehmen in dieser Konstellation und zu diesen Themen so konzentriert zusammen“, erklärt Merten. Der selbstkritische Ansatz setzt eine besondere Vertrauensbasis voraus: „Manche Themen haben Konfliktpotenzial, und es kann auch mal wehtun“, so Merten. „Aber es zeigt sich auch, dass die eigenen Fachleute oft die besten Kritiker sind.“ Beispiel Fachkräftegewinnung: „Das ist für den Mittel-

EXKLUSIVER NACHHALTIGKEITS-CHECK AUF CHEMIEHOCH3.DE



Der umfassende Nachhaltigkeits-Check mit seinen 33 Handlungsfeldern und einem ausführlichen Leitfaden zur Anwendung steht im dritten Quartal 2014 im exklusiven Mitgliederbereich auf der Website von Chemie³ zum kostenfreien Download zur Verfügung. Das Gesamtpaket erlaubt es, die eigenen Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken beim Thema Nachhaltigkeit gezielt zu analysieren und anzugehen – unabhängig, ob mit oder ohne externen Dienstleister.

Mehr unter www.chemiehoch3.de

stand in eher ländlichen Regionen ein Dauerthema“, erklärt Merten. Kaum ein Mittelständler, der nicht lokale Bildungseinrichtungen fördere. Wie es aber ein Workshop-Teilnehmer treffend formulierte: „Sobald die hellsten Köpfe dann zum Studieren nach München, Berlin oder Aachen gehen, sind sie für immer weg.“ Ein systematischer Ansatz hier: Statt mit hohem Aufwand im bundesweiten Talentpool zu fischen, sollten Mittelständler Talente gezielt in der Region finden und schon vor dem Studium ans Unternehmen binden – mit Praktika, Stipendien oder dualen Studiengängen.

Ein Instrument für die Praxis

„Dieser systematische Ansatz aus eingehender Analyse, Maßnahmenplanung, Umsetzung und Ergebniskontrolle ist durchaus neu für viele Unternehmen, wenn es um das Thema Nachhaltigkeit geht“, sagt Koch. Entsprechend viel erwarten sich auch die Allianzpartner selbst vom Pilotprojekt. „Unser Ziel ist es ja nicht, einem Dutzend Unternehmen Hilfen an die Hand zu geben, sondern allen Mitgliedern der Allianzpartner“, erklärt Koch. Aus dem Pilotprojekt entsteht deshalb ein Nachhaltigkeits-Check samt Leitfaden für die Durchführung, der im exklusiven Mitgliederbereich des Onlineportals von Chemie³ im dritten Quartal angeboten wird. „Das Pilotprojekt ist ein wichtiger Check für die Pilotunternehmen selbst“, sagt Koch. „Aber vor allem hilft er uns, den Mitgliedern ein gutes und praxistaugliches Instrument zur Verfügung zu stellen.“ ◀



Michael Linnartz
(IG BCE) für
Chemie³ beim
Projektstart

MIT UNTERNEHMENSWERTEN PUNKTEN

Viele kleine und mittelständische Unternehmen sind stark an den Werten und Prinzipien ihrer Eigentümer oder Geschäftsführer orientiert. Es lohnt sich, diese Werte und Handlungsprinzipien verbindlich und schriftlich festzuhalten. Damit geben Unternehmen allen Mitarbeitern einen verlässlichen Rahmen für ihr Handeln – insbesondere wenn Interessenkonflikte auftreten. Menschen arbeiten zudem besonders gern mit anderen zusammen, die ähnliche Werte teilen. Ein klares Unternehmensleitbild hilft damit auch bei der Rekrutierung neuer Talente und stärkt das Engagement der Mannschaft.

TRANSPARENZ UND INTEGRITÄT ALS INVESTMENT

Jedes Unternehmen und jedes Geschäft ist letztlich auch ein Geflecht aus persönlichen Beziehungen. Jede einzelne davon hat Auswirkungen auf den Ruf eines Unternehmens. Umgekehrt beeinflusst der Ruf zukünftige Geschäfte. Um nachhaltig gute Beziehungen zu pflegen, sollten sich Unternehmen gegenüber Kunden, Lieferanten und Behörden transparent und integer verhalten. Das kann vieles bedeuten: vom pünktlichen Begleichen der Rechnungen über verbindlichen Kundenservice bis hin zum Engagement in lokalen Organisationen. Ein offener Austausch über den Werkszaun hinweg schafft Vertrauen und festigt gute Beziehungen.

GUTE ARBEIT STEIGERT LEISTUNG

Wenn Unternehmen sich in besonderem Maße für Jobzufriedenheit, Zukunftsperspektiven und Sozialpartnerschaft engagieren, signalisieren sie, wie sehr sie den Beitrag jedes Einzelnen zum Unternehmenserfolg wertschätzen. Diese Wertschätzung fördert das Engagement, die Loyalität und letztlich auch die Produktivität der Mitarbeiter – oft mehr, als es finanzielle Anreize vermögen. Sie steigert auch die Flexibilität und den Wissensaustausch im Team – etwa wenn es um neue Ideen, Verbesserungen oder Rückmeldungen zu Problemen geht.

NACHBARSCHAFT MITGESTALTEN

Es gibt eine klare Verbindung zwischen einem gesunden Unternehmen und dem Wohlergehen seines gesellschaftlichen Umfelds. Die meisten kleinen und mittleren Unternehmen sind integraler Bestandteil ihrer Kommunen. Häufig engagieren sie sich schon für das Gemeinwohl. Das stärkt das Netzwerk mit lokalen Lieferanten und Kunden. Auch stützt es die Reputation in Medien und Öffentlichkeit und hilft, Fachkräfte zu gewinnen und zu binden. Wer auch gemeinsam mit lokalen Entscheidern soziale Probleme durch Förderung von Ausbildungschancen anpackt, macht den eigenen Standort langfristig attraktiver.

UMWELTSCHUTZ UND RESSOURCENEFFIZIENZ

Gerade beim Umweltschutz lässt sich der wirtschaftliche Nutzen oft direkt beziffern. Eine hohe Energie- und Rohstoffeffizienz macht sich meist unmittelbar bei den Kosten bemerkbar. Ähnliches gilt für das Vermeiden von Abfällen oder die Förderung von Abfallverwertung. Das betrifft längst nicht nur Produktion und Logistik, sondern alles von den Dienstreisen über die Gebäudetechnik bis hin zu Forschung und Entwicklung. Auch angesichts der öffentlichen Diskussion um Klima- und Umweltschutz sowie zukünftiger Regulierung ist jeder Schritt in Richtung Umweltschutz und Ressourceneffizienz deshalb zugleich eine Investition in die Zukunftssicherheit des Unternehmens.