

CSR-KOMPETENZZENTRUM

Angebote für Mittelständler

Das CSR-Kompetenzzentrum Münsterland hat sich zum Ziel gesetzt, Corporate Social Responsibility (CSR) zu fördern – also, nach EU-Definition, die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft. Die Angebote wenden sich an kleine und mittlere Unternehmen der Region. Das Team vermittelt Know-how zur verantwortungsvollen Führung und unterstützt die systematische Integration von CSR – sowohl in Workshops als auch in der anschließenden Verstetigungsphase.

Angebote zum Einstieg ins Thema sind eine Hotline, eine Sprechstunde für Unternehmen sowie die Veranstaltungsreihe „CSR Themen-Dialog“, die auch der Netzwerkbildung dient. Im Juni fanden Veranstaltungen bei der Bernhard Werning Bäckerei Konditorei GmbH & Co. KG in Neuenkirchen und in der SuperBioMarkt AG in Münster statt. Am 10. Juli wird der Dialog bei der Spaleck GmbH & Co. KG in Bochohl fortgesetzt.

Träger des CSR-Kompetenzzentrums ist die Unternehmerinitiative „future e.V. – Verantwortung unternehmen“. Sie engagiert sich seit ihrer Gründung 1986 für die Verbreitung von Leitbildern, Strategien und Instrumenten zur verantwortungsbewussten Unternehmensführung.

Das Kompetenzzentrum wird von Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft unterstützt und mit EU-Mitteln gefördert. Zu den Unterstützern gehört auch die IHK Nord Westfalen.

Ansprechpartner:

Dr. Udo Westermann

Spiekerhof 5

48143 Münster

E-Mail: udo.westermann@future-ev.de

Tel. 0251 9731634

www.csr-muensterland.de

Mit dem E-Bike zum Kunden

Das Druckhaus Dülmen will mit gesellschaftlicher Verantwortung bei Kunden und Mitarbeitern nachhaltig punkten. Unterstützung dabei erhält das Unternehmen kostenfrei von externen Experten.

Hinter der Abkürzung CSR steht ein großer Anspruch: Corporate Social Responsibility (Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen). Das Druckhaus Dülmen will das Thema nicht großen Konzernen überlassen. „Insbesondere der Mittelstand übernimmt auch jetzt schon seine Verantwortung“, sagt Geschäftsführer Ralf Swetlik. Genau deshalb nehmen er und seine Frau Helen an einem Projekt des CSR-Kompetenzzentrums Münsterland teil.

Zurzeit feilen 19 Unternehmen der Region mit Unterstützung des Kompetenzzentrums an ihrer CSR-Strategie. „Wir helfen den kleinen und mittleren Unternehmen, das Thema systematisch anzugehen und innerhalb von 15 Monaten, auf Wunsch mit studentischer Unterstützung der FH Münster, ein stimmiges Konzept zu entwickeln“, erklärt Leiter Dr. Udo Westermann den Auftrag des Kompetenzzentrums, das als Projekt der Unternehmerinitiative future e.V. aus EU-Mitteln gefördert wird. Vier CSR-Handlungsfelder sind definiert: „Arbeitsplatz und Mitarbeiter“, „Produktverantwortung und Markt“, „Gemeinwesen und bürgerschaftliches Engagement“ sowie „Betrieblicher Umweltschutz“. In Workshops können die Teilnehmer in fachli-

cher Begleitung die für sie wesentlichen CSR-Themen identifizieren. In kleinen Runden wird dann über die Stoßrichtung einzelner Konzepte diskutiert – damit am Ende jede Maßnahme zu Profil und Philosophie des jeweiligen Unternehmens passt.

Die Selbstbewertung im ersten CSR-Workshops hat ergeben, dass das Druckhaus Dülmen im betrieblichen Umweltschutz bereits gut aufgestellt ist. Dass er

gleichwohl immer weiter ausgebaut wird, hat viel mit dem persönlichen Verantwortungsbewusstsein des Inhaber-Ehepaars zu tun. „Es geht um die Zukunft kommender Generationen, wir haben selbst vier Kinder“, begründet Helen Swetlik die zahlreichen Maßnahmen, die das Druckhaus Dülmen zur Ressourcenschonung und zum Klimaschutz umsetzt. Sie reichen von der Investition in klimafreundliche Maschinen über die Verwendung von Recyclingpapieren bei den Druckaufträgen bis zur



Mittelstand übernimmt Verantwortung

Corporate Social Responsibility ist kein Vorrecht großer Konzerne. Wie kleine und mittlere Unternehmen aus Nord-Westfalen gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, zeigt der Wirtschaftsspiegel in einer Artikelserie beispielhaft auf. In dieser Ausgabe:

Druckhaus Dülmen



Dr. Udo Westermann (l.) unterstützt Helen und Ralf Swetlik dabei, ein Konzept für Corporate Social Responsibility in den Unternehmensalltag des Druckhauses Dülmen zu integrieren.

Foto: Grundmann/IHK

CO₂-neutralen Stromversorgung. Sogar das Hosting für die Internetpräsenz ist laut Website CO₂-neutral.

Grundbereitschaft gefragt

Wie ein „grüner Faden“ zieht sich das Thema Umweltschutz durch die Druckerei. Und doch hat sie ihr Potenzial in diesem Handlungsfeld noch nicht ganz ausgeschöpft. Der erste Teil der CSR-Workshops, die Selbstbewertung, hat gezeigt, wo das Unternehmen nachlegen kann: im Marketing. „Uns ist klar geworden, dass wir unsere Stärken rund um die Nachhaltigkeit noch besser herausstellen und den Kundennutzen, den unsere Leistungen bringen, noch transparenter machen müssen“, sagt Ralf Swetlik.

Mit einem Beispiel erklärt er, welche Effekte mit guter Kommunikation zu erreichen sind. So hat das Druckhaus einem Kunden empfohlen, ein geplantes Mitarbeitermagazin komplett klimaneutral produzieren zu lassen. Das Hauptargument: Neben dem Umweltschutz werde auch die Identifikation der Belegschaft mit dem Unternehmen und somit die Arbeitgebermarke gefördert. „Der Kunde hat die Idee mit Begeisterung aufgegriffen“, berichtet Ralf Swetlik.

„CSR schafft Mitarbeiteridentifikation und bietet zudem viele weitere Ansätze, um Alleinstellungsmerkmale und Wettbewerbsvorteile herauszuarbeiten“, bestätigt Dr. Udo Westermann. In reinen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen allein will er die Effekte aber nicht fassen, die CSR generiert. „Nicht der Markt ist in diesem Bereich der Treiber Nummer eins, sondern die Grundbereitschaft, sich zu engagieren“, erklärt der Projektleiter und fügt an: „In den Workshops überlegen wir dann, wie die Unternehmen Nachhaltigkeit wirtschaftlich darstellen können.“ Das Druckhaus Dülmen zeigt, dass eine Maßnahme von hohem Symbol- und Nutzwert auch ohne den ganz tiefen Griff ins Portemonnaie realisiert werden kann. Es investiert in einen neuen Lasten- und Imageträger, der sehr gut zum Unternehmen und zum Standort Münsterland passt: Mit einem elektrisch betriebenen Cargo-Fahrrad sollen bald Kunden im Nahbereich konsequent klimaneutral beliefert werden.

Doch ist CSR nicht nur eine Frage der Finanzen: Der Zeitaufwand kann für KMU zur größten Herausforderung werden. „Wir haben viel zu tun, und müssen ganz schön jonglieren, um die Aufgaben ins Tagesgeschäft zu integrieren“, sagt Helen

Swetlik und fügt hinzu: „Das Thema CSR selbst ist eine Haltung, und sie fließt immer mit ein“.

Genau das fordert das Kompetenzzentrum Münsterland: Unternehmen, die das Unterstützungsangebot nutzen wollen, verpflichten sich, zwischen den Workshops CSR-Hausaufgaben zu erledigen. „Unternehmerisch zu handeln heißt, auch unter Zeitdruck Führung und Verantwortung zu übernehmen“, betont Westermann. Seiner Erfahrung nach gibt es keine bessere Voraussetzung für die Entwicklung einer CSR-Strategie, als ein brummandes Geschäft.

Von anderen lernen

Helen und Ralf Swetlik jedenfalls wollen die erforderliche Zeit freischaufeln und zudem Mitarbeiter in die Konzeption und in die Workshops einbinden. „Weil CSR uns weiterbringt“, begründet Helen Swetlik die Investition und ergänzt: „Außerdem machen die Workshops Spaß, weil wir voneinander lernen können.“ Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit, habe sich in den Runden entwickelt, berichtet sie. „Wir treffen uns in den Firmen, machen dort auch eine Betriebsführung“, erzählt die Unternehmerin und spricht somit einen wichtigen Punkt der Projektagenda an. „Vernetzen und Praxisbeispiele kennenlernen“, nennt ihn Dr. Udo Westermann.

Ein neues CSR-Ziel hat sich das Druckhaus Dülmen bereits gesteckt. Es liegt im Bereich „Arbeitsplatz und Mitarbeiter“: Helen und Ralf Swetlik haben beschlossen, die Verantwortlichkeiten im Betrieb noch klarer zu definieren. „Damit alle wissen, wo sie in der Prozesskette stehen, die Aufgaben zu jeder Zeit klar sind, und es am Ende nicht eng und stressig wird“, erklärt Ralf Swetlik, der somit erneut Mitarbeiterorientierung und Kundennutzen zusammenführt. Das Thema hat eben viele Facetten, die auch vom Markt aus gut zu sehen sind.

DOMINIK DOPHEIDE