

Verantwortliches Unternehmertum - Fragebogen



Europäische Kommission
Generaldirektion Unternehmen

1. Einleitung

Dieser Fragebogen bietet Anregungen für das verantwortliche Unternehmertum Ihrer Firma durch Fragen zu den unterschiedlichen Bereichen, in denen Sie Ihr Unternehmen erfolgreich und sinnvoll verbessern können. Der Fragebogen hilft Ihnen auch dabei, weitere Maßnahmen zu identifizieren, die Sie unternehmen können, um Ihr Unternehmen, seine Image und seine Leistung zu verbessern.

Für den Fragebogen benötigen Sie ca. 10 Minuten. Kreuzen Sie die für Sie und Ihr Unternehmen geeigneten Antworten an – allein zu Ihrer eigenen Information. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten; die Fragen sollen vielmehr anregen, über Maßnahmen nachzudenken, die Sie umsetzen können. Auf den ausgefüllten Fragebogen können Sie auch später wieder zurückkommen; er soll nicht eingereicht oder von den Veranstaltern der Konferenz eingesammelt werden.

2. Strategien am Arbeitsplatz

1. Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter bei der Entwicklung ihrer Fähigkeiten und langfristiger beruflicher Perspektiven (z.B. durch ein Verfahren zur Leistungsbewertung, einen Weiterbildungsplan)?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
2. Haben Sie ein Verfahren, um sicherzustellen, dass jeglicher Diskriminierung – sowohl am Arbeitsplatz als auch bei der Einstellung – entgegengewirkt wird (z.B. gegen Frauen, ethnische Gruppen, Behinderte, etc.)?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
3. Beziehen Sie Ihre Mitarbeiter in die Entscheidungsfindung bei wichtigen Angelegenheiten ein?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
4. Gibt es in Ihrem Unternehmen geeignete Regeln für Gesundheitsschutz, Sicherheit und allgemeines Wohlbefinden, die Ihren Mitarbeitern ausreichend Schutz bieten?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
5. Bietet Ihr Unternehmen seinen Mitarbeitern die Möglichkeit, Beruf und Privatleben miteinander zu vereinbaren – beispielsweise durch flexible Arbeitszeiten oder Heim- bzw. Telearbeit?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>

Wie gute Strategien am Arbeitsplatz zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen können

Der langfristige Erfolg Ihres Unternehmens und Ihre Möglichkeiten als Unternehmer hängen oft von Wissen, Fähigkeiten, Talent, Innovation und Kreativität und – insbesondere – der Motivation Ihrer Mitarbeiter ab. Wenn Ihr Unternehmen wächst, brauchen Sie Menschen, auf die Sie sich verlassen und an die Sie Aufgaben abgeben können, so dass das Unternehmen wachsen kann.

Die Einhaltung der Arbeitsgesetze sowie der Vorschriften über Gesundheitsschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz sichern zwar die grundlegenden Rechte der Arbeitnehmer. Ein erkennbares Engagement zur Verbesserung ihrer Arbeitszufriedenheit, beruflichen Entwicklung und ihres persönlichen Wohlbefindens hingegen zeigt, dass Sie sie auch als Individuen wahrnehmen – und ihren Beitrag für Ihr Unternehmen schätzen. Sie werden im Gegenzug von Ihren Mitarbeitern Ideen, Einsatz und Treue erfahren, was wiederum Ihren unternehmerischen Erfolg fördert.

Mitarbeiter stehen in den meisten Unternehmen 'an der Front' und können Probleme – und Lösungen – häufig vor Ihnen sehen. Wenn Sie sicherstellen, dass sie die Ziele und Arbeitsweise Ihres Unternehmens verstehen und dass sie ihre Ideen einbringen können, werden sie Sie dabei unterstützen, Wandel und Entwicklung im Unternehmen besser zu bewältigen.

Dies sind einige Tipps, die Ihnen helfen sollen, eine gute 'interne Partnerschaft' mit Ihren Mitarbeitern zu entwickeln:

- Stellen Sie eine Vertrauensbasis zwischen Führungskräften und Mitarbeitern sicher;
- Besprechen Sie auch Angelegenheiten des Unternehmens mit Ihren Mitarbeitern (sofern sinnvoll) und streben Sie ihre Mitarbeit bei den für das Unternehmen relevanten Themen an;
- Überlegen Sie, inwiefern die berufliche Entwicklung und Weiterbildung Ihrer Mitarbeiter langfristig auch für Ihr Unternehmen vorteilhaft sein kann.

Funktionierende interne Partnerschaften schaffen auch Verhältnisse, die die Flexibilität Ihres Unternehmens und die Kommunikation zwischen den Mitarbeitern verbessern. Motivierte Angestellte sind in der Regel beständige, zufriedene Mitarbeiter – und unterstützen die Begründung eines guten Images des Unternehmens.

3. Strategien für die Umwelt

6. Haben Sie etwas unternommen, um die Umwelteinflüsse Ihres Unternehmens zu reduzieren? Z.B. in den Bereichen:
<ul style="list-style-type: none"> ○ Energieeinsparung?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Abfallminimierung und Recycling?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Abfallvermeidung (z.B. Emissionen in Luft und Wasser, flüssige Abfälle, Lärm)?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Schutz der natürlichen Umgebung?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ sinnvolle Transportalternativen?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>
7. Kann Ihr Unternehmen Geld sparen durch Verringerung seiner Umwelteinflüsse (z.B. durch Recycling, verringerten Energieverbrauch, Vermeidung von Verschmutzung)?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>
8. Beachten Sie auch die möglichen Umwelteinflüsse, wenn Sie neue Produkte und Dienstleistungen entwickeln (z.B. Bewertung des Energieverbrauchs, Wiederverwertbarkeit oder Immissionen)?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>
9. Stellt Ihr Unternehmen seinen Kunden, Zulieferern oder der örtlichen Gemeinde klare Informationen zur Verfügung über die Umweltbelastungen, die von Ihren Produkten, Dienstleistungen und Aktivitäten ausgehen?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>
10. Wissen Sie, inwiefern die Nachhaltigkeit der Produkte und Dienstleistungen Ihrem Unternehmen einen Vorsprung gegenüber seinen Mitbewerbern bringen könnte (z.B. Wiederverwertbarkeit der Produkte, Energieeffizienz etc.)?
<p>Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/></p>

Wie gute Strategien für die Umwelt zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen können

Die Gesellschaft - und damit auch Ihre Kunden – machen sich Sorgen über lokale und globale Umweltschäden. Gute Leistungen im Umweltschutz hingegen können sich auch finanziell lohnen. Energieeffizienz, Vermeidung von Immissionen, Abfallminimierung und Recycling können zu deutlicher Kostensenkung im Betrieb führen – wie auch zu anderen Vorteilen, wie z.B. zur Verbesserung des Verhältnisses mit der örtlichen Gemeinde, der Motivation der Mitarbeiter und Zufriedenheit der Kunden. All diese Vorteile tragen mit Sicherheit auch zum langfristigen Erfolg Ihres Unternehmens bei.

Alle Unternehmen – unabhängig von Größe oder Branche – können positive und negative Auswirkungen auf die Umwelt haben; letztere beispielsweise entstehen durch direkten oder indirekten Verbrauch von Energie und Ressourcen, die Erzeugung von Abfall und Schadstoffen und die Zerstörung der natürlichen Umwelt.

Obwohl in kleineren Unternehmen die Möglichkeiten zur Verringerung negativer Umweltauswirkungen begrenzt sein können, kann jeder Betrieb einen Beitrag leisten durch die Verringerung des Energieverbrauchs, durch Abfallminimierung und Recycling von Materialien. Geringfügige Verbesserungen vieler kleiner Unternehmen können ebenfalls – insgesamt gesehen – einen großen Unterschied machen.

 4. Strategien für den Markt

11. Gibt es in Ihrem Unternehmen ein System um Offenheit und Qualität in allen Verträgen, Aktivitäten und der Werbung sicherzustellen (z.B. eine faire Beschaffungsstrategie, Maßnahmen für den Verbraucherschutz etc.)?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
12. Bietet Ihr Unternehmen richtige und vollständige Informationen und Kennzeichnung für Produkte, Dienstleistungen und nachvertragliche Verpflichtungen an?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
13. Stellt Ihr Unternehmen die rechtzeitige Bezahlung der Rechnungen von Lieferanten und Subunternehmern sicher?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
14. Hat Ihr Unternehmen Vorkehrungen getroffen um Feedback, Konsultation und/oder den Dialog mit Kunden, Zulieferern und anderen Geschäftspartnern sicherzustellen?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
15. Erfasst und löst Ihr Unternehmen Beschwerden von Kunden, Zulieferern und Geschäftspartnern?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
16. Kooperiert Ihr Unternehmen mit anderen Unternehmen oder Organisationen um verantwortliches Unternehmertum zu thematisieren?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>

Wie gute Marktstrategien zum Erfolg ihres Unternehmens beitragen können

Unternehmen sind im Grunde 'menschliche' Organismen, die auf einem Netzwerk interner und externer Beziehungen zum beiderseitigen Vorteil aufbauen. Die Pflege dieser Beziehungen ist für den Unternehmenserfolg oft von großer Bedeutung – von guten Beziehungen zu Kunden und Zulieferern gewinnen beiden Seiten.

Gute Netzwerke sind Erfolgsgaranten; durch Erfahrungsaustausch mit Zulieferern, Kunden, anderen Unternehmen und regionalen Unternehmensverbänden können Sie die Leistung Ihres Unternehmens verbessern. Beispiele anderer Unternehmen können Ihnen helfen, Ihre eigenen Geschäftsziele zu erreichen; ebenso können Sie andere Unternehmen unterstützen, indem Sie Ihr Wissen weitergeben.

Um das Image Ihres Unternehmens zu wahren, ist es wichtig, dauerhaft in allen beruflichen Beziehungen 'das Richtige' zu tun. Ein gutes Ansehen können Sie z.B. erwerben, indem Sie Ihre Kunden zufrieden stellen, Rechnungen pünktlich bezahlen und grundsätzlich ethische Geschäftspraktiken einhalten. Erfolg am Markt ist eng mit dem 'guten Ruf' verbunden.

 **5. Strategien für das Gemeinwesen**

17. Bietet Ihr Unternehmen Ausbildungsmöglichkeiten für die örtliche Gemeinde (z.B. Ausbildungsplätze für Jugendliche oder benachteiligte Gruppen)?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
18. Führen Sie einen offenen Dialog mit der örtlichen Gemeinde über strittige oder schwierige Angelegenheiten, die Ihr Unternehmen betreffen (z.B. Abfälle auf dem Gelände oder Fahrzeuge, die Straße oder Gehwege blockieren)?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
19. Bezieht Ihr Unternehmen Vorräte oder Vorprodukte vorzugsweise vor Ort?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
20. Ermutigen Sie Ihre Mitarbeiter, sich in der örtlichen Gemeinde zu engagieren (z.B. durch Freistellung oder fachliche bzw. praktische Unterstützung)?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
21. Unterstützt Ihr Unternehmen regelmäßig örtliche Aktivitäten und Projekte finanziell (z.B. Spenden oder Sponsoring)?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>

Wie gute Strategien für das Gemeinwesen zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen können

Es besteht eine deutliche Verbindung zwischen einem gesunden und profitablen Unternehmen und dem Wohlergehen der Gemeinde. Die meisten kleinen Unternehmen sind ein integraler Bestandteil der Gemeinde und sind aktiv eingebunden in örtliche Initiativen und Aktivitäten. Daraus ergeben sich verschiedene Vorteile:

- wertvolle Netzwerke und Beziehungen zu anderen örtlichen Unternehmen
- gesteigerte Anerkennung und Wertschätzung durch Kunden
- verbessertes Ansehen des Unternehmens
- größere Mitarbeiterzufriedenheit, leichtere Anwerbung

Ein guter Nachbar zu sein bedeutet jedoch nicht nur, Respekt für andere in Ihrer unmittelbaren Umgebung zu zeigen. Unterstützung für die Gemeinde kann viele Formen annehmen – beispielsweise Sponsoring oder die Bereitstellung von Zeit oder Erfahrung. Weitere Beispiele sind die Teilnahme in örtlichen Sport-, Bildungs- oder Kulturinitiativen. Auch die Unterstützung sozialer Themen wie Verbrechensverhütung oder Abbau von Langzeitarbeitslosigkeit in Ihrer Region kann langfristig auch zu wirtschaftlichem Erfolg Ihres Unternehmens beitragen.

Aktive Mitarbeit in der örtlichen Gemeinde kann Ihnen auch dabei helfen, neue Märkte, Kunden oder Geschäftsgelegenheiten zu identifizieren, Kontakte mit örtlichen Verwaltungen und Meinungsführern auszubauen und neue Partnerschaften mit anderen Unternehmen in Gemeindeprojekten einzugehen.

Versuchen Sie, Maßnahmen auszuwählen, die zur Ihren Unternehmenszielen passen (z.B. Aktivitäten, die potenzielle Kunden interessieren, oder die dem Schulungs- und Beschäftigungsbedarf Ihres Unternehmens entgegen kommen), die für Ihre örtliche Gemeinde von Bedeutung sind, die Ihre Mitarbeiter einbeziehen und die im Rahmen ihrer Möglichkeiten liegen.

 **6. Strategien für die Unternehmenswerte**

22. Haben Sie Ihre Unternehmenswerte und Verhaltensregeln klar festgelegt?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
23. Teilen Sie Ihre Unternehmenswerte Ihren Kunden, Geschäftspartnern, Lieferanten und anderen Interessenten mit (z.B. in Verkaufspräsentationen, Werbematerial oder informeller Kommunikation)?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
24. Kennen Ihre Kunden Ihre Unternehmenswerte und Verhaltensregeln?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
25. Kennen Ihre Mitarbeiter Ihre Unternehmenswerte und Verhaltensregeln?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>
26. Schulen Sie Ihre Mitarbeiter in der Bedeutung Ihrer Unternehmenswerte und Verhaltensregeln?
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Teilweise <input type="checkbox"/> Weiß ich nicht <input type="checkbox"/> Nicht zutreffend <input type="checkbox"/>

Wie gute Strategien für die Unternehmenswerte zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen können

Die meisten kleinen Unternehmen 'machen's richtig' – oder jedenfalls eine Menge richtiger Dinge. Kleine und mittlere Unternehmen spiegeln häufig die Werte und Prinzipien ihres Inhabers wieder. Aber nur wenige Unternehmen haben ihre Werte in Form von Verhaltensregeln oder in einem Unternehmenscode formuliert, oder jedenfalls eine Reihe einfacher Regeln ausgearbeitet, die die Visionen, Werte, Verantwortlichkeiten und Ziele des Unternehmens wiedergeben.

Ihre Werte zu formulieren und zu kommunizieren wird Ihnen und Ihren Mitarbeitern helfen, diesen Werten treu zu bleiben und das Ansehen Ihres Unternehmens zu kräftigen. Sie werden ein Instrument an der Hand haben, um Ihren Willen den Personen und Partnern, mit denen Sie arbeiten, zu erläutern. Menschen arbeiten gerne für und mit anderen, deren Werte sie teilen; dies kann Ihnen also helfen, neue Mitarbeiter anzuwerben und Kunden, Lieferanten und Investoren zu finden, die Ihre Prinzipien unterstützen.

Achten Sie darauf, dass Ihre Unternehmensstrategie wirklich Ihr Unternehmen und sein Umfeld betrifft. Sie sollten hohe Arbeitsplatzstandards vertreten und die Interessen und Sorgen Ihrer Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und der örtlichen Gemeinde positiv aufgreifen.

Die Werte klar definiert zu haben ist ein Anfang. Ihre Werte sollten grundsätzlich klare und sichere Hilfestellungen für schwierige Situationen und Interessenskonflikte geben. Das beste Ergebnis werden Sie erreichen, wenn Sie andere von Ihrem Einsatz für die Unternehmensstrategie überzeugen können, indem Sie:

- persönlich überzeugen;
- mit Menschen diskutieren; und
- Ihre Werte intern und extern kommunizieren.

Die zentralen Werte und Prinzipien eines Unternehmens – und sein diesbezügliches Engagement – sind untrennbar mit seinem Image verbunden.