

Nutzen und Aufwand bei einer CSE Zertifizierung

Nutzen

Wettbewerbsfähigkeit

- Gutes Image durch die höchste Verbindlichkeit der Nachhaltigkeitsausrichtung, die es zur Zeit auf dem Markt gibt.
- Durch das Label besteht die Möglichkeit die nachhaltige Ausrichtung glaubhaft am Point of Sale an den Endverbraucher zu kommunizieren.¹ Zertifizierung ist verdichtetes Marketing!
- Starke Positionierung und Profilierung als nachhaltiges Unternehmen.
- Vorreiterrolle. Nachhaltigkeit in der Wirtschaft wird auch zunehmend von der Politik gefordert. Wer jetzt einsteigt, ist später ganz weit vorne. „Nachhaltigkeit muss immer stärker zum Markenzeichen des Wirtschaftens werden.“² (Der CSE Standard wird auch weiterentwickelt, hier später einzusteigen kann evtl. mehr Aufwand in der Vorbereitung der Zertifizierung nach sich ziehen.)
- Höhere Attraktivität bei Auftraggebern, bzw. B2B-Kunden
- Effekte nachhaltigen Wirtschaftens: Krisenresistenter, innere Stabilität durch MA-Zufriedenheit, etc.
- Langfristig wird der CSE Standard an das EFQM (Qualitätsmanagement zur Excellence) angepasst werden, somit sind zertifizierte Unternehmen auch gleich auf dem Weg der Excellence.

Kosteneinsparung

- Transaktionskosten bei dauerhaften Geschäftsbeziehungen³
- Energiekosten⁴
- Transportkosten bei regionalen Geschäftsbeziehungen
- Personalkosten durch Minderung der Fehltag, Fluktuation, Dienst nach Vorschrift⁵
- Nachhaltigkeitsbericht durch Veröffentlichung der Maßnahmenbeschreibung inbegriffen.

Umsatzsteigerung

- Ethischer Konsum ist in den letzten 2 Jahren um 15 Prozentpunkte gestiegen⁶ => Großes Potential für ethisch korrekte Güter

¹ Die typischen langen CSR-Berichte kommunizieren am Kunden vorbei. „Wenn man jemanden mit Daten überschüttet, gibt man ihm de facto nichts.“ (Antonio Vaccaro, akademischer Direktor der IESE Business School Barcelona in „Piraten an Bord“, enorm April/Mai 2012, S. 26)

² Nationale Nachhaltigkeitsstrategie Fortschrittsbericht 2012, S. 197

³ Sicher bestehen schon dauerhafte Geschäftsbeziehungen. Dies würde sich bei Unternehmen auswirken, die langfristige Handelsbeziehungen einführen möchten.

⁴ Evtl. akkumulieren sich Investitionskosten erst in einigen Jahren. Das müsste man individuell betrachten.

⁵ Beträge in diesem Bereich sind sehr schwierig zu beziffern. Gedanke ist: Wenn MA zufrieden, dann mehr Identifikation mit Unternehmen, dann bessere Arbeitsleistung, weniger Fehltag und weniger Fluktuation. 1 Fehltag kostet ein Unternehmen ca. 409,- €, Fluktuationskosten im unteren Management werden auf ca. 30 bis 50% eines Jahresgehaltes geschätzt, im leitenden Management sogar auf 400%!

⁶ <http://www.ottogroup.com/media/docs/de/studien/Otto-Group-Trendstudie-2011-Verbauchervertrauen.pdf>

Aufwand

- Dokumente zusammensuchen – je nach Unternehmen unterschiedlicher Zeitaufwand. (Dies fällt bei der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes ohnehin an.)
- Gegebenenfalls Wechsel des Stromanbieters
- Gegebenenfalls Erstellen von Dokumenten
- Gegebenenfalls Aktualisieren des QMH
- Ziele definieren. (Dies kann dazu genutzt werden, Mitarbeiter mit einzubeziehen.)

Kosten

CSE Teilnahme und Lizenznutzung jährlich je nach Anzahl der Vollzeitstellen-Äquivalente, max. 6.000,- € ab 101 Vollzeitstellen-Äquivalent

Kosten der Zertifizierung je nach Aufwand und Vorbereitung des Audits, jährlich entsprechend einer NaTrue Zertifizierung.

Kontakt: Sophie v. Lilienfeld-Toal

sophie.lilienfeld@angewandte-wirtschaftsethik.org



GfaW Gesellschaft für
angewandte Wirtschaftsethik UG (haftungsbeschränkt)
HRB 2902
Steuernummer: 25 234 40288
Geschäftsführerin:
Dipl. Ing. Sophie v. Lilienfeld-Toal

Waldisstrasse 24,
37242 Bad Sooden-Allendorf
05652/587806
sophie.lilienfeld@angewandte-wirtschaftsethik.org
www.angewandte-wirtschaftsethik.org

Bankverbindung:
GLS Bank
Kto Nr. 4038637400
BLZ 43060967
BIC: GENODEM1GLS
IBAN: DE61 4306 0967 4038 6374 00