DIE ERFAHRUNG VON MANUTAN: EINE GELEBTE UND SCHRITTWEISE ENTWICKELTE CSR-STRATEGIE

Die CSR-Strategie ist heute ein zentraler Hebel für die Leistungsfähigkeit und Widerstandsfähigkeit von Unternehmen. Indem sie ihre sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Verpflichtungen strukturiert angehen, verwandeln Organisationen die Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung in konkrete, messbare und wertschöpfende Maßnahmen für alle ihre Stakeholder.

WARUM JETZT HANDELN?

Kennzahlen

+10 PUNKTE

Leistungslücke zwischen Unternehmen, die nur einmal bewertet wurden, und solchen, die mehrere Verbesserungszyklen durchlaufen haben.[1]

75%

der erstmals bewertete Unternehmen weisen erhebliche Lücken im Bereich der nachhaltigen Beschaffung auf.[1]

27%

der Unternehmen, die sich langfristig engagieren, erreichen ein fortgeschrittenes Niveau der CSR-Leistung.[1]

[1] *Quelle: EcoVadis — Globaler Nachhaltigkeitsrisiko- und Leistungsindex für Lieferketten 2025.*

WAS IST EINE CSR-STRATEGIE?

Unternehmerische Sozialverantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) bedeutet, soziale, ökologische und wirtschaftliche Herausforderungen freiwillig in den Mittelpunkt der Entscheidungen, Aktivitäten und der Unternehmensführung zu stellen – im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses.

Es ermöglicht die Umsetzung der globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung in konkrete operative Maßnahmen, die an die Realität und den Einflussbereich jeder einzelnen Organisation angepasst sind.

DIE 6 SÄULEN DER CSR

ISO 26000 STANDARD

Menschenrechte

Achtung der Grundrechte, Sorgfaltspflicht in der Lieferkette und Bekämpfung von Diskriminierung.

Arbeitsbedingungen und Qualität des Arbeitslebens

Gesundheit und Sicherheit, Wohlbefinden der Mitarbeitenden, Inklusion, Engagement sowie Kompetenzentwicklung.

Umwelt

Reduzierung des CO2-Fußabdrucks, Ressourcenmanagement, Erhalt der Biodiversitt, Kreislaufwirtschaft.

Ethik der Praktiken

Korruptionsbekämpfung, verantwortungsvolle Geschäftspraktiken und transparente Unternehmensführung.

Bedenken der Verbraucher

Sichere und verantwortungsvolle Produkte, transparente Informationen, Kundenzufriedenheit und Vertrauen.

Lokale Entwicklung und Gemeinschaften

Territoriale Verankerung, lokale Partnerschaften sowie Beitrag zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung.

WARUM BRAUCHT ES HEUTE EINE KLARE CSR-STRATEGIE?

Leistungsfähigkeit und Resilienz

Eine strukturierte CSR-Strategie ermöglicht ein besseres Management sozialer, ökologischer und operativer Risiken, die frühzeitige Antizipation regulatorischer Entwicklungen sowie die Identifizierung neuer Hebel für Innovation und Effizienz.

Interne Einbindung und externe Differenzierung

CSR stärkt das Engagement der Mitarbeitenden, erhöht die Attraktivität als Arbeitgeber und stellt einen wichtigen Differenzierungsfaktor gegenüber Kunden und Partnern dar – insbesondere bei Ausschreibungen, die verantwortungsbezogene Kriterien berücksichtigen.

AUFBAU EINER WIRKSAMEN UND UMSETZBAREN CSR-STRATEGIE

01. ANALYSE & HERAUSFORDERUNGS-MAPPING

ESG-Auswirkungen und Stakeholder identifizieren

02. PRIORISIERUNG & KENNZAHLEN

Klare Handlungsfelder definieren und messbare KPIs festlegen.

03. GEMEINSAM ERARBEITETER AKTIONSPLAN

Funktionen einbeziehen und CSR in Prozesse integrieren

04. STEUERUNG & KONTINUIERLICHE VERBESSERUNG

Überwachen, anpassen und kontinuierlich kommunizieren.

DAS MANUTAN-ERLEBNIS

Eine gelebte und zukunftsorientierte CSR-Strategie

Bei Manutan ist die CSR-Strategie fest im Zentrum der Unternehmensführung und der Geschäftstätigkeiten verankert. Das Unternehmen stützt sich auf anerkannte Rahmenwerke wie die EcoVadis-Zertifizierung, um seinen Ansatz zu strukturieren, zu steuern und kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Diese Strategie wird durch konkrete Maßnahmen umgesetzt, wie die Entwicklung nachhaltiger Produkte, die Optimierung einer verantwortungsvollen Logistik, Initiativen zur Förderung von Inklusion sowie eine engagierte nachhaltige Beschaffungspolitik.