



Validierungsverfahren für Unternehmen

Allgemeines

Der Fragebogen/Kriterienkatalog wurde in Zusammenarbeit mit **SERI** (Sustainable Europe Research Institute) und **ALLPLAN** (beide mit Sitz in Wien), einem internationalen Beratungsunternehmen aus den Bereichen Energie- und Umweltmanagement, sowie den österreichischen Jurymitgliedern entwickelt.

Das **GREEN BRAND Gütesiegel** stellt sicher, dass die ausgezeichneten Marken wirklich umweltfreundlich und nachhaltig sind und trägt somit zum Schutz von Umwelt, Natur und Klima sowie zur Erhaltung unserer wertvollen natürlichen Ressourcen bei. Das **GREEN BRAND Gütesiegel** und der gesamte Bewertungsprozess sind seit dem 27. November 2019 eine **eingetragene EU-Gewährleistungsmarke** der **GREEN BRANDS Organisation GmbH** und damit sind die Urheberrechte gesetzlich geschützt!

Die **GREEN BRANDS Organisation GmbH** ist streng neutral und unabhängig. Sie steht nicht im Wettbewerb mit den Lieferanten von Waren oder Dienstleistungen. Die Entscheidung, ob die Prüfkriterien erfüllt werden, kann nicht durch separate Geldzuweisungen beeinflusst werden.

Die **GREEN BRANDS Organisation GmbH** besitzt die weltweiten Urheberrechte für das gesamte Bewertungsverfahren inklusive Kriterienkatalog/Fragebogen! Missbrauch oder unbefugte Nutzung werden strafrechtlich verfolgt!

Vertraulichkeit

Alle Angaben des Fragebogens werden absolut vertraulich behandelt. Die Erkenntnisse und Daten werden nur vom Sachbearbeiter des Validierungsverfahrens sowie einem kleinen Kreis des **GREEN BRANDS** Managements und den Jury-Mitgliedern eingesehen. – All diese Personen unterliegen der absoluten Schweigepflicht.

Verpflichtung des Unternehmens

Das Unternehmen verpflichtet sich zu absolut wahrheitsgemäßen Angaben und ist bereit, auch eine stichprobenweise Überprüfung der Angaben – vor Ort - zu gestatten. Eventuelle Nachfragen zu Angaben sowie der Nachweis von Dokumenten (Zertifizierungen, Messergebnisse etc) werden vom Unternehmen akzeptiert. Beweisbare, vorsätzliche Falschangaben führen zum sofortigen Ausschluss am Verfahren und im Falle einer Auszeichnung auch nachträglich zur Aberkennung!

Auswertung

Das Unternehmen erhält in jedem Fall eine transparente Auswertung der Validierung mit Offenlegung der erreichten Punkte/Prozente.

Das Ergebnis darf jedoch weder vom Unternehmen noch von **GREEN BRANDS** öffentlich kommuniziert werden! – Es soll damit ein etwaiger Wettbewerb der Rangfolge vermieden werden, was zu Verunsicherungen in der Bevölkerung führen könnte.

Mit Erreichen und Übertreffen der **Benchmark von 51 %** des **GREEN BRANDS Index** besteht die Chance zur Auszeichnung bzw. Verleihung des Gütesiegels! Endgültig Entscheidung darüber hat jedoch die unabhängige Jury!

GREEN BRANDS Organisation GmbH

Wacholderbergstr. 29 * 90587 Veitsbronn (bei Nürnberg) * **Germany**
Geschäftsführer / Managing Directors: Norbert Lux, Manlio Celotti
Handelsregister/Trade Register: AG Fürth HRB 15512 * USt-IdNr.: DE305182339
Website: www.Green-Brands.org

Austria

Knollgasse 1a
1170 Wien
Tel.: +43 (0)1-486 30 05
E-Mail: office@Green-Brands.org
Website: www.Green-Brands.org

Czech Republic and Slovakia

Kontakt: Agneša Gašperanová
Karmelitská 18
118 00 Praha
Tel.: +420 228 883 583
E-Mail: czech@Green-Brands.org
Website: www.Green-Brands.cz

Hungary

Kontakt: Agneša Gašperanová
Keleti Károly utca 13/B
1024 Budapest
Tel.: +36 1 781 9483
E-Mail: hungary@Green-Brands.org
Website: www.Green-Brands.hu

Germany

Wacholderbergstr. 29
90587 Veitsbronn (bei Nürnberg)
Tel.: +49 (0)911 - 97 99 5 99
E-Mail: office@Green-Brands.org
Website: www.Green-Brands.org

Switzerland

Kontakt: Peter Jossi
Murbacherstrasse 34
4056 Basel
Tel.: +41(0)61-322 03 675
E-Mail: Peter.Jossi@Green-Brands.org
Website: www.Green-Brands.org

Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche Form steht.

Daten zum Unternehmen

Name des Unternehmens

Adresse (Straße/PLZ)

Branche

Beschreibung des
Geschäftszweckes

Rechtsform

Anzahl Mitarbeiter (inklusive
geleaste Mitarbeiter) in
Vollzeitäquivalent

Jahresumsatz des
Unternehmens

Kontaktperson/ Funktion

e-mail

Telefon

Das Angeben einer Kontaktperson dient zur Klarifizierung missverständlicher bzw. fehlender Daten, die für die Auswertung des Fragebogens notwendig sind. Aus diesem Grund soll diese Person für die Analysegruppe leicht erreichbar sein.

Gibt es nennenswerte Unternehmensverflechtungen oder Mehrheitseigentümer?

Warum soll **Ihr Unternehmen** die Auszeichnung bzw. das Gütesiegel **GREEN BRANDS** für besonders ökologische Unternehmen erhalten? (max. 1000 Zeichen)

Bitte stellen Sie sicher, dass Ihr Unternehmen die auf unserer Website kommunizierten Ausschlusskriterien erfüllt. Bitte erläutern Sie Ihre Einhaltung der Ausschlusskriterien und bestätigen diese Einhaltung. (max. 1000 Zeichen)

Bitte weisen Sie auf etwaige Gesetzesverstöße und gerichtsanhängige Klagen hin!

Fragebogen Teil I

Der Fragebogen Teil 1 dient zur Selbsteinschätzung Ihrer ökologischen Aktivitäten im Vergleich zum üblichen Standard in Ihrer Branche. Sie haben die Möglichkeit Ihre Auswahl mit maximal 2000 Zeichen zu begründen.

Die Jury bewertet schlussendlich, ob die Begründung Ihrer Selbsteinschätzung gerecht wird.

Gerne können Sie Dokumente zur Veranschaulichung beilegen.

Verankerung von Umweltthemen allgemein im Unternehmen

Wie beurteilen Sie die Verankerung von Umweltthemen in Ihrem Unternehmen im Vergleich zum Standard in Ihrer Branche?

- Unsere Aktivitäten im Umweltbereich liegen unter dem Branchenstandard.
- Unsere Aktivitäten im Umweltbereich entsprechen dem Branchenstandard.
- Unsere Aktivitäten im Umweltbereich liegen deutlich über dem Branchenstandard und differenzieren uns damit vom Wettbewerb.
- Wir kennen den Branchenstandard in Bezug auf Umweltaktivitäten nicht.

Fragebogen Teil II

Der Fragebogen Teil II beschäftigt sich mit konkreten Fragen zu den folgenden Themenblöcken und wird entsprechend der Prozentangabe gewichtet.

- Unternehmenszweck	15 %
- Umweltmanagementsysteme	5 %
- Corporate Social Responsibility (CSR)	7 %
- Energieverbrauch	10 %
- Ressourcenverbrauch	10 %
- Emissionen (Klima & Luftverschmutzung)	5 %
- Transport	3 %
- Wasserverbrauch	8 %
- Abfallstrategie	10 %
- Bewusstseinsbildung intern	8 %
- Bewusstseinsbildung extern	9 %
- Forcierung von nachhaltig agierenden Kunden	10 %

Im Fragebogen Teil II können Sie insgesamt 100 Punkte erzielen. Das Gremium behält sich vor, unter Berücksichtigung aller Eventualitäten eine individuelle produktspezifische Entscheidung pro Validierungsfall zu treffen.

UNTERNEHMENSZWECK

1. Wie hoch ist der Umsatzanteil ökologisch nachhaltiger Produkte am Gesamtumsatz des Unternehmens?

- 0-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %

Bitte um Angabe von Informationen zu dieser ökologischen Produktpalette (Verweis auf homepage, Produktinformationen, etc.)

Warum glauben Sie, dass gerade Ihr Produkt im Vergleich zum Branchenstandard ökologisch ist?

UMWELTMANAGEMENT-SYSTEME

Umweltmanagement kann in Unternehmen in unterschiedlichsten Ausprägungen existieren. Dieser Abschnitt befragt Sie zu zertifizierten Umweltmanagement-Systemen, bzw. nach der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten in Anlehnung an anerkannte Richtlinien, etc.

2. Ist das Thema "Umwelt" in Ihrem Unternehmen verankert? (z.B. in Form eines Umweltmanagementsystems gem. ISO14001, EMAS, Umweltpolitik, etc.)

Ja

Nein

Haben Sie bei diesen Fragen „ja“ geantwortet, bitten wir Sie einen entsprechenden Nachweis (Nachhaltigkeitsbericht, Zertifikat, Umweltpolitik etc.) beizulegen.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Definition CSR: Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) bzw. unternehmerische Gesellschaftsverantwortung umschreibt den freiwilligen Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung, die über die gesetzlichen Forderungen (Compliance) hinausgeht. CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit, über ökologisch relevante Aspekte bis hin zu den Beziehungen mit Mitarbeitern und dem Austausch mit den relevanten Anspruchs- bzw. Interessengruppen.

**3. Ist das Thema "Nachhaltigkeit" in Ihrem Unternehmen verankert?
(z.B. in Form eines Nachhaltigkeitsberichtes, CSR, etc.)**

Ja

Nein

**4. Betreibt das Unternehmen ein Monitoringsystem zur Messung der
ökonomischen, sozialen und ökologischen
Nachhaltigkeitsperformance?**

Ja

Nein

ENERGIEVERBRAUCH

Der Energieverbrauch von Unternehmen steigt, genauso wie jener von privaten Haushalten, kontinuierlich an. Trotz neuesten Technologien und effizienten Geräten kann der Energieverbrauch nicht gesenkt werden (Rebound-Effekt). Im folgenden Abschnitt werden Sie zu dem Energieverhalten Ihres Unternehmens befragt. Bitte achten Sie auf die Trennung zwischen dem Strom- und Wärmeenergieverbrauch.

5. Welchen Stellenwert haben Energiethemen (Effizienz, Einsparungen) in Ihrem Unternehmen?

Gering

Mittel

Hoch

6. Gibt es ein Energiemanagementsystem in Ihrem Unternehmen?

- Ja
 Nein

7. Wurde in den letzten 3 Jahren ein Stromverbrauchseffizienz-Programm (Definition) durchgeführt?

- Ja
 Nein

a. Wurden darauf aufbauend Maßnahmen umgesetzt?

- Ja

- Nein

b. Wie wurde der Ausgangswert ermittelt?

- Messungen
 Abschätzungen

c. Wie hoch war der Ausgangswert?

d. Wie wurden die Einsparungen ermittelt?

- Messungen
- Abschätzungen

e. Wie hoch waren die Einsparungen nach Durchführung der Maßnahmen?

- < 5 % am Jahresenergieverbrauch
- 5-15 % am Jahresenergieverbrauch
- > 15 % am Jahresenergieverbrauch

8. Wurde in den letzten 3 Jahren ein Wärmeenergieeffizienz-Programm durchgeführt?

- Ja
- Nein

a. Wurden darauf aufbauend Maßnahmen umgesetzt?

- Ja

- Nein

b. Wie wurde der Ausgangswert ermittelt?

- Messungen
- Abschätzungen

c. Wie hoch war der Ausgangswert?

d. Wie wurden die Einsparungen ermittelt?

- Messungen
- Abschätzungen

e. Wie hoch waren die Einsparungen nach Durchführung der Maßnahmen?

- < 5 % am Jahresstromverbrauch
- 5-15 % am Jahresstromverbrauch
- > 15 % am Jahresstromverbrauch

9. Beziehen Sie Ökostrom (= Strom aus ausschließlich erneuerbaren Energieträgern)?

- Ja
- Nein

10. Woraus beziehen Sie Ihre Wärmeenergie?

a. Nennen Sie den/die eingesetzte/n Primärenergieträger?

b. Nennen Sie die eingesetzte Technologie?

c. Wie hoch ist der Anteil erneuerbarer Energieträger (in Prozent)?

11. Wird vom Unternehmen selbst vor Ort Strom und/ oder Wärme erzeugt?

Ja

Nein

a. Nennen Sie hierfür den/die eingesetzte/n Primärenergieträger?

b. Nennen Sie hierfür die eingesetzte Technologie?

c. Wie hoch ist der Anteil des selbsterzeugten Stroms und/oder Wärme am jeweiligen Gesamtenergie-Einsatz (in Prozent)?

12. Befinden sich Ihre Unternehmensräumlichkeiten im Eigenbesitz oder in einem Mietgebäude?

- Eigenbesitz weiter mit Frage 13
- Miete weiter mit Frage 16

13. Wurde das Unternehmensgebäude in den letzten 3 Jahren generalsaniert?

Ja

Nein

Nein, da es sich um neues/bereits optimiertes Gebäude handelt

14. Wurde dabei eine thermische Isolierung durchgeführt?

Ja

Nein

Nein. Nicht relevant weil Frage 12 mit NEIN beantwortet wurde

15. Was wurde dabei thermisch saniert?

Fenster

Türen

Wände

Dach

Sonstiges

16. Haben Sie bei der Auswahl des Unternehmensgebäudes auf thermische Sanierung bzw. auf einen guten thermischen Zustand geachtet?

Ja, insofern

Nein

17. Welche Energieeffizienzklasse hat Ihr Unternehmensgebäude?

Energieeffizienzklasse

oder-

Spezifischer Heizwärmebedarf

kWh/m²a

Unbekannt

18. Wenn Sie im letzten Jahr ein Projekt zum Thema "Energie" durchgeführt haben, haben Sie hier die Gelegenheit dieses kurz vorzustellen.

(max. 1000 Zeichen) Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle.

RESSOURCENVERBRAUCH

19. Ist die Schonung natürlicher Ressourcen bzw. Materialeffizienz in Ihrem Unternehmen ein Thema?

Ja

Nein

20. Wird der Materialverbrauch, differenziert nach nachwachsenden und nicht nachwachsenden Ressourcen, erhoben? (analog zu GRI - global reporting initiative)

Ja

Nein

21. Wurden in den letzten 3 Jahren Ressourceneffizienzmaßnahmen (Material, Rohstoffe, Verpackungen, Betriebsmittel) im Unternehmen durchgeführt (z.B.: durch Einsatz von neuen Technologien)?

Ja

Nein

a. Wenn ja, wie hoch waren die Einsparungen nach Durchführung der Maßnahmen?

< 5 % am Gesamtressourcenverbrauch

5-15 % am Gesamtressourcenverbrauch

> 15 % am Gesamtressourcenverbrauch

22. Spielt in Ihren Beschaffungsvorgängen der Ressourcenverbrauch eine wichtige Rolle? (z.B: durch die Analyse von ökologischen Rucksäcken, MIPS, etc.)

Ja

Nein

23. Wenn Sie im letzten Jahr ein Projekt zum Thema "Ressourcenverbrauch" durchgeführt haben, haben Sie hier die Gelegenheit dieses kurz vorzustellen. (max. 1000 Zeichen)

Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle.

EMISSIONEN (KLIMA & LUFTVERSCHMUTZUNG)

Der Klimawandel wird in großem Ausmaß von den vom Menschen verursachten Treibhausgasemissionen beeinflusst. Im folgenden Abschnitt geht es um die Erfassung Ihres Verhaltens in Bezug auf den Klimaschutz durch Emissionsreduktionsziele.

24. Welchen Stellenwert hat die Reduktion von Treibhausgasen in Ihrem Unternehmen?

Gering

Mittel

Hoch

25. Wurde in den letzten 3 Jahren eine Erhebung zum CO₂-Fußabdruck durchgeführt?

Ja, zum CO₂-Fußabdruck des Unternehmens¹

Ja, zum CO₂-Fußabdruck einzelner Produkte oder Produktsortimente

Nein

a. Falls Ja: Erläutern Sie bitte die Systemgrenzen der Erhebung so genau wie möglich.

b. Wurden auf die Erhebung aufbauend, Klimaschutzmaßnahmen geplant?

Ja

Nein

c. Wurden auf die Erhebung aufbauend, Klimaschutzmaßnahmen umgesetzt?

Ja

Nein

¹Der CO₂-Fußabdruck ist ein Indikator, der die Emissionen der Treibhausgase (nach IPCC) einer Organisation oder eines Produktes entlang des Lebenszyklus bilanziert.

d. Wie hoch war der Ausgangswert?

e. Wie viel CO_{2e}-Emissionen wurden durch Klimaschutzmaßnahmen eingespart?

- < 5 % der jährlichen CO_{2e}-Emissionen
- 5-15 % der jährlichen CO_{2e}-Emissionen
- > 15 % der jährlichen CO_{2e}-Emissionen

26. Gibt es eine existierende und gelebte Klimaschutzstrategie mit vorgegebenen Emissionsreduktionszielen auf Unternehmensebene?

- Ja
- Nein

a. Falls Ja: Erläutern Sie bitte diese Maßnahme, die operative Zielsetzung, die Vorgehensweise bei der Implementierung, das Innehaben einer kontinuierlichen Erfolgsprüfung und das Messen der Resultate, ohne dabei auf jene Maßnahmen einzugehen, welche Sie oben (CO₂-Fußabdruck) und in anderen Themenbereichen schon angegeben haben.

27. Nehmen Sie an anerkannten Klimaschutzprojekten (Joint Implementation, Clean Development Mechanism, freiwilliger Klimaschutz, Klimaneutralität) teil?

Ja

Nein

28. Wenn Sie im letzten Jahr ein Projekt zum Thema "Klimaschutz/Klimaforschung" durchgeführt haben, haben Sie hier die Gelegenheit dieses kurz vorzustellen.

Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle. **(max. 1000 Zeichen)**

TRANSPORT

Der Abschnitt „Transport“ beschäftigt sich im weitesten Sinne mit dem Verkehr und den dadurch entstehenden Umweltbelastungen. Das Unternehmen hat in der Regel nur wenig Einfluss darauf, wie die Mitarbeiter zum Arbeitsplatz anreisen,

jedoch kann bestimmt werden, welcher Fuhrpark angeschafft wird, oder welcher Fremdfuhrpark engagiert wird. Der Einflussgrad des Unternehmens wird bei der Bewertung berücksichtigt.

29. Welchen Stellenwert haben umweltschonende Modelle des Transports in Ihrem Unternehmen?

- Gering
- Mittel
- Hoch

30. Wird beim Kauf neuer Firmenfahrzeuge (eigener Fuhrpark und Dienstautos) auf umweltschonende Modelle Rücksicht genommen? (emissionsarme Modelle, Elektroautos etc.)

- Ja

- Nein

31. Wurden in den letzten 3 Jahren Maßnahmen im Unternehmen ergriffen, um den Gesamttreibstoffverbrauch (des eigenen Fuhrparks, des Fremdfuhrparks, der Dienstautos) zu reduzieren (z.B. Trainings)?

- Ja,

- Nein

32. Werden Geschäftsreisen vorwiegend ökologisch organisiert? (Öffentliche Verkehrsmittel statt PKW, Videokonferenz statt Flug etc.)

- Ja
- Nein

33. Gibt es Unterstützungen seitens des Unternehmens zur umweltfreundlichen Anreise (z.B. Jahreskarte für öffentliche

Verkehrsmittel, betriebsinterne Fahrräder, Fahrgemeinschaftsbörsen etc.)?

Ja,

Nein

34. Wenn Sie im letzten Jahr ein Projekt zum Thema "Transport" durchgeführt haben, haben Sie hier die Gelegenheit dieses kurz vorzustellen.

Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle. **(max. 1000 Zeichen)**

WASSERVERBRAUCH

Das Thema der Wasserknappheit ist in Mitteleuropa bis dato noch nicht weit verbreitet, da es bei Weitem keine Mangerscheinungen gibt. Im weltweiten Kontext jedoch, sind der Wasserverbrauch und der Umgang mit dem öffentlichen Gut „Wasser“ ein zentrales Thema, welches immer brisanter wird. Im folgenden Abschnitt werden Sie zu Ihrer Einstellung und Ihren Aktivitäten im Bereich Wasser befragt.

35. Welchen Stellenwert hat Wassereinsparung in Ihrem Unternehmen?

- Gering
- Mittel
- Hoch

36. Wurden in den letzten 3 Jahren Erhebungen zum Wasser-Fußabdruck durchgeführt?

- Ja, zum Wasser-Fußabdruck des Unternehmens
- Ja, zum Wasser-Fußabdruck einzelner Produkte
- Nein

a. Falls Ja: erläutern Sie die Systemgrenzen der Erhebung so genau wie möglich.

b. Wurden Wassereinsparungsmaßnahmen geplant?

- Ja

- Nein

c. Wurden Wassereinsparungsmaßnahmen umgesetzt?

Ja

Nein

d. Wie hoch war der Ausgangswert?

e. Wie viel Wasser wurde dadurch eingespart?

< 5 % des jährlichen Wasserverbrauchs

5-15 % des jährlichen Wasserverbrauchs

> 15 % des jährlichen Wasserverbrauchs

37. Ist die Abwasserthematik für Ihren Unternehmenssektor von Relevanz?

Ja

Nein -> weiter zu Frage 39

38. Welche Maßnahmen, die über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehen, wurden in den letzten 3 Jahren zur Abwasserbehandlung und -vermeidung vorgenommen?

Ja

Nein

39. Wenn Sie im letzten Jahr ein Projekt zum Thema "Wasser" durchgeführt haben, haben Sie hier die Gelegenheit dieses kurz vorzustellen.

Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle. **(max. 1000 Zeichen)**

ABFALLSTRATEGIE

Im Produktionsprozess (bei produzierenden Unternehmen) sowie auch im alltäglichen Arbeitsablauf fällt oft eine große Menge an Abfall an. Die Schwierigkeiten bei der Abfallentsorgung betreffen einerseits die Kosten, welche bei der Entsorgung entstehen, aber vor allem die Endlagerung, wobei Abfalldéponien in entwickelten Ländern immer häufiger und voller werden. Dies bedeutet, dass weitere Emissionen auf den Déponien entstehen und dass das Landschaftsbild beeinträchtigt wird. Ein hohes Abfallaufkommen bedeutet im Umkehrschluss auch einen hohen Ressourcenverbrauch. Im folgenden Abschnitt wird das Abfallverhalten Ihres Unternehmens erfragt.

40. Welchen Stellenwert hat Abfallvermeidung in Ihrem Unternehmen?

- Gering
- Mittel
- Hoch

41. Wurden in den letzten 3 Jahren aktiv Maßnahmen zur Abfallvermeidung umgesetzt?

- Ja

- Nein

a. Wie viel Abfall konnte aufgrund dessen eingespart werden (Schätzung)?

- < 5 % des jährlichen Abfallaufkommens
- 5-15 % des jährlichen Abfallaufkommens
- > 15 % des jährlichen Abfallaufkommens

b. Welche Kenntnisse und Annahmen liegen diesen Schätzungen zu Grunde?

42. Wurden in den letzten 3 Jahren aktiv Maßnahmen zum Recycling umgesetzt?

Ja

Nein

43. Welche Abfälle werden getrennt erfasst?

44. Werden recycelte Materialien bewusst eingesetzt?

45. Werden die Mitarbeiter über richtige Abfallentsorgung informiert (Infomaterial, Beschilderung etc.)?

Ja

Nein

46. Gibt es in Ihrem Unternehmen eine/n Abfallbeauftragte/n?

Ja

Nein

47. Verfügt Ihr Unternehmen über ein Abfallwirtschaftskonzept?

Ja

Nein

48. Fallen bei der Ausübung Ihrer unternehmerischen Tätigkeit gefährliche Abfälle an? (laut AWG)

Ja

Nein

49. Wenn Sie im letzten Jahr ein Projekt zum Thema "Abfall" durchgeführt haben, haben Sie hier die Gelegenheit dieses kurz vorzustellen.

Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle. **(max. 1000 Zeichen)**

BEWUSSTSEINSBILDUNG intern

Zu einer erfolgreichen Umsetzung jedweder umweltrelevanter Maßnahmen in einem Unternehmen, ist es unerlässlich, dass auch die Mitarbeiter ihren Teil dazu leisten. Um den Mitarbeitern die Wichtigkeit ihrer Mithilfe verständlich zu machen und Maßnahmen konsequent umzusetzen, müssen diese ein ausgeprägtes Umweltbewusstsein entwickeln. Daher ist der Prozess der Bewusstseinsbildung im Unternehmen selbst von großer Bedeutung. Im folgenden Abschnitt werden Maßnahmen erfragt, welche Ihr Unternehmen umsetzt, um das Bewusstsein der Mitarbeiter zu stärken.

50. Gibt es regelmäßige Mitarbeiterschulungen/Infoveranstaltungen/Diskussionsgruppen zum Thema Umweltschutz?

- Ja
 Nein

a. Wie häufig finden diese statt?

b. Welche Themenbereiche werden/wurden dabei fokussiert?

51. Findet im Unternehmen ein ökologisches Beschaffungswesen statt? (Beachtung von ökologischen Aspekten im Einkauf)

Ja

Nein

52. Findet im Unternehmen ein ökologisches Office Management statt? (geringer Papierverbrauch, Leitungswasser anstatt Mineralwasser, Ökoboxen)

Ja, insofern

Nein

53. Welche sichtbaren Maßnahmen wurden gesetzt, um Mitarbeitern auf die Umweltauswirkungen ihres Handels im beruflichen Alltag aufmerksam zu machen?

Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle. **(max. 1000 Zeichen)**

54. Wenn Sie im letzten Jahr ein Projekt zum Thema "Bewusstseinsbildung" durchgeführt haben, haben Sie hier die Gelegenheit dieses kurz vorzustellen.

Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle. **(max. 1000 Zeichen)**

BEWUSSTSEINSBILDUNG EXTERN

Im folgenden Abschnitt sollen nur Aktivitäten festgehalten werden, welche als primäres Ziel die Bewusstseinsbildung der Gesellschaft verfolgten. Maßnahmen, welche im Zuge von Marketing und/oder Öffentlichkeitsarbeit gesetzt wurden, sollen hier nicht Erwähnung finden.

55. Haben Sie im letzten Jahr besondere umwelt- bzw. nachhaltigkeitsrelevante Auszeichnungen erhalten? (Beispiel: Klimaschutzpreis, Nachhaltigkeitspreis, Umweltpreis, Energy Globe etc.)

Ja

Nein

Bei der Auswahl „Ja“ bitten wir Sie Unterlagen zu den Auszeichnungen (Zertifikat, etc) beizulegen.

56. Gibt es gezielte Kooperationen mit NGOs rund um das Thema Umweltschutz?

Ja

Nein

57. Wenn Sie im letzten Jahr ein Projekt zum Thema "Bewusstseinsbildung extern" durchgeführt haben, haben Sie hier die Gelegenheit dieses kurz vorzustellen.

Bitte fokussieren Sie bei der Beantwortung die Beschreibung der Maßnahmen, der operationalen Ziele, der Implementierung sowie der Erfolgskontrolle. **(max. 1000 Zeichen)**

FÖRDERUNG NACHHALTIGEN KONSUMS

58. Werden Maßnahmen zur Förderung nachhaltigen Konsums getätigt?

Ja

Nein

nicht relevant, weil

59. Werden Ihre Produkte auch vermietet anstatt verkauft?

Ja

Nein

nicht relevant, weil

60. Werden Reparaturdienstleistungen hausintern angeboten?

Ja

Nein

nicht relevant, weil

61. Gibt es eine Garantieleistung welche über das gesetzliche Maß hinaus geht?

- Ja
- Nein
- nicht relevant, weil

62. Gibt es Bedienungsanleitungen zur nachhaltigen Nutzung der Produkt-sortimente?

- Ja
- Nein
- nicht relevant, weil

63. Bieten Sie Beratungsdienstleistungen zur Förderung nachhaltiger Nutzungsweisen an?

- Ja
- Nein
- nicht relevant, weil

Definitionen

Umweltmanagement-System

Ein Umweltmanagement-System (UMS) ist das Managementsystem einer Organisation (Unternehmen, Behörde usw.), in dem die Zuständigkeiten, Verhaltensweisen, Abläufe und Vorgaben zur Umsetzung der betrieblichen Umweltpolitik der Organisation strukturiert festgelegt sind. Umweltmanagementsysteme koordinieren und steuern umweltrelevante Aktivitäten eines Unternehmens, reduzieren die Umwelteinwirkungen des Unternehmens und garantieren somit langfristig den Unternehmenserfolg. Die Basis stellt hier das Anstreben eines zertifizierbaren Umweltmanagementsystem-Standards (z.B. nach EMAS, ISO 14001) dar.

Nachhaltigkeitsbericht

Ein Nachhaltigkeitsbericht informiert die Stakeholder neben der wirtschaftlichen auch über ökologische und soziale Aspekte des Unternehmens. Der Nachhaltigkeitsbericht ist neben dem Geschäftsbericht ein wichtiger Bestandteil der Informationspolitik des Unternehmens.

Global Reporting Initiative

Die Global Reporting Initiative (GRI) entwickelt in einem partizipativen Verfahren Richtlinien für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten von Großunternehmen, kleineren und mittleren Unternehmen (KMU), Regierungen und NGOs. Nähere Infos: <http://www.globalreporting.org/Home>

Unternehmenspolitik

Die Unternehmenspolitik umfasst Maßnahmen und Entscheidungen, die eine Konkretisierung der Philosophie und der Vision darstellen.

Energiemanagement

Als Energiemanagement wird die Gesamtheit aller Planungen zu Bedarf, zur Auswahl, zur Errichtung und zum Betrieb von energietechnischen Erzeugungseinheiten verstanden. Ziel ist es dabei, die Energiebedürfnisse der Nutzer möglichst allumfassend abzudecken.