

BSAG

Führungskräfte schulen durch Wesentlichkeitsanalyse



.....
.....
.....



.....

Nachhaltigkeitsstrategie

- Hintergrund-

- Die ÖPNV Unternehmen verstehen sich als *die* Lösung zukünftiger Mobilitätsfragen
 - Beförderung von immer mehr Menschen mit immer weniger Energieaufwand
- Größere ÖPNV Unternehmen sind häufig kommunale Unternehmen mit langer Tradition hinsichtlich Mitbestimmung, sozialer Arbeitsbedingungen, Verbundenheit mit der Gemeinde
 - Transparenz des Handelns
 - Kontinuierliche Verbesserung (Kosten, Leistungen, Verringerung der Nebenwirkungen)

Nachhaltigkeitsberichte



Wesentlichkeitsanalyse

- Gefördertes Projekt des Landes Bremen in Kooperation mit dem RKW Bremen und der Universität Bremen, Prof. Müller-Christ
 - Erarbeitung eines Beratungskonzeptes für KMU zur Einführung eines CSR- Managementes
- Teilnehmer: Vorstand und Führungskräfte der Leitungsebene 1
 - gemeinsames Verständnis für CSR entwickeln
 - Nächste Schritte vereinbaren

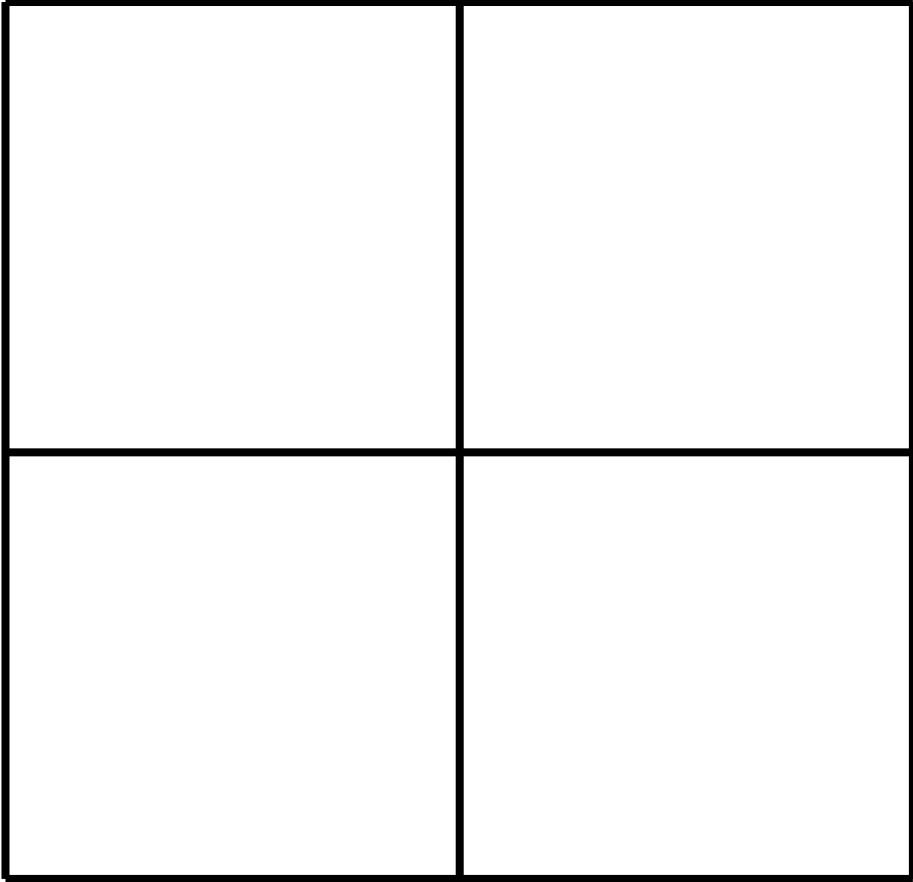
Ökologische Nachhaltigkeit

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR- Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein.

ERFÜLLUNGSGRAD	
1. Ressourceneffizienz	0% 100%
2. Ressourcennachschub	0% 100%
3. Energieeffizienz/ erneuerbare Energien	0% 100%
4. Emissionen	0% 100%
5. Materialsubstitution	0% 100%
6. Recycling/ Kreislaufwirtschaft	0% 100%
7. Supply Chain/ Einkauf	0% 100%
8. Biodiversität	0% 100%
9. Ökologisch verträgliche Produkte	0% 100%
10. Ökologische Kundeninformation	0% 100%

Aufwand

hoch
mittel
gering



gering

mittel

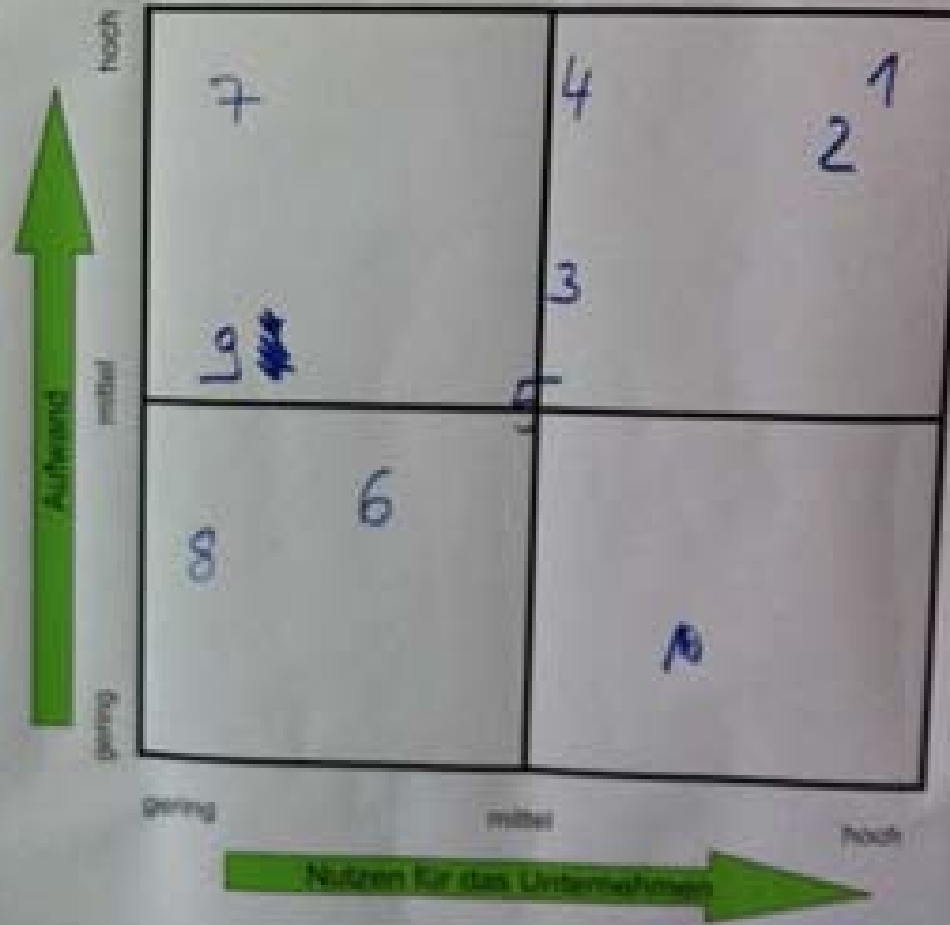
hoch

Nutzen für das Unternehmen

Ökologische Nachhaltigkeit

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR-Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein.

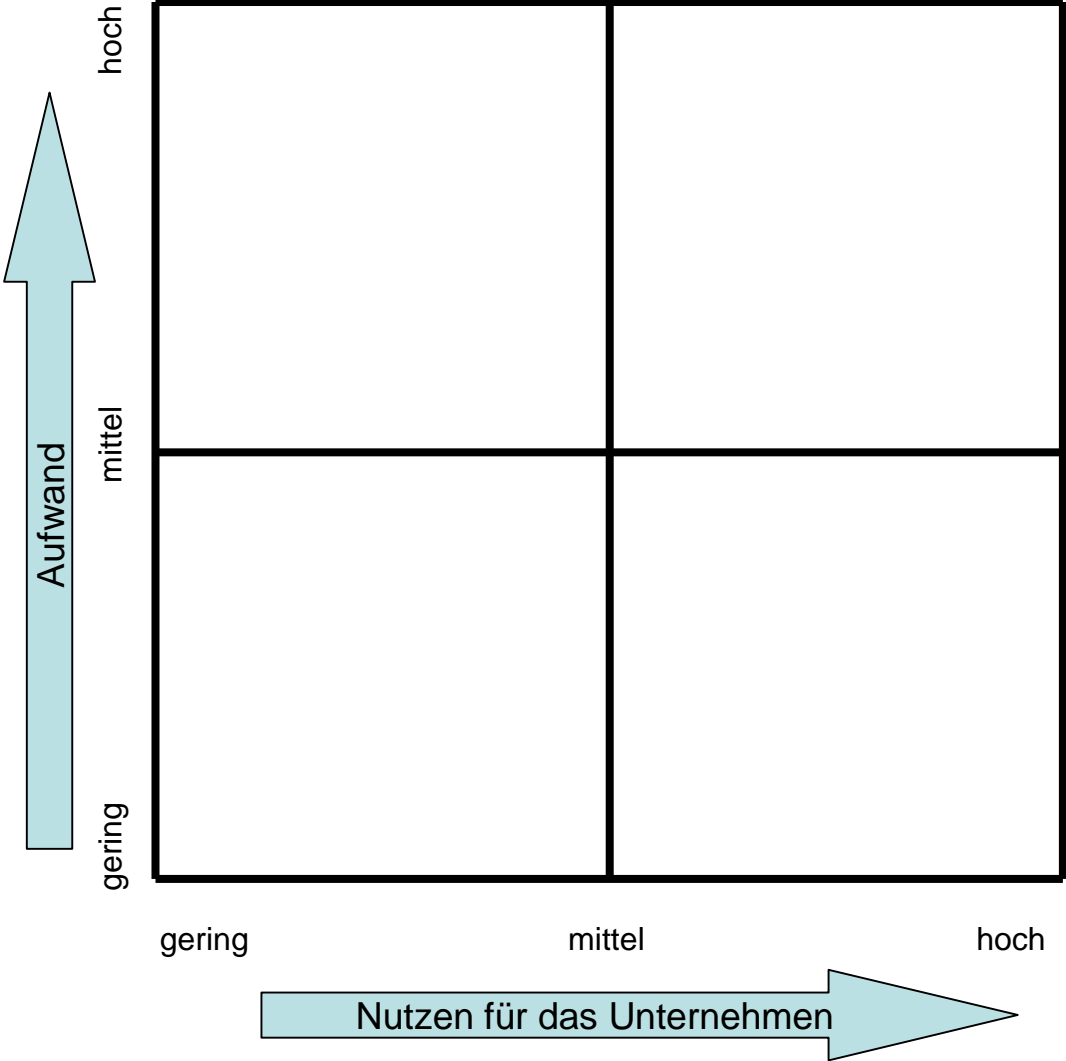
ERFÜLLUNGSORAD



Ökonomische Nachhaltigkeit

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR- Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein.

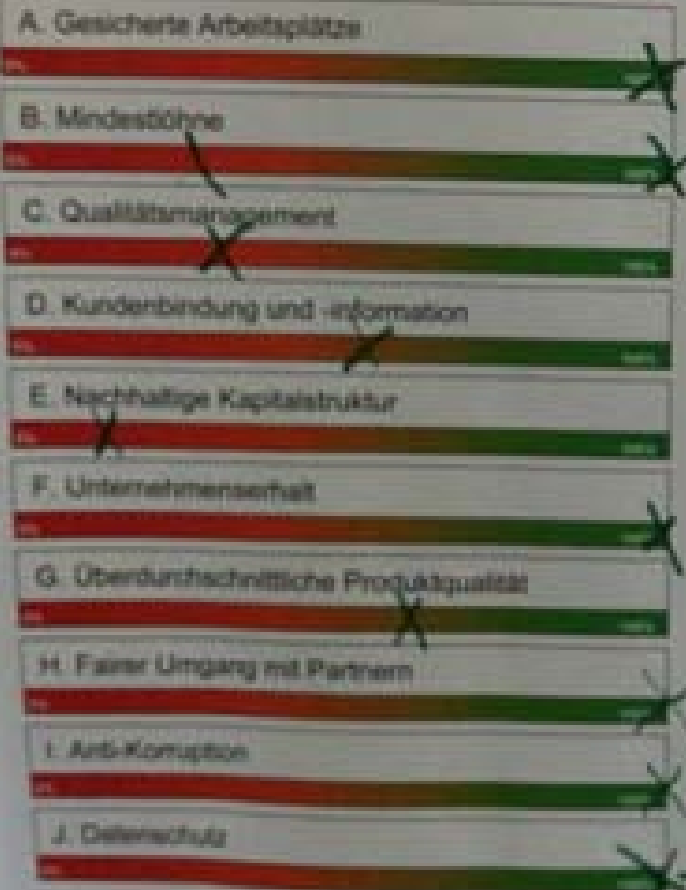
ERFÜLLUNGSGRAD	
A. Gesicherte Arbeitsplätze	0% 100%
B. Mindestlöhne	0% 100%
C. Qualitätsmanagement	0% 100%
D. Kundenbindung und -information	0% 100%
E. Nachhaltige Kapitalstruktur	0% 100%
F. Unternehmenserhalt	0% 100%
G. Überdurchschnittliche Produktqualität	0% 100%
H. Fairer Umgang mit Partnern	0% 100%
I. Anti-Korruption	0% 100%
J. Datenschutz	0% 100%



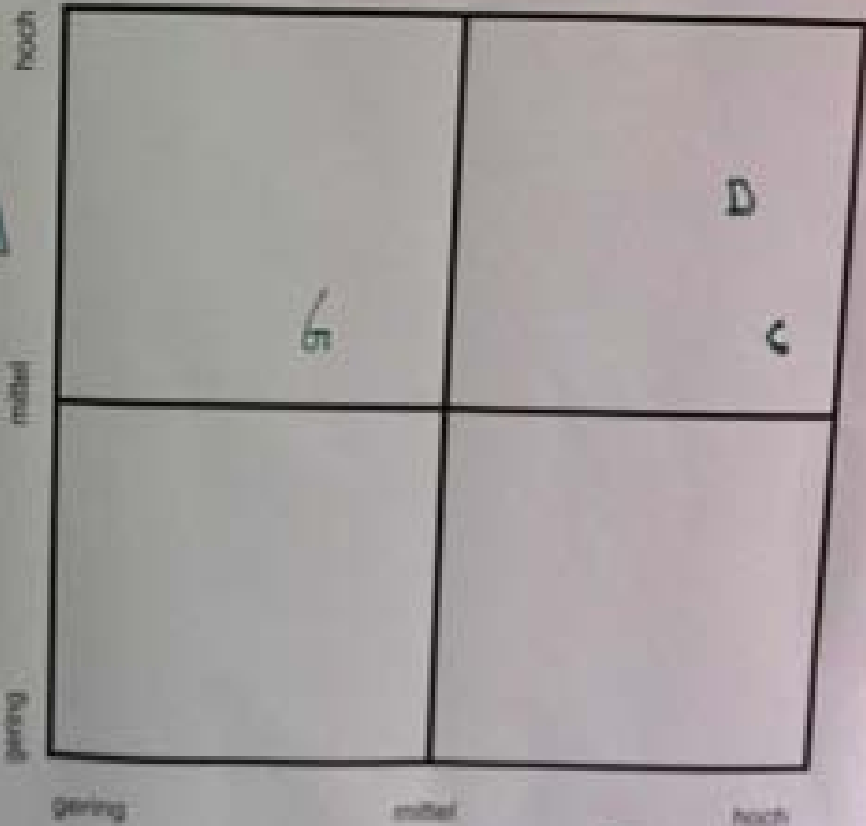
Ökonomische Nachhaltigkeit

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR-Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein.

ERFÜLLUNGSGRAD



Aufwand



Nutzen für das Unternehmen

Nutzen

Soziale Nachhaltigkeit

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR- Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein.

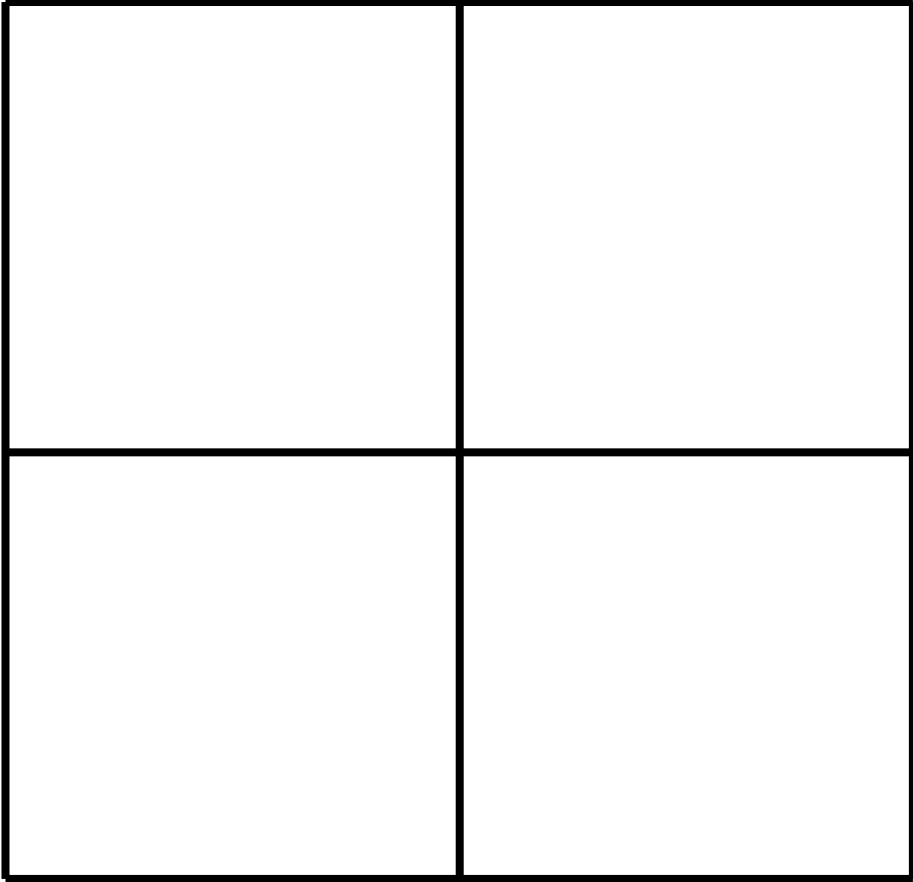
ERFÜLLUNGSGRAD	
I. Soziale Unternehmenskultur	0% 100%
II. Physische & psychische Gesundheit	0% 100%
III. Work-Life Balance	0% 100%
IV. Familienfreundlichkeit	0% 100%
V. Aus und Weiterbildung	0% 100%
VI. Anti-Diskriminierung, Gleichstellung	0% 100%
VII. Demographie	0% 100%
VIII. Nachbarschaft / Gemeinde	0% 100%
IX. Supply Chain/ Einkauf	0% 100%
X. Sponsoring/ Spenden	0% 100%

Aufwand

hoch

mittel

gering



gering

mittel

hoch

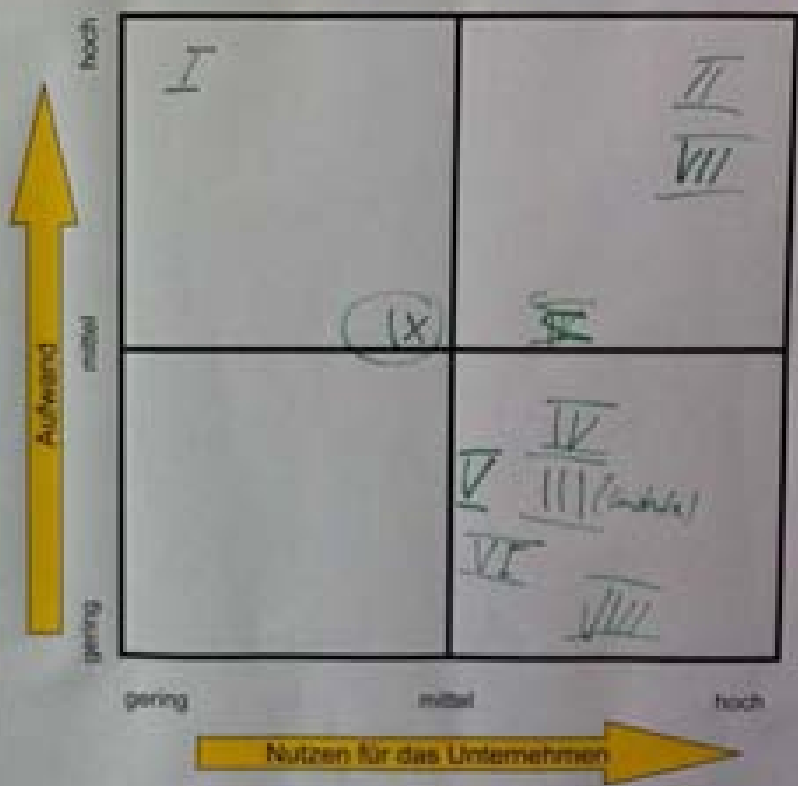
Nutzen für das Unternehmen

Soziale Nachhaltigkeit

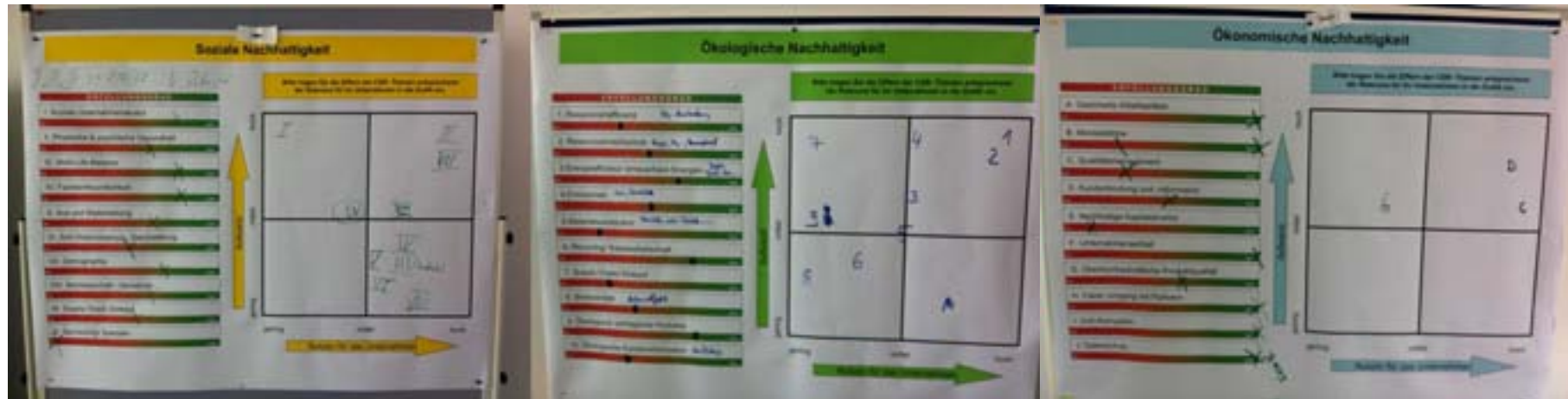
I, II, III = MAXI V. Zahl

Bitte tragen Sie die Ziffern der CSR-Themen entsprechend der Relevanz für Ihr Unternehmen in die Grafik ein.

ERFÜLLUNGSSTAD	
I. Soziale Unternehmenskultur	X
II. Physische & psychische Gesundheit	X
III. Work-Life Balance	X
IV. Familienfreundlichkeit	X
V. Aus und Weiterbildung	X
VI. Anti-Diskriminierung, Gleichstellung	X
VII. Demographie	X
VIII. Nachbarschaft / Gemeinde	X
IX. Supply Chain/ Einkauf	X
X. Sponsoring/ Spenden	X



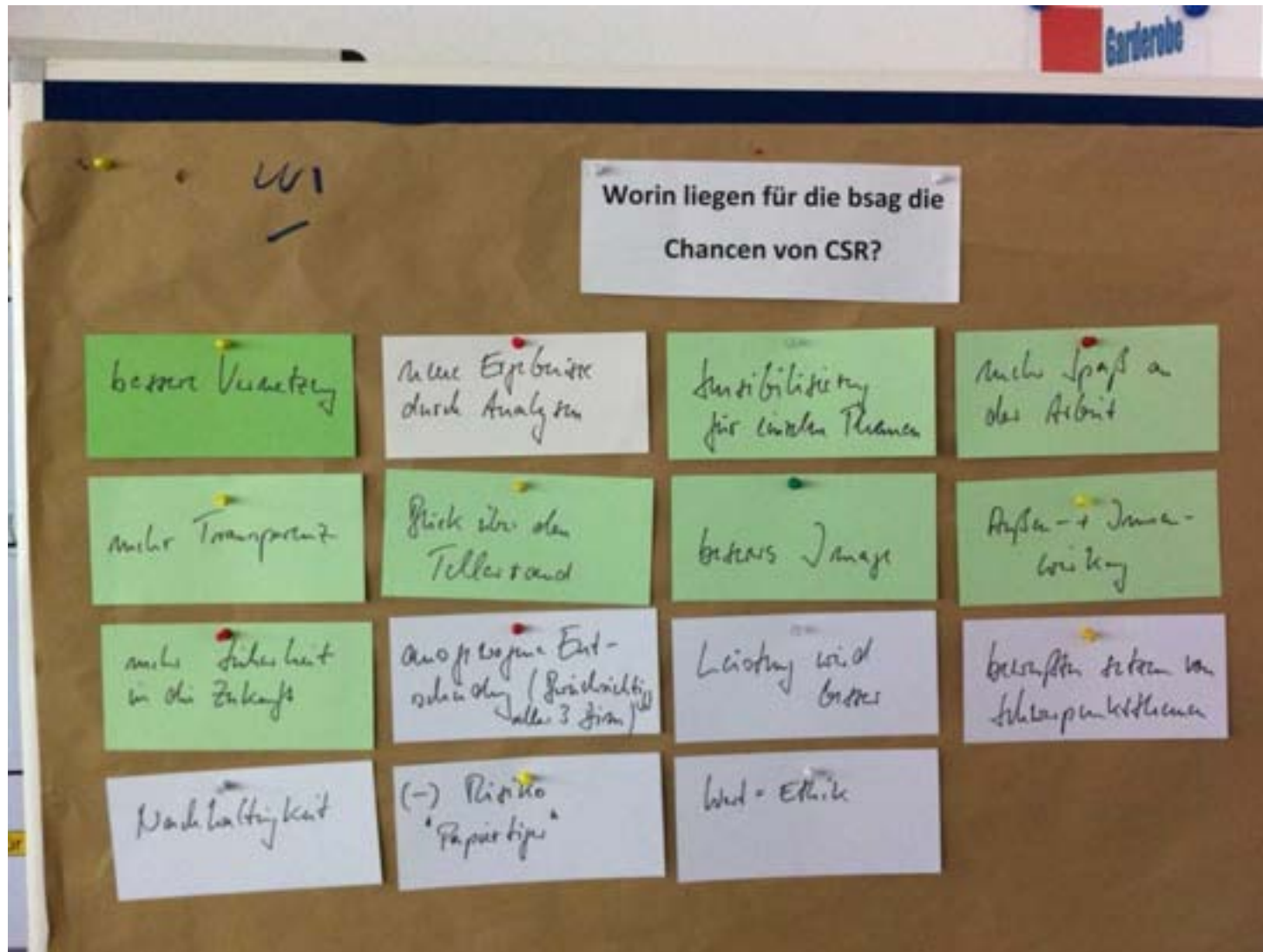
CSR Workshop 2011



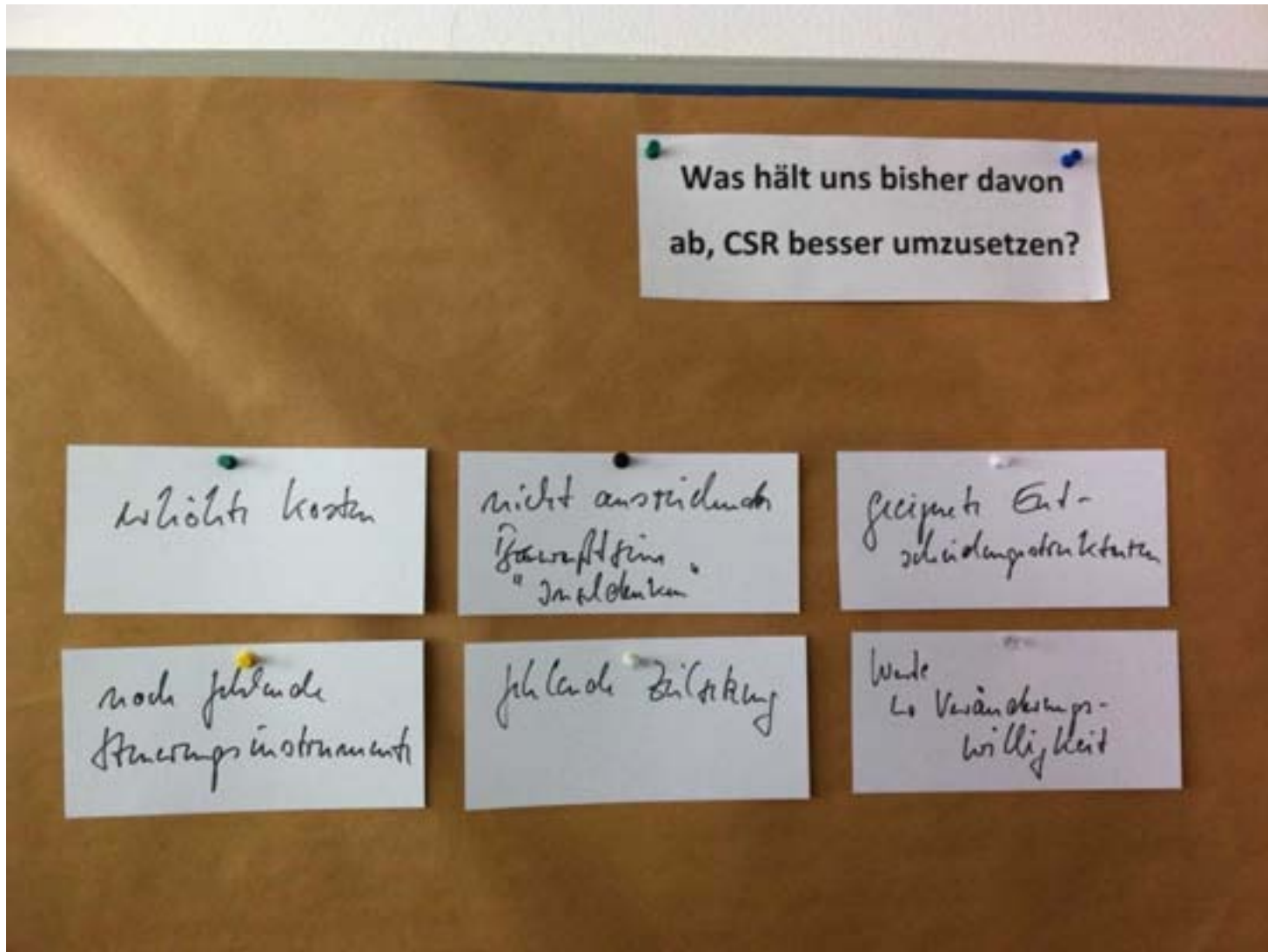
5. Vorläufige Rangliste aller Themenfelder

	Erfüllungsgrad	Rest	Aufwand	Nutzen	Nutzen/ Aufwand	Rest*Nutzen/ Aufwand
VIII. Nachbarschaft, Gemeinde	60	40	10	75	7,50	300,0
10. ökologische Kundeninformation	35	65	20	70	3,50	227,5
VI. Anti Diskriminierung, Gleichstellung	50	50	20	60	3,00	150,0
C. Qualitätsmanagement	40	60	60	90	1,50	90,0
V. Aus- und Weiterbildung	60	40	25	55	2,20	88,0
5. Materialsubstitution	25	75	50	50	1,00	75,0
1. Ressourceneffizienz	40	60	90	90	1,00	60,0
D. Kundenbindung und -information	55	45	75	90	1,20	54,0

Chancen



Hemmnisse



Vielen Dank!