

1. Daten zum Unternehmen

Firmenname:	Zeiringer GmbH & Co. KG
Branche:	Heizung, Bad, Spenglerei
Kerngeschäft:	Heizungsinstallation und Energiesysteme
Ort/Land:	Murau, Austria
Gründungsjahr:	1957
Anzahl von Filialen und angeschlossenen Betrieben(2004):	-
Webseite (sofern vorhanden):	www.zeiringer.net
Anzahl der Beschäftigten (2004):	Vollzeit: 35, Teilzeit: 5, Frauen: 8, Männer: 32
Jahresumsatz 2004 (€):	3.000.000

2. Verantwortliche Geschäftspraktiken – Kernpunkte

Thematische Einordnung(en) der CSR-Praktiken:	<input type="checkbox"/> Unternehmensethik <input type="checkbox"/> Arbeitsplatz <input checked="" type="checkbox"/> Umwelt <input checked="" type="checkbox"/> Markt <input type="checkbox"/> Gemeinwesen
CSR -Themen:	<input checked="" type="checkbox"/> Umweltfreundliche Heiz- und Energiesysteme <input checked="" type="checkbox"/> Engagement, die regionale Bevölkerung für Fragen ökologischer Energienutzung zu sensibilisieren (Projekt „Energie-Vision Murau“)
Gründe für die verantwortlichen Geschäftspraktiken:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Werte der Geschäftsführung und eine auf Ökologie fundierte Firmenphilosophie ▪ Den Übergang zu erneuerbaren Energien fördern ▪ Die allgemeine Akzeptanz für alternative Energien sowie Recycling stärken und in der eigenen Firma ein praktisches Beispiel dafür setzen
Einige Beispiele identifizierter CSR-Initiativen:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fachliche Ausbildung der Angestellten im Bereich alternativer Energie ▪ Ermutigung zu ökologischem Energieeinsatz in der Region des Unternehmens ▪ Informationen über alternative Energien für (potentielle) Kunden und Vereinbarung des Unternehmens, in Neubauten keine Ölheizungen mehr zu installieren
Sind die CSR-Praktiken in eine breiter angelegte Geschäftsstrategie integriert? Ja?/Nein? Wie?	<p>Ja. Die gesamte Unternehmensstrategie ist an der Firmenphilosophie "Öko-Zeiringer" ausgerichtet. Der CSR-Ansatz des Unternehmens findet direkt in dessen Kerngeschäft statt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Angestellte werden im Bereich alternative Energien und ökologische Produkte ausgebildet ▪ Zunächst wurde die Unternehmensphilosophie "Öko-Zeiringer" konsequent im eigenen Unternehmen umgesetzt, danach auf dem Markt kommuniziert ▪ Sämtliche Marketingaktivitäten sind auf die neue Unternehmensphilosophie abgestimmt
Nutzen für das Unternehmen:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivierte Angestellte, die sich über ihr spezielles Wissen in ökologischen Fragen im klaren sind und mittlerweile die regionale Marktführerschaft eingenommen haben ▪ Neue Kunden und Marktchancen ▪ Exzellente Reputation als Fachkräfte und Ökologieexperten ▪ Steigende Aufmerksamkeit seitens der Medien ▪ Nachhaltige Geschäftsentwicklung durch die Ausrichtung an einem Zukunftsmarkt (auch im Hinblick auf steigende Ölpreise)
Stakeholder/Anspruchsgruppen, die von den CSR-Praktiken profitieren:	<p>Besonderen Nutzen aus dem CSR-Engagement ziehen vor allem die Umwelt und die Kunden des Unternehmens. Außerdem kommen die Praktiken folgenden Anspruchsgruppen zugute:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lokale Kommunen und die Region, die sich für Fragen nachhaltiger Entwicklung engagieren ▪ Angestellte, die spezifisches Marktwissen und neue technische Fähigkeiten erwerben
Gesellschaftlicher Nutzen:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wissensbasierte und praktische Unterstützung des Gemeinwesens in allen Belangen ökologischer Energienutzung ▪ Reduktion negativer Umwelteinflüsse
Wem gegenüber und wie das Unternehmen seine Aktivitäten kommuniziert hat:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Besitzerin des Unternehmens stieg von ihrem Auto auf ein Solarfahrzeug um, was in einer Kleinstadt wie Murau unmittelbar zum Gesprächsstoff geworden ist und durchaus als "Marketing-Maßnahme" verstanden werden kann ▪ Persönlicher Einsatz der Besitzerin in der lokalen "Energievision Murau" ▪ Direkte Kommunikation und Information über ökologische Energienutzung im Kundenkontakt der Installateure ▪ Pressemitteilungen und Informationen auf der Webseite des Unternehmens ▪ Teilnahme an Wettbewerben und Auszeichnungen
Auszeichnungen / Zertifizierungen:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖGUT Umweltpreis 2002
Schwierigkeiten bei der Einführung der CSR-Praktiken:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Widerstand gegenüber dem Wandel: Angestellte von Zeiringer arbeiten zum Teil seit Jahrzehnten mit Ölheizungen – das Vertrauen in alternative Energiesysteme musste erst beim eigenen Personal aufgebaut werden ▪ Zeitliche und finanzielle Investitionen in die Weiterbildung und Schulung im Bereich ökologische Konzepte und Produkte ▪ Kommunikation mit den KundInnen: als "Öko-Zeiringer" bekannt gab, in Neubauten keine Ölheizungen mehr zu installieren, wandten sich einige bestehende KundInnen zur Wartung ihrer Anlagen an Konkurrenten von Zeiringer. Dieses Missverständnis, dass bestehende Ölheizungen von Zeiringer selbstverständlich weiterhin gewartet werden, hat dem Unternehmen zunächst einige finanzielle Verluste eingebracht.
Weitere Informationsquellen:	-

3. Verantwortliche Geschäftspraktiken – Beschreibung

Zeiringer GmbH & Co. KG ist ein Familienbetrieb in Murau in der Steiermark und wurde im Jahr 1957 durch Herrn Zeiringer Senior gegründet. Der Installationsbetrieb beschäftigt 40 MitarbeiterInnen.

Als Frau Zeiringer Junior in den frühen 1990er Jahren den Betrieb übernahm, entschied sie sich für eine konsequente Neuausrichtung des Unternehmens auf ökologischer Basis.

Zunächst wurden alle MitarbeiterInnen im Bereich alternativer Energiesysteme geschult und der betriebsinterne Energiehaushalt entsprechend ökologischer Standards umgestellt. Der nächste Schritt von Frau Zeiringer bestand in der Zielfestlegung, bis zum Jahr 2005 in Neubauten keine Ölheizungen (wie bisher seitens des Unternehmens üblich), sondern nur noch umweltfreundliche Anlagen zu installieren.

Frau Zeiringer musste in diesem Prozess der Neuausrichtung eine Menge unbezahlter Informationsarbeit leisten und diese zunächst im eigenen Betrieb beginnen, wo ihre Installateure teilweise seit Jahrzehnten auf Ölheizungen eingespielt waren, was einen gewissen Skeptizismus gegenüber alternativen Energieformen erklärt.

Mittlerweile sind das gesamte Unternehmen und seine Produkte und Dienstleistungen auf die neue Unternehmensphilosophie "Öko-Zeiringer" ausgerichtet und die MitarbeiterInnen stolz darauf, als führende ExpertInnen in der Region angesehen zu werden. Die Firma konnte bereits eine beachtliche Anzahl an Neukunden für die ökologische Ausrichtung von Energiesystemen gewinnen.

Als die Unternehmerin Frau Zeiringer im Rahmen dieses Projektes auf den Begriff "Corporate Social Responsibility" angesprochen wurde, reagierte sie zunächst etwas skeptisch: "Ich will mein Unternehmen doch nur menschlich führen", ist ihr Anspruch und Zugang zu einer Unternehmensphilosophie, die ein weiteres Mal auf die Aufgeschlossenheit mittelständischer und kleiner Unternehmen gegenüber ihrer gesellschaftlichen Verantwortung verweist.

4. Verwendung in Trainingssituationen

A) Zusatzinformationen für die Verwendung dieses Fallbeispiels in Trainingssituationen (Inhaltliche Zuordnung zu den einzelnen Trainingsmodulen)

Die Firma Zeiringer ist seit fast 5 Jahrzehnten als Familienbetrieb tätig. In der letzten Dekade hat die neue Geschäftsführerin Frau Zeiringer Junior den Betrieb komplett neu auf eine ökologische Unternehmensphilosophie ausgerichtet.

Dieses Fallbeispiel kann als gute CSR-Praxis für die Bereiche Umwelt und Markt eingesetzt werden.

B) Pädagogische Vorschläge für die Verwendung im Training

Diskussionspunkte:

- Die Rolle von Schulungen und Weiterbildungen in KMUs vor allem in einem Bereich wie Umwelttechnologie, der sich schnell und tiefgreifend verändert
- Prozesse, die zu beachten sind, wenn die Unternehmensphilosophie eines KMU komplett neu ausgerichtet wird (z. B. gegenüber MitarbeiterInnen, KundInnen, externe Kommunikation etc.)
- Welche Unterstützung ist/wäre nötig/hilfreich, wenn ein KMU eine eigene CSR-Strategie entwickeln will?
- CSR im Kontext der Betriebsübergabe an die nächste Führungsgeneration
- Langfristiger Return-on-Investment durch die Umstellung auf eine ökologisch nachhaltige Geschäftstätigkeit