

BIKE CHARTA

Die BIKEBRAINPOOL-Mitglieder übernehmen Verantwortung für nachhaltiges
Wirtschaften

Inhaltsverzeichnis

1. Präambel.....	2
1.1. Die BIKEBRAINPOOL-Mitglieder übernehmen Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften.....	2
1.2. Ein nachhaltiges Produkt aus einer nachhaltigen Branche	3
1.3. Hintergrund	3
2. Unsere CSR-Themen und Maßnahmen	4
2.1. CSR rund um die Produkte der Fahrradwirtschaft.....	4
2.2. CSR-Themen rund um den Produktionsstandort.....	6
2.3. CSR-Themen rund um die soziale und gesellschaftliche Relevanz des Fahrrads 10	
2.4. CSR-Themen rund um das strategische CSR-Management.....	11
3. JETZT HANDELN!	13
ANLAGE 1.....	14
ANLAGE 2	16

1. Präambel

1.1. **Die BIKEBRAINPOOL-Mitglieder übernehmen Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften**

Mit dieser BIKE CHARTA geben wir, der BIKEBRAINPOOL, Handlungsimpulse zu einem wirkungsvollen Beitrag zur Ressourcenschonung, Nachhaltigkeit und zum Klimaschutz rund um die Produkte und Dienstleistungen in der Fahrradindustrie.

Gleichzeitig wissen wir, dass wir bei aller Dringlichkeit, die die Rahmenbedingungen fordern, nur einen Schritt nach dem anderen machen können und möglichst viele Unternehmen – unsere Mitgliedsunternehmen und darüber hinaus – zum Handeln inspirieren und bewegen wollen.

Die BIKE CHARTA stellt auf den folgenden Seiten vielfältige CSR-Themen und Maßnahmen vor allem aus den Handlungsfeldern Markt und Umwelt, aber auch Arbeitsplatz und Gemeinwesen vor und appelliert an alle Unternehmen des BIKEBRAINPOOLS sowie an die gesamte Fahrradbranche, sich einem oder mehrerer dieser Themen anzunehmen – als Gesamtbranche, auf einzelne Produkte und Dienstleistungen bezogen oder für individuelle Unternehmensstandorte. Besonders für Unternehmen, die ihre CSR-Reise gerade erst beginnen, stellt die BIKE CHARTA generelle und allgemein zugängliche Inspiration zur Verfügung – Maßnahmen, mit denen Unternehmen sich direkt ans Werk machen und schnell erste CSR-Erfolge aufweisen können.

Was verstehen wir dabei unter CSR? "Corporate Social Responsibility" oder kurz CSR ist die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens. CSR ist die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft. Dies umfasst soziale, ökologische und ökonomische Aspekte. In der Praxis verwenden viele Unternehmen die Begriffe CSR und Nachhaltigkeit weitgehend synonym. So sprechen manche Unternehmen von Nachhaltigkeitsstrategie und Nachhaltigkeitsbericht, andere von CSR-Strategie und CSR-Bericht. (Siehe Bundesministerium für Arbeit und Soziales¹)

Weder die Aufzählung der CSR-Themen, noch die Liste der möglichen CSR-Maßnahmen ist abschließend und kann fortlaufend ergänzt werden. Die Auswahl, Umsetzung und Kontrolle der Maßnahmen erfolgt dabei selbstbestimmt und selbstverpflichtend durch die einzelnen Unternehmen selbst.

Doch niemand muss allein loslaufen, wir fahren im Peloton und unterstützen uns gegenseitig im Sinne des gezielten Peer-to-Peer-Learning. Wir halten uns fortan über die Entwicklungen und Fortschritte informiert und veröffentlichen diese über die Webseite und im LinkedIn Kanal auch in die gesamte Branche. Nach einem Jahr wird ein erstes Fazit gezogen: wir halten gebündelt in einem Playbook Fortschritte fest und zeigen Best-Practice Beispiele auf, die im Rahmen einer Veranstaltung präsentiert werden sollen.

¹ <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/Was-ist-CSR/Grundlagen/Nachhaltigkeit-und-CSR/nachhaltigkeit-und-csr.html>

1.2. Ein nachhaltiges Produkt aus einer nachhaltigen Branche

Es ist auch im ökonomischen Interesse und im Sinne der Zukunftsfähigkeit der Branche und ihrer einzelnen Unternehmen, die Themen CSR und Nachhaltigkeit anzugehen. Als Unternehmer*innen in der Fahrradbranche tragen wir Verantwortung und müssen uns unserer ökologischen und gesellschaftlichen Wirkung bewusst sein.

Wir produzieren und vertreiben ein Produkt, das neue Mobilitätsbedürfnisse befriedigt und ein Lösungselement im Sinne des Klimaschutzes, lebenswerter Städte und Gemeinden und einer gesunden und beweglichen Bevölkerung darstellt. Ein Produkt, dessen Nutzung viele positive und nachhaltige Aspekte abdeckt, sollte bezogen auf dessen Herstellung nicht weniger positiv und nachhaltig wirken.

Wir wollen uns daher dafür engagieren, dass Fahrräder, E-Bikes und deren Komponenten nachhaltiger produziert werden. Wir behalten zudem verantwortungsvoll über unsere jeweiligen Produkte und/oder Dienstleistungen hinaus das große Ganze im Blick. Unsere Verantwortung umfasst nicht nur unser Unternehmen, unsere Mitarbeiter*innen und Kunden, sondern auch unsere Lieferkette: bei mehr als 100 Einzelteilen aus aller Welt müssen Fahrradhersteller, -zulieferer und -dienstleister ihre schnelllebigen Innovationszyklen aufeinander abstimmen, die Langlebigkeit der Produkte, deren Reparaturfähigkeit sowie die Endlichkeit von Ressourcen berücksichtigen.

1.3. Hintergrund

Diese BIKE CHARTA orientiert sich an Maßnahmen der nationalen und internationalen Gesetzgebung (Sustainable Development Goals der UN, Initiativen auf EU-Ebene wie z.B. der Green Deal und konkrete EU-Nachhaltigkeits-Vorgaben, nationale Regelungen zum nachhaltigen Umgang mit Ressourcen, etc.). Dabei werden die humanistischen Werte wie u.a. Menschenwürde, Gleichberechtigung, Meinungsfreiheit, Glaubensfreiheit, Toleranz, Demokratie und Rechtsstaat als Grundlage des Handelns vorausgesetzt.

2030 ist der Zeithorizont für viele Regelungen und Gesetzgebungen. Der fortschreitende Klimawandel, tiefgreifende gesellschaftliche Veränderungen und die notwendige Ausrichtung auf eine enkeltaugliche Zukunft fordern Unternehmen dazu auf, **JETZT** zu Handeln. Je früher jedes Unternehmen das eigene Verhalten im puncto CSR und Nachhaltigkeit reflektiert und Handlungsschritte konkret beschreitet, desto besser.

2. Unsere CSR-Themen und Maßnahmen

2.1. CSR rund um die Produkte der Fahrradwirtschaft

1. **NACHHALTIGES INNOVATIONSMANAGEMENT/“BUSINESS-MODELLING“:** Die Fahrradbranche braucht Innovationen, die die Produkte und Dienstleistungen selbst nachhaltiger gestalten und neue Wege, die Langlebigkeit und Ressourcenschonung der Produkte vorantreiben. Neue Geschäftsmodelle à la „Teilen statt Besitzen“ sowie Leasing-, Leih- und Sharing-Dienstleistungen spielen hierbei eine große Rolle inklusive neuer Denkmodelle, die z.B. vorsehen, dass Hardware-Produkte nicht mehr verkauft, sondern vermietet werden und nach Ende der Laufzeit an den Hersteller zurückgehen. Für neue Gestaltungsmöglichkeiten braucht es zudem neue Kooperationsmodelle, die den eigenen Innovationsrahmen noch übertreffen.

Handlungsmöglichkeiten

1. Wissenstransfer für nachhaltige Innovationen (im eigenen Unternehmen und darüber hinaus)
2. Kooperation von unterschiedlichen Herstellern und Dienstleistern
3. Inkubation von neuen Geschäftsmodellen

2. **NACHHALTIGES PRODUKTDESIGN:** Schon der Designprozess eines Produktes bzw. einer Dienstleistung bestimmt wesentlich den Einfluss u.a. auf Emissionen, Abfall oder das Recycling der verwendeten Materialien. Daher müssen Produkte und Dienstleistungen direkt mit einem neuen Verständnis für Nachhaltigkeit entwickelt und ggf. neu gestaltet werden.

Handlungsmöglichkeiten

1. Wissenstransfer sicherstellen und Produktdesigner*innen in nachhaltigem Design (Ecodesign) weiterbilden
2. Lebenszyklusanalyse (Life Cycle Analysis) der jeweiligen Produkte und Dienstleistungen durchführen
3. Neue Produktdesign-Methoden verpflichtend anwenden, die Cradle2Cradle/Circular Economy und den gesamten Lebenszyklus im Blick halten

3. **VERMEIDUNG VON VERPACKUNGEN:** Um Produkte zu schützen, werden diese oft aufwendig mit Einwegmaterialien verpackt. Einwegmaterialien sind oft aus Kunststoff („Plastik“) und nicht biologisch abbaubar. Sie verschmutzen häufig unsere Umwelt und vor allem die Weltmeere.

Handlungsmöglichkeiten

1. Reduktion des Verpackungsmaterials (insbesondere Einwegverpackungen) durch intelligente Verpackungskonzepte oder die Verwendung von recyclefähigem oder biologisch abbaubarem Verpackungsmaterial
2. Mehrweg-Verpackungen mit Pfandsystemen einführen

- 4. NACHHALTIGE BESCHAFFUNG UND TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE:** Die Zusammenarbeit mit nachhaltigen Zulieferern und Geschäftspartnern ermöglicht es, die Ressourceneffizienz von Produkten innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette zu garantieren und sorgt für Transparenz gegenüber den Kunden. Für Neuanschaffungen jeglicher Art können Kriterien für eine solche nachhaltige Beschaffung angewendet werden. Das Schockerlebnis, das die Modebranche mit dem Einsturz der Rana Plaza Fabrik 2013 in Bangladesch erlebt hat, ist der Fahrradbranche zum Glück noch nicht widerfahren. Jedoch regt sich die Berichterstattung über Missstände im Hinblick auf Menschenrechts- und Umweltstandards in der Fahrradherstellung/-lieferkette in der nationalen Presse ([Zeit](#), [Velobiz](#)). Auf regulatorischer Ebene schafft das Lieferkettengesetz bald verpflichtende Vorgaben. Das nationale Lieferkettengesetz verpflichtet Unternehmen ab 3.000 Mitarbeitenden, später ab 1.000 Mitarbeitenden dazu, ihre Lieferkette im Hinblick auf Menschenrechts- und Umweltstandards im Blick zu behalten und ständig zu überprüfen, sowie eine Beschwerdemöglichkeit einzurichten und über ihre Aktivitäten zu berichten. Gleichzeitig gibt es bereits Anstrengungen für ein europäisches Lieferkettengesetz (Gesetzesentwurf 2021). Auch wenn viele KMUs aus der Fahrradbranche nicht direkt vom Lieferkettengesetz betroffen sein werden, werden sie als Zulieferer in vielen Fällen indirekt auch über ihre Lieferkette Aufklärung und Transparenz schaffen müssen um a) ihre B2B-Kunden zufriedenstellen und b) steigende Endkundennachfragen beantworten zu können. Um die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern, müssen sich alle Unternehmen mit der Transparenz der Lieferkette auseinandersetzen.

Handlungsmöglichkeiten

1. Nachhaltige Beschaffungskriterien festlegen
 2. Kriterien des Bundesumweltamts für Maschinen, Werkzeuge, Material, etc. berücksichtigen
 3. Mit Herstellern, Lieferanten und Partnern ins Gespräch treten
 4. Lieferanten gem. CSR-Richtlinien auswählen, auditieren und unterstützen
 5. Initiativen zur Einführung des Lieferkettengesetzes unterstützen bzw. dessen Vorgaben umsetzen (Positionspapier von Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft)
 6. Als größeres Unternehmen an Collective Impact Initiativen teilnehmen, um auch kleineren Unternehmen und Zulieferern zu helfen, ihren menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten nachzukommen.
- 5. TRANSPORTVERMEIDUNG DURCH REGIONALE PRODUKTIONSSTANDORTE UND NACHHALTIGE LOGISTIK (UND LIEFERANTEN?):**
- Covid-19 und die damit verbundenen eingeschränkten internationalen Handelsverbindungen zeigten der Fahrradbranche die fragile Abhängigkeit von überregionalen, vornehmlich asiatischen, Produktionsstandorten. Der häufige Warentourismus – insbesondere zwischen Asien und Europa – führt nicht nur zu instabilen Abläufen und zeitlichen Verzögerungen, sondern auch – wie jeglicher Transportweg – zu erhöhten Emissionen, vor allem wenn Teile mehrmals innerhalb der Wertschöpfungskette hin- und her transportiert werden müssen und/oder von weit entfernten Lieferanten bezogen bzw. an weit entfernte Kunden geliefert werden.

Handlungsmöglichkeiten

1. Logistik-Emissions-Analyse
2. Alternative und bestenfalls Europäische oder sogar lokale Produktionsstandorte und Lieferanten berücksichtigen/bevorzugen bzw. erstmal wieder Kapazitäten aufbauen
3. Mangelhaften Marken- und Patentschutz bei Produktion außerhalb der EU (DN) nicht mehr hinnehmen
4. Kontrolle hinsichtlich Schadstoffverwendung und -kennzeichnung

2.2 CSR-Themen rund um den Produktionsstandort

- 6. ABFALL-/ENTSORGUNGSMANAGEMENT, WIEDERVERWENDUNG UND RECYCLING:** Für die Ressourcenschonung und Emissionsvermeidung brauchen Unternehmen Vermeidungsstrategien/neue Lösungen, wenn es um die Themen Abfall und Entsorgung geht. Dies betrifft das Umfeld Produktion bzw. Dienstleistungserbringung gleichermaßen wie die Bereiche Büro und Verwaltung.

Handlungsmöglichkeiten

1. Aufschlüsselung bzgl. der Zusammensetzung von Produkten
 2. Recyclingfähigkeit des E-Bike-Akkus und die Kommunikation Richtung Endverbraucher*innen verbessern
 3. Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen
 4. Optionen für eine Circular Economy branchenfähig machen
 5. Vermeidung von Einwegverpackungen in der Beschaffung
 6. Wiederverwendung von Verpackungs- und Füllmaterialien von Vorlieferanten
 7. Zielgrößen zur Reduzierung des anfallenden Mülls definieren
 8. Nicht zu vermeidende Abfälle sortieren und fachgerecht entsorgen oder besser noch recyceln
 9. Einführung eines Mehrbecher-Systems für Mitarbeiter*innen, zum Beispiel „Recup“
 10. Papierloses oder papierarmes Büro – Umstellen auf digitale Prozesse
 11. Für das verbleibende Büromaterial auf nachhaltige Produkte zurückgreifen (recyceltes Umweltpapier, nachhaltiges Klebeband, etc.)
 12. Bei Bestellungen wo möglich Sammelbestellungen durchführen (ggf. gemeinsam mit benachbarten Unternehmen) zwecks Einsparung von Verpackungsmüll, Transportemissionen und Kosten
 13. Bei Druckereiprodukten die Auflagenmenge hinterfragen, C2C-Druck – Umweltfreundliche Druckfarben verwenden und in der Herstellung auf Klimaneutralität achten
 14. Zentrale Getränkebereitstellung für Mitarbeiter*innen inklusive Wasseraufbereitungsanlage und firmeneigenen wiederverwendbaren Trinkflaschen (anstatt von individuellen Getränkeflaschen, Tetrapacks, Dosen, etc.)
- 7. ENERGIE-EFFIZIENZ:** Eine der besten Optionen, die Umwelt zu schützen ist das Einsparen von Energie. Standorte und Gebäude können hinsichtlich Ihrer Energie-Effizienz optimiert werden. Je nach Größe des Unternehmensstandorts gibt es zahlreiche Möglichkeiten, um Energie zu sparen, die Emissionen am Standort zu reduzieren und dabei gleichzeitig

Kosten zu senken. Aber auch Produktionsanlagen und -prozesse und die Art und Weise der Dienstleistungserbringung können in vielen Fällen energieeffizienter gestaltet werden.

Handlungsmöglichkeiten

1. Energieeffizientes und ressourcenschonendes Bauen/Renovieren, Zum Beispiel durch die Anfertigung eines Bauteilekatalog, dadurch können die Materialien nach ihrer Nutzungsphase wieder in den Recyclingkreislauf zurückgeführt werden (bspw. DGNB / Cradle2Cradle)
2. Energiesparmaßnahmen wie LED-Beleuchtung, Bewegungsmelder, automatische Heizungsabschaltung, etc.
3. Durchführung eines Energieaudits
4. Zertifizierung nach ISO 50001

- 8. ENERGIEVERSORGUNG/ERNEUERBARE ENERGIEN:** Dem Klimawandel und der Ressourcenverknappung entgegen zu wirken bedeutet auch den Verzicht auf fossile bzw. endliche Energieträger vorzubringen. Es gilt nachhaltige und erneuerbare Energiequellen zu bevorzugen und zu fördern.

Handlungsmöglichkeiten

1. Wechsel auf Ökostrom
2. Wärmeversorgung aus Wärmepumpen, Erdwärme, ÖkoGas, etc.
3. Installation von Photovoltaik Anlagen zur eigenen Stromversorgung
4. Einführung von Energiesparmaßnahmen
5. Rückgewinnung und Nutzung der Prozessabwärme

- 9. KLIMANEUTRALITÄT:** Gem. dem Leitsatz „Vermeiden, Verringern und Kompensieren“ streben viele Nationen, Städte, Gemeinden und Unternehmen die Klimaneutralität an. Hier stellen die Themen ENERGIEEFFIZIENZ und ENERGIEVERSORGUNG/ERNEUERBARE ENERGIEN wichtige Inputgrößen dar, jedoch ist es darüber hinaus als Grundlage wichtig zu verstehen, welchen CO₂-Ausstoß man im Rahmen der Scopes 1 bis 3 (siehe Anlage 2) überhaupt verursacht. Erst dann kann man entsprechende Maßnahmen einleiten und nicht vermeidbare Emissionen kompensieren. Viele große Unternehmen setzen sich bereits jetzt ambitionierte Klimaziele und werden diese innerhalb ihrer Lieferkette auch an ihre Zulieferer weitergeben. Eine CO₂-Bilanz und sich daraus ableitende Maßnahmen in Richtung Klimaneutralität werden daher auch für kleinere Unternehmen sicherlich zeitnah an Bedeutung gewinnen. Hierzu gibt es mittlerweile auch pragmatische Tools und Dienstleistungsangebote, die entsprechende Projekte erleichtern.

Handlungsmöglichkeiten

1. CO₂-Bilanz erstellen (sollte auch CO₂-Äquivalente abdecken)
2. Ziele setzen zur Reduzierung der Emissionen
3. Nicht vermeidbare Emissionen mit zertifiziertem Partner kompensieren

- 10. ABWASSER-MANAGEMENT:** Wasser wird global mehr und mehr zum knappen Gut. Es ist daher wichtig, den Frischwasserverbrauch aktiv einzuschränken und natürliche Gewässer zu schützen.

Handlungsmöglichkeiten

1. Minimierung der Frischwassernutzung
2. Sammeln von Regenwasser durch Zisternen zur Nutzung von WC-Spülungen, etc.
3. Abwasseraufbereitung

- 11. BIODIVERSIVITÄT:** Bienen-, Wald- und Artenstreben sind nur einige Beispiele dafür, die zeigen, dass die Biodiversität unseres Planeten in Gefahr ist. Unternehmen können gegen diese Entwicklung Zeichen setzen. Gerade wenn Unternehmensstandorte saniert oder neu gebaut werden bieten sich viele Möglichkeiten.

Handlungsmöglichkeiten

1. Naturnahe Grünflächen schützen und/oder neue Grün- oder Gartenflächen anlegen, Dächer begrünen
2. Anzahl der versiegelten Parkplätze reduzieren
3. Insektenfreundliche Bepflanzung
4. Unternehmenseigene Bienenkulturen
5. Baumpflanzaktionen

12. NACHHALTIGES EVENT-MANAGEMENT/NACHHALTIGE

VERPFLEGUNGSANGEBOTE: Beim Ausrichten und Catering von Veranstaltungen, Sitzungen und Events oder beim Angebot in der firmeneigenen Kantine können massiv Emissionen und Ressourcen eingespart werden.

Handlungsmöglichkeiten

1. Fleischkonsum reduzieren oder ganz auf vegetarisch umstellen
2. Caterer mit einem geringen Anfahrtsweg bevorzugen
3. Ein saisonales, regionales und biologisch-zertifiziertes Angebot einführen
4. Auf einzelverpackte Mahlzeiten verzichten und alternativ Buffets anbieten
5. Wiederverwendbares Geschirr einsetzen
6. Anreise mit Bahn, ÖPNV und Fahrrad bevorzugen und belohnen
7. Mobilitätsangebot vor Ort schaffen für Wege vom Bahnhof, zum Hotel., zum Tagungsort, etc. – z.B. mit Fahrrädern, Scootern, Lastenrädern, Rikschas, etc.

- 13. MOBILITÄTSMASSNAHMEN/BETRIEBLICHE MOBILITÄT:** Insbesondere in der Fahrradbranche sollte es zum guten Ton gehören, im Kontext der Mitarbeitermobilität umweltfreundliche Mobilitätsalternativen (insbesondere das Fahrrad) zu fördern und den Zugang zu Ihnen zu erleichtern.

Handlungsmöglichkeiten

1. Analysieren wie Mitarbeiter*innen zur Arbeit kommen
2. Incentivierungen für nachhaltige Mobilität einführen
3. Einführung von Fahrradförderung (z.B. Fahrradleasing)
4. Wetter- und diebstahlgeschützte Fahrradparkplätze direkt am Mitarbeiteringang einrichten
5. Förderung der Fahrradmobilität durch unterstützende Maßnahmen wie z.B. Wintercheck, Lichtcheck, Reparaturmöglichkeiten etc.

6. Reduktion und Elektrifizierung des Firmenfuhrparks: E-Bikes, Cargobikes und sonstige E-Fahrzeuge
7. Einführung von Mitfahrbörsen und Ridesharing
8. Bevorzugung auf bestimmten Parkplätzen für nachhaltige Fahrzeuge ermöglichen
9. Mobilitätsbudgets einführen
10. Duschen, Spinde und Umkleidemöglichkeiten bereitstellen und leicht zugänglich machen
11. Vermeidung von Anfahrten und Geschäftsreisen durch das Ermöglichen von mobilem Arbeiten und der Integration von virtuellen Meetings
12. Zertifizierung zum fahrradfreundlichen Arbeitgeber
13. Ausbildung von Mitarbeitern zu Mitarbeitermobilitätsbeauftragten (z.B. bei der IHK)

- 14. MITARBEITERZUFRIEDENHEIT, -FÜHRUNG, -FÖRDERUNG, -SICHERHEIT, -GESUNDHEIT, UND -VIELFALT:** Der Blumenstrauß an CSR-Themen und CSR-Maßnahmen, die ein Unternehmen bearbeiten bzw. umsetzen kann, schließt oft auch Initiativen zum Wohle der Mitarbeiter*innen ein. Die Themen Mitarbeiterzufriedenheit und -motivation stehen hier im Vordergrund. Faire Arbeitsbedingungen umfassen feste und fair entlohnte Anstellungsverhältnisse. Neue Führungskonzepte, die demokratische oder agile Arbeitsprozesse erlauben, können ebenfalls zu einem positiven Betriebsklima beitragen. Teambuildingaktivitäten fallen ebenfalls in diesen Bereich. Generell ist es wichtig – insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels – qualifizierte Mitarbeiter*innen zu finden, zu fördern und zu binden. Formale Talentmanagement- und Mitarbeiterentwicklungsprogramme gewinnen in diesem Kontext an Popularität. Neben dem Fokus auf Arbeitssicherheit können Arbeitgeber noch viele weitere Aspekte der Mitarbeitergesundheit voranbringen. Letztlich setzen wir uns in unserer Branche auch für Chancengleichheit, Gleichberechtigung und Diversität sowie die gezielte Einbindung und Förderung benachteiligter Gruppen ein. Dies trägt neben möglichen Gemeinwesens-Initiativen (siehe unten) zur sozialen Nachhaltigkeit der Produkte und Dienstleistungen der Fahrradindustrie bei.

Handlungsmöglichkeiten

1. Mitarbeiterzufriedenheitsumfragen und-initiativen durchführen
2. Vereinbarkeit von Beruf und Familie fördern, z. B. durch flexible Arbeitszeiten, Job-Sharing, Betriebs-Kitas
3. Teambuilding-Aktivitäten anbieten
4. Gemeinsam mit den Mitarbeitern*innen ein Mitarbeiter-Wertehandbuch und/oder einen Mitarbeiterverhaltenskodex entwickeln
5. Übertarifliche Bezahlung
6. Erfolgsprämien auszahlen
7. Nettolohnoptimierung anbieten
8. Demokratische und/oder agile Führungsmodelle einführen
9. hoher Grad an Mitgestaltungsmöglichkeiten hinsichtlich der Unternehmensentwicklung und großer Gestaltungsspielraum bei der Ausübung der Arbeit
10. weitgehend freie Mitgestaltung der Arbeitsbedingungen und Arbeitsaufgaben, der zeitlichen und inhaltlichen Strukturierung der Arbeitsinhalte und der zeitlichen Einteilung
11. Mitarbeiterweiterentwicklungsprogramme aufsetzen

12. Arbeitsschutz über die gesetzlichen Vorgaben hinaus promoten
13. Ernährungskurse für Mitarbeiter*innen anbieten
14. Fitness-, Yoga- oder Mediationskurse für die Belegschaft organisieren
15. Arbeitsplätze ergonomisch und bewegungsfördernd einrichten (z.B. Steh- oder Fahrradschreibtische)
16. Betrieblichen Fitnessraum einrichten/Mitgliedschaft im Fitnessstudio bezuschussen
17. Trainings zum Thema Vielfalt veranstalten (siehe hierzu auch [Charta der Vielfalt](#))
- 14.

2.3 CSR-Themen rund um die soziale und gesellschaftliche Relevanz des Fahrrads

15. GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DES FAHRRADS VERGRÖßERN: Das Fahrrad ist ein ganzheitlich nachhaltiges Verkehrsmittel. Die Frage der Nachhaltigkeit von Verkehrsmitteln wird früher oder später die gesellschaftliche Relevanz entfalten, die wir uns – das Ziel der nachhaltigen Mobilitätswende vor Augen – schon lange wünschen. Nie war es wichtiger, das Image des Fahrrads in diesem Sinne aktiv zu fördern und voranzubringen. Es bedarf einer noch stärkeren Interessenvertretung des Fahrrads. Für die notwendige Veränderung der politischen Rahmenbedingungen setzen sich die verschiedenen und spartenbezogenen Branchenverbände ein. Diese politische Arbeit gilt es zu unterstützen.

Handlungsmöglichkeiten

1. Aktive Lobbyarbeit für das Fahrrad betreiben
2. Mediale Aufmerksamkeit für das Radfahren stärken
3. Mitglied oder Fördermitglied in den relevanten Verbänden der Fahrradindustrie (z.B. ADFC, BVZF, CIE, VSF, ZIV etc.) werden und deren Lobbyarbeit somit unterstützen
4. Lokale Politiker ansprechen und für die Bedeutung des Fahrrades sensibilisieren
5. 2021 ist Super-Wahljahr: Als Vertreter*in der Wirtschaft Einfluss auf Wahlprogramme der Parteien/ Abgeordnete nehmen

16. SOZIALES ENGAGEMENT/GEMEINWESEN: Neben Initiativen für Mitarbeiter*innen und Lieferanten gibt es auch andere Wege sicherzustellen, dass wir als verantwortungsvolle Unternehmen der Fahrradindustrie für unser Handeln einen moralisch ethischen Rahmen setzen. Für Unternehmen gibt es diesbezüglich zahlreiche Möglichkeiten, sich sozial zu engagieren. Dies kann z.B. durch Spenden oder konkrete Projekte mit gemeinnützigen Organisationen erfolgen. Insbesondere die Einbindung der Mitarbeiter*innen in soziale Projekte kann positive Synergieeffekte haben; auch im Hinblick auf die Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit. Sogenannte Mittlerorganisationen können hier oftmals zwischen Projektpartnern aus der Wirtschaft und dem Gemeinwesen vermitteln. Im besten Falle haben zumindest einige Projekte auch einen regionalen Fokus: Die Fahrradbranche ist durch kleine- und mittelständische Unternehmen geprägt, die stark in der Region verwurzelt sind und dort auch wirken

können. Weiterhin sollten Projekte idealerweise einen Bezug zum Kerngeschäft vorweisen.

Handlungsmöglichkeiten

1. Zusammenarbeit mit Behindertenwerkstätten
2. Mitarbeiter*innen während der Arbeitszeit für gemeinnützige Arbeit freigeben
3. Integration von Geflüchteten
4. Spendenaktion, die auch den Mitarbeiter*innen erlaubt zu spenden (das Unternehmen könnte die Spenden sogar aufstocken)
5. Das Angebot schaffen, Rest-Cent-Beträge über die Gehaltsabrechnung spenden zu können

2.4 CSR-Themen rund um das strategische CSR-Management

17. EINE CSR-STRATEGIE ENTWICKELN, CSR-VERANTWORTLICHKEITEN

SCHAFFEN UND REPORTEN: Eine formale CSR-Strategie hilft dabei, einen klaren Blick auf die eigenen Potentiale im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagements zu werfen. Viele Unternehmen setzen bereits zahlreiche CSR-Maßnahmen um, jedoch weder gebündelt noch zielgerichtet. Die Erstellung einer Wesentlichkeitsanalyse (als Grundlage der CSR-Strategie) und/oder die Orientierung an renommierten Reporting-Standards (z.B. Deutscher Nachhaltigkeitskodex) können hier Klarheit schaffen. Die Strategie kann zudem bzw. alternativ auch an die Sustainable Development Goals der UN angelehnt sein (siehe entsprechende Adaption an die Fahrradbranche in Anlage 2). Bestenfalls schaffen Unternehmen klare CSR-Verantwortlichkeiten. Ein interdisziplinäres CSR-Team kann in diesem Kontext oft schon viel bewegen. Viele Unternehmen verankern CSR-Rollen zudem direkt in der Geschäftsleitung oder z.B. in der Marketing-Abteilung und/oder schaffen Stellen für Nachhaltigkeits- bzw. CSR-Manager*innen. Unternehmen, die auf Ihrem CSR-Weg schon weiter sind, können sich sogar entsprechend zertifizieren lassen.

Handlungsmöglichkeiten

1. Klare Empfehlung, das Thema CSR auf GF-Ebene zu verankern
2. CSR-Ziele in die Unternehmensstrategie aufnehmen
3. Eine formale CSR-Strategie entwickeln (ggf. inkl. Wesentlichkeitsanalyse)
4. Mitarbeiter*innen zu Weiterbildungen zum Thema CSR senden
5. Ein internes CSR-Team gründen und/oder eine CSR-Stelle in Halb- oder Vollzeit schaffen
6. Einen CSR-Bericht erstellen
7. Zertifizierung nach ISO 140001 und/oder ISO 26000

18. KOOPERATIONEN ZUM THEMA CSR UND NACHHALTIGKEIT:

Erfolgreiches CSR-Management lebt von Kooperationen und Wissensaustausch. Gutes tun und drüber sprechen trifft also im Kontext von CSR nicht nur auf das Marketing zu, sondern auch auf das Networking. In der Fahrradbranche gibt es neben der CSR-Satellitengruppe des BIKEBRAINPOOL mittlerweile zahlreiche CSR-Arbeits-/Expertengruppen (z.B. beim ZIV oder CIE/CONEBI). Weiterhin gibt es Verbände, die sich explizit mit nachhaltigem Wirtschaften beschäftigen. Einen Dialog über

Nachhaltigkeit mit Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden und weiteren Stakeholdern zu initiieren sowie Synergien und Austausch mit anderen lokalen Unternehmen zu pflegen ist wichtig. Insbesondere die Unternehmen der Fahrradbranche können voneinander lernen und sich über Strategien und Vorgehensweisen im Peer-to-Peer Learning austauschen. Diese BIKE CHARTA z.B. ist das Ergebnis eines solchen Austausches.

Handlungsmöglichkeiten

1. CSR-Arbeitsgruppen der Verbände der Fahrradindustrie beitreten
2. Bei einem nachhaltigkeitsfokussierten Wirtschaftsverband Mitglied werden (z.B. Verband Nachhaltige Wirtschaft)
3. Mit anderen regionalen Unternehmen, die CSR auf ihre Agenda gesetzt haben, in Verbindung treten und kooperieren
4. Andere Unternehmen dazu motivieren, nachhaltiger zu wirtschaften

3. JETZT HANDELN!

Mit der Unterzeichnung dieser BIKE CHARTA verpflichtet sich das Unternehmen _____ dazu,...

- ... die CSR-Themen anzupacken.
- ... den CSR-Themen Priorität und Ressourcen einzuräumen.
- ... die CSR-Themen im eigenen Unternehmen und darüber hinaus z.B. in der Fahrradindustrie, in Arbeitsgruppen, in der Kommune und Region maßgeblich voranzubringen.
- ... andere Unternehmen auf dem Weg in eine nachhaltigere Zukunft zu begleiten und in ihren CSR- Bemühungen zu unterstützen.
- ... im Jahr/Geschäftsjahr _____ zu mindestens 2 CSR-Themen aus der BIKE CHARTA neue Projekte umzusetzen bzw. etablierte Projekte weiterzuführen:

CSR-Themen aus der BIKE CHARTA	Projekte

Ort, Datum

Firmenstempel/Unterschrift

Nach 12 Monaten prüft eine unabhängige Expert*innen-Jury den Fortschritt der Umsetzung.

ANLAGE 1

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS – EINE ADAPTION AUF DIE FAHRRADINDUSTRIE

Die BIKE CHARTA ist angelehnt an die 17 Sustainable Development Goals der UN. Diese 17 Ziele sind allgemein formuliert. Wir haben versucht, die am ehesten auf die Fahrradindustrie zutreffenden Ziele auf unseren Branchentext zu adaptieren. Das Ergebnis sind Ziele zur nachhaltigen Entwicklung, die einen Handlungs- und Wirkungsrahmen für die Fahrradbranche skizzieren.

#1 KEINE ARMUT – Investitionen in Fahrräder bzw. in die Fahrradindustrie können sich gut in regionale, nationale und internationale Armutsbekämpfungsstrategien eingliedern lassen.

#2 KEIN HUNGER – Das Fahrrad schenkt Zugang zu Möglichkeiten der Hungersbekämpfung und ist niedrigschwellig.

#3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN – Das Fahrrad trägt zu einer guten Gesundheitsvorsorge bei. Durch gute und sichere Fahrrad-Infrastruktur können die Verkehrstoten minimiert werden.

#5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT – Besonders für Mädchen und Frauen bedeutet das Fahrrad Zugang zu Wissen, Bildung sowie Emanzipation und sozialer Teilhabe und kann subjektive Sicherheit vermitteln.

#7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE – Das Fahrrad ist das effizienteste Format der Mobilität bzw. E-Mobilität und ergänzt sich ideal in einen multi-modalen Mobilitätsmix.

#8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM – Die Fahrradindustrie ist die inklusivste und nachhaltigste Branche im Mobilitätssektor und schafft zudem Arbeitsplätze: Pro 1 Million Euro Umsatz, erschafft die Fahrradindustrie 4,89 Vollzeitjobs. Im Vergleich zur Luft- und Raumfahrt-Industrie mit nur 3,9 Vollzeitjobs und der Automobilindustrie mit nur 1,63 Vollzeitjobs ist das deutlich mehr. Das liegt auch daran, dass um das Ökosystem Fahrrad viele Dienstleistungen entstehen und auch der Fahrradtourismus Teil dessen ist. (Quelle: ECF)

#9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR – Das Fahrrad sowie neue Konzepte der Fahrradinfrastruktur und die Mobilitätswende an sich stehen für Innovation. Die Kombination von aktiver Mobilität (zu Fuß gehen und Radfahren) mit dem ÖPNV oder anderen zukünftigen Mobilitätsalternativen ermöglicht Menschen das Auto stehen zu lassen. Es liegt daher auch ein großes Innovationspotenzial in der Zusammenarbeit der Fahrradindustrie mit anderen Branchen.

#11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN – Radfahren macht Städte und Gemeinden inklusiver, lebenswerter, sicherer, resilienter und nachhaltiger. Das Fahrrad fördert auch soziale Innovation/Interaktion, insbesondere wenn Fahrräder immer intelligenter und vernetzter werden.

#12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION – Das Fahrrad muss ein nachhaltiges und CO₂-neutrales Produkt werden und dahingehend die ganze

Lieferkette im Blick behalten werden. Das Fahrrad ist zudem die Lösung schlechthin in puncto nachhaltige Logistik. Im städtischen Raum z.B. könnten 50 % der Transporte aufs Fahrrad verlegt werden.

#13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ – Fahrradfahren ist **DIE** Maßnahme zur Dekarbonisierung des Verkehrs und somit ein Beitrag zum aktiven Klimaschutz. Daher muss Radfahren auch eine zentralere Rolle spielen in der regionalen und nationalen Politik, in der Bildung und im Bewusstsein der Bevölkerung.

#17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE – Die Förderung des Fahrrads und aller damit einhergehenden Aspekte der Nachhaltigkeit ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die nur im Rahmen von Kooperationen und einem breiten Bündnis von Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft, Politik und Verwaltung Früchte trägt.

ANLAGE 2

GREENHOUSE GAS PROTOCOL (GHG) – EINE KURZE EINFÜHRUNG

Als messbare Grundlage für den Umweltimpact in Sachen CO₂-Ausstoß bietet sich das Greenhouse Gas Protocol (GHG) mit seinen drei Scopes für eine strukturierte Emissionsbilanzierung an.

Bemerkung: Es gibt allerdings eine Vielzahl an anderen Modellen/CO₂-Rechnern, die zur Ermittlung des aktuellen Emissionsstands/-fußabdruckes genutzt werden können. Das Greenhouse Gas-Protocol ist nur als Anregung zu verstehen.

Green House Gas Protocol (GHG)

Scope 1 umfasst alle direkten Emissionen, die innerhalb der Grenzen des Unternehmens entstehen, also aus direkt emittierenden Quellen (bzw. eigener Verbrennung) stammenden Emissionen. Darunter fallen also z.B. die Emissionen aus eigenen Anlagen (z.B. Öl- oder Gasverbrennungsanlagen) oder die, die durch den unternehmenseigenen Fuhrpark ausgestoßen werden.

Scope 2 beinhaltet alle indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie wie Strom, Dampf, Wärme und Kälte. Dies beinhaltet jegliche Emissionen, die bei der Produktion dieser Energieträger anfallen.

Scope 3 beleuchtet alle sonstigen indirekten Emissionen, darunter die aus der Herstellung; bzw. dem Transport eingekaufter Güter, der Verteilung und Nutzung der eigenen Produkte oder der Entsorgung von Abfällen. Scope 3 bezieht sich zudem u.a. auf die Dienstleistungen und Produkte bezogen von Dritten, wie zum Beispiel Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe aber auch auf Emissionen verursacht durch Geschäftsreisen und beanspruchte Dienstleistungen.

Die Herausforderung sich klimaneutral zu stellen steigt von Scope 1 zu Scope 3 sehr stark an und erfordert mit der Zunahme des Schwierigkeitsgrades auch vermehrt Partnerschaften und Kooperationen (z.B. mit zertifizierten Kompensationspartnern).