**Das „green clean“ Qualitätsstandard**

**zur Förderung von nachhaltiger Unternehmensführung**



**SUSTAINABLE CERTIFIED**

****

VERSION 1.1/2020

VOM 31.01.2020

****

**www.green-cleaning.de**

**Leitfaden**

„Nachhaltigkeit“ heißt nun die vielversprechende Lösung für die globalen Herausforderungen. Nachhaltigkeit erfüllt heute das grundlegende menschliche Bedürfnis nach Sicherheit – für die Zukunft.

Allerdings ist diese Umsetzung ein mit Herausforderungen verbundener Entwicklungsprozess. Hier setzt der GCCS-Standard an, indem er Unternehmen Leitlinien nachhaltigen Wirtschaftens liefert und gleichzeitig durch die Zertifizierung eine größtmögliche Verbindlichkeit herstellt.

Das CSE-Label gibt Verbrauchern eine verlässliche Orientierung in der Kaufentscheidung und leistet somit einen Beitrag zur Moralisierung der Märkte. Als erklärtes Ziel liefert GCCS Unternehmen damit ein wirkungsvolles Instrument, nachhaltiges Wirtschaften unter realistischen Voraussetzungen umzusetzen und damit die Chance, sich am Erhalt unserer Erde zu beteiligen.

Die systemischen Anforderungen umfassen die ISO 14001. Diese Norm bietet das passende Werkzeug, um systematisch ein Managementsystem aufzubauen, das nicht nur dafür sorgt, die Mindestanforderungen zu erfüllen, sondern auch Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

**16 Systematische Anforderungen zur Erfüllung einer nachhaltigen Umsetzung**

Als Basis für das Nachhaltigkeitsmanagementsystem dient die Norm ISO 14001:2015. Diese Norm bezieht sich lediglich auf die Umwelt. Z.B. ist das Ermitteln von Umweltaspekten und ein systematisches Verfahren mit diesen umzugehen, Bestandteil der Norm. Der CSE-Standard geht jedoch weit über diese Norm hinaus, in dem er nicht nur die zusätzlichen Säulen der Nachhaltigkeit einbezieht, sondern auch noch absolute Kriterien setzt.

CSE-zertifizierte Unternehmen bieten Leistungen und Produkte an, die einen Beitrag zur Schonung und zum Erhalt der Umwelt und/oder im Dienste des Gemeinwohls erbringen. Motivation Ihres Handelns ist nicht der Gewinn, sondern der Mehrwert durch die Geschäftstätigkeit. Gewinnerzielung und -verwendung folgt wirtschaftlichen, ökologischen, ethischen und sozialen Grundsätzen wie in diesem Standard beschrieben. Sie folgen der Intention des Standards und wirken sowohl innerhalb ihres Systems als auch an den Systemgrenzen

Die Dienstleistung von CSE zertifizierten Unternehmen ergibt einen nennenswerten Mehrwert im Sinne des in diesem Standard verwendeten Begriffs der Nachhaltigkeit für den Kunden oder das Gemeinwohl.

***1.Nachhaltigkeitspolitik***

Als erreichbare Nachhaltigkeitsziele sind mind. drei ausgewählt. Es existiert eine Strategie zum Erreichen der Ziele.

Das Unternehmen geht verantwortlich mit der Thematik der Tierversuche um. Sofern es sich aus gesetzlichen Gründen nicht vermeiden lässt (medizinische Produkte, REACH, etc.), werden Tierversuche nur in dem absolut unvermeidbaren Minimum toleriert. Das Unternehmen bemüht sich Alternativen zu finden.

***2.Umgang mit Ressourcen***

1. Das Unternehmen verwendet für alle Materialien und Ausgangsstoffe eine Einkaufsrichtlinie, die auf der Nachhaltigkeitsstrategie beruht. Sie beinhaltet, dass keine Menschenrechte verletzt und keine Produkte, die im Zusammenhang mit Tierversuchen (sofern gesetzlich vereinbar) stehen, verwendet werden. Ihr liegt auch das Prinzip Suffizienz, Effizienz und Konsistenz zugrunde.

2. Es wird kein Rohstoff mit petrochemischen Anteilen als Inhaltsstoff für Produkte exklusive Verpackung eingesetzt, außer den vom jeweiligen Standard zugelassenen Rohstoffen.

*Ausnahmen:*

1. Verpackungen der Produkte sind recyclingfähig, PEFC, FSC oder C2C zertifiziert oder biologisch abbaubar (Glas, Papier, Recyclingfähiger Kunststoff, climate partner).

2. Papiererzeugnisse stammen bei gleicher Eignung nach folgender Prioritätenliste aus den aufgezählten Materialien: aus 100% Recyclingpapier, PEFC, FSC, Umweltengel.

3. IT-Geräte werden bei gleicher Eignung mit folgender Prioritätenliste beschafft: second hand, TCO certified, Blauer Engel, Ecolabel, epeat.

4. Eingekaufte Energie (Strom, Wärme und Kälte) basiert auf der Einkaufsrichtlinie.

5. Schulungen in Bezug auf Umweltaspekte und Umweltauswirkungen sowie deren Optimierung finden regelmäßig statt.

***3.Energieverbrauch und Energieeffizienz***

a) Der Energie- und Ressourcenverbrauch (Strom, Wärme, Kälte, Wasser, IT, etc.) wird optimiert (z.B.: durch angepasstes Verhalten am Arbeitsplatz.) Es besteht diesbezüglich eine Strategie, die eine Reduktion der Ressourcen und Energie zum Ziel hat und Schulungen der MA beinhaltet.

b) In der Planung neuer Arbeitsprozesse findet der Energieaspekt Berücksichtigung.

c) Genutzt wird nur Öko-Strom. Dies gilt für Unternehmen, die sich in Deutschland oder der Schweiz befinden. Unternehmen aus anderen Ländern, die den Einsatz von Öko-Strom nicht durchführen können, erbringen hierüber einen Nachweis. Diese Unternehmen erstellen einen Maßnahmenplan, sich aktiv für eine Änderung einzusetzen.

***4.Wasser und Abwasser***

a) Das Unternehmen kennt die gesetzlichen Anforderungen in Bezug auf Abwasser.

b) Es hat ein System zum Wasser- und Abwassermanagement, dessen Ziel die Reduktion von Abwasser und geringstmögliche Verschmutzung des Wassers ist.

c) Tenside unternehmensinterner Wasch- und Reinigungsmittel sind vollständig biologisch abbaubar gemäß Detergenzien VO 648/2004.

***5.Abfallsystem***

a) Das Unternehmen kennt die gesetzlichen Anforderungen in Bezug auf Abfall.

b) Es hat ein System zum Abfallmanagement, dessen Ziel die Reduktion von Abfall ist.

***6.Klimaschutz***

a) Lagerhaltung entspricht den Anforderungen an Subunternehmen. Die Auswahl des Lagers erfolgt mindestens nach ökologischen und logistischen Kriterien. Prinzip ist: kürzeste Strecke für größte Mengen.

b) Das Unternehmen erstellt eine Reiserichtlinie vor dem Hintergrund „Vermeiden, Vermindern und Kompensieren“. Ressourcenschonenden Transportmitteln wird immer Vorrang gegeben.

c) In der Mobilität werden Dienstreisen komprimiert.

d) Es wird eine Klimazertifizierung durchgeführt oder zwischen zwei jährlichen Audit-Terminen der Nachweis einer Reduktion von Treibhausgasen je verkauftem Produkt, für Dienstleistung je aussagefähige Relationsgröße erbracht bis zum Ende des Einsparungspotentials. Dies bezieht den Außendienst mit ein.

***7.Naturschutz & Artenvielfalt***

Kein Ausgangsstoff stammt aus Pflanzen oder Tieren, die vom Aussterben bedroht

sind und auf der Liste der International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN) stehen. Ausgenommen davon sind Pflanzen und Tiere, die artgerecht angebaut bzw. gehalten wurden.

***8.Lieferantenbeziehungen***

Langfristige Partnerschaften werden aufgebaut. Bei der Wahl von Partnerschaften haben

N-Dimensionen einen gleichwertigen Rang zum Preis. Wenn Lieferanten gewechselt werden, findet dies unter Angabe von Gründen statt. Dies dient dem Bilden von Kooperationen.

***9.Menschenrechte und Sozialstandards***

Das Unternehmen verwendet für alle Materialien und Ausgangsstoffe eine Einkaufsrichtlinie, die auf der Nachhaltigkeitsstrategie beruht. Sie beinhaltet, dass keine Menschenrechte verletzt, die ILO-Vorgaben eingehalten und keine Produkte, die im Zusammenhang mit Tierversuchen (sofern gesetzlich vereinbar) stehen, verwendet werden.

***10.Umweltstandards***

Die Einkaufsrichtlinie folgt dem Prinzip Suffizienz, Effizienz und Konsistenz.

***11.Aus & Weiterbildung***

a) Alle am Unternehmen beteiligten Menschen haben die Möglichkeit sich fortwährend weiter zu bilden. Hierzu werden vom Unternehmen hinreichend Mittel bereitgestellt.

b) Schulungen und Optimierungen in Bezug auf Arbeitsschutz, Gesundheit am Arbeitsplatz und Unfallvermeidung finden regelmäßig statt.

***12.Chancengleichheit***

a) Die Einstellung neuer Mitarbeitenden erfolgt nichtdiskriminierend, sondern nach Kompetenz, Eignung, Stellenbeschreibung, und anderen unternehmensindividuellen Kriterien.

b) Mitarbeiter erfahren von allen für sie relevanten Entscheidungen und Visionen. Ihre Meinung dazu wird im Unternehmen nachweislich berücksichtigt.

c) Mitarbeitermitbestimmung wird im Unternehmen ermöglicht.

d) Die Gleichstellung aller Mitarbeiter ist sowohl bei der Beschäftigung, Aus-, Fort- und Weiterbildung und dem beruflichen Aufstieg gewährleistet.

e) Der Verantwortungsbereich von Mitarbeitern ist so definiert, dass dieser in seinem Kompetenzbereich eigenverantwortlich handeln und sich weiterbilden kann. Ziel ist sowohl die Motivation als auch die Zufriedenheit mit der Arbeit und damit die Leistungsfähigkeit im positiven Sinne zu erhöhen.

f) Für den Umgang mit Kündigungen hat das Unternehmen ein Verfahren, diese fair zu gestalten. Ziel sollte sein, dass betriebsbedingte Kündigungen, wenn nötig, so früh wie möglich und mit der besten Begleitung arrangiert werden. Begleitung in diesem Sinne bedeutet z. B.: Begründung der Kündigung, Unterstützung bei der Stellensuche, Karriereberater einsetzen, Referenzen geben, Abfindung, u.a. Prinzipiell gilt: Weiterbildung und Umschulung vor Kündigung.

***13.Arbeitgeberkomfort***

Die Arbeitszeiten sind familienfreundlich gestaltet: Es besteht die Möglichkeit Arbeitszeiten flexibel zu handhaben. Meetings und verpflichtende interne Veranstaltungen nach 17 Uhr sind nur in begründeten Ausnahmefällen nötig.

Wochenendarbeit wird nicht eingefordert. Falls Wochenendarbeit zu der Arbeitstätigkeit gehört wird sie klar in der Stellenbeschreibung erwähnt.

b) Sofern es arbeitstechnisch sinnvoll ist, ermöglicht das Unternehmen home-office.

c) Mitarbeiter-Zufriedenheit wird im Unternehmen ernst genommen. Das Unternehmen hat ein Verfahren, wie es die Zufriedenheit ermittelt, Resultate daraus zieht und umsetzt.

d) Es gibt keinen ausbeuterischen Einsatz von Praktikanten. Das Unternehmen folgt bei Einstellung von Praktikanten den Prinzipien der „fair company“.

***14.Menschliche Werte***

Das Unternehmen geht verantwortlich mit der Thematik der Tierversuche um. Sofern

es sich aus gesetzlichen Gründen nicht vermeiden lässt (medizinische Produkte, REACH, etc.), werden Tierversuche nur in dem absolut unvermeidbaren Minimum toleriert. Das Unternehmen bemüht sich Alternativen zu finden.

***15.Firmentransparenz***

a) Werbung der Produkte findet wahrheitsgemäß statt. Es werden keine Produktversprechen gegeben, die nicht im Vorfeld überprüft wurden.

b) Transparenz: Das Unternehmen nutzt den Begriff „Nachhaltigkeit“ nicht missbräuchlich. Es integriert die Transparenz der Nachhaltigkeits-Leistungen in seine Marketing-Strategie. An Verkaufsstellen, dem wichtigsten Kontaktpunkt zum Verbraucher wird auf Schulungen des Personals in Bezug auf Nachhaltigkeit geachtet

***16.Firmenfinanzen Intern***

a) Gewinne werden so zurückgeführt, dass sie der Umsetzung der Maßnahmen zum Erreichen der Unternehmensziele dienen. (Dies kann in Form von Investition in energiesparende Maßnahmen, Investition in Weiterbildung der Mitarbeiter, Anlage in ethisches Investment oder ähnlichen Aktivitäten stattfinden.)

b) Die Gehälter von Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind in vergleichbarer Stufe und Verantwortung gleichgestellt.

……………………………………………………………………..

Beauftragter Nachhaltigkeit – Ugur Demirel

Ort, Datum Unterschrift