

Managementsysteme, Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement,
Organisationsberatung, Projektsteuerung, Forschung & Entwicklung

uve • Informationsbrief

13. Ausgabe Juni 2012

Liebe Geschäftsfreunde,

alle Jahre wieder und nicht nur zur Weihnachtszeit machen Unternehmen durch gesellschaftliches Engagement auf sich aufmerksam. Beispielsweise wollen sie mit großzügigen Spenden, Aktionen zugunsten des Regenwaldes, Mitarbeitern, die einen Tag lang in gemeinnützigen Einrichtungen kostenlos helfen, und mit anderen Aktionen zeigen, dass sie nicht nur am wirtschaftlichen Profit interessiert sind, sondern auch Verantwortung in unserer Gesellschaft übernehmen. Dieses Engagement ist zweifelsohne wichtig.

Was jedoch kann ein Unternehmen tun, um sein gesellschaftliches Engagement wirklich im Unternehmen zu verankern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzubinden und CSR - Corporate Social Responsibility - zu einem dauerhaften Bestandteil der Unternehmensstrategie zu machen? Und was heißt es überhaupt, ein gesellschaftlich verantwortlich handelndes Unternehmen zu sein?

Nachfolgend wollen wir versuchen, anhand einiger Hinweise aufzuzeigen, dass die Einbindung von CSR in das unternehmerische Handeln nicht nur der Gesellschaft nutzt, sondern für Ihren Betrieb viele Vorteile birgt.

Was ist CSR?

Die Beschäftigung mit der Frage, welche Pflichten Unternehmen gegenüber der Gesellschaft haben, ist nicht neu. Bereits in den 50er Jahren wurde der Begriff CSR – Corporate Social Responsibility für eine gesellschaftlich verantwortliche Unternehmensführung geprägt. Allerdings bestanden viele Jahrzehnte lang unterschiedliche Interpretationen und Auffassungen darüber, was unter einer

gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung zu verstehen sei und wie diese gestaltet werden sollte. Nach intensiven Diskussionen auf internationaler Ebene und auch in Deutschland gibt es inzwischen hierzu ein gemeinsames Grundverständnis. Auch die Bundesregierung hat sich mit diesem Thema befasst und im Jahr 2010 einen nationalen CSR-Aktionsplan¹ veröffentlicht, in dem CSR so definiert wird:



CSR bezeichnet die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen **über gesetzliche Anforderungen hinaus**. CSR steht für eine nachhaltige Unternehmensführung **im Kerngeschäft**, die in der Geschäftsstrategie des Unternehmens verankert ist. CSR ist freiwillig, aber nicht beliebig.

Betrachtet man die unterschiedlichen Veröffentlichungen und Beschlüsse zum Thema CSR, lassen sich folgende Gemeinsamkeiten erkennen, was eine verantwortliche Unternehmensführung auszeichnet:

- Eine nachhaltige, in der Geschäftsstrategie verankerte Unternehmensführung
- Ein fairer Umgang mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Der schonende und effiziente Umgang mit natürlichen Ressourcen
- Die Beachtung der Dimensionen Ökonomie, Ökologie, Soziales und Partizipation

¹ Quelle: <http://www.csr-in-deutschland.de/csr-in-deutschland/aktivitaeten-der-bundesregierung/bmas/aktionsplan-csr-der-bundesregierung.html>

Unternehmensverantwortung im Sinne von CSR bedeutet also nicht, irgendwelche guten Taten zu vollbringen oder gar Leuchttürme zu errichten, sondern muss im Kerngeschäft verankert sein. Unternehmensverantwortung bezieht insbesondere die Bereiche Arbeitsplatz, Umweltschutz, Verhalten als Marktteilnehmer (beispielsweise bei der Berücksichtigung der Rahmenbedingungen, unter denen Zulieferer produzieren) und Engagement im unmittelbaren Umfeld des Unternehmensstandortes ein.

Gesellschaftliche Verantwortung ist eine Managementaufgabe, die nicht „mal eben nebenbei“ erledigt werden kann, sondern nachhaltig gelebt werden muss. Das trägt auch zu einem langfristigen unternehmerischen Erfolg bei.

Warum CSR für Ihr Unternehmen



Gesellschaftliches Engagement kann viel mehr, als nur zu zeigen, dass Unternehmen sich nicht allein um die Fragen ihrer wirtschaftlichen Situa-

tion kümmern. Vielmehr belegt es, dass Unternehmen Interesse an den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen haben und sich mit ihrer Standortgemeinde verbunden fühlen. Um nachhaltig Erfolg zu haben, braucht ein Unternehmen nicht nur hohe Umsätze, sondern auch gesellschaftliche Akzeptanz.

Ein Unternehmen, das CSR in sein unternehmerisches Handeln integriert, hat davon viele Vorteile:

- Das Image als sozial verantwortliches Unternehmen wird verbessert und die Marktchancen insbesondere auf lokalen und regionalen Märkten können gesteigert werden.
- Die Identifikation der Mitarbeiter wird gefördert, die Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit wird erhöht und die Attraktivität als Arbeitgeber wird gesteigert.
- Kostensenkungspotentiale z.B. durch Verringerung der Beschaffungskosten für Energie, Wasser und Material sowie durch Senkung der Krankenquote werden erkannt und genutzt.
- Die Kundenbindung wird erhöht.
- Durch Einbindung der wichtigen externen gesellschaftlichen Gruppen (der sogenannten Stakeholder) in den CSR-Prozess wird die Identifikation der Gemeinde mit „ihrem“ Unternehmen gefördert. Dies kann unter anderem bei politischen Investitions- oder Standortentscheidungen eine wichtige Rolle spielen.
- Letztendlich erleichtert CSR, wenn es im Unternehmen in allen Kernprozessen fest verankert ist, die Umsetzung strategischer Ziele durch Einbindung der Mitarbeiter auf allen Ebenen.

Wie gehe ich vor?

Um gesellschaftliches Engagement erfolgreich für Ihr Unternehmen nutzen zu können, ist die Entwicklung einer klaren Grundhaltung, die in einem Profil für Corporate Social Responsibility wiedergegeben wird, Grundvoraussetzung. Folgende Bausteine sind Bestandteil erfolgreicher CSR-Strategien:

- Unternehmensbezogene Definition der gesellschaftlichen Verantwortung unter Berücksichtigung des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfelds im Rahmen der Entwicklung der Unternehmensstrategie.
- Benennung der zentralen Ziele, der wichtigsten Handlungsfelder und der Grenzen der Verantwortungsübernahme.
- Einbindung der wichtigsten Stakeholder (Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner, Politik, NGO's) bei der Profilbildung und bei der Festlegung von CSR-Maßnahmen.
- Festlegung eines Fahrplans über die zentralen Maßnahmen und deren zeitliche Einordnung (Aktivitätenplan).

Konkret für Ihr Unternehmen kann dieser Prozess in folgenden Schritten erfolgen:

CSR - Arbeitsschritte	
Schritt 1	Bestandsaufnahme (Mitarbeiterbefragung/ Ideenworkshops) im Unternehmen
Schritt 2	Handlungsfelder abstecken: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Arbeitsplatz ➤ Umwelt ➤ Markt ➤ Gemeinwesen Setzen Sie Prioritäten bei den Handlungsfeldern. Sie können und müssen nicht alles tun.
Schritt 3	Maßnahmenkatalog: Sie entscheiden, welche der Maßnahmen Sie umsetzen wollen.

Gesellschaftliches Engagement kann dann zum Erfolg Ihres Unternehmens einen gewichtigen Beitrag leisten, wenn das Ziel verfolgt wird, Ihr Unternehmen ganzheitlich nach dem CSR-Gedanken auszurichten. Dies gilt im Übrigen gleichermaßen für Unternehmen der Privatwirtschaft wie auch für öffentliche Betriebe und Unternehmen, die per se dem Gemeinwohl verpflichtet sind.

Wichtig ist, dass CSR nicht nur innerhalb des Betriebes gelebt, sondern auch nach außen hin kommuniziert wird. So kann die Öffentlichkeit erfahren, in welchen Bereichen ein Unternehmen bewusst über die gesetzlichen Anforderungen hinaus gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Dies stärkt wiederum die Akzeptanz für die Belange von Wirtschaft, Gewerbe und öffentlichen Betrieben und Unternehmen.

Welche Erfahrungen gibt es?

Große Unternehmen haben den Erfolgsfaktor CSR schon länger entdeckt. Adidas, Henkel und SAP sind nur einige Beispiele. „Nachhaltig agierende Unternehmen entwickeln sich besser als der Markt“ (Dr. Peter Graf, SAP). Auch mittelständische Firmen nehmen ihre Verantwortung wahr. Aber das Konzept Corporate Social Responsibility ist im Mittelstand noch kein etabliertes Thema.

In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Stuttgart und dem Kolping-Bildungswerk Württemberg e.V. begleiten wir seit Anfang 2012 exemplarisch 20 kleine und mittelständische Firmen bei der Einführung von CSR.

„SIA – Verantwortung und Erfolg im Mittelstand“



heißt das Projekt, welches das Bundesministerium für Arbeit und Soziales für drei Jahre fördert. Zurzeit laufen die Bestandsaufnahmen in den Pilotunternehmen. Parallel bauen wir das SIA-Netzwerk mit Kammern, Innungen und Verbänden sowie mit Stuttgarter mittelständischen Unternehmen auf. Aus den ersten Erfahrungen mit diesem Projekt wissen wir, dass kleinen und mittelständischen Unternehmen das CSR-Thema wichtig ist. Und das auch deshalb, weil sie mit diesem Konzept ihr Engagement kommunizieren können – nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“.

Profitieren Sie vom CSR.

Wir unterstützen Sie bei der praktischen Entwicklung einer CSR-Strategie für Ihr Unternehmen und bei der Umsetzung von Maßnahmen durch Mitarbeiterbefragungen, Workshops, Organisation von Veranstaltungen, Beratung bei der Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation sowie Schulungsangebote für Vorgesetzte und Mitarbeiter.

Kontakt

Karin Opphard

Repräsentantin

☎ 030 315 82 501

☎ 030 315 82 400

k.opphard@uve.de



Wir freuen uns über Ihr Interesse!

Impressum:

uve GmbH für Managementberatung
 Kalckreuthstraße 4, 10777 Berlin
 V.i.S.d.P.: Dr. Michael Meetz
 Homepage: www.uve.de

