

Corporate Social Responsibility

www.csr-mittelstand.de

Veranstaltungsort: IHK Bielefeld
Datum: Dienstag, 26.02.2008
Referentin: Violetta Eichholz
GILDE Wirtschaftsförderung Detmold

Überblick:

1. Projekt „CSR im Mittelstand“
2. Projektinhalte
3. Was ist CSR?
4. Anwendungsgebiete von CSR
5. CSR – warum?
6. CSR – Ansatzmöglichkeiten?

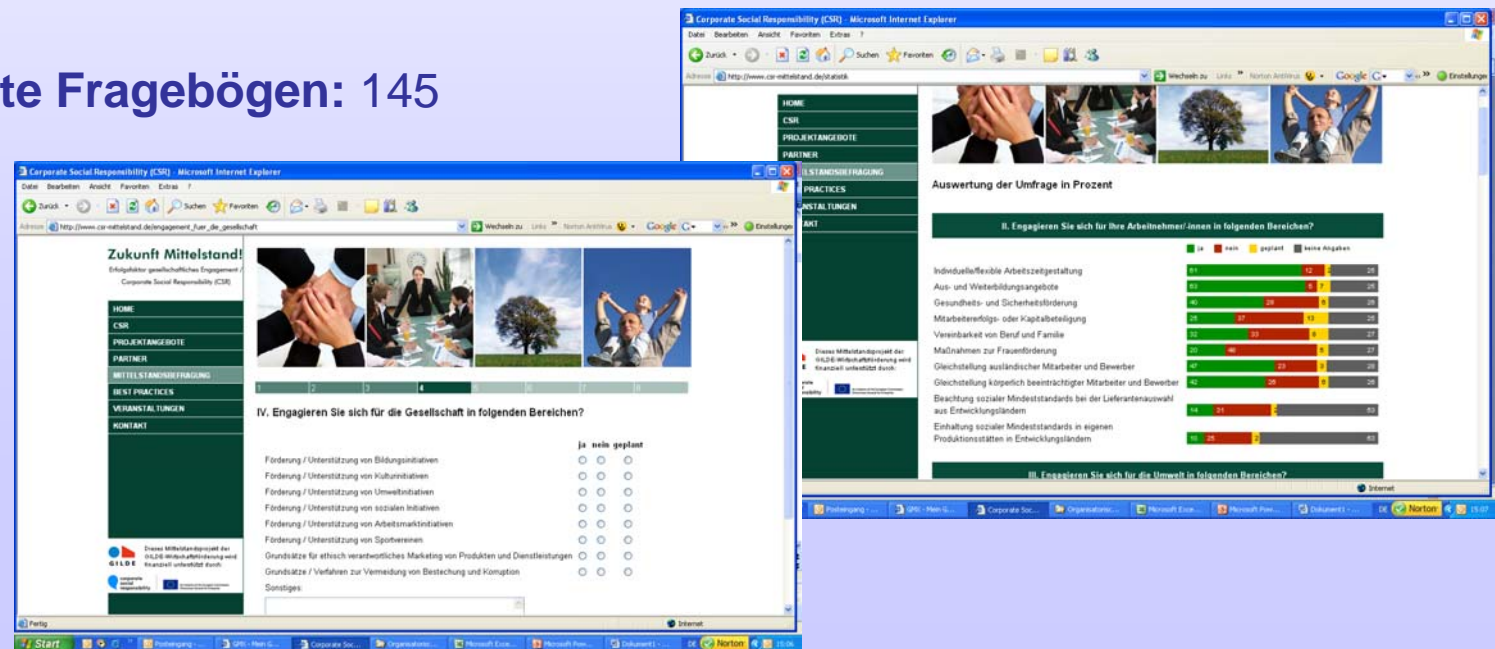
1. Projekt: „CSR im Mittelstand“

- **Projektdurchführung:** GILDE Wirtschaftsförderung Detmold.
- **Projektziel:** Deutschlandweite Sensibilisierung und Qualifizierung von KMU und Multiplikatoren zum Thema CSR.
- **Projektrahmen:** Gefördert für zwei Jahre von der Europäischen Kommission im Rahmen des Programms „Mainstreaming CSR among SMEs“.
- **Projektpartner:** Umwelt- und Unternehmensverbände z.B. IHKs, Wirtschaftsjuvenen Deutschland und Future e.V.; Hochschulen, Stiftungen etc.
- **Fünf Projektinhalte:**
 1. Internationale Studien zu CSR im Mittelstand
 2. Deutschlandweite Tagungen und Workshops
 3. Best Practice Beispiele von KMU
 4. Einzelberatungen von KMU
 5. Entwicklung und Einsatz von Fallstudien

2. Projektinhalte

2.1 Studien zu CSR im Mittelstand

- **Ziel:** Analyse über die Verbreitung von CSR bei KMU in Deutschland, Frankreich und Polen.
- **Methode in Deutschland:** Online-Befragung von Inhabern und Führungskräften von KMU über z.B. die Wirtschaftsunioren Deutschland.
- **Befragungszeitraum:** Oktober 2006 bis Dezember 2006.
- **Ausgewertete Fragebögen:** 145



Zukunft Mittelstand!
 Erhöhter gesellschaftliches Engagement,
 Corporate Social Responsibility (CSR)

HOME
 CSR
 PROJEKTANGEBOTE
 PARTNER
 MITTELSTANDSFRAGUNG
 BEST PRACTICES
 VERANSTALTUNGEN
 KONTAKT

IV. Engagieren Sie sich für die Gesellschaft in folgenden Bereichen?

	ja	nein	geplant
Förderung / Unterstützung von Bildungsinitiativen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Förderung / Unterstützung von Kulturinitiativen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Förderung / Unterstützung von Umweltinitiativen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Förderung / Unterstützung von sozialen Initiativen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Förderung / Unterstützung von Arbeitsmarktiniziativen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Förderung / Unterstützung von Sportvereinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grundsätze für ethisch verantwortliches Marketing von Produkten und Dienstleistungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grundsätze / Verfahren zur Vermeidung von Bestechung und Korruption	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Auswertung der Umfrage in Prozent

B. Engagieren Sie sich für Ihre Arbeitnehmer/innen in folgenden Bereichen?

	ja	nein	geplant	keine Angaben
Individuelle flexible Arbeitszeitgestaltung	11	12	76	1
Aus- und Weiterbildungsangebote	11	11	76	1
Gesundheits- und Sicherheitsförderung	15	28	54	3
Mitarbeiterförderungs- oder Kapitalbeteiligung	22	27	49	2
Verenbarkeit von Beruf und Familie	22	25	49	4
Maßnahmen zur Frauenförderung	22	26	48	4
Gleichstellung ausländischer Mitarbeiter und Bewerber	27	21	49	3
Gleichstellung körperlich beeinträchtigter Mitarbeiter und Bewerber	27	28	44	1
Beachtung sozialer Mindeststandards bei der Lieferantenauswahl	14	21	61	3
Beachtung sozialer Mindeststandards in eigenen Produktionsstätten in Entwicklungsländern	14	28	54	4

III. Engagieren Sie sich für die Umwelt in folgenden Bereichen?

2. Projektinhalte

2.2 Wichtigste Ergebnisse der Befragung in D.

- Für über die Hälfte der KMU (52%) ist CSR bereits ein bekannter Begriff!
- Ein Drittel (28%) der KMU haben sich bereits mit CSR auseinandergesetzt!
- 75% der KMU meinen dass CSR langfristig an Bedeutung gewinnt!
- Nur 22 Prozent der KMU meinen dass sich CSR betriebswirtschaftlich nicht rechnet!
- Hauptgründe für CSR sind die Imageverbesserung 89%, Mitarbeitermotivation 72% und Vorteile bei der Rekrutierung 61% neuer Mitarbeiter!

2. Projektinhalte

2.3 Veranstaltungen

- Berlin
- Bielefeld
- Gießen

Anmeldung bis zum 31.03.07 an:

AGP, Arbeitsgemeinschaft Partnerschaft in der Wirtschaft e.V.
Landgraf-Kurf-Str. 2
34131 Kassel
Tel.: +49 (0)561 - 36044
Fax: +49 (0)561 - 33850
E-Mail: a.wolf@agp-ev.de

Name: _____
Vorname: _____
Funktion: _____
Unternehmen: _____
Straße: _____
PLZ: _____ Ort: _____
Telefon: _____
E-Mail: _____

Eine Teilnahmegebühr wird nicht erhoben.
Falls Sie mehr als eine Person anmelden möchten,
kopieren Sie bitte das Anmeldeformular.
Da die Kapazität der Veranstaltung begrenzt ist, behalten
wir uns vor die Teilnehmerzahl pro Unternehmen und ins-
gesamt zu begrenzen.
Die Teilnehmer erhalten rechtzeitig vor
Veranstaltungsbeginn eine Bestätigung der Anmeldung.

Veranstalter:

Arbeitsgemeinschaft Partnerschaft
in der Wirtschaft e.V.
www.agp-ev.de

Bertelsmann Stiftung
www.bertelsmann-stiftung.de

GILDE GmbH
Gesellen- und Innovationszentrum
Lippe-Deilmold
www.gildezentrum.de

Wirtschaftsjunioren
Deutschland e.V.
www.wjfd.de

Weiterhin unterstützen die Veranstaltung:

Die Veranstaltung findet statt im Rahmen des Projektes
"Zukunft Mittelstand - Erfolgsfaktor gesellschaftliches
Engagement / CSR" (www.csr-mittelstand.de) und wird
von der Europäischen Kommission gefördert:

**Zukunft Mittelstand!
Erfolgsfaktor gesellschaftliches
Engagement**

17. April 2007
Bertelsmann Repräsentanz
Unter den Linden 1
Berlin

Program:

Ort: Bertelsmann Repräsentanz
Unter den Linden 1, Berlin
Datum: 17. April 2007
Moderation: Susanne Bergius,
Fachjournalistin für Nachhaltiges Wirtschaften

<p>11.00 Uhr CSR - wozu? Moderierte Eröffnung Dr. Heinrich Bayer, AGP e.V., Kassel Thomas Dold, Europäische Kommission, Brüssel Birgit Riess, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh Ralf Merche, GILDE GmbH, Detmold Kirsten Hirschmann, Wirtschaftsjunioren Deutschland e.V., Berlin</p> <p>CSR - Idee und Konzept</p> <p>11.30 Uhr Gesellschaftliches Engagement als Chance zur erfolgreichen Unternehmensentwicklung Birgit Riess, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh</p> <p>12.00 Uhr CSR - Chance für den Mittelstand Prof. Dr. Gunter Olesch, Phoenix Contact GmbH & Co.KG, Blomberg</p> <p>12.30 Uhr CSR-Strategien in Marketing und Kommunikation Dr. Ingo Schoenheit, imug Institut für Markt- Umwelt-Gesellschaft e.V., Hannover</p> <p>13.00 Uhr Mittagsbuffet und Kommunikation</p> <p>CSR - Praxis</p> <p>14.00 Uhr Mitarbeiterbeteiligung - Nachhaltige Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit durch engagierte Mitarbeiter/innen Dr. Heinrich Bayer, AGP e.V., Kassel Olto Wassermann, Olto Wassermann AG, München Tilman Löffelholz, MEISSNER AG, Bredenlopp/Wallau</p>	<p>15.15 Uhr Wie kann CSR dazu beitragen, im Wett- bewerb um die besten Mitarbeiter/ innen erfolgreich zu sein? Regine Olenbauer, Auktoren berufundfamilie, Berlin Sylvia Neugebauer, VALDE Sport GmbH & Co.KG, Teltow</p> <p>16.00 Uhr Kommunikations- und Kaffeepause</p> <p>16.15 Uhr Wie kann CSR im betrieblichen Umweltschutz zum erfolgreichen Kostenmanagement beitragen? Dr. Udo Westermann, future e.V., Münster Lutz Hartmann, memo AG, Greußenheim</p> <p>17.00 Uhr Verantwortung für die Region - Praxisbeispiele aus dem Kreis der Wirtschaftsjunioren Jörn-Michael Westphal, PRO POTSDAM GmbH, Potsdam</p> <p>18.00 Uhr Podiumsdiskussion: Voraussetzungen für erfolgreiches CSR Martin Oldeland, Baum e.V., Hamburg Kirsten Hirschmann, Wirtschaftsjunioren Deutschland e.V., Berlin Dr. Heinrich Bayer, AGP e.V., Kassel Lutz Hartmann, memo AG, Greußenheim Dr. Ingo Schoenheit, imug Institut für Markt- Umwelt-Gesellschaft e.V., Hannover</p> <p>19.00 Uhr Ausklang und Kommunikation</p>
--	--

Zukunft Mittelstand! Erfolgsfaktor gesellschaftliches Engagement

Zukunft Mittelstand! Erfolgsfaktor gesellschaftliches Engagement

Für den Mittelstand ist es immer schon selbstverständlich: Unternehmen sind Teil der sozialen Gemeinschaft und haben eine Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern, Kunden und Nachbarn, ihrer Umwelt und der Gesellschaft insgesamt.

Und gerade kleine und mittelständische Betriebe sind es, die sich dieser Verantwortung stellen und sich oftmals weit über ein gelegentliches Sponsoring örtlicher Vereine hinaus engagieren. Gesellschaftliche Verantwortung - auch Corporate Social Responsibility genannt - ist ein zentraler Faktor für Unternehmen. Zahlreiche Beispiele aus der Praxis und Untersuchungen belegen dies.

Entscheidung erhalten insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen einen Überblick darüber, in wie weit sie für die Gesellschaft bieten, und wo konkrete Handlungsmöglichkeiten speziell für den Mittelstand. Diese Erfolgsstrategie wird durch erfolgreiche CSR- und durch engagierte Unternehmen vorgestellt.

Erfahren Sie wie sich CSR auszahlt - für Ihr Unternehmen und die Gesellschaft!

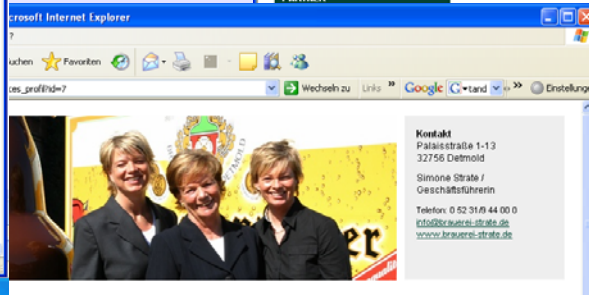
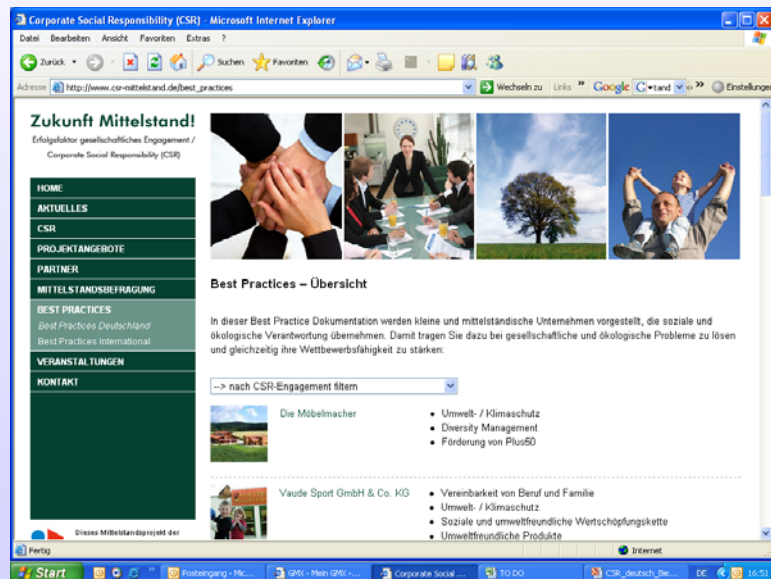


Zukunft Mittelstand! Erfolgsfaktor gesellschaftliches Engagement / Corporate Social Responsibility (CSR) kann Engagierter GILDE (Innovations- und Arbeitsgemeinschaft der Sozial-Demokratie)

2. Projektinhalte

2.4 Best Practice Sammlungen

Erstellung und Publikation von Best Practice Beispielen von KMU auf www.csr-mittelstand.de



2. Projektinhalte

2.5 Individuelle Einzelberatungen

- Analyse von CSR-Potentialen für das Unternehmen
- Aufzeigen passender Best Practice Beispiele
- Unterstützung bei der CSR-Kommunikation
- **Intensivberatung durch unsere Projektpartner in den Themen:**
 - Vereinbarkeit Beruf und Familie
 - Betrieblicher Umweltschutz
 - Mitarbeiterbeteiligung

2. Projektinhalte

2.6 Entwicklung und Einsatz von Fallstudien



BIONADE: Durch Differenzierungsstrategie aus der Nische erfolgreich auf dem Massenmarkt.



VAUDE: Erfolgreiche Personalrekrutierung und –bindung durch Vereinbarkeit von Beruf und Familie.



Hess Natur: Vertrauen der Konsumenten durch ökologisch und sozial Verantwortliche Wertschöpfungskette und Produkte.

3. Was ist CSR?

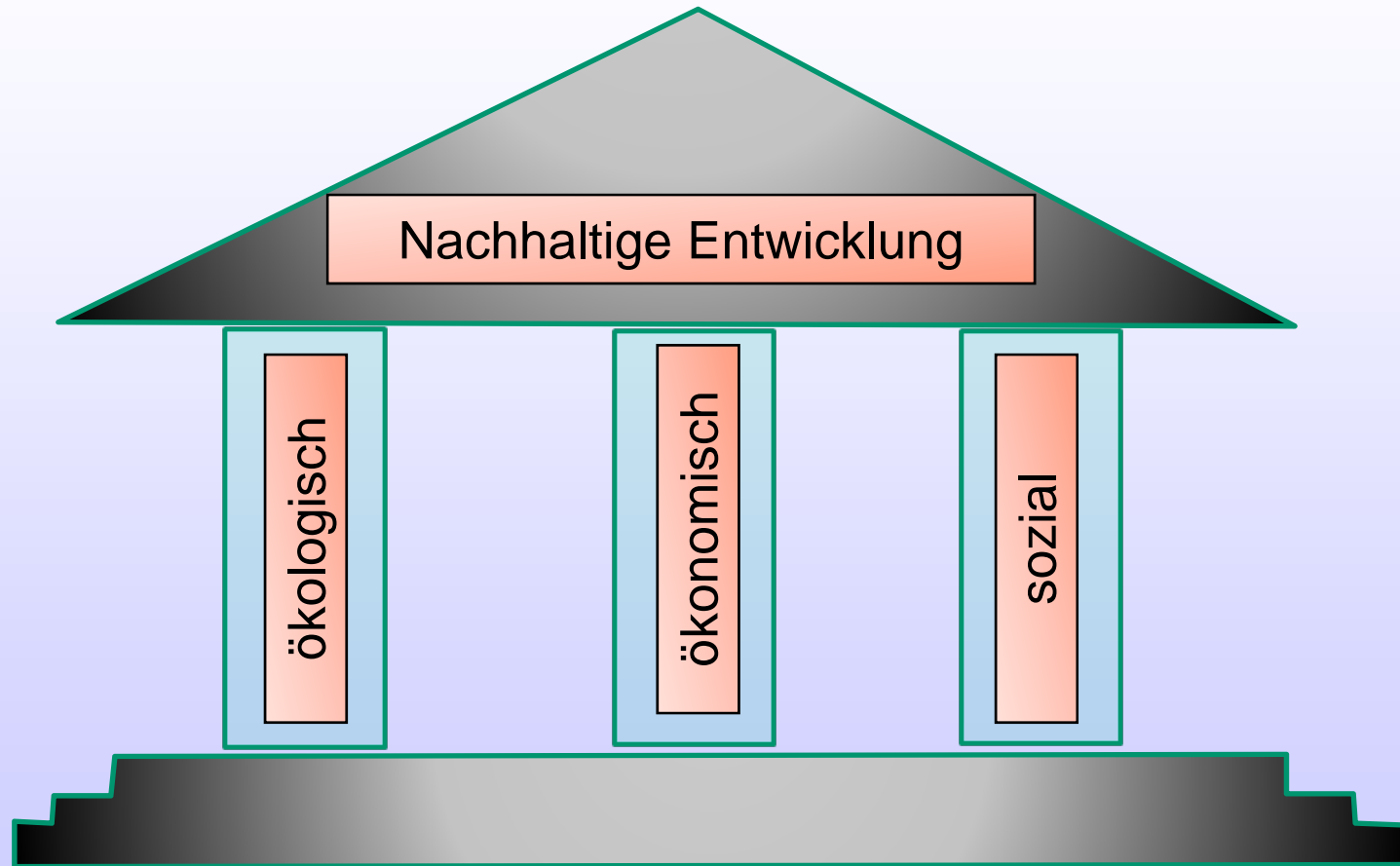
„CSR ist ein Konzept auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in die Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit Gruppen wie Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten etc. (Stakeholdern) zu integrieren.

Sozial verantwortlich handeln heißt nicht nur, die gesetzlichen Bestimmungen einzuhalten, sondern über die bloße Gesetzeskonformität hinaus ‚mehr‘ zu investieren in Humankapital, in die Umwelt und in die Beziehungen zu anderen Stakeholdern.“

(Europäische Kommission)

4. Anwendungsgebiete von CSR

4.1 Drei Säulen Modell der Nachhaltigkeit



4. Anwendungsgebiete von CSR

4.2 CSR im Personalbereich

- Aus- und Weiterbildungsangebote (z.B. Hauptschüler ausbildungsreif entwickeln; Kinder aus bildungsfernen Schichten zu Akademikern entwickeln)
- Individuelle/flexible Arbeitszeitgestaltung
- Gesundheits- und Sicherheitsförderung (z.B. Arbeitsbedingungen an Mitarbeiter „Plus 50“ anpassen)
- Mitarbeitererfolgs- oder Kapitalbeteiligung
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie (z.B. Telearbeit, Kinderbetreuung)
- Maßnahmen zur Frauenförderung
- Gleichstellung ausländischer Mitarbeiter und Bewerber
- Gleichstellung körperlich beeinträchtigter Mitarbeiter und Bewerber
- Beachtung sozialer Mindeststandards in eigenen Produktionsstätten und bei der Lieferantenauswahl aus Entwicklungsländern

4. Anwendungsgebiete von CSR

4.3 CSR im Umweltbereich

- Entwicklung umweltfreundlicher Produkte / Dienstleistungen
- Umweltfreundliches Herstellungsverfahren
- Recyclingmanagement
- Einsatz von regenerativen Energien
- Maßnahmen zur Senkung des Ressourcenverbrauchs und Emissionen, Energieverbrauchs
- Ökologische Bewertung bei Investitions- und Anschaffungsentscheidungen
- Beachtung ökologischer Mindeststandards in eigenen Produktionsstätten und bei der Lieferantenauswahl aus Entwicklungsländern
- Umweltmanagementsystem

4. Anwendungsgebiete von CSR

4.4 CSR für die Gesellschaft

- Grundsätze für ethisch verantwortliches Marketing von Produkten und Dienstleistungen
- Grundsätze / Verfahren zur Vermeidung von Bestechung und Korruption
- Förderung / Unterstützung von:
 - Bildungsinitiativen
 - Kulturinitiativen
 - Umweltinitiativen
 - sozialen Einrichtungen
 - Arbeitsmarktinitiativen
 - Sportvereinen

5. CSR – warum?

- Risikominimierung



Shell: 1995 sanken die Umsätze deutscher Shell-Tankstellen wegen der geplanten Versenkung der Ölplattform Brentspar um bis zu 50 %.



Adidas: Nach Bekanntwerden der unmenschlichen Arbeitsbedingungen in Produktionsstätten von Adidas und dessen Zulieferer in Billiglohnländern erlitt Adidas schwere Umsatzeinbrüche.

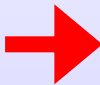
5. CSR – warum?

- Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien in Kaufentscheidungen der Konsumenten

Tiefkühl-Lachsfilets		Atlantischer Zuchtlachs						
Anbieter		Eismann	Aldi (Süd) / Aqua	Costa	Bofrost	Paulus	Deutsche See	Icewind
Hersteller laut Anbieter		Hersteller bekannt ¹⁾	Icewind	Hersteller bekannt ¹⁾	Hersteller bekannt ¹⁾	Paulus	Hersteller bekannt ¹⁾	Icewind, Salmar
Fragebogen beantwortet (Anbieter/Herst.)		Ja / Ja	Nein / Nein	Ja / Ja	Ja / Ja	Nein / Nein	Ja / Ja	Ja / Ja
Überprüfung zugelassen		Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja
Kundenanfrage beantwortet		Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja
UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG FÜR SOZIALES UND UMWELT BEI ANBIETER UND HERSTELLER		Ansätze	Anbieter verweigert Auskunft ²⁾	Deutliche Initiative	Deutliche Initiative	Verweigert Auskunft ²⁾	Deutliche Initiative	Deutliche Initiative
Anbieter	UNTERNEHMENSPOLITIK	●●	○	●●●●	●●	○	●●●●●	●●
	TRANSPARENZ	●●●●●	●●	●●●●●	●●●●●	●	●●●●●	●●●●
Hersteller	UNTERNEHMENSPOLITIK	●	○	●●●●	●●	○	●●●●●	●●●●●
	BESCHÄFTIGTE	●●	○	●●	●●	○	●●●●	●●●●
	TIER- UND UMWELTSCHUTZ	●●	○	●●●●	●●●●	○	●●●●	●●●●●
	Schadstoffkontrolle Futtermittel	Ja, ohne Beleg	Keine Angabe	Ja	Ja	Keine Angabe	Ja, umfassend	Ja, umfassend
	Schonendes Töten	Nein	Keine Angabe	Nein	Ja, ohne Beleg	Keine Angabe	Ja, ohne Beleg	Ja
	WEITERVERARBEITUNG UND TRANSPORT	●	○	●●●●●	●●●●	○	●●●●●	●●●●●
	Schadstoffkontrollen im Produkt	Nein	Keine Angabe	Ja, umfassend	Ja	Keine Angabe	Ja, umfassend	Ja, umfassend
TRANSPARENZ		●●●●●	○	●●●●	●●●●●	○	●●●●●	●●●●●

In die Bewertung gingen weitere, in der Tabelle nicht einzeln aufgeführte Kriterien ein („So sind wir vorgegangen“, S. 24).
 ●●●●● = Alle Kriterien erfüllt und Nachweise dafür erbracht. Weniger Punkte = weniger Kriterien sind erfüllt.
 ○ = Auskunft verweigert, keine sonstigen Informationen verfügbar.

Reihenfolge der Anbieter entspricht dem Qualitätsurteil im Wertes



5. CSR – warum?

- **Verbesserung der Lieferantenbeziehung**

durch Umweltstandards z.B.:



durch Sozialstandards z.B. „SA 8000“

- **Vorteile bei der Mitarbeiterrekrutierung, -bindung und -motivation:**



5. CSR – warum?

- **Kostenreduktion:** z.B. effizienter Ressourceneinsatz, Abfallvermeidung



- **Differenzierung:** Alleinstellungsmerkmal durch ökologischen oder sozialen Zusatznutzen



5. CSR – warum?

- Besseres Rating bei Banken und Versicherungen durch geringeres Umwelt- und Sozialrisiko



- Verbesserung des Images und der Reputation
- Erhöhung des Vertrauens führt zu spürbarem Wohlwollen in der Gemeinde, Region und der Öffentlichkeit.



=> Durch CSR wird die Wettbewerbsfähigkeit erhöht

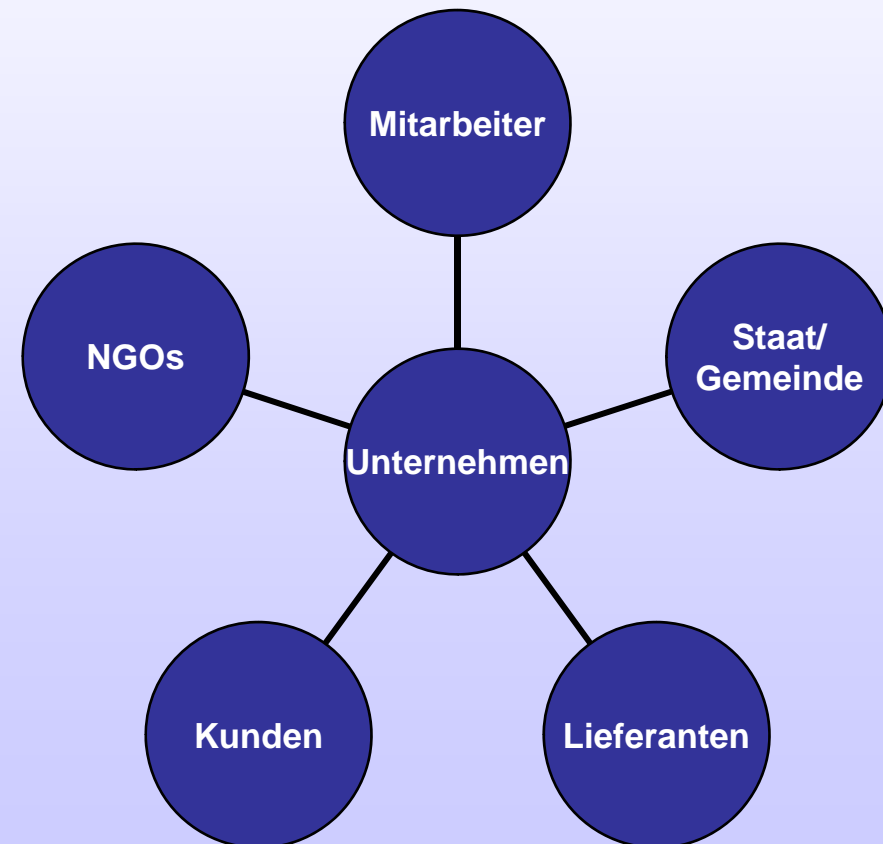
6. CSR – Ansatzmöglichkeiten?

- **Issues Management:**

=> Frühzeitige Auseinandersetzung mit aufkommenden, unternehmensrelevanten gesellschaftlichen/ökologischen Themen wie z.B. Demografischer Wandel, Klimawandel, um diese frühzeitig zu erkennen und entsprechend reagieren zu können.

- **Stakeholder Management:**

1. Identifizierung der Stakeholder.
2. Charakterisierung und Priorisierung der Stakeholder.
3. Basierend darauf: Entscheidung auf welche Stakeholderansprüche hin das Unternehmen in welchem Umfang Maßnahmen ergreift.



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Violetta Eichholz
GILDE Wirtschaftsförderung Detmold
Bad Meinberger Straße 1
32760 Detmold
eichholz@csr-mittelstand.de
Tel.: 05231-954-220

www.csr-mittelstand.de