

Corporate Social Responsibility (CSR)

Allgemeine Beschreibung

Corporate Social Responsibility (CSR) umfasst den freiwilligen Beitrag von Unternehmen zur nachhaltigen Gesellschaft und Umwelt innerhalb geschäftlicher Aktivitäten. CSR bedeutet **verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln**, das über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht.

CSR beeinflusst die strategische Ausrichtung eines Unternehmens. Wer sich aktiv mit CSR beschäftigt, setzt sich frühzeitig mit **anstehenden ökologischen und sozialen Herausforderungen** auseinander, setzt auf gute Mitarbeiterbeziehungen und steht im Austausch mit Stakeholdern. Unternehmen mit starken CSR-Aktivitäten schaffen sich eine Weitsicht, die ein **geringeres Geschäftsrisiko** und in der Regel eine **gute Reputation** mit sich bringt.

Standards

- ▶ **Deutscher Nachhaltigkeitskodex »**
- ▶ **GRI Standards »**
- ▶ **ISO 26000 »**
- ▶ **SA 8000 »**
- ▶ **Gemeinwohlökonomie »**
- ▶ **UN-Prinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte »**

Best Practices

- ▶ **VAUDE »** hat einen Verhaltenskodex für Lieferanten, garantiert seinen Mitarbeitern Vereinbarkeit von Beruf und Familie und setzt auf „VAUDE ecosystem“: ein umfangreiches Umwelt-Management mit dem Fokus auf Recycling.
- ▶ Unter dem Motto „Lebendigkeit“ setzt die **INJU GmbH »** bei ihren Limonaden und Immun-Boostern auf natürliche Inhaltsstoffe und lokale Herstellung. Alle Produkte werden in Deutschland produziert und von dort aus vertrieben. Dabei achtet das INJU-Team auf nachhaltigen Versand sowie Klima- und Wasserneutralität.

Weiterführende Informationen

- ▶ eStandards Wissen:
 - ▶ **Nachhaltigkeit/Nachhaltigkeitsmanagement »**
 - ▶ **Nachhaltigkeitsberichte »**
 - ▶ **Nachhaltigkeitsstandards und Nachhaltigkeitslabels »**
- ▶ **Kontakt Co-Working-Space Wuppertal »**

Freie Software

- ▶ **CR-Kompass »**
- ▶ **CSR Risiko-Check »**
- ▶ **Green Business Tree »**

Corporate Digital Responsibility (CDR)

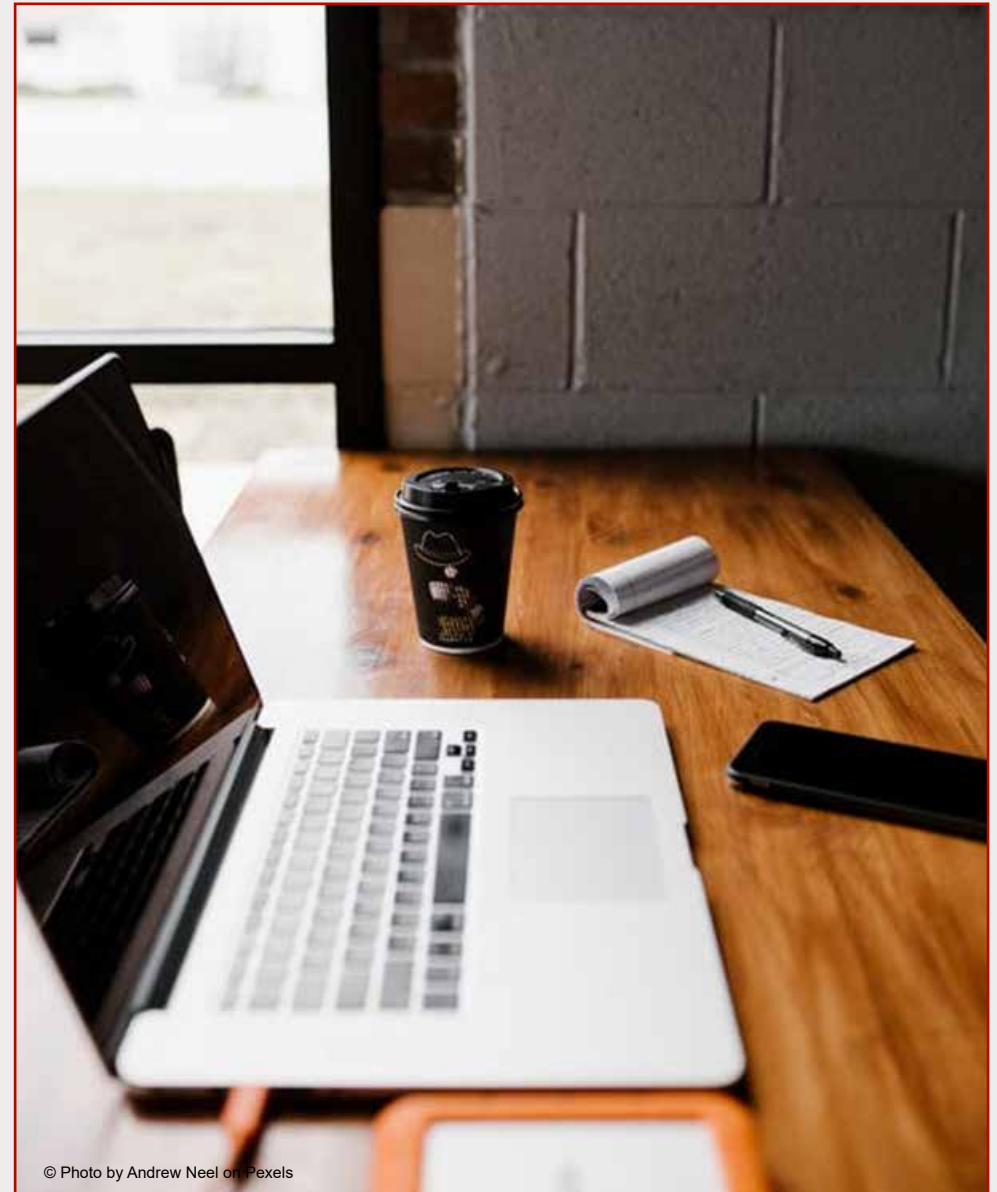
Dieser Begriff kann als „**unternehmerische Digitalverantwortung**“ übersetzt werden. Er ergänzt Corporate Social Responsibility in der digitalen Welt und bedeutet, dass Unternehmen Verantwortung für die **Auswirkungen der Digitalisierung** ihrer Geschäftsprozesse, Produkte und Services auf alle Stakeholder sowie die Gesellschaft und die Umwelt übernehmen. Im Fokus stehen Themen wie **Datenverarbeitung und -schutz, digitale Bildung und New Work**. Aktuell sind es primär große internationale Konzerne, welche sich mit dem Konzept der CDR und ihrer digitalen Verantwortung befassen. So identifiziert z. B. die Otto Group für ihre CDR sechs Themenfelder; diese sind „Data and Algorithms“, „Future of Work“, „Digital Education“, „Smart Living“, „Balancing Powers“ und „Next Supply Chain“.

Zur Zeit der stetig wachsenden Bedeutung von digitaler Technologie und Datenskandalen ist CDR besonders aktuell. 2018 hat das BMJV die **CDR-Initiative** » ins Leben gerufen, um die **Entwicklung von Prinzipien einer CDR** anzustoßen. Wenn Unternehmen sich mit CDR beschäftigen, zeigen sie, dass bei der Digitalisierung und Optimierung der Mensch und die Umwelt nicht vergessen werden. So sorgt CDR für **höheres Vertrauen** von Stakeholdergruppen und bietet Wettbewerbsvorteile.

Corporate Citizenship

Auch Corporate Citizenship wird häufig als Teil der Corporate Social Responsibility wahrgenommen. Dabei gibt es einen großen Unterschied: Corporate Citizenship bezeichnet das **gesellschaftliche Engagement** von Unternehmen, die sich als „gute Bürger“ präsentieren.

Typisch sind **Spenden- und Sponsoringmaßnahmen** für soziale, ökologische und kulturelle Angelegenheiten sowie die Unterstützung von gemeinnützig aufgestellten Stiftungen. Die Aktivitäten sind **gelöst vom unternehmerischen Kerngeschäft**. Corporate Citizenship hat ein **großes Wirkungsfeld** in der Öffentlichkeitswahrnehmung von Unternehmen und soll zur Verbesserung des Unternehmensimages beitragen.



Leitfaden: CSR im eigenen Unternehmen

- ▶ **Analysieren Sie den aktuellen Stand Ihres Unternehmens**
Es ist sehr wahrscheinlich, dass Ihr Unternehmen schon einiges für Umwelt und Gesellschaft tut. Die gefundenen Aktivitäten sind „quick wins“, geben einen guten Start und können die Mitarbeiter motivieren.
- ▶ **Setzen Sie ambitionierte Ziele**
Wofür soll Ihr Unternehmen stehen? Entwickeln Sie eine Mission und ein konkretes langfristiges Ziel (oder mehrere, z. B. recyclinggerechtes Produktdesign, Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit). Somit entsteht Ihr CSR-Leitbild.
- ▶ **Analysieren Sie Ihre Stärken und Schwächen**
CSR-Maßnahmen müssen zu dem Geschäft und der Unternehmenskultur passen.
- ▶ **Entwickeln Sie Konzepte mit ihren Mitarbeitern und Stakeholdern**
Ihre Mitarbeiter können Ihre Vision mit eigenen Ideen ergänzen. Um die Leistungsbereitschaft zu sichern, können Mitarbeiterbefragungen, Ideenwettbewerbe oder persönliche Diskurse durchgeführt werden. Auch Ihre externen Stakeholder, wie z. B. Kunden und Kooperationspartner, können Ihnen wertvolle Einblicke schaffen, was von Ihrem Unternehmen und Produkt/Service erwartet wird. Betreiben Sie zusätzlich externes Benchmarking: Recherchieren Sie, was von der Konkurrenz bereits unternommen wird.
- ▶ **Formulieren Sie eine Strategie**
Langfristige Ziele und Zwischenziele, die kurzfristig umgesetzt werden können, sind z. B. die Minimierung des Papierverbrauchs oder klimafreundlichere Büroausstattung. Beachten Sie, dass Ihre Ziele klar und konkret formuliert sind.
- ▶ **Überprüfen Sie Ihre Ziele regelmäßig**
So kontrollieren Sie, ob Sie sich in die richtige Richtung bewegen. Haben die Projekte die erwartete Wirkung hinsichtlich der Reputation des Unternehmens oder in Bezug auf die gesellschaftliche Relevanz? Was könnte verbessert werden?
- ▶ **Kommunizieren Sie Ihre Erfolge**
Nutzen Sie dazu zum Beispiel Ihre Unternehmenswebseite, Social-Media-Kanäle oder Ihre Imagebroschüre.

Impressum

Herausgeber/Redaktion:

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards
Lena Köppen
Projektbüro Sankt Augustin
c/o Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT

Kontakt:

Marius Mertens
Tel.: +49 202 45958-44
mertens@kompetenzzentrum-estandards.digital

www.kompetenzzentrum-estandards.digital

Über Mittelstand-Digital

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards gehört zu Mittelstand-Digital. Mit Mittelstand-Digital unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Regionale Kompetenzzentren helfen vor Ort dem kleinen Einzelhändler genauso wie dem größeren Produktionsbetrieb mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Netzwerken zum Erfahrungsaustausch und praktischen Beispielen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.mittelstand-digital.de