Sebastian Maurer

Corporate Social Responsibility in KMU. Erfolgsfaktoren und Strategien einer verantwortlichen Unternehmensführung

Diplomarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2007 GRIN Verlag
ISBN: 9783638871518

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/83361

Sebastian Maurer

Corporate Social Responsibility in KMU. Erfolgsfaktoren und Strategien einer verantwortlichen Unternehmensführung

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Universität – Siegen

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Thema: Corporate Social Responsibility in KMU – Erfolgsfaktoren und Strategien einer verantwortlichen Unternehmensführung

Diplomarbeit zur Erlangung des Grades eines Diplom – Kaufmanns im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Siegen

Maurer, Sebastian

Abgabetermin: 04.09.2007

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis II
Abkürzungsverzeichnis V
Abbildungsverzeichnis VI
Tabellenverzeichnis IX
1 Einleitung 1
1.1 Problemstellung 1
1.2 Ziele der Arbeit und Gang der Untersuchung 3
2 Begriffsdefinition und Abgrenzung 5
2.1 Corporate Social Responsibility 5
2.2 Corporate Citizenship 8
2.3 Corporate Governance 10
2.4 Corporate Sustainability 10
2.5 Business Ethics - Unternehmensethik 11
2.6 Fazit 12
3 Die historische Entwicklung von CSR 13
3.1 Die Entwicklung in den USA 15
3.1.1 Corporate Social Responsibility – CSR_1 16
3.1.2 Corporate Social Responsiveness – CSR_2 18
3.1.3 Corporate Social Rectitude und Cosmos, Science, Religion – $CSR_{3,4}$ 19
3.1.4 Corporate Social Performance 19
3.1.5 Stakeholder Ansatz 22
3.1.6 Fazit zur Entwicklung des CSR-Begriffes in den USA 23
3.2 CSR in Europa 24
3.2.1 Das EU-Grünbuch zu CSR 25
3.2.2 Das European Multi-Stakeholder-Forum (EMSF) 26
3.2.3 Fazit zur Entwicklung des CSR-Prozesses in Europa 26
4 Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) 27
4.1 Definition von KMU 27
4.2 Bedeutung von KMU in der Wirtschaft 29

5 Erfolgsfaktoren von CSR in KMU – Eine empirische Untersuchung 29
5.1 Methodisches Vorgehen.....30
5.2 Auswertung 31
5.2.1 Engagement der Unternehmen für seine Mitarbeiter 32
5.2.2 Engagement für den Umweltschutz 34
5.2.3 Engagement in der Gesellschaft 36
5.2.4 Unternehmensleitbild / Unternehmenswerte / Vision.....38
5.2.5 Pflege externer Beziehungen.....39
5.2.6 Kenntnisstand von CSR und Erwartungen 40
5.2.7 Die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen.....41
5.3 Fazit.....42
6 Wie wirkt sich sozial verantwortliches Handeln aus? 44
6.1 Erfolgreich durch CSR – Kritische und Befürwortende Stimmen 45
6.2 Erfolgreich durch CSR – Ein Erklärungsversuch 49
7 Entwicklung einer CSR-Strategie 50
7.1 CSR-Management anhand des Solution Cycle 52
7.1.1 1. Phase: Wo steht das Unternehmen im CSR-Management?...52
7.1.2 2. Phase: Entwicklung einer gemeinsamen Vision & Ansatzpunkte für das CSR-Engagement finden 56
7.1.3 3. Phase: Die Auswahl eines passenden Projektes.....57
7.1.4 4. Phase: Planen und Bewerten des Projektes.....59
7.1.5 5. Phase: Das Projekt realisieren 60
7.1.6 6. Phase: Projektauswertung 61
7.1.7 7. Phase: Lernen 62
7.1.8 8. Phase: Projektabschluss 63
7.2 Fazit.....63
8 Instrumente zur Umsetzung von CSR in KMU 64
8.1 Schritte zur Umsetzung von CSR in KMU 64
8.2 Instrumente.....66
8.2.1 Corporate Volunteering.....66
8.2.2 Cause-Related-Marketing.....67

8.2.3 Community Joint Venture 68
8.3 Bewertungsinstrumente 68
8.4 Leitfäden 69
8.5 Normen und Standards 70
8.5.1 Social Accountability 8000 (SA 8000) 70
8.5.2 ISO 14001ff. 71
8.6 Fazit 71
9 Schlussbetrachtung und Ausblick 72
Anhang 73
Anhang 1: Die Verantwortungspyramide nach Carroll 73
Anhang 2: Ergebnisse der Mittelstandsbefragung 74
Anhang 3: Analyse der Mittelstandsbefragung 84
Anhang 4: Fragebogen 89
Literaturverzeichnis 92

Abkürzungsverzeichnis

u.a.	unter anderem
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
Bspw.	beispielsweise
z.B.	zum Beispiel
sog.	so genannte
CSR	Corporate Social Responsibility
CR	Corporate Responsibility
CSP	Corporate Social Performance
Mio	Million
ROI	Return on Investment
o.a.	oben angegeben

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Abgrenzung von CSR [Quelle: Eigene Darstellung] 13
Abbildung 2: Verantwortungspyramide nach Carroll.....17
Abbildung 3: Erweiterung des Pyramindenmodells [Quelle: S. Sachs (2000), S.99] 21
Abbildung 4: Solution Cycle [Quelle: G. Bergmann (2001)].....51
Abbildung 6: Verantwortungspyramide nach Carroll.....73
Abbildung 7: Größe der Unternehmen 74
Abbildung 8: Engagement des Unternehmens für seine Mitarbeiter 74
Abbildung 9: Engagement der Unternehmen für den Umweltschutz 74
Abbildung 11: Beachten Sie mögliche Umwelteinflüsse, wenn Sie neue Produkte oder Dienstleistungen entwickeln?.....75
Abbildung 12: Bestehen Kostensenkungspotentiale durch die Verringerung von Umwelteinflüssen? 75
Abbildung 13: Sind Sie der Meinung, dass die Nachhaltigkeit von Produkten oder Dienstleistungen zu einem Wettbewerbsvorteil führen können? 75
Abbildung 14: Engagement des Unternehmens in der Gesellschaft.....76
Abbildung 15: Bezieht Ihr Unternehmen Materialen/Vorprodukte vorzugsweise aus der Region? 76
Abbildung 16: Bestärken Sie Ihre Mitarbeiter, sich in der örtlichen Gemeinde zu engagieren? 76
Abbildung 17: Welchen Stellenwert hat gesellschaftliches Engagement in Ihrem Unternehmen?.....77
Abbildung 18: Haben Sie Unternehmenswerte und Unternehmensleitbild festgelegt?.....77
Abbildung 19: Kennen Ihre Kunden Ihre Unternehmenswerte und Ihr Unternehmensleitbild?.....77
Abbildung 20: Kennen Ihre Mitarbeiter Ihre Unternehmenswerte und Ihr Unternehmensleitbild? 78
Abbildung 21: Kommunizieren Sie mit Ihren Mitarbeitern über

die Bedeutung von Unternehmenswerten? 78
Abbildung 22: Werden Visionen in Rückkopplung mit Mitarbeitern, Zulieferern und Kunden erarbeitet? 78
Abbildung 23: Findet ein Interessenausgleich zwischen Ihrem Unternehmen, Kunden und Zulieferern statt? 79
Abbildung 24: Werden Beschwerden von Kunden und Zulieferern in Ihrem Unternehmen erfasst und gelöst? 79
Abbildung 25: Stellt Ihr Unternehmen die rechtzeitige Bezahlung von Rechnungen sicher? 79
Abbildung 26: Haben Sie vor dieser Befragung schon einmal etwas von CSR (Corporate Social Responsibility) gehört? 80
Abbildung 27: Hat sich Ihr Unternehmen bereits mit dem Thema CSR befasst? 80
Abbildung 28: Welchen Nutzen erwarten Sie von CSR-Maßnahmen? 80
Abbildung 29: Wo sehen Sie Ihr Unternehmen in 10 Jahren? 81
Abbildung 30: Wie würden Sie die Entwicklung Ihres Unternehmens in der Vergangenheit beschreiben? 81
Abbildung 31: Sollten sich Unternehmen freiwillig für soziale/ökologische Belange einsetzen? 81
Abbildung 32: Sehen Sie bei 22.) und 23.) auch eine Verbindung zu durchgeführten/geplanten CSR-Maßnahmen? 82
Abbildung 33: Wie hat sich die Umsatzrendite Ihres Unternehmens in den vergangenen 2 Jahren entwickelt? 82
Abbildung 34: Wie hoch war die Umsatzrendite Ihres Unternehmens im vergangenen Geschäftsjahr? 82
Abbildung 35: Wie schätzen Sie die Entwicklung der Umsatzrendite in den nächsten 2 Jahren ein? 83
Abbildung 36: Wie schätzen Sie die Entwicklung Ihrer Mitarbeiterzahl in den nächsten 2 Jahren ein? 83
Abbildung 37: Klasseneinteilung der Unternehmen 84
Abbildung 38: Engagement der Unternehmen für ihre Mitarbeiter 84