



Unternehmerische Verantwortung erkennen und umsetzen

Unternehmerische Verantwortung erkennen und umsetzen
Aufbauend auf diesen Erkenntnissen wurde unter dem Aspekt der unternehmerischen Verantwortung (CR) ein qualitätsorientiertes Benchmarking deutscher Unternehmen durchgeführt. 169 Unternehmen gaben detaillierte Auskünfte über ihre Aktivitäten in diesem Bereich und konnten so daraufhin bewertet werden, wie gut ihnen die Umsetzung unternehmerischer Verantwortung gelingt.
Im einzelnen zeigt sich eine erhebliche Spannweite: Einige Unternehmen stehen mit einem ganzheitlichen Management von Unternehmensverantwortung noch am Anfang, andere erreichen Spitzenwerte. Die höchsten Werte im CRI 2013 insgesamt erzielte BMW. Das Unternehmen steht damit zugleich an der Spitze der Automobilhersteller, die sich an der Studie beteiligt haben. Die DZ Bank wiederum führt die Gruppe der Finanzdienstleister an. In der Gruppe der mittelständischen Unternehmen liegt die Lebensbaum - Ulrich Walter GmbH bei der Realisierung unternehmerischer Verantwortung ganz vorn. Bestes Familienunternehmen ist in dieser Hinsicht die Phoenix Contact GmbH.
Es sind vor allem vier Faktoren, von denen eine erfolgreiche Umsetzung unternehmerischer Verantwortung abhängt: die Unterstützung durch das Top-Management, eine gelebte Wertekultur, die Integration von Unternehmensverantwortung in die Wertschöpfungskette und eine umfassende Erfolgskontrolle.
Unternehmen, in denen Maßnahmen zur Stärkung der Unternehmensverantwortung vom Vorstand unterstützt und gefördert werden, erzielen im CRI 2013 in allen wesentlichen Aspekten des CR-Managements bessere Ergebnisse. Im Bereich der Werteorientierung sind Familienunternehmen die Vorreiter: Wie aus der Studie hervorgeht, werden Werte hier signifikant besser gelebt, insbesondere von den Führungskräften. Sobald es darum geht, unternehmerische Verantwortung in allen Bereichen der Wertschöpfungskette umzusetzen, zeigt sich bei vielen Firmen allerdings noch ein erhebliches Verbesserungspotenzial: Nur knapp 40 Prozent der Unternehmen, die an der Befragung teilgenommen haben, integrieren CR-Aktivitäten in die Geschäftsprozesse. Zudem wird bei wichtigen, das Kerngeschäft betreffenden Entscheidungen das Thema Unternehmensverantwortung nur unzureichend berücksichtigt. Eine Ausnahme sind dabei die "CR-Champions", also die zehn Prozent der Unternehmen mit den besten Werten im CR-Index. Sie alle haben, wie die Befragung zeigt, das strategische Potenzial von Unternehmensverantwortung erkannt.
"Auffällig ist, dass Corporate Responsibility in den Vergütungs- und Anreizsystemen von Unternehmen nicht zureichend berücksichtigt wird", berichtet Prof. Dr. Dr. Alexander Brink, Professor für Wirtschafts- und Unternehmensethik an der Universität Bayreuth. "Nur bei 15 Prozent der befragten Unternehmen richtet sich die Höhe der Gehälter von Vorstand und Geschäftsführung auch danach, ob gesetzte Ziele im Bereich Unternehmensverantwortung erreicht wurden."
Erhebliche Defizite gibt es nicht zuletzt auch bei der Erfolgskontrolle. Wie erfolgreich sind die Maßnahmen, die im Unternehmen auf den Weg gebracht werden, um unternehmerische Verantwortung zu stärken? Mehr als ein Drittel der Unternehmen, die an der Untersuchung teilgenommen haben, messen die Ergebnisse dieser Aktivitäten überhaupt nicht. "Dies liegt vermutlich auch daran, dass solche Messungen - gerade wenn sie ökonomische und soziale Auswirkungen betreffen - nicht leicht zu realisieren sind und die Unternehmen vor besondere Herausforderungen stellen", meint Prof. Brink, der seitens der Universität Bayreuth an der Studie mitgearbeitet hat.
Politischer Druck von Regierung oder Parteien veranlasst übrigens nur etwa jedes zehnte Unternehmen zu gesellschaftlich verantwortlichem Handeln. Auffällig ist zudem, dass ein regelmäßiger Kontakt zu wichtigen Stakeholder-Gruppen bei weitem nicht selbstverständlich ist. Nur rund 20 Prozent der Unternehmen stehen in einem regelmäßigen Austausch mit Repräsentanten aus Politik, Nichtregierungsorganisationen oder Non-Profit-Organisationen; nicht mehr als 26 Prozent von ihnen suchen den ständigen Dialog mit Medien und Öffentlichkeit. Mit Kunden und Investoren pflegen 41 bzw. 43 Prozent der Unternehmen einen regelmäßigen Austausch. Bei diesen Ergebnissen ist allerdings zu berücksichtigen, dass diejenigen Unternehmen, die im CR-Index am besten abschneiden, deutlich aktiver mit ihren verschiedenen Stakeholder-Gruppen kommunizieren.
Weitere Informationen:
Die komplette Studie zum CRI Corporate Responsibility Index 2013 der Bertelsmann Stiftung ist online zugänglich unter: www.bertelsmann-stiftung.de

Ansprechpartner:
Prof. Dr. Dr. Alexander Brink
Wirtschafts- und Unternehmensethik
Universität Bayreuth
D-95440 Bayreuth
Telefon: +49 (0)921 55 4122
E-Mail: alexander.brink@uni-bayreuth.de
Hintergrund:
Der Corporate Responsibility Index CRI 2013 der Bertelsmann Stiftung ist die bisher umfangreichste Studie zum CR-Management deutscher Unternehmen. Die Stichprobe umfasst sowohl Großunternehmen als auch mittelständische Unternehmen verschiedener Branchen. Es handelt sich um die erste Studie, in der die relevanten Erfolgsfaktoren unternehmerischer Verantwortung systematisch untersucht werden. Mit dem CRI 2013 liegt daher ein Mess- und Steuerungsinstrument vor, das die Qualität der Umsetzung von Unternehmensverantwortung abbildet. Die nächste Befragung wird im Herbst 2014 stattfinden.
Die Studie entstand in enger Zusammenarbeit der Bertelsmann Stiftung mit Prof. Dr. Dr. Alexander Brink an der Universität Bayreuth (Philosophy
 Economics) und Dr. Anne Fries bei der concern GmbH in Köln. Die concern GmbH ist eine auf Corporate Responsibility spezialisierte Beratungsgesellschaft und ein Spin-off des Philosophy
 Economics-Studiengangs an der Universität Bayreuth.

Pressekontakt

Universität Bayreuth

95440 Bayreuth

alexander.brink@uni-bayreuth.de

Firmenkontakt

Universität Bayreuth

95440 Bayreuth

alexander.brink@uni-bayreuth.de

Die Universität Bayreuth ist eine dynamische und forschungsorientierte Campus-Universität. Wir vermitteln zukunftsfähige Bildung durch Wissenschaft und forschungsbasierte Lehre. In hervorragend ausgewiesenen Fachdisziplinen und in strategisch ausgewählten Profildfeldern bieten wir Studentinnen und Studenten aus dem In- und Ausland beste Studienbedingungen und sind für Forscherinnen und Forscher aus der ganzen Welt hoch attraktiv. Dabei agieren wir offensiv im regionalen, nationalen und internationalen Wettbewerb und verfügen über eine fokussierte Internationalisierungsstrategie. Wir

kooperieren weltweit mit Universitäten, Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen und fördern den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft.