

12. Freitagswerkstatt

10.03.2017

Wie beeinflussen Unternehmens- und Organisationsziele die Auswahl von Partnern?



Veranstalter:

CSR-Kompetenzzentrum Rheinland
IHK Bonn/Rhein-Sieg
Bonner Talweg 17
53113 Bonn

Tel 02 28/22 84-0
Fax 02 28/22 84-232
E-Mail: stueber@bonn.ihk.de

Diese Dokumentation ist online verfügbar unter:
<http://csr-kompetenzzentrum.de/csr-freitagswerkstaetten/>



Hintergrund

Gerade kleine und mittelständische Unternehmen haben ein hohes Bewusstsein für die Verantwortung gegenüber ihrem Umfeld, in dem sie arbeiten und leben. Einige Unternehmer engagieren sich traditionell, weil man „das immer schon so gemacht hat“; für andere mündet das gesellschaftliche Engagement in einen strategisch geplanten CSR-Prozess, der sich an den Unternehmenszielen orientiert. Unabhängig von den Motiven, brauchen Unternehmen die Fachkenntnisse und die Erfahrungen von gemeinnützigen Organisationen, um ihre Projekte umzusetzen – umgekehrt brauchen auch die Gemeinnützigen Unternehmenspartner, um ihre Organisationsziele zu erreichen.

Doch wie kommen beide Welten zusammen? Wie erkennt man, ob ein potenzieller Partner geeignet ist für ein Projekt? Und braucht man eine CSR-Strategie, um eine Kooperation zum Erfolg zu führen?

Diese Fragen diskutierten wir mit folgenden Impulsgebern:

Dr. Sandra Schöneborn, Habitat for Humanity

Hans-Jürgen Dörrich, Don Bosco

Manuela Gilgen, Bäckerei Gilgen

Anne Berg, Beraterin Gemeinwohlökonomie

Christof Gerharz, RSAG

Mit dem Plenum wurden folgende Leitfragen erörtert:

- Welche Voraussetzungen sind nötig für die strategische Umsetzung von CSR?
- Welche Praxiserfahrungen sind hilfreich / wertvoll / nützlich?
- Welche Faktoren führen zum Erfolg bei der Umsetzung der CSR-Strategie?
- Welche Unterstützung wird gewünscht/benötigt?

Jede Organisation, jedes Unternehmen geht unterschiedlich mit dem Thema CSR um. Von eher traditionellen Projekten bis hin zu geplanten CSR-Strategien stellten die Impulsgeber vielfältige Möglichkeiten vor, CSR im Unternehmen, in der Organisation umzusetzen.

Die Werkstatt fand im Jungen Theater (JTB) in Bonn-Beuel statt. Seit fast 50 Jahren bietet das JTB Theater für Kinder und Jugendliche, für Familien, Schulklassen und Kindergärten an. Mit über 150.000 Besuchern in der vergangenen Spielzeit war es zum zehnten Mal in Folge das bestbesuchte Kinder- und Jugendtheater in ganz Deutschland. Auch das Junge Theater ist auf Kooperationen mit Unternehmen angewiesen, wie der Geschäftsführer Moritz Seibert, erläuterte.

An dieser Stelle bedanken wir uns ganz herzlich für das gemütliche Ambiente und die Gastfreundschaft des JTB-Teams sowie für die wunderbare Vorstellung, die vor der Freitagswerkstatt besucht werden konnte.

Anmeldungen und Teilnehmende

Organisation/ Institution	Name	Teilnahme
	Hugenroth, Francis	ja
7x7 Unternehmensgruppe	Woltiri, Bodo	nein
GILGEN'S Bäckerei & Konditorei GmbH & Co. KG	Gilgen, Manuela	ja
Beraterin Gemeinwohlökonomie	Berg, Anne	ja
Bonner Spendenparlament e.V.	Schmuck, Wolfram	nein
Bonner Verein für Pflege- und Gesundheitsberufe e.V.	Schierbaum, Birgit	ja
Bürgerschaftliches Engagement/Freiwilligenagentur	Heine, Tanja	ja
CARGLASS GmbH	Bloch, Saskia	nein
CARGLASS GmbH	Becher, Frau	nein
Caritasverband für die Stadt Bonn e.V.	Noczinski-Kruse, Birgit	nein
Caritasverband für die Stadt Bonn e.V.	Greten, Mechthild	ja
CSR-Expertin	Donath, Birgit	ja
CSR-Kompetenzzentrum Rheinland	Stüber, Sabina	ja
Die Eselschule	Willems, Elke	ja
Don Bosco Mondo e.V.	Dörrich, Hans-Jürgen	ja
gh-marketing	Hein, Gisela	ja
gmc ² gerhards mulhaupt consulting GmbH	Rondorf, Marian	ja
Habitat for Humanity Deutschland e.V.	Dr. Schöneborn, Sandra	ja
IHK Bonn/Rhein-Sieg	Pieck, Michael	ja
Institut für Soziale Innovationen	Zacharias, Christoph Prof. Dr.	ja
Magewirth Finanzberatung	Magewirth, David	nein
Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen	Voss, Herr	nein
Nestwärme e.V.	Jüttner, Bernd	ja
Project and Process Manager	Sajic, Milka	nein
RSAG	Gerharz, Christof	ja
sk stiftung jugend und medien der Sparkasse KölnBonn	Wiggers, Meike	ja
TOURISMUS & CONGRESS GMBH	Zepp, Christiane	ja
Unternehmensberatung Gollmer	Gollmer, Christian	ja
Immobilienkauffrau Stüber	Stüber, Elke	ja
Projektservice Schwan	Schwan, Holger	ja
TRIPODIA GmbH	Neumaier, Beate	ja
TRIPODIA GmbH	Neumaier, Herbert	ja

Ablauf:

Uhrzeit	was?	wer?
12.00	Begrüßung Informationen zum Jungen Theater Bonn	Gisela Hein Moritz Seibert
12.15	Vorstellung der CSR-Expertinnen Ergebnisse der letzten Freitagswerkstatt	Birgit Donath Michael Pieck
12.20	Erläuterung des Themas „Wie beeinflussen Unternehmens- und Organisationsziele die Auswahl von Partnern?“	Gisela Hein
12.25	Statements zum Thema nach Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> • Welche Voraussetzungen sind nötig für die strategische Umsetzung von CSR? • Welche Praxiserfahrungen sind hilfreich/ wertvoll / nützlich? • Welche Faktoren führen zum Erfolg bei der Umsetzung der CSR-Strategie? • Welche Unterstützung wird gewünscht/benötigt? <p>Impulsgeber: Dr. Sandra Schöneborn, Habitat for Humanity Hans-Jürgen Dörrich, Don Bosco Manuela Gilgen, Bäckerei Gilgen Anne Berg, Beraterin Gemeinwohlökonomie Christof Gerharz, RSAG</p>	Moderation: Gisela Hein
13.00	Austausch und Diskussion aller Teilnehmenden anhand der obenstehenden Leitfragen	
13.45	Zusammenfassung der Ergebnisse	Birgit Donath
13.55	Absprachen treffen: Wie geht es weiter?	Birgit Donath/ Michael Pieck
14.00	Ausklang/Imbiss	

Anmerkungen von Unternehmen

Anmerkungen von Gemeinnützigen

Anmerkungen allgemein

Voraussetzungen für strategisches CSR

Tradition und Innovation

Authentisch sein

Einstellung - Empathie

Kein Marketingziel

CSR als „Haut“ eines Unternehmens

Geduld & Konsequenz

Wettbewerbsvorteil schaffen durch CSR

Ressourcen berücksichtigen

Eigene Ziele klären

Spaß & persönlicher Bezug

Passgenauigkeit prüfen

Mitarbeiter mitnehmen

Gestaltungslust
Werte & Begeisterung
& Fehlertoleranz

Chefetage muss CSR von Herzen wollen

Praxiserfahrungen

Mitarbeiter & Unternehmen in die Projekte einbinden

Cause Related Marketing:
5.000 Brote (Gilgen's)

Einfache Maßnahmen:
Superkeks Wettbewerb (Gilgen's)

Tu Gutes und rede darüber: PR

Öko-Profit Siegel

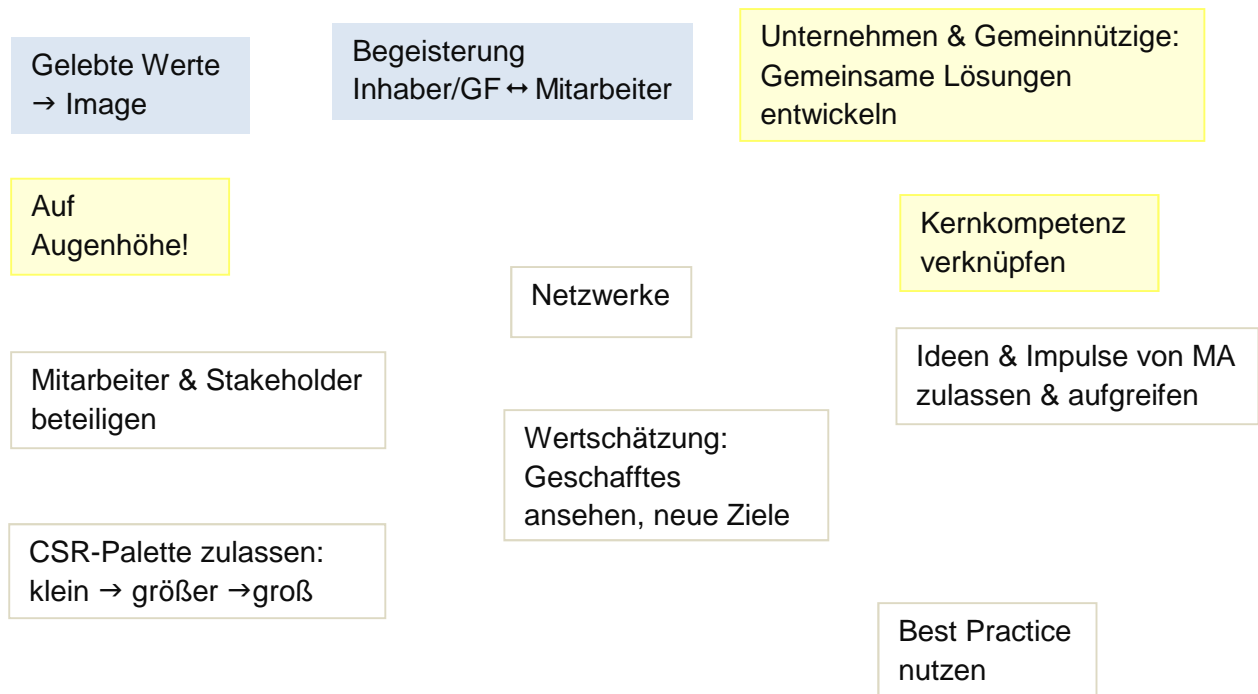
Regionaler Bezug stärkt Kundenbindung

Fehlschläge verkraften

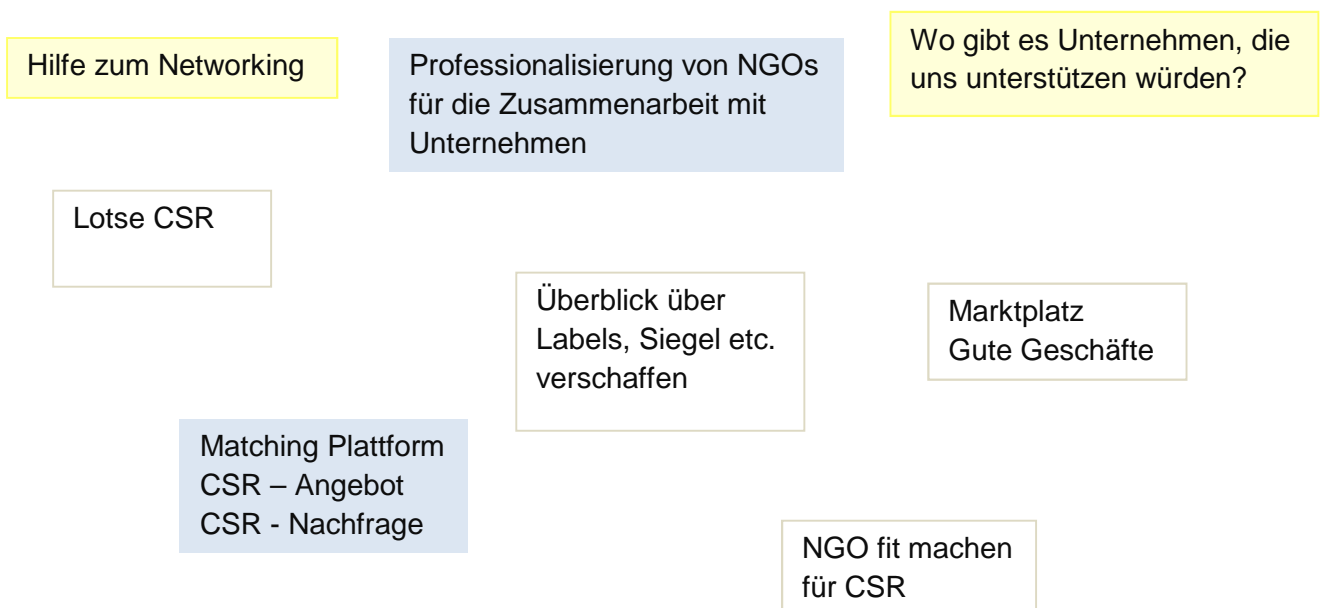
23.06. Bonner Engagement - Tag;
Informationen bei Tanja Heine

Voneinander lernen

Erfolgsfaktoren



Unterstützung



Aufträge



Es passiert viel in den Unternehmen & Organisationen. Vieles wird als selbstverständlich wahrgenommen.

Plattform für Networking in der Region

NGO's professionalisieren für CSR

Austausch ermöglichen

Gelegenheiten für reales Netzwerken schaffen

Unternehmen ins Boot holen, die noch nicht so offen sind für das Thema

Zwei Welten zusammenbringen: NGO & Unternehmen

Weiterbildungen für NGOs und Unternehmen anbieten in verschiedensten Bereichen

Fazit

Diese Freitagswerkstatt war geprägt von **Praxiserfahrungen**, die von den Impulsgebern präsentiert und den Teilnehmenden ergänzt wurden. Die Vertreter der Unternehmen berichteten von sozialem Engagement, Einbindung der Mitarbeiterschaft und der Selbstverständlichkeit sozialer Verantwortung. Auf Seite der gemeinnützigen Organisationen gibt es auch breite Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Unternehmen. Gerade international tätige NGOs haben sich als professionelle Partner qualifiziert. Es wurde deutlich, dass im Bereich der Kooperationen von Gemeinnützigen und Unternehmen schon viel erreicht wurde und vieles als selbstverständlich wahrgenommen wird.

Als unabdingbare **Voraussetzungen** für strategisches CSR wurde die Festlegung von Werten und die Definition von Zielen genannt. Nur wer weiß, für was ein Betrieb steht, kann sich auf Augenhöhe mit Partnern austauschen. Die Impulsgeber zeigten ihre Begeisterung für das Thema CSR, welche durchaus Mitarbeitende und Kollegen anstecken kann – eine hilfreiche Einstellung für die Implementierung von CSR. Dennoch: die Bereitstellung von personellen und finanziellen Ressourcen ist notwendig für den Start in den Strategieprozess. Aus den Praxiserfahrungen wurden **Erfolgsfaktoren** identifiziert. Dazu gehören neben einer guten Planung auch Mut und Ausdauer, um Rückschläge hinzunehmen und aus Fehlern zu lernen. Förderlich sind Projekte, die an die Kernkompetenz des Unternehmens/ der Organisation anknüpfen. Nur dann sind passgenaue Kooperationen möglich, die nachhaltig bestehen bleiben.

Welche **Unterstützung** ist für alle Akteure hilfreich? Die Angebote der IHK gehen in die richtige Richtung: Es braucht **Treffpunkte** für die Vernetzung, wie den Marktplatz Gute Geschäfte, die Freitagswerkstätten und CSR-Frühstücke, die von einigen Teilnehmenden auch regelmäßig genutzt werden.

Gemeinnützige Organisationen wünschen sich Unterstützung zur **Professionalisierung** für die effektive Zusammenarbeit mit Unternehmen auf Augenhöhe. Wie findet sich der richtige Partner für geplante Projekte? Wo können sich potenzielle Partner treffen?

Von einigen Teilnehmenden wurde eine Plattform für **Networking** im Bereich CSR gewünscht z.B. eine Internetseite, auf der Interessierte ihre Projekte oder Ideen vorstellen und geeignete Partner finden können. Hierbei muss man jedoch anmerken, dass eine bereits existierende regionale Plattform in der Vergangenheit wenig genutzt wurden. Hilfreicher scheint daher, Gelegenheiten für den persönlichen Austausch und Networking zu schaffen. Es besteht bei den Akteuren häufig noch Unklarheit über Angebote, die helfen, die unterschiedlichen CSR-Handlungsfelder zu bearbeiten, z.B. Ökoprotit oder die Gemeinwohlbilanz. Hier einen Überblick zu geben in Form einer **Handreichung** und/oder Informationsveranstaltung, wäre hilfreich.

Schließlich wurde deutlich, dass engagierte Unternehmen viele Anfragen von gemeinnützigen Organisationen bekommen, da über ihr Engagement auch öffentlich berichtet wird. Es wäre wünschenswert, auch auf Unternehmensseite noch mehr Interesse zu wecken, für das strategische CSR, Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen einzugehen.

Fazit dieser Freitagswerkstatt: jeder muss seine Hausaufgaben machen, gemeinnützige Organisationen müssen professionalisiert, mehr Unternehmen ins Boot geholt und Austausch ermöglicht werden. Dann wird aus dem Spiel ein Sieg für alle Beteiligten.

Anhang

Auswahl von Links zu Thema CSR-Strategie:

- <http://www.wiwo.de/unternehmen/mittelstand/corporate-social-responsibility-das-potenzial-richtig-nutzen/9680732-3.html>
- <http://www.imug.de/index.php/csr/csr--strategie.html>
- https://www.bundesregierung.de/Content/DE/StatischeSeiten/Breg/Nachhaltigkeit/_SubsiteInhalte/_Anlagen/2010-12-07-aktionsplan-csr.html
- <http://beyond-tomorrow.de/csr-strategie/>
- <https://www.iwkoeln.de/studien/iw-kurzberichte/beitrag/corporate-social-responsibility-strategie-oder-marketing-53221>

Beispiele für CSR-Strategien von Unternehmen:

- https://www.gi-de.de/de/about_g_d/responsibility_2/csr_strategy/csr_strategy_1/csr-strategy.jsp
- <http://www.sjorring.com/de/uber-sjorring/csr-strategie>
- <https://prezi.com/pclp2odluvoq/csr-strategie-der-adidas-ag/>
- <http://www.randstad.de/ueber-randstad/gesellschaftliche-verantwortung-csr>
- <http://www.randstad.de/ueber-randstad/gesellschaftliche-verantwortung-csr>

Zur Gemeinwohlökonomie:

- www.ecogood.org
- <https://www.ecogood.org/de/vision/darum-gemeinwohl/>
- https://www.ecogood.org/media/filer_public/15/03/1503ed0a-f4b5-47ea-acb3-6499f9d7e67d/gwoe_unternehmen_11-2.pdf