

# Leitlinien für einen erfolgreichen Aufbau einer CSR Strategie in kleinen und mittelständischen Unternehmen im Rahmen der CSR Initiative Rheinland

**Herausgeber:**

**CSR Initiative Rheinland**

**Ein Gemeinschaftsprojekt der**

*IHK Bonn/Rhein-Sieg*

*BetterRelations*

*Aktion HelpDirect e.V.*

**Das Projekt "CSR Initiative Rheinland" wird im Rahmen des Programms „CSR – Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.**



## **CSR als Teil der Unternehmensstrategie – auch für KMU**

In den letzten Jahren ist das Thema CSR zu einem neuen Leitmotiv in der Unternehmensführung aufgestiegen. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen wird immer mehr gefordert und gefördert. Hierbei gilt es ökonomische, ökologische und soziale Ziele in Einklang zu bringen.

Während die großen, meist DAX notierten Unternehmen, hierbei klar Vorreiter sind, fehlt mittelständischen Unternehmen oftmals noch der richtige Zugang zum Thema.

Soziales Engagement und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft sind keine Fremdworte für diese Unternehmer/innen, doch die strategische Einbettung fehlt oftmals noch.

Dabei existieren, neben dem philanthropischen Ansatz und den damit verbundenen Nutzen für die Gemeinschaft, die Region und damit auch für das Unternehmen selbst, auch viele Nutzenpotentiale, die sich direkt auf das Geschäft und damit den Erfolg eines Unternehmens auswirken können.

Mit CSR verbundene Nutzen und damit auch verfolgte Ziele sind:

- Nutzung von Wettbewerbsvorteilen
- Verbesserung des Markenwerts
- Absatzsteigerung und damit des Gewinns
- Reputationssteigerung
- Kostenreduzierung
- Innovationskraft
- Erschließung neuer Geschäftsfelder
- Steigerung der Mitarbeitermotivation und –bindung
- Risikominimierung
- Verbesserung der Kundenbeziehungen
- Verbesserung der Beziehungen zu sonstigen Anspruchsgruppen (Stakeholder)
- Erhöhung der Attraktivität für Kapitalanleger

Hierzu muss das Unternehmen sich klar zu der eigenen Verantwortung bekennen und die Ziele und Maßnahmen offen und transparent formulieren und kommunizieren sowie im Vorfeld geeignete Instrumente auswählen.

Der strategische Ansatz beinhaltet die Ziele und Maßnahmen mit den Kernkompetenzen und Zielen des Unternehmens in Einklang zu bringen, vorhandene Potentiale zu entdecken und somit Mehrwerte sowohl für das Unternehmen als auch für die Gesellschaft zu bieten.

Dieser Leitfaden soll Ihnen bei der strategischen Entwicklung und Umsetzung helfen.

Der Leitfaden ist in 8 Abschnitte unterteilt, die jeweils einen wichtigen Ansatzpunkt beschreiben.

## **1. CSR als Teil der Gesamtstrategie**

Um den Nutzen und das Potential von CSR zu entfalten, muss CSR Teil der Gesamtstrategie des Unternehmens sein. Das Bekenntnis zur eigenen unternehmerischen Verantwortung betrifft das komplette Handeln des Unternehmens und somit alle Bereiche der Wertschöpfungskette.

Unternehmen müssen sich hierzu öffentlich bekennen, d.h. dies auch kommunizieren. So zeigt das Unternehmen, dass es die Zukunft der Gesellschaft aktiv mitgestalten will.

Erster Schritt ist die Formulierung der Ziele und Darstellung der Unternehmenskultur – oftmals in einem Leitbild bzw. einer Selbstverpflichtung. Inhalte dieser Selbstverpflichtungen sind Bekenntnisse u.a. zu Zielen wie Qualität, Verbraucherschutz, Umweltschutz, Diversität.

*Teilnehmer der CSR Initiative Rheinland verweisen auf dieses interne Leitbild bzw. legen die allgemeine Selbstverpflichtung der Initiative öffentlich ab.*

## **2. CSR Strategie wird von der Unternehmensführung getragen**

Die CSR Strategie des Unternehmens wird von der Unternehmensführung getragen und direkt durch eine Führungskraft vertreten.

Auf diesem Weg wird gezeigt, dass es sich nicht nur um eine reine PR Maßnahme handelt, die in der Kommunikationsabteilung zur Außendarstellung erarbeitet wurde.

*Teilnehmer der CSR Initiative Rheinland veröffentlichen neben den konkreten Ansprechpartnern im Unternehmen auch die zuständige Führungsperson.*

## **3. Keine CSR Strategie ohne CSR Konzept**

Die Entwicklung und Umsetzung der CSR Strategie beruht auf einem Konzept. D.h. die Ziele der CSR Maßnahmen sind klar formuliert und kommuniziert.

Dieses Konzept sollte beinhalten, wie die CSR Strategie in die zentralen Unternehmensaktivitäten eingebunden ist. Wie ist die Verbindung zum Kerngeschäft? Wie kann das Unternehmen über seine Produkte und sein Know-How soziale und ökologische Ziele unterstützen? Wie kann die angestrebte Produkt- und Dienstleistungsqualität hierzu beitragen?

*Teilnehmer der CSR Initiative Rheinland veröffentlichen die Ziele ihrer CSR Maßnahmen im Unternehmensbereich sowie als Unterstützer der einzelnen Projekte.*

#### **4. Einbindung der Stakeholder**

Nicht nur zur Umsetzung, auch schon in der strategischen Planungsphase, empfiehlt es sich, den Dialog mit den wichtigsten Anspruchsgruppen des Unternehmens zu führen. Dieser Prozess ist integraler Bestandteil einer CSR Strategie und bringt dem Unternehmen vielfältige neue Einflüsse und damit auch Nutzen.

Wichtige Stakeholder sind:

- Mitarbeiter
- Geschäftspartner/innen / Zulieferer
- Verbraucher/innen und deren Vertretungen
- Gemeinnützige Organisationen
- Soziales, kulturelles und politisches Umfeld
- Shareholder

*Teilnehmer der CSR Initiative Rheinland nehmen in den Projektgruppen und im Austausch des Netzwerkes an diesem Dialog automatisch teil. Sie verpflichten sich zu aktiver und offener Kommunikation.*

#### **5. Bekenntnis zu Kooperation**

CSR endet nicht an den Grenzen des Unternehmens. Neben dem offenen Stakeholderdialog sollten Unternehmen sich aktiv an der Diskussion der zentralen Themen beteiligen. Dies kann selbstverantwortlich geschehen oder aber durch die Teilnahme in Verbänden und sonstigen Initiativen. Zudem sollten Unternehmen auf ihre Geschäftspartner und Lieferanten einwirken, gemeinsame Ziele zu verfolgen.

*Kooperation ist der Leitgedanke der CSR Initiative Rheinland. Teilnehmer verpflichten sich dies aktiv mit Leben zu füllen – mit aktiver Teilnahme, fairem Umgang und offener Kommunikation.*

#### **6. Orientierung an lokalen und regionalen Bedürfnissen**

Als Teil der direkten Gemeinschaft am Standort handelt das Unternehmen in einem sozialen, kulturellen und politischen Umfeld. Damit beinhaltet die CSR Strategie insbesondere die Verantwortung für die Entwicklung und das gemeinschaftliche Agieren innerhalb der eigenen Region. Themenfelder sind z.B. Inklusion, Umweltschutz, soziale Bedürfnisse, demografischer Wandel etc.

*Die CSR Initiative Rheinland unterstützt diesen regionalen Fokus von CSR, indem sie sowohl zur Umsetzung regionaler Projekte, aber auch regionaler Projektgruppen mit Zielen und Maßnahmen außerhalb der Region aufruft.*

## **7. Kommunikation als Teil der Strategie**

Zentraler Bestandteil einer CSR Strategie ist die Kommunikation. Und dies nicht nur nach erfolgreich abgeschlossenen Maßnahmen, sondern bereits in der Planung. Ziel ist es fortlaufend für interne und externe Transparenz zu sorgen, indem Ziele und Maßnahmen fortlaufend dokumentiert und kommuniziert werden.

*Transparenz wird in der CSR Initiative Rheinland großgeschrieben. Projekte werden schon vor Fertigstellung kommuniziert und abschließend auch dokumentiert. Unternehmen und Organisationen veröffentlichen ebenfalls ihre Ziele und Ansprechpartner, um in den aktiven Dialog zu treten und Kooperationen einzugehen.*

## **8. Weiterentwicklung anhand von Standards**

Unternehmen, die sich intensiver mit der Thematik beschäftigen wollen und die ihre Strategie, die Vernetzung und insbesondere ihre Kommunikation weiter professionalisieren möchten, stehen vielfältige, international anerkannte Standards, Leitlinien und Initiativen zur Verfügung.

Eine Auswahl finden Sie in der folgenden Liste:

- Global Compact
- ISO 26000
- OECD Leitsätze
- GRI – Global Reporting Initiative
- AA1000
- Deutscher Corporate Governance Kodex
- etc.

*Die CSR Initiative Rheinland und die Umsetzung der hier beschriebenen Leitlinie bieten einen strategischen Einstieg in das Thema CSR für Unternehmen. Zur Weiterentwicklung und Vertiefung empfehlen wir die Auseinandersetzung mit den oben beschriebenen Standards sowie die Teilnahme an spezifischen Initiativen, sofern vom Unternehmen gewünscht und in Bezug auf Ressourcen und Umfang passend.*