

CSR-Preis der Bundesregierung 2013

Ergebnisse und Trends der Auswertungen

Mit dem CSR-Preis der Bundesregierung wurden am 24. April 2013 erstmalig vorbildliche und innovative Unternehmen ausgezeichnet, die ihre Geschäftstätigkeit dauerhaft sozial, ökologisch und ökonomisch verträglich gestalten. Die Federführung für den CSR-Preis der Bundesregierung liegt beim Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS). Das BMAS folgt damit einer Empfehlung des Nationalen CSR-Forums. Methodikpartner für den CSR-Preis der Bundesregierung sind das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und die Humboldt-Innovationen GmbH der Humboldt-Universität zu Berlin.

Beim CSR-Preis der Bundesregierung konnten Unternehmen mit Sitz in Deutschland in vier Größenkategorien teilnehmen:

- Unternehmen mit 1 – 49 Mitarbeiter/innen
- Unternehmen mit 50 – 499 Mitarbeiter/innen
- Unternehmen mit 500 – 4.999 Mitarbeiter/innen
- Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeiter/innen

Die Methodik des CSR-Preises der Bundesregierung beruht auf einem ganzheitlichen Ansatz, der die unterschiedlichen Aktionsfelder von CSR berücksichtigt. Der CSR-Preis der Bundesregierung bezieht drei Bewertungsperspektiven zur Entscheidungsfindung ein: Eine Jury aus Expertinnen und Experten des Nationalen CSR-Forums nominierte auf Basis einer vergleichenden Auswertung der Management-Befragungen zunächst fünf Unternehmen aus jeder Größenklasse. Für die nominierten Unternehmen wurden Befragungen mit internen und externen Stakeholdern durchgeführt. Durch die Stakeholder-Befragung wurde eine externe Betrachtung in die Bewertung einbezogen und die Angaben der Unternehmen konnten gezielt hinterfragt werden. Auf Basis umfassender Unternehmensdossiers beriet und kürte die Jury daraufhin abschließend die Preisträger.

Management-Befragung

In der Management-Befragung wurden die Unternehmen aufgefordert, umfassende Angaben zu den fünf Aktionsfeldern „Unternehmensführung“, „Markt“, „Arbeitsplatz“, „Umwelt“ und „Gemeinwesen“ zu machen. Besonderer Wert wurde bei der Bewertung auf die Einbettung von verantwortungsvollem Handeln in die Gesamtstrategie eines Unternehmens gelegt. Großes Augenmerk galt auch der Frage, wie wirkungsvoll CSR-Strategien und Maßnahmen sind.

Die Aktionsfelder wurden jeweils bewertet nach:

- Managementansatz (Ziele, Strategie und Implementierung)
- und den zugehörigen Maßnahmen (Ergebnis und Wirkung).

Die Auswertung der Selbstauskünfte der Unternehmen in der Management-Befragung erfolgte nach einem Punktesystem. Maximal konnten 300 Punkte (60 pro Aktionsfeld) erreicht werden. Für die kleinste Größenklasse (1-49 Mitarbeiter/innen) kam ein reduzierter Fragebogen zur Anwendung.

Ergebnis der Management-Befragung war ein Ranking der Unternehmen pro Größenklasse.

Unternehmen	Punktzahl Max.
Gesamtpunktzahl	300
Aktionsfeld	
Unternehmensführung	60
Managementansatz	50
Maßnahme	10
Aktionsfeld Markt	60
Managementansatz	40
Maßnahme	20
Aktionsfeld Arbeitsplatz	60
Managementansatz	40
Maßnahme	20
Aktionsfeld Umwelt	60
Managementansatz	40
Maßnahme	20
Aktionsfeld Gemeinwesen	60
Managementansatz	20
Maßnahme	40

Tab. 1: Punktevergabe in der Management-Befragung

Allgemeine Erkenntnisse aus der Management-Befragung

Aus den Antworten der Unternehmen lassen sich übergreifende Erkenntnisse ableiten, die einerseits den allgemeinen Stand der CSR-Leistung von Unternehmen in Deutschland skizzieren und andererseits auf Verbesserungspotenziale hinweisen können:

- **Große Unternehmen berichten umfassend, kleinere haben beim Reporting eher Nachholbedarf**

Eine Vielzahl der Großunternehmen gab an, bereits umfassend und regelmäßig in einem CSR-/ Nachhaltigkeits- bzw. Unternehmensbericht über soziale, ökologische und ökonomische Auswirkungen und Leistungen ihrer Geschäftstätigkeit zu informieren. In der Größenklasse mit 50 – 499 Mitarbeiter/innen ist dies jedoch nur für etwa jedes zweite Unternehmen der Fall. Bei den Berichterstellern dieser Größenklasse findet eine externe Prüfung der Berichte oder CSR-Leistung deutlich seltener als in Großunternehmen statt. Die im Rahmen einer CSR-/Nachhaltigkeitsberichterstattung erfassten Daten liegen in vielen Unternehmen dieser Größenklasse nicht vor. Hier liegen noch ungenutzte Chancen: Die Erfassung von Informationen ist die entscheidende Basis für eine gute Unternehmensführung. Mit einer größeren Transparenz können Unternehmen außerdem positiv auf das eigene verantwortungsvolle Handeln aufmerksam machen.

- **Kennzahlen werden in kleinen Unternehmen kaum genutzt**

Im Hinblick auf die allgemeine Nutzung von Kennzahlen zur Steuerung der CSR-Leistung wurde deutlich, dass diese in der Größenklasse von Unternehmen mit bis zu 49 Mitarbeitern wenig Anwendung finden. Allgemein besteht somit weiterhin Potenzial für ein systematisches und zielgerichtetes Management der CSR-Leistung deutscher Unternehmen.

- **Stakeholder-Dialoge sind gerade bei größeren Unternehmen Standard, doch es fehlt oft an der Umsetzung der Ergebnisse**

Positiv ist, dass ein Großteil der Unternehmen angab, im Austausch mit gesellschaftlichen Anspruchsgruppen (Stakeholdern wie z. B. Nichtregierungsorganisationen, Anwohner/innen oder Standortgemeinden) zu sozialen und/oder ökologischen Aspekten ihrer Geschäftstätigkeit zu stehen. Jedoch weniger als die Hälfte aller Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeiter/innen entwickeln auf Basis der Ergebnisse eines solchen Dialogs konkrete Leitlinien, Instrumente oder Maßnahmen, um negative Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit zu minimieren

sowie zur Lösung sozialer und ökologischer Probleme beizutragen. Hier scheint weiteres Potenzial vorhanden zu sein, die Ergebnisse von Dialogen mit Stakeholdern systematisch und zielgerichtet in die Unternehmenspolitik zu integrieren, um so die gesellschaftliche Akzeptanz für die Unternehmenstätigkeit zu sichern.

- **In allen Größenklassen ist der Umgang mit den Themen Wettbewerbsrecht und Anti-Korruption ausbaufähig**

Verbesserungspotenzial bei den Unternehmen aller vier Größenklassen besteht bei der Frage, wie seitens der Unternehmen Rechtskonformität (Compliance) in den Bereichen Wettbewerbsrecht und Anti-Korruption gewährleistet wird. Eine sehr geringe Zahl von Unternehmen integriert beispielsweise Compliance-Aspekte in die Steuerungs- oder Zielvereinbarungssysteme.

- **Die Risikobewertung vernachlässigt soziale und ökologische Aspekte; Risiken in der Zulieferkette wird zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt**

Viele Unternehmen gaben an, ökologische und soziale Aspekte nicht systematisch in die regelmäßigen Analysen von Geschäfts- oder Reputationsrisiken einzubeziehen. Bei der Analyse der Risiken in der Lieferkette besteht gleichermaßen Verbesserungspotenzial: Weniger als die Hälfte der Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeiter/innen analysieren laut eigenen Angaben alle direkten Zulieferbetriebe, um aus sozialer und/oder ökologischer Sicht kritische Zulieferbetriebe zu identifizieren.

- **Der Großteil der Unternehmen hat verbindliche Regeln für den Bereich Arbeitsplatz formuliert, allerdings fehlen oft operative und strategische Ziele**

Ebenfalls positiv hervorzuheben ist, dass eine Mehrheit der Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeiter/innen angab, die relevanten Themenfelder im Aktionsfeld Arbeitsplatz mit verbindlichen Regeln (wie z. B. Richtlinien oder Verhaltenskodizes) versehen zu haben. Nur die Hälfte der Unternehmen hinterlegen diese Themenfelder jedoch mit operativen und strategischen Zielen.

- **Betriebsräte sind in kleineren Unternehmen eher die Ausnahme**

In der Größenklasse von Unternehmen mit bis zu 49 Mitarbeiter/innen ist im Aktionsfeld Arbeitsplatz auffällig, dass nur ein Drittel der Unternehmen über einen Betriebsrat verfügt.

- **Viele Unternehmen verfolgen eine ambitionierte Umweltpolitik, der Einsatz von Umweltmanagementsystemen ist jedoch ausbaufähig**

Im Aktionsfeld Umwelt ist positiv anzumerken, dass ein Großteil der Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeiter/innen angab, dass ihre Umweltpolitik über gesetzliche Bestimmungen und internationale Standards hinausgeht und sich ebenso an Branchenvereinbarungen oder Multi-Stakeholder-Initiativen orientiert. Gleichzeitig gab jedoch nur die Hälfte dieser Unternehmen an, über ein Umweltmanagementsystem an allen Standorten, nicht nur an den Produktionsstandorten, zu verfügen. In der Größenklasse von 50 – 499 Mitarbeiter/innen gehen nur die Hälfte der Unternehmen in ihrer Umweltpolitik über gesetzliche Standards hinaus. Es besteht hier demnach weiterhin Potential für ein systematischeres Umweltmanagement, das über bloße Gesetzeskonformität hinausreicht.

- **Insbesondere Großunternehmen richten ihr gesellschaftliches Engagement am Kerngeschäft aus**

Im Aktionsfeld Gemeinwesen gaben besonders große Unternehmen an, sich bei ihren gemeinnützigen Aktivitäten verstärkt an den Kernaufgaben und Kernkompetenzen des Unternehmens zu orientieren und so den positiven Effekt ihres Engagements für das Unternehmen zu optimieren.

Stakeholder-Befragung

Für die 20 nominierten Unternehmen schloss sich die Stakeholder-Befragung an: Selbsteinschätzungen der Unternehmen wurden durch Aussagen unabhängiger gesellschaftlicher Akteure ergänzt. Bei der Stakeholder-Befragung wurden je nach Größe des Unternehmens zwei bis fünf Stakeholder befragt. Abhängig von der Größe und Branche des Unternehmens kamen zum Beispiel Betriebsräte (sog. interne Stakeholder) oder Umwelt- und Verbraucherorganisationen (sog. externe Stakeholder) in Betracht. Nicht zuletzt aufgrund dieser Stakeholdereinbindung wird dem CSR-Preis der Bundesregierung eine besondere Seriosität und Glaubwürdigkeit zugesprochen.

Die Jury

Über die Preisträgerinnen und Preisträger entschied die Jury des CSR-Preises der Bundesregierung auf Basis der Ergebnisse aus Management- und Stakeholder-Befragung. Die Jury besteht aus Expertinnen und Experten des Nationalen CSR-Forums, einem Multi-Stakeholder-Gremium, das die Bundesregierung seit Anfang 2009 zur gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung berät:

- Gerd Hoofe (Jury-Vorsitz), Staatssekretär im Bundesministerium für Arbeit und Soziales
- Gerd Billen, Vorstand, Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
- Dr. Achim Dercks, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer, Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.
- Prof. Dr. Edda Müller, Vorsitzende des Vorstands, Transparency International Deutschland e.V.
- Birgit Riess, Director – Programm Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, Bertelsmann Stiftung
- Arno Tomowski, Leiter der Geschäftsstelle, Deutsches UN Global Compact Netzwerk
- Prof. Dr. habil. Josef Wieland, Direktor, Leadership Excellence Institut Zeppelin (LEIZ) an der Zeppelin Universität Friedrichshafen

Das Methodikteam

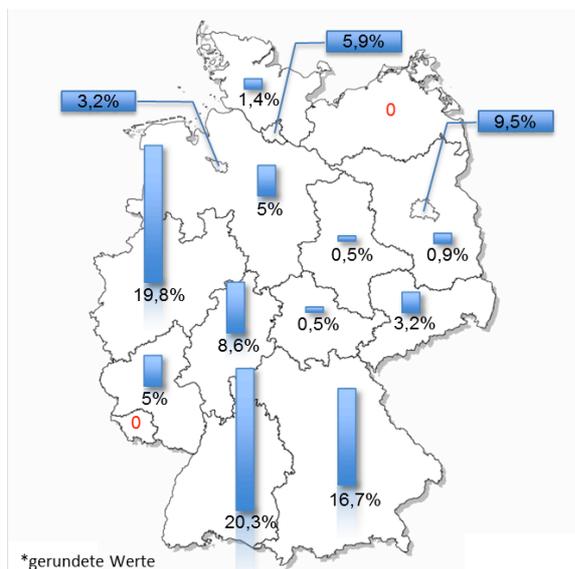
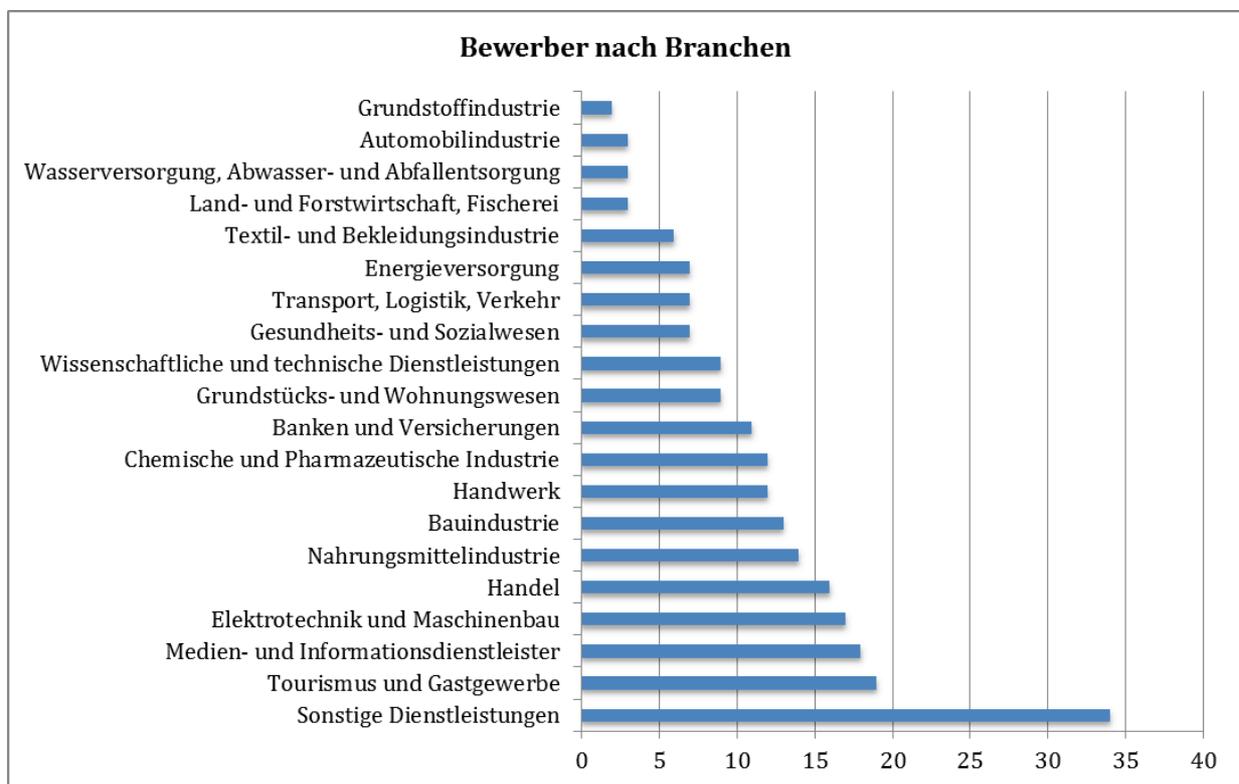
Die Management- und Stakeholder-Befragung wurden von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern des Instituts für Management der Humboldt-Universität zu Berlin und des Instituts für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) entwickelt, durchgeführt und ausgewertet:

- Dr. Anja Schwerk, Institut für Management der Humboldt-Universität zu Berlin

- Dr. Anna-Maria Schneider, Institut für Management der Humboldt-Universität zu Berlin
- Dr. Christian Dietsche, Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
- Dr. Andrea Liesen, Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
- Jana Gebauer, Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)

Statistiken

Für den CSR-Preis der Bundesregierung 2013 sind insgesamt 222 Einreichungen in den vier Größenklassen eingegangen. Die Spannweite der Branchen ist hoch, wobei der Dienstleistungssektor am stärksten vertreten ist:



Die regionale Verteilung der Bewerbungen zeigt eine rege Beteiligung im Süden und Westen sowie den Stadtstaaten: