



Dr. Kleinfeld CEC

CORPORATE EXCELLENCE CONSULTANCY

Nachgefragt:

Corporate Social Responsibility in KMU der Dienstleistungsbranche

Ergebnisse einer Branchenbefragung (November 2008)



Eine Studie der Universität Hamburg



Universität Hamburg

I. Vorwort

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen wird heute vielfach unter dem englischen Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) diskutiert – ein Schlagwort, das aktuell nicht zuletzt im Zusammenhang mit der Finanz- und Wirtschaftskrise fällt.

Wofür Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung übernehmen wollen oder sollen, hängt von dem zugrunde liegenden CSR-Verständnis ab, aber auch von Größe, Branche und Internationalität.

Im industriellen Sektor haben die Anforderungen an gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln von Unternehmen in der letzten Zeit stark zugenommen und es wurden zahlreiche Studien zu diesem Thema durchgeführt. Dagegen ist das Thema für insbesondere kleine und mittlere Dienstleistungsunternehmen noch kaum untersucht. Der Dienstleistungssektor ist zu einem wichtigen Pfeiler der Wirtschaft geworden und gilt nach wie vor als zukunftsweisende Branche. Derzeit werden rund 70 Prozent der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung in Deutschland im Dienstleistungssektor generiert.

2010 wird mit ISO 26000 voraussichtlich ein weltweit gültiger „Leitfaden gesellschaftlicher Verantwortung“ verabschiedet. Dieser definiert gesellschaftliche Verantwortung systematisch und sehr breit und wird Gültigkeit für alle Organisationen besitzen – auch für kleine und mittlere Dienstleistungsunternehmen. Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen dieser „weltweite Standard“ für diese sog. KMU im Dienstleistungssektor haben wird.

Um das Ausmaß resultierender Herausforderungen und Anforderungen für kleine und mittlere Dienstleister feststellen zu können, interessiert zunächst, ob und wie das Thema CSR bereits heute in dieser Gruppe „angekommen“ ist. Mit der Befragung von kleinen und mittleren Dienstleistungsunternehmen, anlässlich einer Hamburger Dienstleistungsmesse, möchte Dr. Kleinfeld CEC eine Einschätzung über den Stellenwert von CSR für diese Unternehmen bieten.

Dr. Kleinfeld CEC, April 2009

II. Umfrage zu CSR in KMU der Dienstleistungsbranche in der Metropolregion Hamburg

Anlässlich der Hamburger Fachmesse *diwi - Messe und Kongress für Marketing, Beratung und Personal* in der Handelskammer Hamburg – hat Dr. Kleinfeld CEC im November 2008 die Durchführung einer Studie zum Thema „Corporate Social Responsibility in KMU in der Dienstleistungsbranche“ beauftragt. 55 Inhaber bzw. Geschäftsführer und Mitarbeiter aus vorwiegend kleinen und mittleren Dienstleistungsunternehmen wurden persönlich befragt.

Ziel der Studie war es, einen Überblick über das heutige Verständnis gesellschaftlicher Verantwortung (CSR) und ihrer Ausgestaltung bei kleinen und mittleren Dienstleistungsunternehmen in der Metropolregion Hamburg zu geben.

Gefragt wurde unter anderem nach:

- CSR-Maßnahmen,
- Instrumenten zur CSR-Umsetzung,
- die Zuordnung der Verantwortlichkeit im Unternehmen,
- die vorrangig behandelten Themen des CSR-Managements,
- die Einschätzung der Bedeutung unterschiedlicher Interessens- und Anspruchsgruppen (Stakeholder) für das eigene Unternehmen.

Grundlage der Befragung war ein CSR-Verständnis in Anlehnung an das Grünbuch der EU Kommission: CSR ist demnach *„...ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“*

(Grünbuch der EU Kommission 2001, S. 8).

III. Zentrale Ergebnisse der Befragung

1. CSR wird ökonomisch wertvoll:

CSR wird für die Mehrheit (etwa zwei Drittel) der befragten Unternehmen zukünftig eine große bis sehr große Rolle spielen und dies vorwiegend aus ökonomischen Gründen.

2. Kein einheitliches CSR-Verständnis:

Bürgerschaftliches Engagement wird synonym für CSR verwandt, aber auch Fragen des fairen Umgangs oder ethischen Handelns werden mit CSR in Verbindung gebracht.

3. CSR ist Chefsache:

Die Geschäftsführung ist bei zwei Dritteln der befragten Unternehmen zuständig für die Umsetzung von CSR-Maßnahmen.

4. Strategien für CSR sind Mangelware:

CSR ist nur wenig strategisch in den Unternehmen verankert. Weniger als 10% der befragten Unternehmen verfügen über eine explizite CSR-Strategie.

5. KMU setzen auf Werte:

Fast alle befragten Unternehmen verfügen über ein Unternehmensleitbild und einen Verhaltenskodex. Die CSR-Umsetzung erfolgt überwiegend im Rahmen der Unternehmenswerte und -ziele.

6. Korruption – keine Frage von CSR:

Weniger als ein Fünftel der befragten Unternehmen haben Maßnahmen gegen Korruption ergriffen.

7. Corporate Volunteering ist häufigste CSR-Aktivität:

Eine Vielzahl von CSR-Aktivitäten wird bereits auf Unternehmensseite umgesetzt. An erster Stelle steht hier die Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements der Mitarbeiter, gefolgt von Maßnahmen zur ökologischen Ressourcenschonung und Spenden an gemeinnützige Vereine.

8. CSR - ein Thema für die Mitarbeiter:

Für die eigene Unternehmenstätigkeit erachten die befragten Unternehmen im Zusammenhang mit CSR Themen wie Arbeitsbedingungen, Mitarbeiterzufriedenheit, nachhaltiges Wirtschaften, Work-Life-Balance und Menschenrechte als besonders wichtig.

9. Kunden sind die wichtigsten Stakeholder:

Als relevante Stakeholder wurden Kunden, Führungskräfte, Mitarbeiter, Branchenverbände und am Ende Nichtregierungsorganisationen (NGOs) genannt. Für etwa die Hälfte der Befragten sind darüber hinaus die Kommunen/Gemeinden und Lieferanten bedeutend.

10. CSR wird eingefordert:

Auch von kleinen und mittleren Unternehmen der Dienstleistungsbranche wird CSR eingefordert. Eingefordert wird dies überwiegend von Kunden und mit deutlichem Abstand gefolgt von den Mitarbeitern und NGOs.

11. CSR soll freiwillig bleiben:

Die Mehrheit der befragten Unternehmen spricht sich gegen eine gesetzliche Verpflichtung für CSR aus.

12. Ökologische Fragen als größte Herausforderungen:

Als künftige CSR-Themen stehen für die befragten Unternehmen Umweltthemen, die Integration älterer Mitarbeiter, der Umgang mit dem Fachkräftemangel und die Schaffung von Work-Life-Balance im Vordergrund.

IV. Fazit

Gesellschaftliche Verantwortung wird von kleinen und mittleren Dienstleistungsunternehmen in Hamburg als wichtiges Thema eingeschätzt, wenn auch nicht unter dem englischen Begriff CSR, der hier so gut wie nicht bekannt ist. Das Thema ist Chefsache.

Obgleich CSR nur selten strategisch verankert ist, sind sich kleine und mittlere Dienstleistungsunternehmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und nehmen diese aktiv wahr. Es lässt sich ein enger Zusammenhang zwischen dem eigenen CSR-Verständnis, der Motivation, Verantwortung zu übernehmen und den angewandten Maßnahmen erkennen. Es deutet sich im Gesamtbild ein Verständnis von CSR an, das sich stark an den Bedürfnissen der Mitarbeiter und dem schonenden Umgang mit ökologischen Ressourcen ausrichtet und welches das bürgerschaftliche Engagement („Corporate Citizenship“) im direkten regionalen Umfeld in den Vordergrund stellt.

Mit Blick auf die Entwicklung der Bedeutung von CSR, besteht für die Branche der Bedarf nach einem umfassenderen CSR-Grundverständnis. Ein Sensibilisierungsbedarf besteht insbesondere für Themen gesellschaftlicher Verantwortung wie etwa Corporate Governance und Compliance. Denn in der internationalen Diskussion zeichnet sich mit dem internationalen Standard ISO 26000 ab, dass auch das Thema „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“ ein maßgebliches Handlungsfeld gesellschaftlicher Verantwortung ist, das bisher kaum von KMU mit CSR in Verbindung gebracht wird. Obwohl der Kunde, nach eigener Einschätzung der Befragten, bereits heute die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung von ihnen erwartet, wird diese Stakeholdergruppe im Rahmen von CSR-Maßnahmen kaum berücksichtigt. Auch hier wird die Branche künftig gefordert sein, die legitimen Interessen und Forderungen der Kunden besser zu berücksichtigen.

Die Offenlegung des eigenen CSR-Engagements, eine verstärkte interne und externe Kommunikation und eine engere Verknüpfung mit unternehmenspolitischen und strategischen Zielen können dazu beitragen, die gesellschaftliche Verantwortung von KMU der Dienstleistungsbranche gewinnbringend, im Sinne einer Win-Win-Situation für das Unternehmen selbst, als auch für weitere Stakeholder, zu nutzen.

Gut beraten mit Dr. Kleinfeld CEC

Damit CSR zum erfolgreichen Business Case für Ihr Unternehmen wird, steht Ihnen Dr. Kleinfeld CEC bei der Planung und Umsetzung Ihres CSR-Engagements kompetent und erfahren zur Seite. Unsere Beratung setzt bei Ihren Stärken und ausbaufähigen Ansätzen an. Wir helfen Ihnen:

- die Verantwortungsdimensionen und Handlungsfelder Ihres Unternehmens zu analysieren;
- Ihre relevanten Anspruchs- und Interessensgruppen zu erkennen, zu verstehen und zu bewerten;
- eine angemessene und sinnvolle Strategie, die zu der Ausrichtung Ihres Unternehmens passt, zu entwickeln;
- Ihre CSR-Strategie erfolgreich umzusetzen und
- Ihr CSR-Engagement nach intern und extern glaubwürdig zu kommunizieren.

Unsere Beratung:

- verbindet Wissen und Erfahrung zu Lösungen, die zielführend und nachhaltig sind.
- berücksichtigt Ihr Unternehmen in seiner Einzigkeit und baut darauf auf.
- befähigt Sie, die notwendigen Umsetzungsprozesse eigenständig fortzuführen.
- zielt auf Exzellenz ab: den eigenen Anspruch, kontinuierlich besser zu werden.
- ist partnerschaftlich, integer und zuverlässig.

Ihre Ansprechpartner

Dr. Kleinfeld CEC GmbH & Co. KG

Johanna Schnurr

Birthe Henze

Altes Klöpferhaus

Rödingsmarkt 9

20459 Hamburg

Tel.: 040 / 525 000 - 0

Fax: 040 / 525 000 - 11

E-Mail: johanna.schnurr@kleinfeld-cec.com

birthe.henze@kleinfeld-cec.com

Autorinnen der Studie

Dipl.-Psych. Yvonne Glock

yvonne.glock@wiso.uni-hamburg.de

Dipl.-Hdl. Simone Klein

simone.klein@ku-eichstaett.de

Dipl.-Päd. Fabienne Theis

theis@hsu-hh.de

Die dargestellten Ergebnisse sind der aktuellen Studie „Corporate Social Responsibility in KMU der Dienstleistungsbranche“ entnommen, die die oben genannten Autorinnen im Auftrag von Dr. Kleinfeld CEC im März 2009 erstellt haben.

Weitere Informationen zu dieser Studie finden Sie unter:

www.kleinfeld-cec.com

www.wiso.uni-hamburg.de/index.php?id=4203