



Mehr
Mobilität!

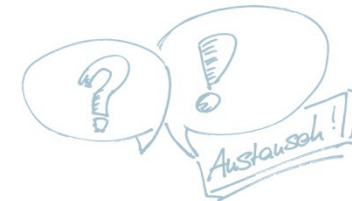
Work  life

Balance !!?

BILDUNG: DARF'S EIN BISSCHEN MEHR SEIN

- + mehr Kompetenz
- + mehr Fachkräfte
- + mehr Mobilität

14./15. Oktober 2013
Berlin | Estrel-Hotel



Herzlich Willkommen

www.die-bildungskonferenz.de | www.facebook.com/die.bildungskonferenz

CSR – Mittelstand bewegt was!

Dr. Frank Maaß

Institut für Mittelstandsforschung Bonn

Bildungskonferenz 2013

„Bildung: Darf´s ein bisschen mehr sein?“

14./15. Oktober 2013, Estrel Hotel Berlin

Definition Corporate Social Responsibility (CSR):

Freiwillige Einbeziehung sozialer und ökologischer Gesichtspunkte in die allgemeine Geschäftstätigkeit“

(Grünbuch 366 der Europäischen Kommission, 2001)

Forschungsfragen:

1. Worin kann der Nutzen von CSR bestehen?
2. Leistet CSR einen Beitrag zum Unternehmenserfolg?

BILDUNGSKONFERENZ 2013

Deutschlands größter Branchentreff für Bildungsverantwortliche

BILDUNG:
DARF'S EIN
BISSCHEN
MEHR
SEIN ?

CSR-Bereiche:

Arbeitsplatz

Markt

Umwelt/Soziales

CSR-Mittelstand bewegt was!

www.die-bildungskonferenz.de

CSR-Bereiche:

Arbeitsplatz

Zielausrichtung:

- Work-Life-Balance
- Chancengleichheit
- Mitarbeiterbeteiligung
- ...

Markt

- Verbraucherschutz
- Fairness unter Marktpartnern
- Nachhaltigkeit
- ...

Umwelt/Soziales

- Klimaschutz
- Ressourcenverbrauch
- Soziale Kohärenz
- ...

CSR-Bereiche:

Arbeitsplatz

Zielausrichtung:

- Work-Life-Balance ...

Instrumente:

- Arbeitszeitflexibilisierung
- Standards (z.B. SA 8000)
- Mitarbeiterpartizipation
- Gleichstellungsmaßnahmen
- ...

Markt

- Verbraucherschutz ...

- Qualitätssicherung (TQM)
- Standards (z.B. ISO 9000)
- *Regional Sourcing*
- ...

Umwelt/Soziales

- Klimaschutz ...

- Standards (z.B. ISO 14000)
- Sponsoring (z.B. Spende)
- Corporate Citizenship (z.B. Ehrenamt)
- ...

CSR-Bereiche:

Arbeitsplatz

Zielausrichtung:

- Work-Life-Balance ...

Instrumente:

- Arbeitszeitflexibilisierung ...

Strategischer Nutzen:

- Mitarbeitermotivation
- Mitarbeiterbindung
- Humankapitalaufbau
- Signalwirkungen
- ...

Markt

- Verbraucherschutz ...

- Qualitätssicherung ...

- Kundenbindung
- Marktdifferenzierung
- Innovation
- ...

Umwelt/Soziales

- Klimaschutz ...

- Standards (z.B. ISO 14000) ...

- Energieeffizienz
- Imagegewinn
- Kundenansprache
- ...

CSR-Bereiche:

Arbeitsplatz

Zielausrichtung:

- Work-Life-Balance ...

Instrumente:

- Arbeitszeitflexibilisierung ...

Strategischer Nutzen:

- Mitarbeitermotivation ...

Ansprüche der Stakeholder:

- Honorierung des Arbeitseinsatzes
- ...

Markt

- Verbraucherschutz ...

- Qualitätssicherung ...

- Kundenbindung ...

- Verlässlichkeit des Marktpartners
- ...

Umwelt/Soziales

- Klimaschutz ...

- Standards (z.B. ISO 14000) ...

- Energieeffizienz ...

- Beteiligung am sozialen Prozess
- ...

Strategische Anwendung von CSR (Auswahl)

| <u>Ökonomisches Problem:</u> | <u>CSR-Instrument: (Beispiele)</u> | <u>Funktion von CSR:</u> | <u>Strategisches Ziel:</u> |
|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Intransparenz der Märkte | <ul style="list-style-type: none">• Standards/ Zertifikate | <ul style="list-style-type: none">• Signal- funktion | <ul style="list-style-type: none">• Kommunikation mit Stakeholdern |
| <ul style="list-style-type: none">• Fehlender Einfluss auf die Stakeholder | <ul style="list-style-type: none">• Sozial- sponsoring• Arbeitszeit- flexibilisierung | <ul style="list-style-type: none">• Anreiz- funktion• Anreiz- funktion | <ul style="list-style-type: none">• Verhaltensbeeinflussung (z.B. Kaufentscheidung)• Verhaltensstabilisierung (z.B. Bindungsintensivierung) |
| <ul style="list-style-type: none">• Ressourcen- abhängigkeit | <ul style="list-style-type: none">• Kooperation mit Hochschulen | <ul style="list-style-type: none">• Innovations- funktion | <ul style="list-style-type: none">• Ressourcenaufbau (z.B. Synergieeffekte) |

Strategische Anwendung von CSR

Maaß, F. (2009):
Kooperative Ansätze im Corporate Citizenship.
Erfolgsfaktoren gemeinschaftlichen Bürgerengagements
von Unternehmen im deutschen Mittelstand

Organisationsökonomie humaner Dienstleistungen,
Band 22, München

Organisationsökonomie
humaner
Dienstleistungen

Frank Maaß

Kooperative Ansätze im Corporate Citizenship

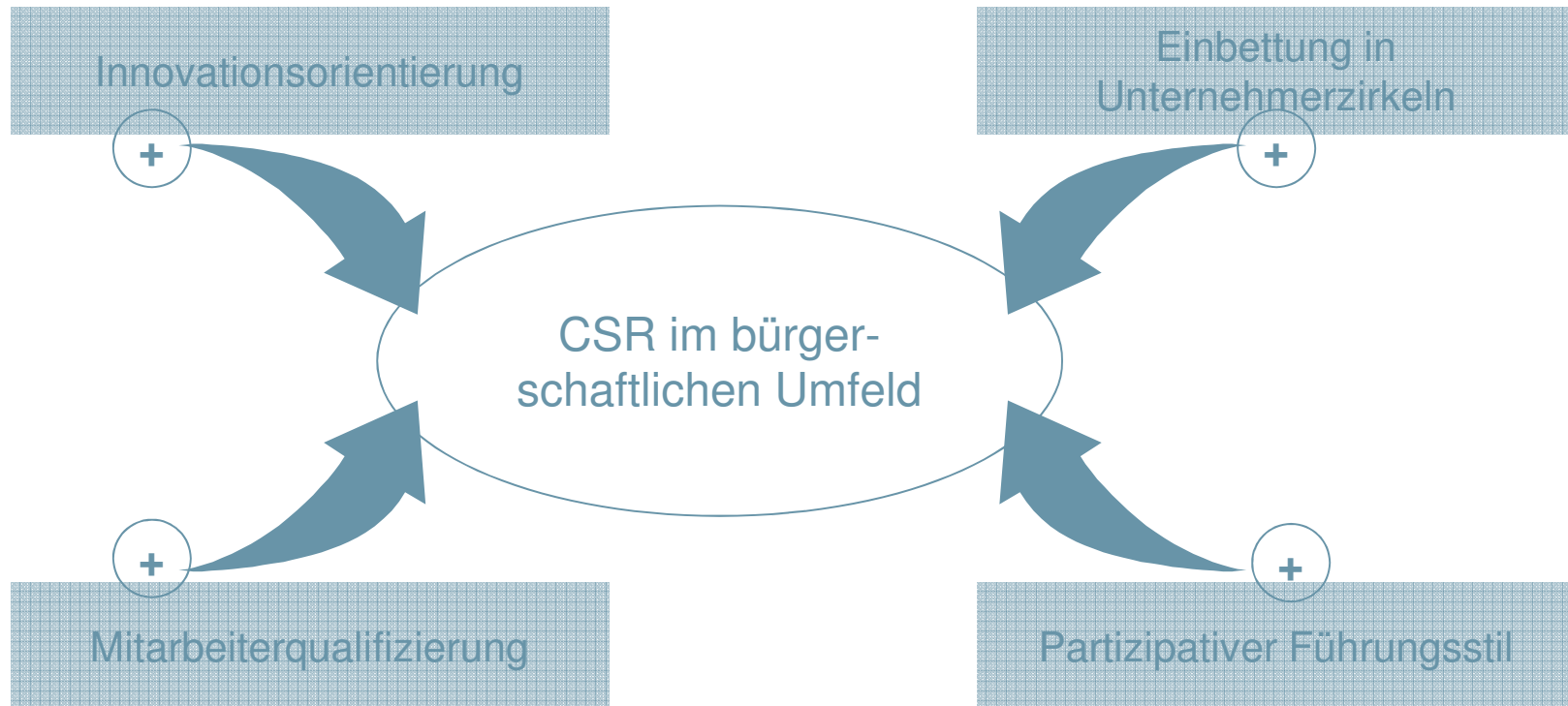
Erfolgsfaktoren
gemeinschaftlichen Bürgerengagements
von Unternehmen im deutschen Mittelstand



Rainer Hampp Verlag

Einflussfaktoren auf die Bürgerbeteiligung von Unternehmen:

(Stichprobe: Repräsentative Erhebung unter mittelgroßen Unternehmen in Deutschland)



Wirtschaftliche Effekte von CSR

Wallau, F.; Adenäuer, C.; Kayser, G. (2007):
BDI-Mittelstandspanel. Ergebnisse der Online-
Mittelstandsbefragung. Frühjahr 2007 – Langfassung.

IfM-Materialien,
Nr. 174, Bonn

Institut für Mittelstandsforschung Bonn

BDI-Mittelstandspanel
Ergebnisse der Online-Mittelstandsbefragung
Frühjahr 2007 - Langfassung

Projektbearbeiter:
Frank Wallau, Claus Adenäuer, Gunter Kayser

Untersuchung im Auftrag von



Institut für Mittelstandsforschung Bonn
Maximilianstraße 20 • D53111 Bonn
IfM-Materialien Nr. 174
© IfM Bonn Juni 2007

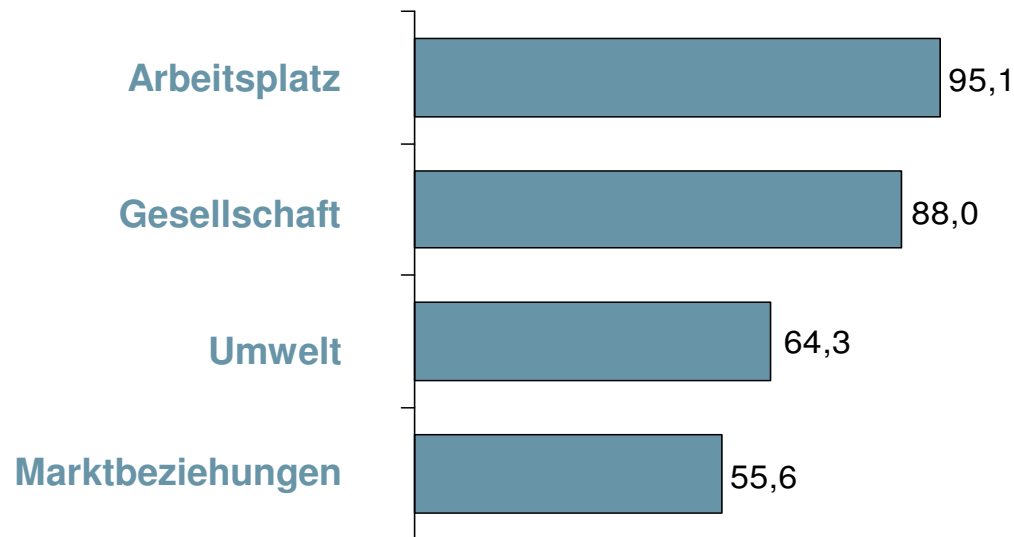
Datengrundlage der deskriptiven Analyse:

- Online-Befragung in halbjährigem Turnus mit wechselnden Schwerpunktthemen
- CSR war ein Schwerpunkt der 5. Befragungswelle im Frühjahr 2007
- Fallzahl: 1.081 Unternehmen
- Grundgesamtheit: Unternehmen der deutschen Industrie

CSR-Engagement der KMU in der Industrie nach Bereichen (2007):

in %

CSR-Bereiche:



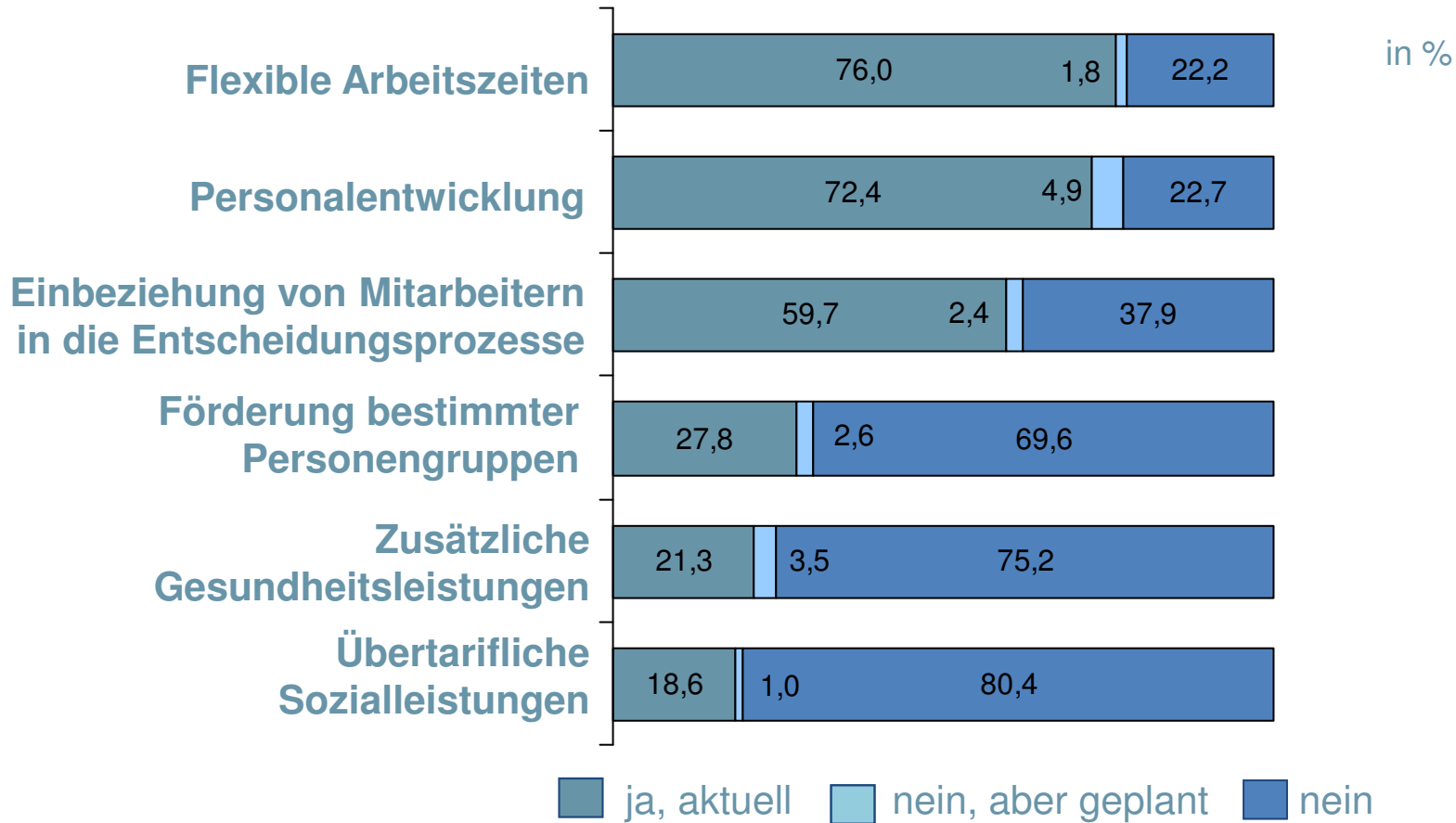
Variablenkodierung: Mindestens ein CSR-Instrument wird angewendet.

Befund: CSR ist gängige Praxis, kein randständiges Phänomen.

Basis: n = 1.063

CSR-Mittelstand bewegt was!

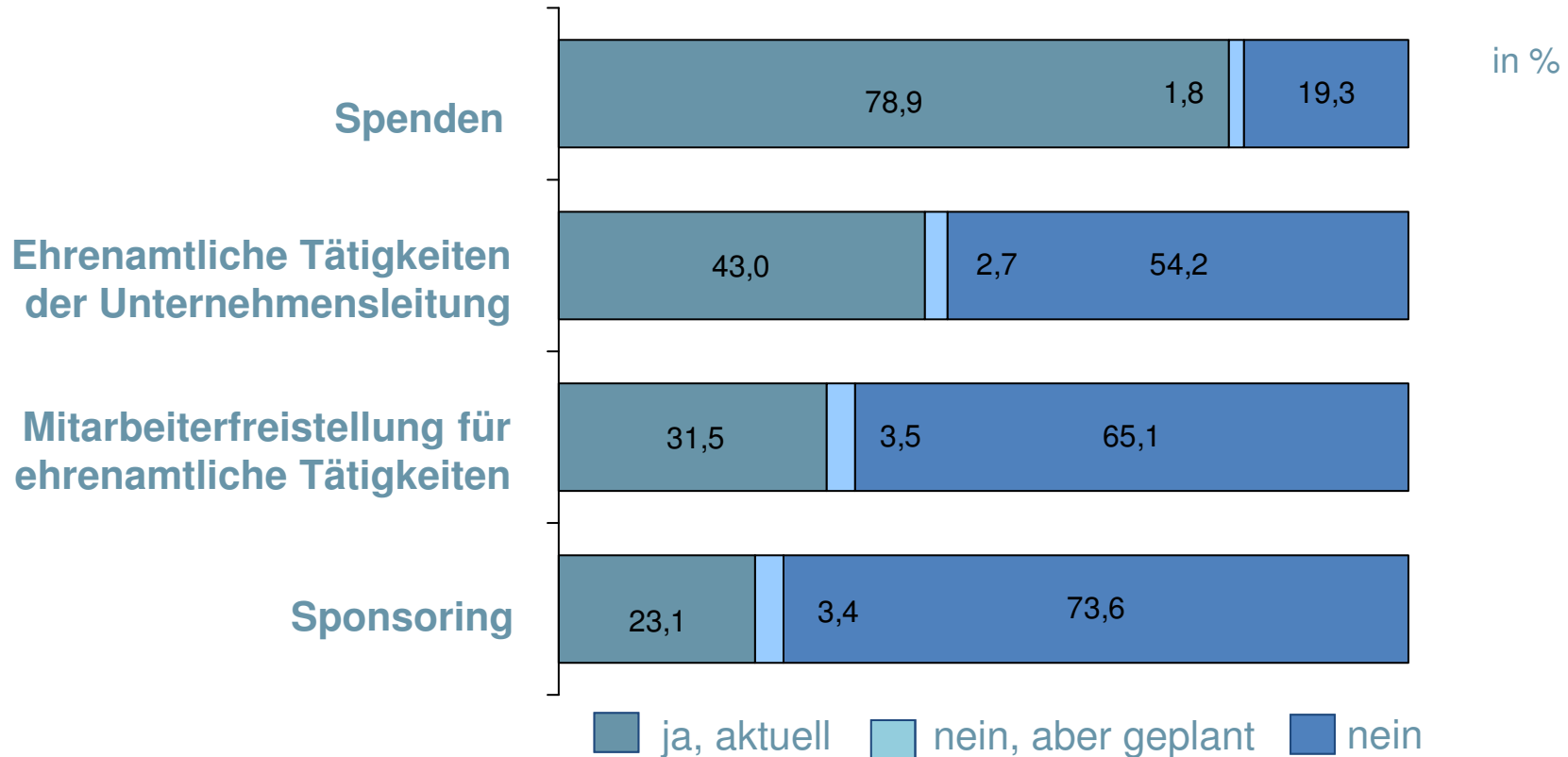
Formen des CSR-Engagements der KMU in der Industrie im Bereich Personal:



Basis: n = 1.069

CSR-Mittelstand bewegt was!

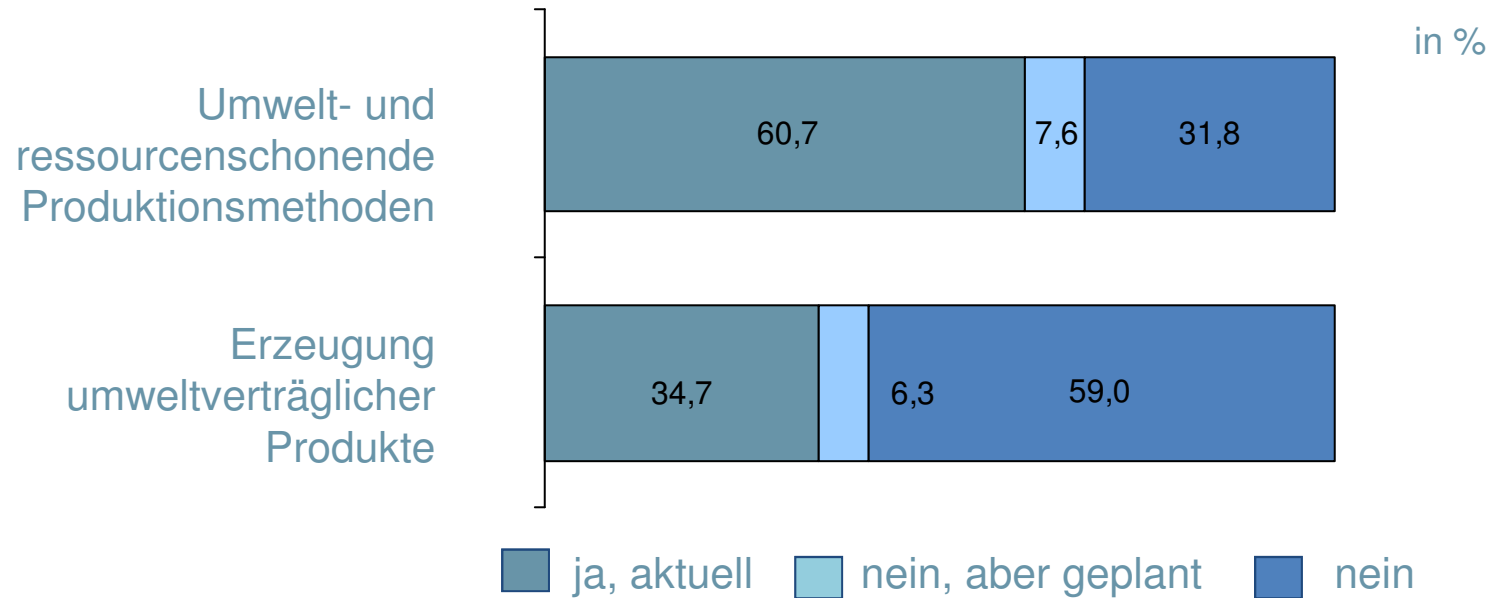
Formen des CSR-Engagements der KMU in der Industrie im gesellschaftlichen Bereich:



Werte hochgerechnet, Basis: n = 1.062

CSR-Mittelstand bewegt was!

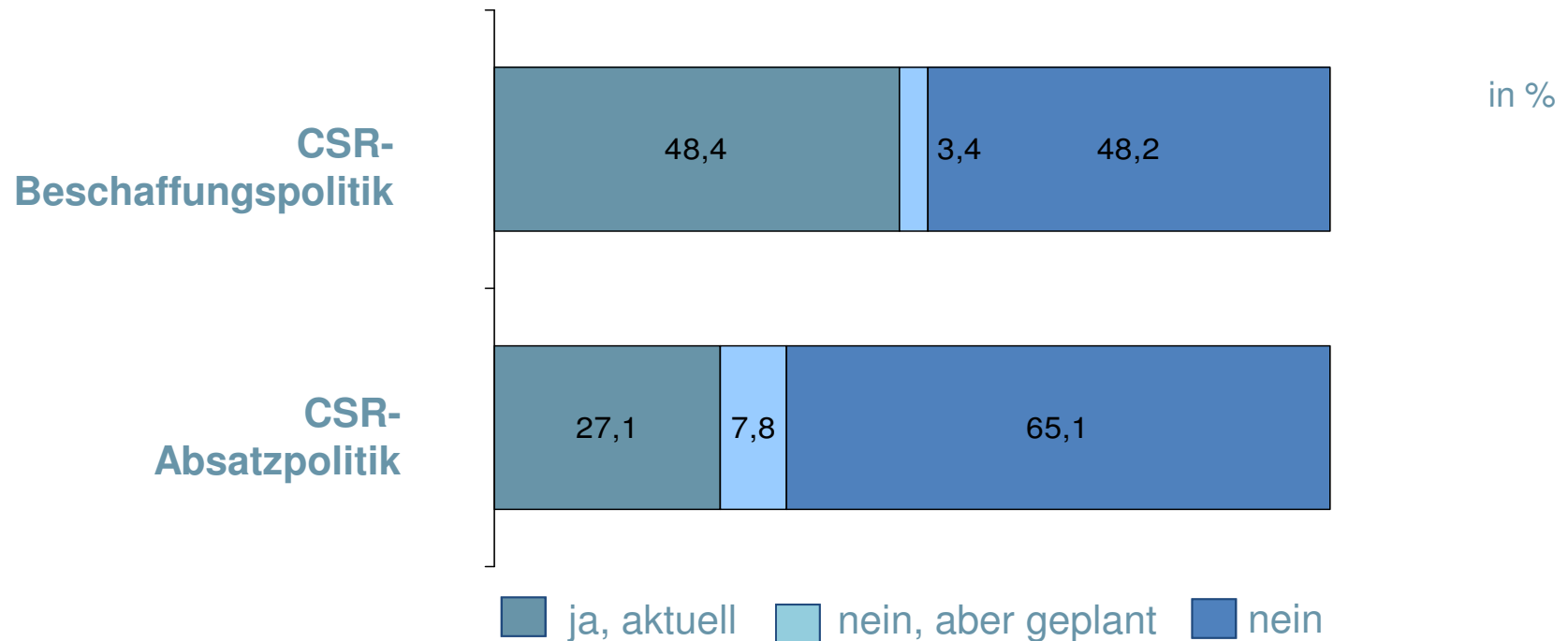
Formen des CSR-Engagements der KMU in der Industrie im Bereich Umwelt:



Werte hochgerechnet, Basis: n = 1.002

CSR-Mittelstand bewegt was!

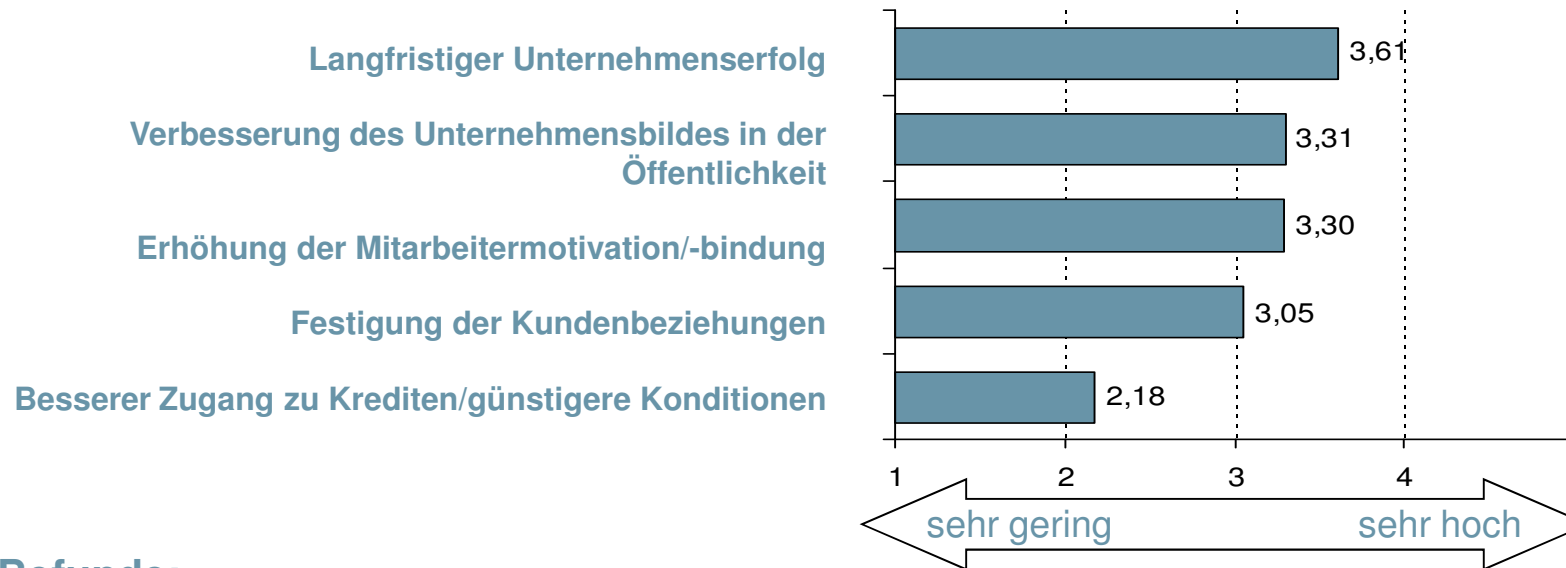
Formen des CSR-Engagements der KMU in der Industrie im Bereich der Marktbeziehungen:



Werte hochgerechnet, Basis: n = 1.020

CSR-Mittelstand bewegt was!

Wirtschaftlicher Nutzen des CSR-Engagements: (Selbsteinschätzung der befragten Unternehmen: Mittelwerte der Nennungen)



Befunde:

- Nutzen von CSR wird durch die Aussagen der Unternehmen bestätigt.
- CSR wird schwerpunktmäßig in der Personal- und Kommunikationspolitik eingesetzt.

Basis: n = 1.063

CSR-Mittelstand bewegt was!

Fazit:

- CSR strahlt in den Markt, in die Gesellschaft und in das eigene Unternehmen hinein und zielt auf die Stakeholderrelationen des Unternehmens ab.
- Indem CSR zur Lösung konkreter Probleme des Unternehmens beiträgt (z.B. Mitarbeiterrekrutierung) und das Entwicklungspotenzial der Unternehmung erhöht (z.B. Innovation), leistet dieser Managementansatz einen Beitrag zur langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt

Dr. Frank Maaß
Institut für Mittelstandsforschung Bonn
Maximilianstr. 20
53111 Bonn

Tel.: 0228 / 72 997 - 27
Email: maass@ifm-bonn.org

www.ifm-bonn.org

CSR-Mittelstand bewegt was!

Das IfM Bonn ist eine Stiftung des privaten Rechts.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Bauen, Wohnen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen



Diskussion:

- Welche Chancen bietet CSR für die betriebliche Aus- und Weiterbildung?
- Ist CSR ein geeignetes Instrument zur Fachkräftesicherung?
- Welche CSR-Instrumente eignen sich am besten zur Ansprache von Jugendlichen?