

York Lunau
Florian Wettstein

Die soziale Verantwortung; der Wirtschaft

Was Bürger von Unternehmen erwarten

Haupt Verlag
Bern - Stuttgart • Wien

Inhaltsverzeichnis

100 und eine Frage: Ein- und Anleitung zum Gebrauch	15
Fragen, die sich unmittelbar aufdrängen	
1. Heisst soziale Unternehmensverantwortung einfach: Gutes tun, statt viel zu reden?	21
2. Wann wird es eine einheitliche CSR-Definition geben?	22
3. Baustelle < Soziales) - Handlungsbedarf für wen genau?	24
4. Ist ein Unternehmen auch für soziale Probleme im hintersten Winkel dieser Welt zuständig?	25
5. Hängt soziale Verantwortung von der Grosse des Unternehmens ab?	27
6. Ist immer gleich ein umfangreiches Programm nötig?	28
7. Ist das Thema nur ein vorübergehender Modetrend?	29
8. Bestimmt die wirtschaftliche Grosswetterlage, ob das CSR-Thema Konjunktur hat?	30
Fragen, die gerne mit Schlagworten erledigt werden	
9. CSR - trotz oder wegen <Shareholder Value>-Denken?	31
10. Erhöht eine verschärfte <Corporate Governance> die Wahrnehmung sozialer Verantwortung?	32
11. Ist ein sozial verantwortliches Unternehmen automatisch auch ein guter <Corporate Citizen)?	33
12. <Accountability> - viel Transparenz um nichts?	35
13. [Ist CSR nur ein Teil der Debatte über <Nachhaltigkeit>?	36
14. <UN Global Compact - nichts als eine Unterschrift?	37
15. Ist Kinderarbeit ein Menschenrecht?	38
Fragen, zu denen Philosophen viel zu sagen hätten	
16. Was gehen die Wünsche der Gesellschaft ein Unternehmen überhaupt an?	40
17. CSR-Engagement gegen <unethische> Vorkommnisse?	41

18. CSR als Lückenbüsser bei Marktversagen?	42
19. Soziale Verantwortung als Kampf gegen Terrorismus?	43
20. Proaktive Unternehmenspolitik — synonym zu CSR?	44
21. Passen Worte wie (fundamental) oder (vorbehaltlos) überhaupt in die Geschäftswelt?	45
22. Was hilft Kants kategorischer Imperativ?	47
23. Ist das ganze Thema eine nur philosophische Übung?	48

Fragen zum konkreten Inhalt sozialer Verantwortung

24. Ist letztlich alles eine Frage der Menge und Qualität des Arbeitsplatzangebots?	49
25. Frauenquote, Lehrstellen... - wo Schwerpunkte setzen?	50
26. <Öko>-Engagement - nicht der Rede Wert?	51
27. Contra Kriminalität, pro Bildung - wie gross ist das Spektrum der Erwartungen aus der Bevölkerung?	52
28. Nun auch noch um zukünftige Generationen kümmern?	53
29. Wie genau muss man die Produktionsbedingungen eingekaufter Waren kennen?	54

Fragen zum Verhältnis von Staat und Unternehmen

30. Geht es im Wesentlichen darum, gesetzliche Regelungen überflüssig zu machen?	55
31. Ist Freiwilligkeit die Essenz sozialer Verantwortung?	56
32. Was kann ein Unternehmen von seiner sozialen Verantwortung an Verbände delegieren?	57
33. Welche gesetzlichen Regelungen muss sich ein sozial verantwortliches Unternehmen wünschen?	57
34. Stiehlt sich der Staat aus seiner Verantwortung?	59
35. Wieviel Einfluss auf die politische Willensbildung ist Unternehmen erlaubt?	60

Fragen, um ein Unternehmensbild zu entfalten

36. Bestimmen die sozialen Tugenden einer Gesellschaft das Verhalten der Unternehmen oder umgekehrt?	61
37. Können allein Personen Verantwortung übernehmen?	62
38. Sollte das freie Spiel der Marktkräfte nicht ungestört bleiben von gut gemeinten CSR-Aktionen?	63

39. Liegt die eigentliche Verantwortung nicht beim Verbraucher oder Investor?	64
40. Produkte, Steuern, Arbeitsplätze - und das war's?	65
41. CSR als Teil der Strategie - oder umgekehrt?	67
42. Rechnet sich soziale Unternehmensverantwortung?	68
43. Soziale Unternehmensverantwortung im <Business Case> .- wie weit trägt die <Win-Win>-Logik wirklich?	69

Fragen rund um philanthropische Traditionen

44. CSR gleich grosszügige Gewinnverteilung?	70
45. Dienen Unternehmen der Gesellschaft am besten durch die Förderung gemeinnütziger Organisationen?	71
46. Ist Hilfe für Notleidende zwingender CSR-Bestandteil?	72
47. Sponsoring aus sozialer Unternehmensverantwortung?	73
48. Was ist eine <gute> Spende?	74
49. Beruhen CSR-Aktivitäten auf Altruismus?	75

Fragen, wenn die Glaubwürdigkeit in Frage steht

50. Eignet sich CSR, um das Vertrauen in die Wirtschaft wiederzugewinnen?	76
51. Was ist die Meinung der Öffentlichkeit überhaupt wert?	77
52. Kann es ein Unternehmen allen recht machen?	78
53. Kann etwas relevant sein, was vom Bürger nicht wahrgenommen wird?	79
54. Wie ist mit positiven oder negativen Vorurteilen gegenüber einer Branche umzugehen?	80
55. Was hat es mit der <Licence to Operate) auf sich?	81
56. Wieviel externe Kontrolle ist nötig, um die Ernsthaftigkeit der Bemühungen zu dokumentieren?	82

Fragen zur Vorbereitung von CSR-Programmen

57. Ist nicht jede CSR-Massnahme eine gute Massnahme?	83
58. Was taugen <Best Practices>?	84
59. Expertenhilfe oder <gesunder Menschenverstand)?	85
60. Sind Checklisten der Anfang oder das Ende eines jeden CSR-Programms?	86
61. Engagement auf breiter Front oder hoch spezialisiert?	87

- | | |
|---|----|
| 62. Welche notwendigen, welche fakultativen Elemente gehören zu einem CSR-Programm? | 88 |
| 63. Ein <magisches Dreieck> für CSR-Programme? | 89 |
| 64. Ist zusätzlich noch ein Wertemanagement nötig? | 90 |

Fragen beim Design konkreter Massnahmen

- | | |
|---|----|
| 65. Schriftliche Leitbilder - never leave home without it? | 91 |
| 66. Was leisten Codes of Conduct? | 92 |
| 67. Was geht ohne <Ethics Officen> | 93 |
| 68. <Corporate Volunteering> - die Standardmassnahme? | 95 |
| 69. Bildungsnotstand - Florizonterweiterung in Sachen sozialer Verantwortung als CSR-Massnahme? | 96 |
| 70. Wie lassen sich bei CSR-Massnahmen Aufwand und Ertrag messen? | 98 |
| 71. Bringt die operative Umsetzung zwingend (schlechte Kompromisse) mit sich? | 99 |

Fragen zur Arbeit an der öffentlichen Meinung

- | | |
|--|-----|
| 72. Kommen die CSR-Bemühungen beim Bürger an? | 101 |
| 73. Soll ein Unternehmen seine CSR-Aktivitäten für die Imagepflege nutzen? | 102 |
| 74. Darf man sich auf die lange Tradition sozialer Verantwortung in Deutschland berufen? | 103 |
| 75. Spielt die Einhaltung von Mindeststandards eine besondere Rolle für die Glaubwürdigkeit? | 104 |
| 76. Sind nur <gläserne> Unternehmen sozial verantwortlich? | 105 |
| 77. Selbst- oder Fremdwahrnehmung - wer hat Recht? | 106 |
| 78. Ist ein opulentes www-Informationsangebot zwingend? | 108 |
| 79. Haben gedruckte Spezialberichte ausgedient? | 109 |

Fragen, die den Kontakt zu Stakeholdern suchen

- | | |
|---|-----|
| 80. Wie wichtig sind gute Nachbarschaftsbeziehungen? | 110 |
| 81. Wem ist ein Unternehmen im Zeitalter der Globalisierung Rechenschaft schuldig? | 111 |
| 82. Welche Stakeholder sind bei der Übernahme sozialer Verantwortung die wichtigsten? | 112 |
| 83. Zeigt sich soziale Unternehmensverantwortung auch im Qualitätsbewusstsein? | 113 |

84. Sollten Unternehmen mit NGOs kooperieren?	114
85. Was kann von Behördenseite erwartet werden?	115
86. Wie gelingen ernsthafte Stakeholderdialoge?	116
Fragen, die den Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellen	
•87. Werden Entlassungen durch vernünftige Gespräche mit den Betroffenen sozial verantwortlicher?	117
88. Zahlen sozial verantwortliche Unternehmen mehr?	118
89. Sind extreme Managergehälter sozial verantwortbar?	119
90. Teilzeitarbeitsplätze oder Gewinnbeteiligung?	120
91. Üben sich sozial verantwortliche Unternehmen in organisationaler Demokratie?	121
92. Welche Diskriminierung ist sozial verantwortbar?	122
93. Welche Rolle soll das CSR-Thema bei Einstellungen und im Beurteilungswesen'spielen?	123
94. Lässt sich Verantwortungsbereitschaft antrainieren?	124
Fragen zur Unternehmenskultur	
95. Verbessert CSR die Unternehmenskultur?	125
96. Alles eine Frage des guten Vorbilds der Führungskräfte?	126
97. Gefährden CSR-Aktivitäten die Eigenverantwortlichkeit?	127
98. Zerstört <Whistle Blowing) die Verantwortungskultur?	128
Fragen an die Zukunft	
99. Was macht ein ideales CSR-Engagement aus?	129
100. Wohin wird die CSR-Reise gehen?	130
101. Welche Impulse gehen von einem sozial verantwortlichen Unternehmen für die Zukunft aus?	131
Das Projekt: Dank an Auftraggeber und Partner	133
Quellenangaben: Empirische Studien und Basisliteratur	134
Die (Drehscheibe): Fragebogen mit Basisresultaten	135
Ein Seiteneinstieg: Abbildungen und ihre Denkanstöße	147