

# Corporate Responsibility umsetzen

Die Entscheidung, CR-Leitlinien bzw. eine CR-Strategie im Unternehmen zu implementieren, bedarf einer genauen Analyse aller Prozesse des Unternehmens sowie einer gut durchdachten Strategieentwicklung.

## Elemente für das Entwickeln einer CR-Strategie

- Weitblickende, trendorientierte Unternehmensstrategie
- Festlegung einer Wert-Grundlage und eines Verhaltenskodex für die Unternehmensaktivität
- Einschätzung der ökologischen und sozialen Wirkungen der Firma
- Festlegen einer pro-aktiven CR-Politik
- Erkennen der Marktchancen durch innovative Produkte und Dienstleistungen
- Anpassung der Geschäftsprozesse und der Lieferantenkette
- Befähigung des oberen und mittleren Managements, CR in die Tat umzusetzen
- Entwicklung klarer Richtlinien für Personal und Führung (Verhaltenskodex)
- Beteiligung der Mitarbeiter an der Durchführung von CR-Strategien
- Einführung passender Kontroll- und Steuerungsmöglichkeiten
- Entwicklung von Risiko-Karten für die Länder, in denen die Firma tätig ist
- Engagement im Dialog mit Öffentlichkeit, NGOs etc.
- Mitwirkung in branchenspezifischen Initiativen
- Entwickeln einer CR-sensiblen Marketing- und PR-Kampagne

## Herausforderungen

- Die Strategie muss zu Unternehmenstätigkeit und -expertise passen und finanzielle Investitionen rechtfertigen.
- Sie muss überzeugen im Interesse der ‚Sache‘, nicht nur eine verkappte Werbung für eine Marke sein; ‚greenwashing‘ genügt nicht.
- Sie sollte die direkten Stakeholder des Unternehmens und die relevanten gesellschaftlichen Kräfte aus dem Nichtregierungsbereich einbeziehen.

## Reporting / Berichterstattung

Im Sinne von Glaubwürdigkeit und Transparenz ist das CR-Reporting (freiwilliges Berichtsverfahren) ein wichtiger Bestandteil der CR Aktivitäten. Die Berichte dienen als Informationsquelle für die Stakeholder des Unternehmens und liefern detaillierte Auskünfte über alle CR-Aktivitäten und deren Ergebnisse. Zudem ist es empfehlenswert, bei der Erstellung von CR-Reports ein externes Auditing zu ermöglichen, was wiederum die Glaubwürdigkeit erhöht.