

## Der Hintergrund des Konzeptes CR

Das Konzept der **Corporate Responsibility** setzt die Unternehmens-Tätigkeit in Bezug zum **Drei-Säulen-Konzept** von

- Ethik,
- Gesellschaft und
- Ökologie.

**Ethik** bezieht sich darauf, wie Unternehmen mit dem Wettbewerb, mit Kunden, Lieferanten sowie Mitarbeitern umgehen, welche Werte und Leitlinien sie dabei umsetzen. Der Bereich **Gesellschaft** betrifft das „Wie“ des Verhaltens von Unternehmen gegenüber der Gesellschaft, z.B. als Steuerzahler, Lobbyist, Sponsor und Spendergeber für gesellschaftlich relevante Themen. **Ökologie** beinhaltet Aspekte des nachhaltigen Umgangs mit Natur und knappen Ressourcen wie Wasser, Energie und Rohstoffen.

Das Konzept der **triple bottom line**, aus dem sich das o. g. „Drei-Säulen-Konzept“ entwickelt hat, bezieht sich auf die Bereiche Ökonomie, Ökologie und Soziales und wurde 1994 von John Elkington (Gründer von SustainAbility, London) geprägt. Das Modell, auch zusammenfassend "People, Planet, Profit" genannt, beinhaltet ein breites Spektrum von Werten und Kriterien, die den Erfolg eines Unternehmens an seinem nachhaltigen, sozialen und ökonomischen Verhalten messen.

Der Begriff "**Sustainability**" (Nachhaltigkeit), wurde erstmals im Jahr 1987 von der Brundtland Kommission (World Commission on Environment and Development) der Vereinten Nationen definiert. Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet demnach, heutige Bedürfnisse so zu befriedigen, dass die Möglichkeiten künftiger Generationen nicht eingeschränkt oder gefährdet werden, d.h. Ressourcen zu erhalten und ihren Verbrauch entsprechend reduziert zu gestalten, um Regeneration und neues Wachstum zu ermöglichen.

### **Merkmale der Corporate Responsibility im Überblick:**

- bezieht sich auf freiwillige Aktionen von Unternehmen jenseits gesetzlicher Minimalanforderungen
- ist eng mit dem Konzept der Nachhaltigkeit verknüpft
- stellt sich der Herausforderung, die Kluft zwischen kurzfristiger Profitabilität und Nachhaltigkeit zu überwinden
- verfolgt die Balance einer dreifachen Strategie: finanzielle, ökologische und gesellschaftliche Ziele sollen erreicht werden
- reflektiert sowohl Kompetenzbereiche und Zweck des Unternehmens, als auch gesellschaftliche Kontexte und Anforderungen
- beinhaltet interne Aspekte: Personalpolitik, Produktionsmethoden, Ethik-Kodex
- beinhaltet externe Aspekte: Förderung von gesellschaftlichen Themen durch Spenden und Sponsoring

## **Begriffsklärung**

Corporate Responsibility wird verschiedentlich auch **Corporate Social Responsibility** genannt. Um jedoch deutlich zu machen, dass CR über die sozialen Aspekte hinausgeht, wird die Bezeichnung CR bevorzugt. Beide Begriffe sind im Prinzip gleichbedeutend.

Weiterhin gibt es das Konzept der **Corporate Citizenship**, das sich auf das Verhalten eines Unternehmens als "Guter Bürger", d.h. auf dessen bürgerliches und soziales Engagement bezieht, wie z.B. auf Sponsoring von Sportveranstaltungen, Kunst-, Kultur- und Gesundheitsinitiativen sowie auf die Unterstützung von Gemeinschaftsprojekten in der Nachbarschaft des Unternehmens. Hier die wesentlichen Merkmale von Corporate Citizenship (CC) im Überblick:

- CC kennzeichnet die Beteiligung des Unternehmens an der Organisation des demokratischen Gemeinwesens
- Unternehmen sind Mitglieder einer Gemeinschaft mit Rechten und Pflichten
- CC stellt die Verantwortung von Unternehmen als Bürger in den Vordergrund.