

Das Konzept und der Nutzen von CR

Das Konzept der Corporate Responsibility ist für Unternehmen ein Denkwerkzeug um die Zukunftsfähigkeit zu sichern. Es hilft, den Zweck der Unternehmenstätigkeit im gesellschaftlichen Kontext zu sehen und zu fragen:

*Wie wird das Umfeld unseres Unternehmens in Zukunft aussehen?
Welchen ökologischen Entwicklungen müssen wir Rechnung tragen?
Welche Erwartungen haben Kunden, Mitarbeiter u. Investoren an uns?
Welche Forderungen erheben gesellschaftlich relevante Gruppen?
Welche Produkte – wie produziert – werden wir verkaufen?
Wie können wir zu den gesellschaftlich wichtigen Themen beitragen und durch innovative Produkte und Prozesse davon profitieren?*

Jedes Unternehmen, unabhängig von seiner Größe, repräsentiert bestimmte Werte, die sich in allen Unternehmensbereichen widerspiegeln (Personalmanagement, Produktmanagement, Umgang mit der Supply Chain, Kommunikation usw.) und das Unternehmen in der Gesellschaft positionieren. Die **Entscheidung über die eigenen Werte und Leitlinien ist eine grundlegende Entscheidung** für jedes Unternehmen, die sich auf Erfolg, Bestehen und Weiterentwicklung auswirken.

Die CR-Schwerpunkte eines Unternehmens können und sollten zum größten Teil aus dem Unternehmenszweck abgeleitet werden. Auf alle Fälle sollten alle Aspekte der Unternehmens-Wertschöpfung in Einklang mit Verantwortung und Nachhaltigkeit sein. Z.B.

*Wie kann das Unternehmen die natürlichen Ressourcen und die Umwelt in sparsamer und nachhaltiger Weise in Anspruch nehmen?
Wie kann das Unternehmen die gesellschaftlichen Leistungen von Bildung, Wissenschaft, Gesundheit – die in den Mitarbeitern verkörpert sind - auf behutsame und konstruktive Art nutzen?
Wie kann das Unternehmen mit seiner Expertise beitragen zur Lösung von Aufgaben der Gesellschaft – durch die Gestaltung der Wertschöpfungskette oder mit gemeinnützigen Aktivitäten?*

Oftmals sind die Eigentümer eines Unternehmens an Werten interessiert, die sie in der Unternehmensaktivität berücksichtigt oder verwirklicht sehen wollen. Z.B. Unterstützung für Familien, berufstätige Frauen, Kindererziehung, Verzicht auf Tierversuche, Erhalt von Natur, Förderung von Kultur, Förderung von Demokratie etc.

Man kann demzufolge CR Strategien auf die Wertschöpfung fokussieren, d.h. auf die Art, wie das Unternehmen die Werte erwirtschaftet und darüber hinaus auf Wertorientierungen, die den Eigentümern wichtig sind, d.h. auf die Art, wie die geschaffenen Werte verwendet werden. Die neuere Entwicklung in der CR Debatte betont, dass wertschöpfungsorientierte Strategien für alle Unternehmen Pflicht sein sollten und weitergehendes Engagement zur willkommenen Kür gehört.