

Zielgruppen und Nutzen von CR

Wer ist gemeint?

Der Einflussbereich eines Unternehmens beinhaltet alle Akteure, zu denen es eine gewisse Nähe hat; sei dies politisch, vertraglich, wirtschaftlich oder geographisch:

- Eigentümer
- Mitarbeiter
- Lieferanten (Vertragspartner und Subunternehmer)
- Kunden
- Gemeinde, in der produziert bzw. gearbeitet wird
- Staatliche und internationale Gemeinschaft
- Umwelt
- Verbraucher

Nutzen für genannte Akteure – einige Beispiele:

Mitarbeiter

- Innovative Personalpolitik, z.B. aktive Integration aller Mitarbeiter bei CSR-Aktivitäten und strategischen Unternehmensentscheidungen → führt zur Verbesserung bzw. Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit und -motivation sowie der Mitarbeiterbindung.
- Einrichten von betriebseigenen Kindergärten; Freistellung für soziale Projekte.

Lieferanten

- Lieferanten entwickeln stärkeres Vertrauen und Bindung zu ihrem Auftraggeber, der nach ethischen, sozialen und umweltbezogenen Richtlinien handelt und diese ebenso vom Lieferanten selbst einfordert → dies führt zu wachsender Zufriedenheit, Sicherheit und Wettbewerbsfähigkeit auf beiden Seiten.
- Die Lieferanten werden ausgesucht und weiterentwickelt, das bedeutet Abbau von Nachhaltigkeitsrisiken in der eigenen Kette.

Gemeinde

- Wird vom Unternehmen finanziell und aktiv unterstützt und kann sich entwickeln, wachsen und blühen → Steigerung der Lebensqualität in der Nachbarschaft und über diese hinaus.

Umwelt und Weltgemeinschaft

- Nachhaltiges und umweltschonendes unternehmerisches Handeln sichert allen nachfolgenden Generationen eine Zukunft in einer gesunden Umwelt mit ausreichenden natürlichen Ressourcen.

Verbraucher

- Verbraucher werden umfangreich über Produkte informiert und in ihren Kaufentscheidungen ernst genommen; sie können nachhaltige Produkte konsumieren.
- Durch bewusstes Konsumieren können Verbraucher einen sinnvollen Beitrag für Gesellschaft und Umwelt leisten und ihre Lebensqualität verbessern.

Vorteile für das Unternehmen – Wie fördert CSR das Geschäft?

Die Entwicklung und Umsetzung einer Firmenstrategie, die ethische, soziale und ökologische Aspekte integriert, ist für jedes Unternehmen ein essentieller Erfolgsfaktor, der zahlreiche Vorteile schafft, wie:

- Zukunftsorientierte, weitsichtige Strategie
- Produktportfolio angepasst an Zukunftsanforderungen
- Nachhaltige Geschäftsprozesse und Produkte
- Kostenvorteile durch Einsparung von Ressourcen
- Größerer Einfluss auf dem Markt
- Stärkere Positionierung der Marke
- Verbessertes Firmenimage, stärkerer Einfluss, positive Presse
- Verbesserte Firmenkultur
- Erhöhte Motivation bzw. erhöhte Identifikation der Mitarbeiter
- Verbesserte Fähigkeit, Mitarbeiter zu gewinnen, zu motivieren und zu halten
- Verbesserte Beziehungen zur Gemeinde und Region
- Bessere Grundlage, sozialen Erwartungen und neuen gesetzlichen Bestimmungen begegnen zu können
- Größere Anziehungskraft für Investoren und Finanzanalytiker (höherer Aktienwert)