



Christian Friesl

Erfolg und Verantwortung verbinden

Ethische Impulse für eine moderne Unternehmensführung



„Corporate Social Responsibility“ (CSR) ist ein modernes Modell angewandter Unternehmensethik und findet bei Unternehmen zunehmend Resonanz. Der vorliegende Beitrag¹ analysiert Faktoren, die zum Erfolg von CSR beitragen und fokussiert vor allem auf die entsprechende Relevanz ethischer Haltungen. Im ersten Teil des Artikels werden das Modell der CSR und erfolgreiche Unternehmensbeispiele vorgestellt. Als Kriterien gelungener Unternehmensverantwortung erweisen sich unter anderem: eine möglichst enge Verbindung zwischen dem Kerngeschäft des Unternehmens und seinen sozialen bzw. ökologischen Aktivitäten; die strategische Ausrichtung der CSR; Klarheit, Transparenz und Zielorientierung bei der Integration des Modells. Im zweiten Teil wird eine Option für den Beitrag ethischer Haltungen und Motive zum Gelingen gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen getroffen. Unter anderem können der sozialetische Horizont der Nachhaltigen Entwicklung sowie glaubwürdige und ethisch starke Führungskräfte wesentliche Impulse zum Erfolg von CSR beitragen.

Corporate Social Responsibility: Verbindung von Erfolg und Verantwortung

Es ist kein Zufall, dass das Thema „Corporate Social Responsibility“ gerade seit der Jahrtausendwende Hochkonjunktur hat. Immer lauter wurde in den vergangenen Jahren die Debatte um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, immer häufiger gelangen Börsenkrisen, Bankenskandale und hohe Managergehälter in die Schlagzeilen. Es vergeht kaum ein Tag, an dem sich nicht kritische Berichte über das Verhalten der Unternehmen in den Medien finden.

Andererseits haben sich Unternehmen und Unternehmer schon immer in unterschiedlicher Intensität gesellschaftlich eingebracht: Zwischen den Bildungs-, Sozial-, und Gesundheitsinitiativen als Antwort auf die Folgen der Industrialisierung und dem Erkennen der ökologischen Herausfor-

derungen liegen 150 Jahre unternehmerischen Engagements. Es erfolgte manchmal zufällig, meist freiwillig, dann wieder getrieben von gesellschaftlichen Entwicklungen.

CSR gibt diesen vielfältigen Unternehmensinitiativen einen konzeptionellen Rahmen. Eine gängige Definition der EU-Kommission beschreibt CSR als Modell für Unternehmen, „auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren [...]“. Durch CSR tragen Unternehmen zur Nachhaltigen Entwicklung bei.“ (EMSF 2004, 4) Auf der

konzeptionellen Ebene schafft diese Definition Klarheit: Nachhaltige Entwicklung – die Integration von Ökonomie, Ökologie und Sozialem als Vision sozioökonomischer Zukunft – ist Herausforderung für alle Teile der Gesellschaft. CSR ist der unternehmens-



CSR ist ein Management-Werkzeug zur Umsetzung von gesellschaftlicher Verantwortung

seitige Teil dieser Aufgabe und basiert auf denselben drei Säulen: der ökonomischen, der ökologischen und der gesellschaftlichen Verantwortung.

Mit dem CSR-Modell wird der Nachhaltigen Entwicklung für Unternehmen ein Gesicht gegeben. Bei CSR

¹ Teile dieses Beitrags sind mit Genehmigung des facultas.wuv-Verlags entnommen aus: Friesl, C., Erfolg und Verantwortung. Die strategische Kraft von Corporate Social Responsibility, Wien 2008.