

ERGEBNISSE DER IDEENSAMMLUNG

mit den TeilnehmerInnen an der Veranstaltung

"Gewinnen mit gutem Gewissen - Luxus oder Nutzen?
Corporate Social Responsibility (CSR)
ein Rezept für KMU mit Verantwortungsbewusstsein"

Donnerstag, 31. März 2005, Gewerbehaus Wien

WAS INTERESSIERT MICH AM THEMA CSR?

- Die Auswirkung auf die Gesellschaft.
- environment für bessere Zusammenarbeit und Integration der verschiedenen Kräfte der Wirtschaft
- Erhebung bezüglich ökonomischer Stabilität → CSR
- Kosteneinsparungen durch weniger Krisenmanagement

WER WÜRD EINE BESONDEREN VORTEIL AN EINEM CSR-MANAGEMENT HABEN?

- Mitarbeiter → BurnOut sinkt
- Unternehmer → Profilierung, Alleinstellung
- Kinder
- Marginalisierte (AlleinerzieherInnen, Jugendliche, Behinderte)
- Nachbarn → weniger Belastungen
- Letztendlich alle Beteiligten
- Gleich denkende Lieferanten
- Alle oben genannten
- Kunden → innovative Produkte/DL
- Jeder Wirtschaftsteilnehmer
- Shareholders – MitarbeiterInnen – KundInnen – Jeder
- Zukunftsorientierte Lösung / betr. Sinnfrage

WELCHE ERWARTUNGEN HABEN KMU AN DAS THEMA CSR?

- Verbesserung der Marktsituation
- Lebbarkeit
- Kosten/Nutzen
- Wettbewerbsvorteil
- Verbesserung „Image“
- Ins Gespräch kommen
- Als „Werbemaßnahme“ benutzen --- NO NA
- Profilierung gegenüber der Konkurrenz → Wettbewerbsvorteil
- höhere Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit
- Besseres Betriebsklima
- KEINE – Der Begriff der CSR ist weitgehend unbekannt! Es bedarf einer Erklärung und Öffentlichkeitsarbeit.
- Vorteile bei Finanzierung
- Vermittelt „Kompetenz“ nach außen

WELCHE VORAUSSETZUNGEN MÜSSEN ERFÜLLT SEIN, UM CSR ERFOLGREICH EINZUFÜHREN?

- Akzeptanz aller im Betrieb
- Verständnis der potentiellen Kundschaft
- Kommunikation
- Positive Beispiele
- PR
- Förderungen
- Geteilte Ziele
- Beteiligung Führungsebene
- Gelebte Vision, kohärente Strategie
- Ehrliches Bekenntnis der Geschäftsführung
- Genügend Kapital
- Klar erkennbarer Nutzen
- Der Gedanke der CSR muss besser in der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden. – Study Groups, Wettbewerbe, Pokale und Ehrungen
- Akzeptables – Preis/Leistungsverhältnis muss vorhanden sein
- Zeit – Know-how
- CSR ≠ halbe Sache
- Unternehmer muss es selbst leben

WELCHE STAKEHOLDER SIND FÜR UNS BESONDERS WICHTIGE PARTNERINNEN?

- Mitarbeiter, Lieferanten, Behörden und KUNDEN!
- Eigentümer - NO NA
- NGOs
- Medien! – gut über CSR informierte JournalistInnen → kritisch prüfen
- Politik
- Auf jeden Fall Wirtschaftstrainer
- Consulanten + Unternehmensberater – Seminarveranstalter
- Die Konkurrenz (wie ist das wohl gemeint?)
- Investoren

WELCHER UNTERSTÜTZUNG BEDARF ES, DAMIT CSR IM BETRIEBLICHEN ALLTAG WIRKLICH GELEBT WIRD?

- „Idealismus“
- Offene Kommunikation
- Vertrauen
- Positive Beispiele zeigen
- Persönliche Vorteile
- Ständige Begleitung
- Einer neuen öffentlichen Meinung
- Vorbildwirkung von oben nach unten
- Vergleich mit erfolgreichen Projekten anderer Unternehmen
- Lob + Anerkennung für positive Beispiele → Öffentlichkeitsarbeit
- Externe Projektmanager/Umsetzer
- Interdisziplinäres Denken
- Vorbildwirkung der Geschäftsleitung/der Führungskräfte
- Leidenschaft
- Überzeugung der MitarbeiterInnen und Kunden
- Dafür Zeit geben und nehmen
- PR

WORAN WÜRD EICH DEN ERFOLG EINES CSR- PROJEKTES ERKENNEN?

- Zufriedene Mitarbeiter und Geschäftsführung
- Am Lächeln der MitarbeiterInnen
- Imagegewinn
- Andere und mehr Kunden
- WIN-WIN-Situation → Umwelt, Wirtschaft, Mitarbeiter
- Das freundliche Grüßen der Umwelt
- Am wirtschaftlichen Erfolg
- ALL your stakeholders are happy
- Man spricht darüber - Man lebt es – man will mehr davon
- Wenn nichts Neues erfunden, aber Bestehendes in die CSR-Struktur integriert wird

MIT WELCHEN BLOCKADEN MÜSSEN CSR- INITIATORINNEN RECHNEN?

- Zu bürokratisch/nur nach außen gelebt
- „Das haben wir immer so gemacht“
- Kann nie funktionieren
- Zu idealistisch
- Was bringt das? Wer soll das machen?
- Keine Zeit – ich weiß nicht, was ist tun soll
- Messbarkeit nicht klar
- Zeitlich langfristig
- Kein Nutzen erkennbar
- Zu „umweltlastig“, was ist mit Sozialkomponente? (CER – e für environment – statt CSR)
- Zuviel Normierung führt die Idee ad absurdum
- Begriff ist nichtssagend → Wording!
- „Wichtiguer“ – hat sonst nichts zu tun? Keine Zeit.
- Ist das unser Problem?

INFORMATION UND KONTAKT

Die Veranstaltung am 31. März 2005 wurde vom Forum zur Förderung der Selbständigkeit (FO.FO.S) gemeinsam mit den CSR-Consultants der Wirtschaftskammer Österreich durchgeführt.

FO.FO.S ist Partner im EU-Projekt „CSR für KMU – Förderung der Corporate Social Responsibility in kleinen und mittleren Unternehmen“. Das Projekt hat zum Ziel, ein Trainingsprogramm für CSR-Praktiken zu entwickeln.

Berichte über den "State of the Art on CSR" in Österreich und den Partnerländern sind kostenfrei unter www.fofos.at abrufbar.

Das Projekt wird von LEONARDO DA VINCI gefördert. Partnerländer sind: Portugal, Estland, Italien, Niederlande und Ungarn.

Rückfragen und weitere Informationen:

Forum zur Förderung der Selbständigkeit (FO.FO.S)

Wolfgang Keck MAS, österreichischer Projektleiter "CSR in KMU"

E-Mail csr@fofos.at, Tel. +43 (0) 650 8422 874

Forum zur Förderung der Selbständigkeit www.fofos.at

CSR-Consultants www.csr-consultants.at

EU-Kommission http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index_de.htm