

**Verbreitung, Entwicklung und Erfolgsfaktoren von
Corporate Social Responsibility (CSR)
– eine Expertenbefragung**

Berlin, 8. Oktober 2012

Wir haben Expertinnen und Experten nach ihrer Einschätzung zur Verbreitung, Entwicklung und zu Erfolgsfaktoren von CSR befragt.

- Anzahl der Befragten: 100 Personen = 100%
- davon:
 - 25 Wirtschaftsprofessorinnen und -professoren
 - 25 Wirtschaftspolitikerinnen und -politiker
 - 25 Fachjournalistinnen und -journalisten
 - 25 Vertreterinnen und Vertreter aus Großunternehmen
- Befragungszeitraum: 22.08. – 11.09.2012
- Durchführung: TNS Emnid

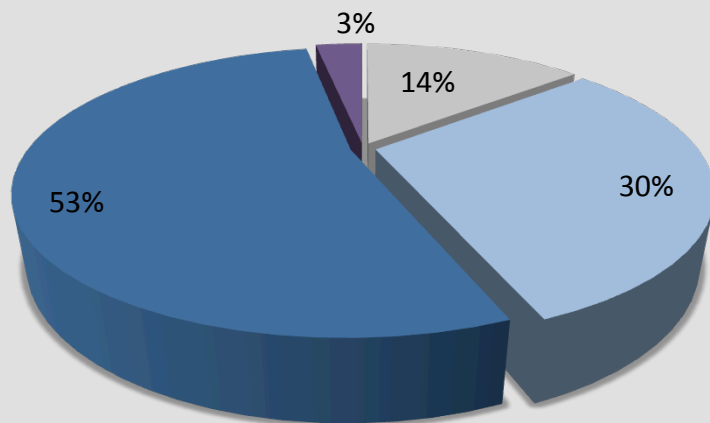
Wir haben Expertinnen und Experten nach Ihrer Einschätzung zur Verbreitung, Entwicklung und zu Erfolgsfaktoren von CSR befragt.

Fragenkomplexe:

1. Verbreitung von CSR-Strategien
2. Einflussfaktoren auf den Erfolg von CSR
3. Auswirkungen von CSR

1. Verbreitung von CSR-Strategien

Wie verbreitet sind CSR-Strategien heute in deutschen Großunternehmen?

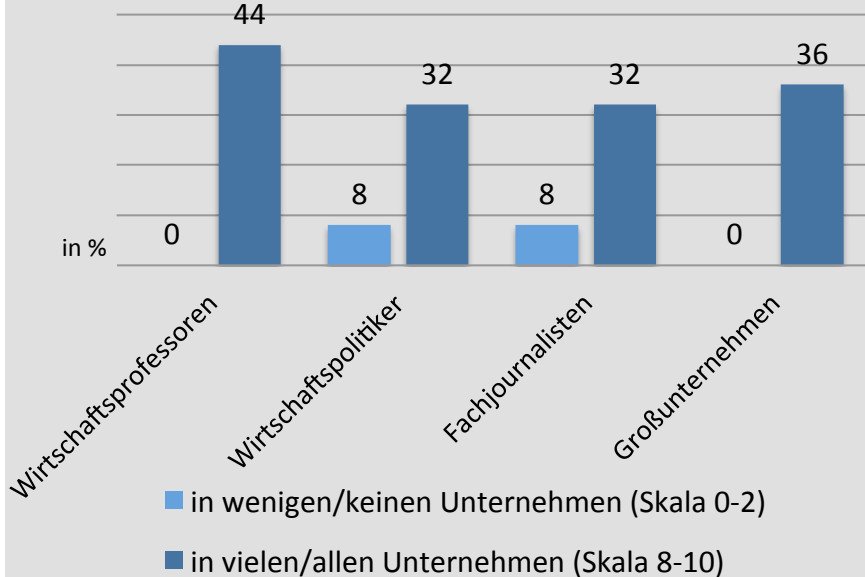


- Expertenmeinung: In mehr als 50% der Großunternehmen ist CSR bereits strategisch verankert.

■ in wenigen Unternehmen (Skala 0-3)
 ■ in einigen Unternehmen (Skala 4-6)
■ in vielen Unternehmen (Skala 7-9)
 ■ in allen Unternehmen (Skala 10)

Frage im Wortlaut: In Deutschland ist immer häufiger davon die Rede, dass für Unternehmen verantwortliches Wirtschaften ein Teil ihrer Geschäftsgrundlage darstellt. Was schätzen Sie: Wie verbreitet sind solche Corporate Social Responsibility-Strategien – kurz CSR – heute in deutschen Großunternehmen? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 bedeutet, dass CSR in keinem Großunternehmen eine Rolle spielt, und 10 bedeutet, dass CSR in allen Großunternehmen eine Rolle spielt.

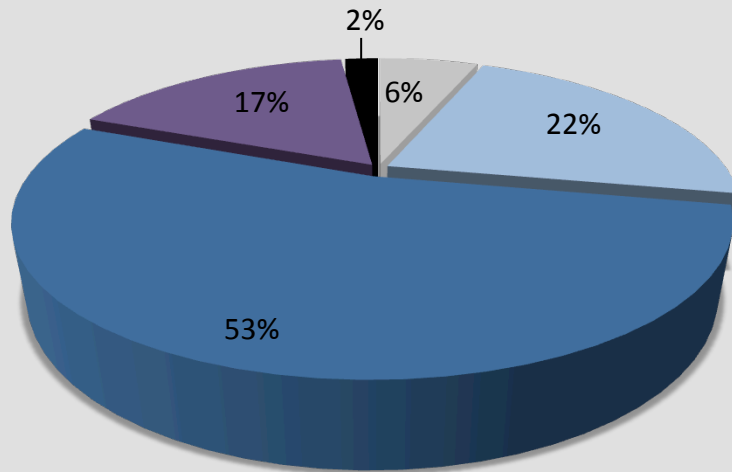
Wie verbreitet sind CSR-Strategien heute in deutschen Großunternehmen?



- Journalistinnen und Journalisten sowie Politikerinnen und Politiker sind in ihren Einschätzungen vorsichtiger.
- Professorinnen und Professoren schätzen die Verbreitung von CSR-Strategien weit positiver ein.

Frage im Wortlaut: In Deutschland ist immer häufiger davon die Rede, dass für Unternehmen verantwortliches Wirtschaften ein Teil ihrer Geschäftsgrundlage darstellt. Was schätzen Sie: Wie verbreitet sind solche Corporate Social Responsibility-Strategien – kurz CSR – heute in deutschen Großunternehmen? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 bedeutet, dass CSR in keinem Großunternehmen eine Rolle spielt, und 10 bedeutet, dass CSR in allen Großunternehmen eine Rolle spielt.

Wie verbreitet sind CSR-Strategien in zehn Jahren in deutschen Großunternehmen?



- Die Expertinnen und Experten schätzen: Die Bedeutung von CSR für Großunternehmen wird in den kommenden zehn Jahren stark zunehmen.

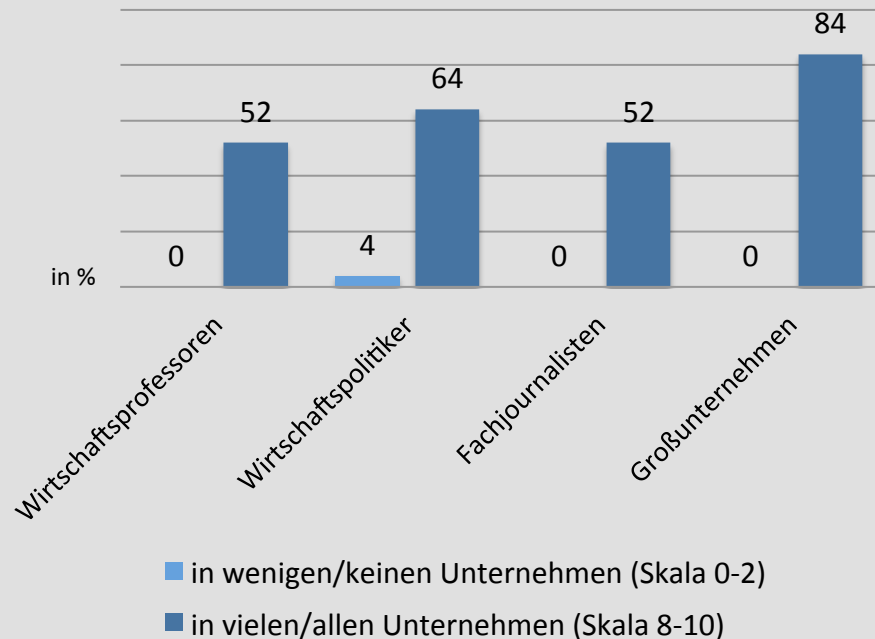
wenigen Großunternehmen (Skala 0-3)
 einigen Großunternehmen (Skala 4-6)

vielen Großunternehmen (Skala 7-9)
 allen Großunternehmen (Skala 10)

keine Angabe

Frage im Wortlaut: Und wie schätzen Sie die Verbreitung von CSR-Strategien in deutschen Großunternehmen in 10 Jahren ein? Bitte antworten Sie anhand der Skala von 0 „wird in 10 Jahren in keinem Großunternehmen eine Rolle spielen“ bis 10 „wird wahrscheinlich in allen Großunternehmen eine Rolle spielen“.

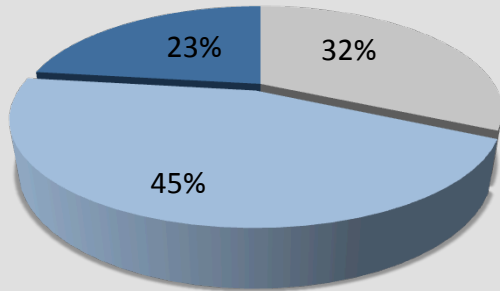
Wie verbreitet sind CSR-Strategien in zehn Jahren in deutschen Großunternehmen?



- Insbesondere Großunternehmen selbst rechnen mit einem starken Bedeutungszuwachs von CSR.
- Die Einschätzungen, dass CSR in zehn Jahren keine große Rolle spielt, tendieren gegen null.

Frage im Wortlaut: Und wie schätzen Sie die Verbreitung von CSR-Strategien in deutschen Großunternehmen in 10 Jahren ein? Bitte antworten Sie anhand der Skala von 0 „wird in 10 Jahren in keinem Großunternehmen eine Rolle spielen“ bis 10 „wird wahrscheinlich in allen Großunternehmen eine Rolle spielen“.

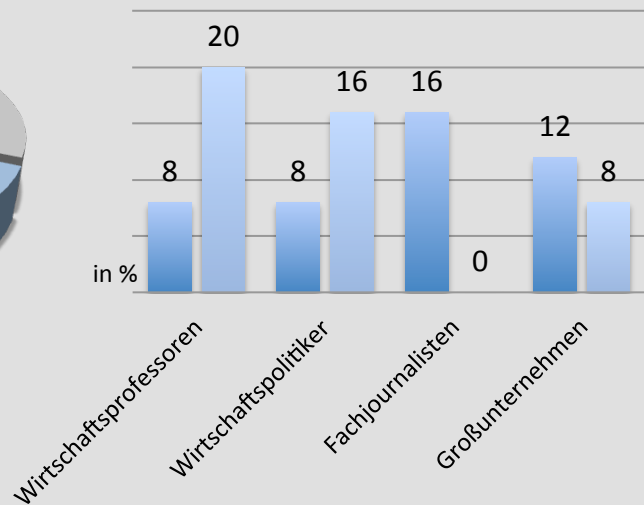
Wie verbreitet sind CSR-Strategien heute in kleinen und mittleren Unternehmen?



■ wenigen Unternehmen (Skala 0-3)

■ einigen Unternehmen (Skala 4-6)

■ vielen Unternehmen (Skala 7-9)



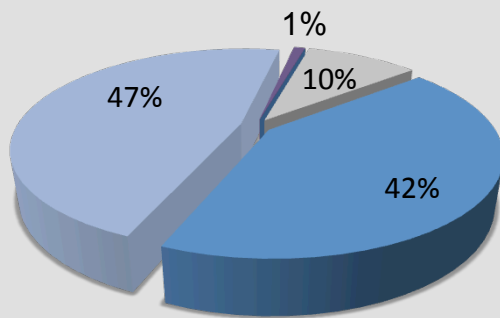
■ in wenigen/keinen Unternehmen (Skala 0-2)

■ in vielen/allen Unternehmen (Skala 8-10)

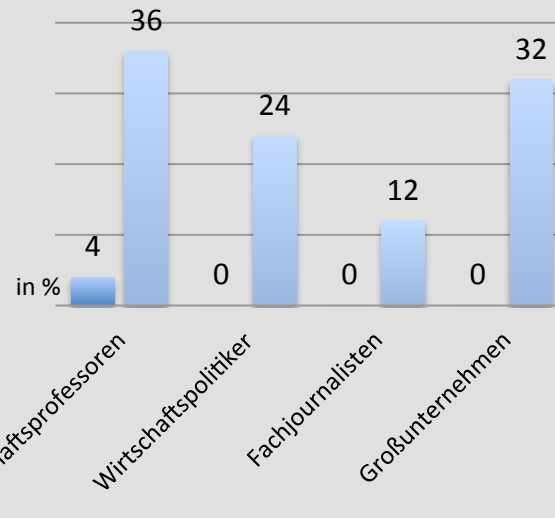
Die Anwendung von CSR-Strategien in kleinen und mittleren Unternehmen wird von den Expertinnen und Experten sehr viel geringer eingeschätzt.

Frage im Wortlaut: Wenn Sie jetzt an kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland denken: Für wie verbreitet halten Sie CSR-Strategien heute dort? Sie können dafür wieder die Skala von 0 bis 10 verwenden.

Wie verbreitet sind CSR-Strategien in zehn Jahren in kleinen und mittleren Unternehmen?



- wenigen Unternehmen (Skala 0-3)
- einigen Unternehmen (Skala 4-6)
- vielen Unternehmen (Skala 7-9)
- in allen Unternehmen (Skala 10)



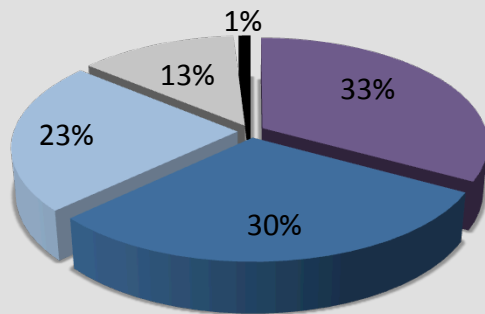
- in wenigen/keinen Unternehmen (Skala 0-2)
- in viele/allen Unternehmen (Skala 8-10)

■ Doch auch bei den kleinen und mittleren Unternehmen rechnen die Expertinnen und Experten mit einem Bedeutungszuwachs.

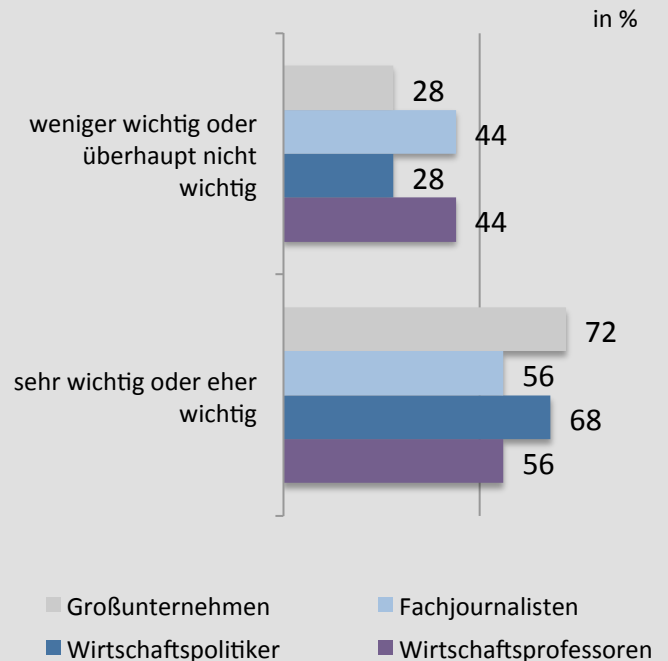
Frage im Wortlaut: Und wie schätzen Sie die Verbreitung von CSR-Strategien in deutschen kleinen und mittleren Unternehmen in 10 Jahren ein? Bitte verwenden Sie dafür wieder die Skala von 0 bis 10.

2. Einflussfaktoren auf den Erfolg von CSR

Wie wichtig ist die Förderung durch die Politik für den Erfolg von verantwortlicher Unternehmensführung?



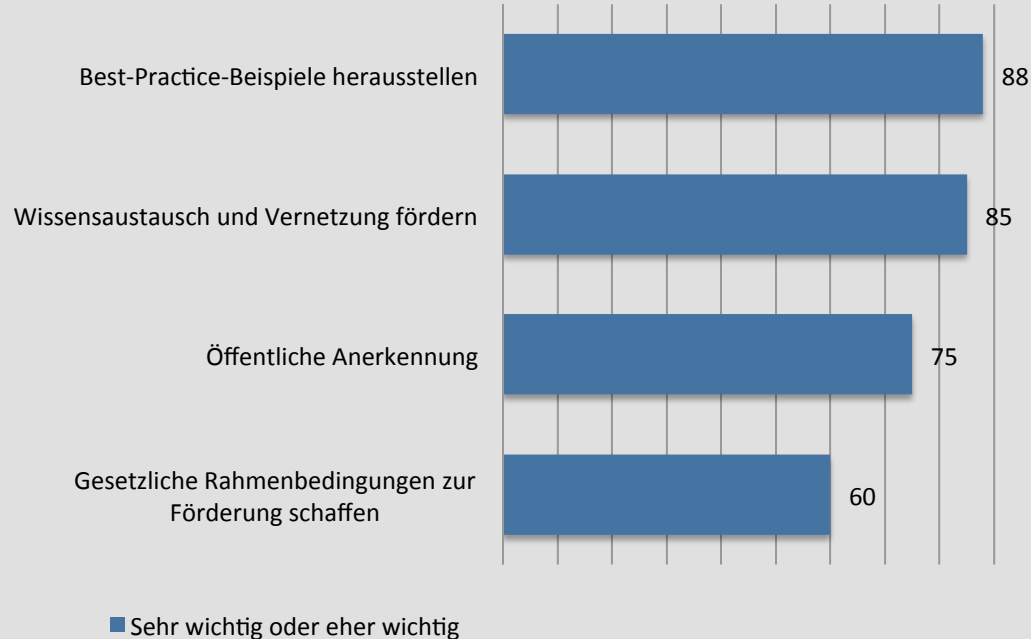
- sehr wichtig
- eher wichtig
- weniger wichtig
- überhaupt nicht wichtig
- keine Angabe



63% der Expertinnen und Experten halten die politische Förderung von CSR in Unternehmen für eher wichtig oder sogar sehr wichtig.

Frage im Wortlaut: Wie wichtig ist es Ihrer Ansicht nach, dass die Politik CSR in Unternehmen fördert? Würden Sie sagen, das ist sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

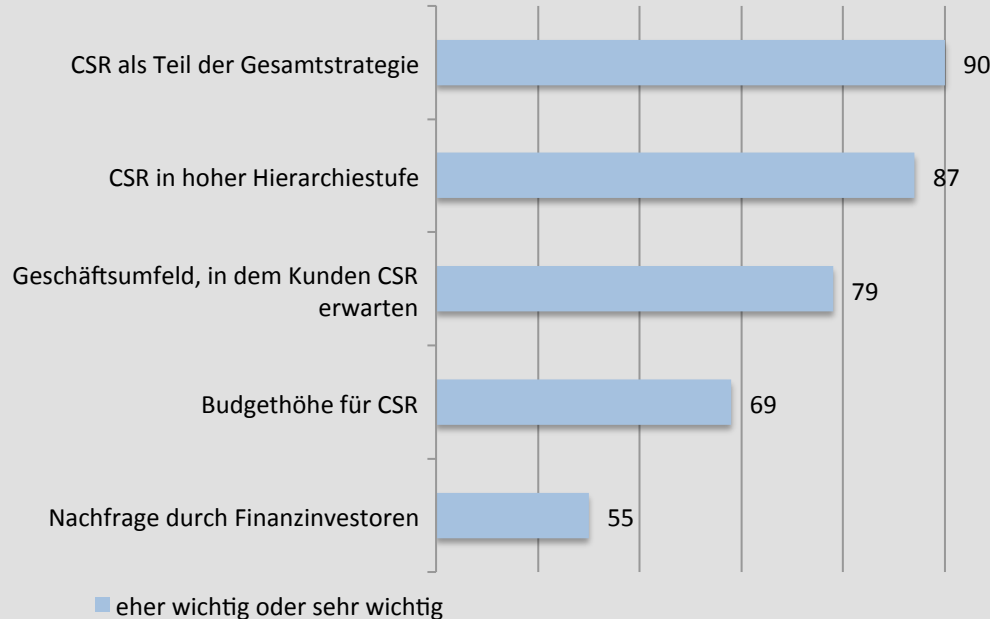
Welche externen Faktoren können eine erfolgreiche Umsetzung von Unternehmensverantwortung sinnvoll flankieren?



- Expertinnen und Experten schätzen: Insbesondere die Bereitstellung von Best-Practice-Beispielen und Maßnahmen zum Wissensaustausch sind wichtig.
- Öffentliche Anerkennung wird als wichtiger eingeschätzt als die Schaffung von gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Förderung.

Frage im Wortlaut: Für wie wichtig halten Sie folgende Faktoren, damit CSR für Unternehmen zum Erfolg wird? Halten Sie diese für sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

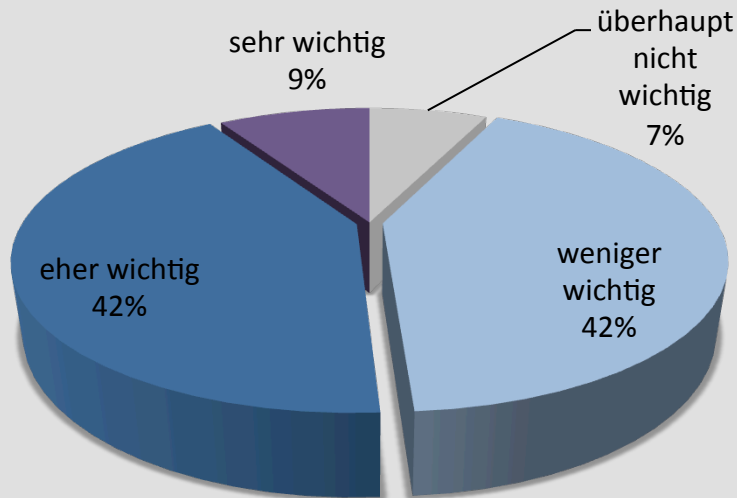
Blick ins Unternehmen: Welche internen Faktoren sind für eine gelungene Umsetzung von CSR erfolgsentscheidend?



- Nach Meinung der Befragten ist es entscheidend, dass CSR in der Gesamtstrategie verankert ist.
- Als erfolgsentscheidend bewertet die Mehrheit, dass die Verantwortung für die CSR-Strategie in der Chefetage liegt.
- Die Nachfrage durch Finanzinvestorinnen und -investoren spielt eher eine nachgeordnete Rolle.

Frage im Wortlaut: Für wie wichtig halten Sie folgende Faktoren, damit CSR für Unternehmen zum Erfolg wird? Halten Sie diese für sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

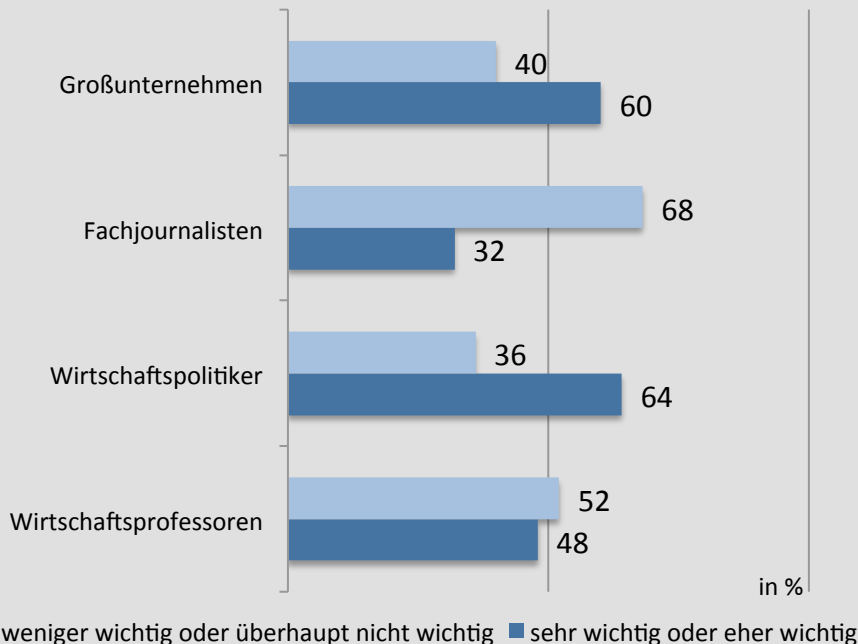
Welche Bedeutung hat das CSR-Profil eines Unternehmens heute bei der Arbeitsplatzwahl?



- Die Bedeutung von CSR bei der Arbeitsplatzwahl einer Bewerberin oder eines Bewerbers wird von den Expertinnen und Experten als unterschiedlich wichtig eingeschätzt.

Frage im Wortlaut: Nun geht es um die Signalwirkung gesellschaftsverantwortlichen Unternehmerhandelns für bestimmte Stakeholder. Für wie wichtig halten Sie generell das Thema CSR in folgenden Bereichen? Wie ist das für Bewerber bei der Wahl ihres künftigen Arbeitgebers? Ist es sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

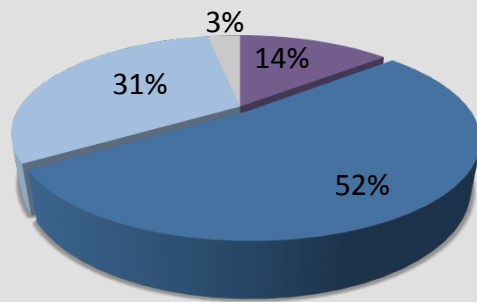
Welche Bedeutung hat das CSR-Profil eines Unternehmens heute bei der Arbeitsplatzwahl?



- Die Expertinnen und Experten bewerten den Einfluss eines CSR-Profiles auf die Arbeitgeberauswahl eher verhalten.
- Fachjournalisten meinen, dass das CSR-Profil weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig für Bewerber ist.
- Großunternehmen dagegen schätzen den Einfluss von Verantwortungsaspekten bei der Arbeitsplatzwahl als eher wichtig ein.

Frage im Wortlaut: Nun geht es um die Signalwirkung gesellschaftsverantwortlichen Unternehmerhandelns für bestimmte Stakeholder. Für wie wichtig halten Sie generell das Thema CSR in folgenden Bereichen? Wie ist das für Bewerber bei der Wahl ihres künftigen Arbeitgebers? Ist es sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

Welche Bedeutung hat das CSR-Profil eines Unternehmens in zehn Jahren bei der Arbeitsplatzwahl?



■ sehr wichtig
■ eher wichtig
■ weniger wichtig
■ überhaupt nicht wichtig

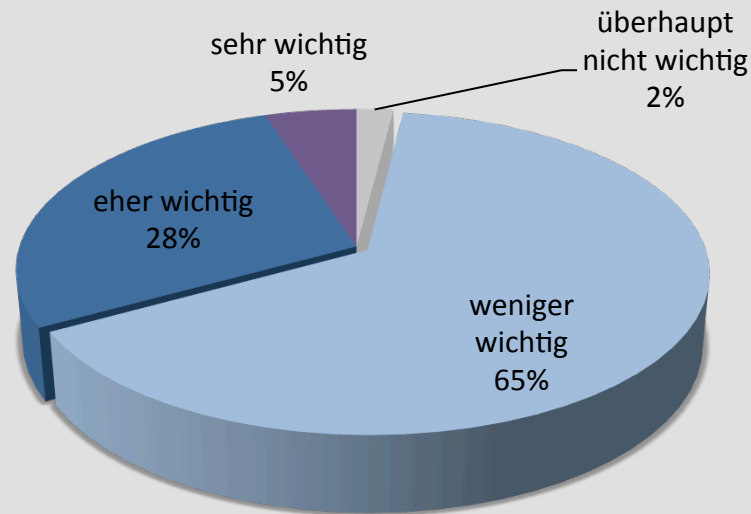


■ Großunternehmen
■ Wirtschaftsprofessoren
■ Wirtschaftspolitiker
■ Fachjournalisten

- Alle Expertengruppen rechnen überwiegend mit einem Bedeutungszuwachs für die Attraktivität eines Arbeitgebers.
- Insbesondere Großunternehmen vermuten, dass CSR in der Auswahl des Arbeitsplatzes wichtig wird.

Frage im Wortlaut: Und wenn Sie an die Situation in 10 Jahren denken: Wie wichtig wird das Thema CSR in diesem Bereichen Ihrer Einschätzung nach sein. Wie ist das für Bewerber bei der Wahl ihre künftigen Arbeitgebers? Ist es sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

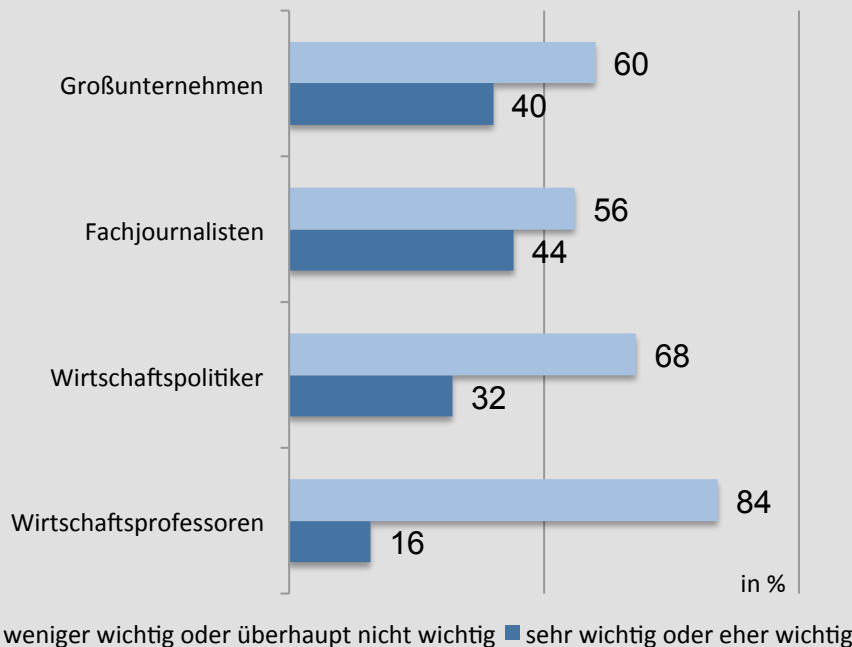
Welche Rolle spielt verantwortungsvolle Unternehmensführung bei der Kaufentscheidung?



- Nach Einschätzung der Expertinnen und Experten spielt CSR bei der Kaufentscheidung aktuell eine untergeordnete Rolle.

Frage im Wortlaut: Nun geht es um die Signalwirkung gesellschaftsverantwortlichen Unternehmerhandelns für bestimmte Stakeholder. Für wie wichtig halten Sie generell das Thema CSR in folgenden Bereichen? Wie ist das bei der Kaufentscheidung der Verbraucher? Ist es sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

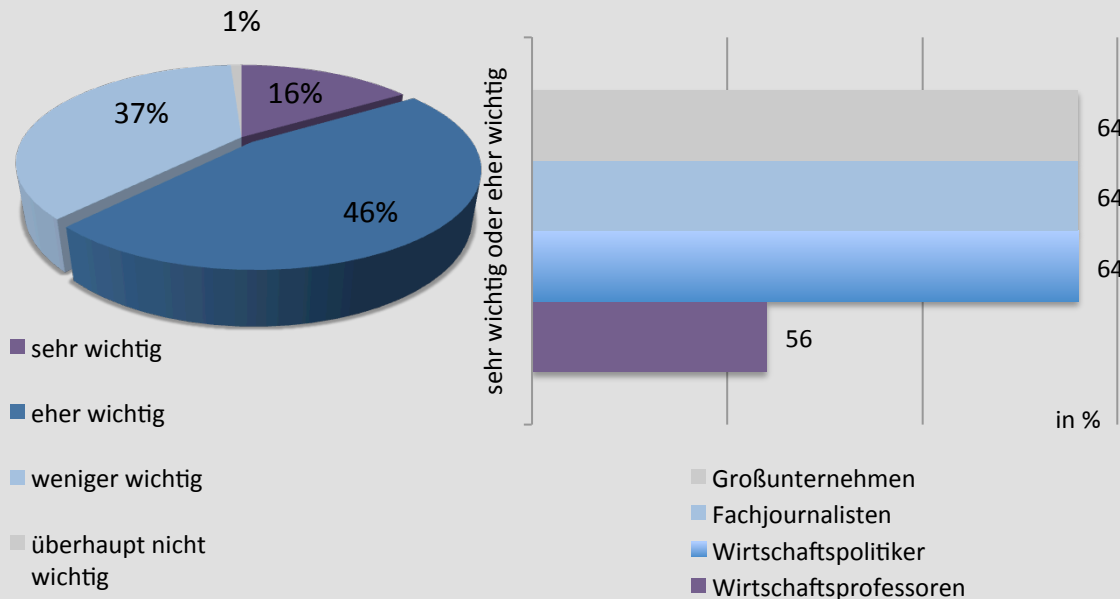
Welche Rolle spielt verantwortungsvolle Unternehmensführung bei der Kaufentscheidung?



- Insbesondere Wirtschaftswissenschaftler sind der Auffassung, dass CSR-Aspekte bei der Kaufentscheidung weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig sind.

Frage im Wortlaut: Nun geht es um die Signalwirkung gesellschaftsverantwortlichen Unternehmerhandelns für bestimmte Stakeholder. Für wie wichtig halten Sie generell das Thema CSR in folgenden Bereichen? Wie ist das bei der Kaufentscheidung der Verbraucher? Ist es sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

Welche Rolle spielt verantwortungsvolle Unternehmensführung in zehn Jahren bei der Kaufentscheidung?

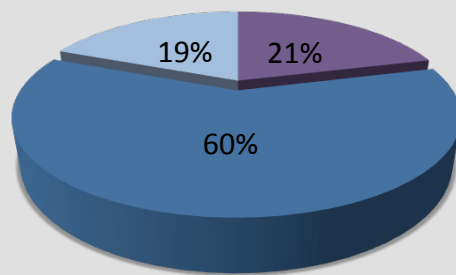


- Die Mehrheit der Expertinnen und Experten rechnet damit, dass verantwortliche Unternehmensführung in der Kaufentscheidung in Zukunft eine sehr wichtige oder eher wichtige Rolle spielen wird.

Frage im Wortlaut: Und wenn Sie an die Situation in zehn Jahren denken: Wie wichtig wird das Thema CSR in diesen Bereichen Ihrer Einschätzung nach sein? Wie ist das bei der Kaufentscheidung der Verbraucher?

3. Auswirkungen von CSR

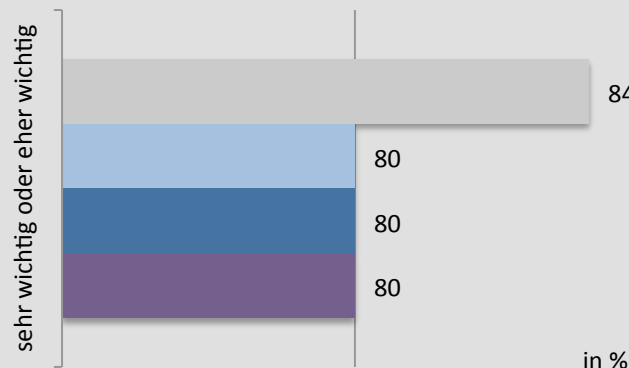
Wie prognostizieren die Expertinnen und Experten die Entwicklung von Unternehmen, die konsequent eine CSR-Strategie verfolgen?



■ deutlich besser dastehen

■ eher besser dastehen

■ etwa gleich dastehen



■ Großunternehmen

■ Fachjournalisten

■ Wirtschaftspolitiker

■ Wirtschaftsprofessoren

- Die Expertinnen und Experten sind sich einig: Unternehmen, die CSR in ihrer Geschäftsstrategie verankert haben, werden in zehn Jahren – im Vergleich zu Unternehmen ohne CSR-Strategie – deutlich besser dastehen.

Frage im Wortlaut: Was schätzen Sie: Werden Unternehmen, die CSR heute in ihrer Geschäftsstrategie verankert haben, im Vergleich zu anderen Unternehmen in 10 Jahren deutlich besser dastehen, eher besser dastehen, etwa gleich dastehen, eher schlechter dastehen, deutlich schlechter dastehen?

Die Ergebnisse der Expertenbefragung im Überblick: CSR-Strategien werden wichtiger – insbesondere auch bei kleineren Unternehmen.

- Nach Auffassung der Expertinnen und Experten sind CSR-Strategien in deutschen Großunternehmen bereits angekommen und werden in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen.
- Die Befragten meinen: Kleinere und mittlere Unternehmen haben hier noch Nachholbedarf. Für die Zukunft wird aber auch in diesem Segment mit einem Bedeutungszuwachs gerechnet.

Die Ergebnisse der Expertenbefragung im Überblick: Politik kann helfen, dass verantwortliche Unternehmensführung Schule macht.

- Die Politik sollte nach Auffassung der befragten Expertinnen und Experten die Umsetzung von CSR-Strategien durch Förderung sinnvoll flankieren.
- Wichtigste Hebel sind nach Einschätzung der Expertinnen und Experten das Vorzeigen von Vorbildern, das Bereitstellen von Wissensangeboten sowie die öffentliche Anerkennung. Diese Hebel kann die Politik nutzen.

Die Ergebnisse der Expertenbefragung im Überblick: Unternehmen, die CSR ganzheitlich betrachten, haben die Nase vorn.

- Nach Einschätzung der Expertinnen und Experten hat CSR positive Auswirkungen auf den künftigen Unternehmenserfolg.
- Als erfolgskritisch bewerten die Expertinnen und Experten, dass CSR in der Geschäftsstrategie verankert wird.
- Die Befragten sind sich einig: Die Verantwortung für die CSR-Strategie eines Unternehmens gehört in die Chefetage.
- Auch wenn die Bedeutung für die Kaufentscheidung und für die Arbeitsplatzwahl heute noch als eher gering bewertet wird: Die Expertinnen und Experten rechnen damit, dass das CSR-Profil in Zukunft sehr viel stärker in die Bewertung von Unternehmen durch Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Bewerberinnen und Bewerber einfließen wird.