



Tue Gutes und rede darüber ...

Dieses Zitat des deutschen Politikers Walter Fisch beschreibt wohl am besten die derzeitigen Bemühungen vieler Unternehmen, im Rahmen von „Corporate Social Responsibility“-Aktivitäten, kurz CSR, unternehmerische Sozialverantwortung zu übernehmen und diese auch in der Öffentlichkeit werbewirksam zu kommunizieren. Das auf den drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales aufbauende Modell zeigt aber auch, dass CSR-Investitionen einen großen Beitrag zur nachhaltigen Sicherung des Unternehmenserfolgs leisten.

Dies sieht man sehr deutlich im sozialen Bereich, wo zwar schon in der Vergangenheit punktuell sehr viel getan wurde, die Kontinuität im „Tun“ teilweise aber zu Wünschen übrig lies. Kernthemen wie Arbeitssicherheit, Arbeitsplatzsicherung, sowie soziales Engagement weit über den Geschäftsalltag hinaus werden nun strukturiert in Angriff genommen, immer mit dem Bekenntnis, auch bewusst und nachhaltig darin zu investieren.

Bei vielen Unternehmen stehen diese Bemühungen noch in den Kinderschuhen, wenn man sich allerdings die aktuellsten Mitarbeiterbefragungen, sowie Umfeldanalysen der Konzerne ansieht, welche schon seit Jahren CSR mehr und mehr in den Mittelpunkt ihrer geschäftlichen Tätigkeiten gestellt haben, wird klar, dass sich diese Investitionen auch rechnen. Resultate, wie zum Beispiel eine deutliche Verringerung der Mitarbeiterfluktuation sowie eine langfristige und intensive Zusammenarbeit mit den Stakeholdern führen nicht nur zu einem erhöhten Maß an Zufriedenheit und Qualität auf allen Ebenen, sondern schlagen sich auch in den Unternehmenszahlen nieder.

Natürlich wird CSR sehr oft als Marketinginstrument von Unternehmen genutzt, allerdings können wir als Mitarbeiter, Konsumenten, Lieferanten und Kunden wohl am besten beurteilen, ob Maßnahmen zur unternehmerischen Sozialverantwortung auch ernst gemeint sind, oder nur von „heißer Luft“ die Rede ist. Gerade hier sehe ich aber die Chance des Modells „Corporate Social Responsibility“, da freiwilliges Engagement, gepaart mit dem Gang an die Öffentlichkeit immer mit einem hohen Maß an Ernsthaftigkeit und Professionalität verfolgt werden muss.

Eine Verfälschung der Tatsachen kann hier fatale Folgen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit haben, und diesem Umstand sind sich die meisten Unternehmen bewusst, welche auf CSR setzen. Außerdem wissen wir ja gerade aus unserem privaten Umfeld, dass Ehrlichkeit (wohl) am längsten und nachhaltigsten währt.

Herzlichst Ihr
Patrick Umgeher

Patrick Umgeher ist Consultant und Leiter Region Süd bei x|vise innovative logistics GmbH in Kalsdorf bei Graz.