

4. Europäische Konferenz für das Handwerk und Kleinunternehmen,
Stuttgart, 16.-17.April 2007

Ausbau der sozialen Verantwortung von Unternehmen (CSR) in Handwerks- und Kleinbetrieben

Dr. Andreas Henkel, Wirtschaftskammer Österreich

16. April 2007

Verstehen. Denken. Handeln.



- **Was wissen wir: Traditionen, der business case**
- Die Herausforderungen einer globalen Wirtschaft
- Der Zusammenhang zwischen verantwortlichem Unternehmertum und Innovation
- Anreize für den „Ausbau“ der sozialen Verantwortung

Traditionen

- Im europäischen Handwerk: Eine Tradition seit Jahrhunderten
- In der angelsächsischen Tradition: Die Betonung der Zivilgesellschaft in der Demokratie
- Das kleine Unternehmen: Eingebunden in lokale Märkte, lokale Gesellschaften
- Die gesellschaftliche Funktion der kleinen Unternehmen und des Handwerks

Basis der Tradition

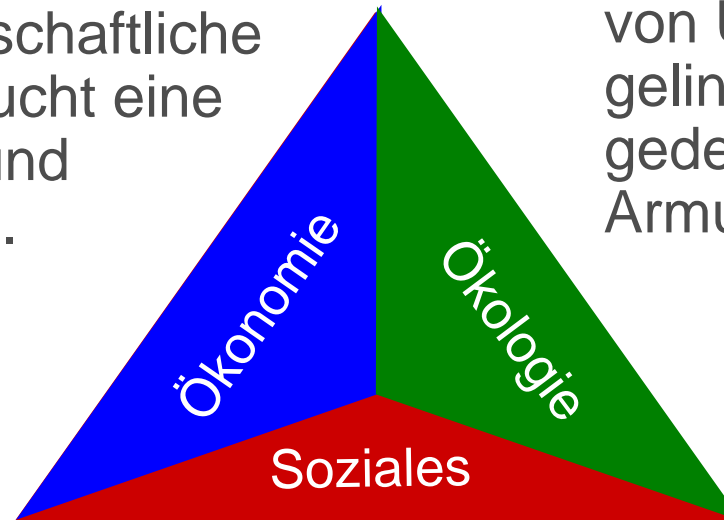
- Die Werthaltung der Unternehmerinnen und Unternehmer
- Persönliche Entscheidung zu ethischem Handeln ist wichtigste Basis
- Respekt vor dieser Entscheidung, Anerkennung dieser Entscheidung durch die Politik
- Was können wir davon lernen?

Der „business case“

- Was bedeutet „business case“: Die betriebswirtschaftliche Rechtfertigung von verantwortlichem Handeln?
- Basis: Idee der drei Säulen im Rahmen der Lissabon-Strategie: Ökonomie, Ökologie, Soziales
- „business case“ bedeutet im Ergebnis der Nachweis, dass ökologisch nachhaltiges und sozial verantwortliches Wirtschaften zu ökonomischen Erfolgen führt.
- „business case“ bedeutet nicht den Ersatz von Regulierung durch soft law oder Ähnliches.

Die Zukunft: Drei Dimensionen in Balance

- ▶ Eine dauerhafte und erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung braucht eine intakte Umwelt und sozialen Frieden.



- ▶ Eine dauerhafte Lösung von Umweltproblemen gelingt, wenn die Wirtschaft gedeiht und die globale Armut gelindert wird.

- ▶ Sozialverträglichkeit und damit der Ausgleich zwischen Nord und Süd, Arm und Reich kann erreicht werden, wenn die Weltwirtschaft gedeiht und die Lebensgrundlage gesichert ist .

Der „business case“ - bewiesen?

- Bisher keine hart nachweisbaren Beziehungen zwischen verantwortlichem Handeln und ökonomischem Erfolg.
- Vorhandene Studien stützen sich auf empirische Befunde: Investitionen in Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen führen zu ökonomischem Erfolg, Investitionen in ökologisch nachhaltige Produktion, Produkte und Dienstleistungen.
- Weitere Hinweise: Entwicklung des Börsenwertes von Unternehmen, die eine CSR Strategie verfolgen.

- Was wissen wir: Traditionen, der business case
- **Die Herausforderungen einer globalen Wirtschaft**
- Der Zusammenhang zwischen verantwortlichem Unternehmertum und Innovation
- Anreize für den „Ausbau“ der sozialen Verantwortung

Die Globalisierung

- wird hier nicht behandelt
- Globale Wirtschaft und globale Medien machen aber globale Auswirkungen menschlicher Tätigkeit deutlich.
- Offensichtlich bedarf eine weltweite Wirtschaft eines Mindestmaßes an Regulierung.
- und eines verantwortlichen Handelns von Unternehmen, auch um die Millenniumsziele der UNO zu erreichen.
- Verantwortliches unternehmerisches Verhalten kann und soll aber Regulierung nicht ersetzen.

Globale Wirtschaft und CSR: Die Rolle der KMU

- Der Markt: Im Focus sind die großen Unternehmen, in der Lieferkette aber auch die kleineren Unternehmen.
- Die Politik: Von Großen wird verantwortliches Verhalten erwartet. Diese Erwartung wird übertragen.
- Die Gesellschaft: Externe Stakeholder spielen eine immer größere Rolle, auch für KMU.
- Ergebnis: KMU müssen sich mit neuen Märkten, Wettbewerbern und Stakeholdern auseinandersetzen - aber: die allermeisten sind nur für den lokalen Markt tätig.

- Was wissen wir: Traditionen, der business case
- Die Herausforderungen einer globalen Wirtschaft
- **Der Zusammenhang zwischen verantwortlichem Unternehmertum und Innovation**
- Anreize für den „Ausbau“ der sozialen Verantwortung

Innovation und Verantwortliches Unternehmertum

- Die Beziehung ist bisher kaum beleuchtet.
- 1. Problem: Der Innovationsbegriff - „Nokia-Case“
- 2. Problem: Die Rolle von Innovation im Lissabonprozess
- 3. Problem: Die Perspektive von Innovation bzw. CSR
- Ergebnis: Integration innovatorischen Verhaltens in das Konzept von CSR fand bisher kaum statt.
- Ausblick: Gerade die Integration von Innovation und CSR schafft DEN „business case“ für KMU.

Innovation und Verantwortliches Unternehmertum

- 3 % des BIP werden in entwickelten Wirtschaften im High-tech Sektor erwirtschaftet
- 97 % im Bereich Medium und Low-tech. Hier ist Innovation abhängig von Erfahrungen und Wissen von Menschen (im Unternehmen, um das Unternehmen herum), von verlässlichen Beziehungen zu Kunden und Lieferanten, auch in Netzwerken und Clustern.
- Innovationsperformance entscheidend für Entwicklung des BIP wie für die Wettbewerbsfähigkeit des einzelnen Unternehmens ➔ Entscheidende Bedeutung der unternehmerischen Innovationsstrategien.

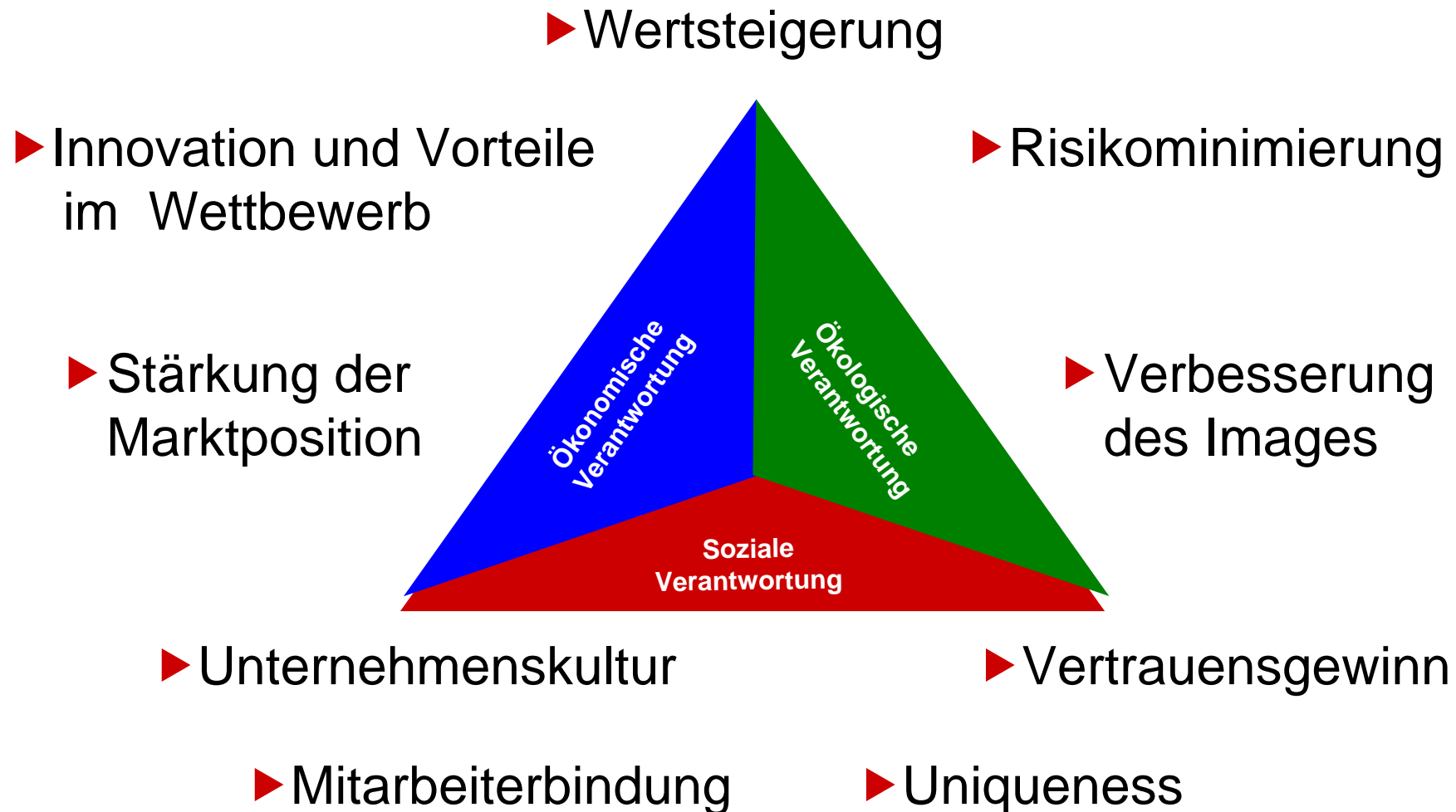
Innovation und CSR: Parallelen

- Basis: OECD Oslo Manual 2005 zur Messung von Innovation
- Innovationsaktivitäten sind alle wissenschaftlichen, technologischen, organisatorischen, finanziellen und wirtschaftlichen Schritte, die zur Innovationen führen (sollen).
- Beispiele:
 - Produktinnovationen: Auswirkungen auf das Klima, für Behinderte, für Emerging Markets, Ressourcenverbrauch, Qualität im Allgemeinen
 - Prozessinnovationen: Transport, Güterfluss
 - Marketinginnovationen: Unternehmensmarketing, Produktmarketing

Innovation und CSR: Parallelen

- Beispiele:
 - Organisatorische Innovationen: ArbeitnehmerInnen - Bildung, Gesundheit, Mitentscheidung, Mitverantwortung
 - Innovationen in externen Beziehungen: Kunden, Lieferanten, Cluster, Gemeinden, aber auch NGOs und Konsumenten
 - Verbindungen zu anderen Akteuren des Innovationssystems: Sozial- und Netzwerkkapital
 - Wissensmanagement im Unternehmen und zu anderen: Erwerb, Anwendung und Teilen von Wissen

CSR: Nachhaltige Vorteile für die Unternehmen und ...



Nachhaltiger Nutzen für die Gesellschaft

- CSR trägt dazu bei, dass sich wirtschaftliche Dynamik und gesellschaftliche Solidarität gemeinsam entwickeln lassen.
- Verbesserte Rahmenbedingungen für MitarbeiterInnen
- Beseitigung von Benachteiligungen (z. B. bei Frauen, älteren und ausländischen ArbeitnehmerInnen)
- Mehr Gerechtigkeit in der globalisierten Marktwirtschaft
- Verantwortung gegenüber der Umwelt
- Vorsorge für die künftigen Generationen

- Was wissen wir: Traditionen, der business case
- Die Herausforderungen einer globalen Wirtschaft
- Der Zusammenhang zwischen verantwortlichem Unternehmertum und Innovation
- **Anreize für den „Ausbau“ der sozialen Verantwortung**

Anreiz versus Verpflichtung

- Diskussion über Freiwilligkeit: Im Rahmen der Definition der EU-Kommission, des Multistakeholder-Dialoges, der Erarbeitung der ISO 26.000.
- Hintergrund: Die Wirkungen von CSR sind schwer quantifizierbar (vgl. „business case“), ArbeitnehmervertreterInnen und KonsumentenschützerInnen verlangen Mindestkriterien.
- Politik denkt über verantwortliche Beschaffung nach.
- CSR und Innovation: Systeme der „innovative compliance“ anstatt innovativer Aufwandsvermeidung.

Anreize auf Basis des „business case“: Verbandspolitik

- Basis: Existenz des „business case“: Ein besserer Unternehmer ist/wird ein besserer Unternehmer.
- Wie wird man eine bessere Unternehmerin?

Bewusstsein und Kommunikation

Ideen, Fähigkeiten und Fertigkeiten

Werkzeuge

Rolle der Politik

- Rolle des Förderns: Anreize verstärken, Fördern von Pilotaktionen, Integration von CSR in Mainstream-Beratungen, Preise, Ermunterungen in Medien, Beteiligung an Dialogen mit der Wirtschaft und deren Stakeholdern.
- NICHT Rolle der Verpflichtung, der Zertifizierung

Öffentliche Auftragsvergabe: Bezogen auf Teilnahme an Ausschreibungen, nicht bezogen auf die Nachfrage nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen.

KMU: Reduzierung der Verwaltungslasten vereinbart im Frühjahrsgipfel

- Bewusstsein der Branchen
- Leitfäden
- Selbsttest
- Do-it-yourself Broschüre
- Belohnung: Preise, mediale Aufarbeitung
- Seminare, Beratung, Plattformen

Beziehung zwischen Verbänden und Mitgliedern

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Verstehen. Denken. Handeln.

