

Corporate Social Responsibility

CSR-Projekte sind für Aktiengesellschaften gesetzlich vorgeschrieben, für andere Unternehmenstypen aber auch sinnvoll, wenn

- **das Projekt zum Unternehmen passt**
- **das Projekt geeignet ist, die Mitarbeiter-Motivation und –Bindung zu erhöhen**
- **und die Kunden hierdurch positiv emotional angesprochen werden.**

Was ist damit im Einzelnen gemeint?

Internationale Veranstaltungen als Firmenevents mögen in der Großindustrie gute Werbeträger sein, aber im Mittelstand müssen Betrieb und Sozialpartner auf Augenhöhe agieren. Die Menschen sind zunehmend sensibilisiert für reine Marketingmaßnahmen und empfinden die darin enthaltenen Manipulationsversuche kritischer. Wenn ein CSR-Projekt eine öffentlich positive Wirkung für ein Unternehmen haben soll, muss es im inhaltlichen Kontext zum Unternehmen stehen.

- Es spricht für einen Betrieb, wenn er kulturelle Belange der Region fördert.
- Wenn auch der Sozialpartner selber die Werte des Unternehmens glaubwürdig vertritt, dann vertieft er quasi die Aussagen des Unternehmens, womit eine Erhöhung der Glaubwürdigkeit für das Unternehmen einhergehen kann.

Mitarbeiter müssen unter stetig steigendem Druck gute Leistungen bringen. Das gelingt am besten über eine intrinsische Motivation, d.h. wenn jeder selber sein Handeln sinnvoll findet. Es ist hilfreich, ein Unternehmen

a) durch Ziele auszurichten und

b) die mitwirkenden Menschen auf einen gemeinsamen Wertekanon zu verpflichten.

Das erleichtert Einzelentscheidungen und -Aktivitäten. Zusätzlich entsteht über die emotionale

Komponente Freude an der Arbeit; das erhöht das persönliche Engagement. **Gute CSR-Projekte schaffen ein Wir-Gefühl, bieten emotionale Erlebnisse und Geschichten und erhöhen damit Identifikationsansätze mit dem Unternehmen.**

Kunden haben unterschiedliche Qualitätsansprüche. Junge Familien sind häufig gut situiert und ausgebildet, mit einem hohen Anspruch an ökologisch gesunde Rahmenbedingungen. Immer mehr achten darüber hinaus auf Nachhaltigkeit, d.h. auch auf Herkunft und Produktionsbedingungen der Ware. Hier ist Transparenz wichtig. Zusätzlich kann ein regionales Engagement für ein sinnvolles Projekt in jeweiligen Themenfeld des Unternehmens die Werte und damit die anzunehmende Qualität des Unternehmens und seiner Produkte für die Kunden sichtbar machen und damit emotional verankern.

Gute CSR-Projekte können so zum Baustein nachhaltiger Unternehmenspolitik werden.

In Schleswig-Holstein gibt es derzeit 46 zertifizierte **Bildungspartner für Nachhaltigkeit**. Die Angebote sind unterschiedlich im Kontext (Landwirtschaft, Ernährung, Meer, Kultur, Archäologie) und bieten damit für jedes Unternehmen eine Partnerschaft, die entweder thematisch oder regional passt.

Beispielhaft kann der Schulbauernhof Helle als vom Umwelt- und vom Bildungsministerium zertifizierter Betrieb direkt mit Angeboten zur gesunden Ernährung, zur Bio-Landwirtschaft und landwirtschaftlichen Kultur, zum Thema Knick und indirekt zu Fragen der Produktion, der genetischen Vielfalt und der Verteilungsgerechtigkeit Projekte und Kooperationen anbieten. Jede **Kooperation schafft eine win-win-win-Situation:**

1. Die Arbeit und die geförderten Maßnahmen kommen direkt den vielfachen Naturschutz- und Bildungsprojekten auf dem Hof und damit der Natur zugute.
2. Die fördernden Menschen und die Mitarbeiter der fördernden Unternehmen bekommen eine Möglichkeit der Identifikation und Sinnfindung durch konkrete Mitarbeit oder generelle Zugehörigkeit.

3. Die Unternehmen gewinnen an Ansehen und vermitteln ihren Kunden über die Inhalte der von ihnen geförderten Projekte ihre Werte.

Oft resultiert aus einer Kooperation auch für **Betriebe ein direkter Nutzen**, weil die Mitarbeiter motiviert und auf gemeinsame Ziele ausgerichtet werden.

- Das sinnvolle Engagement für bestimmte Werte fördert die Identifikation mit dem Unternehmen und den Zusammenhalt der Mitarbeiter.
- Die innere Zustimmung zu einem nachhaltigen Projekt verbessert über die intrinsische Motivation die Leistungsfreude und die Leistungsbereitschaft.
- Gemeinsame Werte können als Orientierungshilfe in unklaren Situationen dienen. Die heutige schnelle Wirtschaft erfordern oft Entscheidungen, die wegen des Zeitdrucks nicht vorher abgesprochen werden können. Gemeinsame Werte können in solchen Situationen das Handeln der Mitarbeiter gleichsinnig ausrichten und in Summe effizienter machen.
- Diese Engagements sind wertvolle Projekte für den Geschäftsbericht nach GRI-Standard.

Denkbare Formen eines CSR-Engagements sind:

- **Geldspenden, z.B. in Form von Patenschaften**
- **Sachspenden für die Optimierung der Arbeit**
Werkzeuge, technische Ausstattung, Bürobedarf, Lebensmittel usw.
- **Arbeitskräfte**
Projektarbeit als Gemeinschafts-bildenden Maßnahme für eigene Mitarbeiter und/oder mittelbar durch die Finanzierung einer (Teilzeit-)Arbeitskraft.
- **Ankauf und Vermarktung von Produkten**
Dazu zählen neben realen Produkten auch Bildungsangebote.
- **Nachhaltigkeits-Seminare für Mitarbeiter (mit Zertifikat)**
Bei einzelnen Bildungspartnern kann Nachhaltigkeit direkt erlebt und dann in Seminaren auf andere, auch wirtschaftliche, Kontexte übertragen werden.
- **Ferienangebote für Mitarbeiter und deren Familien**
- **Betriebsfeste mit Sinn**
- **Tag der offenen Tür für Kunden**
Z.B. mit Gutscheinen bei den eigenen Produkten
- **Foto- und Filmaktionen**
Sind emotional sehr ansprechend und transportieren die Botschaft Nachhaltigkeit
- **Imagekampagnen im Web**
Sie informieren Ihre Kunden und Lieferanten über ein Projekt und Ihr Engagement – eine hochwirksame Form der Selbstdarstellung, z.B. statt Weihnachtsgeschenken

Weitere Möglichkeiten ergeben sich im persönlichen Gespräch der Kooperationspartner.