



# CSR-Checkliste

## Angebote der IHK Ostwestfalen zum Thema CSR

Um unternehmerisches Engagement und dessen öffentliche Wahrnehmung zu fördern, hat die IHK Ostwestfalen zu Bielefeld in Kooperation mit dem Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) die Charta „Verantwortung übernehmen – sich nachhaltig engagieren – vernetzt handeln“ erarbeitet. Allein für die IHK Ostwestfalen unterzeichneten bisher rund 100 Unternehmen die freiwillige Selbstverpflichtung. Die Unterzeichner bekennen sich dazu, gesellschaftliches Engagement zu fördern, mit gemeinwohlorientierten Organisationen zu kooperieren und ihre Aktivitäten öffentlich zu machen, um so zum Mitmachen zu animieren.

Darüber hinaus offeriert die IHK ein breitgefächertes Angebot zum Thema CSR und organisiert:

- ▶ Umfragen zum freiwilligen sozialen und kulturellen Engagement von Unternehmen.
- ▶ Zeitungsserie „Unternehmer setzen sich ein“, in der engagierte Unternehmer porträtiert wurden.
- ▶ „Treffpunkt IHK“ - mit Bischof a. D. Wolfgang Huber.
- ▶ Schwerpunktthema „Stärkung des Unternehmensbildes in der Öffentlichkeit“, unterstützt vom IHK-Präsidenten in Auftritten und Reden.
- ▶ CSR-Inforeihe bei namhaften Unternehmen.



Das Forschungszentrum für Bürgerschaftliches Engagement der Humboldt-Universität Berlin hat zehn Regeln für das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen aufgestellt:

- ▶ Engagement-Philosophie leben
- ▶ Ideen zu Visionen und Zielen entwickeln
- ▶ Strategisch denken und langfristig planen
- ▶ Maßnahmen und Ressourcen abgleichen
- ▶ Transparenz nach innen und außen zeigen
- ▶ Personal einbeziehen und das „Neue Ehrenamt“ motivieren
- ▶ Kooperationen erschließen und Potenziale gewinnen
- ▶ Sozialkapital aufbauen und nutzen
- ▶ Erreichtes kritisch bewerten
- ▶ Engagement kommunizieren

Kontakt und weitere Informationen:

Industrie- und Handelskammer  
Ostwestfalen zu Bielefeld  
Elsa-Brändström-Straße 1-3  
33602 Bielefeld  
Ulrich Tepper  
Telefon: 0521 554-107  
Fax: 0521 554-114  
E-Mail: [u.tepper@ostwestfalen.ihk.de](mailto:u.tepper@ostwestfalen.ihk.de)  
[www.ostwestfalen.ihk.de](http://www.ostwestfalen.ihk.de)

## Corporate Social Responsibility Unternehmen übernehmen Verantwortung



Industrie- und Handelskammer  
Ostwestfalen zu Bielefeld



## Was bedeutet Corporate Social Responsibility?

Kleine und mittelständische Unternehmen sind ein wichtiger Teil der Gesellschaft. Sie tragen Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern, Kunden, ihrer Umwelt und der Gesellschaft. Diese Verantwortlichkeit lässt sich als Corporate Social Responsibility (CSR) – gesellschaftliche Verantwortung – beschreiben. Im Kern meint CSR die freiwillige Selbstverpflichtung von Unternehmen zu einer ökologisch, ökonomisch und sozial verantwortlichen Produktionsweise, die über gesetzliche Forderungen hinausgeht.



## Die unternehmerischen Vorteile durch CSR

Gesellschaftliche Belange berücksichtigen, die Umwelt im Blick behalten und die nachfolgenden Generationen mitnehmen – der gesamtgesellschaftliche Nutzen einer durchdachten CSR-Strategie ist schnell ersichtlich. Angesichts des Rückzugs des Staates aus vielen Bereichen des öffentlichen Lebens wird unternehmerisches Engagement immer wichtiger. Erfolgreiches CSR-Management bedeutet auch, das eigene Ansehen in der Öffentlichkeit aufzuwerten. Deshalb kann eine nachhaltige CSR-Identität zu einem Erfolgsfaktor des Unternehmens mit folgenden positiven Auswirkungen werden:

- ❑ **Stärkung des Unternehmensimages**
- ❑ **Zunehmende Markenreputation**
- ❑ **Hohe Attraktivität als Arbeitgeber**
- ❑ **Intensive Kundenbindung**
- ❑ **Erfolgreiches Risikomanagement**
- ❑ **Positive Einschätzung durch Investoren**



## Was ihr Unternehmen tun kann

Soziale Verantwortung sollte sich nicht in kurzfristigen Handlungen äußern, die man sich leistet und wieder einspart, wenn sich die wirtschaftliche Situation verschlechtert. Vielmehr sollte verantwortliches Handeln im Kerngeschäft verankert sein. Nur wenn es einen langfristigen Nutzen für das Unternehmen ergibt, setzt sich eine CSR-Strategie durch. Deshalb muss verantwortliches Handeln eine interne Logik haben. Medien und Öffentlichkeit haben ein feines Gespür dafür, wann es ein Unternehmen ernst mit seiner gesellschaftlichen Verantwortung meint.

- ❑ **Ökologische Herausforderung – Wie kann ein Unternehmen die durch seine Aktivitäten verursachte Umweltbelastung reduzieren?**  
z. B. zertifiziertes Umweltmanagementsystem, verringerte Umweltemissionen, Maßnahmen zur Ressourcen-Einsparung
- ❑ **Soziale Herausforderung – Wie können sozial unerwünschte Wirkungen, die von einem Unternehmen ausgehen, minimiert werden?**  
z. B. flexible Arbeitszeitmodelle, Betriebskindergärten oder Förderung ehrenamtlichen Engagements
- ❑ **Ökonomische Herausforderung – Wie können Umweltschutz und Sozialengagement kostengünstig, rentabilitäts- und unternehmenswertsteigernd umgesetzt werden?**  
z. B. Material- und Energieeffizienz verbessern, Maschinen-leerzeiten oder Transportwege verkürzen

An diese Herausforderungen anknüpfend gilt es, die CSR-Strategie öffentlich zu kommunizieren, um so die Sichtbarkeit der Maßnahmen zu erhöhen und die Zielgruppen (Kunden, Verbraucher, Mitarbeiter, Investoren) anzusprechen.

CSR steht für verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln:

- ❑ **in der eigenen Geschäftstätigkeit**  
z. B. gerechter Handel
- ❑ **gegenüber der Umwelt**  
z. B. energieeffiziente, ressourcenschonende Produktion
- ❑ **im Hinblick auf die Beschäftigten**  
z. B. familienfreundliche Angebote
- ❑ **gegenüber relevanten Anspruchs- bzw. Interessengruppen**  
z. B. Stakeholdern.



CSR steht in einer langen Tradition ethischen und moralischen unternehmerischen Handelns und greift das Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“ auf. Der „ehrbare Kaufmann“ ist ein verantwortlicher Teilnehmer des Wirtschaftslebens und stützt sein Verhalten auf Tugenden, die den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg zum Ziel haben ohne den Interessen der Gesellschaft entgegenzustehen. Bereits seit dem 12. Jahrhundert wird dieses Leitbild in Europa in Kaufmannshandbüchern gelehrt.