



# Das CSR-Barometer des CSR-Kompetenzzentrums Rhein-Kreis Neuss

– Ergebnisse der Durchführung im September 2018 –

# Agenda

- Die Erhebung des CSR-Barometers im Überblick
- Ergebnisse der Erhebung
- Fazit

# Agenda

- Die Erhebung des CSR-Barometers im Überblick
- Ergebnisse der Erhebung
- Fazit

Zielsetzung

Das CSR-Barometer...

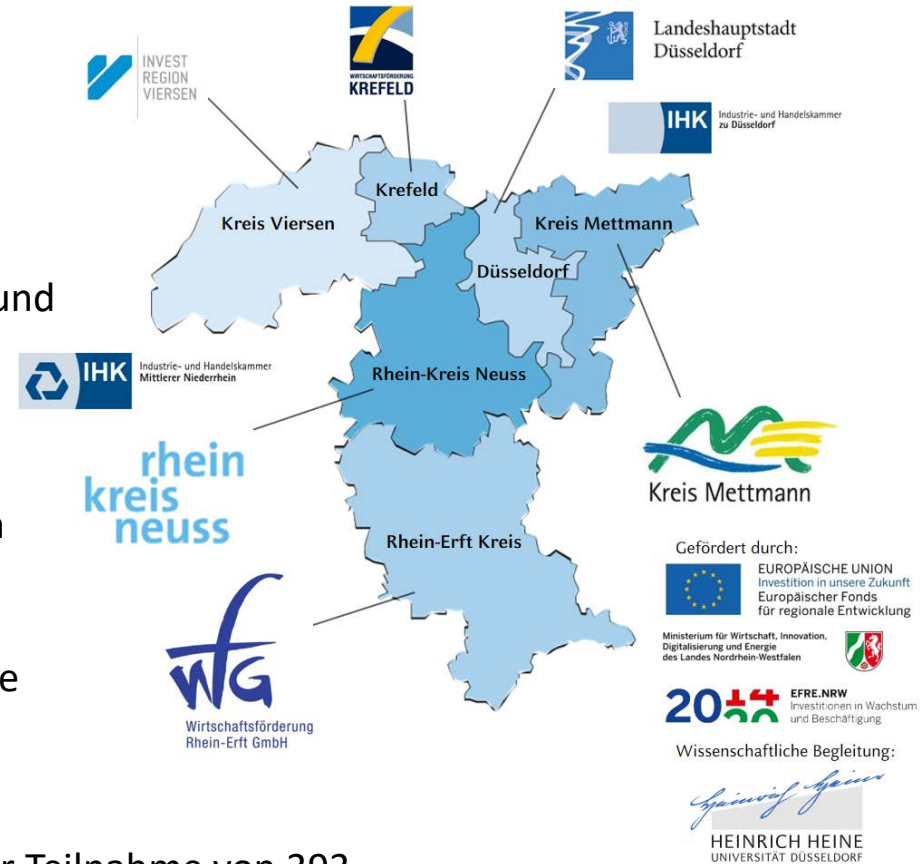
- umfasst die differenzierte CSR-Durchdringung der Projektregion,
- zeigt weitere Ansatzpunkte für die Erhöhung der CSR-Durchdringung auf und
- erfasst den Mehrwert von CSR.

Zielgruppe

- Branchenübergreifende Befragung von kleinen und mittelständischen Unternehmen
- Befragung der Geschäftsführungsebene

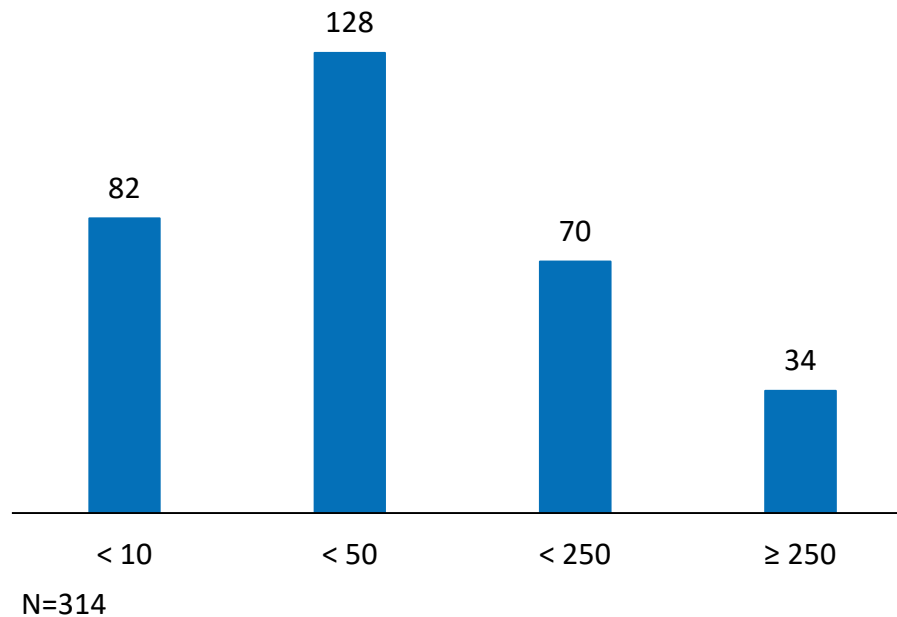
Vorgehen

- Erhebung im September 2018 mit einer Teilnahme von 393 Personen, davon 308 vollständige Befragungen
- 90,61% der befragten Unternehmen stammen aus der Projektregion.

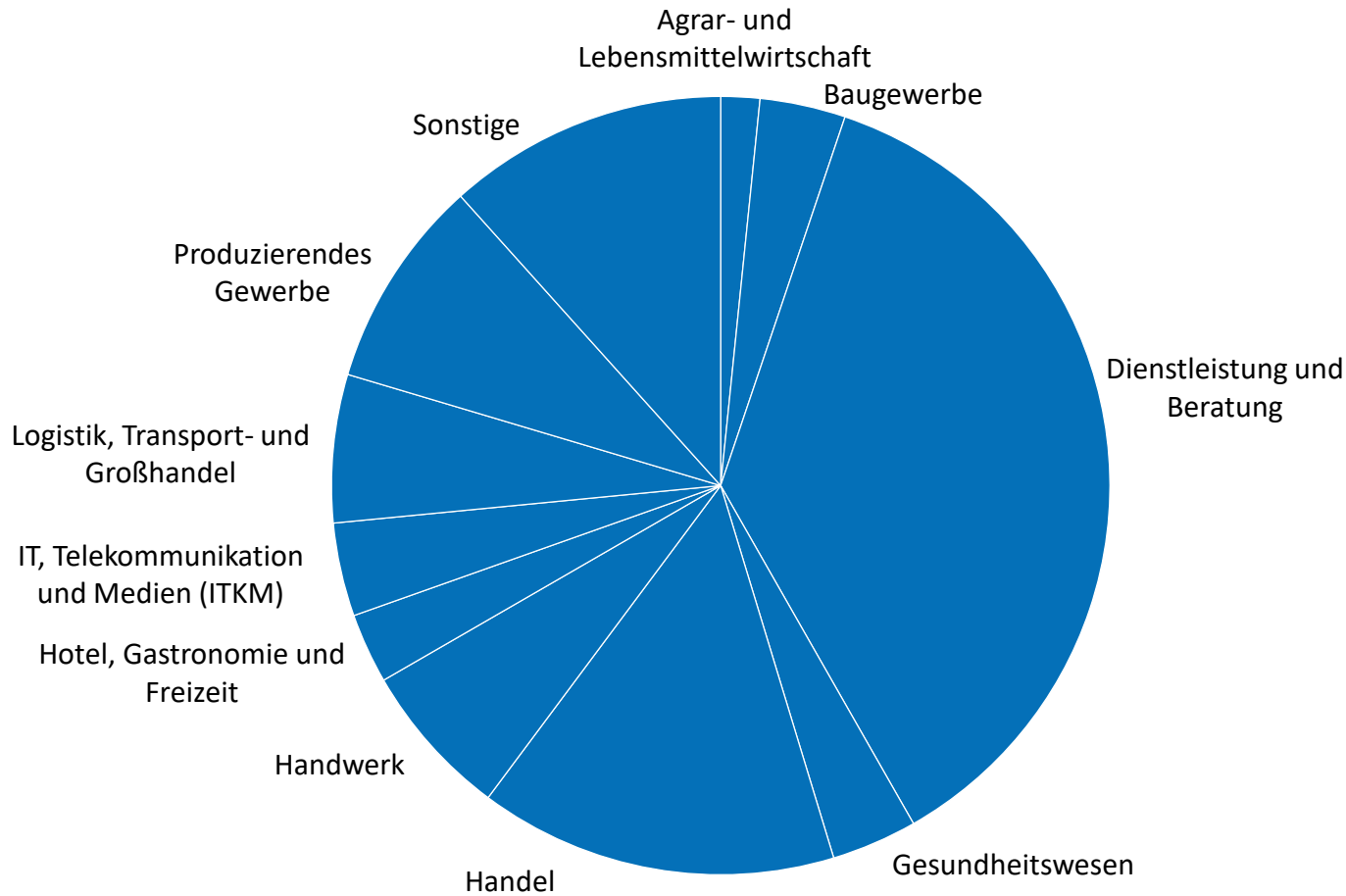


## Die antwortenden Geschäftsführer stammen vor allem aus kleinen und mittelständischen Unternehmen

Anzahl der Beschäftigten (FTE, Vollzeit)



Die Antworten stammen aus unterschiedlichen Branchen,  
was die Generalisierbarkeit der Ergebnisse unterstützt

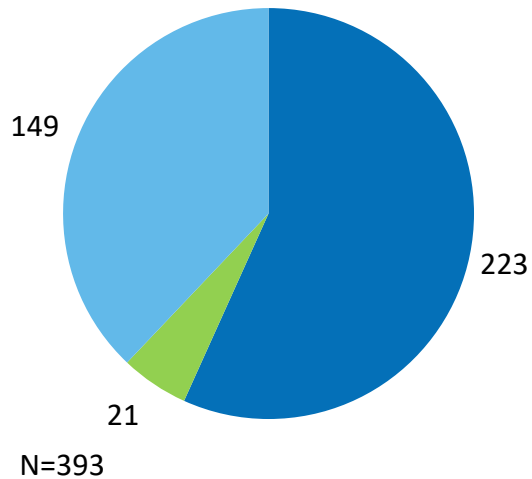


36,57% der befragten Unternehmen haben ihren Schwerpunkt in der Dienstleistungs- und Beratungsbranche. 14,89% der Unternehmen sind vorwiegend im Handel tätig.

# Agenda

- Die Erhebung des CSR-Barometers im Überblick
- Ergebnisse der Erhebung**
- Fazit

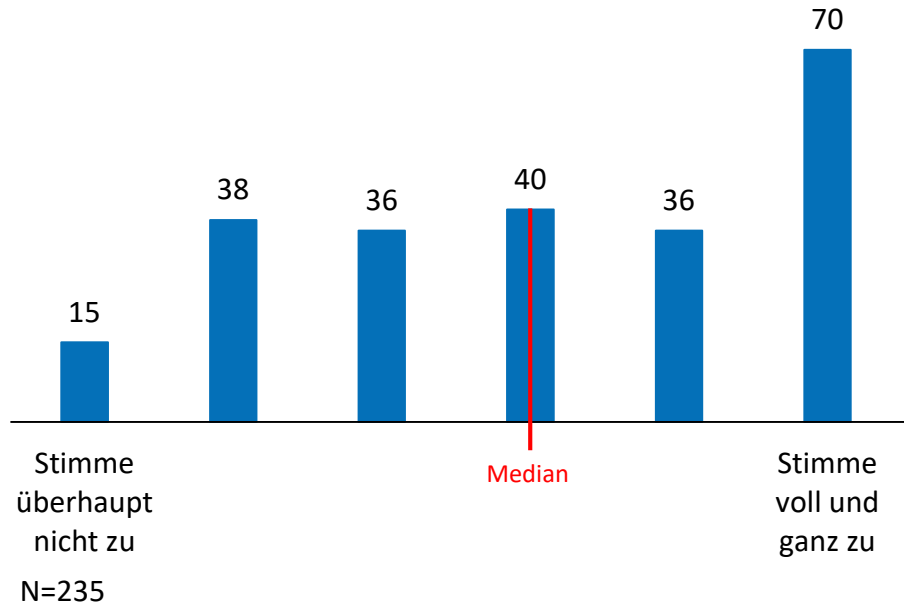
Haben Sie bereits von dem Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) gehört?



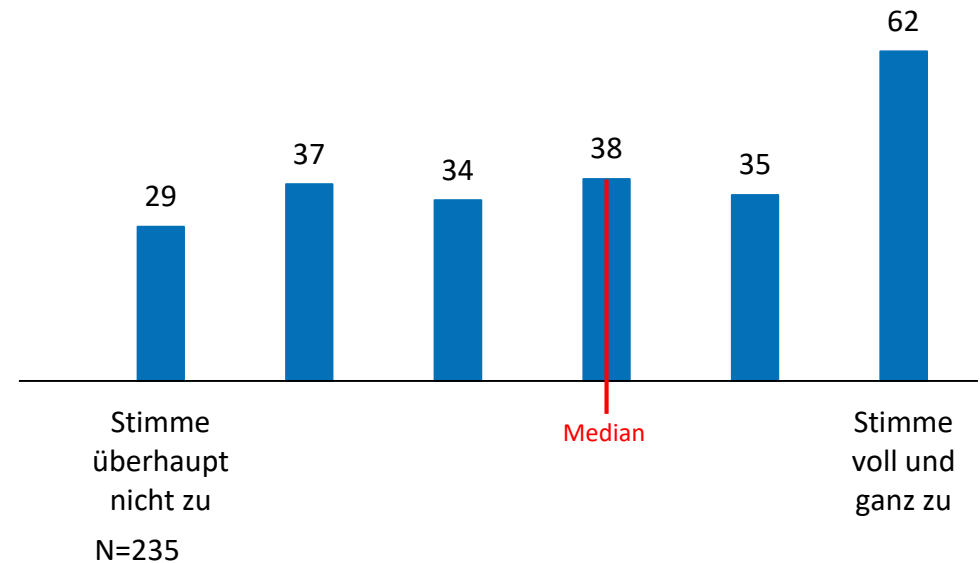
- Gerade kleine und mittelständische Unternehmen handeln oft verantwortungsvoll und nachhaltig, ohne dass ihnen der Begriff „Corporate Social Responsibility (CSR)“ bekannt ist.
- Die Ergebnisse bestätigen dies: Nicht jedem Unternehmen ist der Begriff CSR bekannt.



Die Bedeutung des Begriffes CSR ist mir sehr gut bekannt.

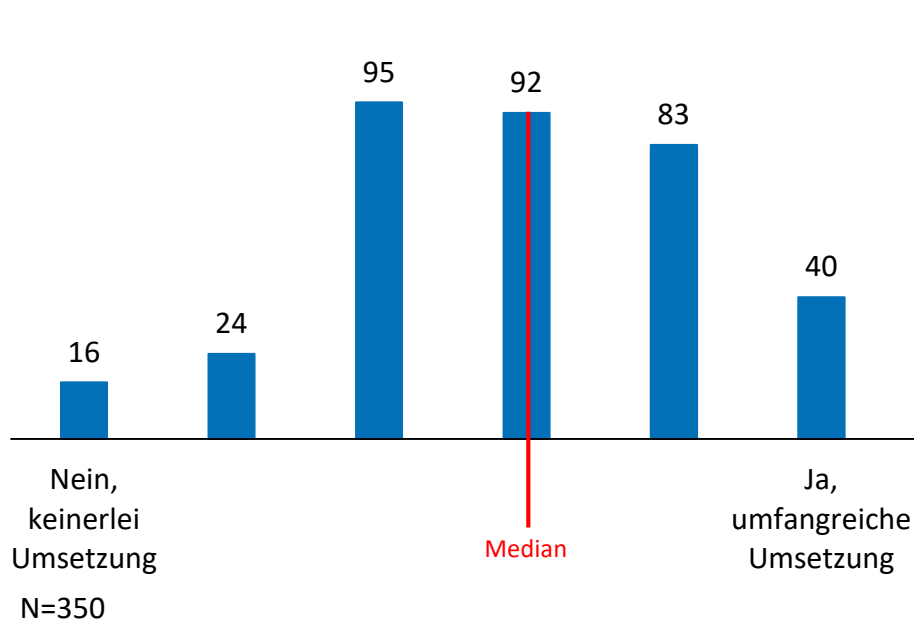


Ich kann ohne Weiteres einem Dritten erklären, was CSR bedeutet.

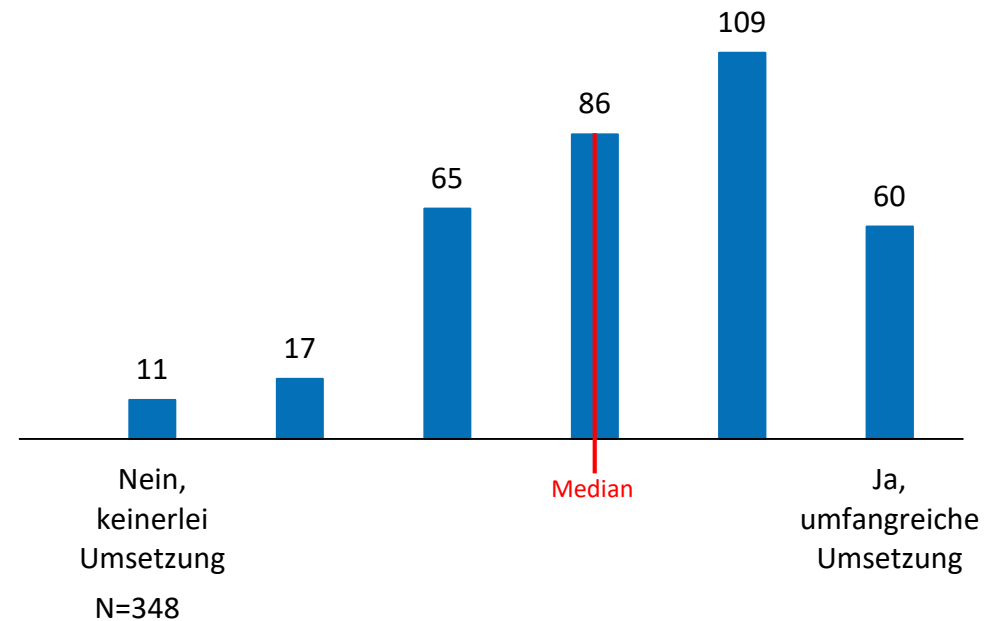


CSR umfasst eine Bandbreite von Facetten und Maßnahmen, die Unternehmen umsetzen. Diese Komplexität führt dazu, dass die befragten Personen kein eindeutiges Verständnis des Begriffes besitzen.

In meinem Unternehmen setze ich bereits arbeitsplatzbezogene CSR-Maßnahmen um.



Ich beabsichtige, zukünftig arbeitsplatzbezogene CSR-Maßnahmen umzusetzen.

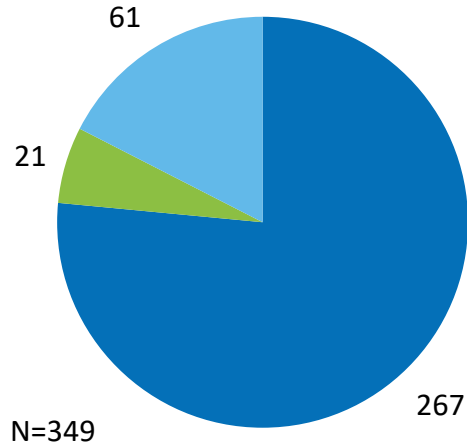


Die befragten Personen setzen arbeitsplatzbezogene CSR-Maßnahmen aktuell nur bedingt um. Die Mehrheit der befragten Personen beabsichtigt allerdings, arbeitsplatzbezogene Maßnahmen zukünftig umzusetzen.

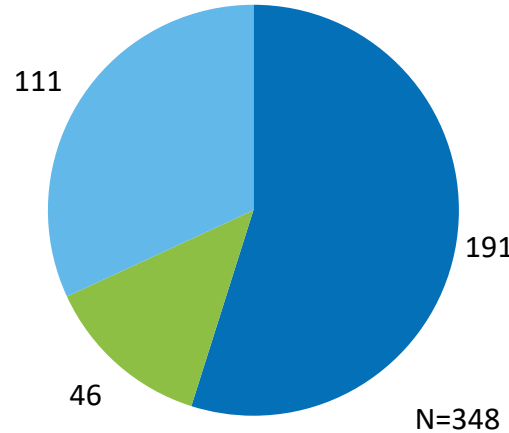
|   | Arbeitsplatzbezogene<br>CSR-Maßnahmen |
|---|---------------------------------------|
| Agrar- und Lebensmittelwirtschaft       | 4,40                                  |
| Baugewerbe                              | 4,45                                  |
| Dienstleistungen und Beratung           | 3,99                                  |
| Gesundheitswesen                        | 3,64                                  |
| Handel                                  | 3,98                                  |
| Handwerk                                | 3,70                                  |
| Hotel, Gastronomie und Freizeit         | 4,22                                  |
| IT, Telekommunikation und Medien (ITKM) | 3,75                                  |
| Logistik, Transport-Großhandel          | 3,79                                  |
| Produzierendes Gewerbe                  | 3,93                                  |
| Sonstige                                | 4,31                                  |
| Branchenunabhängig                      | 4,00                                  |
| < 10 Mitarbeiter                        | 3,71                                  |
| < 50 Mitarbeiter                        | 3,95                                  |
| < 250 Mitarbeiter                       | 4,20                                  |
| ≥ 250 Mitarbeiter                       | 4,26                                  |
| Größenunabhängig                        | 4,00                                  |

- Betrachtet man die Umsetzung von arbeitsplatzbezogenen CSR-Maßnahmen je Branche, so zeigt sich, dass das Baugewerbe, die Agrar- und Lebensmittelwirtschaft sowie die Branche Hotel, Gastronomie und Freizeit über dem Durchschnitt (4,00) liegen. Die umfangreichste Umsetzung weist dabei Baugewerbe (4,45) auf.
- Es zeigt sich außerdem, dass mittlere und große Unternehmen arbeitsplatzbezogene CSR-Maßnahmen bereits in einem überdurchschnittlichen Maße umsetzen. Die umfangreichste Umsetzung weisen dabei mittlere Unternehmen auf. Dies verdeutlicht, dass gerade mittelständische Unternehmen den Mehrwert durch arbeitsplatzbezogene CSR-Maßnahmen erkannt haben.

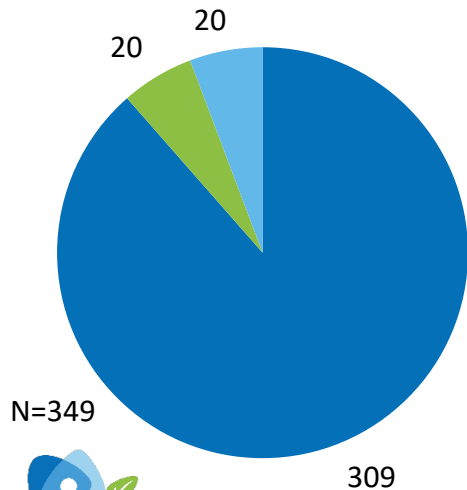
Flexible Arbeitszeitmodelle



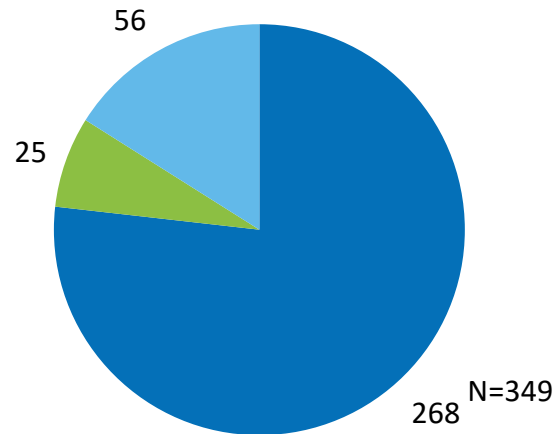
Gesundheitsbezogene Maßnahmen, z.B. betriebliche Gesundheitsprogramme



Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten



Mitarbeiterbeteiligung in Entscheidungsprozessen

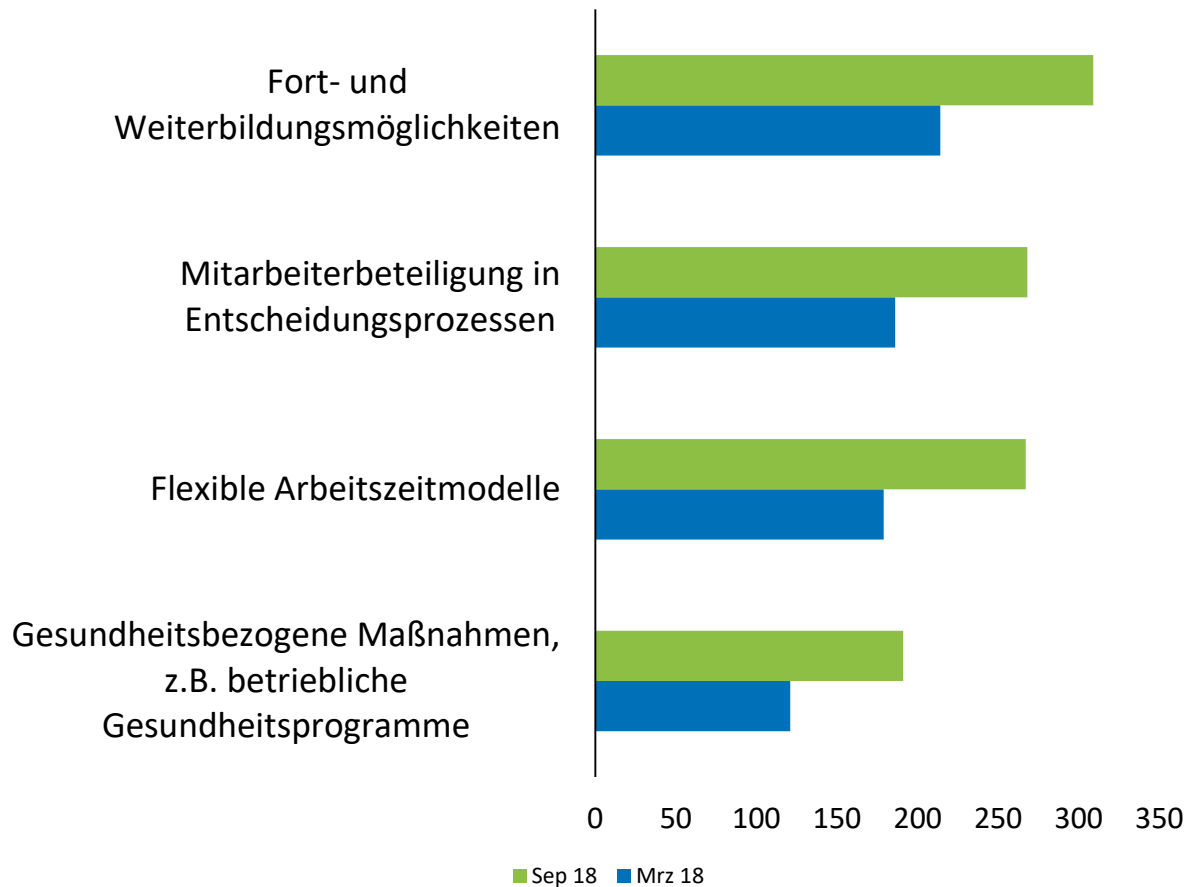


#### 4 arbeitsplatzbezogene Maßnahmen auf einen Blick

- Die Mehrheit der befragten Personen setzt die konkreten arbeitsplatzbezogenen CSR-Maßnahmen bereits um.
- 88,54% bieten ihren Mitarbeitern bereits Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten. 76,79% der Befragten involvieren ihre Mitarbeiter bereits in Entscheidungsprozesse.
- Gesundheitsbezogene Maßnahmen bieten lediglich 54,89% der befragten Personen an.
- Ein bedeutender Teil der befragten Personen gibt außerdem an, dass auch zukünftig keine Einführung von flexiblen Arbeitszeitmodellen (17,48%) oder gesundheitsbezogenen Maßnahmen (31,90%) geplant ist.

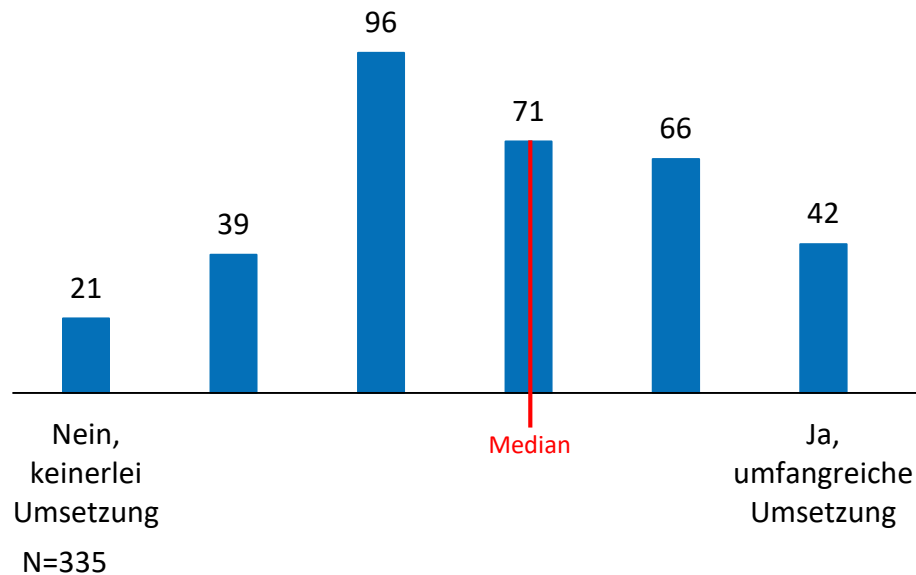


## Umsetzung der arbeitsplatzbezogenen Maßnahmen im Zeitablauf\*

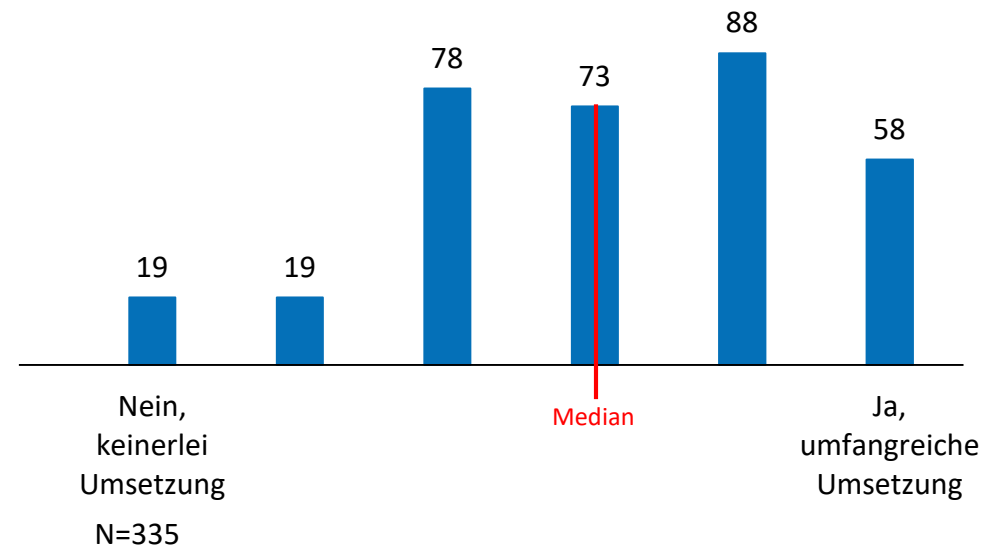


- Im Bereich der arbeitsplatzbezogenen CSR-Maßnahmen werden an erster Stelle die Möglichkeit zur Fort- und Weiterbildung sowie an zweiter Stelle die Mitarbeiterbeteiligung in Entscheidungsprozessen umgesetzt.
- Die Rangfolge der umgesetzten CSR-Maßnahmen ist in beiden Erhebungen identisch, was verdeutlicht, dass die gesetzten Schwerpunkte im Zeitablauf stabil bleiben.

In meinem Unternehmen setze ich bereits umweltbezogene CSR-Maßnahmen um.



Ich beabsichtige, zukünftig umweltbezogene CSR-Maßnahmen umzusetzen.



Die befragten Personen setzen umweltbezogene CSR-Maßnahmen bereits zu einem mittleren Grad um. Die Mehrheit der befragten Personen beabsichtigt allerdings, diese CSR-Maßnahmen zukünftig umzusetzen.

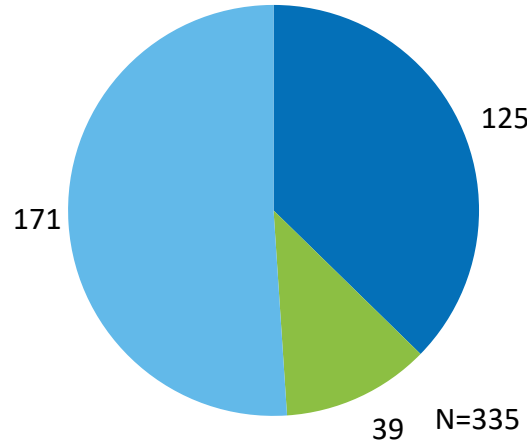
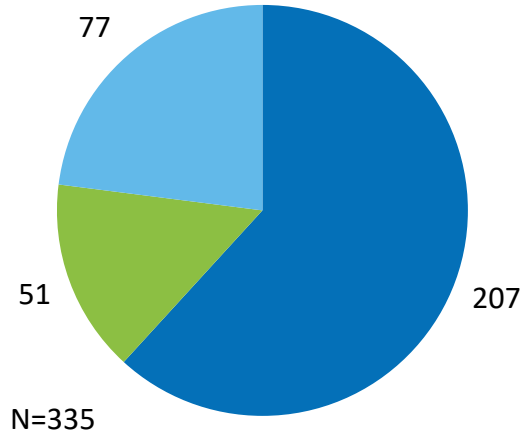
## Umweltbezogene CSR-Maßnahmen

|   |      |
|---|------|
| Agrar- und Lebensmittelwirtschaft       | 5,00 |
| Baugewerbe                              | 4,45 |
| Dienstleistungen und Beratung           | 3,38 |
| Gesundheitswesen                        | 3,18 |
| Handel                                  | 3,78 |
| Handwerk                                | 3,50 |
| Hotel, Gastronomie und Freizeit         | 3,67 |
| IT, Telekommunikation und Medien (ITKM) | 3,92 |
| Logistik, Transport-Großhandel          | 4,16 |
| Produzierendes Gewerbe                  | 4,15 |
| Sonstige                                | 4,11 |
| Branchenunabhängig                      | 3,74 |
| < 10 Mitarbeiter                        | 3,71 |
| < 50 Mitarbeiter                        | 3,48 |
| < 250 Mitarbeiter                       | 3,91 |
| ≥ 250 Mitarbeiter                       | 4,31 |
| Größenunabhängig                        | 3,74 |

- Betrachtet man die Umsetzung von umweltbezogenen CSR-Maßnahmen je Branche, so zeigt sich, dass die Agrar- und Lebensmittelwirtschaft, das Baugewerbe, ITKM, Logistik und Transport-Großhandel, sowie das produzierende Gewerbe über dem Durchschnitt (3,74) liegen. Die umfangreichste Umsetzung weist dabei die Agrar- und Lebensmittelwirtschaft (5,00) auf.
- Es zeigt sich außerdem, dass mittlere und große Unternehmen umweltbezogene CSR-Maßnahmen bereits in einem überdurchschnittlichen Maße umsetzen. Auch hier findet die umfangreichste Umsetzung durch große Unternehmen statt (4,31).

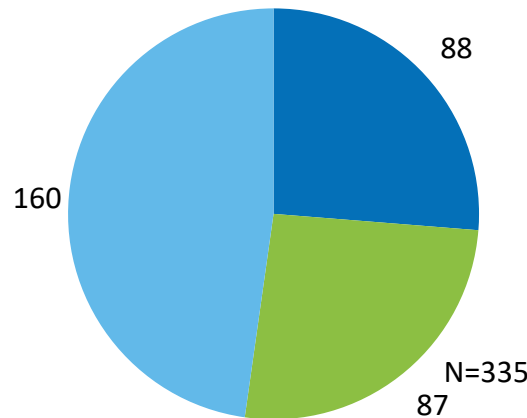
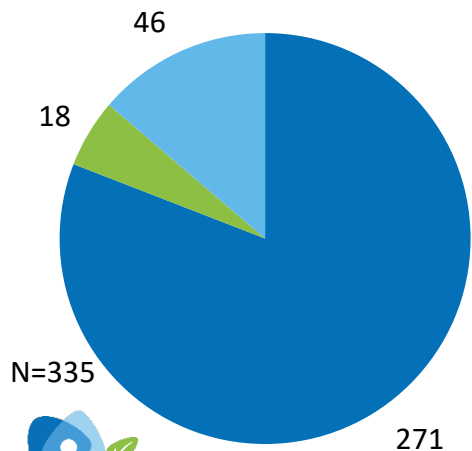
Reduzierung des Energieverbrauchs und der CO2-Emissionen

Reduzierung des Wasserverbrauchs sowie Abwasseroptimierung



Abfallvermeidung sowie Wertstoffwiederverwendung

Förderung der ökologischen Mobilität, z.B. E-Autos und Betriebsfahräder



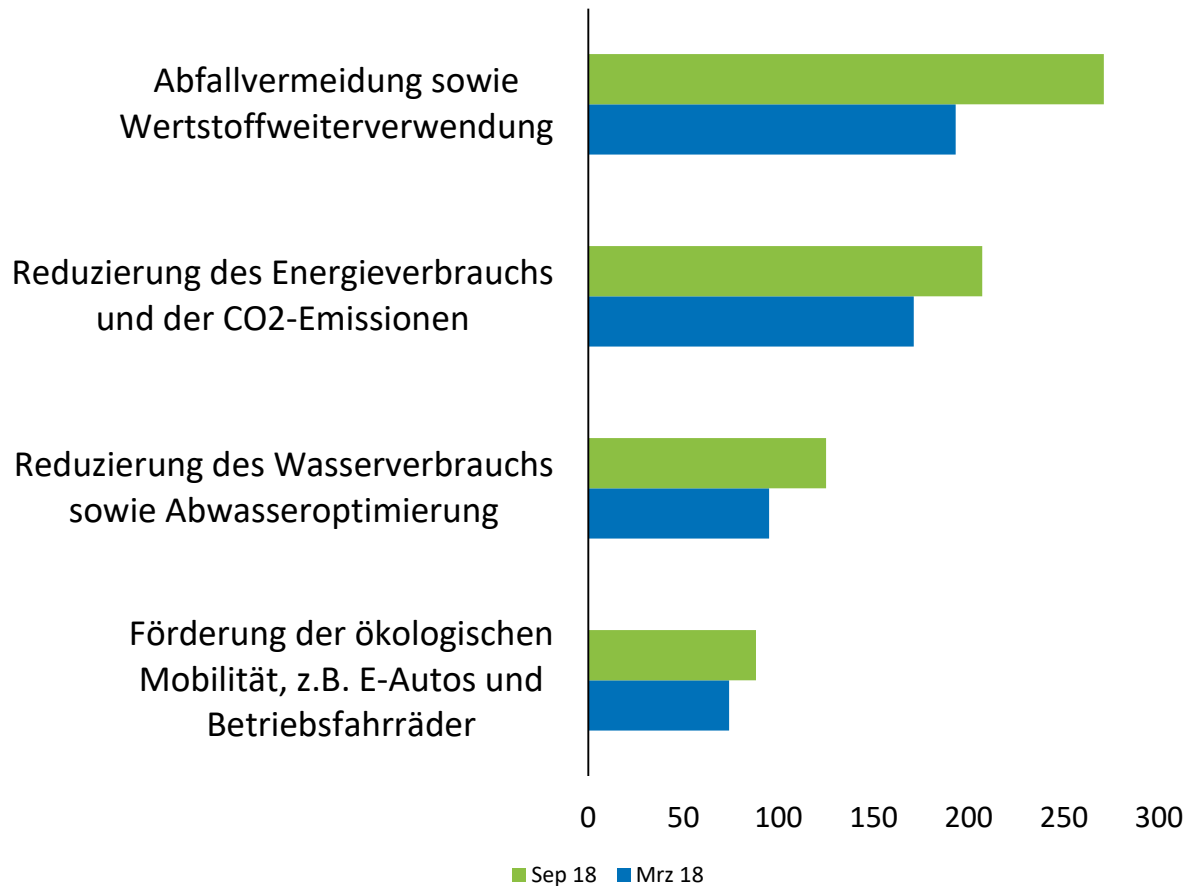
#### 4 umweltbezogene Maßnahmen auf einen Blick

- Die große Mehrheit der befragten Personen setzt bereits Maßnahmen zur Abfallvermeidung sowie Wertstoffwiederverwendung (80,90%) und Reduzierung des Energieverbrauchs und der CO2-Emissionen (61,79%) um.
- Maßnahmen zur Förderung der ökologischen Mobilität, z.B. durch E-Autos und Betriebsfahräder werden lediglich von 26,27% der befragten Unternehmen umgesetzt.
- Ein bedeutender Teil der befragten Personen gibt außerdem an, dass auch zukünftig keine Einführung von Maßnahmen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs sowie Abwasseroptimierung (51,04%) oder Förderung der ökologischen Mobilität, (47,76%) geplant ist.



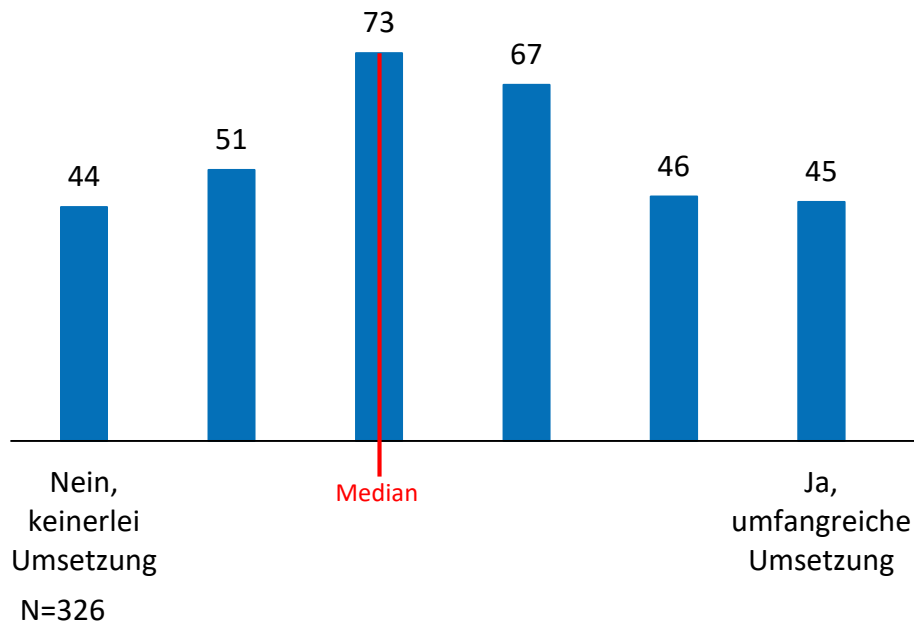


## Umsetzung der umweltbezogenen Maßnahmen im Zeitablauf\*

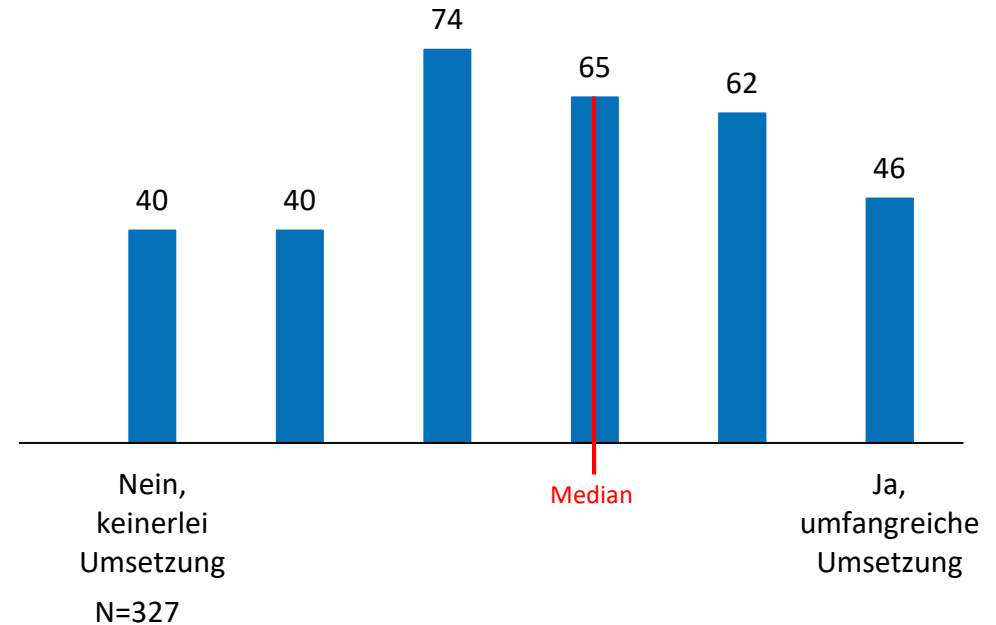


- Im Bereich der umweltbezogenen CSR-Maßnahmen werden an erster Stelle die Abfallvermeidung sowie Wertstoffwiederverwendung sowie an zweiter Stelle die Reduzierung des Energieverbrauchs und der CO2-Emissionen umgesetzt.
- Die Rangfolge der gesetzten Schwerpunkte bleibt auch bei den umweltbezogenen CSR-Maßnahmen im Zeitablauf stabil.

In meinem Unternehmen setze ich bereits gemeinwohlbezogene CSR-Maßnahmen um.



Ich beabsichtige, zukünftig gemeinwohlbezogene CSR-Maßnahmen umzusetzen.



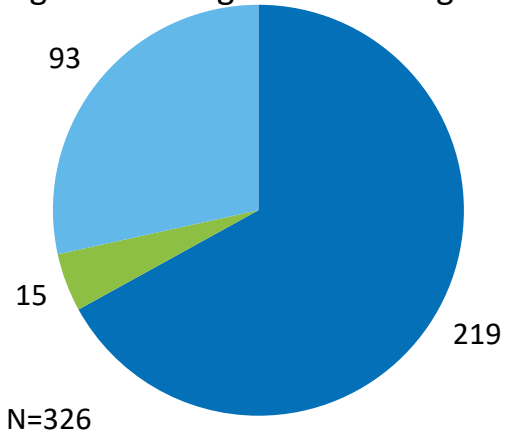
29,14% der befragten Personen setzen zum Zeitpunkt der Befragung keine gemeinwohlbezogene CSR-Maßnahmen um. Ein Großteil der befragten Personen beabsichtigt allerdings, zukünftig gemeinwohlbezogene CSR-Maßnahmen umzusetzen.

## Gemeinwohlbezogene CSR-Maßnahmen

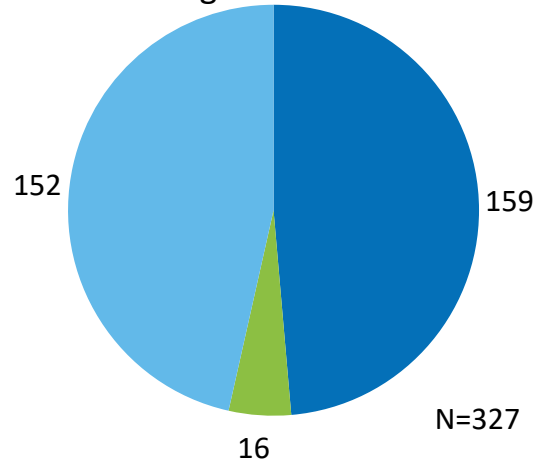
|   |      |
|---|------|
| Agrar- und Lebensmittelwirtschaft       | 3,40 |
| Baugewerbe                              | 3,73 |
| Dienstleistungen und Beratung           | 3,31 |
| Gesundheitswesen                        | 4,09 |
| Handel                                  | 3,59 |
| Handwerk                                | 2,95 |
| Hotel, Gastronomie und Freizeit         | 3,56 |
| IT, Telekommunikation und Medien (ITKM) | 2,92 |
| Logistik, Transport-Großhandel          | 3,42 |
| Produzierendes Gewerbe                  | 3,22 |
| Sonstige                                | 4,11 |
| Branchenunabhängig                      | 3,46 |
| < 10 Mitarbeiter                        | 3,54 |
| < 50 Mitarbeiter                        | 3,24 |
| < 250 Mitarbeiter                       | 3,39 |
| ≥ 250 Mitarbeiter                       | 4,21 |
| Größenunabhängig                        | 3,46 |

- Betrachtet man die Umsetzung von gemeinwohlbezogenen CSR-Maßnahmen je Branche, so zeigt sich, dass lediglich die Agrar- und Lebensmittelwirtschaft, die Dienstleistungs- und Beratungsbranche, das Handwerk, ITKM, Logistik und Transport-Großhandel sowie das produzierende Gewerbe unter dem Durchschnitt (3,46) liegen. Die umfangreichsten gemeinwohlbezogenen CSR-Maßnahmen werden im Gesundheitswesen (4,09) umgesetzt.
- Hinsichtlich gemeinwohlbezogenen CSR-Maßnahmen lässt sich feststellen, dass kleinst und große Unternehmen eine überdurchschnittliche Umsetzung aufweisen. Kleine sowie mittlere Unternehmen liegen unter dem Durchschnitt (3,46).

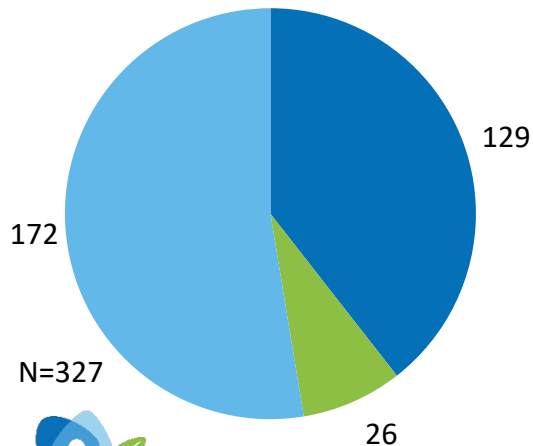
Finanzielle Unterstützung von lokalen Vereinen und gemeinnützigen Einrichtungen



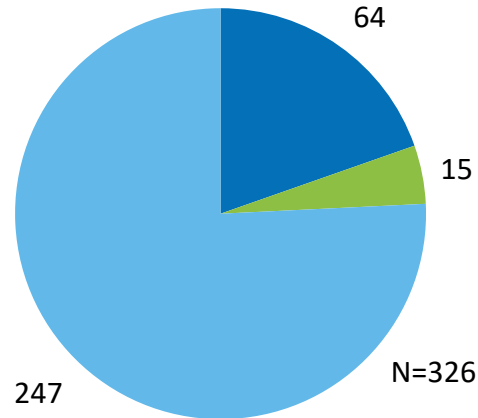
Nicht-finanzielles, aktives Engagement in lokalen Vereinen und Einrichtungen, z.B. Kindergärten und Schulen



Nicht-finanzielles, aktives Engagement für gesellschaftlich Benachteiligte, z.B. Menschen mit Behinderungen oder Flüchtlinge



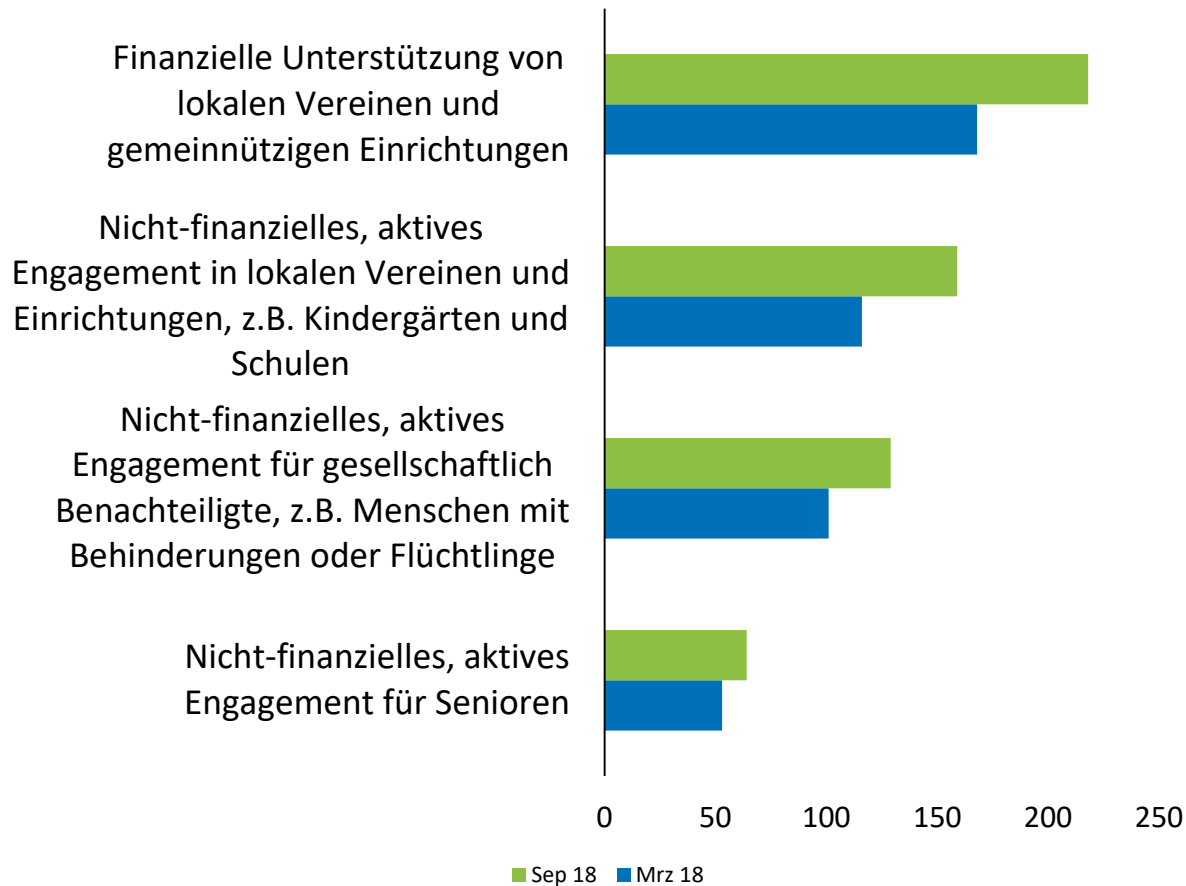
Nicht-finanzielles, aktives Engagement für Senioren



#### 4 gemeinwohlbezogene Maßnahmen auf einen Blick

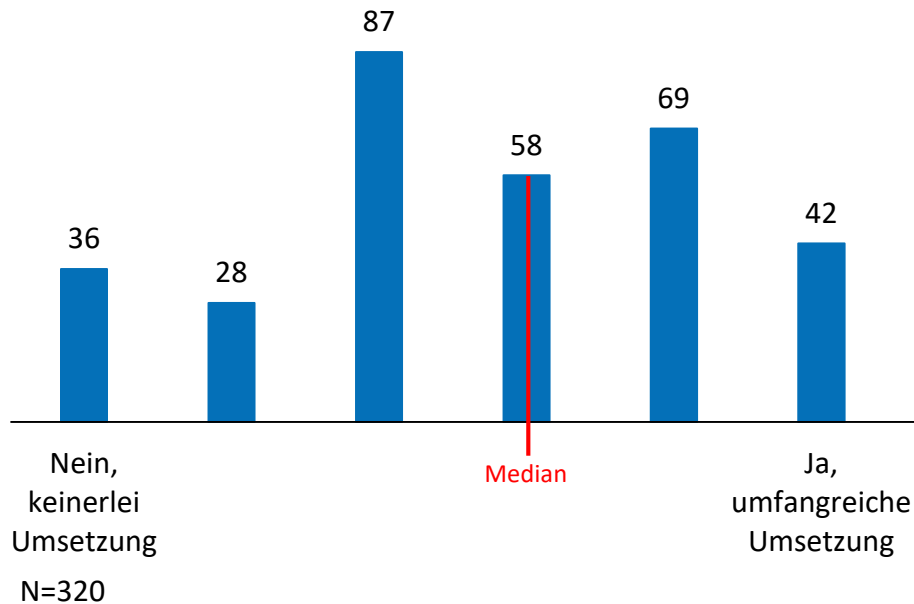
- Das Engagement bezüglich gemeinwohlbezogenen CSR-Maßnahmen der befragten Unternehmen fokussiert sich zum Zeitpunkt der Befragung im wesentlichen auf die finanzielle Unterstützung von lokalen Vereinen und gemeinnützigen Einrichtungen (66,87%) gefolgt von der nicht-finanziellen, aktiven Unterstützung selbiger Einrichtungen (48,26%).
- Die Ergebnisse verdeutlichen allerdings, dass die Mehrheit der befragten Unternehmen zukünftig keine Umsetzung der untersuchten Maßnahmen plant.
- 7,95% der befragten Geschäftsführer planen zukünftig Maßnahmen zur nicht-finanziellen, aktiven Unterstützung von gesellschaftlich Benachteiligten umzusetzen.

## Umsetzung gemeinwohlbezogener Maßnahmen im Zeitablauf\*

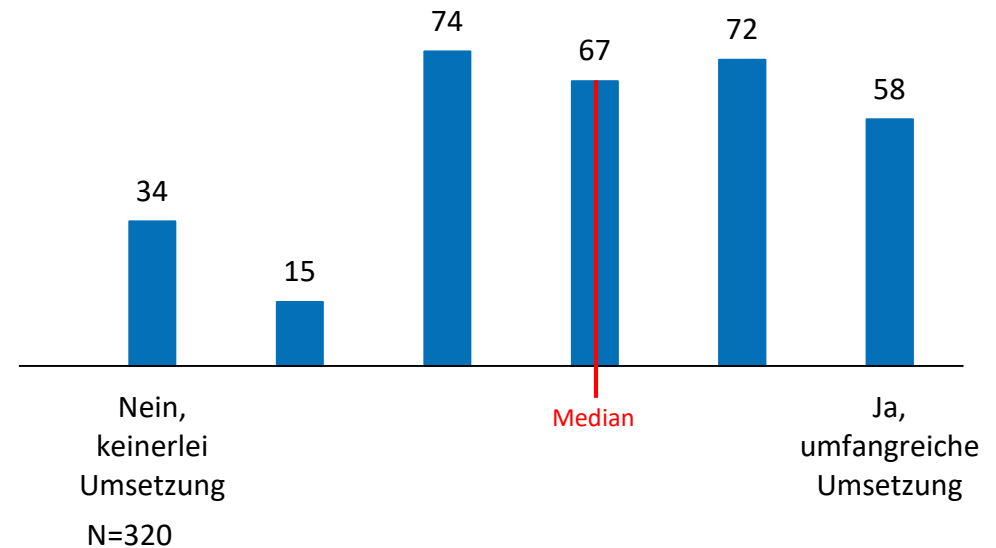


- Im Bereich der gemeinwohlbezogenen CSR-Maßnahmen werden an erster Stelle die finanzielle Unterstützung von lokalen Vereinen und gemeinnützigen Einrichtungen sowie an zweiter Stelle nicht-finanzielles, aktives Engagement in lokalen Vereinen und Einrichtungen, z.B. Kindergärten und Schulen umgesetzt.
- Nicht-finanzielles, aktives Engagement für Senioren wird jedoch nur von wenigen Befragten umgesetzt.

In meinem Unternehmen setze ich bereits marktbezogene CSR-Maßnahmen, entlang der gesamten Lieferkette vom Lieferanten bis zum Kunden, um.



Ich beabsichtige, zukünftig marktbezogene CSR-Maßnahmen umzusetzen.



Die befragten Personen setzen marktbezogene CSR-Maßnahmen bereits zu einem mittleren bis hohen Grad um. Die Mehrheit der befragten Personen beabsichtigt, diese CSR-Maßnahmen auch zukünftig umzusetzen.

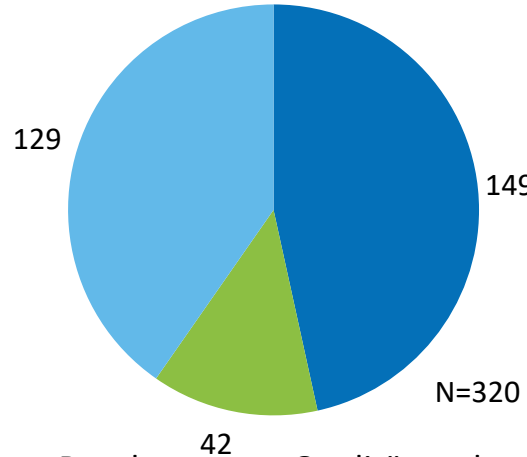
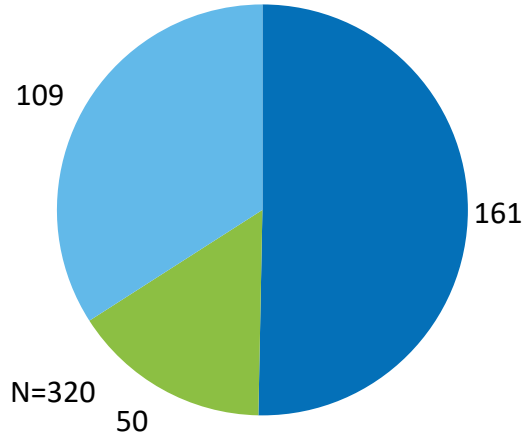
## Marktbezogene CSR-Maßnahmen

|   |      |
|---|------|
| Agrar- und Lebensmittelwirtschaft       | 4,40 |
| Baugewerbe                              | 4,36 |
| Dienstleistungen und Beratung           | 3,33 |
| Gesundheitswesen                        | 3,00 |
| Handel                                  | 4,35 |
| Handwerk                                | 3,60 |
| Hotel, Gastronomie und Freizeit         | 3,56 |
| IT, Telekommunikation und Medien (ITKM) | 3,00 |
| Logistik, Transport-Großhandel          | 4,16 |
| Produzierendes Gewerbe                  | 3,74 |
| Sonstige                                | 3,89 |
| Branchenunabhängig                      | 3,69 |
| < 10 Mitarbeiter                        | 3,57 |
| < 50 Mitarbeiter                        | 3,54 |
| < 250 Mitarbeiter                       | 3,99 |
| ≥ 250 Mitarbeiter                       | 3,90 |
| Größenunabhängig                        | 3,69 |

- Betrachtet man die Umsetzung von marktbezogenen CSR-Maßnahmen je Branche, so zeigt sich, dass die Agrar- und Lebensmittelwirtschaft, das Baugewerbe, der Handel, Logistik und Transport-Großhandel sowie das produzierende Gewerbe über dem Durchschnitt (3,69) liegen. Die umfangreichsten marktbezogenen CSR-Maßnahmen werden in der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft (4,40) umgesetzt.
- Hinsichtlich marktbezogenen CSR-Maßnahmen lässt sich feststellen, dass mittlere und große Unternehmen diese Maßnahmen bereits in einem überdurchschnittlichen Maße umsetzen. Die umfangreichste Umsetzung findet in mittleren Unternehmen statt (3,99).

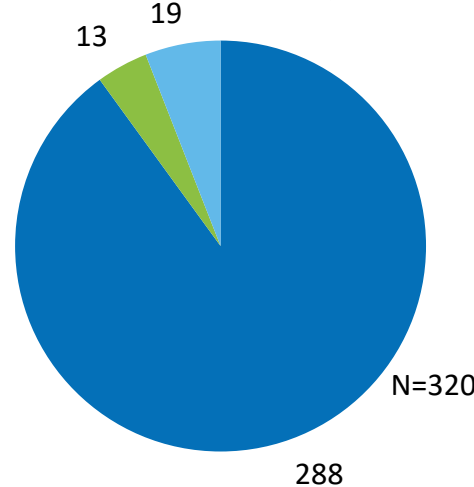
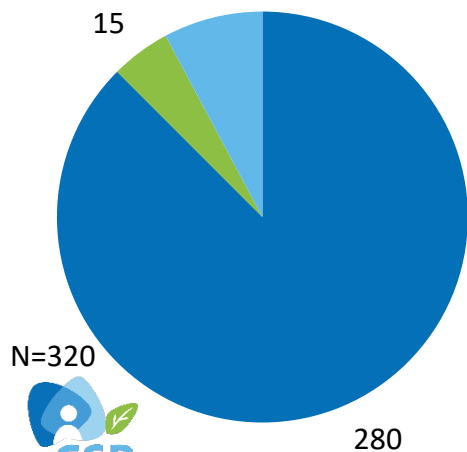
Beachtung von ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit entlang des Einkaufs- und Beschaffungsprozesses

Beachtung von Aspekten der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit entlang des Verkaufsprozesses



Beachtung einer fairen und offenen Marktpartnerschaft mit den Kunden

Beachtung von Qualität und Sicherheit der eigenen Produkte und Dienstleistungen



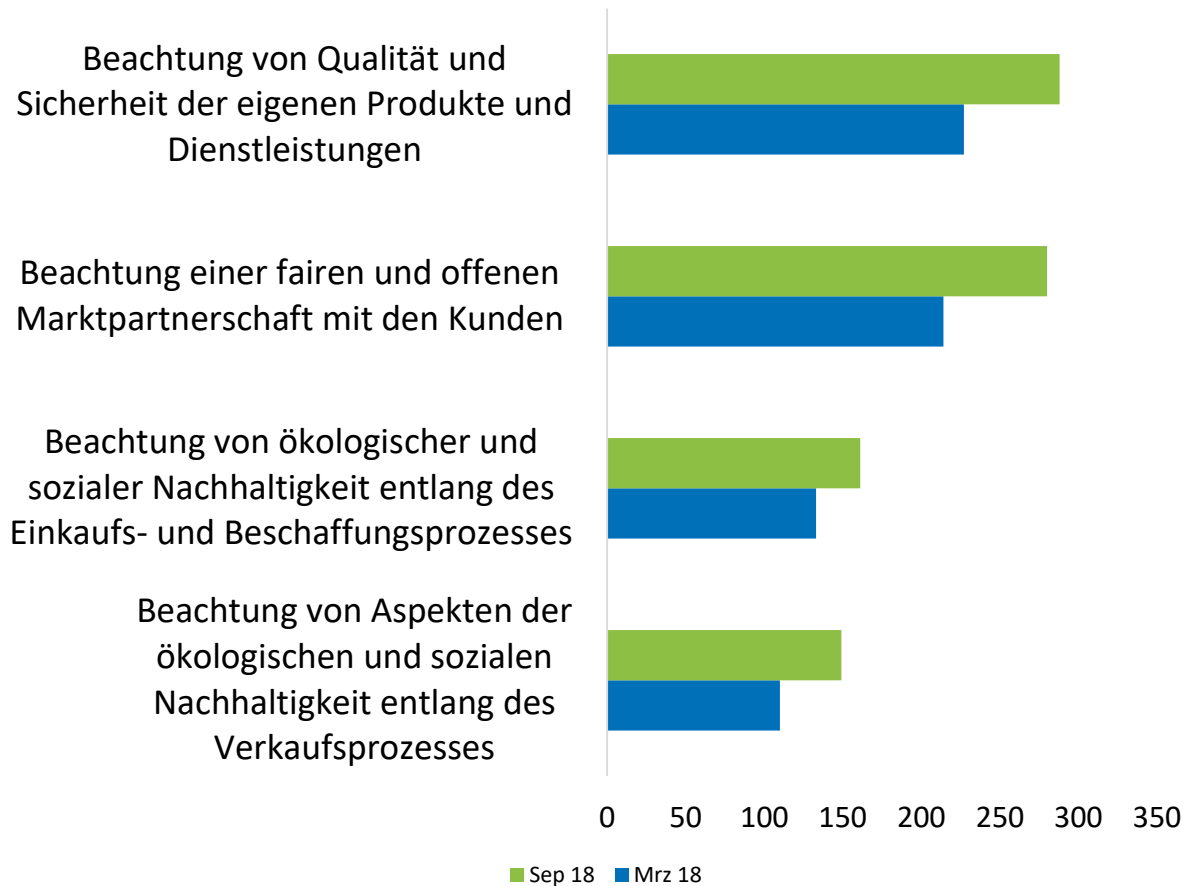
#### 4 marktbezogene Maßnahmen auf einen Blick

- Die absolute Mehrheit der befragten Unternehmen achtet auf die Qualität und Sicherheit der eigenen Produkte und Dienstleistungen (90%) und pflegt eine faire und offene Marktpartnerschaft mit ihren Kunden (87,50%).
- Die Mehrheit der befragten Geschäftsführer beachtet Aspekte der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit bereits entlang der Einkaufs- und Beschaffungs- (50,31%) sowie der Verkaufsprozesse (46,56%).
- Die Ergebnisse zeigen allerdings, dass 34,06% der Befragten nicht vor haben zukünftig Aspekte der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit entlang der Einkaufs- und Beschaffungs- sowie der Verkaufsprozesse (40,31%) zu berücksichtigen.



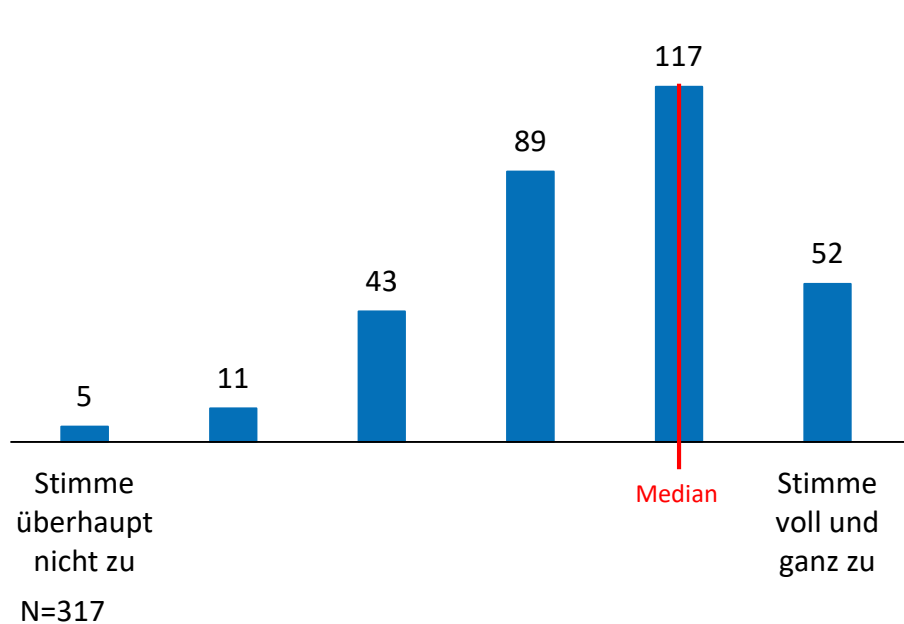


## Umsetzung marktbezogener Maßnahmen im Zeitablauf\*

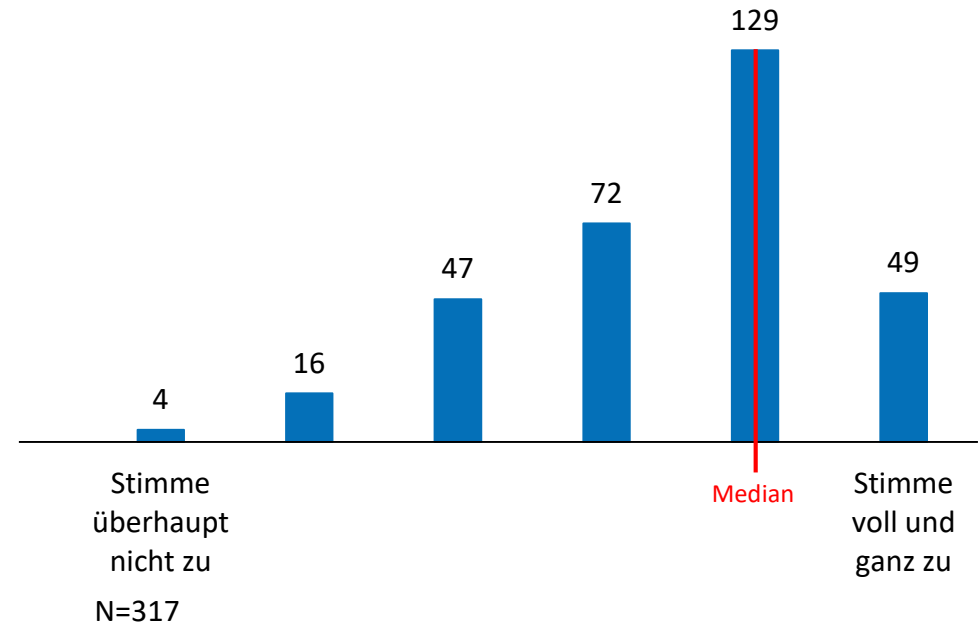


- Im Bereich der marktbezogenen CSR-Maßnahmen werden an erster Stelle die Beachtung von Qualität und Sicherheit der eigenen Produkte und Dienstleistungen sowie an zweiter Stelle die Beachtung einer fairen und offenen Marktpartnerschaft mit den Kunden umgesetzt.
- Auch hier ist die Rangfolge in beiden Erhebungen identisch, was verdeutlicht, dass die gesetzten Schwerpunkte im Zeitablauf stabil bleiben.

In Bezug auf die wichtigsten Wettbewerber ist mein Unternehmen heute sehr erfolgreich.



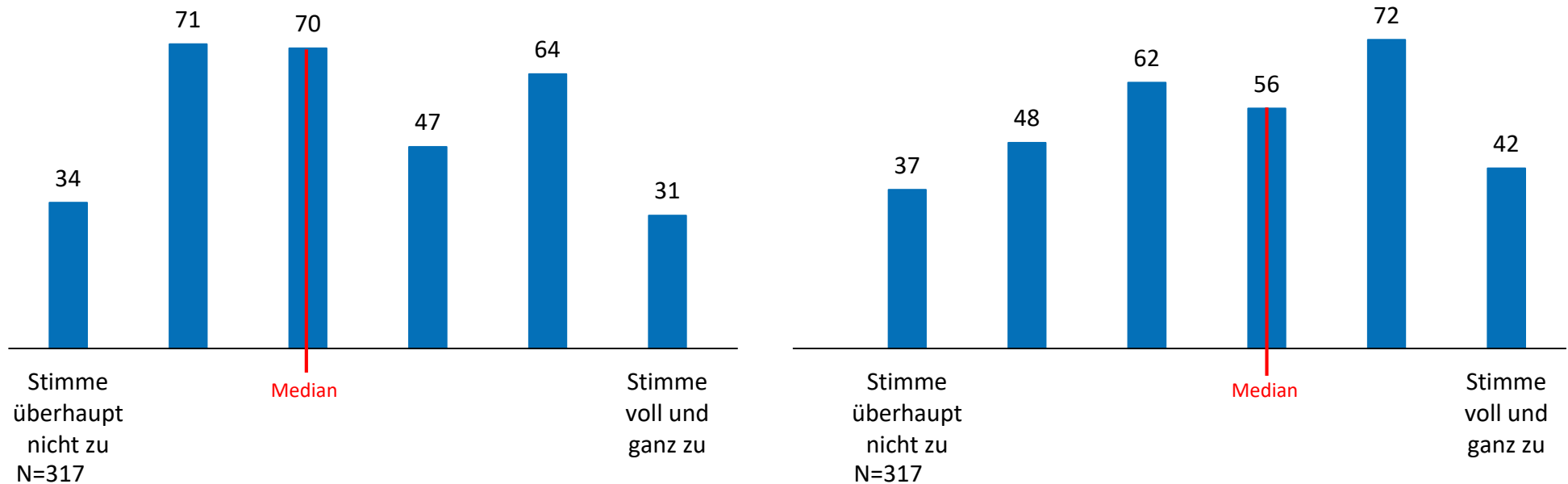
In Bezug auf die wichtigsten Wettbewerber ist die Zukunft meines Unternehmens gesichert.



Die Mehrheit der befragten Personen schätzt ihr Unternehmen als erfolgreich und zukunftsfähig ein.

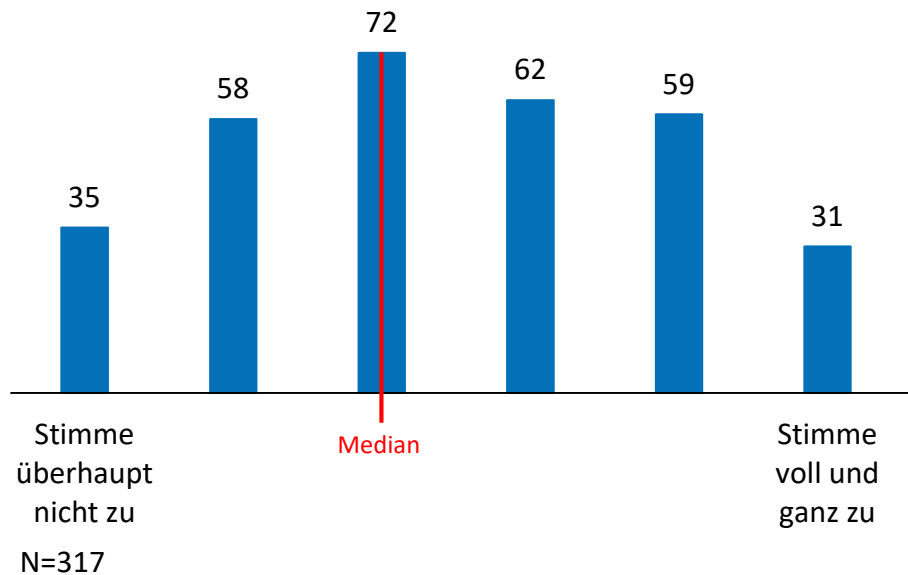
CSR-Maßnahmen generieren einen Wettbewerbsvorteil für mein Unternehmen.

Eine CSR-Strategie zu haben ist für mein Unternehmen sehr wertvoll.

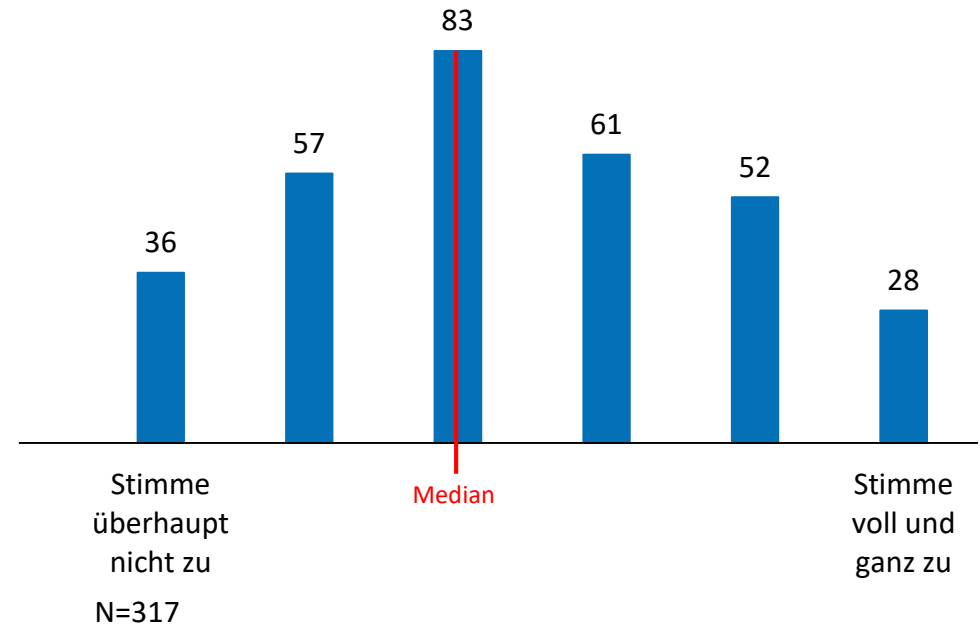


- Ein Großteil der befragten Geschäftsführer ist sich nicht sicher, ob sich durch CSR-Maßnahmen auch ein Wettbewerbsvorteil generieren lässt.
- Ebenso kann die Mehrheit der Befragten nicht die Aussage treffen, dass eine CSR-Strategie für ihr Unternehmen wertvoll ist.

Bei geschäftspolitischen Entscheidungen im strategischen Bereich berücksichtigen wir immer auch CSR-Aspekte.



Bei geschäftspolitischen Entscheidungen im Tagesgeschäft berücksichtigen wir immer auch CSR-Aspekte.

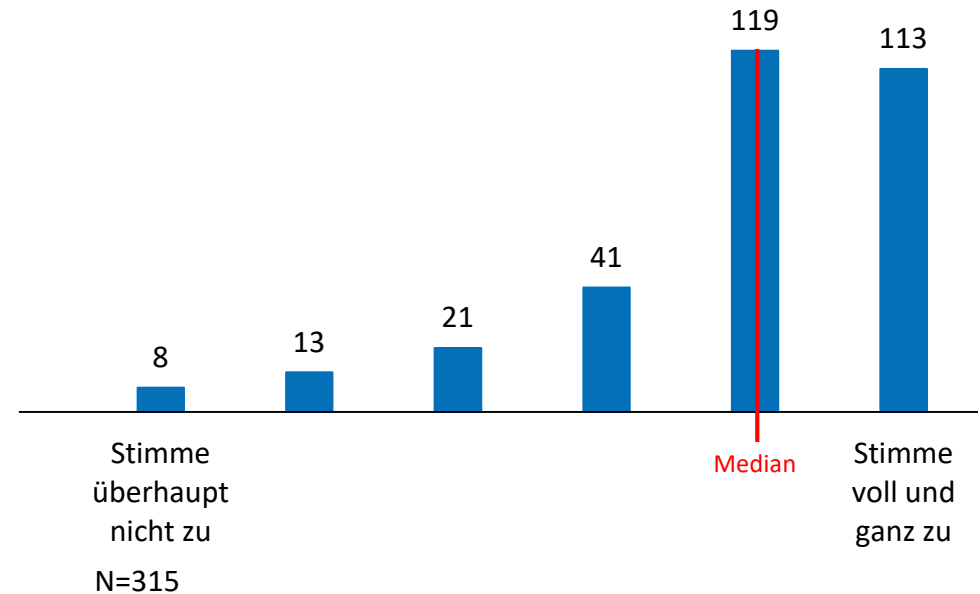
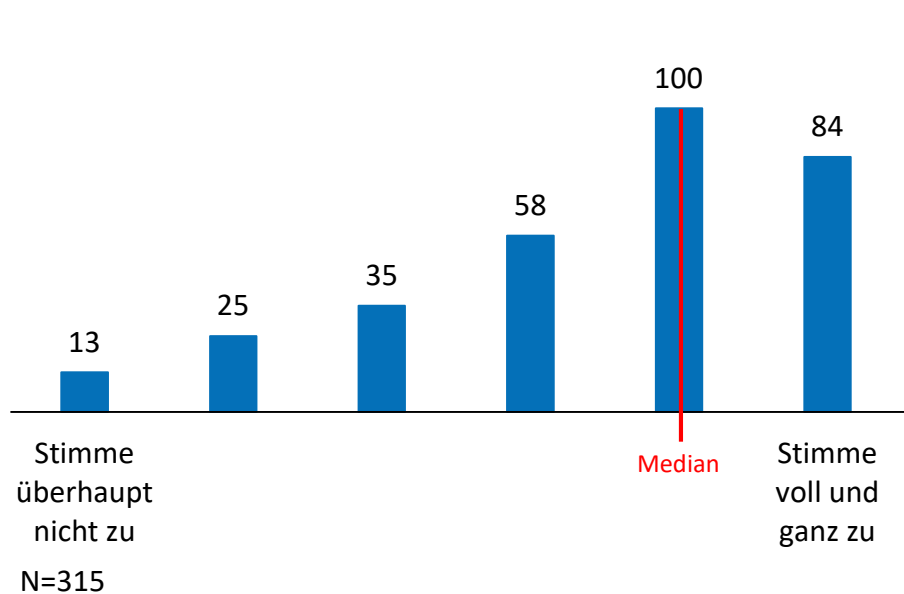


Die befragten Geschäftsführer berücksichtigten CSR-Aspekte zu einem mittleren Grad sowohl in geschäftspolitischen Entscheidungen im strategischen Bereich, als auch im Tagesgeschäft.

CSR-Maßnahmen sind für mich vor allem dann erfolgreich, ...

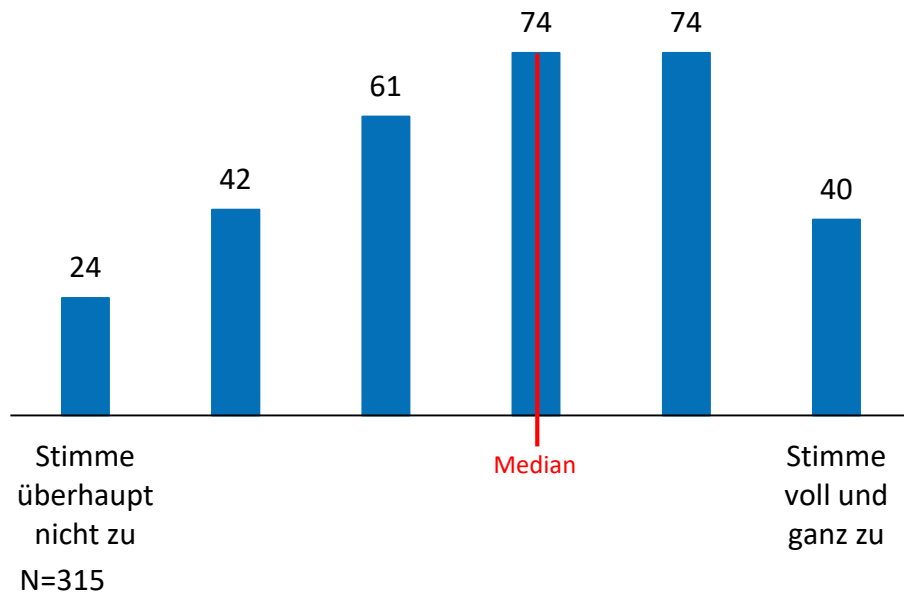
...wenn ich den Mehrwert quantitativ in meinem Unternehmen messen kann, z.B. durch Energieeinsparungen, geringeren Krankenstand etc.

... wenn ich den Mehrwert qualitativ in meinem Unternehmen erkennen kann, z.B. durch Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterzufriedenheit etc.



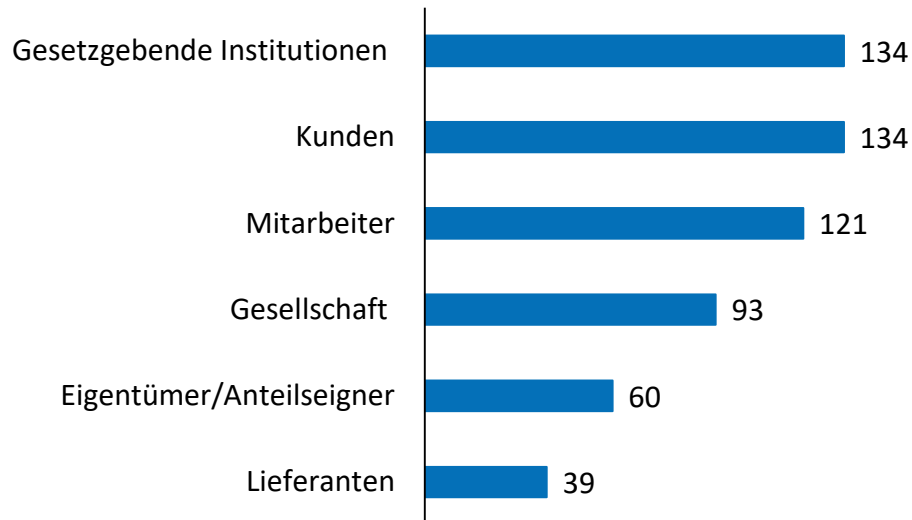
Für die Mehrheit der Befragten sind CSR-Maßnahmen erfolgreich, wenn ein quantitativer oder ein qualitativer Mehrwert messbar ist.

CSR-Maßnahmen sind für mich auch dann erfolgreich, wenn ich keinen erkennbaren Mehrwert in meinem Unternehmen habe.



- Aus Sicht der befragten Geschäftsführer werden CSR-Maßnahmen als erfolgreich angesehen, wenn ein Mehrwert messbar oder zu mindestens erkennbar ist.
- Für 40,32% würden CSR-Maßnahmen als weniger bis gar nicht erfolgreich klassifizieren, wenn durch diese kein erkennbarer Mehrwert entsteht.

Welche der folgenden Gruppen üben großen Druck auf Ihr Unternehmen aus?\*

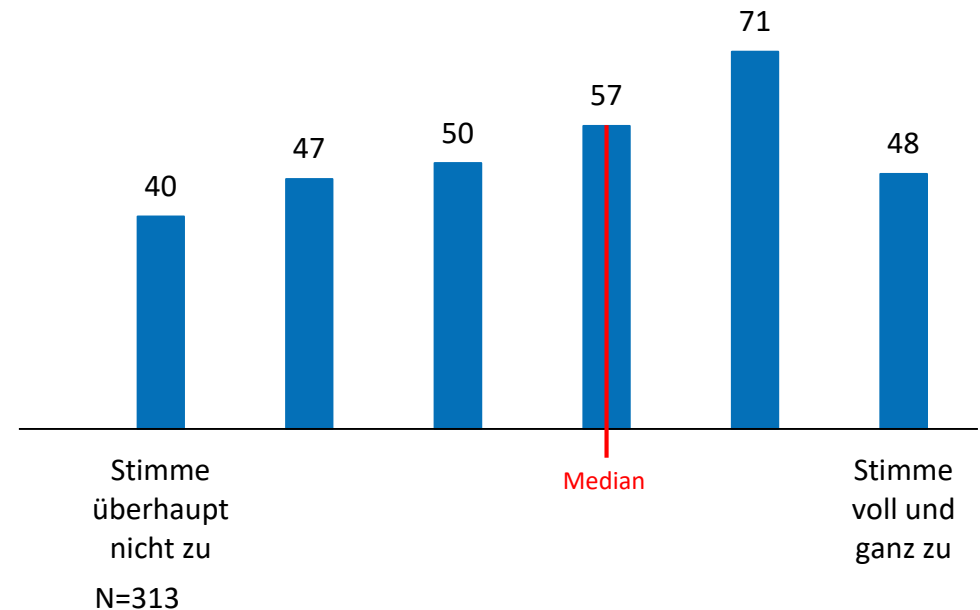
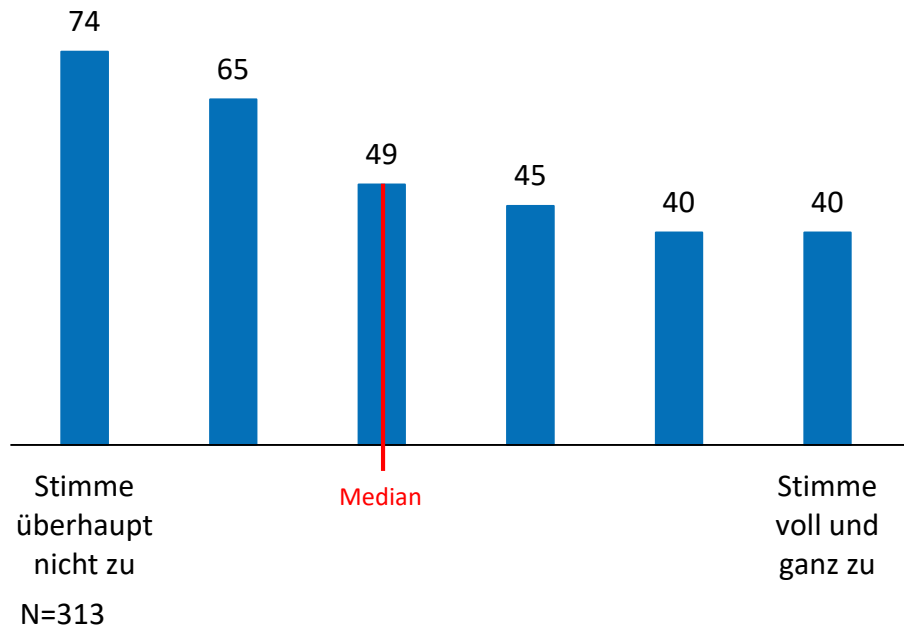


- Die Mehrheit der Befragten verspürt einen Druck seitens gesetzgebenden Institutionen sowie den Kunden CSR-Maßnahmen umzusetzen.
- Weitere Gruppen, die Druck auf Unternehmen ausüben sind die Mitarbeiter, die Gesellschaft sowie Eigentümer und Anteilseigner.

## Mein Unternehmen kommuniziert Aktivitäten im Bereich verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln aktiv...

... öffentlich, also gegenüber den Kunden, Geschäftspartnern und der Gesellschaft (z.B. über Website, Pressenachrichten).

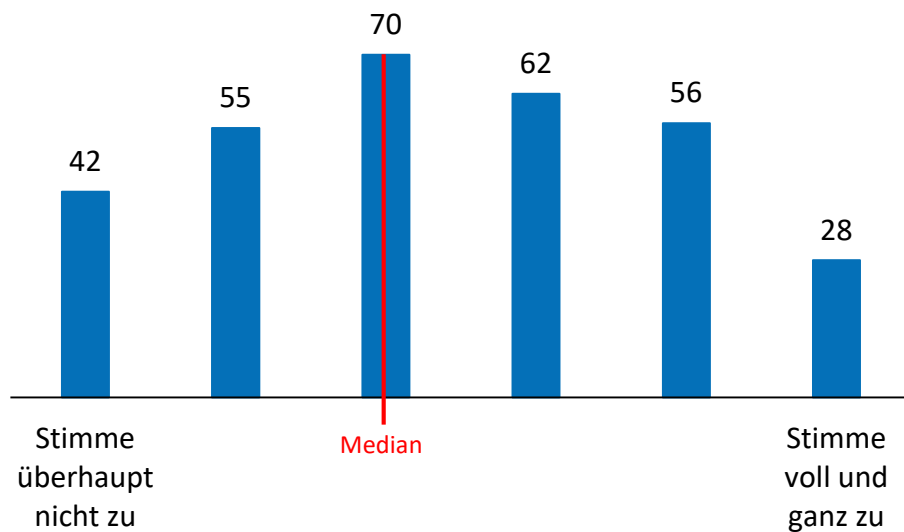
... intern gegenüber den Mitarbeitern (z.B. über Intranet, Betriebsversammlungen, Newsletter).



Während ein Großteil der Befragten CSR-bezogene Aktivitäten intern gegenüber ihren Mitarbeitern kommuniziert, werden diese Aktivitäten jedoch nur von der Minderheit ebenfalls öffentlich kommuniziert.

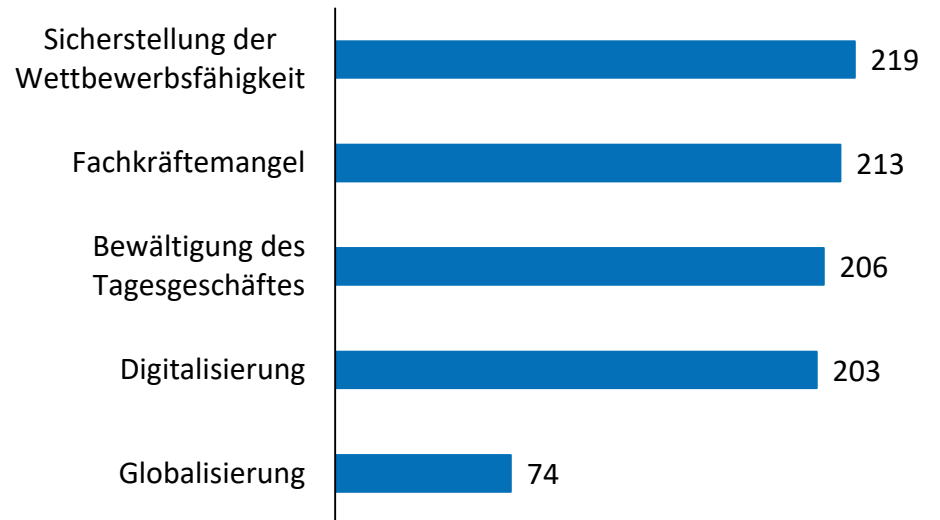


CSR-Maßnahmen helfen mir bei der langfristigen Bewältigung der unternehmerischen Herausforderungen.



N=313

Welche der folgenden Themen stellen eine aktuelle Herausforderung für Ihr Unternehmen dar?\*



- Die befragten Geschäftsführer sind sich nicht einig, ob CSR-Maßnahmen bei der langfristigen Bewältigung der unternehmerischen Herausforderungen hilfreich sind.
- Die Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit wird dabei als große Herausforderung angesehen.

# Agenda

- Die Erhebung des CSR-Barometers im Überblick
- Ergebnisse der Erhebung
- Fazit**

## Zusammenfassung der Erkenntnisse

- Obwohl 56,74% der Befragten den Begriff „Corporate Social Responsibility (CSR)“ schon einmal gehört haben, ist die Bedeutung des Begriffes nicht jedem Teilnehmer klar. Im Vergleich dazu, haben bei der Befragung im März 2018 lediglich 50,19 % an, den Begriff bereits gehört zu haben.
- Von den in dieser Befragung untersuchten konkreten CSR-Maßnahmen setzen die befragten Unternehmen zum Zeitpunkt der Erhebung vor allem arbeitsplatz- und umweltbezogene CSR-Maßnahmen um.
- Im Bereich der arbeitsplatzbezogenen CSR-Maßnahmen werden vor allem die Möglichkeit zur Fort- und Weiterbildung sowie die Mitarbeiterbeteiligung in Entscheidungsprozessen und (verglichen zu den Ergebnissen der Befragung im März 2018) flexible Arbeitszeitmodelle umgesetzt.
- Im Bereich der umweltbezogenen CSR-Maßnahmen wird die Abfallvermeidung sowie Wertstoffweiterverwendung bereits von 80,90% und die Reduzierung des Energieverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen von 61,79% der Befragten umgesetzt. Maßnahmen zur Förderung der ökologischen Mobilität, z.B. durch E-Autos und Betriebsfahräder werden, wie auch im März 2018 von der Minderheit der befragten Unternehmen umgesetzt.
- Während im Rahmen der Befragung im März 2018 noch das Handwerk sowie die Hotel-, Gastronomie- und Freizeitbranche in allen CSR-Dimensionen eine überdurchschnittliche Umsetzung von CSR-Maßnahmen aufzeigte, zeichnet sich in dieser Befragung vor allem das Baugewerbe durch eine überdurchschnittliche Umsetzung aus.
- Vor allem mittlere und große Unternehmen zeichnen sich nach wie vor durch eine (größtenteils) überdurchschnittliche Umsetzung von CSR-Maßnahmen aus.

## Zusammenfassung der Erkenntnisse

- ▶ Laut Angaben der Befragten, nehmen diese vor allem von gesetzgebenden Institutionen, Kunden und Mitarbeitern den Druck, CSR-Maßnahmen umzusetzen, wahr.
- ▶ Dennoch findet die öffentliche Kommunikation CSR-bezogener Aktivitäten nur von 39,94% der befragten Unternehmen statt. Im Gegensatz dazu werden CSR-Aktivitäten von 56,23% der Befragten sehr wohl intern gegenüber den Mitarbeitern kommuniziert.
- ▶ Der Erfolg einzelner CSR-Maßnahmen ist häufig nur schwer bzw. mit einer zeitlichen Verzögerung messbar. Daher schätzen es die befragten Unternehmen nicht immer als leicht ein, den Mehrwert von CSR-Maßnahmen zu beurteilen. Die Ergebnisse zeigen insbesondere, dass die befragten Geschäftsführer sich nicht sicher sind, ob die Umsetzung von CSR-Maßnahmen zu Wettbewerbsvorteilen führt.
- ▶ Jedoch empfindet es die Mehrheit der Befragten als wertvoll für das Unternehmen, eine CSR-Strategie zu haben. Knapp die Hälfte der befragten Geschäftsführer ist dabei der Ansicht, dass CSR-Maßnahmen bei der langfristigen Bewältigung der unternehmerischen Herausforderungen hilfreich sind.
- ▶ Es zeigt sich zudem, dass CSR-Maßnahmen eher dann als erfolgreich angesehen werden, wenn durch deren Umsetzung auch ein Mehrwert messbar oder erkennbar ist. Darüber hinaus gibt es eine Gruppe von Befragten, für die CSR-Maßnahmen auch dann erfolgreich sind, wenn kein erkennbarer Mehrwert entsteht.