

## Projektdokumentation



The screenshot shows the website header with the logo 'CSR unternehmen!' and the tagline 'Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand'. A navigation bar includes 'Startseite', 'CSR unternehmen!', 'Qualifizierungsprogramm', 'CSR Mittelstandspartner', 'CSR nutzen!', and 'Kontakt'. The main content area features a red box with 'News & Termine:' listing events in Lippe-Detmold, Steinfurt, and Kiel. A central text block explains CSR as Corporate Social Responsibility, emphasizing voluntary social and ecological commitments. To the right is a photo of a diverse group of business professionals in a meeting. Below the text, it states that CSR helps bind and utilize employees' skills and innovation potential.

[www.csr-unternehmen.de](http://www.csr-unternehmen.de)

## Übersicht

1. Qualifizierungsprogramm „CSR unternehmen!“ in Kürze
2. CSR-Mittelstandspartner mit strategischen und regionalen Partnerschaften
3. Projektaustragungsorte
4. Zielerreichung
5. Befragung der Teilnehmer zu Beginn der Qualifizierung
6. Befragung der Teilnehmer am Ende der Qualifizierung
7. Erfolgsfaktoren für die Zusammenarbeit mit KMU
8. Kontaktdaten und Ansprechpartner

## 1. Qualifizierungsprogramm „CSR unternehmen!“ in Kürze



Fotos: Screenshot der Projektwebseite [www.csr-unternehmen.de](http://www.csr-unternehmen.de); Teilnehmer in Dülmen und Coesfeld

„CSR unternehmen!“ ist ein Qualifizierungsprogramm für Unternehmen im Bereich CSR mit Schwerpunkt auf den zunehmenden Wettbewerb um gute Fach- und Führungskräfte. Dabei wird CSR als Konzept aufgefasst, das auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in die Unternehmenstätigkeit und in die Beziehungen mit Mitarbeitern und Partnern wie Kunden und Lieferanten einbezieht.

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales beauftragte die CSR-Mittelstandspartner GILDE, AGP und DAA mit der Durchführung des Projekts im Zeitraum 01.01.2012 bis 31.12.2014. Das Projekt sollte mindestens 50 Unternehmen eine Weiterentwicklung zum „CSR-Unternehmen“ ermöglichen und bundesweit an 10 Standorten angeboten werden.

Die CSR-Mittelstandspartner entwickelten hierfür ein mehrstufiges CSR-Qualifizierungsangebot. Es besteht aus Intensivseminaren und Workshops und lässt sich über E-Learning-Module nach individuellem Bedarf ergänzen:

- |                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Phase 1: „CSR-Impuls-Forum“     | (allgemein & informativ, 2 Stunden)         |
| Phase 2: „CSR-Intensiv-Seminar“ | (konzentriert & speziell, ganztags)         |
| Phase 3: „CSR-Praxisworkshop“   | (betriebsübergreifend & vernetzt, halbtags) |
| Phase 4: „CSR-Erfa-Kreis“       | (individuell & praxisorientiert, 2 Stunden) |

Mehr Informationen zum Programm unter [www.csr-unternehmen.de](http://www.csr-unternehmen.de)

# CSR *unternehmen!*



## 2. CSR-Mittelstandspartner

„CSR Unternehmen!“ wurde von den CSR-Mittelstandspartnern GILDE, AGP und DAA durchgeführt, die sich seit 2006 in nationalen und internationalen Projekten zum Thema Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand engagieren.



Die GILDE ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt Detmold. Neben umfassenden Serviceleistungen für den Wirtschaftsstandort Detmold und dem Betrieb des Gründer- und Innovationszentrum in Lippe führt die GILDE Beratungs- und Qualifizierungs-Projekte zu Themen wie Ausbildung, Krisenmanagement oder gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen durch ([www.gildezentrum.de](http://www.gildezentrum.de)).



Die DAA ist eine gemeinnützige GmbH und Rechtsnachfolgerin der 1946 gegründeten DAG-Bildungseinrichtungen. Die bundesweite Präsenz und das breit gefächerte Angebot, das von beruflichen Aus- und Weiterbildungen über Firmenschulungen bis hin zu Fachschulangeboten reicht, ist Ausweis einer engagierten, kundenorientierten und qualitativ hochwertigen Bildungsarbeit.

Die DAA Sachsen-Anhalt (Süd) und Sachsen beteiligt sich seit 2006 mit verschiedenen Partnern an Projekten zu CSR, bei denen Lehr- und Lernmaterialien inhaltlich und methodisch-didaktisch entwickelt und erprobt sowie Schulungs- und Trainingsangebote konzipiert und durchgeführt wurden ([www.daa-annaberg.de](http://www.daa-annaberg.de)).



Die AGP e.V. ist der Verband der Unternehmen mit Mitarbeiterbeteiligung in Deutschland. Der gemeinnützige Verein vertritt das Konzept der Mitarbeiterbeteiligung in der Öffentlichkeit, ist Ansprechpartner für Politik und Verbände und unterstützt Unternehmen bei der Einführung eines Beteiligungsmodells.

Die AGP sieht die Mitarbeiterbeteiligung als einen interessanten Baustein des CSR-Gedankens an ([www.agpev.de](http://www.agpev.de)).



## Strategische und regionale Partnerschaften

Damit das Qualifizierungsprogramm „CSR unternehmen!“ im gesamten Bundesgebiet angeboten und durchgeführt werden kann, schlossen die CSR-Mittelstandspartner strategische sowie regionale Partnerschaften mit anderen Institutionen. Als strategische Partner konnten der **DVWE Verband der deutschen Wirtschaftsförderungsgesellschaften** und die **ADT Bundesverband der Technologie- und Gründerzentren** gewonnen werden. Auf diese Weise konnte die wichtige Zielgruppe der regionalen Wirtschaftsförderungsgesellschaften und Technologiezentren auf das Projektangebot aufmerksam gemacht werden.

Die regionalen Partner von „CSR unternehmen!“ bildeten den Kern des Projekts. Diese Wirtschaftsförderungsgesellschaften und Technologiezentren vor Ort in 10 Projektausführungsregionen boten für mittelständische Unternehmen den Zugang zum CSR-Qualifizierungsprogramm und brachten sich mit der Bereitstellung geeigneter Räumlichkeiten ein.

Regionale Kooperationspartner von „CSR unternehmen!“ sind:

- Augsburg Regio Augsburg Wirtschaft GmbH
- Coesfeld/Dülmen wfc Wirtschaftsförderung Kreis Coesfeld
- Detmold Gewerbe- und Innovationszentrum Lippe-Detmold GILDE GmbH
- Dortmund Wirtschaftsförderung Dortmund
- Gießen/Marburg Wirtschaftsförderung des Landkreises Marburg-Biedenkopf  
TIG Technologie- und Innovationszentrum Gießen GmbH
- Kiel KiWi Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs- GmbH
- Leverkusen WFL Wirtschaftsförderung Leverkusen GmbH  
IHK zu Köln Geschäftsstelle Leverkusen/Rhein-Berg
- Lippstadt/Soest Wirtschaftsförderung Lippstadt GmbH  
Wirtschaftsförderung Kreis Soest GmbH
- Solingen Wirtschaftsförderung Solingen GmbH & Co. KG
- Steinfurt Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft Steinfurt mbH

## 3. Austragungsorte

Das Qualifizierungsprogramm „CSR unternehmen!“ fand in 10 Austragungsorten in den 4 Bundesländern Bayern, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein statt. Dank des hohen Interesses am Thema CSR und des jeweiligen Engagements der beteiligten Wirtschaftsförderungsgesellschaften und Technologiezentren konnte das Programm darüber hinaus in einer Vielzahl unterschiedlicher Veranstaltungsräume angeboten werden, die über den klassischen Seminarraum bis zum Besuch bei Unternehmen und Betriebsrundgängen reichten.



Fotos: „CSR unternehmen!“ besucht RINN Beton- und Naturstein GmbH im hessischen Heuchelheim

### Augsburg

- International School Augsburg
- KUKA AG
- explido GmbH & Co. KG
- MAN-Museum

### Coesfeld/Dülmen

- Kreishandwerkerschaft Coesfeld

# CSR *unternehmen!*



- Wirtschaftsförderung Kreis Coesfeld
- Stift Tilbeck

## Detmold

- Weidmüller Akademie
- GILDE GmbH
- Gebr. Brasseler GmbH & Co. KG

## Dortmund

- Plenarsaal im Rathaus Dortmund
- Technologiezentrum Dortmund
- WILO SE
- Evangelischer Kirchenkreis Dortmund

## Gießen/Marburg

- Technologie- und Innovationszentrum Gießen GmbH
- Landkreisamt Marburg-Biedenkopf
- RINN Beton- und Naturstein GmbH & Co. KG

## Kiel

- Wissenschaftszentrum Kiel
- KiWi Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs- GmbH

## Leverkusen

- BayArena – VIP-Bereich
- IHK zu Köln Geschäftsstelle Leverkusen/Rhein-Berg
- Fietz GmbH

## Lippstadt/Soest

- Ferber-Software GmbH
- CARTEC GmbH
- PIEL – Die technische Großhandlung GmbH

## Solingen

- Wirtschaftsförderung Solingen GmbH & Co. KG

## Steinfurt

- Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft Steinfurt mbH



## 4. Zielerreichung

Das Programm „CSR unternehmen!“ konnte sämtliche Zielsetzungen erreichen beziehungsweise übertreffen, wie etwa:

- 100-prozentige Weiterempfehlungsquote nach anonymisierter Befragung der Programmteilnehmer
- Teilnehmende Unternehmen bestätigten nach den Seminaren mehrheitlich Wissenszuwachs und geplante CSR-Investitionen
- Messbare Ziele wurden erreicht und teils deutlich übertroffen beispielsweise durch über 750 Teilnehmer an den einzelnen CSR-Veranstaltungen
- Wirtschaftsförderungen an unterschiedlichsten Standorten bundesweit bildeten starke Partnerschaften für das CSR-Programm

## Ranking der Teilnehmerzahlen am Programm „CSR unternehmen!“

Austragungsorte „CSR unternehmen!“	Impuls- forum	Intensiv- seminar	Praxis- worksh.	Erfa- Kreis	Summe
Dortmund	57	27	22	15	121
Leverkusen	76	11	7	10	104
Augsburg	54	23	15	10	102
Kiel	67	12	9	6	94
Gießen	34	19	16	23	92
Detmold	39	14	10	6	69
Steinfurt	41	13	4	*	58
Coesfeld	28	10	5	7	50
Lippstadt	20	13	8	8	49
Solingen	**	11	4	*	15
<b>Summe</b>	<b>416</b>	<b>153</b>	<b>100</b>	<b>85</b>	<b>754</b>

\* In Steinfurt und Solingen wurde der CSR-Praxisworkshop als integrierte Abschlussveranstaltung von „CSR unternehmen!“ umgesetzt.

\*\* In Solingen wurden Inhalte des CSR-Impulsforums in einer thematisch weitergefassten Regionalveranstaltung mit zusätzlichen Themenfeldern eingebracht.

# CSR *unternehmen!*



Als Zielgröße galten zu Beginn des Programms „CSR unternehmen!“

- Mindestens 200 Teilnehmer an Veranstaltungen des Programms (70 Frauen; 130 Männer)
- hiervon mindestens 50 Teilnehmer am Ende der Programmreihe (Stufe 4, CSR-Erfa-Kreis)

Erreicht wurden über die Projektlaufzeit

- Insgesamt **754 Teilnehmer** an allen Veranstaltungen des Programms (315 Frauen; 439 Männer)
- hiervon **85 „CSR Unternehmen“** / Teilnehmer am Ende der Programmreihe



## 5. Befragung der Teilnehmer zu Beginn der Qualifizierung

Nach dem Besuch eines eintägigen CSR-Intensiv-Seminars an den Austragungsorten des Qualifizierungsprogramms „CSR unternehmen!“ stand den Teilnehmern ein anonymisierter Fragebogen zur Verfügung. Insgesamt machten 114 Teilnehmer Angaben zu Fragen aus folgenden Themenbereichen:

- Status Quo von CSR im Unternehmen und Absichten zur Veränderung
- Mögliche Hemmnisse, um CSR zu erweitern
- Kommunikation von CSR
- Beurteilung der Dozenten und Seminarinhalte

*Graphik 1 zeigt die Relevanz von CSR im eigenen Unternehmen beim Startpunkt des Qualifizierungsprogramms*



Zum Zeitpunkt des Einstiegs in das Qualifizierungsprogramm „CSR unternehmen!“ gab die Hälfte der Befragten an, CSR bereits „teilweise“ im eigenen Unternehmen zu nutzen. Für ein weiteres Viertel unter den Befragten fand sich CSR bereits „vielfach“ im eigenen Unternehmen vor. Nur 6 von 114 Teilnehmern gaben an, CSR „generell“ umzusetzen. Weitere 20 Teilnehmer sahen zu diesem Zeitpunkt noch keine CSR im Unternehmen.

Graphik 2 deutet auf einen erheblichen Wissenszuwachs unmittelbar nach dem CSR-Intensiv-Seminar hin



Fehlendes Know-how über CSR vor allem in kleinen und mittleren Unternehmen zu vermitteln, war eines der grundlegenden Ziele des Programms „CSR unternehmen!“.

Graphik 3 zeigt, dass mit dem Wissen um CSR auch die Bedeutung von CSR gestiegen ist



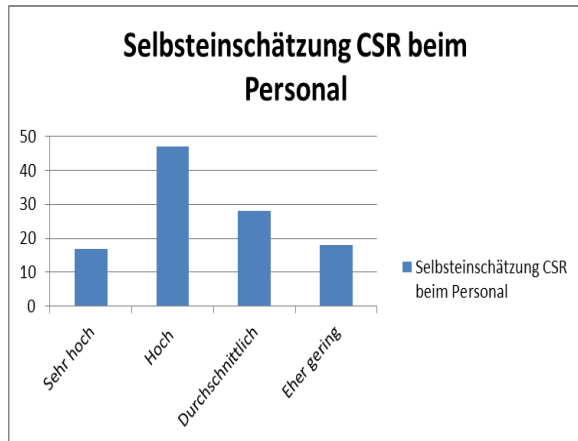
In diesem Zusammenhang gaben 106 Teilnehmer an, dass für sie die Bedeutung von CSR während des Intensiv-Seminars „gestiegen“ ist. Demgegenüber ist die Bedeutung von CSR für 2 Teilnehmer „gesunken“ sowie für niemanden „stark gesunken“.

# CSR *unternehmen!*

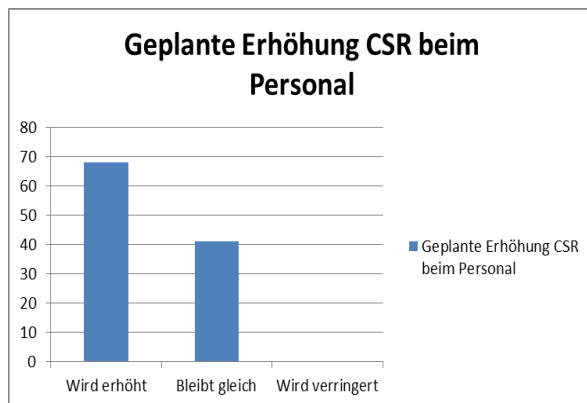


Die folgenden Graphiken zeigen die Selbsteinschätzung der Befragten zur Ist-Situation bei den CSR-Handlungsfeldern Personal, Markt, Umwelt und Gemeinwesen/Standort. Demgegenüber wurde die geplante Erhöhung des Engagements abgefragt. Keiner der Teilnehmer gab für keines der Handlungsfelder an, dass sich das Engagement des eigenen Unternehmens in Zukunft verringern soll.

Graphik 4 und Graphik 5 zeigen das CSR-Handlungsfeld Mitarbeiter/Personal



Im Personalbereich schätzten die Befragten das eigene Unternehmensengagement in CSR am deutlichsten als „hoch“ ein.



Obwohl die größte Anzahl der Befragten CSR im Personalbereich bereits als durchaus ausgeprägt betrachtete, wollen die Teilnehmer ihr Engagement noch weiter erhöhen.

Insgesamt gaben 68 Befragte an, CSR im betrieblichen Personalbereich stärken zu wollen.

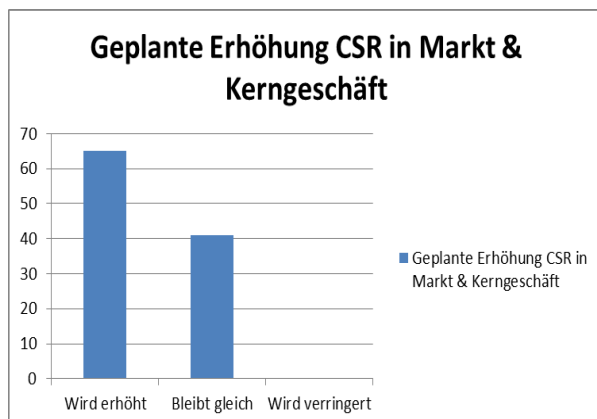
# CSR Unternehmen!



Graphik 6 und Graphik 7 verweisen auf die Handlungsfelder von CSR in Markt und Kerngeschäft



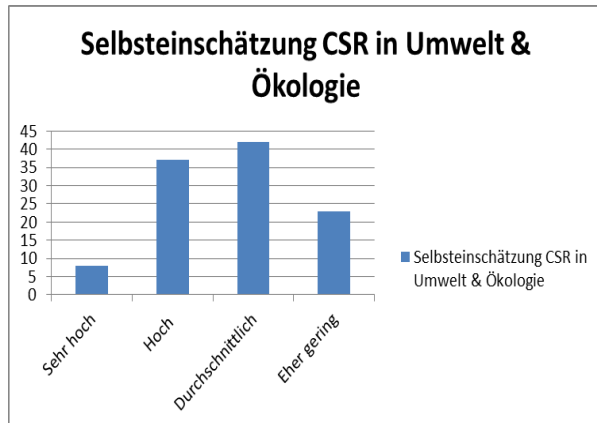
Die Befragten schätzten CSR in ihrem Unternehmen im Handlungsfeld Markt & Kerngeschäft als überwiegend „durchschnittlich“ bzw. „hoch“ ein. Nur wenige Teilnehmer (14 Angaben) stufen ihren Status Quo als vergleichsweise „eher gering“ ein.



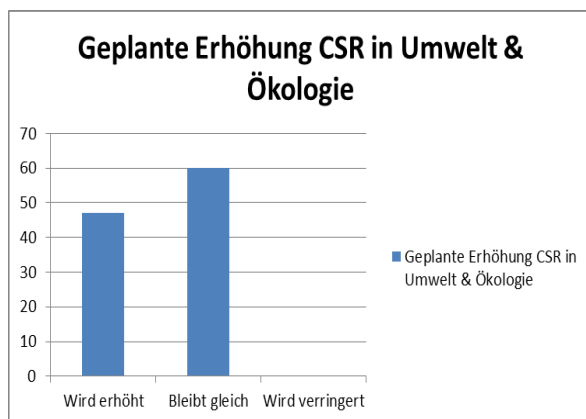
Neben dem Personalbereich beabsichtigten die Teilnehmer, nach dem CSR-Intensiv-Seminar gleichzeitig die CSR im Handlungsfeld Markt & Kerngeschäft zu erhöhen.

Insgesamt gaben 65 Befragte an, sich hier künftig noch mehr engagieren zu wollen.

Graphik 8 und Graphik 9 zeigen die Selbsteinschätzungen und Handlungsabsichten im CSR-Engagement der Teilnehmer beim Thema Umwelt & Ökologie

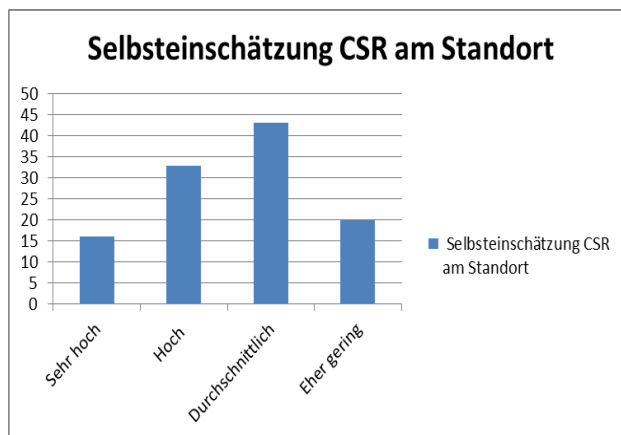


Die Befragten schätzten die Umweltpolitik im eigenen Unternehmen in annähernder Anzahl als „durchschnittlich“ und „hoch“ ein.

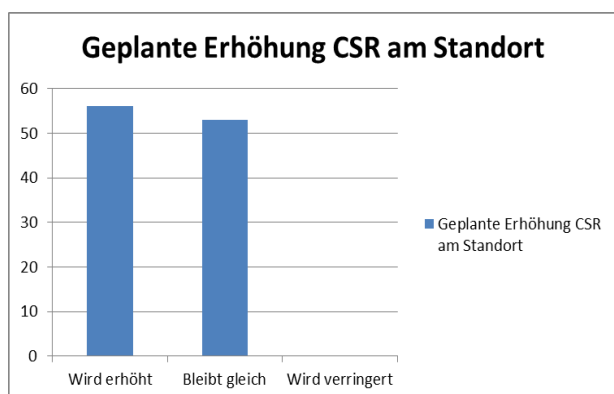


Abweichend von allen anderen CSR-Handlungsfeldern zeigt sich im Bereich Umwelt & Ökologie weniger Investitionsbereitschaft der Befragten. So gaben 60 Befragte an, ihr Engagement als gleichbleibend aufrecht erhalten zu wollen. Demgegenüber beabsichtigten 47 Befragte eine Erhöhung ihrer CSR in Umweltfragen. Einige Teilnehmer äußerten sich mit keiner Angabe zu diesem CSR-Bereich.

Graphik 10 und Graphik 11 zeigen das Selbstbild und die Investitionsbereitschaft der Befragten hinsichtlich CSR im Gemeinwesen bzw. an ihrem Unternehmensstandort.



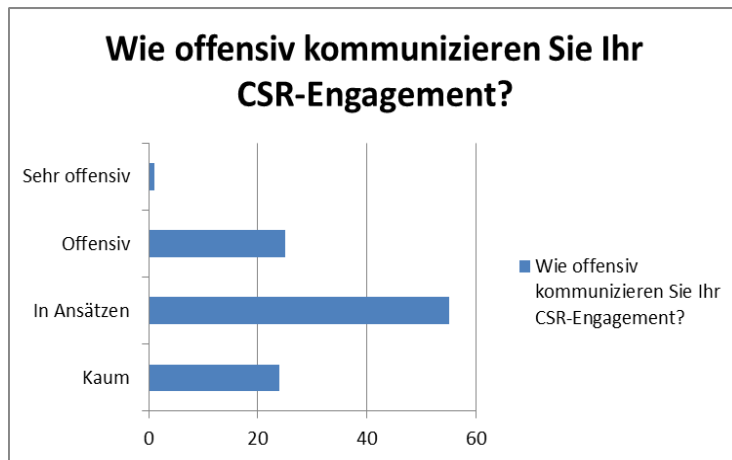
Die Befragten lagen bei CSR am Unternehmensstandort teils weit auseinander. Eine ähnlich große Anzahl sah sich am oberen wie am unteren Ende der Engagementbereitschaft.



Keiner der Befragten gab an, sein Engagement im Gemeinwesen verringern zu wollen, jedoch planen annähernd so viele Befragte, mehr zu unternehmen, als Bestehendes aufrecht zu erhalten. Somit zählte das Gemeinwesen bei den Befragten zusammen mit dem Handlungsfeld Umwelt & Ökologie eher zu den Schlusslichtern der Investitionsvorhaben. An vorderer Front standen Personalwesen und Markt.

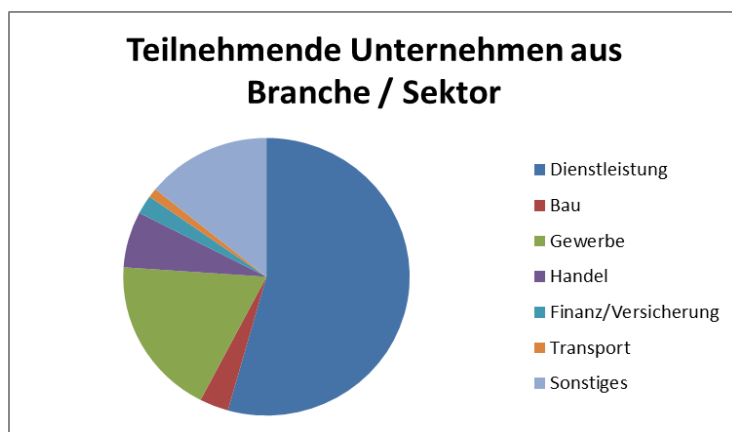
Auf die Frage nach Hemmnissen für mehr CSR gaben 66 Teilnehmer mit ihrem „nein“ an, dass ihrem verstärkten Engagement im Unternehmen nichts im Wege steht. 33 Teilnehmer sahen jedoch Hemmnisse bei der Erweiterung von CSR. Diese wurden dann tendenziell auch eher „hoch“ (26 Angaben) als „gering“ (15 Angaben) eingestuft.

Graphik 12 beleuchtet die Kommunikation von CSR



Deutlich wurde bei den Befragten, dass „sehr offensive“ Kommunikation des CSR-Engagements die Ausnahme darstellt (1 Angabe). Vielmehr kommuniziert über die Hälfte der Befragten (55 Angaben) CSR lediglich in Ansätzen. 25 Befragte gaben offensive CSR-Kommunikation an, während 24 Befragte „kaum“ von CSR sprechen.

Die abschließende Graphik 13 verdeutlicht den unternehmerischen Hintergrund der Befragten im Programm „CSR unternehmen!“



Der Dienstleistungssektor bildete die größte Gruppe der Teilnehmer an der CSR-Qualifizierung, gefolgt von Gewerbe und Handel.

## 6. Befragung der Teilnehmer am Ende der Qualifizierung

Fragebögen standen den Teilnehmern auch bei den Abschlussveranstaltungen der Programmreihe „CSR unternehmen!“, den sogenannten CSR-Erfa-Kreisen zur Verfügung. Dort zeigte sich eine 100-prozentige Weiterempfehlungsquote durch die Befragten für das Qualifizierungsprogramm „CSR unternehmen!“. Entsprechend positiv wurde auch die Zufriedenheit mit den Dozenten und dem Seminarangebot insgesamt bewertet.

Die Befragung zum Ende der Qualifizierung wurde kürzer gehalten und stärker auf offene Fragen ausgerichtet, die einem Ausblick in die Zukunft dienen sollten. So wurden CSR-Ziele und geplante CSR-Maßnahmen sowohl für die „kommenden 6 Monate“ als auch die „nächsten 3 Jahre“ abgefragt, um ein kurzfristiges und mittelfristiges CSR-Management der „CSR-Unternehmen“ zu erkunden.

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang auch, dass wesentlich mehr und konkretere CSR-Ziele auf der mittelfristigen Zeitschiene durch die Teilnehmer benannt werden. Eine Auswahl an Antworten ist nachfolgend vorzufinden.

### Ausblick zur kurzfristigen CSR-Strategie der Befragten

>> *Welche weiteren Schritte bzw. Projekte zu mehr CSR planen Sie in den nächsten 6 Monaten?*

- Mitarbeiterbindung, soziale Verpflichtung
- Ist-Analyse
- „Kurze“ Information über CSR kommunizieren -> internes Portal etc.
- Berichterstattung Medien; Veranstaltung Mitarbeiter
- Bewusst machen!
- Durchgängig nachhaltige Produkte (Büro)
- Im Kleinen anfangen -> Team; Bewusstsein bei Kollegen stärken
- Bei Kundengesprächen auf CSR-Aktivitäten achten
- Vernetzung mit anderen Teilnehmern



## Ausblick zur mittelfristigen CSR-Strategie der Befragten

>> *Was wollen Sie in 3 Jahren durch CSR in Ihrem Unternehmen erreichen?*

- Erarbeitung einer Strategie + Umsetzung von 3 Projekten
- Marketingeffekte, Sparpotenziale
- Gute Mitarbeiterbindung, geringe Fluktuation
- Aktiver Umweltschutz
- Soziale Verantwortung im Herstellungsprozess
- Personelle Umsetzung
- CSR insgesamt stärker verankern
- Kunden CSR-orientiert!
- Mitarbeiter haben, die sich mit diesem Thema identifizieren
- Einen Nachhaltigkeitsbericht, Unternehmensführung begeistern
- Mehr Status quo / mehr Fragen an die Mitarbeiter + Kunden
- Maßnahmen kommunizieren!
- Begonnenes Projekt medial verarbeiten
- SWOT Analyse; Themen im Gesundheits- und Arbeitsschutz aufgreifen
- Leitbild, Festlegung Maßnahmen
- Gemeinsamer Aktionstag mit Kollegen / bekannten Unternehmen
- Größere Mitarbeiterzufriedenheit durch Mitarbeiterbeteiligung
- Attraktivität als Arbeitgeber erhalten und erhöhen
- CSR-Gedanken in zukünftigen Projekten immer mitberücksichtigen
- Höhere Zufriedenheit bei Mitarbeitern und dem Umfeld
- Sicherung des Fachkräftebestands + Neuakquise von Personal
- Mehr Akzeptanz
- Kontinuierlich verbessern

## 7. Erfolgsfaktoren für die Zusammenarbeit mit KMU

Das Programm „CSR unternehmen!“ stellte für die CSR-Mittelstandspartner das dritte groß angelegte Kooperationsprojekt seit 2006 dar. Die „Lessons learned“ aus der Projektarbeit sind im Folgenden in 3 Kernpunkten zusammengefasst:\*

### **Erfolgsfaktor 1 – Finde starke Partner vor Ort!**

Wirtschaftsförderungen transferieren Innovationen und Trends in die heimische Wirtschaft. Gleichzeitig kann CSR für sie von besonderer Bedeutung sein, etwa im Hinblick auf bestehende und zukünftige Herausforderungen ihrer Region. Mit ihrer Schnittstellen-Kompetenz zwischen Unternehmen, Verwaltung, Wissenschaft und Gesellschaft verfügen Wirtschaftsförderungen über Erfahrungen, die auch in kleinen und mittleren Unternehmen eine Erfolgsvoraussetzung für CSR darstellen. Denn Unternehmensverantwortung schließt den aktiven Zugang und Austausch mit relevanten Anspruchsgruppen (Stakeholdern) aus dem Umfeld eines Unternehmens mit ein.

Unter dem Dach des Qualifizierungsprogramms „CSR unternehmen!“ haben die CSR-Mittelstandspartner mit anderen engagierten Wirtschaftsförderungen „Tandems“ gebildet. Das bringt das spezifische Know-how der CSR-Mittelstandspartner im Thema CSR mit den gebündelten Kräften und Akteuren vor Ort in Verbindung. Den Startpunkt bildet dabei eine Auftaktveranstaltung, die CSR als Wettbewerbsvorteil im Mittelstand anhand von zwei bis drei praktischer Unternehmensbeispiele aus der Region vorstellt. Gleichzeitig wird für die Teilnahme am weiter vertiefenden Seminarangebot geworben.

### **Erfolgsfaktor 2 – Entwickle CSR in einfachen Schritten und greife dabei einen „roten Faden“ auf!**

Kaum ein Unternehmen beginnt mit CSR „bei null“ und bei jedem Unternehmen ist die Unternehmenskultur der Nährboden, auf dem sich CSR erfolgreich und nachhaltig entwickeln kann. Ein schrittweises Herangehen ans Thema ist vor allem für KMU wichtig, bei denen sich schließlich oft der Inhaber selbst mit CSR auseinandersetzt und in der Regel aus Personalknappheit keine eigene Stelle oder gar Abteilung damit beauftragen kann. Deshalb ist in der Qualifizierung von KMU für CSR der „rote Faden“ entscheidend. Hierzu kann ein einfaches und wiederholt anwendbares Regelkreismodell dienen. Es zeigt die Entwicklungsschritte des betrieblichen CSR-Prozesses auf und vereinfacht die Zuordnung der im Training anhand von Praxisbeispielen erprobten Analyse- und Steuerungsinstrumente.

\* Die Erfolgsfaktoren sind Teil des Artikels „Auf dem Weg zum CSR-Unternehmen“ der CSR-Mittelstandspartner, veröffentlicht in der Broschüre „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand – Expertinnen und Experten aus Nordrhein-Westfalen stellen sich vor“ (Hrsg. Bertelsmann Stiftung, Herbst 2014).

# CSR *unternehmen!*



Als Instrument für die schrittweise Entwicklung einer eigenen CSR kann z.B. die SWOT-Analyse eingesetzt werden. So können Unternehmen zu Beginn Ihrer CSR-Entwicklung mit der SWOT-Analyse ihre Ausgangssituation bestimmen, indem sie ihre Stärken und Schwächen sowie die Chancen und Risiken einer CSR-Ausrichtung feststellen. Im CSR-Regelkreismodell kann die SWOT-Analyse als „roter Faden“ auch anschließend bei der Festlegung der CSR-Ziele und bei der Definition der CSR-Maßnahmen genutzt werden.

## **Erfolgsfaktor 3 – Gehe in die Betriebe!**

Der Auftaktveranstaltung zum Qualifizierungsprogramm „CSR unternehmen!“ folgt modular aufgebaut ein eintägiges CSR-Intensivseminar, ein halbtägiger CSR-Praxisworkshop und ein abschließender CSR-Erfa-Kreis. Zum Teil ist es an den regionalen Stationen des Programms bereits auf der Stufe zum CSR-Intensivseminar gelungen, einen Gastgeber aus der Teilnehmergruppe zur Durchführung der Veranstaltung zu gewinnen. Zumindest am Ende des Programms, dem Erfahrungsaustausch zu CSR, ist ein Betriebsbesuch sehr zu empfehlen, um jenseits des „Grünen Tisches“ in der gelebten Unternehmenspraxis einen Know-how-Transfer „auf Augenhöhe“ zu moderieren.

Ein Vorteil für das gastgebende Unternehmen ist dabei die Möglichkeit, CSR am eigenen Unternehmensbeispiel aufzeigen zu können, was wiederum für die teilnehmenden KMU das Themengebiet CSR inhaltlich und örtlich greifbarer und nachvollziehbarer macht. Vertieft sich auf diese Weise im Lauf des Qualifizierungsprogramms der Austausch innerhalb der Teilnehmergruppe, so erhöht sich auch die Chance, dass ein weiter ausbaufähiges Netzwerk von „CSR-Unternehmen“ vor Ort entsteht und durch die beteiligten Durchführungspartner nachhaltig begleitet werden kann.

## 8. Kontaktdaten und Ansprechpartner

Die CSR-Mittelstandspartner bieten folgende Informationsplattformen an:

[www.csr-unternehmen.de](http://www.csr-unternehmen.de)

[www.csr-training.eu](http://www.csr-training.eu)

[www.csr-mittelstand.de](http://www.csr-mittelstand.de)

### Ihre persönlichen Ansprechpartner

#### **Gewerbe und Innovationszentrum Lippe-Detmold GILDE GmbH**

Rolf Merchel (merchel@gildezentrum.de)

Thorsten Brinkmann (brinkmann@gildezentrum.de)

Wolfgang Keck (keck@gildezentrum.de)

[www.gildezentrum.de](http://www.gildezentrum.de)

#### **Deutsche Angestellten Akademie DAA**

Andreas Preis (andreas.preis@daa.de)

Daniela Grusser (daniela.grusser@daa.de)

Marcel Noack (marcel.noack@daa.de)

[www.daa-sachsen.de](http://www.daa-sachsen.de)

#### **AGP – Bundesverband Mitarbeiterbeteiligung**

Dr. Heinrich Beyer (heinrich.beyer@agpev.de)

Dirk Lambach (dirk.lambach@agpev.de)

[www.agpev.de](http://www.agpev.de)

## *Herzlichen Dank*

*allen beteiligten Unternehmen und Organisationen,  
Kollegen und Partnern  
sowie Förderern und Unterstützern,*

*die durch ihr Engagement zum Erfolg von „CSR unternehmen!“ beitragen*