



shutterstock_Premier_274138874.jpgshutterstock_Premier_112634183.jpg

 Shutterstock / Robert KneschkeShutterstock / Artens

09.12.2015, UMFRAGE

Unternehmen setzen verstärkt auf gesellschaftliches Engagement

Gelebte unternehmerische Verantwortung ist gut für die Gesellschaft. Geht es einem Unternehmen gut, sollte die Gesellschaft ebenfalls davon profitieren. Dies wird von einer Mehrheit der Führungskräfte in Deutschland unterstützt und von Politik und Zivilgesellschaft weiter gefordert.



Julia Scheerer



Jakob Christof Kunzmann

Links

Publikationen



PUBLIKATION

Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen

► [weiterlesen](#)

Informationen

Die Ergebnisse der Studie wurden im Rahmen einer Befragung unter 500 Führungskräften von Großunternehmen der deutschen Wirtschaft im Juli 2015 erhoben.

Links

Hintergrundinfo

Hintergrundinfo

Die Ergebnisse der Studie wurden im Rahmen einer Befragung unter 500 Führungskräften von Großunternehmen der deutschen Wirtschaft im Juli 2015 erhoben.

Für Unternehmen hat gesellschaftliches Engagement in den letzten zehn Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen. Dies ist das zentrale Ergebnis einer von TNS Emnid im Auftrag der Bertelsmann Stiftung durchgeführten Studie. Bei einer Vorgängerstudie von 2005 waren lediglich 51 Prozent der befragten Führungskräfte der Meinung, Corporate Social Responsibility (CSR) sei wichtig

für ihr Unternehmen. 2015 bejahen dies bereits 74 Prozent. Gesellschaftliches Engagement ist damit fast genauso wichtig wie Kostenreduktion und Wachstum (78 beziehungsweise 77 Prozent).

Annähernd alle befragten Führungskräfte sehen es als Unternehmensaufgabe an, auch soziale und ökologische Aspekte in ihre wirtschaftlichen Überlegungen miteinzubeziehen. Nur noch einer von zehn Entscheidern gibt Profitmaximierung als alleiniges Unternehmensziel aus.

Verantwortungsbewusstsein vieler Unternehmen hat sich gewandelt

Der Vergleich mit den Ergebnissen von 2005 macht deutlich, dass sich das Verantwortungsbewusstsein von Unternehmen gegenüber der Gesellschaft stark verändert hat. Neben dem Fokus auf Verantwortung gegenüber den eigenen Mitarbeitern ist vor allem die Sichtweise, man habe eine gesamtgesellschaftliche und eine ökologische Verantwortung, stärker verankert als noch vor zehn Jahren (jeweils plus 15 Prozent). Das unternehmerische Verantwortungsbewusstsein ist somit facettenreicher geworden.

Unternehmen engagieren sich vielfältig

Die Umfrage zeigt auch: Die Vielfalt der durchgeführten CSR-Projekte variiert je nach Unternehmensgröße. Je größer das Unternehmen ist, desto breiter ist es thematisch aufgestellt. Das Spektrum des Engagements reicht von Sport, Integration und Umweltschutz über Menschenrechte, Kultur und Weiterbildung. Bildungsprojekte werden in fast allen Unternehmen durchgeführt (91 Prozent). Darüber hinaus geben acht von zehn befragten Führungskräften an, Projekte zu den Themen Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Gesundheit umzusetzen.

Verantwortungsbewusstsein vieler Unternehmen hat sich gewandelt

Der Vergleich mit den Ergebnissen von 2005 macht deutlich, dass sich das Verantwortungsbewusstsein von Unternehmen gegenüber der Gesellschaft stark verändert hat. Neben dem Fokus auf Verantwortung gegenüber den eigenen Mitarbeitern ist vor allem die Sichtweise, man habe eine gesamtgesellschaftliche und eine ökologische Verantwortung, stärker verankert als noch vor zehn Jahren (jeweils plus 15 Prozent). Das unternehmerische Verantwortungsbewusstsein ist somit facettenreicher geworden.

Unternehmen engagieren sich vielfältig

Die Umfrage zeigt auch: Die Vielfalt der durchgeführten CSR-Projekte variiert je nach Unternehmensgröße. Je größer das Unternehmen ist, desto breiter ist es thematisch aufgestellt. Das Spektrum des Engagements reicht von Sport, Integration und Umweltschutz über Menschenrechte, Kultur und Weiterbildung. Bildungsprojekte werden in fast allen Unternehmen durchgeführt (91 Prozent). Darüber hinaus geben acht von zehn befragten Führungskräften an, Projekte zu den Themen Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Gesundheit umzusetzen.

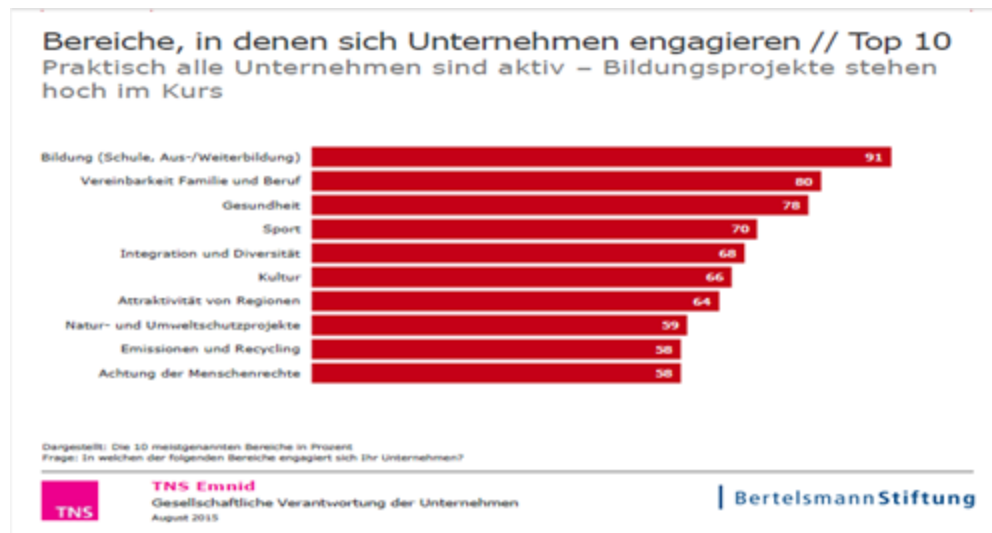
Bildung (Schule, Aus-/Weiterbildung)

Vereinbarkeit Familie und Beruf

Gesundheit

Bereiche in denen sich Unternehmen engagieren // TOP 10

Praktisch alle Unternehmen sind



aktiv - Bildungsprojekte stehen hoch im Kurs:

- **91%** Bildung (Schule, Aus- / Weiterbildung)

- 80% Vereinbarkeit Familie und Beruf
- 78% Gesundheit
- 70% Sport
- 68% Integration und Diversität
- 66% Kultur
- 64% Attraktivität von Regionen
- 59% Natur und Umweltschutzprojekte
- 58% Emissionen und Recycling
- 58% Achtung der Menschenrecht

Die meisten Unternehmen setzen bei der Art ihrer Unterstützung auf einen Mix mit langfristiger Ausrichtung – zwei Drittel der Unternehmen veranschlagen eine Projektlaufzeit von vier bis fünf Jahren. Häufiger als Geldspenden, Sponsoring und Sachmittelspenden erfolgt eine Unterstützung des Freiwilligenengagements von Mitarbeitern. Im Fokus des Engagements steht der regionale Umkreis des jeweiligen Unternehmensstandortes, mit zunehmender Größe nimmt jedoch auch die nationale bzw. internationale Ausrichtung zu.

Gemeinnützige Organisationen sind der häufigste Kooperationspartner

Bei der Umsetzung ihrer CSR-Projekte arbeiten die Unternehmen 2015 weitaus häufiger als noch vor zehn Jahren mit externen Institutionen zusammen. Besonders die Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen (plus 27 Prozent) sowie mit wissenschaftlichen Einrichtungen und Bürgergruppen (jeweils plus 20 Prozent) hat im Vergleich zu 2005 stark zugenommen.

Die Projektkooperation mit anderen Unternehmen oder Unternehmensverbänden bleibt nach wie vor hoch und hat nochmals um sieben Prozent zugenommen. Nach gemeinnützigen Organisationen sind andere Unternehmen die zweithäufigsten Kooperationspartner bei CSR-Projekten (81 beziehungsweise 63 Prozent).

Für die Zukunft rechnen rund 80 Prozent der befragten Führungskräfte damit, dass das Thema CSR weiterhin an Bedeutung für ihr Unternehmen gewinnen wird.

Die komplette Umfrage finden Sie in der rechten Spalte.

Die meisten Unternehmen richten ihre Unterstützung langfristig aus und setzen einen klaren inhaltliche Schwerpunkt: Zwei Drittel der befragten Unternehmen veranschlagen eine Projektlaufzeit von vier bis fünf Jahren.

Häufiger als Geld- und Sachmittelpenden sowie Sponsoring erfolgt eine Unterstützung des Freiwilligenengagements von Mitarbeitern. Im Fokus des Engagements steht die Region des jeweiligen Unternehmensstandortes. Mit zunehmender Größe eines Unternehmens nimmt jedoch auch die nationale und internationale Ausrichtung zu.

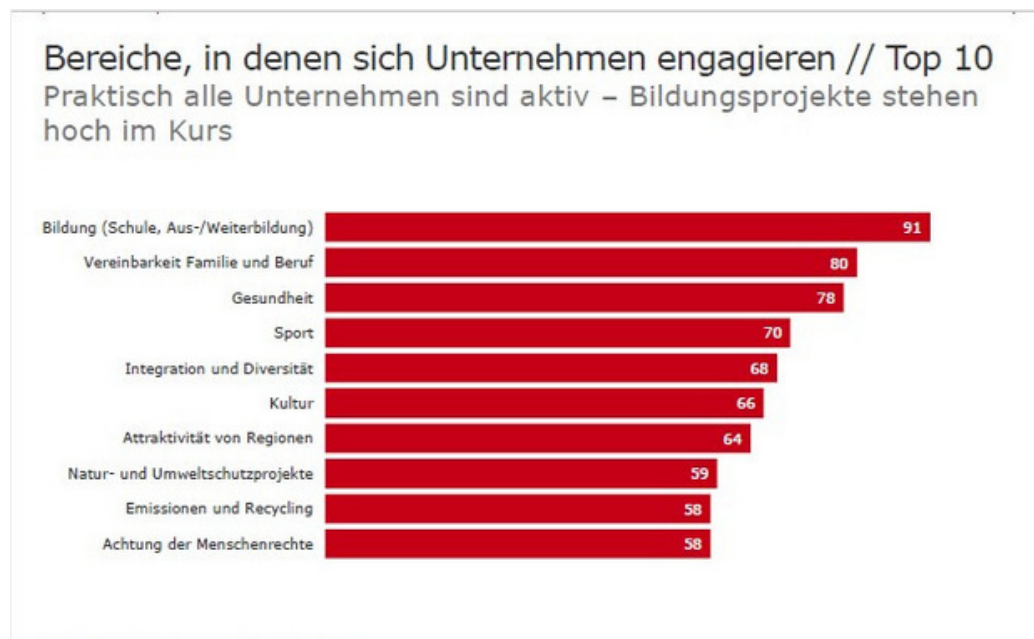
Gemeinnützige Organisationen sind der häufigste Kooperationspartner

Bei der Umsetzung ihrer CSR-Projekte arbeiten die Unternehmen 2015 weitaus häufiger als noch vor zehn Jahren mit externen Institutionen zusammen. Besonders die Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen (plus 27 Prozent) sowie mit wissenschaftlichen Einrichtungen und Bürgergruppen (jeweils plus 20 Prozent) hat im Vergleich zu 2005 stark zugenommen.

Die Projektkooperation mit anderen Unternehmen oder Unternehmensverbänden bleibt nach wie vor hoch und hat nochmals um sieben Prozent zugenommen. Nach gemeinnützigen Organisationen sind andere Unternehmen die zweithäufigsten Kooperationspartner bei CSR-Projekten (81 beziehungsweise 63 Prozent).

Für die Zukunft rechnen rund 80 Prozent der befragten Führungskräfte damit, dass das Thema CSR weiterhin an Bedeutung für ihr Unternehmen gewinnen wird.

Die komplette Umfrage finden Sie in der rechten Spalte.





Bildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Gesundheit - diese Bereiche werden von Deutschlands Unternehmen besonders stark gefördert.

Bertelsmann Stiftung

PROJEKTE

Reinhard Mohn Preis

Verantwortungsvolles Unternehmertum und soziale Innovationen



VERANTWORTUNG

Fünf Gründe, warum Verantwortung im Mittelstand allen gut tut

▶ [weiterlesen](#)



UMFRAGE

Soziale Innovationen im Unternehmen?

▶ [weiterlesen](#)



Ähnliche Artikel

