



📷 Ojo Images/F1online

BEFRAGUNGSERGEBNISSE 2015

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen

Die aktuellen Ergebnisse knüpfen an die erste Untersuchung dieser Art an. Diese wurde im Jahre 2005 durchgeführt. Es zeigen sich Veränderungen beim Verständnis von gesellschaftlicher Verantwortung der Unternehmen.



Detlef Hollmann

Unternehmen sehen sich in zunehmendem Maße als Träger gesamtgesellschaftlicher Verantwortung. Lediglich noch eine von zehn Führungskräften sieht Profitmaximierung als alleinigen Unternehmenszweck – vor zehn Jahren waren es fast noch doppelt so viele.

Im Jahr 2005 wurde unternehmerische Verantwortung noch vornehmlich als Verantwortung gegenüber der eigenen Belegschaft begriffen, in Form gerechter Bezahlung oder des Erhalts von Arbeitsplätzen. Dieser Blickwinkel hat sich seitdem spürbar erweitert, was sich im Umfang der als relevant betrachteten Akteure und Interessen widerspiegelt, sei es als Verantwortung gegenüber der Umwelt, der eigenen Region oder den Zulieferbetrieben.

Einen nicht unbedeutenden Anteil am Siegeszug des CSR-Gedankens hat die Erkenntnis, dass Unternehmen dadurch substantiell profitieren. Während die Motivation für sozialverantwortliches Unternehmertum 2005 noch primär innerbetrieblich begründet wurde (motivierte Mitarbeiter, Weiterführung der Unternehmenstradition), wird CSR heute stärker als imageförderndes Instrument begriffen, das sich sowohl positiv auf die Reputation als auch die Attraktivität des Unternehmens als Arbeitgeber auswirkt. Nichtsdestotrotz gelten zu knappe Budgets als größtes Hindernis für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch die Wirtschaft.

Die Ergebnisse der Emnid Umfrage finden Sie rechts als download.

Publikationen



PUBLIKATION

Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen

► [weiterlesen](#)

PROJEKTE

[Regionale Unternehmensverantwortung](#)

