



CSR MAGAZIN

Unternehmen. Verantwortung. Gesellschaft.



Verantwortung managen



Netzwerke // Power of Zero // Zwangsarbeit // Luftfahrt // Tourismus // Rund ums Holz // Transparenz // Menschenrechte // Messen & Steuern // Auslandsinvestitionen // Creating Shared Value // CSR-Manager berichten // UN Global Compact // CSR im Web // Veranstaltungen // Literatur // Lesermeinungen

Werden Sie Partner im CSR-Netzwerk

- Gestalten Sie Ihr Unternehmen nachhaltig
- Hintergrund und Best Practice für Ihre Strategien
- Aktuelle Informationen, Dialog und Services

Nur 8 Euro
im Monat



ONLINE-SERVICE • QUARTALSMAGAZIN • EVENTS

ZEIT ZU

HANDELN



(Schnupper-)Partner werden unter www.csr-magazin.net



Thomas Beschorner
Wissenschaftlicher
Direktor



Achim Halfmann
Chefredakteur

Rio plus 20: Verantwortung managen

In diesen Tagen feiert der Weltgipfel von Rio de Janeiro seinen zweiten runden Geburtstag. Im Jahr 1992 beschlossen 172 Staaten mit der Agenda 21 einen Aktionsplan für das 21. Jahrhundert. Im Abschnitt „Stärkung der Rolle der Wirtschaft“ wird dabei formuliert, dass es um die „Förderung des Konzepts des verantwortungsvollen unternehmerischen Handelns“ und eine „Erhöhung der Zahl derjenigen Unternehmer, die bei ihren Unternehmungen eine auf nachhaltige Entwicklung ausgerichtete Politik verfolgen“, gehen muss.

Es lässt sich darüber streiten, ob in den vergangenen zwei Jahrzehnten nun viel oder wenig erreicht wurde. Zweifellos kann festgestellt werden, dass eine Diskussion zu Lösungen in Gang gesetzt worden ist, die wir mit dem Leitthema des vorliegenden Heftes unter der Überschrift „Verantwortung managen“ aufgreifen wollen.

Das Managen von Verantwortung, weist gegenüber anderen Managementprozessen gleichwohl einige Besonderheiten auf: Erstens, „Verantwortung managen“ ist nicht nur eine zu beherrschende Managementtechnik, sondern stets aufs Engste mit Wertefragen verbunden. Richtig verstandenes Verantwortungsmanagement basiert auf einer konkreten Wertebasis und entwickelt diese durch den Managementprozess und Erfahrungen weiter. Dieser Aspekt spiegelt sich in den Beiträgen zur Unternehmensvergangenheit, dem Interview „Radikal umdenken: The Power of Zero“ und dem Thema „Wasser – zwischen Menschenrecht und Handelsware“ – wider. Zweitens muss Unternehmensverantwortung quer über alle Abteilungen behandelt werden. Corporate Social Responsibility ist kein neuer Funktionsbereich, sondern eine ganzheitliche neue Denkweise für Management, wie die Themen „Creating Shared Value“ und „CSR-Performances“ zeigen.

Drittens gilt es in zunehmender Weise, sich von der Vorstellung zu verabschieden, es gäbe eine Handvoll praktischer Blaupausen, die für alle denkbaren Fälle verwendet werden könnten. Die Mannigfaltigkeit der Problemfelder, mit denen Unternehmen konfrontiert sind und zu denen sie einen positiven Beitrag leisten können, erfordern vielmehr spezifische Herangehensweisen. Eine Hand voll praktischer Blaupausen reicht nicht. Dies veranschaulichen die branchenbezogenen Beiträge zum Tourismus, dem Gartenbau, zur Holz- und zur Luftfahrtbranche sowie die spezifischen Anforderungen an mittelständische Unternehmen. Zur Thematik spezifischer Praktiken für eine erfolgreiche Unternehmensverantwortung zählt, viertens, das Management spezifischer Kontexte, wie es die Ansätze für internationale CSR-Projekte oder Instrumente zur Analysen von Netzwerken in diesem Heft veranschaulichen.

Die in dieser Ausgabe versammelten Beiträge leisten nicht mehr und nicht weniger als beispielhafte Impulse zu einer umfassenden Thematik. Wir sehen an Rio plus 20 anknüpfend eine besondere Herausforderung für Unternehmen, sich einer Corporate Social Responsibility praktisch anzunehmen und „Verantwortung zu managen“, ja darüber hinausgehend „Verantwortung zu unternehmen“.

Ganz aktuell – nahezu post scriptum – freuen wir uns, Ihnen abschließend mitteilen zu können: Das CSR MAGAZIN wurde von der Deutschen Fachpresse zum „Fachmedium des Jahres 2012“ in der Kategorie „Beste Neugründung“ gewählt. Wir freuen uns sehr über diese Anerkennung und wünschen Ihnen eine anregende Lektüre mit den „ausgezeichneten“ Beiträgen unserer Autoren.

Achim Halfmann und Thomas Beschorner
redaktion@csr-magazin.net



Unternehmen stellen sich ihrer Vergangenheit

Die Geschichte eines Unternehmens ist ein entscheidendes Merkmal seiner Identität. Die Geschichte eines Unternehmens ist ein entscheidendes Merkmal seiner Identität. Die Geschichte eines Unternehmens ist ein entscheidendes Merkmal seiner Identität.

6



G



Netzwerke analysieren und gestalten: Einblicke in ein neues Instrument

Wie leben unsere Netzwerke? Und wie kann man sie gestalten? Einblicke in ein neues Instrument.

12



Einblicke in ein neues Instrument

Das Leben in einer Netzwerkgesellschaft gestalten.



Verantwortung über den Wolken

Fluglärmbelastung, Treibhausgas-Emissionen und Pannen beim Flughafenbau.

14



Verantwortung über den Wolken

Fluglärmbelastung, Treibhausgas-Emissionen und Pannen beim Flughafenbau.



Mit offenen Karten: Transparenz im Gartenbau

Die Forderung nach Transparenz löst Angst aus. Die Forderung nach Transparenz löst Angst aus.

22



Mit offenen Karten: Transparenz im Gartenbau

Die Forderung nach Transparenz löst Angst aus. Die Forderung nach Transparenz löst Angst aus.

EDITORIAL Seite 3

THEMEN

Unternehmen stellen sich ihrer Vergangenheit

Die Geschichte eines Unternehmens ist ein entscheidendes Merkmal seiner Identität.

VON THOMAS FELDHAUS Seite 6

Radikal umdenken: The Power of Zero

Im Gespräch mit John Elkington.

VON TORSTEN SEWING Seite 9

Netzwerke analysieren und gestalten: Einblicke in ein neues Instrument

Das Leben in einer Netzwerkgesellschaft gestalten.

VON THOMAS BESCHORNER Seite 12

AKTEURE

Verantwortung über den Wolken

Fluglärmbelastung, Treibhausgas-Emissionen und Pannen beim Flughafenbau.

VON JÜRGEN BUSCHER..... Seite 14

CSR im Tourismus:

Thema angekommen – Aktionen selten

Der nachhaltige Tourismus ist raus aus der Nische.

VON STEFAN RAICH Seite 16

Holz und Nachhaltigkeit: ein ideales Gespann

Die Wurzeln der Nachhaltigkeit sind eng mit Holz verbunden.

VON MARC WILHELM LENNARTZ Seite 19

DIALOG

Mit offenen Karten: Transparenz im Gartenbau

Die Forderung nach Transparenz löst Angst aus.

VON SILKE PETERS Seite 22

Unser täglich Wasser:

Menschenrecht oder Handelsware

Der Zugang zu sauberem Wasser ist ein Menschenrecht. Darf man Wasser verkaufen?

VON NINA KOLLEGER UND PETER SEELE Seite 24

CSR-Performance: Ohne Messen kein Steuern

Wie können nicht finanzielle Leistungen messbar gemacht werden?

VON KRISTIN VORBOHLE..... Seite 26

WISSEN

CSR: Türöffner für Auslandsinvestitionen

Mit der Globalisierung engagieren sich auch Mittelständler im Ausland.

VON CHARLOTTE SCHMITZ..... Seite 28

Creating Shared Value: Soziale Verantwortung als Unternehmensstrategie

Das Konzept Creating Shared Value gilt als Basis für die nächste Innovationswelle.

VON TONG-JIN SMITH Seite 30

TITEL

Verantwortung managen – nicht nur der PR zuarbeiten

Wie CSR-Manager zu Change-Agents werden.

VON ACHIM HALFMANN Seite 33

Checkliste: Verantwortung managen Seite 37

Experteninterviews:

BSH: Mitarbeiter werden zu Beteiligten Seite 38

HP: Diversity Management bei HP Seite 39

SanLucar: Viele Schritte zum großen Ziel Seite 40

CONTENT PARTNER

Zur Relevanz und Arbeitsweisen lokaler Netzwerke in D-A-CH

UN Global Compact: Wie funktionieren die

Netzwerke? UNIVERSITÄT ST. GALLEN Seite 42

Kollektives Handeln in lokalen Global Compact Netzwerken

Über „collective action“ und „policy dialogues“.

BERTELSMANN STIFTUNG Seite 44

SERVICE

Studien Seite 46

Literatur Seite 47

Events Seite 48

CSR im Web Seite 49

In eigener Sache Seite 50



28



30



33

IMPRESSUM

Die Broschüre wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt. Das Papier stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und alle beteiligten weiterverarbeitenden Betriebe erfüllen die Anforderungen des FSC für die Produktionskette.



Chefredakteur und Herausgeber
Achim Halfmann (CSR NEWS) v.i.S.d.P.
Thomas Beschoner

Redaktion
Jürgen Buscher, Thomas Feldhaus, Thomas Hajduk, Nina Kollegger, Marc Wilhelm Lennartz, Silke Peters, Stefan Raich, Charlotte Schmitz, Peter Seele, Torsten Sewing, Tong-Jin Smith, Kristin Vorbohle

Anschrift Redaktion und Verlag
CSR NEWS GmbH
Unterscheideweg 13
42499 Hückeswagen
Tel.: +49 (0)2192 8770000
E-Mail: redaktion@csr-magazin.net
http://www.csr-news.net

Textredaktion und Koordination
Ute Jaxtheimer
Gunther Schunk

Bildredaktion
Kristin Vorbohle

Layout
Kristin Albrecht, Carolin Frank,
Elena Anetzberger, Michaela Deppe

Herstellung
Frank Schormüller

Druck
Hoehl-Druck Medien + Service GmbH
Gutenbergstraße 1
36251 Bad Hersfeld

Kommunikation (Anzeigen, Banner)
Gerhard Holzwart
h&g Editors GmbH
Welsersstraße 5
81373 München
Telefon: +49 (0) 89-97 89 99-298
E-Mail: marketing@csr-news.net

Erscheinungsweise
4 x jährlich – quartalsweise

Bezugspreis
Monatlich 8,00 € – Beinhaltet die Ausgabe des Printprodukts „CSR MAGAZIN“, sowie den Zugang zum Online-Auftritt bei CSR NEWS

Erfüllungsort und Gerichtsstand
Würzburg

CSR MAGAZIN ist eine Kooperation von CSR NEWS GmbH und Vogel Business Media GmbH & Co. KG