

Brigitte Liebig (Hrsg.)

# Corporate Social Responsibility in der Schweiz

Massnahmen und Wirkungen

, • HOCHSCHULE  
|™ LIECHTENSTEIN  
Bibliothek

Haupt Verlag  
Bern • Stuttgart • Wien

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis. . . . .	11
Tabellenverzeichnis. . . . .	13
Corporate Social Responsibility als soziales Kapital: Einleitung und Überblick. . . . .	15
<i>Brigitte Liebig/Francesco Castelli</i>	
TEIL I: Wie wirkt soziales Engagement? Fallstudien zu Kosten und Nutzen von Corporate Social Responsibility. . . . .	23
I. Employability - Engagement zur Förderung der Beschäftigungsfähigkeit von Mitarbeitenden. . . . .	24
<i>Corinna Semling</i>	
1. Einleitung . . . . .	24
2. Methoden . . . . .	26
3. Employability bei Endress + Hauser. . . . .	28
3.1 Zur Genese der Employability Massnahmen. . . . .	28
3.2 Wirkungen und Wirkungsketten. . . . .	35
3.3 Zum Nutzen der Förderung von Employability. . . . .	41
4. Zur Optimierung von Investitionen. . . . .	43
II. Gender & Diversity - Engagement im Bereich Gleichstellung und personelle Vielfalt . . . . .	45
<i>Brigitte Liebig</i>	
1. Einleitung . . . . .	45
2. Methoden . . . . .	47
3. Gender & Diversity bei der IBM und der Feller AG. . . . .	50
3.1 Zur Genese sozialverantwortlichen Handelns. . . . .	50
3.2 Kosten verantwortlichen Handelns. . . . .	53
3.3 Wirkungen des betrieblichen Engagements Etablierung eines psychologischen und sozialen Vertrags. . . . .	57
3.4 Zum betriebswirtschaftlichen Nutzen verantwortlichen Handelns. . . . .	64
4. Zur Optimierung des Engagements. . . . .	68

III. Corporate Volunteering & Corporate Giving - Engagement im Bereich Freiwilligenarbeit und Spenden/Sponsoring . . . . .	76
<i>Francesco Castelli</i>	
Corporate Volunteering . . . . .	76
1. Einleitung . . . . .	76
2. Methoden . . . . .	78
3. Corporate Volunteering in der Collano AG . . . . .	81
3.1 Genese des verantwortlichen Handelns . . . . .	82
3.2 Kosten von Corporate Volunteering . . . . .	84
3.3 Barrieren und Schwierigkeiten der Umsetzung . . . . .	84
3.4 Wirkungen von Corporate Volunteering . . . . .	86
3.5 Nutzen von Corporate Volunteering . . . . .	88
3.6 Zur Optimierung von Investitionen . . . . .	90
4. Fazit . . . . .	91
Corporate Giving . . . . .	94
1. Einleitung . . . . .	94
2. Methoden . . . . .	96
3. Corporate Giving bei der SwissRe . . . . .	98
3.1 Genese sozialverantwortlichen Handelns . . . . .	98
3.2 Kosten von Corporate Giving . . . . .	98
3.3 Barrieren und Schwierigkeiten bei der Umsetzung . . . . .	99
3.4 Wirkungen von Corporate Giving . . . . .	100
3.5 Nutzen von Corporate Giving . . . . .	103
3.6 Zur Optimierung von Investitionen . . . . .	106
4. Fazit . . . . .	107
IV. Fair Trade - Engagement im Bereich fairen wirtschaftlichen Handels . . . . .	110
<i>Kati Korn</i>	
1. Einleitung . . . . .	110
2. Zum Kosten-Nutzen-Verhältnis sozialen Engagements: theoretische Überlegungen am Beispiel des Fair Trade . . . . .	112
3. Methoden . . . . .	117
4. Fair Trade bei MIGROS . . . . .	121
4.1 Genese . . . . .	121

## Inhaltsverzeichnis

4.2	Kosten von Fair Trade. . . . .	123
4.3	Barrieren und Schwierigkeiten bei der Umsetzung . . . .	126
4.4	Wirkungen von Fair Trade. . . . .	128
4.5	Zum Nutzen von Fair Trade. . . . .	133
4.6	Optimierung. . . . .	136
5.	Fazit. . . . .	137
V.	Fallstudien zur Corporate Social Responsibility -	
	Zentrale Erkenntnisse. . . . .	141
	<i>Ulrich Pekruhl</i>	
1.	Zur Genese von CSR in den untersuchten Unternehmen. . . . .	141
2.	Kosten von CSR. . . . .	145
3.	Wirkungen und Nutzen von CSR. . . . .	147
4.	Möglichkeiten zur Optimierung. . . . .	149
TEIL II: Corporate Social Responsibility		
	Schweizweite Studien. . . . .	151
VI.	Der gesellschaftliche Beitrag von Schweizer Unternehmen -	
	Leistungswirkungen einer strategisch motivierten Philanthropie . . . .	152
	<i>Thomas Ryser</i>	
1.	Einleitung. . . . .	152
2.	Theoretischer Rahmen. . . . .	154
3.	Methoden. . . . .	158
4.	Sozialökologisch verantwortliches Handeln von Unternehmen in der Schweiz - die Resultate. . . . .	161
4.1	Motive und Entstehungsfaktoren für Massnahmen im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung von Schweizer Unternehmen. . . . .	162
4.2	Zum Einfluss interner Anspruchsgruppen auf die Entstehung von sozialökologischen Massnahmen. . . . .	167
4.3	Prädiktoren des Engagements im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung. . . . .	171
4.4	Herausforderungen an das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen. . . . .	176

5.	Felder des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen in der Schweiz . . . . .	189
5.1	Berücksichtigung des sozialökologischen Engagements von Kunden und Lieferanten . . . . .	190
5.2	Das Engagement im Bereich Corporate Governance . . . . .	194
5.3	Engagement im Bereich der ökologisch nachhaltigen Unternehmensführung - ein Handlungsfeld für die Industrie. . . . .	197
5.4	Soziales Engagement für Mitarbeitende . . . . .	200
5.5	Aktivitäten im Bereich des Sponsorings und Spenden - ein typisches Handlungsfeld für Dienstleistungsunternehmen. . . . .	203
5.6	Gesellschaftliches Engagement zur Generierung von wirtschaftlichem Nutzen?. . . . .	205
6.	Zum gesellschaftlichen Beitrag von Schweizer Unternehmen - Optimierungsmöglichkeiten. . . . .	207
VII.	Betriebliche Sozialarbeit - wer engagiert sich und aus welchen Gründen?. . . . .	215
	<i>Edgar Baumgartner</i>	
1.	Einleitung . . . . .	215
2.	Das Feld der Betrieblichen Sozialarbeit . . . . .	216
3.	Betriebliche Sozialarbeit: aus moralischem Empfinden oder ökonomisch begründet?. . . . .	218
4.	Das Engagement der Unternehmen im Bereich der Betrieblichen Sozialarbeit . . . . .	221
5.	Bedingungen des Engagements im Bereich Betriebliche Sozialarbeit . . . . .	223
6.	Fazit . . . . .	226
VIII.	Bibliografie. . . . .	227
IX.	Autorinnen und Autoren. . . . .	240