

CSR in kleinen und mittleren Unternehmen –
aktueller Stand und zukünftige Entwicklung

Vergleichende Erhebung in Deutschland,
Frankreich und Polen

Methodik der Befragung in Frankreich, Polen und Deutschland

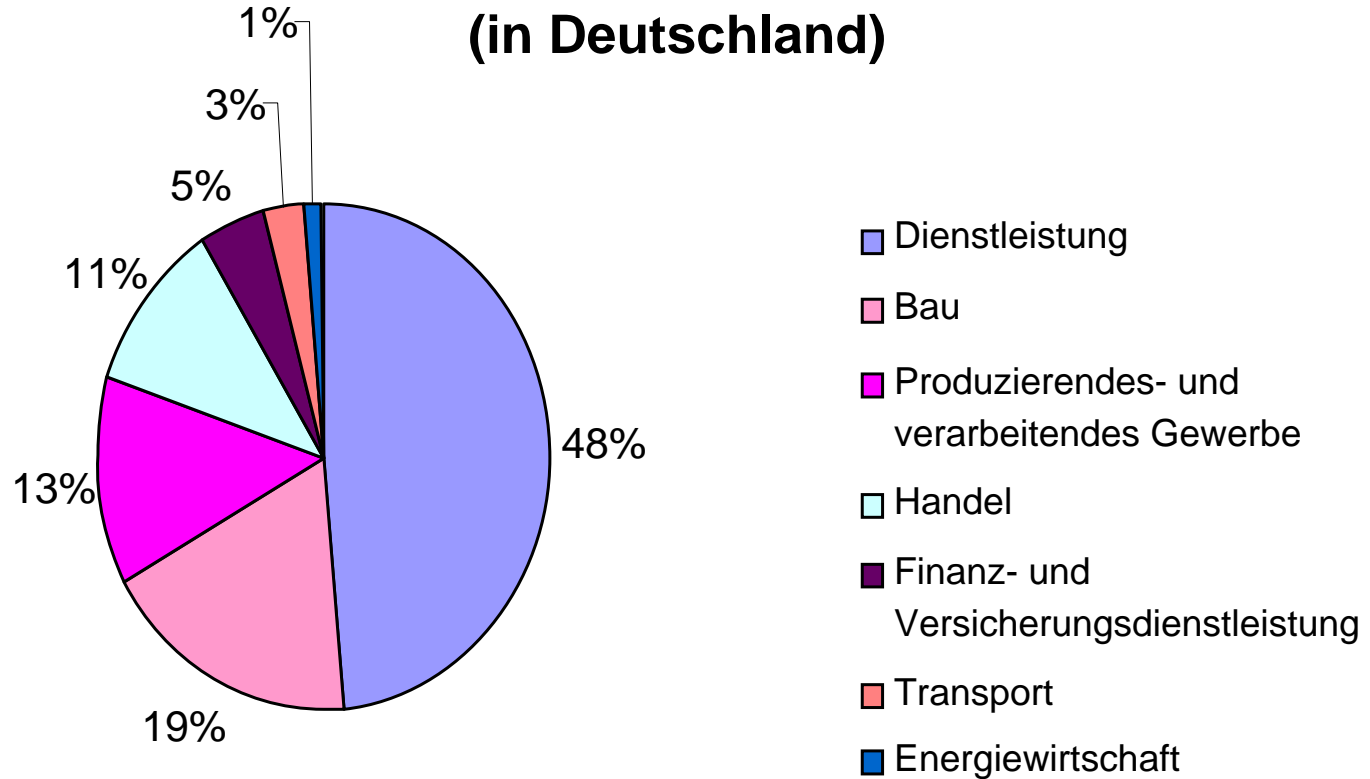
In Frankreich wurden 561 Unternehmen im Rahmen einer Zufalls-Stichprobenerhebung telefonisch kontaktiert. Von diesen Betrieben haben sich 116 Unternehmen bereit erklärt bei der Befragung mitzumachen. In der Auswertung wurden jedoch nur 81 Unternehmen berücksichtigt, die zwischen 50 - 249 Mitarbeiter haben.

In Polen wurden 28 Unternehmen telefonisch und per Online-Fragebogen befragt, die zwischen 1 - 500 Mitarbeiter haben.

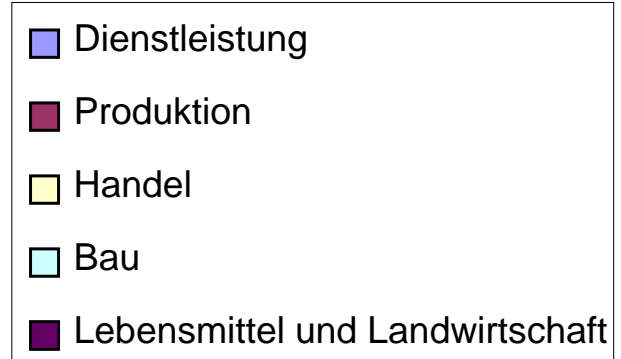
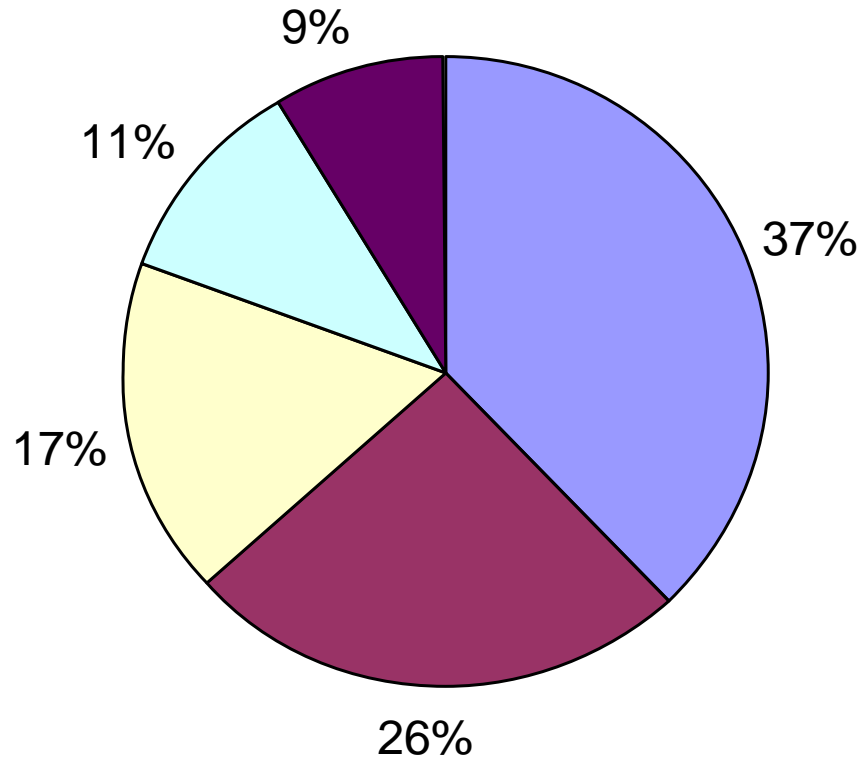
In Deutschland wurde der Onlinefragebogen an Inhaber und Führungskräfte kleiner und mittlerer Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern über die „Wirtschaftsjunioren Deutschland“ (WJD) und den „Markplatz Mittelstand“ versandt. 949 Unternehmen haben auf die Kontaktaufnahme reagiert indem sie auf den Link aus dem Newsletter zum Fragebogen geklickt haben. Von diesen haben 145 Unternehmen den Fragebogen anonym ausgefüllt.

Bei einem Vergleich der nationalen Ergebnisse sind die unterschiedlichen Panel-Strukturen der drei Stichproben zu berücksichtigen.

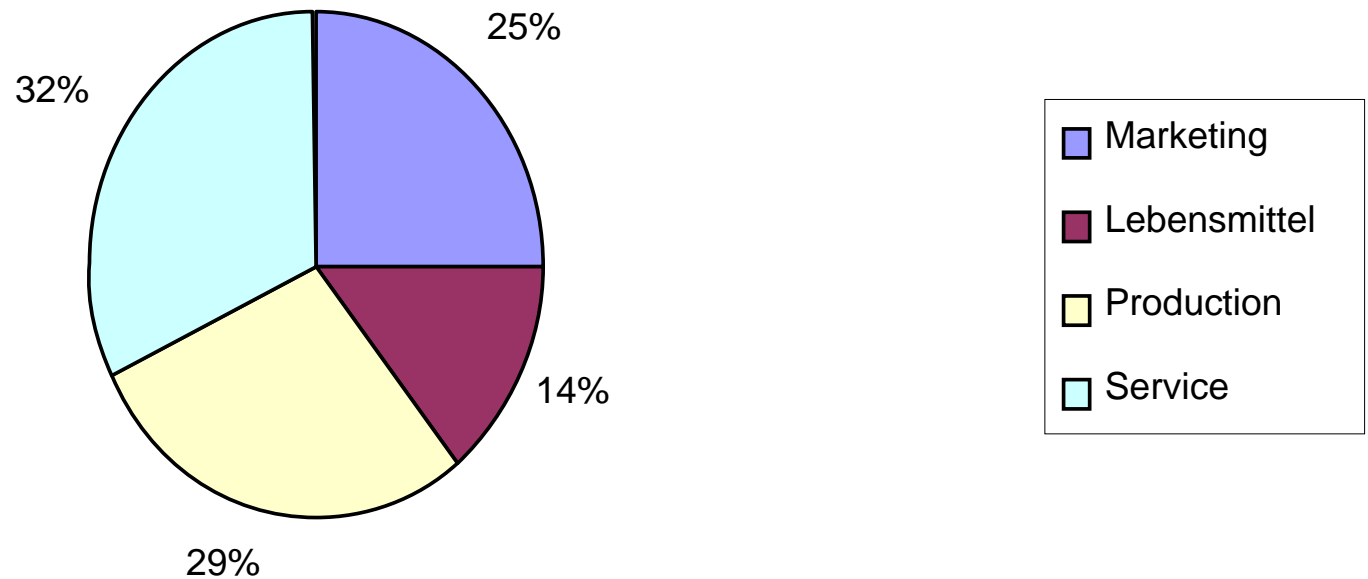
Unternehmen nach Branche in Prozent (in Deutschland)



Unternehmen nach Branche in Prozent (in Frankreich)



Unternehmen nach Branche in Prozent (in Polen)



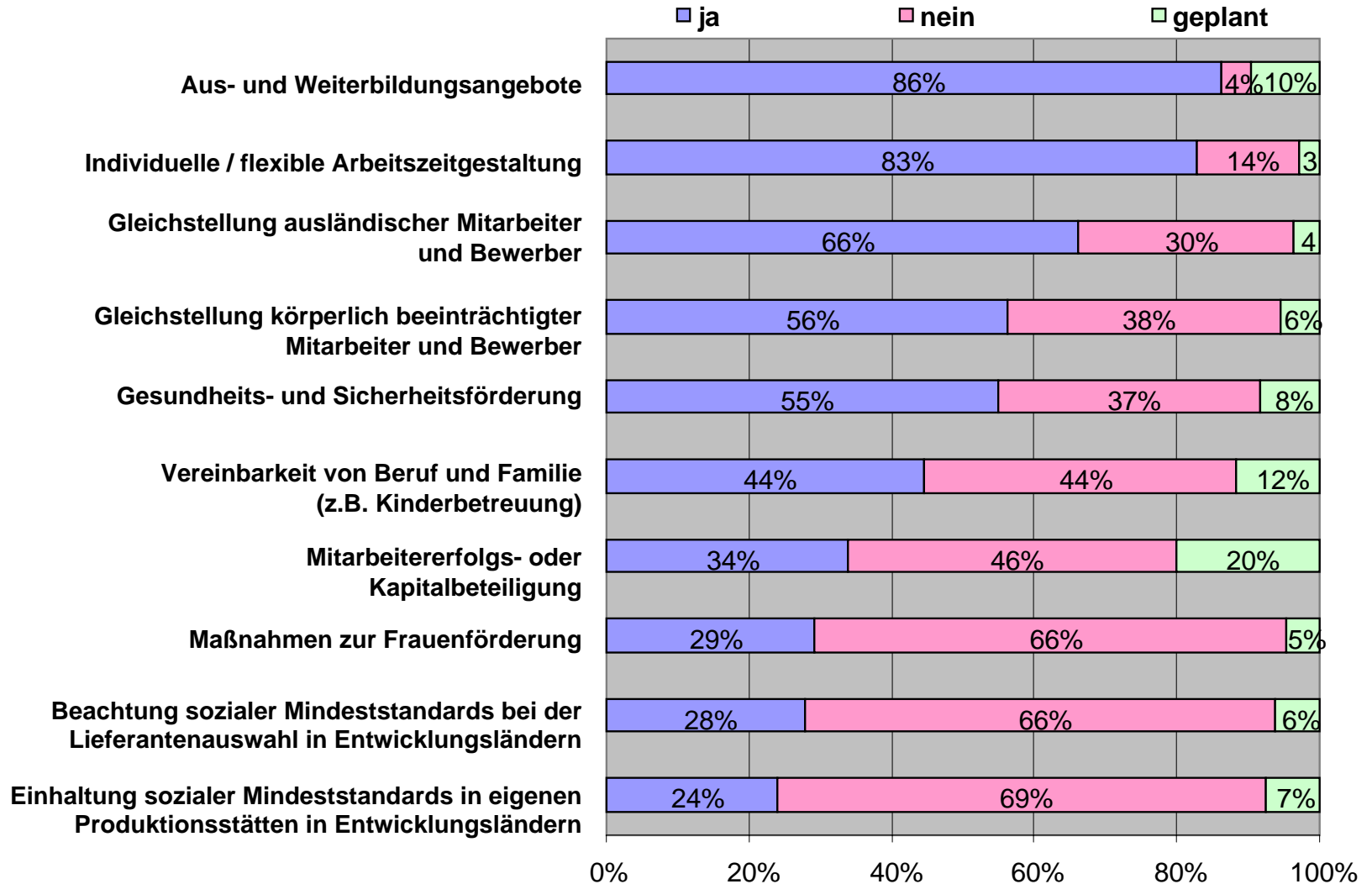
Vergleich der Unternehmen nach Branchen

In allen drei Ländern kommen die meisten teilnehmenden Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche.

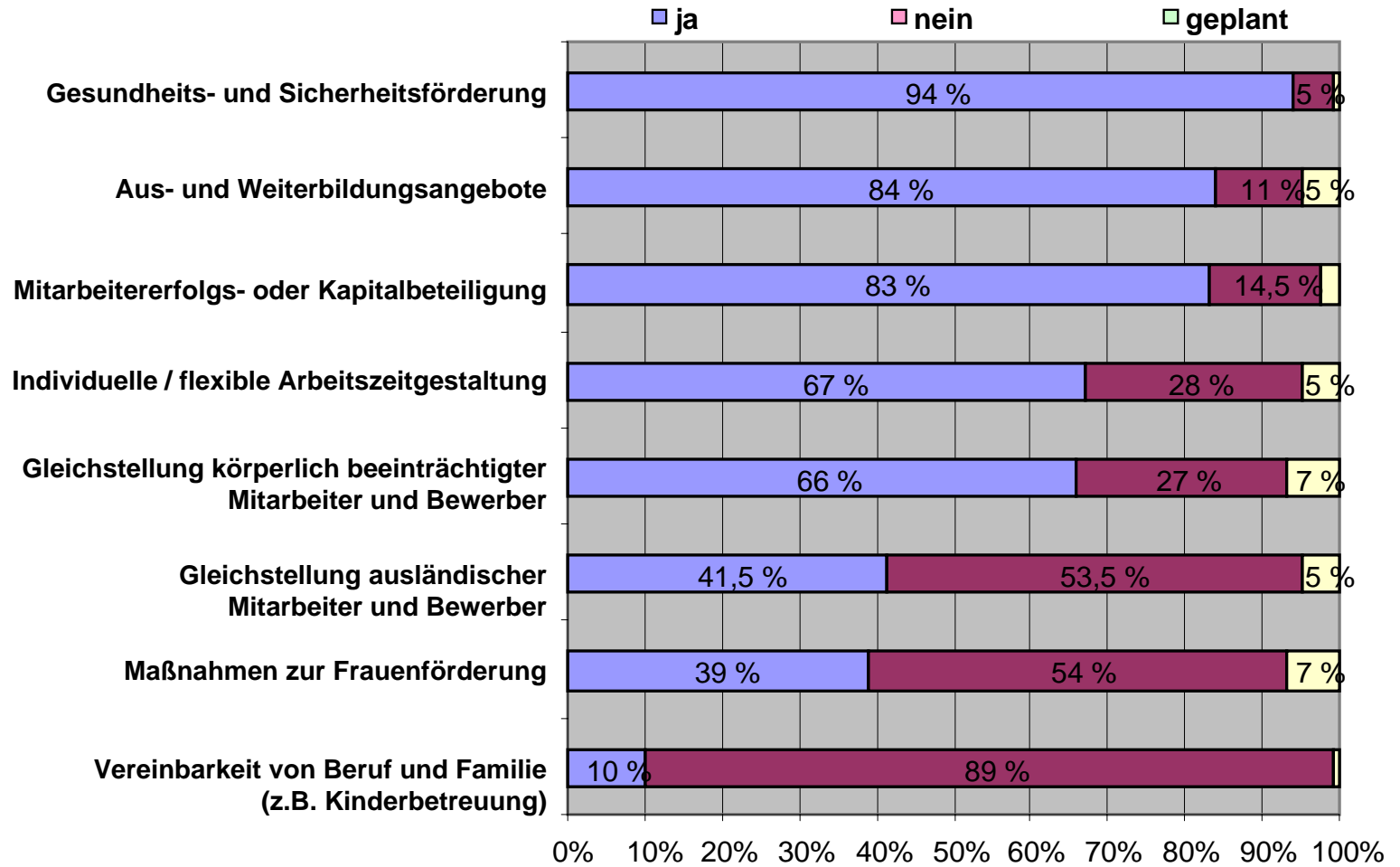
Danach sind viele Unternehmen im produzierenden Gewerbe tätig.

Da die Branchensystematik zwischen den beteiligten Ländern variiert, ist keine direkte Vergleichbarkeit gegeben.

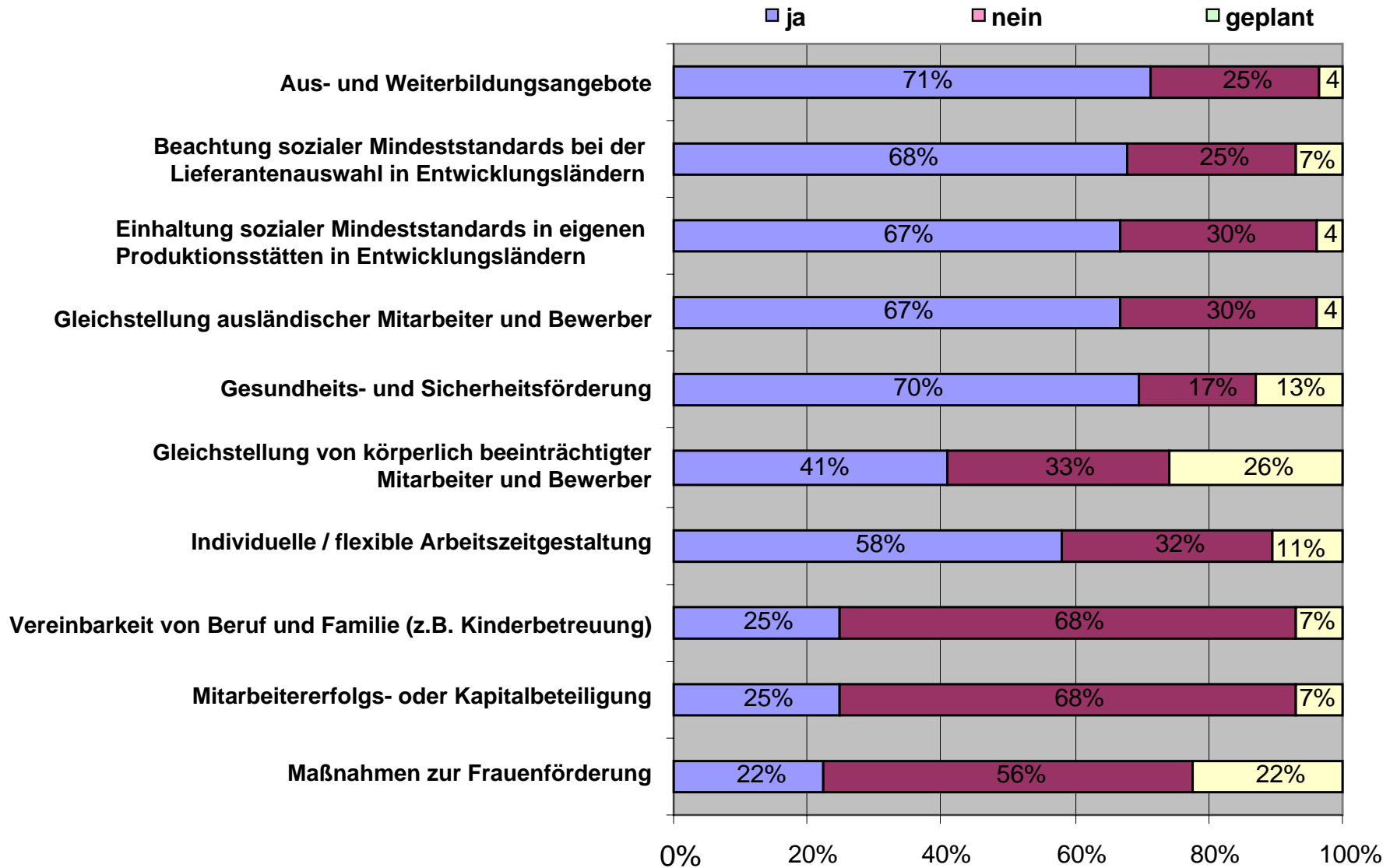
Engagement für Mitarbeiter (In Deutschland)



Engagement für Mitarbeiter (in Frankreich)



Engagement für Mitarbeiter (in Polen)



Vergleich des Engagements für Mitarbeiter

In allen drei Ländern hat die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter die höchste Priorität.

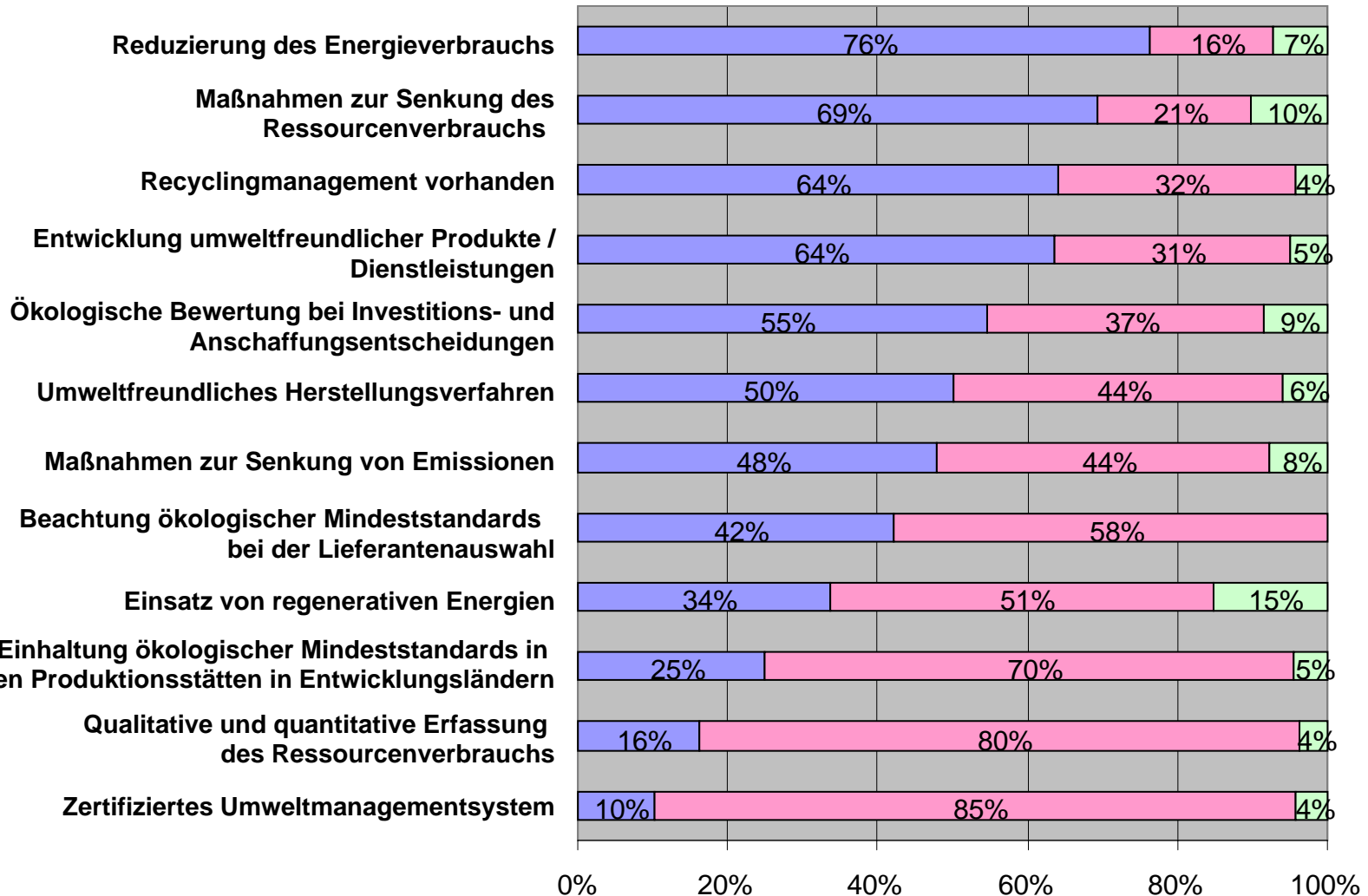
Für die Zukunft ist in Polen die Gleichbehandlung von körperlich beeinträchtigten Mitarbeitern und Bewerbern das wichtigste Thema.

Auch in Frankreich wird dieses Thema, neben der Frauenförderung am häufigsten für die Zukunft geplant.

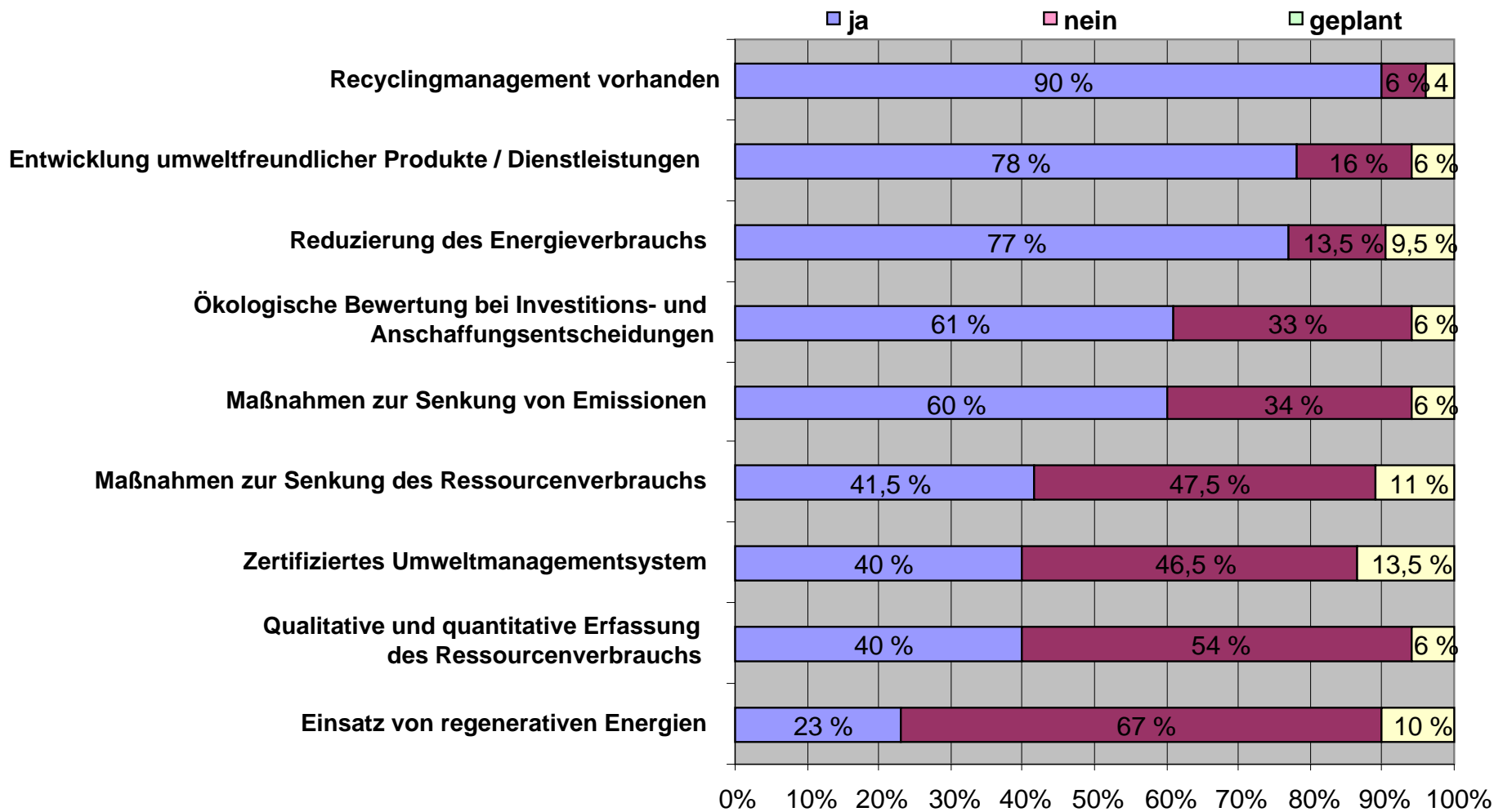
In Deutschland ist es die Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmen.

Engagement für die Umwelt (in Deutschland)

■ ja ■ nein ■ geplant

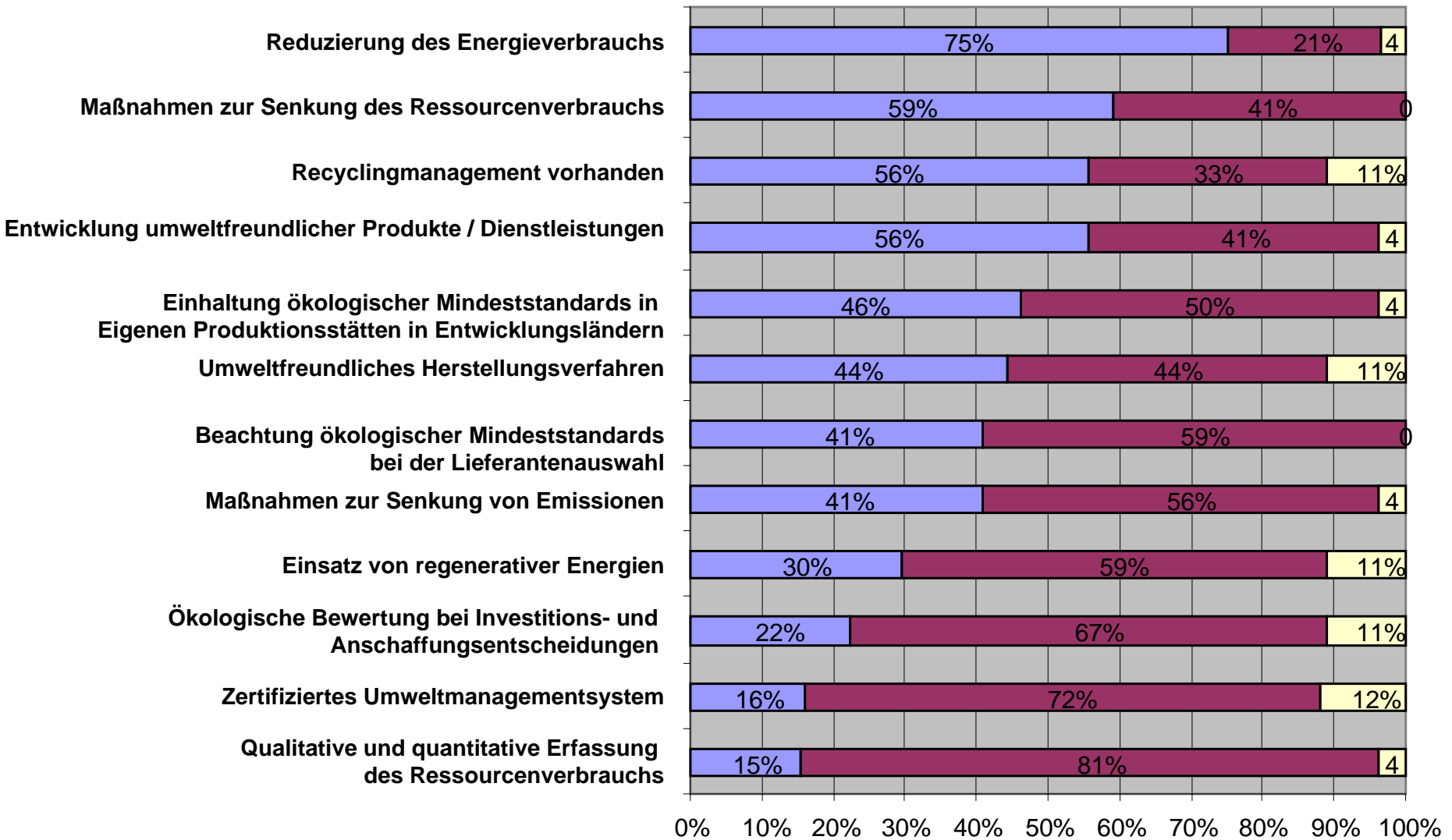


Engagement für die Umwelt (in Frankreich)



Engagement für die Umwelt (in Polen)

■ ja ■ nein ■ geplant

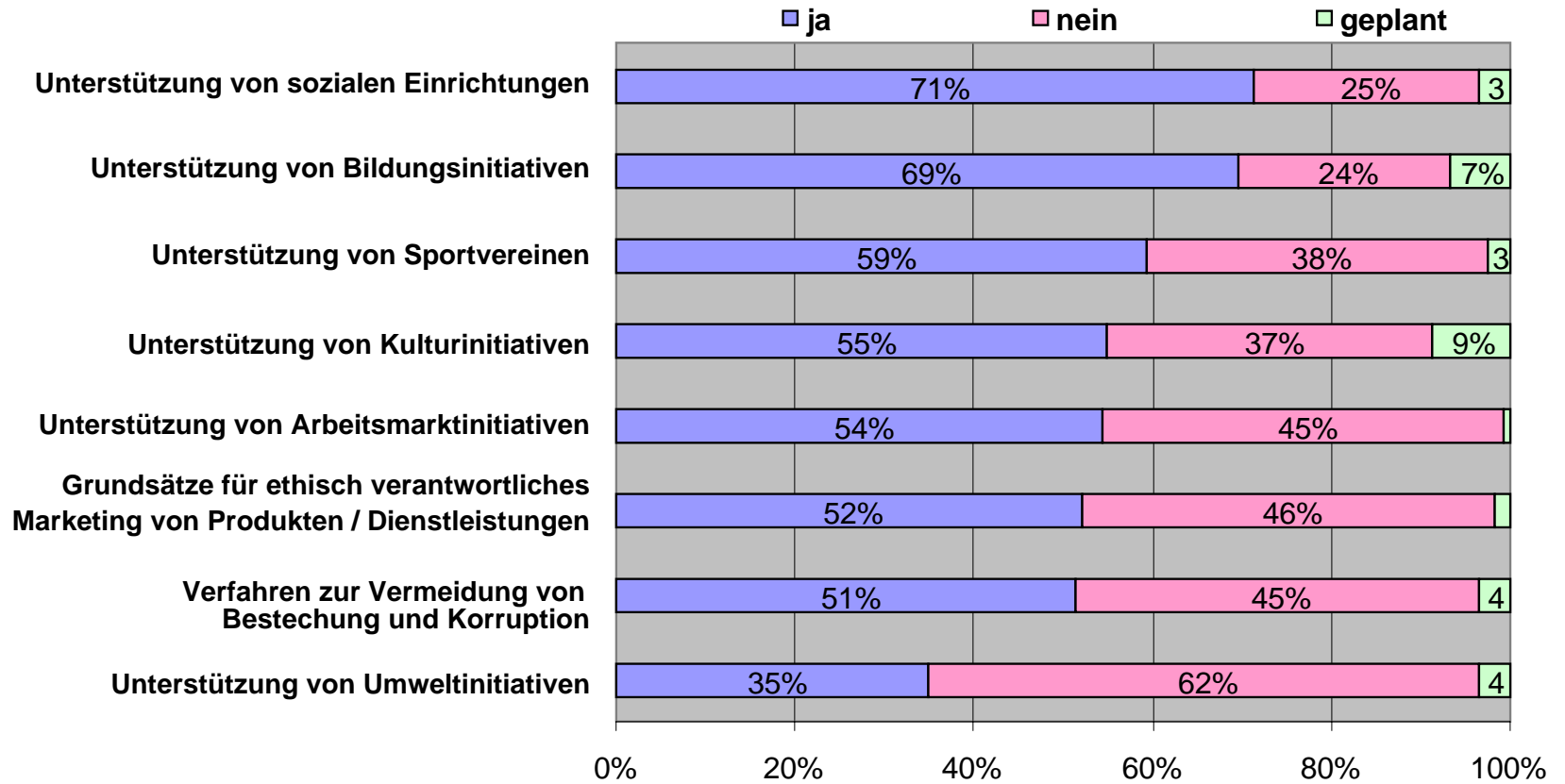


Vergleich des Engagements für die Umwelt

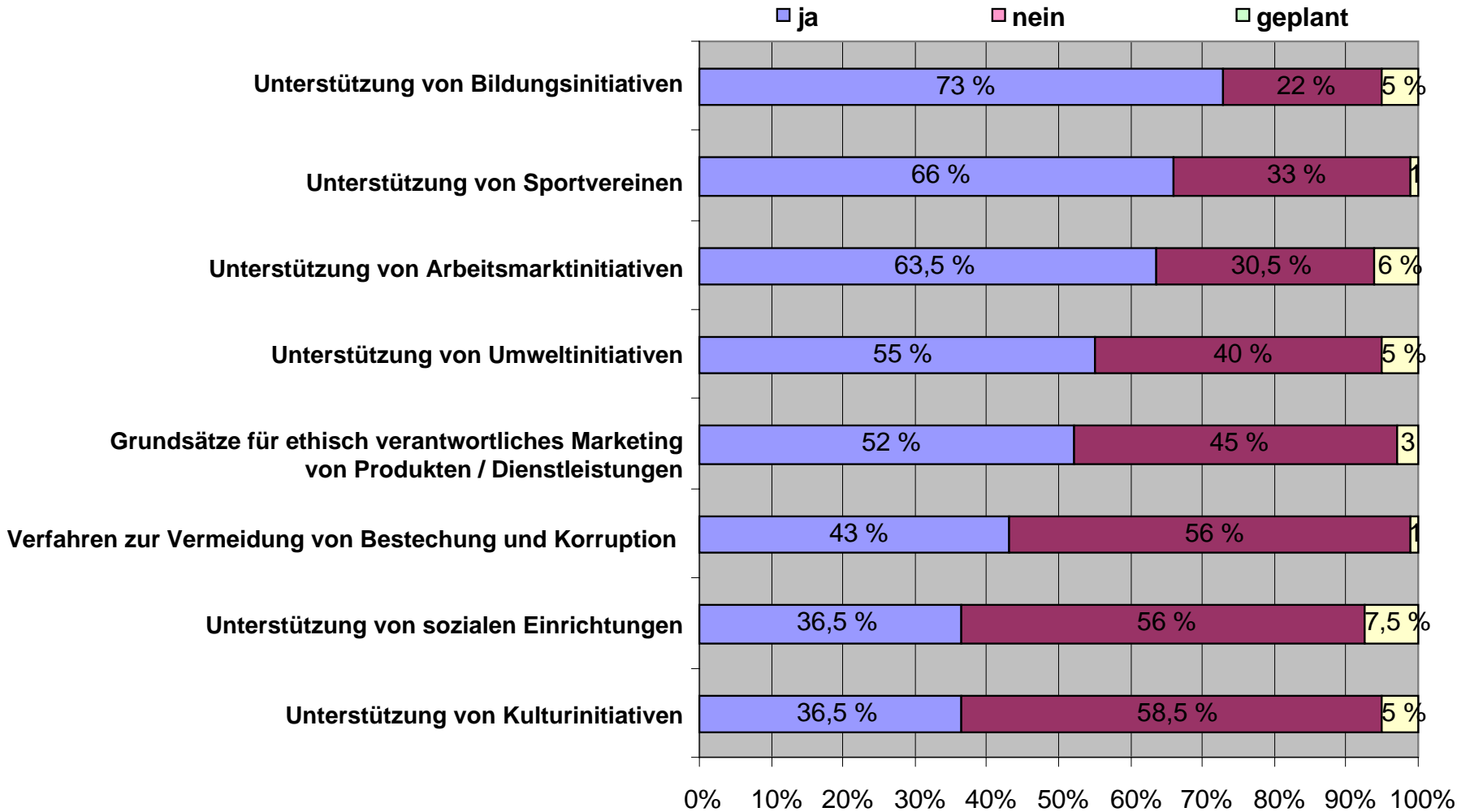
In allen drei Ländern werden innerhalb der ersten drei Ränge die Reduzierung des Energieverbrauchs und das Recyclingmanagement genannt. In Polen und Deutschland zudem Maßnahmen zur Senkung des Ressourcenverbrauchs, dafür wird an dieser Stelle in Frankreich die Entwicklung umweltfreundlicher Produkte / Dienstleistungen angegeben.

Für die Zukunft wird in Polen und Frankreich die Umweltzertifizierung von den meisten Unternehmen geplant. In Deutschland wird es der Einsatz regenerativer Energien sein.

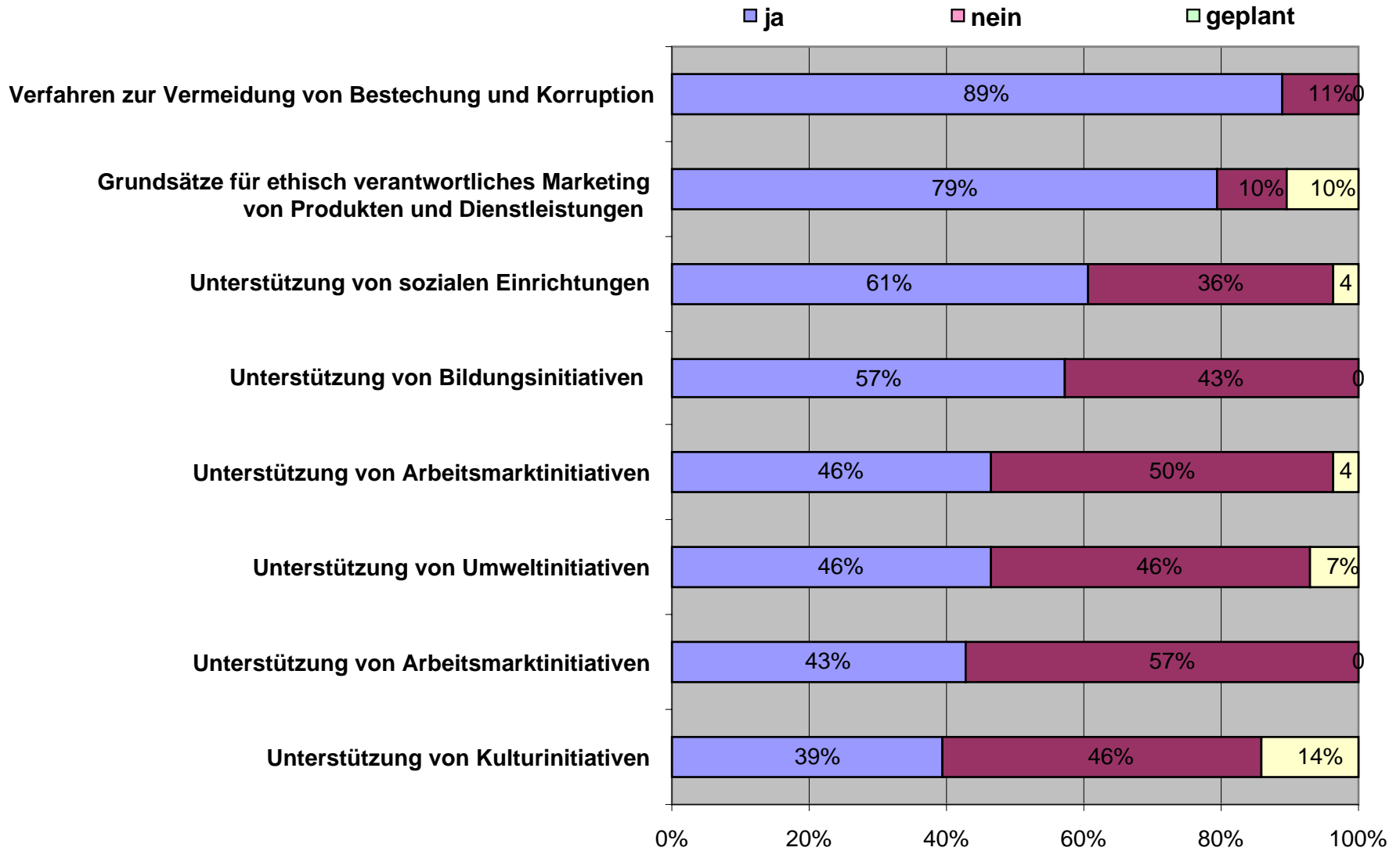
Engagement für die Gesellschaft (in Deutschland)



Engagement für die Gesellschaft (in Frankreich)



Engagement für die Gesellschaft (in Polen)

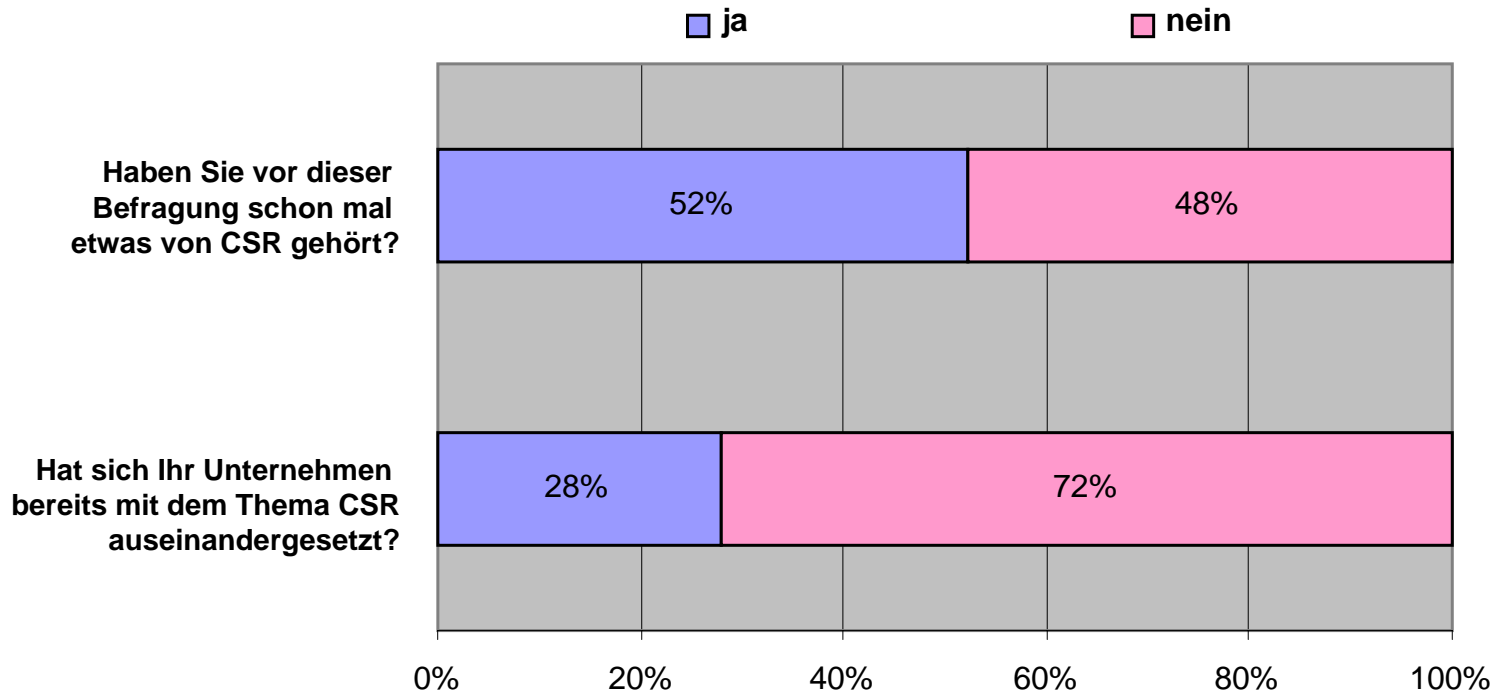


Vergleich des Engagements für die Gesellschaft

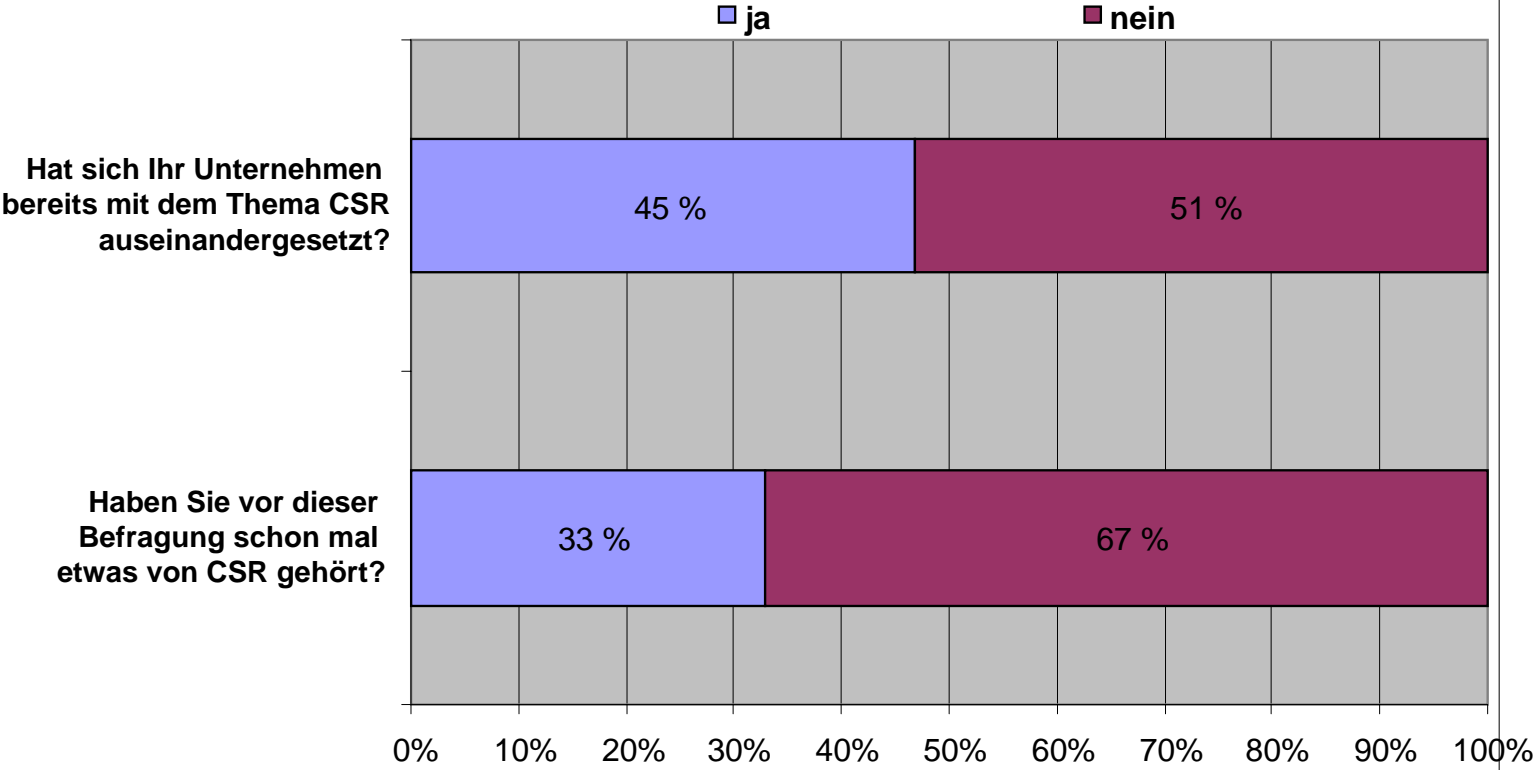
Im Ländervergleich zeigen Frankreich, Polen und Deutschland ein sehr unterschiedliches Engagement für die Gesellschaft. Während in Frankreich die Unterstützung für Bildung und Sport an oberster Stelle steht, ist es in Polen die Vermeidung von Bestechung und Korruption und Grundsätze für ethisch verantwortliches Marketing von Produkten und Dienstleistungen. In Deutschland werden am häufigsten soziale Einrichtungen und Bildungsinitiativen unterstützt.

In Zukunft werden in Polen und Deutschland am häufigsten Kulturinitiativen unterstützt werden. In Frankreich werden es soziale Einrichtungen sein.

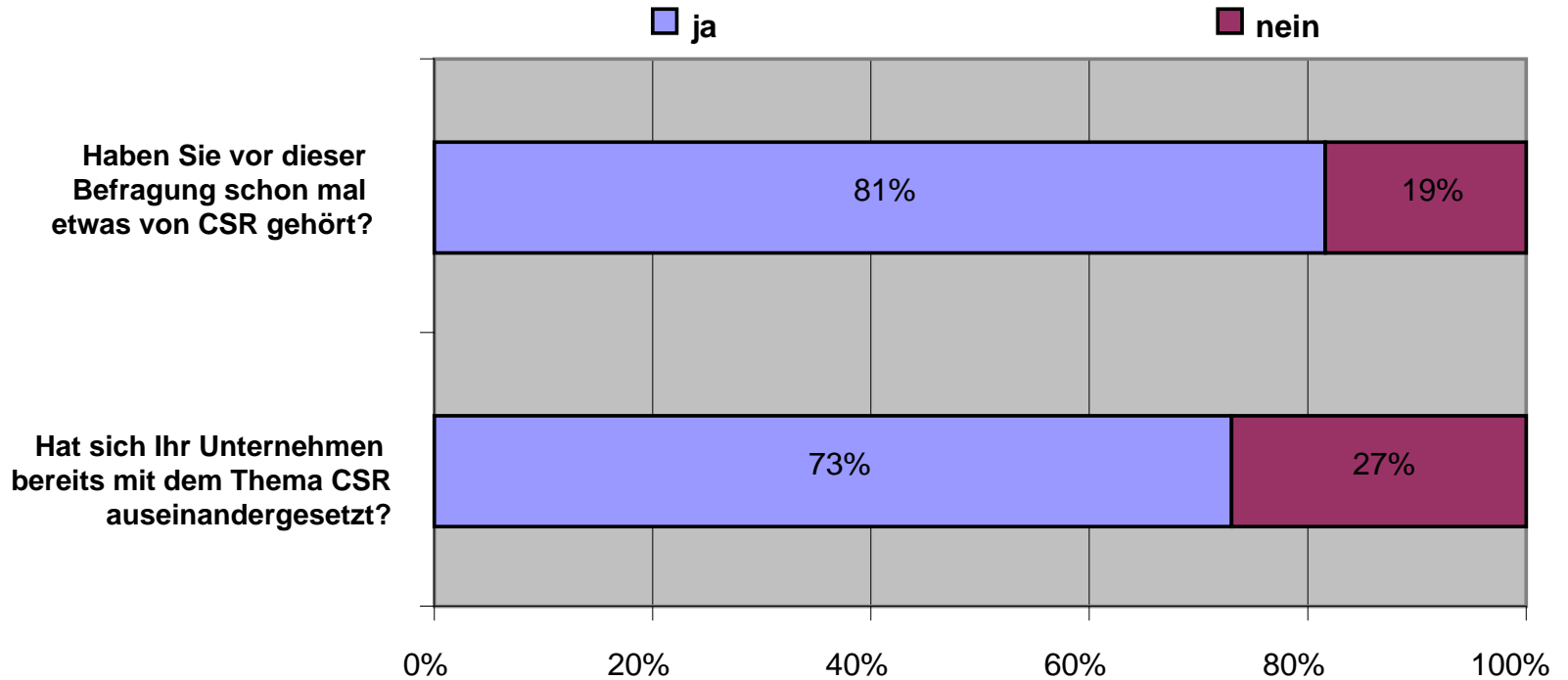
Bekanntheit von CSR bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (in Deutschland)



Bekanntheit von CSR bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (in Frankreich)



Bekanntheit von CSR bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (in Polen)

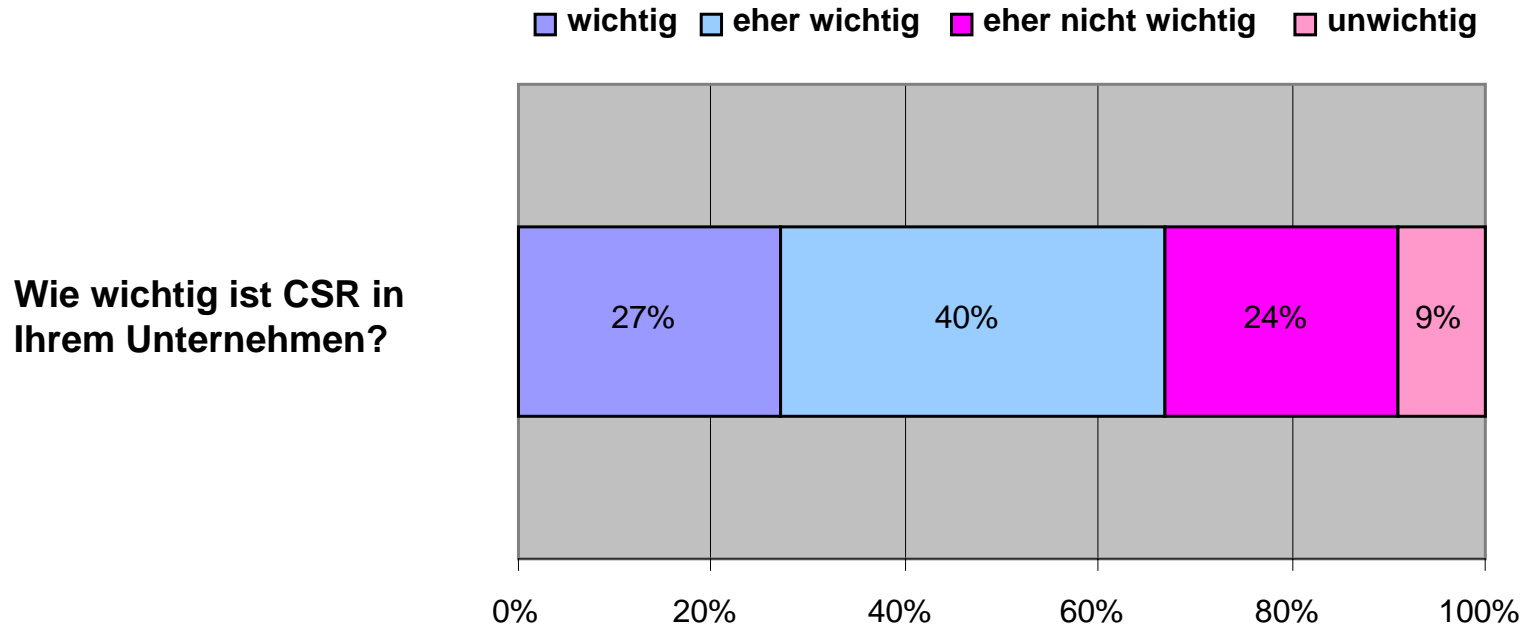


Bekanntheit von CSR im Ländervergleich

In Polen haben 81 Prozent der KMU den Begriff CSR bereits gehört und ist somit im Ländervergleich am bekanntesten. Danach folgt Deutschland, wo ca. die Hälfte (52%) der KMU schon etwas davon gehört haben und anschließend Frankreich wo nur für ein Drittel der KMU CSR ein Begriff ist.

Auch in der tatsächlichen Auseinandersetzung mit dem Thema im Unternehmen führt Polen mit 73%. Danach kommt Frankreich mit 45 Prozent am Schluss Deutschland wo weniger als 1/3 der KMU sich mit CSR für das eigene Unternehmen auseinandergesetzt haben.

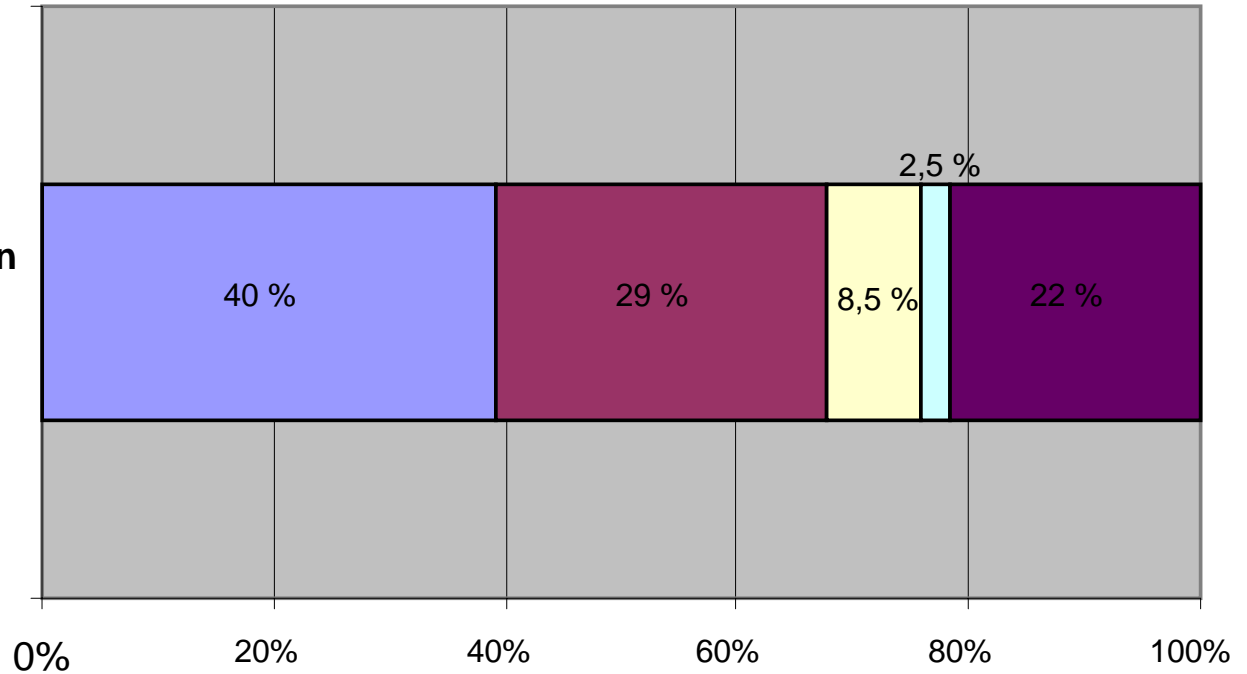
Relevanz von CSR bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (in Deutschland)



Relevanz von CSR bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (in Frankreich)

■ wichtig ■ eher wichtig ■ eher nicht wichtig ■ unwichtig

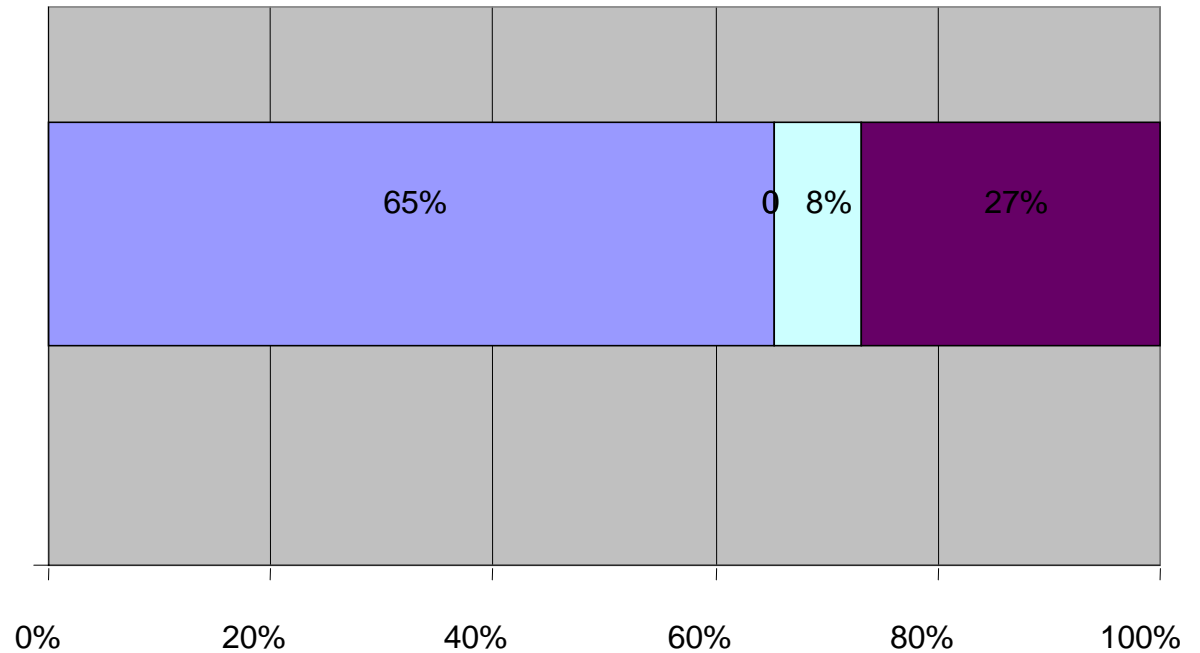
Wie wichtig ist CSR in Ihrem Unternehmen?



Relevanz von CSR bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (in Polen)

■ wichtig ■ eher wichtig ■ eher nicht wichtig ■ unwichtig

Wie wichtig ist CSR in Ihrem Unternehmen?

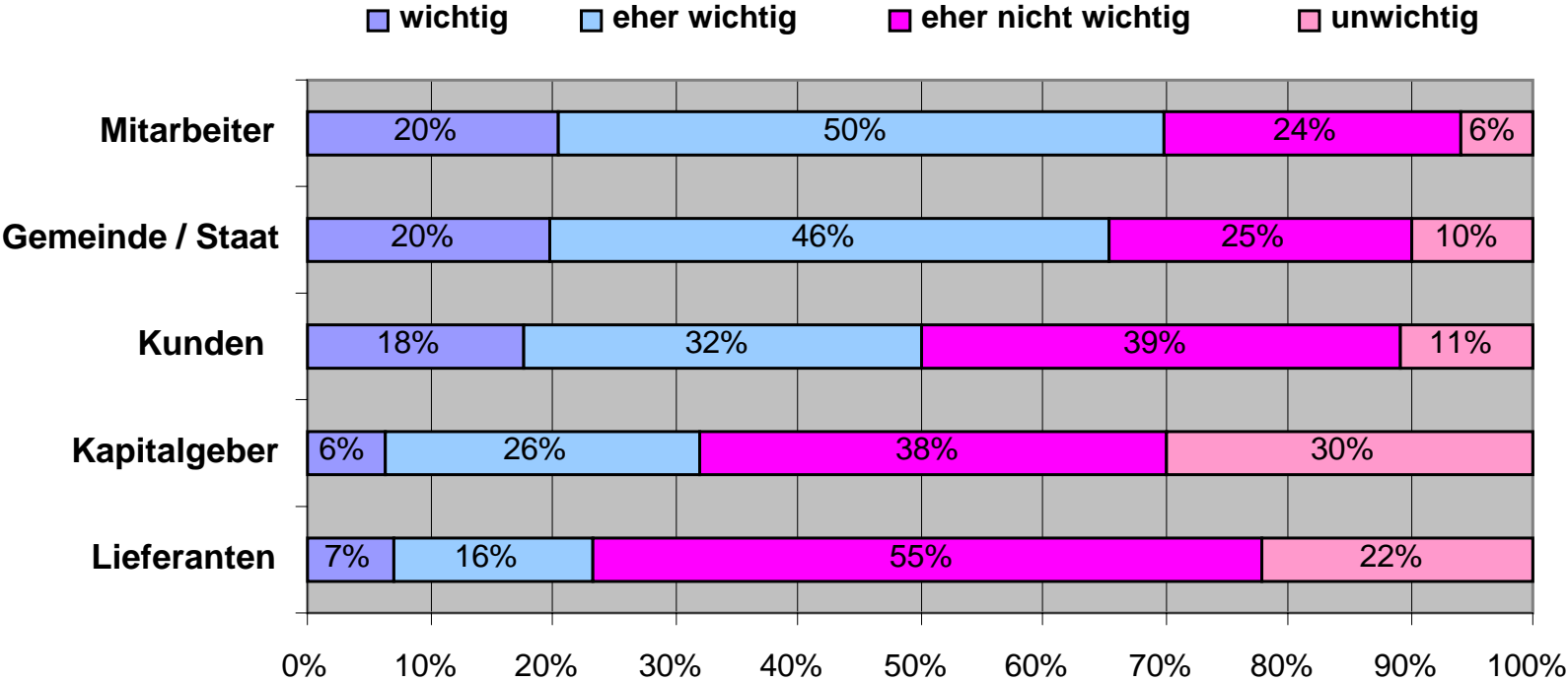


Vergleich der Relevanz von CSR in KMU

In allen drei Ländern geben die meisten Unternehmen an, dass CSR wichtig ihrem Unternehmen ist.

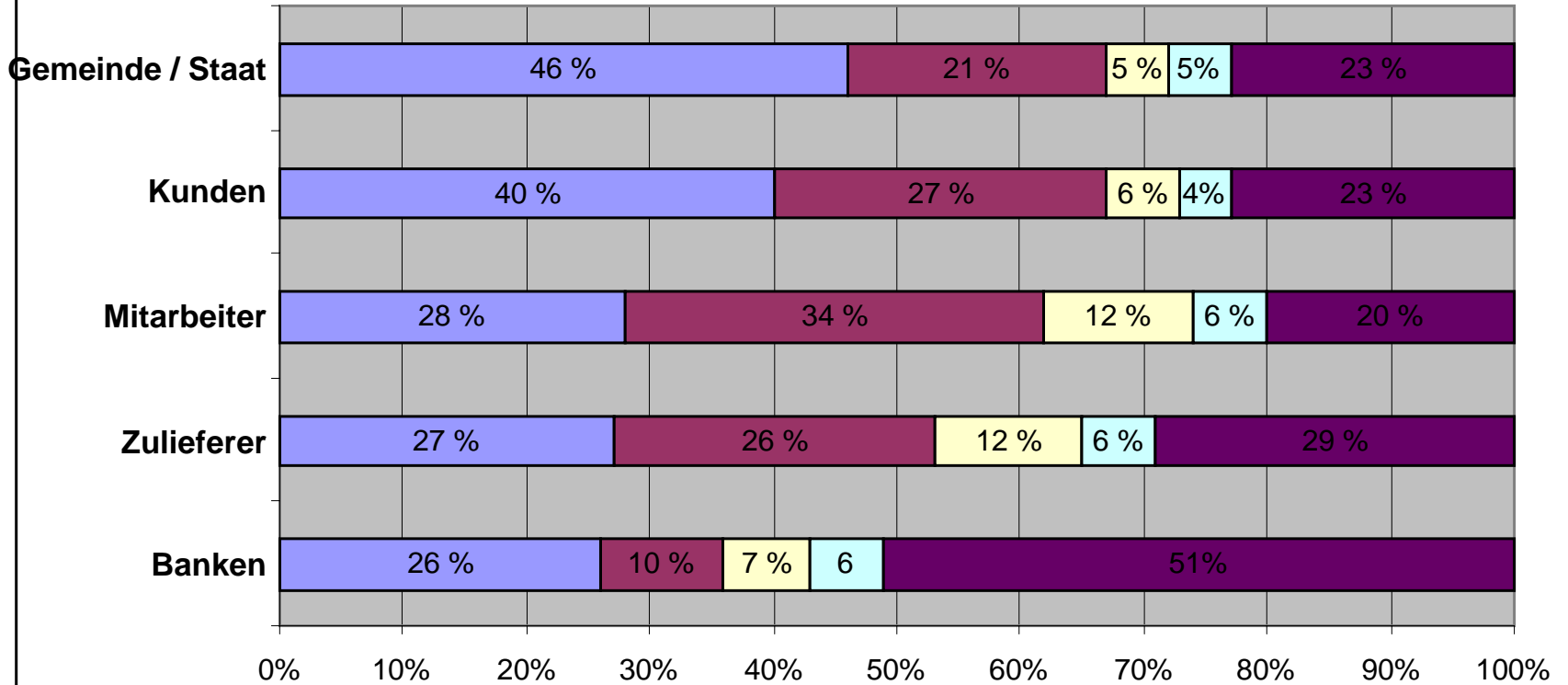
In Polen sind es 65 Prozent, in Deutschland 67 Prozent und in Frankreich 69 Prozent.

Relevanz von CSR für Stakeholder (in Deutschland)

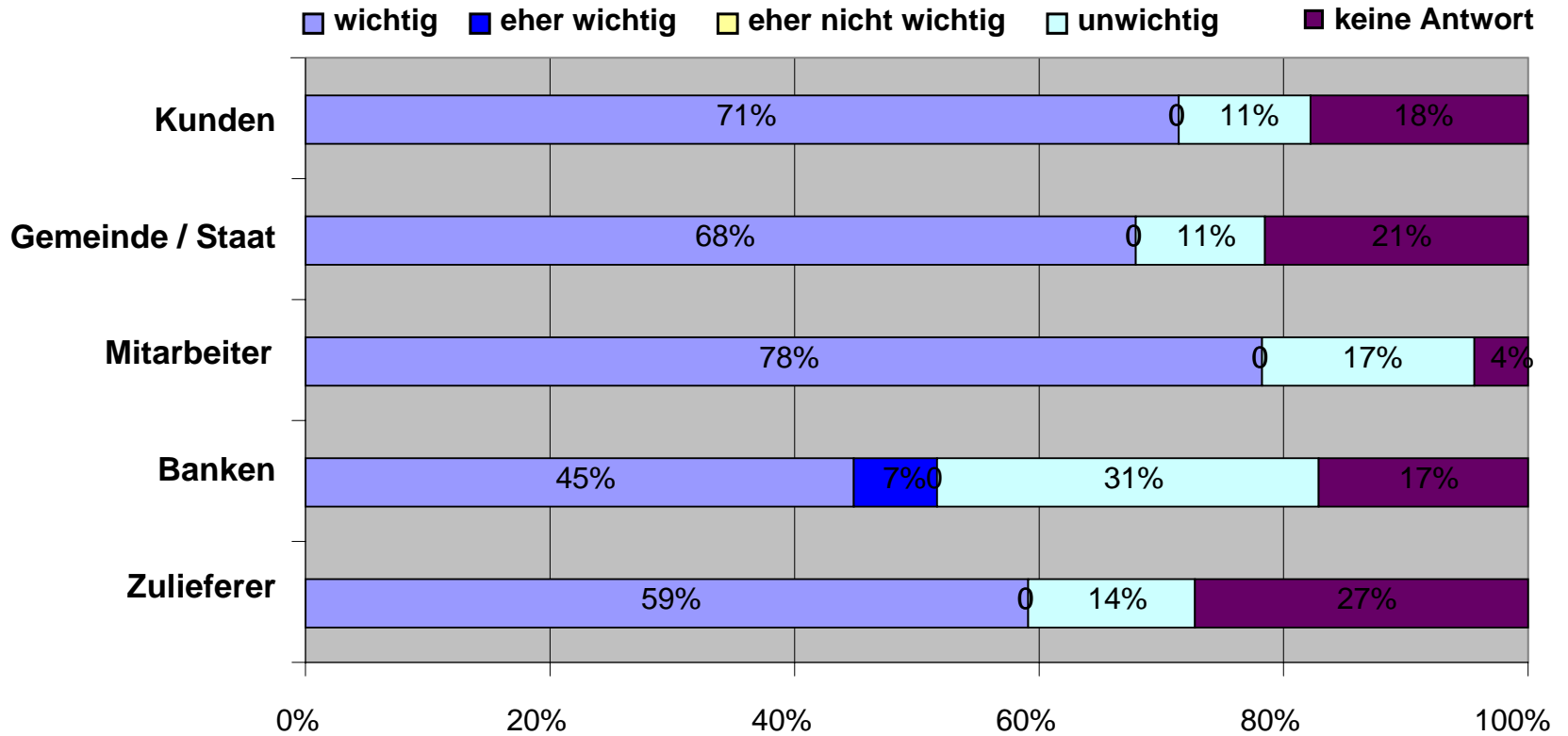


Relevanz von CSR für Stakeholder (in Frankreich)

■ wichtig ■ eher wichtig ■ eher nicht wichtig ■ unwichtig ■ keine Antwort



Relevanz von CSR für Stakeholder (in Polen)

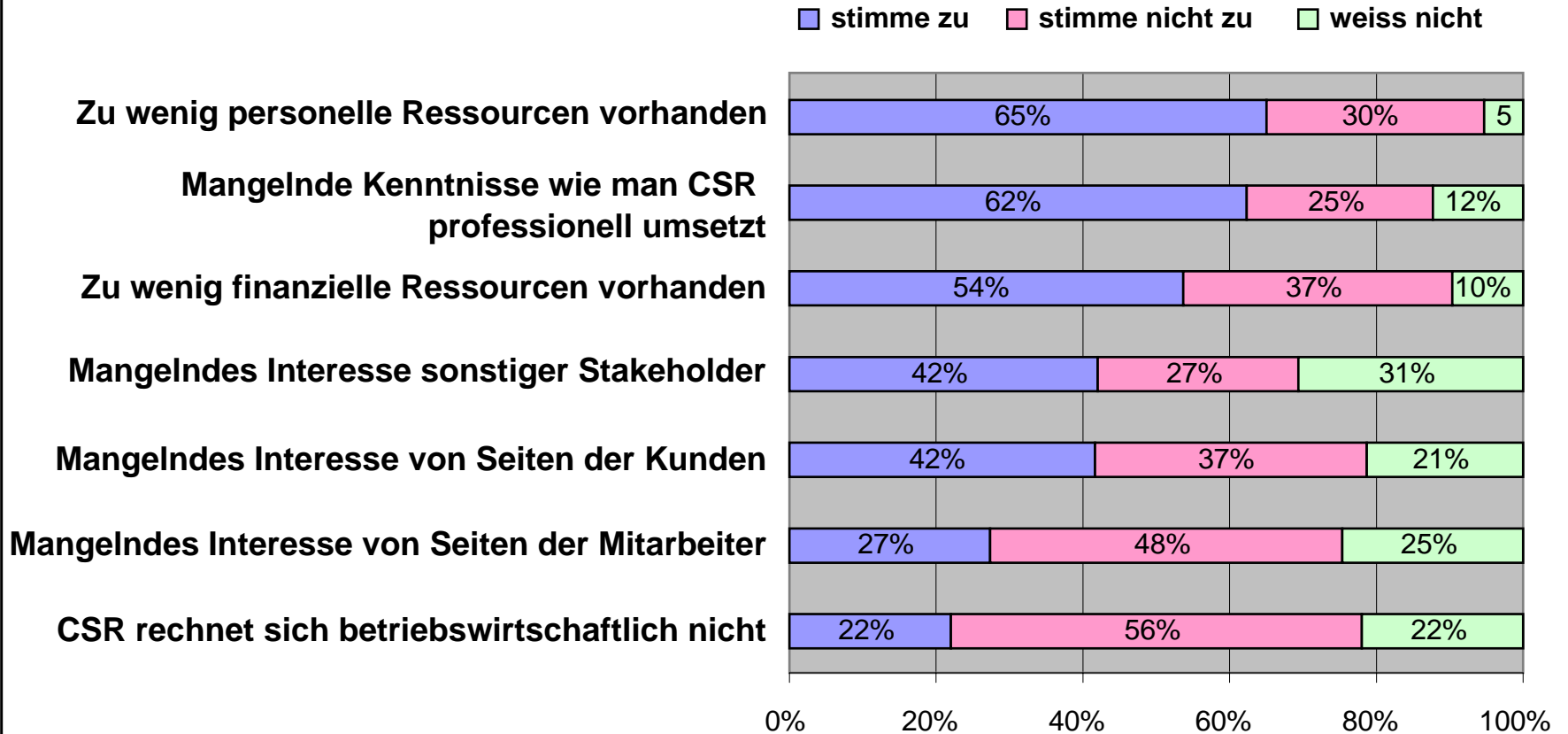


Vergleich der Relevanz von CSR für Stakeholder

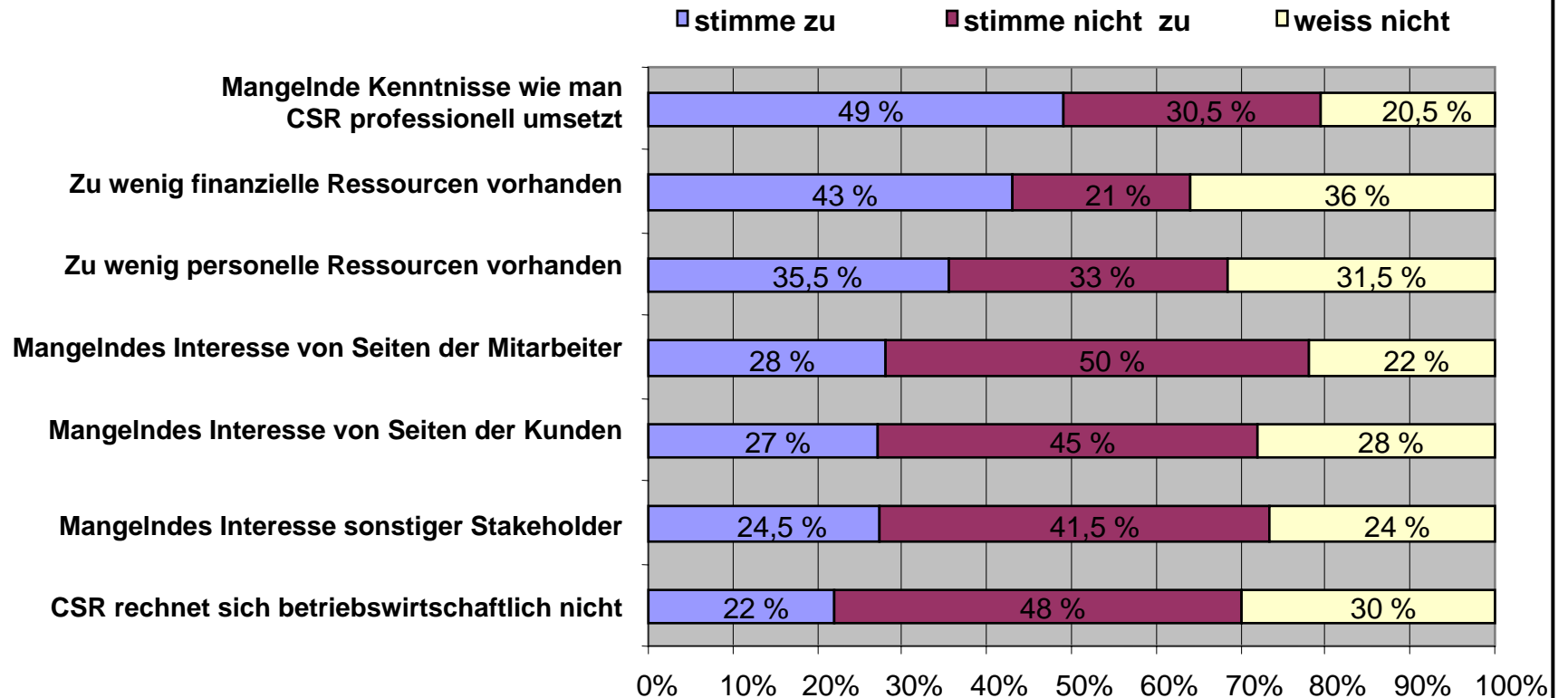
Während in Polen und Deutschland die eigenen Mitarbeiter als der wichtigste Stakeholder für KMU genannt werden, sind es in Frankreich die Kunden.

Am unwichtigsten werden in Polen und Deutschland die Lieferanten angesehen und in Frankreich die Banken.

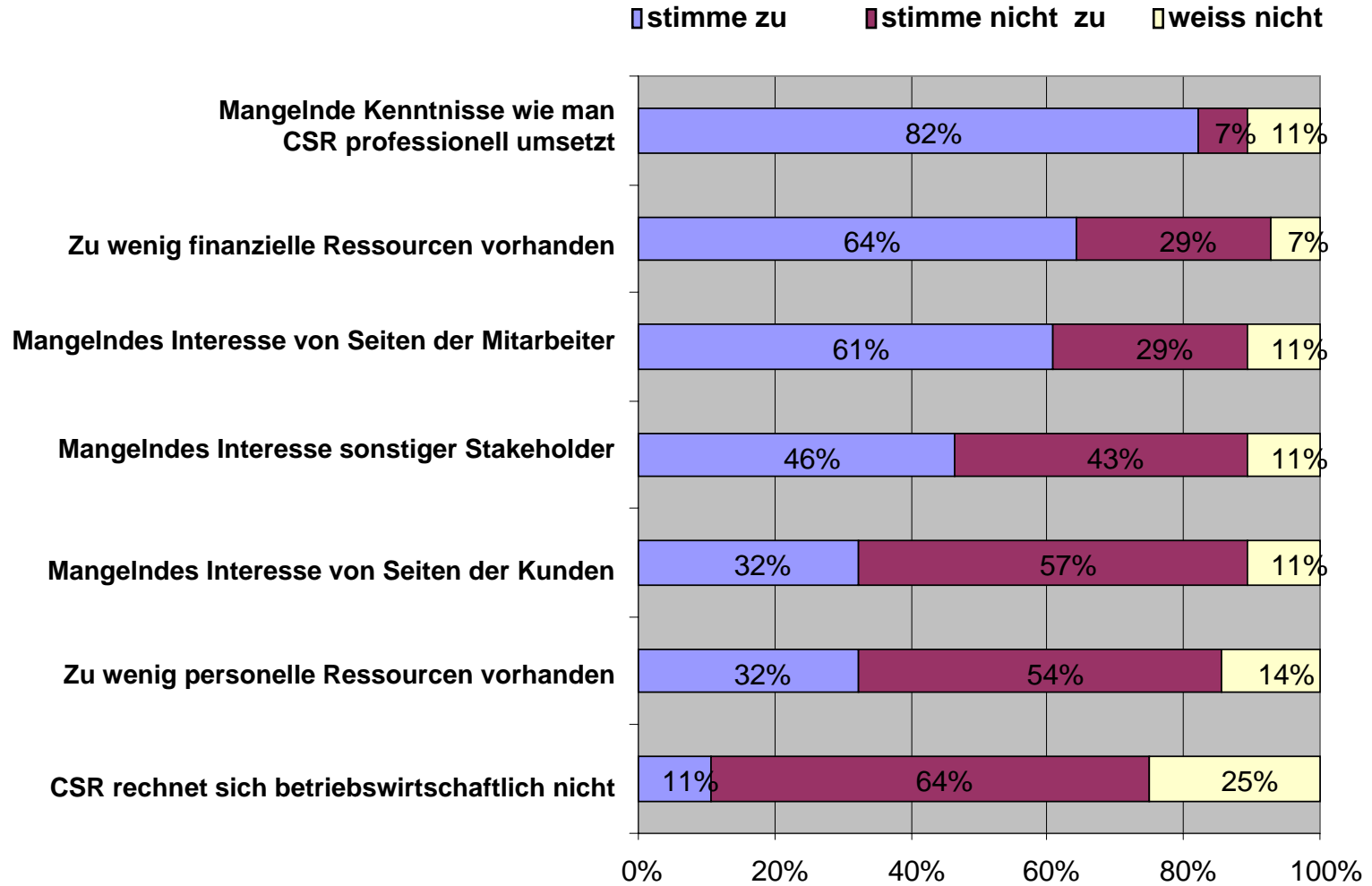
Hemmnisse zur Umsetzung von CSR (in Deutschland)



Hemmnisse zur Umsetzung von CSR (in Frankreich)



Hemmnisse zur Umsetzung von CSR (in Polen)

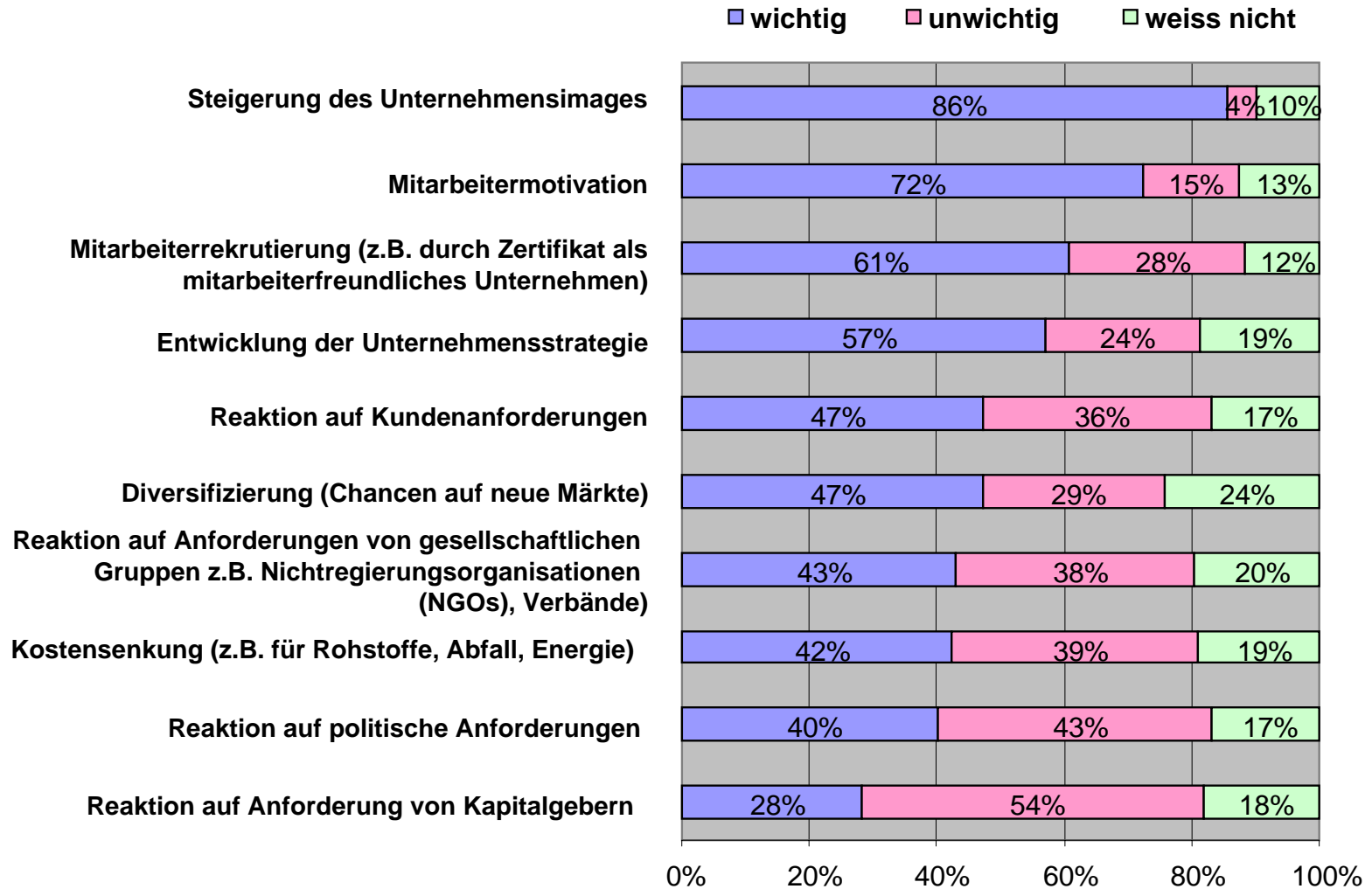


Vergleich der Hemmnisse CSR einzuführen

In Frankreich und Polen wird als Hauptgrund CSR nicht einzuführen die mangelnde Kenntnis angegeben, wie dieses Konzept professionell umgesetzt werden kann. In Deutschland kommt dieses Argument erst an zweiter Stelle, nach dem Argument der fehlenden personellen Ressourcen. In Frankreich und Polen stehen an zweiter Stelle die fehlenden finanziellen Ressourcen.

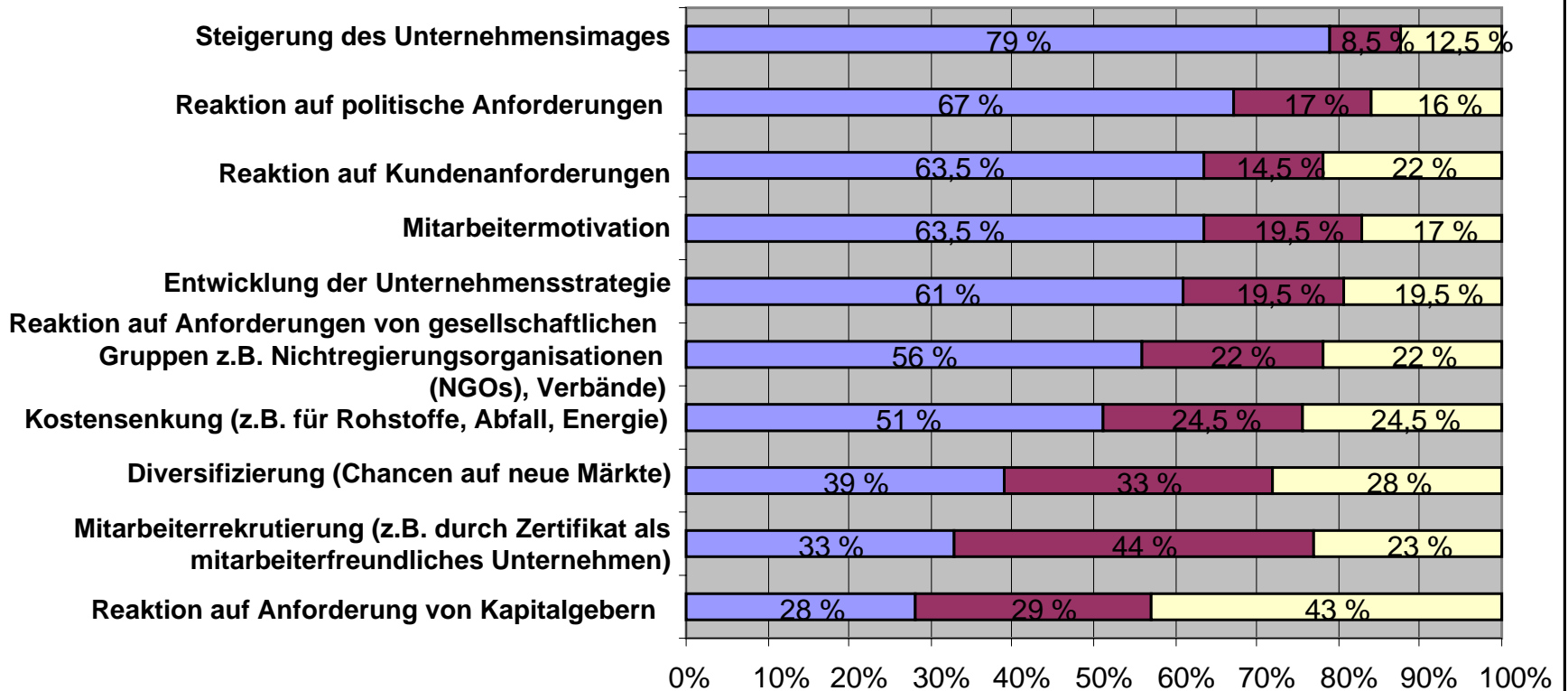
In allen drei Ländern sind sich die Unternehmen mehrheitlich einig, dass sich CSR betriebswirtschaftlich rechnet.

Gründe CSR einzuführen (in Deutschland)

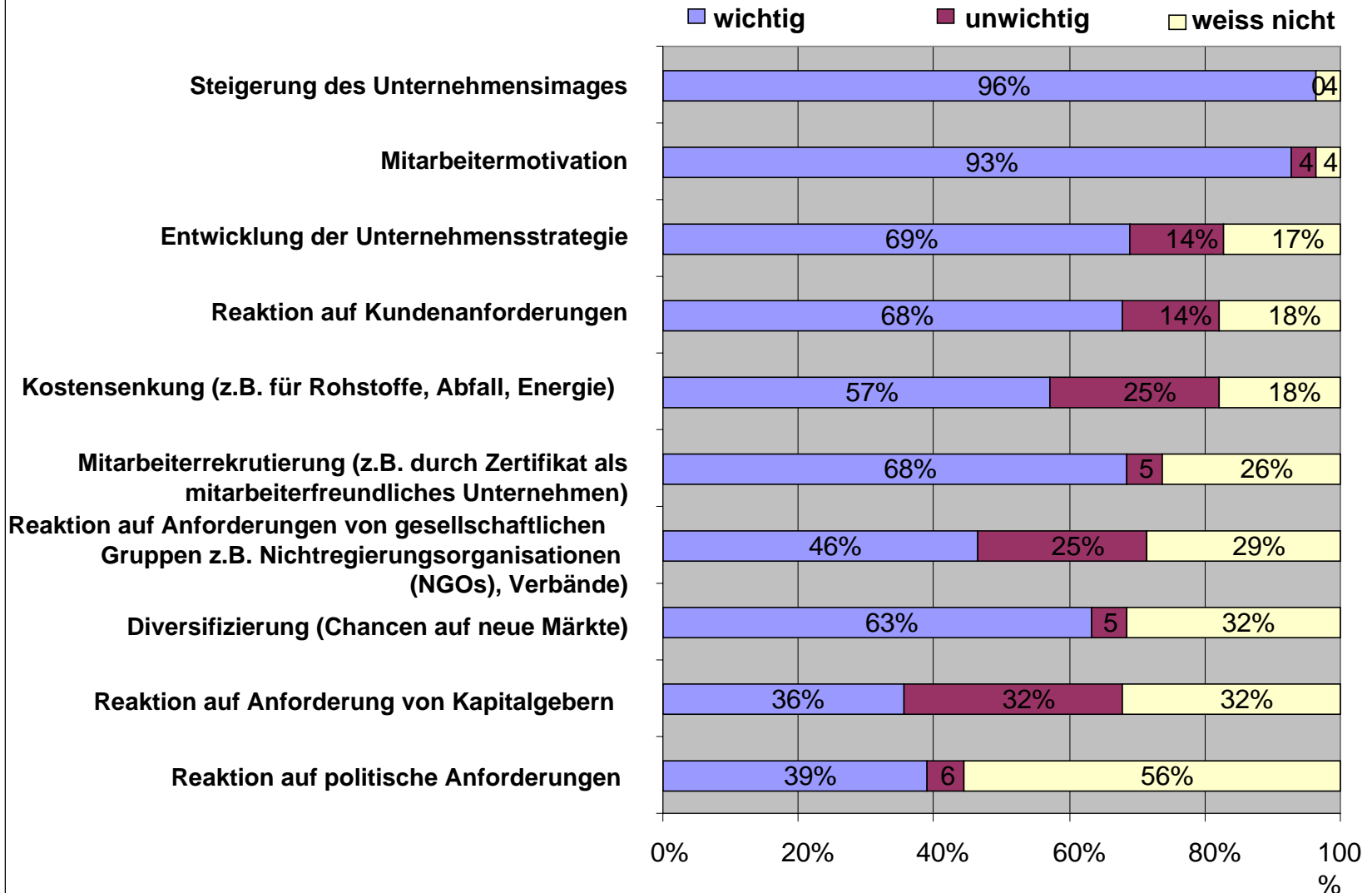


Gründe CSR einzuführen (in Frankreich)

■ wichtig ■ unwichtig □ weiss nicht



Gründe CSR einzuführen (in Polen)



Vergleich der Gründe CSR einzuführen

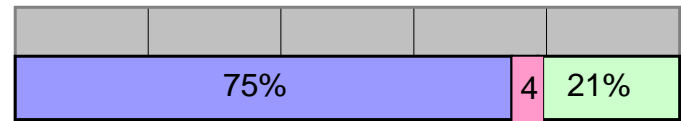
In allen drei Ländern wird das Image als Hauptgrund genannt CSR einzuführen. In Polen und Deutschland steht die Mitarbeitermotivation an zweiter Stelle und in Frankreich sind es die politischen Anforderungen.

Während die Reaktion auf politische Anforderungen in Frankreich an zweiter Stelle steht, ist dieses Argument in Polen an letzter Stelle, und in Deutschland an vorletzter Stelle zu finden.

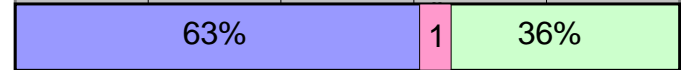
Entwicklung von CSR (in Deutschland)

■ zunehmen ■ gleich bleiben ■ abnehmen

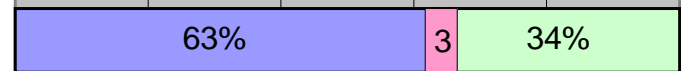
Wie schätzen Sie die Entwicklung von CSR mittel- bis langfristig ein? Ihre Bedeutung wird:



Wie werden sich Ihrer Meinung nach die ökologischen Anforderungen an Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln? Sie werden:



Wie werden sich Ihrer Meinung nach die sozialen Anforderungen an Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln? Sie werden:



Wie schätzen Sie die Wichtigkeit von CSR im Verhältnis zu anderen unternehmensrelevanten Faktoren ein?

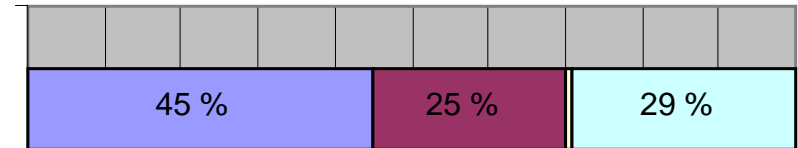


0% 20% 40% 60% 80% 100%

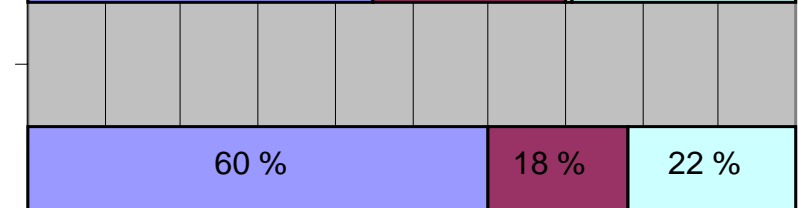
Entwicklung von CSR (in Frankreich)

■ zunehmen ■ gleich bleiben □ abnehmen □ keine Antwort

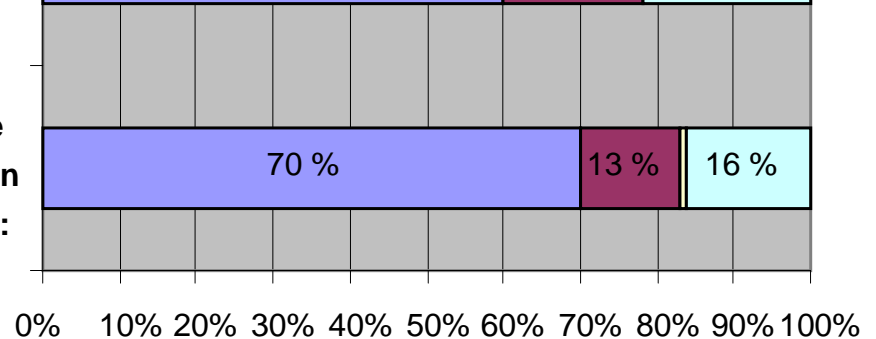
Wie werden sich Ihrer Meinung nach die sozialen Anforderungen an Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln? Sie werden:



Wie schätzen Sie die Wichtigkeit von CSR im Verhältnis zu anderen unternehmensrelevanten Faktoren ein?

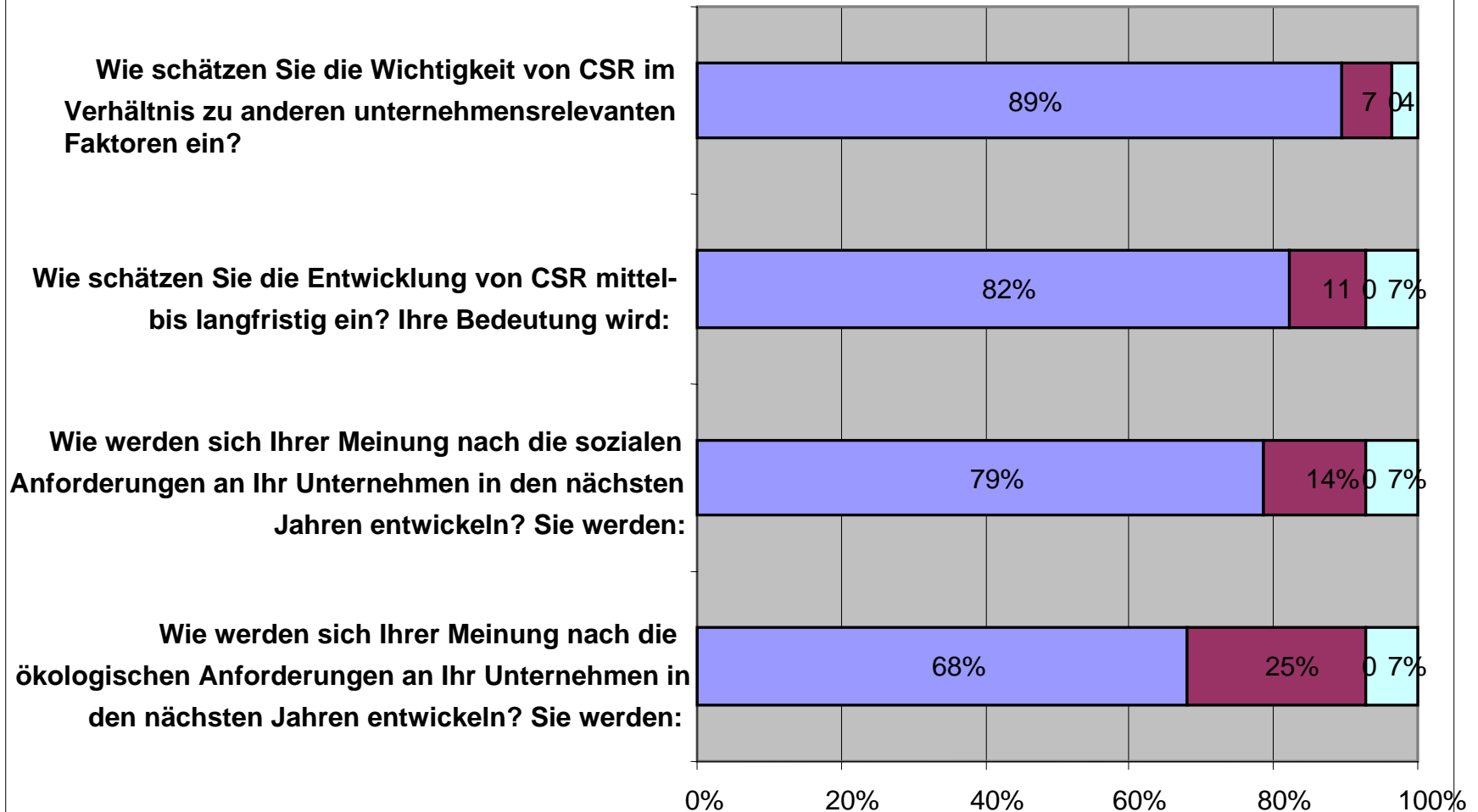


Wie werden sich Ihrer Meinung nach die ökologischen Anforderungen an Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln? Sie werden:



Entwicklung von CSR (in Polen)

■ zunehmen ■ gleich bleiber □ abnehmen □ keine Antwort



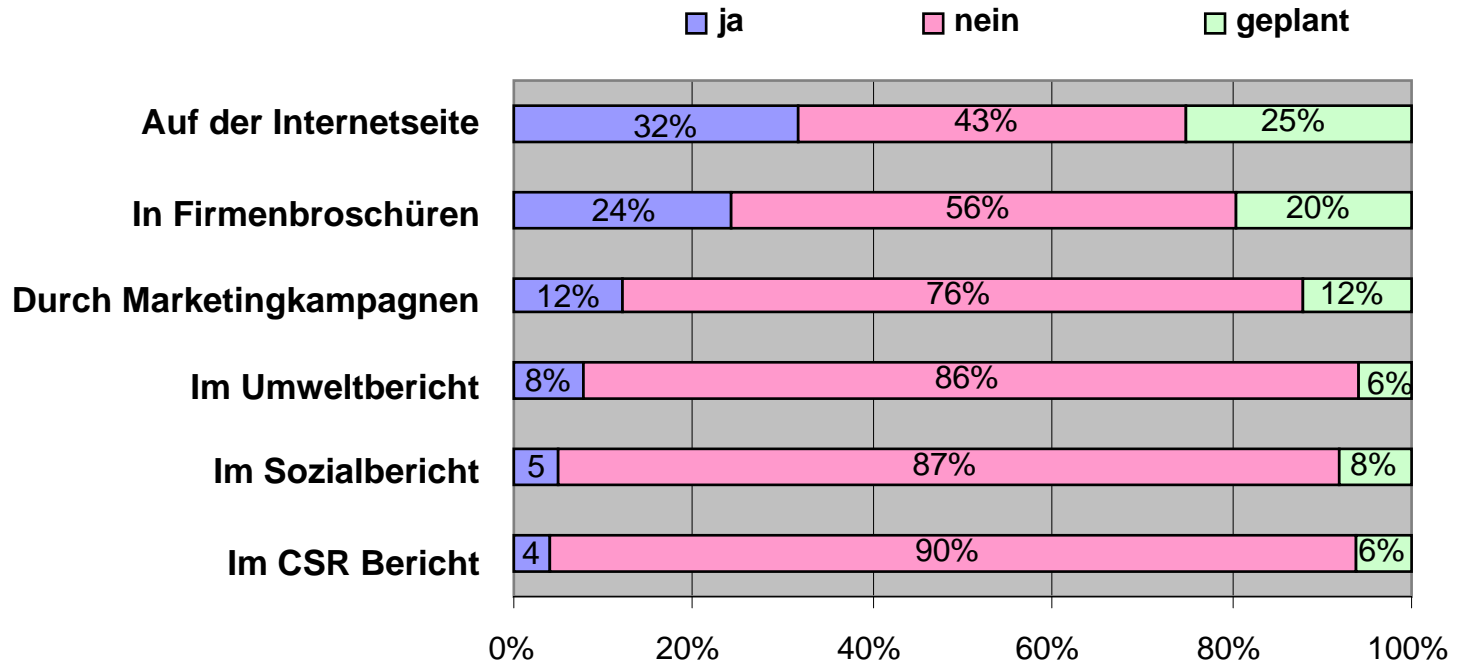
Zukünftige Entwicklung von CSR

In Deutschland schätzen die KMU, dass die sozialen und ökologischen Anforderungen an Unternehmen gleichermaßen steigen werden.

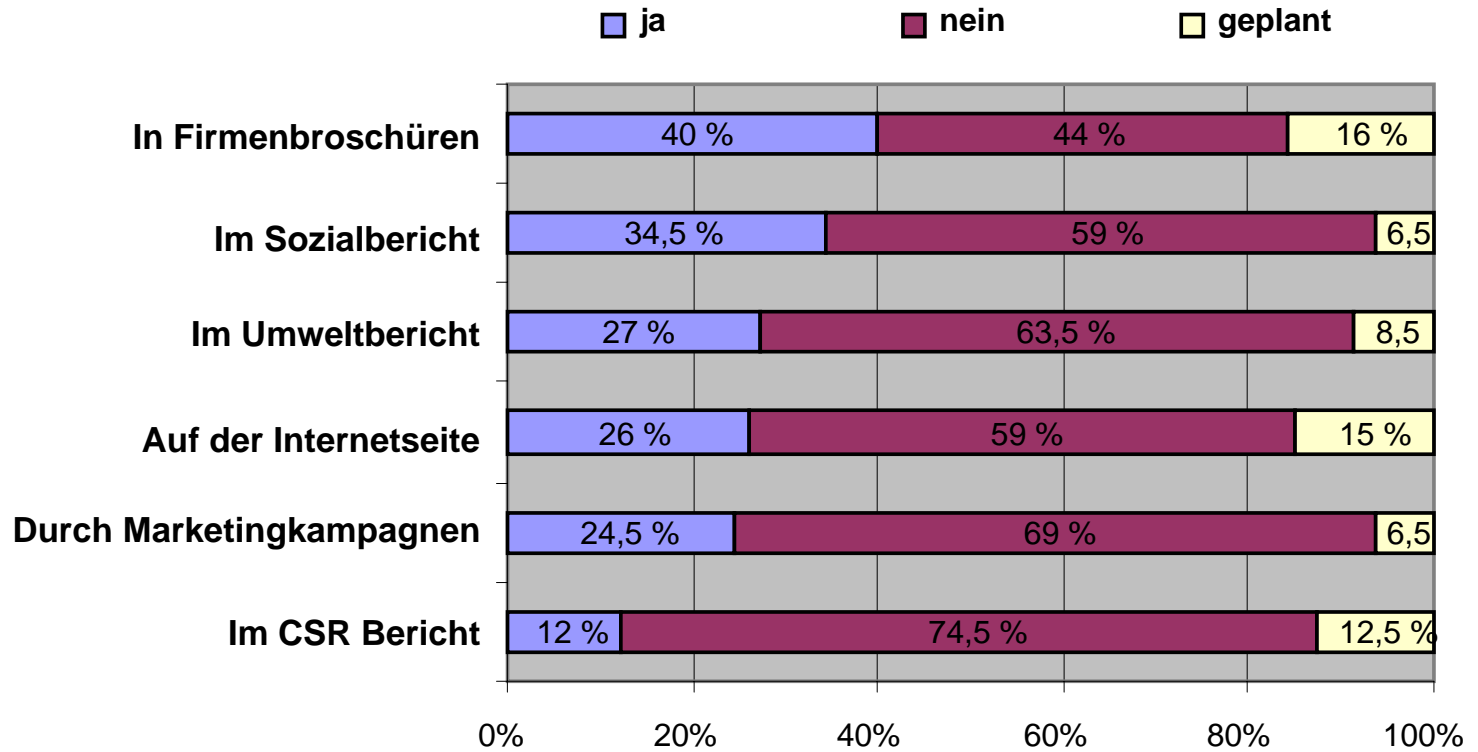
In Polen schätzen sie, dass die sozialen Anforderungen gegenüber den ökologischen größer werden, in Frankreich sind es wiederum die ökologischen Anforderungen gegenüber den sozialen.

In Polen geben fast alle Unternehmen (mit 89%) an, dass CSR im Verhältnis zu anderen unternehmensrelevanten Faktoren an Wichtigkeit gewinnen wird. In Frankreich sind es über die Hälfte der Unternehmen, die das angeben und in Deutschland mit 47 Prozent fast die Hälfte.

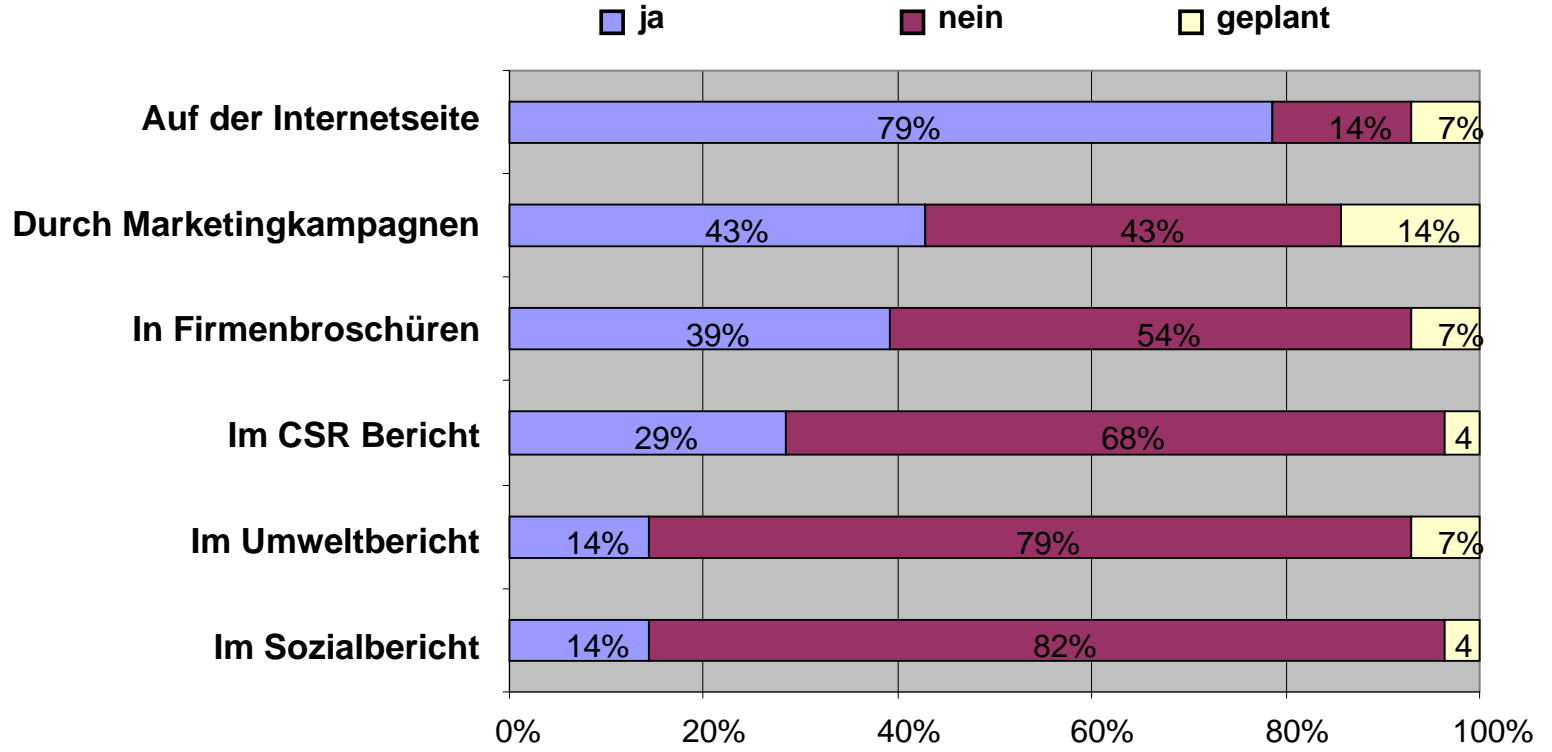
Wie kommunizieren KMU Ihr CSR (in Deutschland)?



Wie kommunizieren KMU Ihr CSR (in Frankreich)?



Wie kommunizieren KMU Ihr CSR (in Polen)?



Vergleich der CSR - Kommunikation

Am wenigsten über CSR kommuniziert im Ländervergleich Deutschland. Am meisten wird in Polen darüber kommuniziert, insbesondere über die Internetseite, jedoch auch über alle anderen Medien. Auffällig ist hierbei auch die relativ häufige Kommunikation über Umwelt, Sozial- und CSR-Berichte, die in Frankreich und Deutschland noch eine geringere Verbreitung haben.

Kontakt:

Für die Ergebnisse aus Deutschland:

Violetta Eichholz

Gewerbe- und Innovationszentrum Lippe-Detmold GILDE GmbH

Bad Meinberger Straße 1

32760 Detmold

Tel.: 05231-954-220

eichholz@csr-mittelstand.de

www.csr-mittelstand.de

www.gildezentrum.de

Für die Ergebnisse aus Frankreich:

Blandine Laperche

MCF HDR en sciences économiques

Directrice adjointe du Laboratoire de Recherche
sur l'Industrie et l'Innovation -LABRII (EA3604)

21 quai de la Citadelle

59140 Dunkerque France

tel : 03-28-23-71-47

fax : 03-28-23-71-10

<http://rii.univ-littoral.fr>

Für die Ergebnisse aus Polen:

Ewa Warecka

Incubator of Enterprise Ltd

Szyb Walenty 32

Ruda Slaska / Poland

Phone: +48 (0)323409055

Fax: +48 (0)323409055

e.warecka@inkubatorrudzki.pl

www.inkubatorrudzki.pl