

Inhaltsverzeichnis

Der CSR-Manager – Unternehmensverantwortung in der Praxis

1	Basiswissen: Was CSR bedeutet	7
1.1	Die offizielle Definition von Corporate Social Responsibility	9
	und was dahinter steckt	
1.2	Corporate Citizenship, CSR, Nachhaltigkeit & Co	12
	– Eine klare Abgrenzung	
1.3	Warum Corporate Social Responsibility heute so wichtig ist	14
1.4	CSR ganz praktisch – Die Handlungsfelder im Überblick	20
2	Stellenprofil: CSR-Manager	27
2.1	Was ein CSR-Manager wissen sollte	28
2.2	Was ein CSR-Manager können sollte	30
3	Strukturen und Prozesse: Corporate Social Responsibility organisieren	35
3.1	Abteilung oder Stabstelle?	36
3.2	Das CSR-Team – Die Mischung macht's	40
3.3	CSR verlangt Projektmanagement	41
4	Der 5-Stufenplan zum gewinnbringenden CSR-Management	45
4.1	Wieso überhaupt strategisch?	46
4.2	Der 5-Stufenplan im Überblick	49
5	Stufe 1: Die Bestandsaufnahme	51
5.1	Wer will was? – Die Stakeholderanalyse	52
5.2	Der CSR-Navigator – Die Stellschrauben für Ihr erfolgreiches	57
	CSR-Management	
5.3	Das Verantwortungsfenster – Wo stehen wir?	60
6	Stufe 2: Auf der Suche nach den strategischen Leitthemen	65
6.1	Wie beeinflusst mein Unternehmen die Gesellschaft?	67
6.2	Wie beeinflusst die Gesellschaft mein Unternehmen?	73
6.3	Zuerst die Pflicht und dann die Kür	80

7	Stufe 3: Auf Worte müssen Taten folgen – Die Umsetzung	83
7.1	Ihr Werkzeugkasten mit CSR-Maßnahmen	84
7.2	Gemeinsam oder doch lieber alleine? – Die CSR-Kooperation	93
8	Stufe 4: Tue Gutes und rede darüber – Die CSR-Kommunikation	97
8.1	Warum ist CSR-Kommunikation so wichtig?	98
8.2	Interne Kommunikation – Die Mitarbeiter müssen Bescheid wissen	100
8.3	Externe Kommunikation – Tragen Sie Ihr Engagement nach draußen ...	104
8.4	CSR-Kommunikation – Kontinuierlich und integriert	107
9	Stufe 5: Die Erfolgskontrolle – Was ist gut, was geht noch besser?	109
10	Die CSR-Scorecard – Das Multitool zur erfolgreichen Steuerung von CSR	115
10.1	Der Ort des Ursprungs – Die Balanced Scorecard	116
10.2	Wie sieht die CSR-Scorecard aus?	121
10.3	Ihr vielfältiger Nutzen durch die CSR-Scorecard	122
10.4	Der richtige Umgang – So erstellen Sie Ihre CSR-Scorecard	124
11	Der CSR-Report – Zeigen Sie, was Sie können	131
12	Vorbildliche Unternehmen – von den Besten lernen	139
12.1	Bionade – Gut in Bio, schlecht in Chemie	140
12.2	Faber-Castell – Adel verpflichtet (sich)	146
12.3	Mymuesli – Das hat Biss	156
12.4	Adolf Würth – Fordern und Fördern	162
12.5	Ritter Sport – Quadratisch, Praktisch, Nachhaltig	170
12.6	Vaillant Group – Nachhaltigkeit erleben	178
12.7	Miele – Verantwortung für Generationen	186
12.8	Trigema – Made in Germany	196
13	Ein Schlussplädoyer für professionelles CSR-Management	205