

Unternehmens- verantwortung wirkt!

Geteilte Wertschöpfung durch Corporate Responsibility –
mit Praxisbeispielen aus der Metropolregion Hamburg



Herausgeber:
Norbert Taubken
Delia Schindler
Stefan Prigge

 oekom

Norbert Taubken/ Delia Schindler/ Stefan Prigge (Hrsg.)
Unternehmensverantwortung wirkt!
Geteilte Wertschöpfung durch Corporate Responsibility – mit
Praxisbeispielen aus der Metropolregion Hamburg
ISBN 978-3-86581-409-8
240 Seiten, 16,5 x 23,5 cm, 29,95 Euro
oekom verlag, München 2012
©oekom verlag 2012
www.oekom.de

Inhaltsverzeichnis

Grußwort Prof. Dr. Hans-Jörg Schmidt-Trenz <i>Präsident der Hamburg School of Business Administration</i>	5
Vorwort Fritz Horst Melsheimer <i>Präses der Handelskammer Hamburg</i>	11
Vorwort Frank Horch <i>Senator für Wirtschaft, Verkehr und Innovation der Freien und Hansestadt Hamburg</i>	13

1. Einleitung der Herausgeber

Unternehmensverantwortung wirkt! Eine Einführung der Herausgeber in das Thema und den Aufbau dieses Buches	16
---	----

2. Unternehmensverantwortung und Wertschöpfung

2.1 Vom »ehrbaren Kaufmann« zur Unternehmensverantwortung <i>Thomas Beschorner und Thomas Hajduk, Universität St.Gallen</i>	26
2.2 Corporate Responsibility: Eine Einordnung in verwandte Konzepte und Termini <i>Alexander Bassen und Katrin Gödker, Universität Hamburg</i>	34
2.3 Vertrauen als Vermögenswert: Eine konzeptionelle Annäherung an Corporate Responsibility <i>Andreas Suchanek, Handelshochschule Leipzig</i>	39
2.4 Nachhaltigkeitsmanagement als Treiber von Unternehmenserfolg und Strukturwandel in Regionen <i>Stefan Schaltegger und Holger Petersen, Universität Lüneburg</i>	44
2.5 Messung der Wirkung von Corporate Responsibility: Ein Überblick <i>Anja Schwerk, Humboldt-Universität zu Berlin, und Daniel Smuda, CareerBuilder Germany GmbH</i>	50

2.6 Corporate Responsibility und Compliance: Abgrenzung, Ausgestaltung und Zusammenspiel <i>Christoph Bauer und Stefan Prigge, Hamburg School of Business Administration</i>	60
2.7 Mitarbeiter engagieren sich: Zur erfolgreichen Ausgestaltung von Corporate-Volunteering-Strategien <i>Doris Rosenkranz, Georg-Simon-Ohm-Hochschule Nürnberg, und Thomas Beyer, Arbeiterwohlfahrt Landesverband Bayern</i>	67
2.8 »Wir müssen reden!«: Die Bedeutung des Stakeholder-Managements für die Positionierung eines Unternehmens <i>Delia Schindler, Budnikowsky</i>	75
2.9 Von Greenwash-Falltüren zu Web 2.0-Dialogen: Zehn Leitsätze zur Kommunikation von CR <i>Norbert Taubken, Scholz & Friends Reputation</i>	80

3. Praxisbeispiele aus der Metropolregion Hamburg

3.1 Bohlsener Mühle: Heizpellets aus Dinkelspelzen Ein Abfallprodukt deckt den Wärmebedarf der eigenen Produktion und des Dorfes <i>Volker Krause</i>	92
3.2 HHLA: Maritime Logistik für Europa Mit intelligenten Transportketten Ressourcen schonen <i>Jan Hendrik Pietsch und Florian Marten</i>	98
3.3 edding: Alle Zeichen auf grün Ein Textmarker als Statement für die Umwelt <i>Patricia Siebel</i>	104
3.4 Globetrotter Ausrüstung: Mit dem Carbon Footprint als strategische CR-Maßnahme auf dem Weg zum klimaneutralen Unternehmen <i>Fabian Nendza</i>	109
3.5 Tchibo: Auf dem Weg zu 100 Prozent Nachhaltigkeit Das Hamburger Familienunternehmen setzt Maßstäbe <i>Achim Lohrie</i>	116
3.6 Hamburger Volksbank: Der Club des Ehrbaren Kaufmanns Über die Genetik der Verantwortung bei einer Genossenschaftsbank <i>Reiner Brüggestrat und Heidi Melis</i>	122

3.7	ExxonMobil: Mit Bildungs- und Nachwuchsförderung Fachkräftemangel begegnen	
	Bürgerschaftliches Engagement in der Region	
	<i>Susanne Hüfner</i>	128
3.8	HanseMercur: Von einer Rooming-in-Studie zum ältesten Sozialpreis Deutschlands	
	Kinderschutz aus ganzheitlicher Perspektive	
	<i>Heinz-Gerhard Wilkens</i>	134
3.9	Haspa: Anstiften zum Stiften	
	Förderung von Bildung und Kultur mit der Haspa Hamburg Stiftung	
	<i>Andreas Meyer</i>	139
3.10	HAMBURG WASSER: Die AQUA-AGENTEN	
	Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Bildungsförderung	
	<i>Matthias Sobottka</i>	144
3.11	Hamburger Sport-Verein: Der Hamburger Weg – Hamburg helfen	
	Mit Unternehmenspartnern für die Stadt Hamburg	
	<i>Henning Bindzus</i>	150
3.12	Gruner + Jahr: »Wir fördern Leselust«	
	Kulturengagement eines Medienhauses	
	<i>Thilo von Trott und Susanne Martensen</i>	157
3.13	Olympus: »Healthy Living«-Programm zum betrieblichen Gesundheitsmanagement	
	<i>Svenja Böhmerrmann und Karsten Bonnhoff</i>	163
3.14	HOCHBAHN: Ausbildung als Grundstein für die Zukunft	
	Das Engagement bei NEUSTART	
	<i>Ulrike Riedel und Gudrun Rinninsland</i>	169
3.15	Lufthansa Technik: Das integrierte Managementsystem IQM sichert Nachhaltigkeit und Qualität	
	<i>Hans-Jürgen Loss</i>	175
3.16	Otto Group: Corporate Responsibility als Co-operative Responsibility	
	Gemeinsam bessere Lösungen entwickeln	
	<i>Johannes Merck und Christiane Fleischer</i>	180

3.17 Budnikowsky: Schritt für Schritt zum nachhaltigen Konsum	
Die Rolle des Kunden-Beirats bei der strategischen Ausrichtung eines Mittelständlers	
<i>Delia Schindler</i>	185
3.18 Hamburg Airport: Lärmschutz und gute Nachbarschaft	
Es geht um mehr als um gesetzliche Vorgaben	
<i>Christin Ulbrich</i>	193
3.19 Google: Verantwortung in der Online-Gesellschaft	
Medienkompetenzvermittlung aus Sicht eines Internetunternehmens	
<i>Sabine Frank</i>	199
3.20 Bacardi: Verantwortung auch für Autofahrer	
»Driver's Corner« als Präventionsangebot	
<i>Yvonne Naber</i>	205

4. Ausblick der Herausgeber

Geteilte Wertschöpfung durch Corporate Responsibility in der Metropolregion Hamburg

Fazit der Herausgeber in fünf Leitsätzen	212
--	-----

5. Anhang

Zu den Autoren

Die Herausgeber dieses Buches	220
Die Autoren der Theoriebeiträge	223
Die Autoren der Praxisbeiträge	227
Dank	234
Bildnachweise	235