

# Abstract

## **Titel: Genossenschaft und Nachhaltigkeit – Corporate Social Responsibility am Beispiel XY**

**Kurzzusammenfassung:** In dieser Arbeit werden das Konzept von Corporate Social Responsibility [CSR] und der Genossenschaftsgedanke analysiert und einander gegenübergestellt. Daraus werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede abgeleitet und Massnahmen für eine in der Schweiz tätige Institution vorgeschlagen. CSR steht für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen auf freiwilliger Basis. Glaubwürdigkeit, Authentizität und Ganzheitlichkeit erhöhen die Erfolgchancen eines CSR-Engagements deutlich. Um Vertrauen zu schaffen, muss CSR mit der Unternehmensphilosophie kompatibel sein und die Werte eines Unternehmens widerspiegeln. Genossenschaftliche Werte und CSR weisen viele Parallelen auf und zielen in dieselbe Richtung: Wirtschaftlicher Erfolg des eigenen Unternehmens und Verbesserung der gesellschaftlichen und ökologischen Situation.

**Verfasser/-in:** Michael Baumann

**Herausgeber/-in:** **Samuel Wagnière**

**Publikationsformat:**  BATH  
 MATH  
 Semesterarbeit  
 Forschungsbericht  
 Anderes

**Veröffentlichung (Jahr):** 2011

**Sprache:** deutsch

**Zitation:** Baumann, M. (2011). *Genossenschaft und Nachhaltigkeit - Corporate Social Responsibility am Beispiel XY*. (Unveröffentlichte Bachelor Thesis). FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

**Schlagwörter (3-5 Tags):** Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Genossenschaft, gesellschaftliche Verantwortung, nachhaltige Entwicklung

## **Ausgangslage, Ziel, Vorgehen, Erkenntnisse, Literaturquellen**

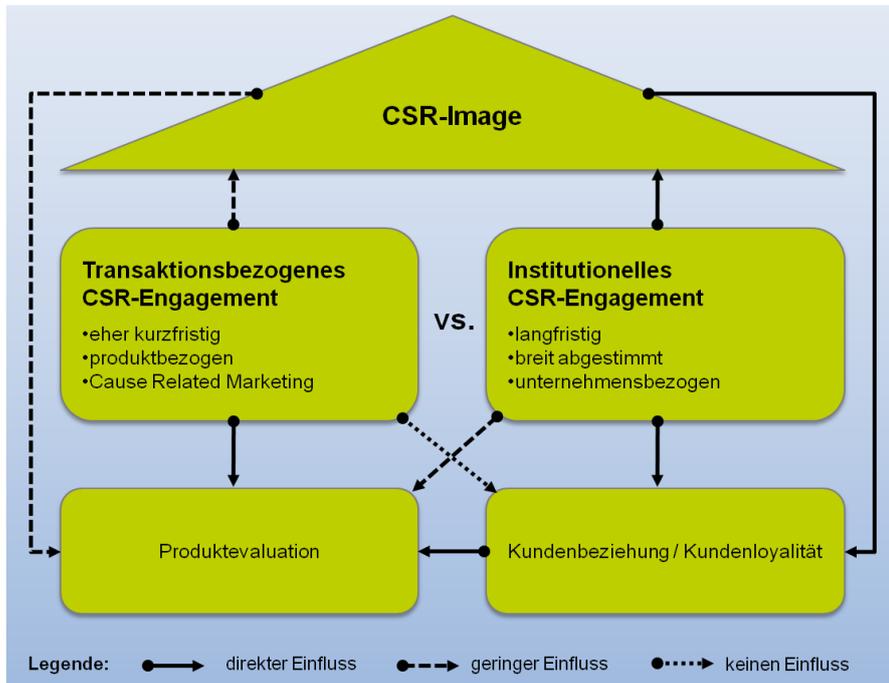
**Ausgangslage:** Als Auftraggeberin hinter dieser Bachelor Thesis steht eine landesweit tätige und dezentral organisierte Genossenschaftsbank. Das Unternehmen führt eine Fachstelle für CSR und bündelt dort die verschiedenen Themen der Nachhaltigkeitspolitik, die sich aus den Aktivitätsbereichen Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft zusammensetzen. Eine neue CSR-Strategie soll das Unternehmen als eine der führenden Schweizer Banken in den Bereichen Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung positionieren.

**Ziel** dieser Arbeit ist es, die Zusammenhänge zwischen genossenschaftlichen Werten und CSR zu definieren und dem CSR-Management der Genossenschaftsbank dahingehend neue Informationen und Erkenntnisse zu vermitteln.

Das **methodische Vorgehen** beruht auf reiner Sekundärrecherche. Zunächst erfolgt eine genauere Betrachtung des CSR-Konzepts und seinen verwandten Begriffen. Anschließend werden die spezifischen Merkmale der Genossenschaft beschrieben. Aufgrund der betrachteten Kriterien erfolgt die Gegenüberstellung des Genossenschaftsmodells mit dem CSR-Konzept. Mit den gewonnenen Erkenntnissen werden schliesslich die bestehende sowie die neue CSR-Strategie der Genossenschaftsbank analysiert.

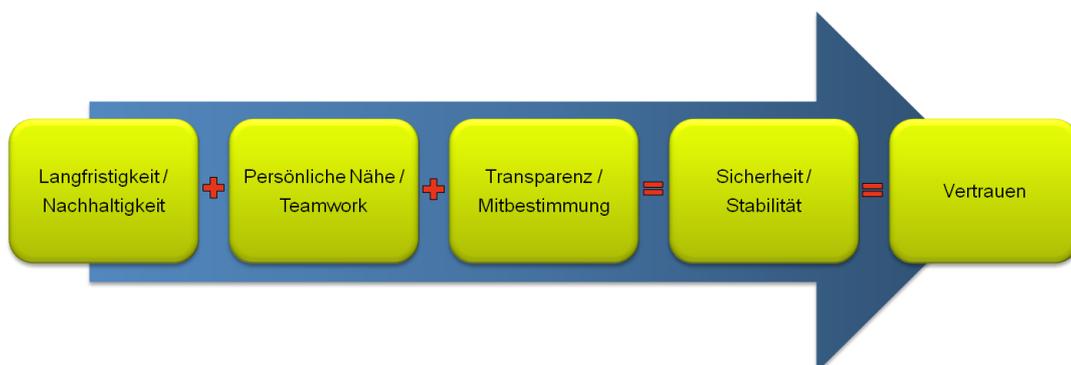
Zusammengefasst ergeben die Recherchen folgende **Erkenntnisse:**

1. Bei **CSR** geht es hauptsächlich um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen auf freiwilliger Basis. Weltweit gibt es keine einheitliche Definition für CSR. Daher kann und wird das Konzept unterschiedlich aufgefasst und individuell umgesetzt. Die vier Grundpfeiler und Dimensionen von CSR bestehen aus der ökonomischen, der rechtlichen, der ethischen und der philanthropischen Verantwortung. CSR-Massnahmen werden von den Zielgruppen unterschiedlich wahrgenommen. Glaubwürdigkeit und Authentizität des CSR-Engagements sind entscheidende Erfolgsvoraussetzungen für den Aufbau eines attraktiven Unternehmensimages. Die folgende Grafik teilt CSR in institutionalisierte und transaktionsbezogene Aktivitäten und zeigt den jeweiligen Einfluss auf das CSR-Image auf.



**Abb. 1:** Wahrnehmungs- und Wirkungszusammenhänge von CSR.  
Quelle: eigene Darstellung.

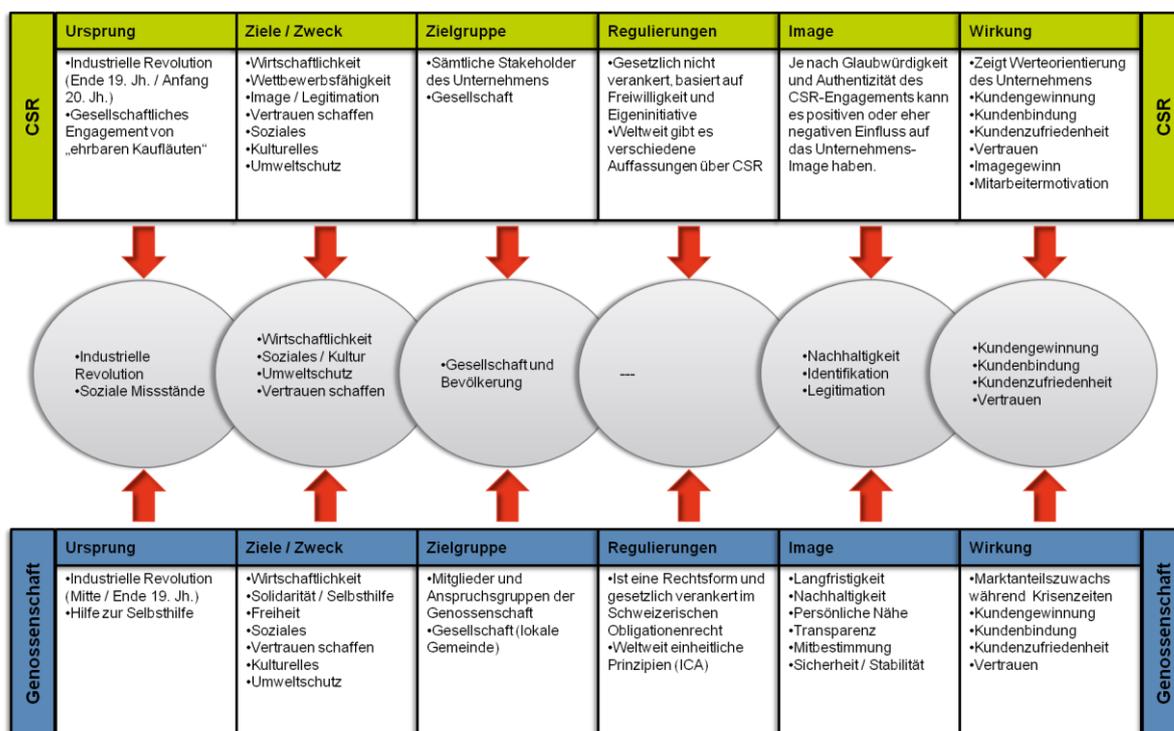
2. **Grundgedanke der Genossenschaft** ist die Förderung und Sicherung bestimmter wirtschaftlicher Interessen der Mitglieder in gemeinsamer Selbsthilfe. Nebst der Verfolgung wirtschaftlicher Ziele ist die Genossenschaftsform aber auch prädestiniert für die Erfüllung idealer oder ethischer Zwecke. Das hohe Vertrauen, das der Unternehmensform aus der Bevölkerung entgegengebracht wird, gründet in verschiedenen spezifischen Merkmalen der Genossenschaft. Die folgende Grafik zeigt das Zusammenspiel dieser spezifischen Merkmale.



**Abb. 2:** Genossenschaftsspezifische Merkmale im Überblick.  
Quelle: eigene Darstellung.

Gerade in wirtschaftlichen Krisenzeiten erweist sich die genossenschaftliche Kooperation dank der oben dargestellten Merkmale als besonders resistent und beständig. Der Bedarf an kooperativem Handeln ist historisch betrachtet stetig gewachsen, da genau dieses Prinzip die Chance bietet, wirtschaftliche Abhängigkeiten zu überwinden und trotzdem erfolgreich am Markt agieren zu können.

3. Der Vergleich der Merkmale der **Genossenschaft** mit den Merkmalen des **CSR-Konzepts** macht einige Parallelen deutlich. Die folgende Darstellung zeigt auf, in welchen Bereichen Gemeinsamkeiten und Differenzen bestehen. Die Gemeinsamkeiten sind in den Kreisen in der Mitte der Grafik zusammengefasst.



**Abb. 3:** Genossenschaft und CSR: Gemeinsamkeiten und Unterschiede.

Quelle: eigene Darstellung.

Ähnliche oder sich überschneidende Merkmale zeigen sich im Ursprung bzw. bei der Entstehung, bei den Zielen und Zwecken, den Zielgruppen, dem Image sowie bei der Wirkung der beiden Konzepte. Differenzen ergeben sich bei den gewählten Vergleichskriterien nur im Bereich Regulierungen. Dies zeigt, dass das Genossenschaftswesen und das CSR-Konzept Parallelen in vielen Bereichen aufweisen. Unterhält also ein genossenschaftlich strukturiertes Unternehmen ein aktives CSR-Engagement, kann dies eine verstärkte positive Wirkung auf das Unternehmensimage haben.

4. Durch die **neue CSR-Strategie** möchte sich die Bank in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit ganz nach oben positionieren und damit als Unternehmen mit höchst möglicher gesellschaftlicher Verantwortung angesehen werden. Um dies zu erreichen, sollen die CSR-Aktivitäten entsprechend verstärkt werden.

Bei der Umsetzung der neuen CSR-Strategie empfiehlt es sich, die folgenden Aspekte zu beachten:

Stichwort	Beschreibung
<b>Wahrung der Authentizität und Glaubwürdigkeit</b>	CSR darf auf keinen Fall bloss zu Imagezwecken und als Schlagwort benutzt werden. Es muss aktiv gelebt werden und mit der Unternehmenskultur im Einklang sein. Ebenso wichtig für ein CSR-Management ist es, dass das von der Öffentlichkeit wahrgenommene Engagement die Haltung des Unternehmens nach innen widerspiegelt. Bestenfalls steht das Engagement mit dem Kerngeschäft des Unternehmens in Verbindung. Der Einsatz von bestehenden Kernkompetenzen ermöglicht es, mit geringerem Aufwand grössere Wirkung zu erzielen.
<b>Synergie-Effekte zwischen Genossenschaftswesen und CSR nutzen</b>	Die Wirkung und Wahrnehmung des CSR-Auftritts wird durch die strukturbedingten Grundwerte des Unternehmens verstärkt. <i>Intern</i> dürfen die beiden Konzepte jedoch nicht ineinander verschmelzen, sondern müssen getrennt messbar bleiben. Es soll zum Beispiel erkennbar sein, ob die Freiwilligenarbeit (Volunteering) auf die Genossenschaftskultur oder auf das CSR-Engagement zurückzuführen ist. Dies vereinfacht es dem Management, die jeweiligen Aktivitäten effektiv zu steuern und zu kontrollieren.
<b>Sonderrolle als Bank wahrnehmen</b>	Die exponierte Stellung einer Bank in der Wirtschaft erfordert es geradezu, sich besonders engagiert für das Gemeinwohl der Gesellschaft einzusetzen. Die Devise soll also lauten, mehr in soziale Verantwortung zu investieren als es der Standard verlangt. Dies erhöht die Akzeptanz in der Gesellschaft, gewährleistet auch während Krisenzeiten die Loyalität der Öffentlichkeit und bewahrt somit die Handlungsspielräume.
<b>Zertifikate erstehen</b>	Für Anspruchsgruppen eines Unternehmens ist es wichtig, dass propagierte Leistungen und versprochene Mehrwerte transparent und nachvollziehbar sind. Umwelt- und Nachhaltigkeitszertifikate spielen dabei eine wichtige Rolle, vor allem wenn es darum geht, neue Kundschaft zu überzeugen oder bestehende Stakeholder zufriedenzustellen. Ein Zertifikat gewährt dabei einen gewissen Qualitätsstandard, der von externer Prüfstelle regelmässig überwacht wird. Zwei mögliche Richtlinien sind folgende: <ul style="list-style-type: none"> <li>•ISO 14001: Zertifizierung von Umweltmanagementsystemen</li> <li>•ISO 26000: internationaler Leitfadens für gesellschaftliche Verantwortung</li> </ul>
<b>Kommunikation verstärken</b>	In einem ersten Schritt müssen die Mitarbeitenden über die neue Strategie gründlich informiert und von der strategischen Bedeutung dieses Projekts überzeugt werden. Anschliessend gilt es, die Genossenschaftsmitglieder sowie die Bankkundschaft zu informieren. Eine übersichtliche Darstellung des CSR-Engagements auf der Homepage mit einfacher Navigation sorgt dabei für erhöhte Transparenz. Zusätzlich verstärkt ein Nachhaltigkeitsbericht, publiziert in einem entsprechenden Magazin, die öffentliche Wahrnehmung.

**Tab. 1:** Empfehlungen für die Umsetzung der neuen CSR-Strategie.

Quelle: eigene Darstellung.