# Titel

**Exposee**

# Integration von Corporate (Social) Responsibility in klein- und mittelständigen Unternehmen

## Motivation und Problemstellung

Das Thema Nachhaltigkeit ist seit vielen Jahren schon ein bewusstes und wichtiges Thema. Doch gerade in den letzten Jahren ist das Bewusstsein um ein Vielfaches gestiegen und bereits in unseren Alltag integriert. Immer mehr Menschen wird bewusst, dass eine Veränderung wichtig ist, um die Erde, so wie wir sie kennen, weiterhin nutzen und bewohnen zu können und sind bereit ihr Konsumverhalten zu verändern. (vgl. Statista 2021) Interessant wird es an diesem Punkt für Unternehmen. Viele Konzerne wissen den Vorteil und ihre gesellschaftliche Verantwortung nachhaltig zu agieren, auch Corporate Social Responsibility genannt. Schaut man jedoch in klein- und mittelständige Unternehmen, wird das Thema Nachhaltigkeit oft noch nicht umfangreich beachtet. Warum und wie dies geändert werden kann, wird in dieser Arbeit beschrieben.

## Methodisches Vorgehen

Nach einer fundierten Recherche mit Hilfe von wissenschaftlicher Literatur werden die Informationen zu den Inhalten passend gefiltert, sortiert und anschließend verschriftlicht. Nachdem die Grundzüge von Corporate Social Responsibility (CSR) und klein- und mittelständige Unternehmen (KMU) genauer definiert wurden, wird auf die Thematik der Arbeit genauer eingegangen. Dazu werden die relevanten Schwerpunkte zur Integration von CSR herausgefiltert und analysiert, die auf KMU Einfluss haben könnten. Das gleiche Vorgehen wird auch bei KMU vorgenommen und die wichtigsten Merkmale in Bezug auf CSR herausgearbeitet. Anschließend geht es um die Differenzierung zu Großunternehmen und welche relevanten Strukturen, sowie Vor- und Nachteile sich daraus ergeben. Aus den daraus resultierenden Ergebnissen aus beiden Analysen kann im Folgenden die relevante Einordnung und Vorgehensweise von KMU zur Integration einer CSR-Strategie zusammengeführt und ausgearbeitet werden, um somit die Forschungsfrage zu beantworten.

## Forschungsfrage

**Wie können klein- und mittelständige Unternehmen Corporate Social Responsibility in die Unternehmensstrategie integrieren?**

**Gliederung**

1. Einleitung
   1. Motivation und Problemstellung
   2. Forschungsfrage und Zielsetzung
2. Grundlagen von Corporate Social Responsibility
   1. Definition
      1. Nachhaltigkeit
      2. Corporate Social Responsibility
      3. Begriffsabgrenzung
   2. Relevanz von CSR (Warum CSR wichtig ist und welche Vorteile daraus entstehen können)
   3. Einbettung in die Unternehmensstrategie (Wichtige Aspekte werden herausgefiltert und im 4. Kapitel wieder darauf eingegangen)
   4. Kritik an CSR (CSR wird auch öfter diskutiert, warum und welche Nachteile relevant sein können)
3. Klein und Mittelständige Unternehmen (wichtigsten Fakten und Merkmale, die für CSR relevant sein könnten, werden herausgearbeitet)
   1. Definition
   2. Struktur
   3. Besonderheiten
   4. Abgrenzung zu Großunternehmen (Vor- und Nachteile)
4. Integration von CSR in KMU (Hauptthematik der Arbeit)
   1. Warum CSR bei KMU so wichtig sein kann (Besonderheiten von KMU in Beziehung zu CSR und warum CSR in KMU oft nicht beachtet wird)
      1. Vorteile zur Implementierung von CSR bei KMU (Auf Kapitel 4.1 eingehen und die Vorteile weiter geausarbeitet)
      2. Schwierigkeiten und Nachteile (Nachteile ausarbeiten und nochmal auf Nachteile aus Kapitel 2.4 eingehen)
      3. Gegenüberstellung (von KMU und Großunternehmen bezogen auf CSR)
   2. Rahmenbedingungen (Welche Rahmenbedingungen sollten vorliegen, damit CSR effizient implementiert werden kann)
   3. Strategieentwicklung (Wie sollte eine CSR-Strategie für KMU aufgebaut sein)
      1. Analyse der Stakeholder
      2. CSR-Strategie/n
      3. Zielsetzung
      4. Messung der Corporate Social Performance (auch auf Balanced Score Card eingehen)
5. Ergebnisse
   1. Fazit
   2. Ausblick
   3. Kritische Würdigung
6. Quellenverzeichnis

## Quellen (Nachhaltigkeit/CSR)

Brand, Dr. Fridolin S.; Winistörfer, Herbert (2016): Corporate Responsibility Management, in: School of Management and Law

Buchmüller, Melanie (2018): Nachhaltigkeit und Produktmodularisierung. Nachhaltiges Business im Kontext von Risiken der Globalisierung

Colsman, Bernhard (2016): Nachhaltigkeitscontrolling. Strategien, Ziele, Umsetzung

Crowther, David; Seifi, Shahla (2021): The Palgrave Handbook of Corporate Social Responsibility

Englert, Marco (2019): Nachhaltiges Management. Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln

Georg Matuszek (2013): Management der Nachhaltigkeit

Gminder, Carl Ulrich (2006): Nachhaltigkeitsstrategien systemisch umsetzen. Exploration der Organisationsaufstellung als Managementmethode

Hufnagel, Julia (2020): Individual Spirituality and Business Sustainability

Jonker, Jan (2011): Corporate Social Responsibility und nachhaltige Entwicklung. Einführung, Strategie und Glossar

Kölle, Axel (2016): Chefsache Nachhaltigkeit: Praxisbeispiele aus Unternehmen Myers, David Hobson (2020): Sustainability in Business: A financial economics analysis

Nelke, Astrid (2016): Kommunikation und Nachhaltigkeit im Innovationsmanagement von Unternehmen: Grundlagen für die Praxis

Osranek, Regina (2017): Nachhaltigkeit in Unternehmen. Überprüfung eines hypothetischen Modells zur Initiierung und Stabilisierung nachhaltigen Verhaltens

Schneider, Andreas; Schmidpeter, René (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis

Statista (2021): Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?, in: Statista – Das Statistikportal. [https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1224059/umfrage/umfrage-in-deutschland-zu-](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1224059/umfrage/umfrage-in-deutschland-zu-einstellungen-zum-thema-nachhaltigkeit/)  [einstellungen-zum-thema-nachhaltigkeit/](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1224059/umfrage/umfrage-in-deutschland-zu-einstellungen-zum-thema-nachhaltigkeit/) (2021)

Ternès, Anabel (2019): Nachhaltiges Management. Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln

Vieweg, Wolfgang (2019): Nachhaltige Marktwirtschaft: Die Soziale Marktwirtschaft des 21. Jahrhunderts

Wells, Geoffrey (2013): Sustainable Business: Theory and practice of business under sustainability principles

# Quellen (KMU)

Dömötör, Rudolf (2011): Erfolgsfaktoren der Innovativität von kleinen und mittleren Unternehmen

Dünser, Beatrix (2013): Gezielte Erfolgsplanung in KMU. Zielorientierung als strategisches Controlling- Instrument

Errichiello, Oliver; Zschiesche, Arnd (2013): Markenkraft im Mittelstand. Was jeder Manager von Dr. Klitschko und dem Papst lernen kann

Kaschny, Martin; Nolden, Matthias; Schreuder, Siegfried (2015): Innovationsmanagement im Mittelstand. Strategien, Implementierung, Praxisbeispiele

Frey, Urs (2014): Vertrauen durch Strategie. Strategie in KMU einfach entwickeln und damit Vertrauen schaffen

Mayr, Stefan (2019): Controlling – Aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen. Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Spezialaspekte