

FORUM EHRENSACHE

# MEHR WERT SCHÖPFEN

In der neuen Veranstaltungsreihe „Forum Ehrensache“ werden Lösungsansätze vorgestellt, die Unternehmen benötigen, um von Corporate Social Responsibility als Wettbewerbsvorteil profitieren zu können.



Von links: Andreas Streubig, Otto, Christoffer Brick, GIZ, Prof. René Schmidpeter, Cologne Business School, Manuela Wehrle, Moderatorin, Kristin Heckmann, Hess Naturtextilien, und Clemens von Stockert, Fraport.

„Verantwortung übernehmen, gleichzeitig den Profit steigern und dabei noch wettbewerbsfähig bleiben, das ist gelebte Corporate Social Responsibility“, erläuterte Prof. René Schmidpeter, Cologne Business School, in

seinem einführenden Vortrag bei der Veranstaltung „CSR – Image oder Nachhaltigkeit“. Sie war der Auftakt der neuen Reihe „Forum Ehrensache“.

„CSR sollte praktisch angegangen und als Innovationskon-

zept verstanden werden. Erst dann sehen Unternehmer den Nutzen und ziehen mit“, fügte er hinzu. Die Frage lautet heute nicht mehr, „ob“, sondern „wie“ ein Unternehmen sich seiner Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt stelle.

Das ist jedoch nur möglich, wenn ein betriebswirtschaftlicher Ansatz verfolgt wird. Den Unternehmen muss heutzutage bewusst sein, dass es ein Wettbewerbsnachteil sein kann, wenn sie CSR nicht umsetzen. Die deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) hat diese Herausforderungen für Unternehmen erkannt und unterstützt diese nach dem Shared-Value-Ansatz von Michael Porter, um diese fit für die Zukunft zu machen. Dieser umschreibt, dass die gesellschaftlichen Veränderun-

gen und neue Anforderungen an Unternehmen als Potenzial und nicht als Gefahr erkannt werden. Die Kernkompetenzen des Unternehmens werden genutzt und ausgebaut, somit wird die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens erhöht.

Abgerundet wurde die Veranstaltung mit einer Podiumsdiskussion. Führungskräfte und Manager der Otto Group, Hess Naturtextilien und Fraport gingen dabei der Fragestellung nach, welche Rolle Stakeholder im CSR-Kontext spielen. Die Diskutanten rechneten den Stakeholdern eine wichtige Aufgabe, aber auch Verantwortung zu, die es im kompletten Wertschöpfungsprozess zu berücksichtigen gilt. Eine wichtige Erkenntnis dabei war, dass die betriebswirtschaftliche Wertschöpfungskette als Kreislauf – und nicht als Kette mit einem Anfang und Ende – wahrgenommen werden sollte. Damit werden vor- und nachgelagerte Stufen der Wertschöpfungskette miteingeschlossen. Alle Beteiligten waren sich außerdem einig, dass CSR vor allem dann einen Wettbewerbsvorteil darstellt, wenn es als Bestandteil interner Innovationsprozesse gesehen wird.

## WEITERE INFOS

Die Vorträge der Veranstaltung „Corporate Social Responsibility – Image oder Nachhaltigkeit“ können online unter [www.frankfurt-main.ihk.de/csr](http://www.frankfurt-main.ihk.de/csr) nachgelesen werden.

## IHK-ARBEITSKREIS NACHHALTIGKEIT

Im Dezember hat der Arbeitskreis Nachhaltigkeit der IHK Frankfurt seine Arbeit aufgenommen. Rund 30 Unternehmen unterschiedlicher Größen und Branchen sind dem Aufruf von IHK-Vizepräsidentin Marlene Haas gefolgt, um sich im Arbeitskreis zu engagieren. Das Gremium sensibilisiert die regionale Wirtschaft branchenübergreifend für das Thema Nachhaltigkeit. Haas wurde in der ersten Sitzung zur Vorsitzenden des Arbeitskreises gewählt, Joerg Weber ist stellvertretender Vorsitzender. Weitere Infos und Kontakt: Dr. Ralf Geruschkat, E-Mail [r.geruschkat@frankfurt-main.ihk.de](mailto:r.geruschkat@frankfurt-main.ihk.de), und Eva Mariel Bergauer, E-Mail [e.bergauer@frankfurt-main.ihk.de](mailto:e.bergauer@frankfurt-main.ihk.de).



**AUTORIN**  
EVA MARIEL BERGAUER  
Stellvertretende Leiterin, Unternehmensentwicklung, IHK Frankfurt  
[e.bergauer@frankfurt-main.ihk.de](mailto:e.bergauer@frankfurt-main.ihk.de)