

# **a3 E C O**

WIRTSCHAFTSINFORMATION FÜR UNTERNEHMER

Ausgabe 5/2010

26. Jahrgang

Erscheinungsdatum: 22. April 2010

€ 5,-

Verlagspostamt 2340 Mödling, P.b.b.

Zulassungsnummer GZ 032035087 M

DVR-Nr. 0064815/010480

IT-Branche  
**Revolution  
aus der Wolke**

Offenlegungspflicht  
**Hohe Strafen  
für Säumige**

Seltene Erden

# **DAS NEUE GOLD**

Fuhrpark Spezial  
**Flotte Neuheiten**

Mobilität  
**Die Stromer kommen**

KNR: 221384  
Hinteregger Consulting  
Dietmar Hinteregger  
Ziggulnstraße 30  
9020 Klagenfurt



## Hintereggers Blickpunkte

Dietmar Hinteregger, (1951) führte erfolgreich in den vergangenen 30 Jahren verschiedene Tochtergesellschaften internationaler Konzerne – zuletzt war er acht Jahre Österreich-Geschäftsführer des französischen Elektrokonzerns Schneider Electric. Im August 2008 gründete er die Hinteregger Consulting. Er berät und begleitet Unternehmen zu Fragen



und Aufgaben in den Bereichen: Potenzialentfaltung, Mitarbeiter- und Führungskräfteentwicklung, Visions- und Strategieentwicklung, Implementierung von und Ausrichtung auf Ziele, Change- und Integrationsmanagement, Nachfolgeplanung, Cultural Awareness, Empowerment. Begeisterung und Erfahrung aus dem Rallyesport werden in seiner Arbeit motivierend mit fachlichem Wissen kombiniert.

[www.h-consulting.at](http://www.h-consulting.at)

# „CSR – wieder nur ein neues Kürzel, oder steckt mehr dahinter?“

Immer wieder werden wir mit neuen Abkürzungen für diverse Begriffe im Wirtschaftsleben konfrontiert. Auch wenn die meisten von ihnen nachvollziehbar sind, werden viele von ihnen zu permanent „gedroschenen“ Modeworten in höheren Managementkreisen, obwohl so mancher, der sie verwendet, nicht einmal weiß, was sich im Detail dahinter verbirgt bzw. was sie wirklich bedeuten. Eine solche, in letzter Zeit immer wieder öfter zu hörende Abkürzung ist CSR. Doch der sich dahinter verborgene Themenkreis des gesellschaftlich verantwortlichen Handelns von Unternehmen (CSR = Corporate Social Responsibility) ist alles andere als ein Modewort und es ist wirklich dringend an der Zeit, dass die Führungsetagen von Unternehmen jeglicher Größe damit beginnen, sich diesem Thema stärker, intensiver und nachhaltiger zu widmen. Natürlich gibt es bereits weit verbreitete Initiativen – vorrangig die großer Konzerne – welche jedoch sehr oft als Marketinginstrument unter dem Titel „seht, wie gut wir doch sind und was wir alles tun“ missbraucht werden und vom eigentlichen Kernthema meilenweit entfernt sind.

### Und darauf lohnt es sich ein Auge zu werfen:

„Die soziale Verantwortung der Unternehmen ist im Wesentlichen eine freiwillige Verpflichtung, auf eine bessere Gesellschaft und eine saubere Umwelt hinzuwirken. Diese Verantwortung praktizieren sie gegenüber den Arbeitnehmern und generell gegenüber allen

von ihrer Geschäftstätigkeit beeinflussten Stakeholdern (am Unternehmen Interessierte), die ihrerseits auf den Unternehmenserfolg Einfluss nehmen können“ (*Zitat der Einführung des Grünbuches der Europäischen Kommission im Juli 2001*). Klingt zwar etwas kompliziert, ist aber denkbar einfach erklärt: Unternehmen bzw. Unternehmer tragen die Verantwortung gegenüber unserer Gesellschaft, ihren Mitarbeitern und der Umwelt, zusammengefasst in den Überbegriffen wirtschaftlich, sozial und ökologisch.



© Fotolia.com/Maxim\_Kazmin

CSR ist also heute aber auch für die Zukunft ein unverzichtbar wichtiges Instrument, um es Unternehmen zu ermöglichen, auf freiwilliger Basis Soziales und Ökologisches in ihren Unternehmensalltag zu integrieren. Mit CSR als Managementsystem kann das Unternehmen bei den daran interessierten Kreisen (das sind u. a. Mitarbeiter, Investoren, Kunden, Anrainer und Behörden etc.) großes Vertrauen erwecken und damit nachwei-

sen, dass es eine selbst auferlegte Verpflichtung des Managements gibt, diese Bestimmungen einzuhalten, welche einfach und für jedermann leicht nachvollziehbar im Unternehmensleitbild und in den Unternehmenszielen festgelegt sind. Eine wesentliche Aufgabe der Führungsmannschaft eines Unternehmens besteht darin, diese Ziele nach innen und außen verständlich und motivierend zu kommunizieren und als permanent sichtbares Vorbild

auch zu praktizieren.

Am wichtigsten dabei aber ist, dass CSR nicht nur teure Hochglanzbrochüren, aufwendig gestaltete Webseiten und große Worte bedeutet, sondern das die klar, deutlich und einfach niedergeschriebenen Punkte auch umgesetzt und täglich sichtbar gelebt werden. Unter dem Begriff „Sometimes is less more!“ wird der notwendige Erfolg nicht lange auf sich warten lassen. Und verstärkte Aktivitäten in dieser Richtung werden uns die Menschen und unsere Zukunft auf unserem Planeten Erde wohl wert sein, oder?