

# Corporate Social Responsibility

## Ernst gemeint oder PR-Gag?

Forschungsergebnisse des  
Instituts für Nachhaltigkeitsmanagement

- a.Prof. Dr. André Martinuzzi
- Dr. Katharina Jarmai
- Norma Schönherr, MSc

**WU**  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

EFMD  
EQUIS  
ACCREDITED

ASSOCIATION  
OF MBAs  
ACCREDITED

## Corporate Social Responsibility: *Ernst gemeint oder nur ein PR-Gag?*

**WU**  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

1	<i>„Wir tun gutes (und reden darüber)“</i>	<b>Philantropie</b>
2	<i>„Wir gestalten unsere Produktion (öko-)effizient“</i>	<b>Optimierung</b>
3	<i>„Wir vermeiden Risiken und Schäden“</i>	<b>Umwelt-Management-Systeme</b>
4	<i>„Wir bieten umweltfreundliche und faire Produkte“</i>	<b>Produkt-Diversifizierung</b>
5	<i>„Wir denken unsere Geschäftsmodelle radikal neu“</i>	<b>Responsible Innovationen</b>
6	<i>„Wir schaffen Shared Value“</i>	<b>Wirkungsverantwortung</b>

EFMD  
EQUIS  
ACCREDITED

ASSOCIATION  
OF MBAs  
ACCREDITED

## 1. Philantropie: „wir tun gutes (und reden darüber)“



- ☺ zweifellos „gut“
- ☺ einfach zu initiieren
- ☺ gut zu kommunizieren
- ☺ weit verbreitet
- ☺ als erster Schritt für weiterführendes Engagement

- ☹ ab welchen Beträgen ist „gut“ wirklich gut?
- ☹ Ablenkung von Problemen?
- ☹ kaum Verbindung zum Kerngeschäft – wenige Lern-Chancen
- ☹ wird in Krisenzeiten rasch eingestellt
- ☹ Wettbewerb der Ärmsten



## 2. Optimierung: „Wir gestalten unsere Produktion (öko-)effizient“



- ☺ Gut bei besonders teuren Rohstoffen
- ☺ hohe Anschlussfähigkeit („ÖkoProfit“)
- ☺ Berücksichtigung von Bezugskosten verbessert Amortisationszeiten
- ☺ etablierte Methoden und Kennzahlen

- ☹ Bewertungsprobleme
- ☹ Rebound-Effekt
- ☹ Übernutzung kostenloser Umwelt-Güter
- ☹ Setzt „Internalisierung externer Effekte“ durch effektiven Staatseingriff voraus



### 3. Umwelt-Management-Systeme: „Wir vermeiden Risiken und Schäden“

- ☺ sehr systematische Vorgangsweise
- ☺ erprobte Systeme verfügbar
- ☺ weit verbreitet (~ 300.000 Unternehmen)

- ☹ können Störfälle nicht mit Sicherheit ausschließen
- ☹ wenig motivierend
- ☹ schwierig zu kommunizieren
- ☹ geringe Innovationswirkungen

### 4. Produkt-Diversifizierung: „Wir bieten umweltfreundliche & faire Produkte“

- ☺ ermöglicht nachhaltigen Konsum
- ☺ nützt Wettbewerbskräfte für einen guten Zweck
- ☺ erlaubt Hochpreisstrategien
- ☺ steigert Loyalität der Kund/inn/en

- ☹ Vertrauensgut-Eigenschaft
- ☹ Commitment-Behaviour-Gap
- ☹ die meisten Öko-Nischen sind schon besetzt
- ☹ Wie kommen wir von der Nische zum Massenmarkt?


## 5. Responsible Innovation: „Wir denken unsere Geschäftsmodelle neu“




- ☺ Eröffnet viel breitere Lösungs-Räume
- ☺ Gestaltung ganzer Systeme möglich
- ☺ Hohe Wettbewerbs-Relevanz
- ☺ Technologie-Vorsprung

- ☹ Innovations-Barrieren
- ☹ Erfordert manchmal neue Geschäftsmodelle








2016 -2019 ➤ Gefördert mit 1,5 mio Euro ➤ 7 Partnerorganisationen  
 30 Unternehmen in drei innovativen Sektoren ➤ Nano-Technologie,  
 Cyber-Security und High-Tech-Medizin

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 710543



## Die sechs Elemente von "Responsible Innovation"



**ETHIK**  
Integrität,  
Prinzipien von  
Forschung und  
Innovation



**GLEICHSTELLUNG DER  
GESCHLECHTER**  
Geschlechterverhältnis und  
Beachtung von  
Geschlechterunterschieden



**STEUERUNG**  
Förderung geteilter  
Verantwortung und  
Unterstützung  
verantwortlicher Forschung



**FREIER  
ZUGANG**  
Freier Zugang zu  
wissenschaftlichen  
Erkenntnissen



**EINBINDUNG DER  
ÖFFENTLICHKEIT**  
Einbindung verschiedener  
Akteursgruppen in  
Forschungs- und  
Innovationsprozesse



**WISSENSCHAFTLICHE  
(AUS)BILDUNG**  
Erhöhung des  
Wissensstandes in der  
Bevölkerung



## Erfolgsfaktor "Responsible Innovation"

### Verantwortungsvolle Entwicklung von Nanopartikeln

- ✔ Verhaltenskodex
- ✔ Übererfüllung von Sicherheitsbestimmungen
- ✔ Permanenter Dialog
- ✔ Trainingskurse „nanosafety“ und „nanosustainability“
- ✔ Responsible Innovation für DoktorandInnen



### Geschlechtsunterschiede in der Analyse von "Big Data"

- ✔ Berücksichtigung von Geschlechtsunterschieden in der Mobilität
- ✔ Umsetzung der Ergebnisse im öffentlichen Transportsystem
- ✔ Steigerung der Effizienz von Transportsystemen  
Steigerung der Lebensqualität



[www.innovation-compass.eu](http://www.innovation-compass.eu)

## 6. Wirkungsverantwortung: „Wir schaffen Shared-Value“



alle Unternehmen haben Wirkungen  
CSR bedeutet diese Wirkungen zu kennen und zu verbessern  
und berücksichtigt

- a. positive und negative Wirkungen
- b. ökonomische, soziale und Umwelt-Wirkungen
- c. kurz-, mittel- und langfristige Wirkungen
- d. direkte und indirekte Wirkungen
- e. intendierte und nicht-intendierte Wirkungen
- f. Wirkungen in die andere Unternehmen / Akteure involviert sind  
(entlang von Wertschöpfungs- und Zulieferketten, bei der Produkt-Nutzung, Recycling und Entsorgung).



## 6. Wirkungsverantwortung: „Wir schaffen Shared-Value“



- ☺ entspricht der realen Gestaltungsmacht
- ☺ berücksichtigt alle Wirkungen die sich aus der Tätigkeit eines Unternehmens ergeben
- ☺ Ermöglicht systemische Lösungen

- ☹ Komplexität, Überforderung, fehlende Informationen
- ☹ Wird Verantwortung tatsächlich eingefordert?
- ☹ Geteilte Verantwortung (Zulieferer, Konsument/inn/en)





## EU Projekt

2014 -2017 | Gefördert mit 2,5 mio € | Gesamtbudget 3 mio €  
11 Partnerorganisationen | 3 Kontinente | 3 Sektoren

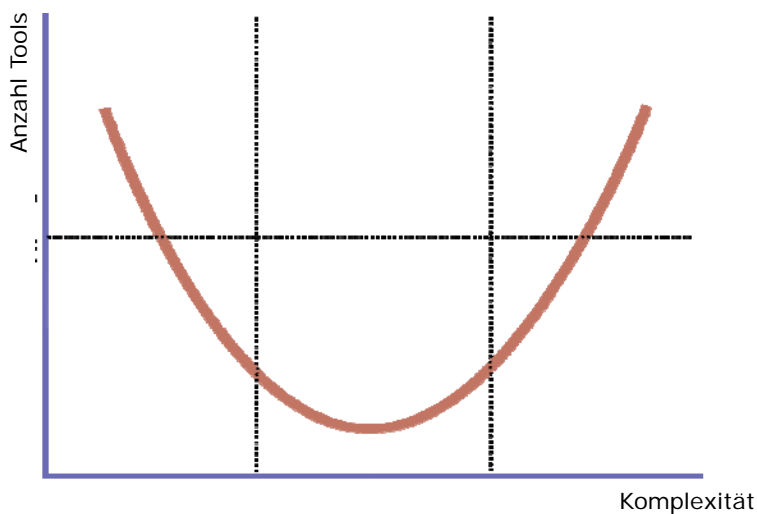


# GLOBAL VALUE



## Tools

### Messung und Management von Wirkungen

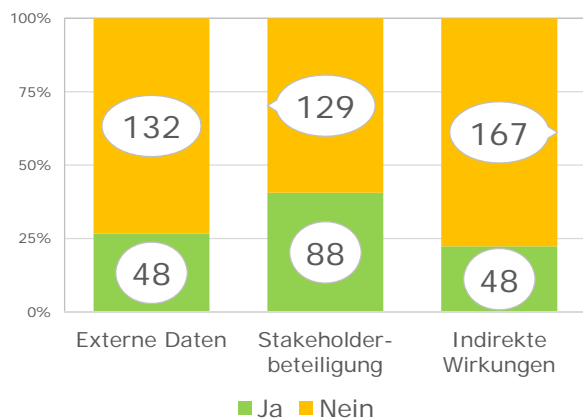


- 226 Management-, Reporting- und Learning Tools analysiert
- Komplexität von Wirkungen wird in bestehenden Tools sichtbar
- Geteilte Verantwortung nur unzureichend in Tools verankert
- Umgang mit Wirkungen verlangt neue Skills und neue Daten

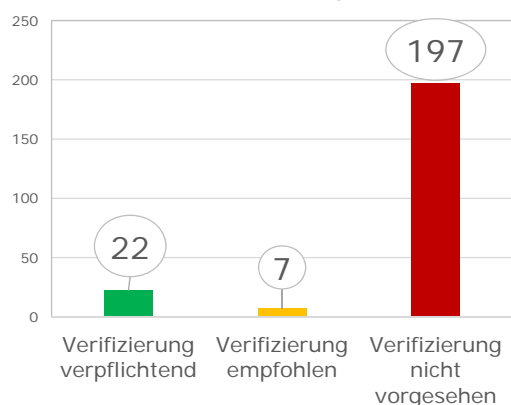
## Challenges

## Wirkungsverantwortung

### Geteilte Verantwortung?



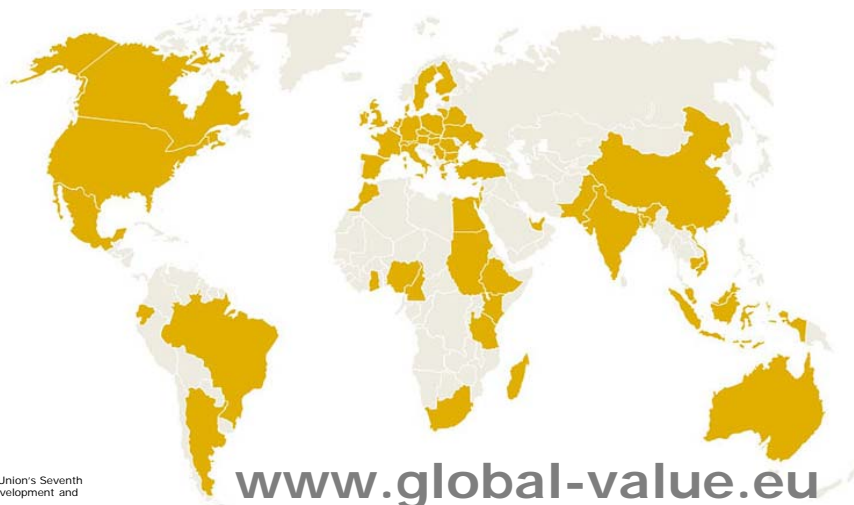
### Wird Verantwortung tatsächlich eingefordert?



## Event

## Virtuelle Abschlusskonferenz

12. – 14. Juni 2017  
 contact@global-value.eu



This project has received funding from the European Union's Seventh Framework Programme for research, technological development and demonstration under grant agreement no. 613295

[www.global-value.eu](http://www.global-value.eu)



## Corporate Social Responsibility: *Ernst gemeint oder nur ein PR-Gag?*



1	„Wir tun gutes (und reden darüber)“				✓
2	„Wir gestalten unsere Produktion (öko-)effizient“			✓	
3	„Wir vermeiden Risiken und Schäden“	✓			
4	„Wir bieten umweltfreundliche und faire Produkte“		✓		
5	„Wir denken unsere Geschäftsmodelle radikal neu“	✓	✓		✓
6	„Wir schaffen Shared Value“	✓	✓	✓	✓



## Corporate Social Responsibility: *Ernst gemeint oder nur ein PR-Gag?*



WU matters. WU talks.

### Phänomen Negativzinsen: Billiges Geld mit teuren Folgen?

Gouverneur o.Univ.Prof. i.R. Dr. **Ewald Nowotny**,  
Oesterreichische Nationalbank

Vizerektor Univ.Prof. Dr. **Stefan Pichler**,  
Institute for Finance Banking & Insurance, WU

Dienstag, 2. Mai, 18:00 Uhr, Festsaal 1, LC

[www.sustainability.eu](http://www.sustainability.eu)

