

Corporate Social Responsibility – unternehmerischer Nutzen

26. August 2011

Executive Summary

In dieser Arbeit wird der Nutzen untersucht, welcher für eine Unternehmung aus ihrem CSR-Engagement entstehen kann. Dazu wird sowohl der Frage nachgegangen, in welcher Form dieser Nutzen vorkommen kann, als auch, ob sich ein solcher Nutzen in der Praxis überhaupt bemerkbar macht. Es zeigt sich, dass CSR ein sehr komplexes Konstrukt ist und ihre Wirkungsweise auf den Erfolg eines Unternehmens von vielen Faktoren beeinflusst wird. Tendenziell resultieren durch CSR höhere finanzielle Gewinne für das Unternehmen, wobei jedoch situationsspezifische Faktoren sowie die Auswirkungen von CSR auf nicht-finanzielle Erfolge zu beachten sind. Bezüglich der CSR-Umsetzung kommt dem Marketing eine wichtige Bedeutung zu. Durch eine aktive Kommunikationsstrategie und ein effizientes Markenmanagement können die positiven Effekte von CSR zusätzlich verstärkt werden und schliesslich zu einem strategischen Wettbewerbsvorteil führen.