

Großen Unternehmen fehlt Nachhaltigkeit

26.07.2010, 16:20 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Orgenda Verlag für persönliche Weiterentwicklung*

„Je größer die Unternehmen, desto weiter weg sind sie von einer ganzheitlichen Nachhaltigkeit“, sagt Dr. Guido Knörzer von der CSR-Agentur. Aber nur durch ethisches, verantwortungsvolles Wirtschaften schaffen Unternehmen wirksames Vertrauen und eine nachhaltige Unternehmenskultur, betont Knörzer im Interview mit dem Praxishandbuch SICHER FÜHREN.

„Vor allem viele mittelständische Unternehmen haben schon immer mit einem universalen Nachhaltigkeitsansatz gewirtschaftet“, so Knörzer. Dagegen hätten alle im Dax notierten Unternehmen zwar inzwischen Nachhaltigkeitsprogramme und CSR-Abteilungen, aber sie würden oft nicht genügend nach vorne gebracht. Corporate Social Responsibility (CSR) sei eine Querschnittsaufgabe und nicht delegierbar, sagt Knörzer: „Der Wille zum nachhaltigen Wirtschaften muss in der Entscheidungsebene verankert sein.“

Vertrauen hätten die Banken spürbar verloren, als sie nicht genug auf die Risiken extrem unsicherer Anlageformen hinwiesen – was später zur Weltwirtschaftskrise führte. Heftig steht nun auch BP weltweit in der Kritik, weil der Konzern offenkundig Sicherheitsvorschriften und –techniken beim Bau der Ölbohrplattform „Deepwater Horizon“ missachtete, was eine der schlimmsten Umweltvergiftungen zumindest begünstigt hat.

Vor diesem Hintergrund verweist CSR-Experte Knörzer auf sieben Kriterien, die zum Erreichen der DIN-Norm ISO 26.000 als Grundlage für ethisches Handeln von Unternehmen definiert wurden: 1. Wie wird die Organisation geführt? 2. Wie werden Menschenrechte und internationale Normen eingehalten? 3. Welche Arbeitspraktiken bestehen? Wie ist der Gesundheitsschutz? 4. Welche Rolle spielt die Umwelt? 5. Verpflichtet sich das Unternehmen zu anständigen Handlungen (Anti-Korruption, keine Preisabsprachen)? 6. Ist das Unternehmen ehrlich zu den Konsumenten (keine falschen Produktversprechen)? 7. Ist das Unternehmen regional eingebunden (z. B. mit Aktionen als „good citizen“)?

Knörzer betont die grundlegende Funktion von Vertrauen als dem Ergebnis von ganzheitlich ethischem Handeln: „Ohne Vertrauen kommt es nicht zu einem Austausch zwischen Menschen: Einer hat das Angebot, der andere die Nachfrage. Ohne Vertrauen kommt der Austausch gar nicht in Gang.“ Das gelte für Kundenbeziehungen ebenso wie für die Motivation und Gewinnung guter Mitarbeiter.

Das Praxishandbuch "sicherführen - erfolgreich leiten und motivieren in der Praxis" erscheint im Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Bonn. Die jährlich 9 Aktualisierungsausgaben enthalten 4 bis 5 Fachartikel zum Führungsalltag. Ergänzt wird jede Ausgabe durch ein Magazin, das in kurzer Form Führungsthemen aufgreift. Jede Ausgabe enthält Experten-Interview zu einem aktuellen Führungsthema.

Portrait

Der Orgenda Verlag für persönliche Weiterentwicklung gehört zur Verlagsgruppe des Verlags für die Deutsche Wirtschaft AG, zu der insgesamt 10 Fachverlage zählen. Die Loseblattzeitschriften, Informationsdienste und Veranstaltungen des Verlages ergänzen und flankieren individuelle Beratung und Seminarangebote. Gemeinsam mit dem

Schwesterunternehmen, dem FID Verlag GmbH Fachverlag für Informationsdienste, belegte der Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG laut Ranking des Buchreportes vom April 2006 "Die 100 größten deutschen Verlage" mit Rang 9 wieder einen Platz unter den Top 10 der Fachverlage und Rang 15 unter allen deutschen Verlagen.

News-ID: 451306 • Views: 1380 (Stand: 19.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/451306/Grossen-Unternehmen-fehlt-Nachhaltigkeit.html>