

# Inhaltsverzeichnis

## Der CSR Manager – Unternehmensverantwortung in der Praxis

<b>1 Basiswissen: Was CSR bedeutet .....</b>	<b>9</b>
1.1 Die offizielle Definition von Corporate Social Responsibility ..... und was dahinter steckt	11
1.2 Corporate Citizenship, CSR, Nachhaltigkeit & Co – ..... Eine klare Abgrenzung	14
1.3 Warum Corporate Social Responsibility heute so wichtig ist .....	16
1.4 CSR ganz praktisch – Die Handlungsfelder im Überblick .....	23
<b>2 Stellenprofil: CSR Manager .....</b>	<b>29</b>
2.1 Was ein CSR-Manager wissen sollte .....	30
2.2 Was ein CSR-Manager können sollte .....	32
<b>3 Strukturen und Prozesse: Corporate Social Responsibility organisieren ....</b>	<b>37</b>
3.1 Abteilung oder Stabsstelle? .....	38
3.2 Das CSR-Team – Die Mischung macht ....	42
3.3 CSR verlangt Projektmanagement .....	43
<b>4 Der 5-Stufenplan zum gewinnbringenden CSR-Management .....</b>	<b>47</b>
4.1 Wieso überhaupt strategisch? .....	48
4.2 Der 5-Stufenplan im Überblick .....	51
<b>5 Stufe 1: Die Bestandsaufnahme .....</b>	<b>53</b>
5.1 Wer will was? – Die Stakeholderanalyse .....	54
5.2 Der CSR Navigator – Die Stellschrauben für Ihr erfolgreiches .....	60
CSR-Management	
5.3 Das Verantwortungsfenster – Wo stehen wir? .....	63
<b>6 Stufe 2: Auf der Suche nach den strategischen Leitthemen .....</b>	<b>67</b>
6.1 Wie beeinflusst mein Unternehmen die Gesellschaft? .....	69
6.2 Wie beeinflusst die Gesellschaft mein Unternehmen? .....	75
6.3 Zuerst die Pflicht und dann die Kür .....	81

<b>7</b>	<b>Stufe 3: CSR mit System – Ganzheitliche Steuerung &amp; Umsetzung .....</b>	<b>85</b>
7.1	CSR als integriertes Managementsystem .....	86
7.2	Ihr Werkzeugkasten mit CSR-Maßnahmen .....	92
7.3	Partnerschaften professionell gestalten – Die CSR-Kooperation .....	101
<b>8</b>	<b>Stufe 4: Tue Gutes und rede darüber – Die CSR-Kommunikation .....</b>	<b>105</b>
8.1	Warum ist CSR-Kommunikation so wichtig? .....	106
8.2	Interne Kommunikation – Die Mitarbeiter müssen Bescheid wissen	108
8.3	Externe Kommunikation – Tragen Sie Ihr Engagement nach draußen ...	112
8.4	CSR-Kommunikation – kontinuierlich und integriert .....	115
<b>9</b>	<b>Stufe 5: CSR messen und bewerten - Erfolgskontrolle &amp; Reporting ...</b>	<b>117</b>
9.1	Mehr als Kommunikation – Funktionen des CSR-Reportings .....	118
9.2	Berichtsinhalt – Strategie erläutern, Erfolge messen .....	122
9.3	Das richtige Outfit – Berichtsgestaltung .....	127
9.4	Ein objektiver Blick – externe Berichtsprüfung .....	129
<b>10</b>	<b>Die CSR-Scorecard – Das Multitool zur erfolgreichen Steuerung von CSR ....</b>	<b>133</b>
10.1	Der Ort des Ursprungs – Die Balanced Scorecard .....	134
10.2	Wie sieht die CSR-Scorecard aus? .....	139
10.3	Ihr vielfältiger Nutzen durch die CSR-Scorecard .....	140
10.4	Der richtige Umgang – So erstellen Sie Ihre CSR-Scorecard .....	142
<b>11</b>	<b>Vorbildliche Unternehmen – Von den Besten lernen .....</b>	<b>149</b>
11.1	Faber-Castell – Adel verpflichtet (sich) .....	150
11.2	Vaillant Group – Nachhaltigkeit erleben .....	159
11.3	Miele – Verantwortung für Generationen .....	168
11.4	memo – Nachhaltigkeit mit System .....	176
11.5	Globetrotter – Öko steht dir gut .....	184
11.6	Henkel – Ein weiser Riese .....	190
11.7	Zotter – Nachhaltig überzeugend .....	199
11.8	Trigema – Made in Germany .....	211
<b>12</b>	<b>Ein Schlussplädyer für professionelles CSR-Management .....</b>	<b>221</b>