

Vorwort

Unternehmen reagieren in ihrer Öffentlichkeitsarbeit darauf, dass sie heutzutage besonders im Hinblick auf soziale und ökologische Belange kritischer betrachtet und nach strengeren Maßstäben als früher beurteilt werden. Um das eigene Image unter diesem Aspekt zu pflegen, um Imageverlust zu vermeiden oder auf Kritik an Unternehmensstrukturen und Geschäftspraktiken zu reagieren, zeigen sie gesellschaftliches Engagement. Dies geschieht aber oft nur vereinzelt und unstrukturiert, weil solches Engagement als zusätzliche Belastung ohne erkennbaren Gewinn gesehen wird.

Genau darin liegt aber eine Chance für Unternehmen: sich der positiven Effekte bewusst zu werden, die die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung auf den Unternehmenserfolg haben kann – wenn sie auch nur indirekt und erst auf längere Sicht wirksam werden. Um solche Effekte in den Blick zu bekommen, braucht es Instrumente, die über die „harten Fakten und Zahlen“ einer Unternehmensbilanz hinaus auch solche Faktoren mit einbeziehen und gewichten, die sich aus gesellschaftlichen Erwartungen an das Unternehmen ergeben.

In dieser Studie wird die *Social-Responsive Balanced Scorecard* als ein Konzept vorgestellt, das genau ein solches Instrumentarium zur Verfügung stellt, und zwar als ein System von Kennzahlen, das über die marktbezogenen auch eine nicht-marktliche Gesellschaftsperspektive berücksichtigt, und als ein Managementsystem, das es erlaubt, eine Unternehmenskultur von einer Vision und einer Zielsetzung her dahingehend zu formen, dass die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung nicht mehr als überflüssig und belastend empfunden wird, sondern als Teil der Unternehmensstrategie gerade auch im Hinblick auf den finanziellen und ökonomischen Erfolg konsequent in die Entscheidungen einbezogen und in ihrem Potential voll ausgeschöpft wird, so dass eine Win-win-Situation entsteht, in der das Unternehmen *und* die Gesellschaft gleichermaßen profitieren.

Die *Social-Responsive Balanced Scorecard* bildet eine Verbindung der Konzepte von *Corporate Social Responsibility* und *Balanced Scorecard*, in der die Stärken beider Konzepte so miteinander verbunden werden, dass sie die vorhandenen Schwächen und Begrenzungen des jeweils anderen Konzeptes ausgleichen bzw. ergänzen und miteinander ein in der Praxis handhabbares Instrument für das Management zur Verfügung stellen.

Social-Responsive Balanced Scorecard

Wie Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung in
Kennzahlen umsetzen

Neßler, C.; Fischer, M.-T.

2013, XIV, 118 S., Softcover

ISBN: 978-3-8349-4424-5