

Verantwortung steht für Junge im Zentrum der Firmen

Studie zur Corporate Responsibility

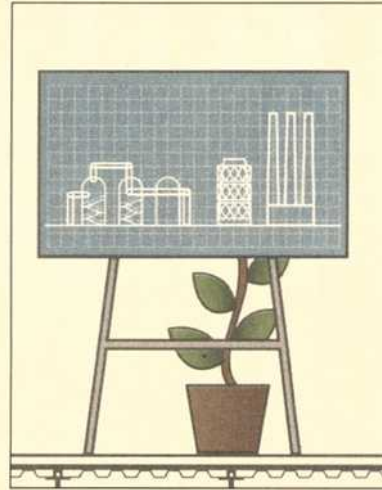
Beim World Economic Forum 2012 in Davos präsentierte Deloitte eine von der Economist Intelligence Unit (EIU) durchgeführte weltweite Umfrage zur Einstellung von Führungskräften gegenüber Corporate Responsibility (CR). 76 Prozent sprechen sich dafür aus, dass der Wert eines Unternehmens in gleichem Maße am Gewinn wie am positiven Beitrag des Kerngeschäfts für die Gesellschaft gemessen werden soll.

Zwei Drittel der Unternehmen glauben daran, einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. 82 Prozent der befragten Führungskräfte geben an, ihr Unternehmen verfüge über ausformulierte Standards zu Corporate Responsibility. 73 Prozent sind sogar der Meinung, dass sich ihr Kerngeschäft positiv auf die Gesellschaft auswirke.

Kommunikationsbedarf

„Unternehmen erkennen also, dass Verantwortung und Erfolg miteinander verbunden sind. Nur nachhaltiges Wirtschaften bringt nachhaltigen Erfolg“, interpretiert Bernhard Gröhs, Managing Partner bei Deloitte Österreich. Gröhs weiter: „Einziges Manko: Nur ein Viertel glaubt, dass die Öffentlichkeit von ihren Bemühungen weiß. Wir müssen also mehr darüber sprechen.“

Im Rahmen der Deloitte-internen Millennial-Studie, bei der mehr als tausend nach 1981 geborene Mitarbeiter befragt wurden, gaben 92 Prozent an, dass der Erfolg eines Unternehmens nicht ausschließlich am Profit berechnet werden sollte. Der soziale Sinn bzw. die Nachhaltigkeit hat für diese Generation eine ebenso hohe Priorität. Gesellschaftlich



verantwortungsvolles Handeln seitens Unternehmen wird von jungen Menschen nicht nur gewünscht, sondern vorausgesetzt. „Ein Faktor, der beim Werben um Talente berücksichtigt werden muss“, ist Gundi Wentner, Partnerin bei Deloitte Österreich, überzeugt.

Schwerpunkte definieren

Deloitte Österreich baue sein Programm zur Corporate Responsibility auf vier Schwerpunkten auf: Initiativen im Sozial-, Kultur- und Kunstbereich, Schaffung zukunftsfähiger Arbeitsplätze, Nachwuchs- und Mitarbeiterentwicklung sowie Förderung der Bildungschancen junger Menschen in Österreich. So berate Deloitte pro bono viele gemeinnützige Organisationen und sponsere unter anderem das mumok und das Kunsthistorische Museum. Zudem habe es sich das Unternehmen zur Aufgabe gemacht, Frauen in der Wirtschaft und vor allem in Führungspositionen zu fördern und zu vernetzen. (red)