

CSR-Wahrnehmungen und Auswirkungen bei Mitarbeitern *

Eine empirische Untersuchung in einem mittelständischen Unternehmen

MARKUS SCHENKEL-NOFZ **

Inwieweit CSR in der alltäglichen Praxis gelebt und im Unternehmen verankert wird, hängt entscheidend von den Mitarbeitern ab. Dies gilt umso mehr mit Blick auf kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Es verwundert daher, dass die Prozesse und Auswirkungen von CSR auf der Mikroebene in der CSR-Forschung eher vernachlässigt wurden. Angesichts dessen wurde eine qualitative Studie unter der Mitarbeiterschaft eines mittelständischen Unternehmens durchgeführt. Analog zu anderen Studien zeigt sich, dass CSR generell positive Effekte bedingt. Doch weisen die Befunde auch darauf hin, dass die wahrgenommene oder unterstellte Authentizität von CSR eine wesentliche Bedingung hierfür zu sein scheint.

Schlagwörter: Corporate Social Responsibility (CSR), Mitarbeiter-Wahrnehmung, Mitarbeiterverhalten, qualitative Fallstudie, mitarbeiterbezogene CSR-Effekte, kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

CSR and Employees: Employees' Conception and Perception of CSR and its Effects

It depends heavily on employees how and to what extent CSR will be implemented into the daily working life and corporate behaviour. This is all the more true for small and medium-sized companies (SME). It is therefore surprising, that the processes and outcomes at the micro-level have only received scant attention within CSR-research. In view of this a qualitative study among employees of a medium-sized company was carried out. The findings are in line with other studies, showing that CSR has positive outcomes. However, it became apparent that the perceived or assumed authenticity of CSR seems to be a crucial prerequisite for these outcomes.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Employee Perception, Employee Behaviour, Employee-related CSR-Outcomes, Small and Medium-Sized Companies (SMEs)

* Beitrag eingereicht am 29.01.2014; nach doppelt verdecktem Gutachterverfahren überarbeitete Fassung angenommen am 14.03.2014. Ich bedanke mich an dieser Stelle bei den Gutachtern für die eingehende Begutachtung sowie ihre Anregungen und hilfreichen Anmerkungen.

** Markus Schenkel-Nofz, Eselsdamm 10, D-67346 Speyer, E-Mail: markusschenkel@web.de, Forschungsschwerpunkte: Corporate Social Responsibility, Konsumentenethik, Organisationales Verhalten, Behavioural Ethics, Kleine und mittlere Unternehmen, Socially Responsible Investment.