



V E R E I N
 Friedstraße 23, A-1210 Wien
 Tel.: +43/1/263 23 12-0 Fax: -20
 office@bildungsmanagement.at
 http://www.bildungsmanagement.at



Masterlehrgang

„SUPERVISION, COACHING & ORGANISATIONSENTWICKLUNG“

Abschluss im Juni 2008

Die Wirtschaft die Wert schafft

Wertberatung in österreichischen Betrieben

Mag. DSA Martin Haiderer

martin.haiderer@gmx.net

Zusammenfassung:

Immer mehr Unternehmen bekennen sich zu Corporate Social Responsibility (CSR), um sich als verantwortlich wirtschaftend zu präsentieren. Die vorliegende Arbeit mit dem Titel "Die Wirtschaft, die Wert schafft - Werteberatung in Österreichs Betrieben" beleuchtet die Dimension externer Beratung bei der Entstehung dieser CSR-Prozesse, um deren Bedeutung für BeraterInnen besser einschätzen zu können.

Erhoben wurde mittels quantitativer Fragebögen, die an nachhaltig wirtschaftende Unternehmen versandt und anonymisiert ausgewertet wurden. Diese Form der Befragung wurde gewählt, (1) um das Ausmaß von Ethik-Beratung in Betrieben zu erheben und (2) um die Gefahr sozial erwünschter Antworten bei diesem sensiblen, die Reputation der Unternehmen betreffenden, Thema möglichst gering zu halten.

Die Befragung ergab, dass zwar 2/3 der befragten Unternehmen externe Ethik-Beratung für wichtig halten, aber nur 39 % sie tatsächlich in Anspruch nehmen. Vor allem große Konzerne, die CSR in Arbeitsgruppen entwickeln, ziehen BeraterInnen bei. Bei deren Auswahl zählen v. a. Berufserfahrung und Unternehmensnähe.

Abstract:

More and more enterprises identify themselves with Corporate Social Responsibility (CSR) in order to be presented as responsible economising companies. The subject of the submitted thesis "Companies create Ethical Values - Ethical Consultancy in Austrian Companies" lights up the dimension of external consultancy for the development of CSR-Procedures to evaluate the relevance of this increasing field of activity for consultants.

The present work was ascertained with a quantitative questionnaire and was filled out by sustainable economising companies. All data were analysed anonymously. This mode of enquiry was chosen (1) to ascertain the extend of ethical consultancy in companies and (2) to keep the risk of socially desired answers in this significant matter low, as it also affects the reputation of every company.

The results of the research show, that one half of the questioned companies consider (external) ethical consultancy as an important method, but only 39 % include it in their daily buisness. It is mostly the big companies that develop CSR in working teams, who count on (external) consultants. Professional experience and acquaintance are the decisive factors for the selection of the right consultant.