



Guide

CSR-Trends 2023: Inspiration für die CSR-Strategie Ihres Unternehmens

Ein Guide für Unternehmen aller Art





Was bedeutet **CSR**?

Unter Corporate Social Responsibility (CSR) versteht man in der Business-Welt ein immer wichtiger werdendes Geschäftskonzept, das einem Unternehmen hilft, sich selbst, seinen Stakeholdern, der Umwelt und der Gesellschaft gegenüber sozial verantwortlich zu sein.

Durch die Wahrnehmung der sozialen Verantwortung von Unternehmen, auch Corporate Citizenship genannt, können sich Unternehmen bewusst machen, welche Auswirkungen sie auf alle Aspekte der Gesellschaft haben, einschließlich ihrer wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Verantwortung.

Inhalt

Die Suche nach Purpose verändert die Unternehmenswelt	3
Die Entwicklung von <i>Corporate Social Responsibility</i>	5
Die 5 wichtigsten CSR-Trends des Jahres 2023	7
• Stakeholder-Philanthropie	8
• Vielfalt, Gleichberechtigung, Inklusion und Zugehörigkeit	10
• Employee Resource Groups (ERGs)	11
• Virtuelle Freiwilligenarbeit	13
• Environmental, Social, and Governance (ESG)	15
So setzen Sie die CSR-Trends erfolgreich um	17

Die *Suche nach Purpose*
verändert die
Unternehmens-
welt



Die **Suche nach Purpose** verändert die Unternehmenswelt

In den letzten Jahren hat sich die Business-Welt von Grund auf verändert. Das liegt natürlich einerseits an der Pandemie, die Unternehmen rund um den Globus vor neue Herausforderungen gestellt hat, andererseits stellen aber auch die Mitarbeitenden eine treibende Kraft innerhalb dieser Veränderung dar.

Denn gerade in Zeiten von Klimawandel, sozialer Ungerechtigkeit und internationalen Unruhen suchen viele Menschen nach einem Weg, sich für unsere Gesellschaft und unsere Umwelt einzusetzen – und das nicht nur in ihrer Freizeit.

Denn neben anspruchsvolleren Arbeitsplätzen mit mehr Flexibilität, Autonomie und höherer Bezahlung wünschen sich Ihre Mitarbeitenden vor allem einen Arbeitgeber, bei dem sie guten Gewissens arbeiten können. Die Antwort auf die Suche nach *Purpose* heißt also *Corporate Social Responsibility*.

2023 wird das Jahr sein, in dem dieses kollektive Bedürfnis nach Sinn und Gemeinschaftsgefühl auch aus der Unternehmenswelt nicht mehr wegzudenken sein wird. Denn der Wunsch Ihrer Mitarbeitenden, sich sozial zu engagieren, ist auch eine optimale Gelegenheit für Ihr Unternehmen, Hebel in Bewegung zu setzen und Teil des positiven Wandels zu werden – mit den CSR Trends des Jahres 2023.



Die
Entwicklung
von *Corporate
Social
Responsibility*



Die Entwicklung der Corporate Social Responsibility

Immer mehr Unternehmen reagieren auf die Sinnsuche ihrer Mitarbeitenden, indem sie Volunteering-Programme anbieten, in denen sich die Angestellten für ihre Herzensprojekte engagieren können.

Wie wichtig soziale Verantwortung in der Business-Welt geworden ist, zeigt der **Benevity Impact Labs Report 2022**. Im vergangenen Jahr wurden fast 8,9 Millionen Volunteering-Stunden von mehr als 460.000 Freiwilligen verzeichnet – im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Anstieg von 28%.

Um CSR-Aktivitäten zu organisieren, den Outcome zu messen und das Volunteering Ihrer Mitarbeitenden zu belohnen, setzen bereits rund 850 Unternehmen auf die Tools von Benevity.

850

zweckorientierte Unternehmen

333.000

unternommene positive Aktionen

8,9 Mil.

Volunteering-Stunden

2,3 Mrd. \$

an Spendengeldern

108.500

Zuschüsse im Wert von 2.95 Mrd. \$

218.500

unterstützte gemeinnützige Organisationen

Die 5 *wichtigsten* CSR-Trends des Jahres 2023

1

Stakeholder-Philanthropie

2

Vielfalt, Gleichberechtigung,
Inklusion und Zugehörigkeit

3

Employee Resource Groups (ERGs)

4

Virtuelles Volunteering

5

Environmental, Social,
and Governance (ESG)

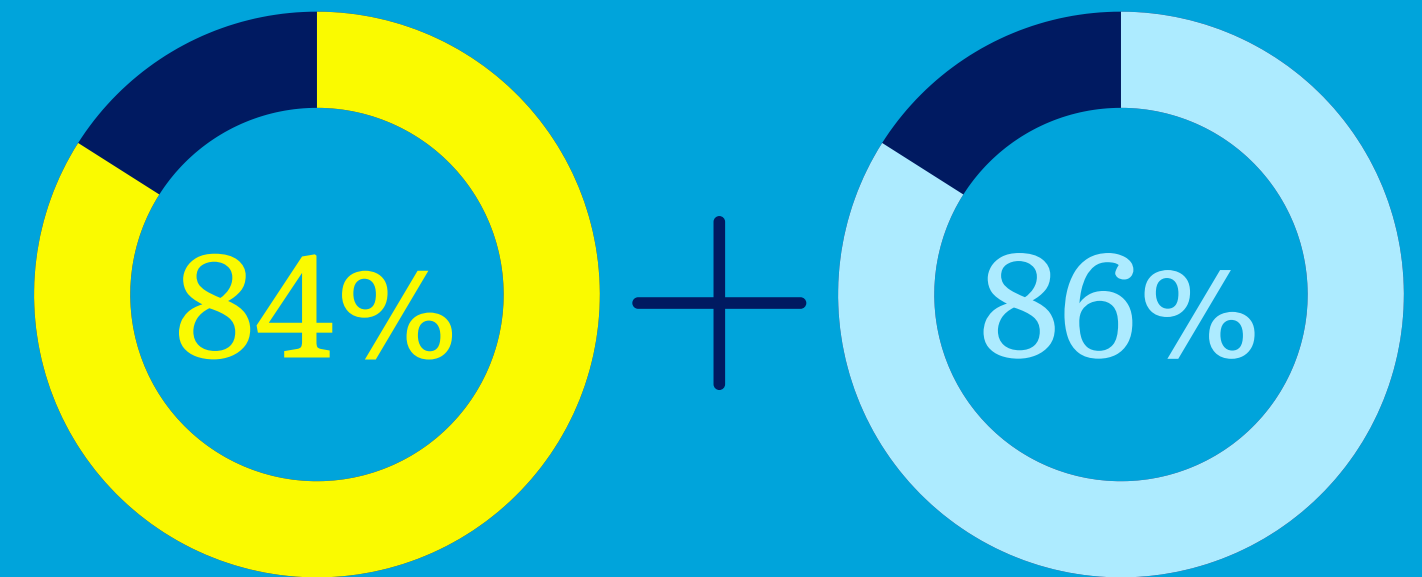
Trend 1: Stakeholder-Philanthropie

Die Art und Weise, wie Unternehmen soziale Investitionen tätigen, ändert sich stetig. Bereits in den letzten Jahren war ein eindeutiger Trend zu beobachten, bei dem immer mehr verschiedene Gruppen von Stakeholdern in finanzielle Entscheidungen und gemeinnützige Investitionen miteinbezogen werden, darunter Community Partner, Mitarbeitende und Kundschaft.

Sie alle leisten Pionierarbeit, wenn es um innovative Konzepte für gemeinnützige Investitionen geht. In Zukunft lautet die Devise demokratische, vertrauensvolle, kollaborative und engagierte Stakeholder-Philanthropie – denn so erzielen Sie die größte Wirkung.



Meinungen zur Stakeholder-Philanthropie



aller Konsument:innen

aller Mitarbeitenden

sind der Meinung, dass alle Stakeholder ein Mitspracherecht bei der Verteilung der Spendengelder eines Unternehmens haben sollten

Der Wandel zur vertrauensbasierten Philanthropie am Beispiel von Avast

Als Unternehmensstiftung unterstützt Avast zwar diverse Partnerorganisationen, ihre philanthropische Strategie folgt jedoch nicht einem traditionellen, transaktionalen Denkansatz. Vielmehr verfolgt Avast das Konzept, gemeinnützige Organisationen in den lokalen Communities ausfindig zu machen und sie zu ermutigen, die Form der Unterstützung, die für sie am notwendigsten ist, mitzugestalten.

Dieser vertrauensbasierte philanthropische Ansatz gewährleistet natürlich einerseits, dass das Unternehmen seine CSR-Ziele erfüllt. Andererseits legt Avast den Fokus damit auf die Zusammenarbeit mit Organisationen, die wertvolle Partner in den Bereichen Digital Freedom und Digital Citizenship sind.

Im Zentrum der Stakeholder-Philanthropie von Avast steht ein gesundes Gleichgewicht zwischen dem Erhalt von Fördermitteln und der Freiheit, sinnstiftende gemeinnützige Partnerschaften aufzubauen, die in der Community wirklich etwas bewirken. Mit diesem Ansatz möchte die Avast Stiftung den gesamten CSR-Sektor zur Stakeholder-Philanthropie inspirieren.

"Unser Ansatz ist stark Bottom-up orientiert, denn wir wollen, dass die Communities vollständig in das Programm eingebunden werden. Sie gestalten es also mit. Die Wirkung ist dadurch viel größer, weil sie ihre eigenen Bedürfnisse kennen.

Wir stellen ihnen lediglich die Plattform, Instrumente und Mittel zur Verfügung, um ihre Ziele zu erreichen.

So verstehen wir Philanthropie, und dieses Modell wenden wir auch auf unsere Programme für Mitarbeiterengagement an."



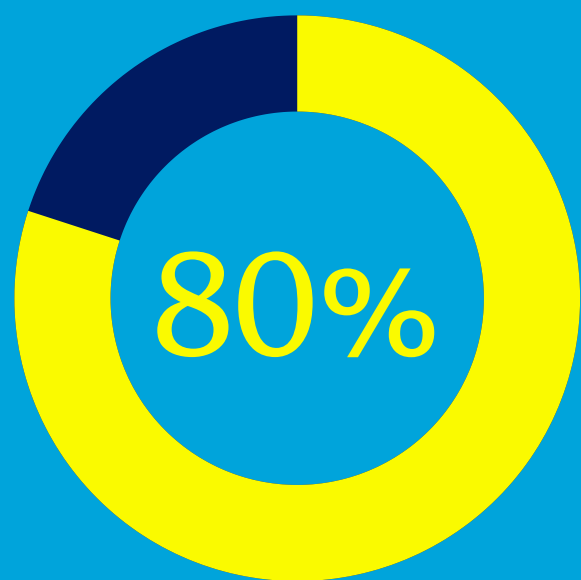
JULIA LOSEKOOT SZYMAŃSKA
Community Relations Manager bei Avast

Trend 2:

Vielfalt, Gleichberechtigung, Inklusion und Zugehörigkeit (DEIB)

Die Förderung eines vielfältigen, fairen und integrativen Arbeitsplatzes ist für die Mitarbeitenden von Heute eines der wichtigsten Kriterien für ihre Karriere, denn damit wird einerseits ein echtes Gemeinschaftsgefühl erzeugt und andererseits das Bedürfnis nach Sinn gestillt.

Wenn am Arbeitsplatz Vielfalt, Gleichberechtigung, Inklusion und Zugehörigkeit gelebt werden, gibt das den Menschen nicht nur Raum, sie selbst zu sein, es eröffnet auch neue Perspektiven, die Verbindungen schaffen und Innovation vorantreiben.



der Mitarbeitenden sind der Meinung, dass es in der Verantwortung der Geschäftsführung liegt, Maßnahmen zur sozialen Gerechtigkeit und Gleichberechtigung zu ergreifen

"Ich glaube, dass es wichtig ist, eine Kultur zu haben, die sowohl von oben nach unten als auch von unten nach oben gerichtet ist, in der jeder das Gefühl hat, etwas zu bewirken. Und es ist wichtig, offen und ehrlich zu sein.

Wir haben ein Umfeld geschaffen, in dem die Mitarbeitenden uns ständig herausfordernde Fragen stellen, und das ist eine sehr gute Sache. Wir wollen, dass die Mitarbeitenden diese Fragen stellen können denn das hält uns auf Trab."



HELEN ROBINSON

Diversity, Inclusion and Community Engagement Manager bei Auto Trader UK

Trend 3:

Employee Resource Groups (ERGs)

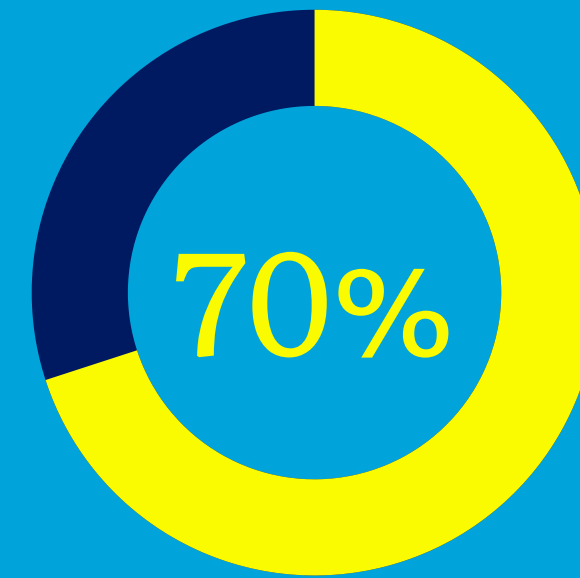
Employee Resource Groups sind eng mit dem Streben nach Vielfalt, Gleichberechtigung, Inklusion und Zugehörigkeit verbunden und gehören zu den CSR-Maßnahmen, die Sie als Unternehmen 2023 unbedingt umsetzen sollten.

Safe Spaces und Affinitätsgruppen sind sowohl für die Mitarbeitenden als auch fürs Management wichtig, denn sie liefern wertvolle Erkenntnisse über Erfahrungslücken, mögliche Unzufriedenheit der Mitarbeitenden und systemische Vorurteile oder Barrieren und helfen dabei, positive Veränderungen voranzutreiben.

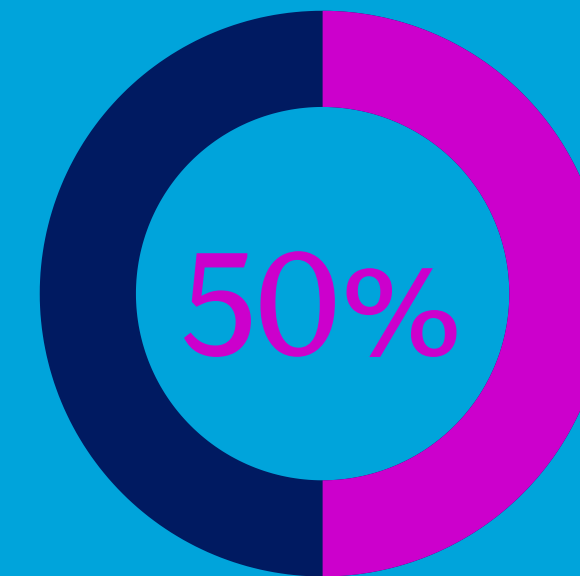
Ein Fundament aus Vertrauen, Inklusion und Gleichberechtigung ist eine wichtige Voraussetzung für das Gefühl von Zugehörigkeit – und nur durch zufriedene Mitarbeitende kann Ihre Unternehmenskultur nachhaltig wachsen und gedeihen.



Zahlen und Fakten zu ERGs



der Personen zwischen 18 und 24 würden sich eher in einem Unternehmen bewerben, wenn es ERGs anbietet



der Angestellten gaben an, Sie würden eher in einem Unternehmen bleiben, weil es ERGs anbietet

Die Bedeutung von Employee Resource Groups am Beispiel von

Ein wichtiger Teil der CSR-Strategie des führenden britischen Online-Händlers für Neu- und Gebrauchtwagen ist die Stärkung ihres Teams und ihrer Unternehmenskultur durch mitarbeitergeführte Netzwerke.

Acht Key Facilitators und zwei Network Leads leiten die ERGs, oder Gilden, wie sie bei Auto Trader genannt werden. Diese Netzwerke bieten einen Raum, in dem alle Mitarbeitenden ihre Ideen einbringen und eine Kraft zur positiven Veränderung sein können.

Dabei hat jede der ERGs spezifische Aufgaben und Verpflichtungen, auf die sie sich konzentrieren und die zweimal im Jahr dem Management vorgelegt werden. Mit diesem Bottom-Up-Ansatz schafft Auto Trader einen kollaborativen, interdisziplinären Raum, der einerseits gewährleistet, dass die Gruppen ihre Ziele zur Förderung des sozialen Wandels konsequent verfolgen und andererseits, dass die Geschäftsführung sie dabei auch unterstützt.

"Unsere Mitarbeiternetzwerke sind sehr wichtig, wenn es darum geht, unsere interne Arbeit voranzutreiben, da sie von unseren Mitarbeitenden geleitet werden. Aber sie sind nicht nur ein sozialer Raum für Einzelpersonen, sondern sie helfen uns, unsere Strategie voranzutreiben, um etwas zu bewirken."



HELEN ROBINSON

Diversity, Inclusion and Community
Engagement Manager bei Auto Trader UK

Trend 4: *Virtuelles Volunteering*

Volunteering ist ganz klar eine der CSR-Maßnahmen, an der sich Unternehmen als Erstes beteiligen – und das aus gutem Grund, denn Freiwilligenarbeit stärkt nicht nur das Gemeinschaftsgefühl in den lokalen Communities, sondern auch Ihre Unternehmenskultur. Doch durch die Pandemie und den Aufstieg von Remote-First Unternehmen ist es nicht immer einfach, Freiwilligenarbeit vor Ort zu leisten.

Aus diesem Grund setzen immer mehr CSR-Beauftragte auf virtuelles Volunteering. Der große Nutzen dabei ist, dass Ihre CSR-Strategie somit ortsunabhängig und krisensicher ist. So erzielen Sie nicht nur eine größere Reichweite, sondern auch mehr Flexibilität, denn Volunteering-Programme mit virtuellen Komponenten ermöglichen Ihren Mitarbeitenden, von überall und zu jeder Zeit an den Programmen teilzunehmen. Durch Tools wie Benevity können Unternehmen diese Volunteering-Stunden ganz einfach verfolgen und belohnen.



Virtuelles Volunteering für positiven Wandel am Beispiel von



Duck Creek
Technologies

Mit fast 1.800 Mitarbeitenden auf der ganzen Welt sind virtuelle Volunteering Möglichkeiten ein wichtiger Teil des CSR-Programms des Remote-First Unternehmens Duck Creek Technologies.

In einer Remote-Umgebung ist es nur selten möglich, Mitarbeitende an einem Ort zusammenzubringen. Das stellt viele Unternehmen vor Herausforderungen, für ihre internationalen Mitarbeitenden geeignete Möglichkeiten für freiwilliges Engagement zu finden.

Social Impact Associate Managerin Sage Milton ist der Meinung, dass der große Erfolg des Programms Duck Creek Gives Back nur durch die Benevity Plattform möglich ist. Denn mit Hilfe der Benevity Tools ist Duck Creek in der Lage, seinen internationalen Teams personalisierte virtuelle CSR-Aktivitäten anzubieten, die ihre Skills und ihren persönlichen Purpose berücksichtigen.

So können alle Team-Mitglieder Volunteering-Möglichkeiten finden, die ihnen wirklich am Herzen liegen. Dank Benevity ist auch der Erfolg der CSR-Maßnahmen greifbar: in den ersten sieben Monaten konnte Duck Creek Gives Back über 855 Volunteering-Stunden verzeichnen.

"Wenn man auf eigene Faust nach Möglichkeiten zur virtuellen Freiwilligenarbeit sucht, ist es schwierig, sich zurechtzufinden und zu erkennen, welche Organisationen tatsächlich virtuelle Möglichkeiten anbieten."

Viele gemeinnützige Organisationen haben nicht die finanziellen Mittel, um virtuelle Aktivitäten anzubieten. Benevity hat uns viele Türen geöffnet und unseren Mitarbeitenden ein breiteres Spektrum an virtueller Freiwilligenarbeit eröffnet."



SAGE MILTON

Social Impact Associate Managerin bei
Duck Creek Technologies

Trend 5: *Environmental, Social, and Governance (ESG) und der Fokus des "S"*

Purpose in der Business-Welt zu finden ist für Mitarbeitende und Konsument:innen seit Jahren eine wichtige Motivation für ihre Entscheidungen. Doch auch für Investoren gewinnt Purpose immer mehr an Bedeutung.

Unternehmen und Industry Leader auf der ganzen Welt konzentrieren sich heute auf Environmental, Social, and Governance (ESG) und entwickeln Strategien, wie sie die verschiedenen Aspekte ihres Geschäfts besser auf ihre ESG-Ziele abstimmen können.

Die Bereiche Environmental und Governance stellen dabei für die wenigsten Unternehmen eine Herausforderung dar, oftmals kommt Social in der CSR-Strategie jedoch viel zu kurz. Das möchten Unternehmen zunehmend ändern, denn mittlerweile wächst das Bewusstsein, dass ESG über Reporting, Compliance und Risikominderung hinausgehen muss. Um wirklich etwas zu bewirken und die verschiedenen Stakeholder wirkungsvoll miteinzubeziehen, müssen alle ESG-Bereiche in einem sinnvollen Verhältnis stehen.

2023 geht der Trend dahin, soziale Themen in den Vordergrund zu rücken – eine Entwicklung, die längst notwendig war.



ESG mit einem Fokus auf Social Impact am Beispiel von **SAP**

Das CSR-Programm von SAP zeigt, dass sich soziales Engagement und Unternehmertum nicht ausschließen – ganz nach dem Mission Statement von SAP: To help the world run better and improve people's lives.

Als Ziel einer erfolgreichen Environmental, Social, and Governance Strategie sieht Maximilian Herrmann, der für Social Impact Measurement bei SAP zuständig ist, eine holistische Kreislaufwirtschaft mit Fokus auf die sozialen Aspekte von Nachhaltigkeit. Da SAP als eines der größten B2B-Unternehmen weltweit eine immense Wirkung hat und diverse internationale Unternehmen unterstützt und beeinflusst, haben die ESG-Maßnahmen eine große Reichweite.

Die CSR-Erfolge von SAP enden also nicht beim Unternehmen selbst, sondern gehen den Weg über ihre Partner:innen und kommen so vervielfacht bei Kund:innen auf der ganzen Welt an.



Die Erfolge der *Bildungsinitiativen von SAP*

70 Länder mit SAP
Bildungsinitiativen

119.000 ausgebildete Lehrkräfte

3,5 Mil. Teilnehmende auf
der ganzen Welt

So setzen Sie die
CSR-Trends 2023
erfolgreich in Ihrem
Unternehmen um



So setzen Sie die *CSR-Trends 2023* erfolgreich in Ihrem Unternehmen um



Binden Sie sowohl interne als auch externe Stakeholder ein

Sprechen Sie nicht nur mit Ihren ERGs, CSR-Beauftragten, Führungskräften und Teammitgliedern, sondern laden Sie auch Ihre lokalen Communities und Non-Profits dazu ein, an Entscheidungen mitzuwirken



Konzentrieren Sie sich auf Transparenz, Verantwortung und Aktion

Taten sprechen lauter als Worte. Setzen Sie Ihre CSR-Maßnahmen konsequent um und achten Sie dabei auf Authentizität, Accountability, ehrliches Engagement und Transparenz. Nur so können alle Stakeholder Vertrauen zu Ihnen aufbauen



Investieren Sie in Affinitätsgruppen und ERGs

Schaffen Sie mit ERGs ein gleichberechtigtes, inklusives Umfeld für Ihre Mitarbeitenden, in dem sie die Möglichkeit haben, sich zu versammeln, Aktionen zu planen, voneinander zu lernen und sich für Themen innerhalb und außerhalb des Unternehmens einzusetzen.



Bieten Sie nicht nur Spendengelder, sondern auch Volunteering

Geben Sie Ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich für die von Ihnen geförderten gemeinnützigen Organisationen zu engagieren und so eine noch engere Bindung zwischen Ihrem Unternehmen und der Community zu fördern



Soziale & geschäftliche Wirkung verbinden

www.benevity.com

Jetzt Demo anfordern!



Benevity, ein zertifizierte B-Corp Unternehmen, ist führender Anbieter einer globalen Corporate-Purpose-Software, der einzigen integrierte Lösung, die Employee und Customer Engagement und Investitionen in die Community vereint. Benevity war Finalist bei den Fast Company's 2020 World Changing Ideas Awards. Die Cloud-Lösungen von Benevity unterstützen viele bekannte Marken dabei, Mitarbeitende zu motivieren, zu binden und zu engagieren, um einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft zu haben. Mit der Software, die in 22 Sprachen verfügbar ist, hat Benevity fast 8 Milliarden Dollar an Spenden und 43 Millionen Stunden an freiwilliger Arbeit umgesetzt, um 326.000 gemeinnützige Organisationen weltweit zu unterstützen. Benevity hat außerdem dazu beigetragen, 530.000 Challenges durchzuführen und Finanzhilfen im Wert von 12 Milliarden US-Dollar abzuwickeln.

Weitere Informationen finden Sie unter benevity.com.