

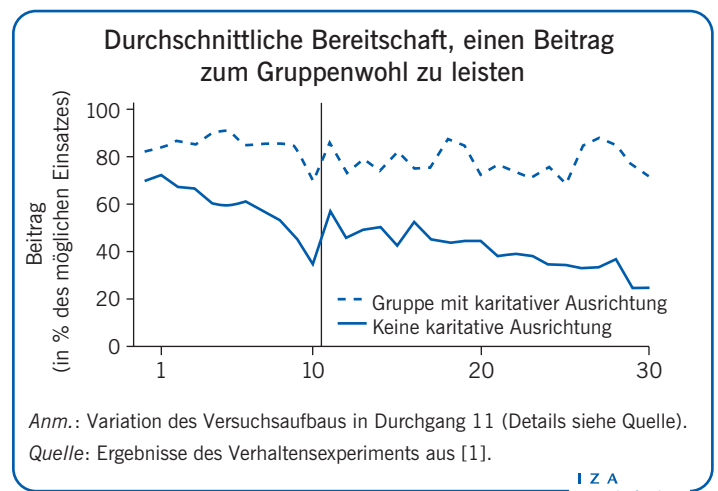
Ziehen verantwortungsvolle Unternehmen verantwortungsbewusste Mitarbeiter an?

CSR-Maßnahmen können sich rechnen, weil sie Unternehmen für Mitarbeiter attraktiv machen, die auch für weniger Geld motiviert arbeiten

Schlagworte: Corporate Social Responsibility (CSR), Mitarbeitermotivation, Produktivität, Löhne

RELEVANZ DES THEMAS

Laut Umfragen und Registerdaten würden viele Arbeitnehmer gerne für Arbeitgeber mit einem hohen Maß an sozialer Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility, kurz CSR) tätig sein, auch wenn sie dafür Lohneinbußen in Kauf nehmen müssten. Verhaltensexperimente stützen die These, dass sozial verantwortlich handelnde Gruppen produktiver sind, weil sie Individuen mit hoher Kooperationsbereitschaft anziehen, die sich durch Gruppendynamik noch verstärkt. Insgesamt sprechen die Erkenntnisse dafür, dass sich mit CSR-Maßnahmen Kostenvorteile erzielen lassen.



WICHTIGE RESULTATE

Pro

- + Unternehmen, die als sozial verantwortlich gelten, zahlen in der Regel niedrigere Löhne.
- + Daher sind sie unattraktiv für Arbeitnehmer, die ausschließlich finanziell motiviert sind.
- + Mitarbeiter, die einen sozial verantwortlichen Arbeitgeber bevorzugen, akzeptieren geringere Löhne.
- + Verhaltensexperimente zeigen, dass sozial verantwortliche Unternehmen kooperativere Mitarbeitertypen anziehen.
- + Experimente zeigen auch, dass die eigene Kooperationsbereitschaft durch kooperative Gruppenmitglieder verstärkt wird.

Contra

- Während männliche Arbeitnehmer in sozial verantwortlichen Unternehmen weniger verdienen, ist dieser Zusammenhang für weibliche Beschäftigte nicht eindeutig belegt.
- Die Kostenvorteile, die sich aus CSR-Maßnahmen ergeben können, machen ein Unternehmen nicht notwendigerweise profitabler.

KERNBOTSCHAFT DES AUTORS

Die empirischen Befunde sprechen dafür, dass sozial verantwortliche Arbeitgeber auch bei einem vergleichsweise niedrigen Lohnangebot hochmotivierte, kooperative Mitarbeiter finden. Da deren Kooperationsbereitschaft durch gruppendynamische Prozesse noch verstärkt wird, fördert soziale Verantwortung eine insgesamt produktivere Unternehmenskultur. Dadurch können Unternehmen trotz kostspieliger CSR-Maßnahmen im Wettbewerb bestehen. Allerdings sind die Erkenntnisse mit einer gewissen Zurückhaltung zu interpretieren, da die Forschung auf diesem Gebiet noch am Anfang steht.