

## Pressemitteilung

### **Corporate Citizenship der DAX 30: Engagement von mehr als 500 Mio. Euro mit unklarer Wirkung**

### **Benchmarking-Studie: Unternehmen in Deutschland sind gesellschaftlich engagiert – aber oft ohne roten Faden**

**Berlin/München, 2.5.2017** – Die deutschen DAX 30-Unternehmen sind durchweg gesellschaftlich engagiert – doch bei weniger als einem Viertel der Unternehmen (23 Prozent) liegen diesem Corporate Citizenship auch strategische Überlegungen zugrunde. Das stellen die Beratungsunternehmen goetzpartners und Beyond Philanthropy in ihrer aktuellen Studie „From Good Intentions to Real Results - Corporate Citizenship of Germany’s DAX 30 Companies“ fest. Das umfassende Benchmarking der Corporate-Citizenship-Initiativen aller deutschen DAX 30-Unternehmen zeigt: Wenn es um das gesellschaftliche Engagement geht, setzt die Mehrzahl ihre Kernkompetenzen nicht in vollem Maße ein. Zudem fehlt häufig ein klarer Schwerpunkt. Damit vergeben die Unternehmen wertvolle Chancen.

„Erstaunlicherweise lassen es die Unternehmen bei ihrem gesellschaftlichen Engagement an strategischem Denken missen“, erläutert Armin Raffalski, Partner bei goetzpartners. „In der Gruppe der DAX 30 hat kein Unternehmen ein wirklich integriertes Corporate-Citizenship-Programm. Würden die Unternehmen die gleiche Stringenz und vergleichbare Maßstäbe für ihr gesellschaftliches Engagement wie für ihr Kerngeschäft anwenden, könnten sie bei gleichbleibendem finanziellen Aufwand wesentlich mehr für die Gesellschaft bewirken.“

### **Engagement in Deutschland wenig konsequent und ohne roten Faden**

Wie die Analyse von goetzpartners und Beyond Philanthropy zeigt, bringen nur 33 Prozent der DAX 30-Unternehmen ihre gesellschaftlichen Initiativen mit ihrem Kerngeschäft in Verbindung. 23 Prozent der Unternehmen engagieren sich sogar in Aktivitäten, die weder geographisch noch thematisch zum eigenen Kerngeschäft passen. Auch die inhaltliche Fokussierung zeigt deutliche Lücken: Nur 17 Prozent der Unternehmen haben sich ein bis zwei klare Schwerpunkte für ihr Engagement gesetzt, den verbleibenden 83 Prozent fehlt ein erkennbarer roter Faden. „Wenn Unternehmen in vielen unzusammenhängenden Bereichen gesellschaftlich aktiv sind, können sie keine Erfahrung aufbauen, die ihnen und den Projekten hilft“, sagt Michael Alberg-Seberich, Geschäftsführer von Beyond Philanthropy.

Finanziell gesehen ist das Engagement der DAX 30-Unternehmen ein bedeutender Faktor, auch wenn aktuell nur etwa 60 Prozent der Unternehmen die Höhe ihres gesellschaftlichen Beitrags berichten. Sie allein wenden mehr als 500 Millionen Euro für Corporate-Citizenship-Initiativen auf, in Form von Geld- und Sachspenden. Dieser Betrag erscheint zwar hoch. Dennoch liegen alle Dax 30-Unternehmen mit ihren finanziellen Spenden unter dem empfohlenen Richtwert von einem Prozent des EBIT.

### **Unklare Prozesse und Ergebnisse**

Bei der Organisation setzen viele Unternehmen bei ihrem gesellschaftlichen Engagement nicht die gleichen professionellen Maßstäbe wie für das Kerngeschäft an. Häufig ist die Verantwortung für Corporate Citizenship auf Unternehmensfunktionen wie Kommunikation, Personal oder Investor Relations verteilt, ohne dass Rollen und Prozesse klar geregelt sind.

Darüber hinaus fehlt in vielen Unternehmen ein klares Reporting für Spenden und gesellschaftliches Engagement – und damit eine der Grundlagen für strategisches Corporate Citizenship. Nur 17 Prozent der Unternehmen messen die Resultate ihres Engagements anhand vorab festgelegter Kennzahlen.

Fast zwei Drittel (63 Prozent) berichten nur sporadisch über Ergebnisse oder messen ausschließlich Aktivitäten wie beispielsweise die Anzahl unterstützter Projekte.

### **Fehlende Standards und Orientierung für gutes Corporate Citizenship**

Fehlende Standards für gutes Corporate Citizenship sind ein Grund für die oben beschriebenen Ergebnisse in Deutschland. In vielen anderen Ländern ist Corporate Citizenship bereits gesetzlich geregelt. Beispielsweise hängt die Höhe der Spenden für wohltätige Zwecke in Indien vom Jahresumsatz ab – bei Unternehmen mit Umsätzen von mehr als 10 Milliarden Rupien (ca. 142 Millionen Euro) müssen zwei Prozent des Gewinns für gemeinnützige Organisationen gespendet werden.

Michael Alberg-Seberich resümiert: „Unternehmen machen sich zunehmend Gedanken über gutes gesellschaftliches Engagement. Sie verrennen sich jedoch häufig in einzelnen Projekten und ziellosen Aktivitäten, anstatt sich auf das zu besinnen, das bereits da ist und ausgeschöpft werden kann. DAX 30-Unternehmen können mit ihren Fähigkeiten und ihrer wirtschaftlichen Stärke eine vielfach höhere Wirkung erzielen, als sie es bislang tun. Hierfür braucht es jedoch eine klare Strategie, den gezielten Einsatz von finanziellen und nicht-finanziellen Ressourcen, den Aufbau einer effektiven Corporate-Citizenship-Organisation und konsequentes Messen von Ergebnissen und ihrer gesellschaftlichen Wirkung.“

### **Über die Studie „Corporate Citizenship of Germany’s DAX 30 Companies“**

Für die Studie bewerteten goetzpartners und Beyond Philanthropy das Corporate Citizenship Engagement der DAX 30-Unternehmen in Deutschland mit Blick auf die vier Dimensionen: Strategie, Ressourceneinsatz, Umsetzung und Ergebnisse. Die Grundlage der Bewertung bilden Befragungen der Dax 30-Unternehmen, eine umfassende Sekundärrecherche sowie Expertengespräche.

Die vollständige Studie können Sie hier herunterladen:

<http://www.corporate-citizenship-benchmark.com>

Unter dem Hashtag #CorpCit2017 können Sie die Diskussion auf LinkedIn und Twitter verfolgen.

### **Über Beyond Philanthropy**

Beyond Philanthropy berät Unternehmen, Stiftungen und Einzelpersonen in den Bereichen Corporate Citizenship, CSR, Philanthropie und soziale Investitionen. In enger Kooperation mit strategischen Partnern begleitet Beyond Philanthropy Kunden bei der Strategie, Entwicklung und Umsetzung von nachhaltig wirkungsvollen Programmen für gesellschaftlichen Wandel. In den vergangenen Jahren wirkte Beyond Philanthropy an mehr als 80 Projekten in über 30 Ländern. Dadurch konnten Fördergelder von mehr als 100 Millionen Euro wirkungsvoll investiert werden.

### **Über goetzpartners**

goetzpartners steht für unabhängige Beratung entlang der Kernfragen unternehmerischen Handelns: Strategie, M&A und Transformation. Mit mehr als 350 Beratern in 14 Büros und 11 Ländern beraten wir Kunden weltweit in allen Schlüsselindustrien. Das Unternehmen zählt zu den 10 umsatzstärksten deutschen Beratungen (Lünendonk®). Im Wettbewerb „Best of Consulting“ der WirtschaftsWoche wurde goetzpartners drei Mal in Folge prämiert, zuletzt in der Kategorie „Project Excellence“ (2016).

## Über die Partnerschaft zwischen beiden Unternehmen

Seit dem Jahr 2011 verbindet Beyond Philanthropy und goetzpartners eine strategische Partnerschaft, in die beide Unternehmen ihre Expertise im sozialen Bereich und im Strategiebereich einbringen. Gemeinsam haben sie zahlreiche Projekte für Unternehmen und Stiftungen durchgeführt. Die Partnerschaft spiegelt den vorstehend skizzierten Blick auf das Thema Corporate Citizenship wider: Nur in einer engen Zusammenarbeit der Unternehmens- und der Non-Profit-Welt kann die größtmögliche gesellschaftliche Wirkung erzielt werden.

### Pressekontakt

Fabian Suwanprateep, Manager  
Beyond Philanthropy – invest impact GmbH  
Monbijouplatz 2  
10178 Berlin  
T + 49 30 24 08 82 40  
E-Mail: [suwanprateep@beyondphilanthropy.eu](mailto:suwanprateep@beyondphilanthropy.eu)

Ines Bieger, Director Marketing & PR  
goetzpartners  
Prinzregentenstraße 56  
80538 München  
T + 49 89 29 07 25 337  
M + 49 151 17 14 11 04  
E-Mail: [ines.bieger@goetzpartners.com](mailto:ines.bieger@goetzpartners.com)

Ann-Kristin Sass, Consultant  
Text100 GmbH  
Nymphenburger Straße 168  
80634 München  
T + 49 89 99 83 70 22  
M + 49 176 19 83 70 22  
E-Mail: [Ann-Kristin.Sass@text100.de](mailto:Ann-Kristin.Sass@text100.de)