

Peter Weber

Corporate Social Responsibility als Kriterium bei der Kreditvergabe

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit:

Corporate Social Responsibility als Kriterium bei der Kreditvergabe

Verfasserin/Verfasser: Peter Weber

Studienrichtung: J151

I. Inhaltsverzeichnis

I. Inhaltsverzeichnis	I
II. Abbildungsverzeichnis	III
III. Tabellenverzeichnis	IV
IV. Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Zielsetzung	3
1.3 Methodik und Vorgehensweise	4
2 Rating	8
2.1 Allgemein	8
2.2 Basel II	12
3 Corporate Social Responsibility (CSR)	14
3.1 Gliederung von CSR-Maßnahmen	17
3.2 Beispiele für CSR-Maßnahmen	20
4 CSR als Werttreiber	22
4.1 Die Erschließung neuer Wettbewerbsfelder	23
4.2 Wettbewerbsstrategien der CSR	26
4.2.1 Marktabsticherungsstrategie	27
4.2.2 Kostenstrategie	29
4.2.3 Differenzierungsstrategie	31
4.2.4 Marktentwicklungsstrategie	33
4.3 Der Zusammenhang zwischen finanzieller und sozialer Performance: einseitig oder wechselseitig	34
4.4 CSR als werttreibende Externalität	35
5 Die Bewertung von CSR-Maßnahmen in der Theorie	37
5.1 Erhebung CSR-relevanter Informationen	38
5.1.1 Das Problem der asymmetrischen Informationsverteilung	38
5.1.2 Methoden zur Reduktion der Informationsasymmetrie	39
5.2 Sozialindikatoren	43
5.2.1 Entstehungsursache für die Sozialindikatorenforschung	43

5.2.2	Anforderungen an mikroökonomische Sozialindikatoren	46
6	Die Bewertung von CSR-Maßnahmen in der Praxis: Der Frankfurt-Hohenheimer Leitfaden.....	50
6.1	Einleitung	50
6.2	Normativer Hintergrund und Konzeptionierung des Frankfurt-Hohenheimer Leitfadens	52
6.2.1	Dimension Kulturverträglichkeit.....	55
6.2.2	Dimension Sozialverträglichkeit	58
6.2.3	Dimension Naturverträglichkeit	64
6.3	Das Corporate Responsibility Rating	68
6.4	Kritik.....	70
7	Zusammenfassung.....	75
	Literaturverzeichnis	78

II. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Die 3 Säulen von Basel II.....	12
Abb. 2: Die 3 Dimensionen der Nachhaltigkeit	16
Abb. 3: Logik der ökologischen Transformation	23
Abb. 4: Typologie von CSR-Wettbewerbsstrategien	26
Abb. 5: Struktur des CRR.....	68
Abb. 6: Bewertungsschema des CRR.....	69
Abb. 7: Das „magische Dreieck" im Lean Management	73

III. Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Bilanzkennzahlen als quantitative Rating-Kriterien	10
Tab. 2: Qualitative Rating-Kriterien	11
Tab. 3: CSR-Maßnahmen gegliedert nach Stakeholdern	21
Tab. 4: Anforderungen an mikroökonomische Sozialindikatoren.....	47

IV. Abkürzungsverzeichnis

AHK	Anschaffungs- und Herstellungskosten
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
bspw.	beispielsweise
CSP	Corporate Social Performance
CSR	Corporate Social Responsibility
d. h.	das heißt
EMAS	Environmental Management and Eco-Audit-System
EÖR	Ethisch-ökologisches Rating
etc.	etcetera
e. V.	eingetragener Verein
FHL	Frankfurt-Hohenheimer Leitfaden
i. d. R.	in der Regel
IRB	Internal Ratings-Based Approach
LDC	Less Developed Countries
m. a. W.	mit anderen Worten
NGO	Non Governmental Organisation
NNW	Net National Welfare
KMU	Klein- und mittelständische Unternehmen
o. V.	ohne Verfasser
S.	Seite
SRI	Social Responsible Investing
u. a.	und andere / unter anderem
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
VGR	Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
z. B.	zum Beispiel

1 Einleitung

Sowohl in der ökonomischen Theorie als auch in der Wirtschaftspraxis zeigt sich die Tendenz, Unternehmen nicht nur als primär ökonomische sondern auch als in Wechselwirkung mit der Gesellschaft und der Umwelt stehende, soziale Systeme aufzufassen, an die seitens der Gesellschaft die Forderung herangetragen wird, sich gesamtwohlfahrtsmaximierend zu verhalten. Zu einem solchen Verhalten zählen unternehmerische Handlungen, die den Wertpräferenzen der Gesellschaft im Allgemeinen und der Stakeholder eines Unternehmens im Besonderen entsprechen und durch die vermieden wird, dass soziale Kosten auf die Allgemeinheit überwältigt anstatt vom Verursacher getragen werden. Im Gegenzug gilt es, die Leistungen solcher, sich in diesem Sinne verhaltender Unternehmen entsprechend zu würdigen und zu honorieren.

Banken kommt in ihrer Funktion als Finanzintermediäre diesbezüglich eine wichtige Rolle zu. Spätestens seit Basel II sind sie dazu angehalten, Kredite nach risikorelevanten Kriterien zu vergeben. Daher müssen sie sich dazu in die Lage versetzen, die Eigenkapitalanforderungen von Basel II ebenso wie die Anlagepräferenzen der Einleger zu erfüllen. Hinzukommt, dass Banken als Dienstleistungsunternehmen ihrerseits den gesellschaftlichen Normen entsprechen und Verantwortung für ihre Entscheidungen und Handlungen übernehmen müssen, um durch die dadurch erzielbaren Verbesserungen ihrer Reputation und ihres gesellschaftlichen Images konkurrenzfähig zu bleiben.

Jene Unternehmen, die soziale Verantwortung für ihr Handeln übernehmen und dadurch ihren Unternehmenserfolg nachhaltig zu verbessern trachten, weisen ein Merkmal auf, das Banken bei der Beurteilung der Kreditwürdigkeit ihrer Firmenkunden zusätzlich zu den bereits verwendeten Beurteilungskriterien einsetzen können. Damit haben sie die Möglichkeit, die Bonität ihrer Firmenkunden vollständiger und wahrheitsgetreuer zu beurteilen, aktuelle und potentielle Risiken konkreter zu identifizieren und sich gegen diese effizienter abzusichern.