

Studieninformation zu WELT-Preisträger

„Unternehmerische Verantwortung“

WELT als führender Nachrichtensender in Deutschland hat in Zusammenarbeit mit dem Kölner Analyse-Institut ServiceValue über 180.000 Führungskräfte-Urteile zur unternehmerischen Verantwortung deutscher Unternehmen eingeholt.

Basis der Führungskräfte-Umfrage ist eine Online-Erhebung. Dabei werden sog. Panelisten zur Bewertung von Untersuchungsobjekten, hier: Unternehmen in Deutschland, eingeladen. Die Befragten sind nach eigener Aussage mit einer gewissen Führungsverantwortung in ihrem Beruf betraut (also ab Gruppen-/Teamleitungsfunktion). Die Befragung erfolgte eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Unternehmen.

Die Auswahl der Unternehmen basierte auf Informationen aus käuflichen Firmendatenbanken. Es wurden insgesamt 155 Branchen mit insgesamt 2.098 Unternehmen gebildet. Um eine hinreichende Inzidenz zu gewährleisten, wurden die nach Mitarbeiterzahl und/oder Umsatz größten Unternehmen ausgewählt. Unternehmen werden in der Untersuchung allerdings nur ausgewertet, wenn sie mindestens 75 Führungskräfte-Urteile aufweisen. Bei 200 Führungskräfte-Urteilen wurde gedeckelt und kein weiteres Urteil eingeholt.

Fällt es auch nicht leicht, eindeutig zu bestimmen, wie sich unternehmerische Verantwortung in einer Unternehmensführung zeigt oder ob Unternehmenslenker tatsächlich vermögen, Verantwortung für alle möglichen Handlungen und ihre Folgen innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu übernehmen, so kann doch vorausgesetzt werden, dass Personen, die Verbraucher und zugleich Beteiligte der Wirtschaft sind, aufgrund ihres „doppelten“ Hintergrundwissens und Erfahrungen eine Vorstellung davon haben, welcher Unternehmensführung unternehmerische Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft, Mitarbeiter und Kunden im stärkeren oder im schwächeren Maße zugeschrieben werden kann. Dafür ist es nicht notwendig und letztlich auch nicht möglich, gegenüber einer Unternehmensführung ihr Verantwortungsbewusstsein und ihre Wertvorstellungen zu verorten sowie differenzierte Aspekte der Verantwortungsübernahme und Fürsorgepflicht einer Einzelbewertung zuzuführen, vielmehr ist der Begriff „unternehmerische Verantwortung“ allgemeiner zu halten. Insofern wurden in der vorliegenden Untersuchung die möglichen Perspektiven bereits in der Erhebungsphase zu einer einzigen Dimension zusammengefasst, in der konkreten Fragestellung also der „größte gemeinsame Nenner“ gesucht:

„Inwieweit können Sie aus eigenen Informationen und Erfahrungen heraus zustimmen, dass die Bemühungen der jeweiligen Unternehmensführung um eine unternehmerische Verantwortung aufrichtig und wirkungsvoll sind? Die unternehmerische Verantwortung zeigt sich im Umgang mit Arbeitnehmern, Geschäftspartnern und Kunden und/oder gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt wie auch ganz allgemein in der Einhaltung ethischer Normen.“

Die Zustimmungsskala für die Befragten sieht folgende Antwortmöglichkeiten vor: (1) „trifft voll und ganz zu“, (2) „trifft zu“, (3) „trifft eher zu“, (4) „trifft eher nicht zu“, (5) „trifft nicht zu“, „kann ich nicht beurteilen“ (nicht bewertungsrelevant).

Für jedes Unternehmen wurde der empirische Mittelwert ermittelt. Liegt dieser innerhalb der jeweiligen Branche niedriger (= besser) als der Branchen-Mittelwert, wird der Unternehmensführung eine „hohe unternehmerische Verantwortung“ zugeschrieben. Liegt der Eigenwert zusätzlich niedriger (= noch besser) als der Mittelwert dieser „überdurchschnittlichen“ Gruppe, wird der Unternehmensführung eine „sehr hohe unternehmerische Verantwortung“ zugeschrieben.