



Referat für Jugend,
Familie und Soziales

„Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“

Beratungsprojekt für KMU und Aufbau des CSR-Netzwerks Nürnberg

**Thorsten Bach
Dr. Uli Glaser
Julia Kares**

Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe, bürgerschaftlichem Engagement und „Good Governance“

Nr. 28/ Mai 2014

Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe, bürgerschaftlichem Engagement und „Good Governance“ Herausgegeben von Reiner Pröhl & Dr. Uli Glaser, Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg

Die „Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe, bürgerschaftlichem Engagement und ‚Good Governance‘“ sind als Materialsammlung konzipiert. Sie publizieren Konzepte, Berichte, Evaluationen, Übersichtspräsentationen und Kurzfassungen von studentischen Abschlussarbeiten. Veröffentlicht werden sie als pdf-Dokumente unter www.nuernberg.de/internet/sozialreferat/arbeitspapiere.html sowie ggf. durch Versand an Zielgruppen und als Anhänge an Newsletter. Sie stehen allen Interessierten (unter Angabe der Quelle) gerne zur weiteren Verwendung zur Verfügung.

Nr. 28 / Mai 2014: „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ – Beratungsprojekt für KMU und Aufbau des CSR-Netzwerks Nürnberg (Dr. Uli Glaser, Julia Kares)

Nr. 27 / April 2014: Die Nürnberger Freiwilligenbörse/ Freiwilligenmesse: Erfahrungen aus vier Jahren (Sabine Thiel, Bastian Sauer, Andreas Mittelmeier, Alexandra Weber)

Nr. 26 / März 2014: Fundraising vor Ort – Checkliste für Fundraising-Bemühungen (Uli Glaser, Alina Alexandrow)

Nr. 25 / Februar 2014: Stiftungsk Kooperationen: Das Beispiel „Stifterverbund MUBIKIN“ (Kirsti Ramming)

Nr. 24 / Februar 2014: 1. Jugend-Engagement-Tage Nürnberg 2013: Umfrage-Ergebnisse (Elke Lindemayr)

Nr. 23 / Oktober 2013: Drei Jahre Stifter-Initiative Nürnberg – Artikel und Veröffentlichungen (Dr. Uli Glaser, Michaela Smolka)

Nr. 22 / September 2013: Alleinerziehende in Nürnberg – Lokale Ansätze der Unterstützung und Vernetzung (Andreas Kummer, Doris Reinecke)

Nr. 21 / September 2013: Wandel der ehrenamtlichen Arbeit in Wohlfahrtsverbänden – Regionale Konzepte von AWO und Caritas (Tabea Simone Häusler)

Nr. 20 / September 2013: Corporate Urban Responsibility - Unternehmerisches Engagement in der Stadtteilentwicklung am Beispiel der Stadtteilpatenschaften in Nürnberg (Julia Roggenkamp)

Nr. 19 / September 2013: Zum bürgerschaftlichen Engagement junger Menschen (Esther Meyer, Bastian Sauer)

Nr. 18 / Juli 2013: Stadtteilpatenschaften in Nürnberg: Voraussetzungen und Erfahrungen (Dr. Uli Glaser, Bastian Sauer, Sigurd Weiß)

Nr. 17 / Juni 2013: Bürgerschaftliches Engagement und sozialstaatliche Daseinsvorsorge. Bemerkungen zu einer verwickelten Beziehung (Dr. Thomas Röbbke)

Nr. 16 / Mai 2013: Kultur für alle!? Wie Nürnbergerinnen und Nürnberger mit niedrigem Einkommen die Kulturläden nutzen (Peter Hautmann)

Nr. 15 / Mai 2013: Die Nürnberger Freiwilligenbörse: Erfahrungen aus drei Jahren (Andreas Mittelmeier, Bastian Sauer, Alexandra Weber)

Nr. 14 / Mai 2013: Die Initiative familienbewusste Personalpolitik (Thomas Etterer, Doris Reinecke)

Nr. 13 / März 2013: Die Keimzelle der Demokratie: Chancen und Grenzen kommunaler Bürgerbeteiligung (Dr. Ulrich Maly)

Nr. 11 / November 2012: Kulturfreunde: Ein Ehrenamtsprojekt zur kulturellen Teilhabe (Ingrid Wild-Kreuch)

Nr. 10 / November 2012: Familie als kommunalpolitische Entwicklungsaufgabe (Reiner Pröhl)

Nr. 9 / November 2012: Soziale Infrastruktur, Mehrgenerationenhäuser, Bürgerschaftliches Engagement (Reiner Pröhl)

Nr. 8 / Juli 2012: Nürnberg und das Stiftungswesen (Karin Eisgruber, Uli Glaser, Elmar Reuter)

Nr. 7 / Juli 2012: Unternehmen Ehrensache: Das Corporate Volunteering Netzwerk in Nürnberg (Elisabeth Fuchsloch)

Nr. 6 / Juli 2012: Engagementförderung und Freiwilligenmanagement im kommunalen Aufgabenfeld (Dr. Uli Glaser)

Nr. 5 / Juli 2012: Repräsentativbefragung zu Kultureller Bildung und Kinderkultur (2009/2010): Die Ergebnisse im Überblick (Dr. Hermann Burkhard, Dr. Uli Glaser, Simon Reif, Daniela Schuldes, Ingrid Wild-Kreuch)

Nr. 4 / Mai 2012: Beispiele Nürnberger Projekte Kultureller Teilhabe (Marco Puschner)

Nr. 3 / Mai 2012: Mythos Kultur für alle? Kulturelle Teilhabe als unerfülltes Programm (Uli Glaser)

Nr. 2 / Mai 2012: Bürgerschaftliches Engagement in Nürnberg (Uli Glaser & Alexandra Weber)

Nr. 1 / Mai 2012: Die Stadtteilpatenschaft: Ein Modell öffentlich-zivilgesellschaftlicher-privater Partnerschaft (Heinz Brenner, Alexander Brochier, Uli Glaser & Reiner Pröhl)

Autoren:

Thorsten Bach, ist diplomierte(r) Politologin(e) und hat den Masterstudiengang "Soziale Arbeit, Sozialpolitik & -management" absolviert. Von 2012 bis 2014 hat er das CSR-Projekt "Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung" der Stadt Nürnberg als Koordinator in seiner Umsetzung verantwortet.

Dr. Uli Glaser, hat Politikwissenschaft, Soziologie und Germanistik studiert und ist (nach vielen Jahren im Kulturbereich) seit 2008 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg mit dem Schwerpunktthema „Bürgerschaftliches Engagement und ‚Corporate Citizenship‘“.

Julia Kares, Studentin der Betriebswissenschaften der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm. Seit März 2014 Praktikantin im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg im Bereich „Bürgerschaftliches Engagement und ‚Corporate Citizenship‘“.

„Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“

Längst ist das Thema der unternehmerischen sozialen Verantwortung in Deutschland angekommen und wird seitens des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales auch auf der Homepage www.csr-in-deutschland.de behandelt.

Für die Stadt Nürnberg ist es eine Selbstverpflichtung als Partner der Nürnberger Wirtschaft, die in der Region ansässigen Unternehmen über Corporate Social Responsibility ausreichend zu informieren und Ihnen Hilfestellungen an die Hand zu geben.

Aus diesem Grund wurde im Jahr 2012 das Projekt „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ ins Leben gerufen. Es befasste sich mit kleineren und mittleren Unternehmen (KMU) in Nürnberg, um diesen das Thema Corporate Social Responsibility (CSR) mit dem Ziel der Strategieentwicklungen von CSR im Unternehmen näher zu bringen.

Da die Projektförderung seitens des Bundes im März 2014 auslief, aber eine Fortführung gewünscht ist, wird das bisherige Projekt in eine Netzwerkstruktur überführt.

Mit diesem Arbeitspapier soll ein kurzer Rückblick auf das Projekt „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ und ein Ausblick auf das neu gestaltete CSR-Netzwerk Nürnberg gegeben werden.

1. Was ist Corporate Social Responsibility?

„Corporate Social Responsibility“ wird übersetzt als unternehmerische Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, oft auch bezeichnet als „verantwortliche Unternehmensführung“.

Diese verantwortliche Unternehmensführung bezieht sich auf sämtliche Bereiche innerhalb, aber auch außerhalb der jeweiligen Unternehmen und ist auf folgenden vier Handlungsfeldern als Säulen von CSR aufgebaut: Arbeitsplatz, Markt, Umwelt und Gemeinwesen.¹

Im Einzelnen bedeutet dies:

Arbeitsplatz: Betrifft unter anderem die Vereinbarkeit von Familie, Freizeit und Beruf; Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz; Mitarbeiter und deren Familien; Vertreter der Arbeitnehmer und Gewerkschaftsrechte.

Markt: Stakeholder in diesem Handlungsfeld sind u.a. Kunden, Verbraucherschutzverbände, Zulieferer und Wettbewerber. Es geht dabei um die Produkte des Unternehmens und deren verantwortliche Herstellung.

Umwelt: Unter Einbezug von Mitarbeitern, Verbrauchern und Umweltschutzorganisationen werden hier Aspekte wie Energieeinsparung und Klimaschutz, Ressourcenverbrauch und Umweltmanagementsysteme zum Gegenstand gemacht.

¹ Dresewski, Felix (2007): Verantwortliche Unternehmensführung – Corporate Social Responsibility (CSR) im Mittelstand. Berlin: UPJ.

Gemeinwesen: Handlungsfelder wie ein intaktes Gemeinwesen, sozialer Zusammenhalt und integrative Stadtentwicklung werden durch Unternehmensengagement (von Spenden über Stiftungen bis zur Lobby-Arbeit für soziale Anliegen) befördert.

Ganzheitliche Strategie und Kommunikation

Nur in Kombination dieser vier Bereiche kann eine ganzheitliche Managementstrategie, als die CSR bezeichnet wird, entwickelt, nach innen und außen getragen und umgesetzt werden. Dazu gehören Aspekte wie z.B. Spenden, Stiftungen, „Corporate Volunteering“ sowie Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen in vielerlei Art.

Es sollte aber auch nicht außer Acht gelassen werden, dass Corporate Social Responsibility ein hohes Maß an Motivation mit sich bringen muss - seitens der Unternehmensführung, die diese Strategie gegenüber den Mitarbeitern vorlebt, aber auch seitens der Mitarbeiter selbst, die von der Umsetzung betroffen sind. Wichtig in diesem Zusammenhang ist vor allem die Qualität der Kommunikation, so dass alle aktiv oder passiv Beteiligten beziehungsweise Betroffenen eine klare Vorstellung von der im Unternehmen vorherrschenden Strategie haben und sie umsetzen können. CSR geht als konzeptionelle Gesamtstrategie weit über Compliance, die Beachtung der vorgeschriebenen Regeln, hinaus, hat diese aber als Voraussetzung.

Jedes Unternehmen, das eine ganzheitliche Unternehmensstrategie einführen will, muss hierfür einen individuellen Handlungsplan entwickeln.

Vorteile für Unternehmen

Ziel der Unternehmensführung ist vielerorts längst nicht mehr nur Profit-/Renditedenken. Vielmehr wird in einem weiteren Radius gedacht und unternehmerische soziale Verantwortung ist ein wichtiger Teil von Unternehmensentwicklung in den Bereichen Mitarbeiter-/Fachkräftebindung und Compliance. Für Unternehmen kann eine CSR-Gesamtstrategie zu zahlreichen Vorteilen führen, wenn Mitarbeiter ihre Arbeitgeber nicht mehr nur nach Verdienstmöglichkeiten, sondern auch nach Kriterien, wie z.B. Reputation des Unternehmens oder Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit bewerten und auswählen. Dieser Trend im Arbeitsmarkt wird stark durch die Generation Y (Jahrgänge 1980 bis 1995) geprägt und zeigt eine Verschiebung der Bedürfnisse der Arbeitnehmer hin zu einer gesellschaftsverträglicheren Wirtschaft.

Die Herausbildung sozialer Kompetenzen bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, das „Teambuilding“ im Unternehmen, die positive Zusammenarbeit mit „Nongovernmental Organisations“(NGOs), und das verbesserte Image eines Unternehmens in der Gesamtgesellschaft werden weiterhin als potenzielle Vorteile für CSR-engagierte Unternehmen aufgeführt.

Insgesamt ist die „Sustainability“ (Nachhaltigkeit) der Unternehmensführung Grundlage für einen dauerhaften Unternehmenserfolg – was von immer mehr Unternehmen erkannt und umgesetzt wird.

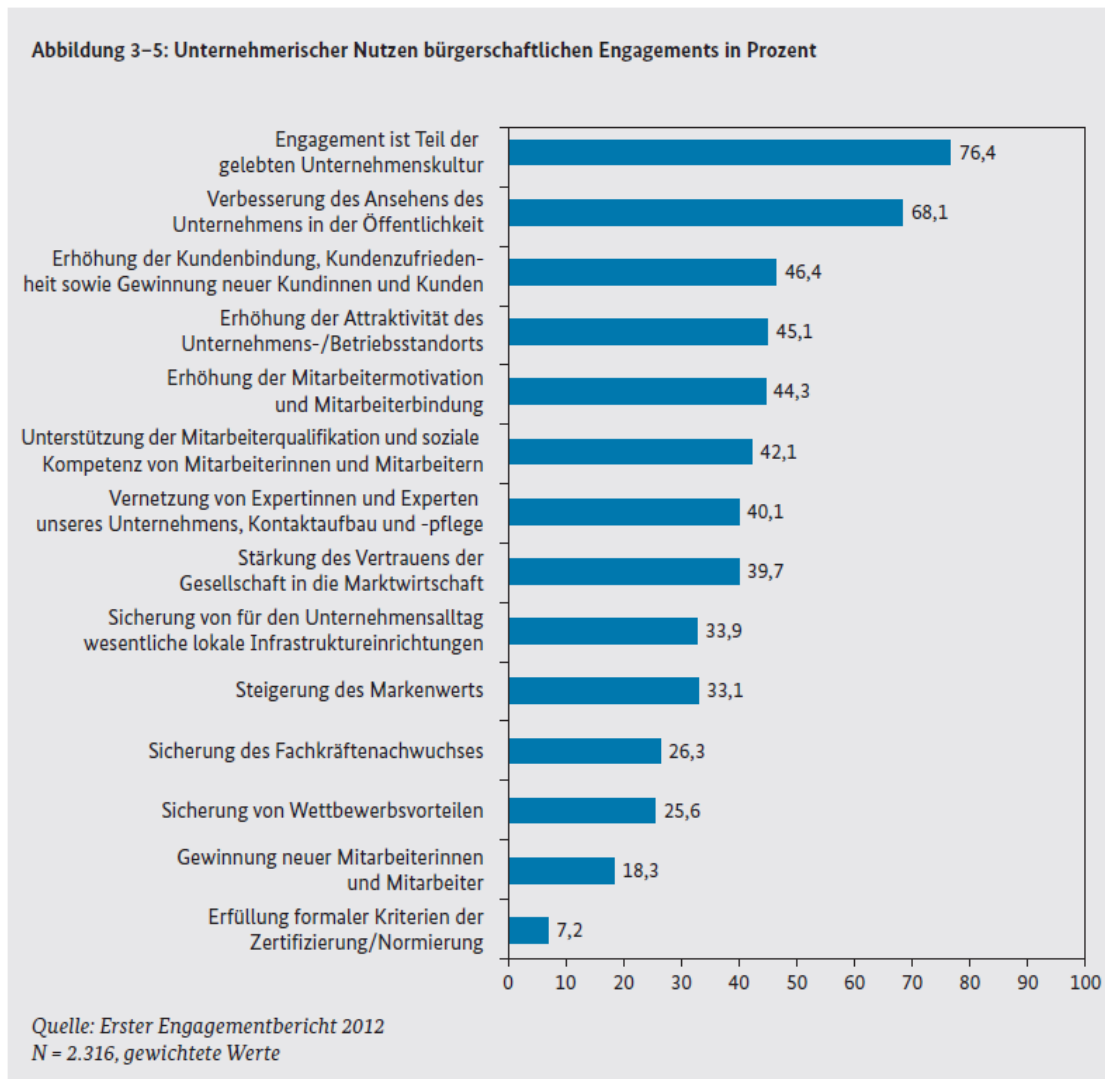
Dennoch dürfen die Risiken für Unternehmen im Zusammenhang mit CSR nicht außer Acht gelassen werden. Wenn CSR als Marketingstrategie gesehen wird, kann dies zur berechtigten Kritik seitens der Gesellschaft oder NGOs führen. Werbliche Image-Politik wird schnell als „Greenwashing“, sein Image „grün zu waschen“, identifiziert.

Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen

CSR (und das Teilgebiet Corporate Citizenship) kann sich in vielerlei Hinsicht positiv auf ein Unternehmen auswirken. Laut dem Ersten Engagementbericht 2012 des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sehen 76,4 Prozent der engagierten Unternehmen Engagement als Teil

der Unternehmenskultur. Mit CSR als Unternehmensstrategie wird zu 68,1 Prozent eine Verbesserung des Ansehens des Unternehmens in der Öffentlichkeit gesehen.²

Weitere Aspekte des unternehmerischen Nutzens von bürgerschaftlichen Engagements sind in der folgenden Grafik ersichtlich:



Leitfaden und Unterstützung für Unternehmen

Für Unternehmen gibt es zahlreiche Möglichkeiten, neben dem Nürnberger CSR-Netzwerk sich über das Thema CSR zu informieren beziehungsweise sich selbst zu beteiligen:

- Seite der Bundesregierung (<http://www.csr-in-deutschland.de>)
- „CSR-Manager“ (IHK) – IHK für Mittelfranken (www.ihk-nuernberg.de/de/Weiterbildung/CSR-Manager-IHK-Gesellschaftliche-Verantwortung-im-Unternehmen-nachhaltig-umset/6387-8959)
- Bundesweites CSR-Netzwerk UPJ (www.upj.de)

² Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2012): Erster Engagementbericht 2012 – Für eine Kultur der Mitverantwortung. Berlin

- DIN ISO 26000 – Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen ([http://www.csr-in-deutschland.de/fileadmin/user_upload/Downloads/ueber_csr/Die DIN ISO 26000 Leitfaden zur gesellschaftlichen Vera.pdf](http://www.csr-in-deutschland.de/fileadmin/user_upload/Downloads/ueber_csr/Die_DIN_ISO_26000_Leitfaden_zur_gesellschaftlichen_Vera.pdf))

2. Projekt “Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung”

Mit dem Projekt „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ startete im April 2012 mit der Bewilligung seitens des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales ein Projekt mit Entwicklungspotenzial.

Das Bundes- bzw. ESF- geförderte (Europäischer Sozialfonds für Deutschland) Projekt im Rahmen des Programms „CSR-Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“, getragen durch die Stadt Nürnberg, machte es sich zum Ziel, kleinere und mittlere Unternehmen in Nürnberg für das Thema Corporate Social Responsibility zu sensibilisieren, ein Beratungsangebot in dieser Hinsicht aufzubauen und die Unternehmen zu befähigen, individuell geeignete CSR-Maßnahmen und -Strategien zu entwickeln.

In einer Auftaktveranstaltung, mehreren Grundlagen-, Vertiefungs- und Kurzworkshops, in denen auch zahlreiche Instrumente vermittelt wurden, sowie einer Abschlussveranstaltung konnte über das Thema CSR informiert und sich gegenseitig ausgetauscht werden. Die Stadt Nürnberg, seitens des Sozial-, Umwelt- und Wirtschaftsreferats, erhielt Projektunterstützung durch die Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken aber auch durch die Handwerkskammer für Mittelfranken, die sich auch in den Grundlagenworkshop einbrachten und den „CSR-Manager“ (IHK) sowie das Zertifizierungssystem „Qualitätsverbund umweltbewusster Betriebe-QuB“ vorstellten. Auch die Schwerpunktthemen Gemeinwesen, Familie und Beruf, Arbeitskräftesicherung und Energie wurden im Rahmen der Kurzworkshops behandelt.

Die 32 teilnehmenden Unternehmen erhielten im Rahmen der offiziellen Abschlussveranstaltung am 9. Januar 2014 entweder eine Beurkundung der Projektteilnahme, oder bei Einreichung einer CSR-Strategie für das eigene Unternehmen, eine Anerkennungsurkunde mit Verleihung des Projektsiegels. Die Umsetzung der jeweiligen Strategien ist vorgesehen, aber aufgrund des langfristigen Prozesses innerhalb der Projektlaufzeit nicht darstellbar.

3. CSR Netzwerk Nürnberg

Da das Projekt „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ einerseits nach zwei Jahren im März 2014 ausgelaufen ist, andererseits aber eine Fortführung auch seitens der Unternehmen gewünscht wurde, wird das bisherige Projekt in eine offene Netzwerkstruktur transferiert und startete bereits mit einem ersten Austauschtreffen am 12. März 2014.

Teilnehmer des Netzwerks sind die bisherigen Projektteilnehmer, aber auch neue, für das Thema CSR offene Unternehmen und ebenso Unternehmen, die von der Größe über die bisherigen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) hinausgehen, sind herzlich eingeladen. „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ soll zukünftig ein trilaterales Netzwerk aus Arbeitgebern aller Unternehmensgrößen, gemeinnützigen Organisationen und öffentlich-rechtlichen Trägern sein. Auch wird eine enge Begrenzung ausschließlich auf die Nürnberger Stadtgrenzen nicht nötig sein.

Geplante Aktivitäten im Rahmen des Netzwerks

- Dem Netzwerk zugrunde liegt eine offene Netzwerkstruktur, die keine Mitgliedschaft notwendig macht, aber dennoch durch einen **(Mail- und Postadressen) -Verteilerkreis** stets mit Informationen beliefert wird.
- Mit einem kurzen, ca. monatlich erscheinenden, digitalen **CSR-Newsletter** wird dieser Verteilerkreis versorgt und über CSR-Veranstaltungen und News in Nürnberg, der Region und bundesweit informiert.
- Durch die zwei- bis viermal jährlich stattfindenden **CSR-Austauschtreffen** haben die Netzwerkteilnehmer genug Zeit für informellen Austausch mit anderen Interessierten bei unterschiedlichen Gastgebern. Auch ist die Möglichkeit zu fachlichem Input gegeben, „Best Practice“-Beispiele sollen zusätzliche Anregung geben - Themen der einzelnen Vorträge siehe Anhang.
- Ab November 2014 sind langfristig aufeinander aufbauende **CSR-Workshops** geplant, die an die bisherigen Workshops anknüpfen, oder für „Neulinge“ einen Einstieg in das Thema CSR erleichtern sollen. Diese (voraussichtlich kostenpflichtigen) Seminare ermöglichen und unterstützen die Unternehmen, eine zu Ihnen passende CSR-Strategie zu entwickeln oder im nächsten Schritt zu implementieren.
- Durch den Besuch des **CSR-Internetangebots** www.csr.nuernberg.de wird auch jenseits von Veranstaltungen eine dauerhafte Informationsplattform geboten.
- Begleitet wird das CSR-Netzwerk Nürnberg durch einen **CSR-Fachbeirat**, der aus einer kleinen Gruppe von Vertretern der Wissenschaft, der Kammern (IHK, HWK) und der Stadt Nürnberg (Wirtschafts-, Umwelt- und Sozialreferat) und ggf. weiteren berufenen Mitgliedern besteht.

Organisatorische Voraussetzungen für das Netzwerk

- **„Kümmerer“:** Netzwerk-Koordination und –organisation beim Referat für Jugend, Familie und Soziales (Stabsstelle Bürgerschaftliches Engagement und ‚Corporate Citizenship‘, Dr. Uli Glaser mit temporären Mitarbeiter/-innen), ggf. in enger Abstimmung mit der IHK.
- **Inhaltliches Knowhow:** Es soll auf bewährte Formen und Partner aus dem Projekt 2012-2014 zurückgegriffen werden (insbesondere bei den Workshops) sowie auf die Kenntnisse im Fachbeirat.
- **Veranstaltungsorte:** Durch die Einbeziehung verschiedener Veranstaltungsorte für die Austauschtreffen können auch verschiedene CSR-Aktivitäten einzelner Unternehmen vorgestellt werden.
- **Wissenschaftliche Begleitung:** Aus dem Netzwerk und der Zusammenarbeit mit dem Fachbeirat sollen wissenschaftliche Begleitarbeiten entstehen. (Eine Bachelor-Arbeit wird bereits den Netzwerk-Aufbau begleiten.)
- **Begleitende Öffentlichkeitsarbeit:** Bei entsprechenden Anlässen werden Pressetermine, Presseeinladungen zu Veranstaltungen und Materialien für die Medien vorbereitet.
- **Finanzierung 2014/2015:** Teilnehmerbeiträge (Workshops), Eigenleistungen von Partnern (Veranstaltungsdurchführungen vor Ort), Eigenleistungen des Referats für Jugend, Familie und Soziales (Personal) bilden eine Säule.

Nächste Schritte des CSR-Netzwerks

- Monatliche Newsletter
- 5/2014: Erarbeitung eines ausführlicheren Exposé (Arbeitspapier) (Definitionen, Inhalte, Umsetzungen, Stimmen, Chronik etc.) mit darauffolgender Information der Partner und des Stadtrats
- 5/2014: Berufung des CSR-Fachbeirats

- 5/2014: Umbau der **Internet-Seite** www.csr.nuernberg.de
- Sommer 2014: Erstes **Treffen des Fachbeirats**
- Sommer 2014: **Zweites Austauschtreffen** des Netzwerk

Weitere Schritte

- Herbst 2014: Drittes Austauschtreffen
- 11/2014: Beginn der Workshop-Reihe (in ca. 3-monatigem Abstand bis Ende 2015).
 - Situations- und Stakeholder-Analyse
 - Nachhaltigkeitsstrategie und Leitthemen
 - Maßnahmenkatalog
 - Kommunikation und Reporting
 - Zeitplanung, Evaluation
- 12/2014: Bewertung des Netzwerk-Konzepts bei 2. Fachbeiratssitzung
- 2-12/2015: Fortsetzung der Workshopreihe
- 3/2015: Fortsetzung der Austauschtreffen

4. Anhang

„Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“

Chronik

Kursiv = Geplante / Vorgesehene Veranstaltungen
Stand: 22.05.2014

2014

AUSBLICK

Ab Okt.	<i>Beginn CSR-Workshops für Unternehmen</i>
Sept.	<i>Ende der Förderphase des Projekts „CSR Regio.Net“ (UPJ/ZAB)</i>
Juli	<i>Zweites Austauschtreffen des CSR-Netzwerks</i>
Juli	<i>Erste Fachbeiratssitzung</i>
Juli	<i>IHK-Tagung zu CSR-Themen</i>
Mai-Juni	<i>Abschlussveranstaltungen im Rahmen von „CSR Regio.Net“ (UPJ/ZAB)</i>
Juni	<i>3. CV-Tag von „Unternehmen Ehrensache“, im Stadtteil St. Leonhard-Schweinau</i>
Juni	<i>Newsletter Nr. 4</i>
April-Mai	Newsletter 1-3
ab April	IHK führt erneut die Ausbildung zum „CSR-Manager (IHK)“ durch.
März-Mai	Abschluss-Vortragsreihe von CSR regio.net
April	Erster CSR-Newsletter des entstehenden Netzwerks, Aufbau eines Verteilernetzes
März	CSR-Austauschtreffen mit Vorträgen von: Prof. Dr. Matthias Fifka, Dr. Uli Glaser, Anne-Kathrin Kirchhof, Birgit Kretz, Jochen Raschke
März	3. Nürnberger Business Kongress: Impulse für Innovation und Nachhaltigkeit
Feb.	Vorstellung eines Fortführungskonzepts im Sozialausschuss des Nürnberger Stadtrats , Kontaktaufnahme mit möglichen Kernpartnern
Jan.	Konzeptionierung einer Fortführung des Projekts (Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg: Thorsten Bach, Dr. Manfred Klier, Dr. Uli Glaser)
Jan.	Abschlussveranstaltung des ESF-geförderten Projekts „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ , mit Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly, Vertretern von IHK, HWK sowie Sozial-, Wirtschafts- und Umweltreferat der Stadt. Auszeichnung der am Projekt beteiligten Unternehmen (Rathaus, 9.1.2014).
Jan.	Abschlussbroschüre des ESF-geförderten Projekts „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“

Vorgeschichte 2013 und früher

Dez.	Erstellung Abschlussbroschüre
Juli-Dez.	Vertiefungsworkshops zu CSR-Strategie und CSR-Reporting im Rahmen „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“
Juni	2. CV-Tag von Unternehmen Ehrensache“ als gemeinsamer Social Day im Pegnitztal
ab März	IHK führt erstmals die Ausbildung zum „CSR-Manager (IHK)“ durch.
März	Workshop „Arbeitskräftesicherung“ im Rahmen „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“
März	Grundlagen-Workshop „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“
März	Unternehmerfrühstück, „Kita-Ausbau, Kinderbetreuung, Großtagespflege“
Feb.	Workshop „Familie und Beruf“ im Rahmen „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“
Feb.	Workshop „Gemeinwesen / Corporate Citizenship“ im Rahmen „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“
Feb.	Grundlagen-Workshop „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“
ganzjährig	Versand Newsletter
Frühjahr	Beginn der Inhouse-Beratungsserie im Rahmen von „CSR Regio.Net“ (UPJ/ZAB)

2012

Dez.	Erster Grundlagen-Workshop „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“
Okt.	Präsentation Pecha Kucha (BVMW) im Rahmen von „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“
Okt.	Auftaktveranstaltung des CSR-Projekts KMU „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ im Nürnberger Historischen Rathausaal, mit Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly, Vertretern von IHK, HWK sowie Sozial-, Wirtschafts- und Umweltreferat
Juli	1. CV-Tag von „Unternehmen Ehrensache“ in der IHK Nürnberg für Mittelfranken
Juli	Beginn der Workshopreihe im Rahmen von „CSR Regio.Net“ (UPJ/ZAB)
April	Erste Informationsveranstaltung des Projekts „CSR Regio.Net“ (UPJ/ZAB)
April	Bewilligung des ESF-geförderten Projekts „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ und vorzeitiger Maßnahmenbeginn

2011

- Dez. Bewilligung der Förderphase des Projekts „CSR Regio.Net“ (UPJ/ZAB)
- Nov. Antrag auf Projektförderung, ESF-Programm „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“
- Feb. Corporate Volunteering Netzwerk Nürnberg „Unternehmen Ehrensache“ wird mit Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly und IHK-Präsident Dirk von Vopelius im Nürnberger Rathaus gegründet.

Im Vorfeld

- 2010 Die erste „Stadtteilpatenschaft“ (durch Brochier-Stiftung, für Gostenhof) wird vorgestellt.
- 2010 Bei Vorüberlegungen für ein trilaterales Netzwerk fällt die Entscheidung für ein (begrenzte) CV-Netzwerk statt eines inhaltlich sehr breiten CSR-Netzwerks
- 2010 Die „Stifter-Initiative Nürnberg“ wird gegründet.
- 2009 IHK-Präsident Dirk von Vopelius gibt das Leitmotiv „Ehrbarer Kaufmann“ für seine Präsidentschaft aus, die IHK führt regelmäßige Veranstaltungen statt.
- 2008 Im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg wird die Stabsstelle für „Bürgerschaftliches Engagement und ‚Corporate Citizenship‘“ gegründet, die unter dem Leitmotiv „Bürgerzeit, Bürgerwissen, Bürgergeld“ auch die Zusammenarbeit mit Unternehmen verbessern soll.