

## Bankspezifische Detailstudie für die RLB OÖ: Volkswirtschaftliche Effekte der CSR-Aktivitäten für OÖ

Die RLB OÖ setzt traditionellerweise eine Reihe von Initiativen und Maßnahmen, die im Sinne von Corporate Social Responsibility (CSR) zu sehen sind, um. CSR kann als „Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ interpretiert werden (auch bekannt als Corporate Citizenship). Mit CSR ist die soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung von Unternehmen in allen Bereichen der Unternehmenstätigkeit gemeint.

Im bereits vorliegenden Bankenvergleich<sup>1</sup> wurden die Aktivitäten der Banken in Oberösterreich verglichen, die man als Corporate Social Responsibility-Aktivitäten (CSR-Aktivitäten) bezeichnen könnte. Zudem wurde die Wahrnehmung und Wertschätzung der Stakeholder „Firmenkunden“ für derartige CSR-relevante Aktivitäten der Bank untersucht. In der aktuellen Studie wird nun auf die Raiffeisenlandesbank OÖ spezifisch eingegangen. Es wird die MitarbeiterInnenstruktur aus CSR-Sicht analysiert und es werden die volkswirtschaftlichen und ökologischen Effekte der CSR-Aktivitäten der RLB OÖ näher beleuchtet.

Untersucht wird, welche gesellschaftlichen und unternehmensbezogenen Ziele mit der Initiative erreicht werden. Price Waterhouse Coopers hat gemeinsam mit namhaften deutschen Unternehmen und unter der Leitung der Bertelsmann Stiftung einen Leitfaden für die Dokumentation der Aktivitäten entwickelt, der vier Kategorien gesellschaftlichen Engagements umfasst:

1. **Input:** für das Engagement eingesetzte professionelle, materielle und finanzielle Ressourcen,
2. **Output:** die direkte Leistung, die mit dem Input erzielt wurde,

---

<sup>1</sup> Schein und Wirklichkeit: Corporate Social Responsibility im oberösterreichischen Bankenvergleich“, F. Schneider, E. Dreer, D. Eyett, im Auftrag der WK OÖ, 2010

3. **Outcome:** die Ergebnisse und Wirkungen des Engagements für das Unternehmen, das gemeinnützige Anliegen und die betroffenen Zielgruppen,
4. **Impact:** die mittel- bis langfristige Veränderung in der Folge des Engagements in der Gesellschaft, die möglicherweise über den Rahmen des Engagements hinaus erreicht wird.

Diese Methode wird als iooi-Methode (Input-Output-Outcome-Impact) bezeichnet.<sup>2</sup> Tabelle 1.1 zeigt die ausgewählten Initiativen/Maßnahmen der RLB ÖÖ nach dem vorherrschenden Motiv für diese Initiativen und deren Wirkung nach Innen (auf die Belegschaft) oder nach Außen (auf die Gesellschaft).

**Tabelle 1.1: CSR-Initiativen der RLB ÖÖ nach deren Innen- bzw. Außenwirkung und Motiv**

Ausgewählte CSR-Initiativen nach Innen-, Außenwirkung und Motiv					
Externe Initiativen			Interne Initiativen		
Initiative / Maßnahme	Details	CSR-Motiv	Initiative / Maßnahme	Details	CSR-Motiv
<b>Konjunktur-offensive</b>	Energetische Sanierung von Ein- und mehrfamilienhäusern Ortskernrevitalisierung	Investition in die Gesellschaft	<b>Kindergarten Krabbelstube</b>	18 Kindergartenkinder, 12 Krabbelstubenkinder	Unternehmens-orientiertes Engagement
<b>Nahversorgungs-initiative "Land lebt auf"</b>	Unternehmenskonzept für die regionale Nahversorgung in ÖÖ (2004 - 2009)		<b>Videokonferenz statt Dienstreisen</b>	30 Videokonferenzen pro Monat	
<b>Überbrückungs-finanzierung von EU-Fördergeldern</b>	Zinslose Überbrückungsfinanzierung für oö Landwirte		<b>Lernplattform raiffeisen@learning</b>	Lernplattform und Multimedia e-Learning seit 2008	
<b>Öffentlichkeitsarbeit</b>	Sponsoring, Events von Kunst&Kultur, Sport, Bildung&Soziales, Partnerschaften, Kundenveranstaltungen	Investition in die Gesellschaft, auch alturistisches Engagement	<b>Freiwillige Sozialleistungen</b>	Pensionskasse, Betriebsküche	
			<b>Gesundheitsvorsorge</b>	Vorträge und andere Initiativen (Äpfel, etc.)	

Die Studie wurde vom Auftraggeber nicht freigegeben. Aus diesem Grund werden keine Ergebnisse dargestellt.

<sup>2</sup> Quelle: Corporate Citizenship planen und steuern mit der iooi-Methode, Bertelsmann Stiftung 2010