

Werte schaffen durch gesellschaftliches Engagement: Corporate Citizenship bei Siemens

„Wenn Unternehmen gesellschaftliches Engagement fördern, dann ist das (...) weder ein Luxus noch marktvergessene Gefühlsduselei.“ Diese Einschätzung von Bundeskanzler Gerhard Schröder zeigte einem hochkarätig besetzten Publikum anlässlich der Corporate Citizenship Tagung im April 2001 im Siemens Forum München, dass durch unternehmerisches gesellschaftliches Engagement Werte für die Gesellschaft und die Unternehmen geschaffen werden.

Ein Unternehmen, das durch sein vielfältiges Engagement als Corporate Citizen die Beziehungen zu seinem Umfeld vertieft, verbessert seine Reputation bei wichtigen Stakeholdern und seine Attraktivität als Arbeitgeber und trägt damit auch zu einer stärkeren Motivation und Identifikation der Mitarbeiter bei.

Was bedeutet „Corporate Citizenship“ für Siemens?

Siemens hat sich dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet. Unser Ziel ist es, auf den Ausgleich zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Interessen hinzuwirken. Corporate Citizenship betrachten wir als die soziale Dimension der Nachhaltigkeit und fassen den Begriff – den Ansätzen im angelsächsischen Raum folgend - folgendermaßen:

Corporate Citizenship ist das gesamte, über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinaus gehende Engagement von Siemens zur Lösung von Anforderungen im gesellschaftlichen Umfeld. Diese Aktivitäten sind strategisch ausgerichtet und stehen mit dem Profil und Leistungsspektrum des Unternehmens in Einklang. Sie schaffen Nutzen für die Gesellschaft und tragen zur Steigerung des Geschäftswerts des Unternehmens bei.

Diese programmatische Definition kommunizieren wir weltweit und verstehen sie als Planungsgrundlage für unsere Aktivitäten auf Unternehmensebene, in den geschäftsführenden Bereichen und in den einzelnen Ländern.

Die Manager vor Ort treffen eigene Entscheidungen im Bereich von Corporate Citizenship und finanzieren diese Aktivitäten aus ihrem eigenen Budget.



Innovationen für eine bessere Welt – wir bekennen uns zur Nachhaltigen Entwicklung.

Corporate Citizenship als fester Bestandteil der Unternehmenspolitik

Siemens als Konzern der Elektrotechnik und Elektronik, der weltweit ca. 480.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, sich in 190 Ländern der Erde unternehmerisch betätigt und jährlich einen Umsatz von über 87 Milliarden Euro erwirtschaftet, will nicht allein durch Produkte und Lösungen zum gesellschaftlichen Fortschritt beitragen.

Von solch einem Global Player wird zu Recht erwartet, dass er sich mit den Ansprüchen verschiedener gesellschaftlicher Gruppen auseinandersetzt. Weltweit gibt es zunehmend Anforderungen nach konstruktiven Beiträgen der Unternehmen und konkreter Unterstützung für gesellschaftliche Belange. Die Absender sind nicht selten die Regierungen selbst, private Organisationen und Initiativen, Medien und die sogenannten Nichtregierungsorganisationen (NGOs). Für einige NGOs ist das gesellschaftliche Verantwortungsbewusstsein der Unternehmen oft Bedingung für deren „licence to operate“. Aber auch aus der „Investors Community“ erreichen Siemens zunehmend Fragebögen, die neben der wirtschaftlichen und ökologischen auch die soziale Leistungsbereitschaft detailliert erfassen. Beim Dow Jones Sustainability Index wurden wir zum zweiten Mal gelistet – ein wichtiger Erfolg unserer Unternehmenspolitik.

In Deutschland findet der Begriff Corporate Citizenship zwar erst in jüngster Zeit Verwendung, aber bei Siemens und bei einer Reihe anderer deutscher Unternehmen ist Corporate Citizenship seit langem Teil der Unternehmenspolitik. So beteiligte bereits der Firmengründer Werner von Siemens vor über 150 Jahren seine Mitarbeiter am Unternehmensgewinn, trat für eine Betriebskrankenkasse ein und engagierte sich für gesellschaftliche Angelegenheiten. Diese Tradition ist heute Teil des für alle Beschäftigten verbindlichen **Siemens-Leitbilds**, das 1997 aus einer weltweiten Mitarbeiter-Befragung heraus entwickelt wurde. Es beinhaltet die Werte, die das Denken und Handeln der Mitarbeiter prägen und bildet die Grundlage für den Erfolg des Unternehmens. Einer der Leitsätze beschreibt das Verständnis der gesellschaftlichen Rolle des Unternehmens

Wir tragen gesellschaftliche Verantwortung.

Mit unserem Wissen und unseren Lösungen leisten wir einen Beitrag für eine bessere Welt. Wir bekennen uns zum Umweltschutz. Wir sind ein anerkanntes Mitglied der Gesellschaft in allen Ländern, in denen wir uns unternehmerisch betätigen. Qualifizierung durch Wissen sichert die Zukunft unserer Mitarbeiter. Integrität prägt den Umgang mit unseren Geschäftspartnern, Mitarbeitern, Aktionären und der Öffentlichkeit. Kulturelle Unterschiede bereichern unser Unternehmen <http://w4.siemens.de/de/career/leitbild/index.html>.

Beitrag zur geplanten Buchveröffentlichung „Corporate Citizenship in Deutschland“, Susanne Grohs-v. Reichenbach, CC PR, (Hrsg.: DNWE/Siemens)

Für die operative Umsetzung der regionalen Corporate Citizenship-Programme setzt

Siemens u.a. folgende **Instrumente** ein:

Corporate Giving (Geld- und Sachspenden/Dienstleistungen)

Beispiel: In China werden seit Jahren gehörlose Kinder durch Hörgeräte und finanzielle Hilfe unterstützt. (<http://w4.siemens.de/china/en/introduction/citizenship/donate.html>).

Stiftungen

Beispiel: Die Siemens Foundation, U.S.A., fördert mit mehr als 1 Mio. \$ jährlich Schüler und Studenten in den U.S.A. (www.siemens-foundation.org).

Employee Volunteerism/Secondments (freiwilliges Engagement der Mitarbeiter/Abordnung von Mitarbeitern)

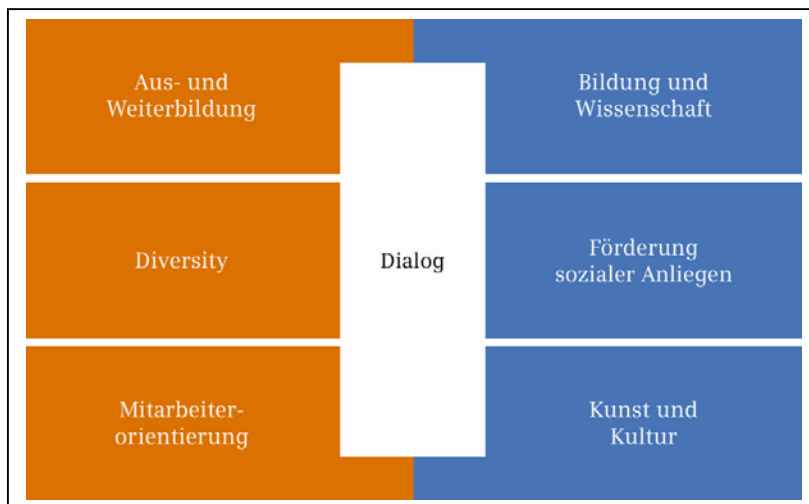
Beispiel: Die Mitarbeiter von Siemens Information and Communication Networks (ICN) in den USA leisteten im vergangenen Geschäftsjahr 5.000 Stunden freiwilliges Engagement für Projekte z. B. mit Obdachlosen oder Schülern, die von Siemens gesponsert wurden. ICN wurde im Mai 2001 durch „America’s Charities“ für sein Engagement mit einem Award ausgezeichnet.

Philanthropisches Sponsoring (Sponsoring, bei dem der Fördergedanke bzw. die Partnerschaft im Vordergrund steht)

Beispiel: Siemens unterstützt den von der Wirtschaft ins Leben gerufenen Wettbewerb für die Unterstützung von sozialen Projekten „startsocial“ in Deutschland (www.startsocial.de)

Auf welchen Gebieten ist Siemens als „Corporate Citizen“ aktiv?

Siemens konzentriert sich mit seinen Corporate Citizenship-Programmen auf ausgewählte Felder, die den Kernkompetenzen des Unternehmens und den Bedürfnissen der Mitarbeiter und Gemeinschaften entsprechen, in denen Siemens unternehmerisch tätig ist.



Unsere Corporate Citizenship Themenfelder. Der Dialog ist das verbindende Element unseres Engagements für die Mitarbeiter (linke Spalte) und für die Gesellschaft (rechte Spalte).

Diversity

Vielfalt schafft Toleranz! Unter diesem Motto wenden sich bei Siemens die Unternehmensleitung und der Gesamtbetriebsrat gemeinsam gegen Gleichgültigkeit, Gefühlskälte und Intoleranz. Das Zusammenwirken von Menschen unterschiedlicher Nationen und Kulturen war bei Siemens immer gelebte Selbstverständlichkeit und eine Bereicherung. Diskriminierung wird im Unternehmen nicht geduldet. Unser Anspruch reicht aber noch viel weiter: Bei Siemens wird die Vielfalt der Mitarbeiterstruktur gezielt gefördert und „Diversity“ wird als eine wertvolle Quelle für Kreativität und Innovation erlebt. Es gilt, diese positive Einstellung zur Vielfalt rund um den Globus zu tragen und in jedem Team und auf allen Ebenen erlebbar zu machen. Die konkrete Umsetzung für „Promoting Diversity“ wird länderspezifisch vorgenommen: Ein Schwerpunkt in Deutschland ist z. B. die Förderung von Frauen.

Nicht nur im Unternehmen, sondern auch in der Gesellschaft werden positive Beiträge geleistet: Siemens unterstützt z. B. als Hauptsponsor das Projekt „Kreativität in den Schulen“ (K.I.D.S.), das an acht Münchner Schulen mit hohem Ausländeranteil durchgeführt wird. Ziel der Partnerschaft ist es, durch künstlerische Ausdrucksformen die Kreativität der Schüler anzuregen, ihr Selbstvertrauen zu stärken und so kulturelle Barrieren und Aggressionen abzubauen (<http://w4.siemens.de/knowledge-zone/de/aktionen/kids/start.htm>).

Bildung und Wissenschaft

Die Förderung von Forschung und Lehre sowie die Zusammenarbeit mit Schulen, Universitäten und Forschungseinrichtungen sind bei Siemens Teil der Corporate Citizenship-Tradition: Die Zielsetzung ist dabei, eine Brücke zwischen Theorie und Praxis zu bauen und den Ideenaustausch zu unterstützen. Lehrern, Schülern, Studenten und Forschern hilft das Unternehmen, die Zukunft aktiv mitzugestalten. Als „Return on Investment“ kann Siemens Kontakte zu möglichen zukünftigen Mitarbeitern knüpfen und das innovative Potenzial steigern. Fast alle unsere Landesgesellschaften fördern Schulen, Universitäten und Studenten durch Stipendien, Forschungsaufträge, Geld- oder Sachspenden, Förderpreise und andere Maßnahmen. Siemens unterhält rund 1.000 Kooperationsvereinbarungen mit Universitäten in der ganzen Welt. In Deutschland geben etwa 350 Mitarbeiter als Lehrbeauftragte ihr Praxiswissen an die Studenten weiter.

Den Schwerpunkt dieser Aktivitäten bildet das Siemens-Förderprogramm **Jugend und Wissen**, das 1997 zum 150. Firmenjubiläum mit einem Etat von mehr als 25 Mio. Euro startete, um die Aus- und Weiterbildung von Schülern und Studenten zu unterstützen. In maßgeschneiderten Projekten geht es um die Vermittlung von Kernkompetenzen: den

Beitrag zur geplanten Buchveröffentlichung „Corporate Citizenship in Deutschland“, Susanne Grohs-v. Reichenbach, CC PR, (Hrsg.: DNWE/Siemens)

Umgang mit neuen Medien und den Erwerb von Wirtschaftswissen, sozialen Fähigkeiten und globalem Denken (<http://www.siemens.de/knowledge-zone>).

Auch die Siemens-Stiftung (www.siemens-foundation.org) in den USA hat sich der Förderung von jungen Talenten gewidmet: besonders prominent ist der Wettbewerb „Siemens Westinghouse Science & Technology Competition“ für Studenten und High School Teams (http://www.siemens-foundation.org/science/science_and_technology.htm).



Am Siemens-Wettbewerb „Join Multimedia“ beteiligten sich im letzten Jahr mehr als 34.000 Schüler und Schülerinnen aus mehreren Ländern.

Aus- und Weiterbildung

Etwa 500 Mio. Euro gibt Siemens jedes Jahr für die Aus- und Weiterbildung aus. Das entspricht etwa dem Jahresbudget einer großen deutschen Universität. Fast die Hälfte der Summe fließt in die Berufsausbildung junger Menschen, die andere in die Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Menschen fit zu machen für die Arbeitswelt von morgen ist unser Ziel und zugleich eine Investition in die Zukunft des Unternehmens. Durch umfassende Qualifizierungsangebote sichert Siemens auch die „Employability“, also die Chancen des Einzelnen am Arbeitsmarkt. Innovative Lernmethoden wie E-Learning oder die Zusammenarbeit in virtuellen Teams spielen eine immer größere Rolle. Die von Siemens selbst durchgeführten Weiterbildungsseminare besuchten im letzten Geschäftsjahr rund 170.000 Teilnehmer aus dem Unternehmen.

Siemens zeigt internationale Präsenz als Ausbilder: In mehr als 20 Ländern bietet das Unternehmen Ausbildungsplätze, mit wachsender Anzahl in China. In mehreren Ländern entstehen in Zusammenarbeit mit offiziellen Einrichtungen maßgeschneiderte Programme.

Beitrag zur geplanten Buchveröffentlichung „Corporate Citizenship in Deutschland“, Susanne Grohs-v. Reichenbach, CC PR, (Hrsg.: DNWE/Siemens)

So haben beispielsweise in Brasilien bereits Tausende von Studenten vom Modell Petra (Project and Transfer Oriented Training) profitiert, das in Kooperation mit SENAI (National Service for Industrial Training) eingerichtet wurde. Inzwischen nutzen auch andere Firmen unser Know-how zur Berufsausbildung und die Angebote zur Weiterbildung.

(www.siemens.de/corporate_citizenship, Aus- und Weiterbildung).

Kunst und Kultur

Siemens hat sich immer als Teil der Gesellschaft und ihrer Kultur verstanden. Jedes innovative Unternehmen braucht den Dialog mit seinem gesellschaftlich-kulturellen Umfeld. Die Kunst ist ein Gradmesser für die Weiterentwicklung einer Gesellschaft und technische Neuerungen unterstützen diesen Wandel. Wenn Künstler und Manager von High-Tech-Unternehmen neugierig und offen füreinander sind, können sie voneinander lernen. Unsere Kulturarbeit versucht daher, beide Seiten miteinander zu verbinden. Zur Kulturarbeit bei Siemens gehört zunächst eine mäzenatische Tradition, die z. B. durch die **Ernst von Siemens Musikstiftung** mit Sitz in Zug, Schweiz, lebendig wird. Diese vergibt einen der renommiertesten und höchstdotierten Preise für herausragende musikalische Leistungen alternierend an Komponisten, Interpreten und Musikwissenschaftler. Im Jahr 2001 war der deutsche Musikwissenschaftler Reinhold Brinkmann der Preisträger. Die aktive Gestaltung von Partnerschaften zur Förderung und Weiterentwicklung der zeitgenössischen Künste bildet den Schwerpunkt des **Siemens Arts Program**. In den Bereichen Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik sowie Zeit- und Kulturgeschichte realisiert das Arts Program seine Konzepte in enger Kooperation mit verschiedenen Institutionen: Das Spektrum ist thematisch breit und international angelegt. Dabei werden auch die Mitarbeiter einbezogen und angeregt, sich mit zeitgenössischer Kunst auseinander zu setzen.

(www.siemens.de/artsprogram)

In den einzelnen Ländern bestehen ebenfalls vielfältige Aktivitäten, die individuelle Beiträge zur Förderung von Kunst und Kultur leisten. So unterstützt z. B. Siemens in Ungarn Ausstellungen zeitgenössischer Fotografen und schreibt einen Siemens-Preis für Fotografie aus. Die U.S. Corporation ist Sponsor des herausragenden Projekts des Chellisten Jo Jo Ma „Silk Road“ (www.thesilkroadproject.com.)

Förderung sozialer Anliegen

Nachbarschaftliche Solidarität ist für Siemens selbstverständlich, etwa bei plötzlichen Notlagen wie zum Beispiel bei Naturkatastrophen. Um den Opfern zu helfen, mobilisieren unsere Mitarbeiter schnell und unbürokratisch technische und humanitäre Hilfe.

Nachbarschaftliche Unterstützung leistet das Unternehmen auch, wenn es um die Förderung von Kindern und Jugendlichen oder um die Förderung von sozialen Einrichtungen und Stiftungen geht. Die Geld- und Sachspenden des Unternehmens werden gezielt in Projekte

Beitrag zur geplanten Buchveröffentlichung „Corporate Citizenship in Deutschland“, Susanne Grohs-v. Reichenbach, CC PR, (Hrsg.: DNWE/Siemens)

investiert, die Hilfe zur Selbsthilfe geben. Es wird aber auch in der Freizeit richtig zugepackt: Dies zeigen z. B. die Renovierungs- und Konstruktionsarbeiten von 120 Siemens-Consultants, die gemeinsam an einem Münchner Jugendzentrum und einem Sommercamp für Heimkinder in Tschechien bauten.



An nur einem Tag errichteten Siemens-Mitarbeiter ein komplettes Sommercamp in Tschechien.

Auch in den USA gibt es bei Siemens eigene Programme, die Mitarbeitern die Möglichkeit zum freiwilligen gesellschaftlichen Engagement vorstellen und zum Mitmachen einladen: z. B. über das Konzept „Caring Hands“.

Mit Rat und Technik Menschen mit einer Behinderung den Zugang zur Informationstechnologie zu ermöglichen, ist das Ziel des Projekts **Computer helfen leben**. Dazu werden Hard- und Software entwickelt, Therapieprogramme entworfen und Betroffene und Kliniken beraten. Bislang hat diese Initiative über 900 EDV-Systeme, PCs, Laptops sowie Handys an verschiedene Einrichtungen weltweit gespendet. Die Mittel kommen von Siemens und aus dem Verkauf von Weihnachtskarten, die von Behinderten gestaltet wurden (<http://www.ic.siemens.com/mobile/chh/>) .

Besonders wichtig wird in Zukunft sein, die Gefahr einer digitalen Kluft zwischen Menschen, die unter dem Schlagwort „user oder loser“ diskutiert wird, ernst zu nehmen. Dem Digital Divide entgegen zu treten, wird bei Siemens als Herausforderung betrachtet.

Beitrag zur geplanten Buchveröffentlichung „Corporate Citizenship in Deutschland“, Susanne Grohs-v. Reichenbach, CC PR, (Hrsg.: DNWE/Siemens)

So leisten wir zum Beispiel einen Beitrag in der “Global Digital Divide Initiative” und haben hierfür interne Partner gewonnen. Ziel der Initiative, die im World Economic Forum ins Leben gerufen wurde, ist die Internetnutzung weltweit zu verbessern.

Sicherheit und Gesundheit, Mitarbeiterorientierung

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter sind bei Siemens wichtige Anliegen. Durch **Unfallvermeidung und Gesundheitsvorsorge** sollen die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter erhalten und damit auch die Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens gestärkt werden. Weltweite Programme und Überprüfungen auf Gruppenebene sorgen für die sehr guten Zahlen im Bereich Sicherheit und Gesundheit, die meist besser sind als der Branchendurchschnitt. An unseren mehr als 100 Standorten in Deutschland sind 220 Sicherheitsexperten tätig: Unfallfreiheit ist das erklärte Ziel. Achtzig Betriebsärzte und ihr Personal sind mit der neuesten medizinischen Technik von Siemens ausgestattet. In Zusammenarbeit mit unseren Sicherheitsexperten führen sie regelmäßige Sicherheitskontrollen durch und sind auf Gesundheitsvorsorge spezialisiert. Hier lautet die Devise: Vorbeugen ist besser als heilen.

Siemens unterstützt auch vielfältige **Freizeitaktivitäten** der Mitarbeiter auf den Gebieten Sport, Hobbys und Kultur finanziell und durch die kostenlose Nutzung von Räumlichkeiten oder Sportplätzen. Durch die kostengünstige Bereitstellung von Ferienunterkünften wird für die Erholung der Mitarbeiter und ihrer Familien gesorgt. So trägt das Unternehmen zur Balance zwischen Arbeitswelt und privaten Interessen für seine Belegschaft bei.

Ein wichtiger Schwerpunkt der Mitarbeiterorientierung bei Siemens ist das **Aktienprogramm**. Im Jahr 2001 wurden 230 000 Mitarbeiter in 32 Ländern Siemens-Aktionäre. Der Aufwand für diese Maßnahme lag bei 600 Mio Euro. Aktienbesitz bedeutet für die Mitarbeiter Beteiligung am geschäftlichen Erfolg und zugleich Orientierung an den geschäftlichen Zielen. In Deutschland liegt die Beteiligungsquote seit Jahren um die 70%.

Dialog

Dialog. Gesellschaftlich verantwortliches Handeln als Corporate Citizen braucht den Dialog. Wir führen ihn konsequent mit den Menschen, die in einer besonderen Beziehung zu unserem Unternehmen stehen: mit der interessierten Öffentlichkeit, dem politischen Umfeld, Foren und Verbänden, sowie Nichtregierungsorganisationen (NGOs). Mit den Ideen und Meinungen unserer Stakeholder setzen wir uns auseinander und nehmen neue Impulse auf.

Ein wichtiges Instrument, den offenen Dialog zu führen, sind die SiemensForen. Miteinander reden - unter diesem Motto laden die europäischen SiemensForen zur Auseinandersetzung mit gesellschaftspolitischen und technischen Themen ein.

Beitrag zur geplanten Buchveröffentlichung „Corporate Citizenship in Deutschland“, Susanne Grohs-v. Reichenbach, CC PR, (Hrsg.: DNWE/Siemens)

Rund 200.000 Gäste kamen im letzten Jahr in die SiemensForen

(<http://w4.siemens.de/siemensforum/index.htm>). Sie besuchten unsere Ausstellungen zu Themen wie „Internet Economy“ oder „Stadt der Zukunft“. In Tagungen und Diskussionen ging es vielfach auch um Fragestellungen rund um Corporate Citizenship. Unsere Gäste debattierten z. B. über „Ethik für den Kapitalmarkt“, gesellschaftliche Auswirkungen der Stadtentwicklung und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Im Frühjahr 2001 veranstalteten wir eine spezifische Tagung, die sich an Unternehmen, Verbände, Gewerkschaften und das politische Umfeld richtete (www.siemens.de/corporate_citizenship).

Den Dialog sucht das Unternehmen auch mittels professioneller **Befragungen**. Ziel ist dabei, durch spezifische Fragestellungen an seine Mitarbeiter, Kunden, Investoren und die Öffentlichkeit die unternehmerische Performance stärker an den Bedürfnissen dieser Stakeholder auszurichten.

Darüber hinaus ermuntert Siemens seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, den Dialog und Aktivitäten für das Gemeinwesen durchzuführen, zum Beispiel durch die Übernahme von politischen Ämtern und **Mandaten**. Für diese Tätigkeit existiert seit 1975 eine interne Richtlinie, durch die Mitarbeiter für die Ämter freigestellt werden können und keine finanziellen oder sonstige Nachteile in Kauf nehmen müssen. Derzeit sind 540 Mitarbeiter in Deutschland als Mandatsträger aktiv. Die Richtlinie gilt übrigens auch in anderen europäischen Ländern.

Siemens engagiert sich in vielen Netzwerken, Verbänden und Organisationen, um einen Beitrag für die Entwicklung von Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt zu leisten.

So sind wir Gründungsmitglied des „econsense – Forum für Nachhaltige Entwicklung“, in dem sich große deutsche Unternehmen zusammen gefunden haben, um konkrete Schritte zur Nachhaltigkeit zu gestalten.

Siemens ist dort in verschiedenen Projektgruppen aktiv, z. B. zum Thema „Nachhaltige Produkte – Nachhaltiger Konsum“ sowie „Klimaschutz und Nachhaltigkeit“. Intern hat Siemens einen internationalen Arbeitskreis gegründet, um konkrete Schritte zur Implementierung des im „econsense“ vorgelegten Mission Statements vorzubereiten (www.econsense.de/ mit Links auf die 21 bereits engagierten Unternehmen).

Dem World Economic Forum hat sich Siemens als strategischer Partner verpflichtet. Unsere Experten und obersten Führungskräfte beteiligen sich an regelmäßigen Tagungen und sind in Arbeitsgruppen aktiv.

Perspektive

Siemens wird weitere Schritte unternehmen, um eine stakeholder-orientierte Information zu erzielen. Das heißt konkret:

- Weiterentwicklung des Reporting-Systems. Mit dem ersten „Report Corporate Citizenship 2000“ wurde die dritte Berichtssäule (Geschäftsbericht, Umweltbericht, Corporate Citizenship Bericht) eingerichtet. Er erscheint jährlich und legt die internationalen Aktivitäten von Siemens auf diesem Gebiet dar. Unsere Berichterstattung werden wir nochmals erweitern und einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen, der den Corporate Citizenship Report und den Umweltbericht integriert .
- Ausbau der Online-Auftritte Corporate Citizenship, um die aktuellen Entwicklungen des Themengebiets in den Landesgesellschaften und auf Unternehmensebene bei Siemens für die interessierte Öffentlichkeit darzustellen (www.siemens.com/corporate_citizenship)
- Engagement bei wichtigen Organisationen, die Empfehlungen für die Berichterstattung über die ökonomische, ökologische und soziale Performance von Unternehmen – also die Nachhaltigkeit - entwerfen (z. B. Global Reporting Initiative).
- Networking: Die Kooperation mit anderen Unternehmen wird fortgesetzt mit dem Ziel, gemeinsame Synergien für die Corporate Citizenship Strategien zu nutzen und zielgruppengerechte Programme zu erarbeiten (Arbeitskreis Corporate Citizenship).