

Label: CSR-Instrumente für den praktischen Einsatz

Seit Mai 2006 können Schweizer Firmen, die eine hohe soziale Leistungsfähigkeit aufweisen, das Label der Stiftung sozialverantwortliche Wirtschaft (SSW) erwerben. Zu den ersten ausgezeichneten Unternehmen gehört das Spital Zofingen.

Dem Management der sozialen Wirkungen eines Unternehmens kommt in der heutigen Unternehmenswelt eine immer wichtigere Bedeutung zu. Neue Kommunikationsmittel verstärken die Vernetzung der verschiedenen gesellschaftlichen Akteure. Dass die Bedürfnisse von Kunden und Aktionären in Entscheidungsprozesse aufgenommen werden müssen, ist keinem Unternehmen neu. Auch die Wichtigkeit der Mitarbeitenden wird anerkannt. Die Unternehmen betreiben meist ein gezieltes Beziehungsmanagement mit den Lieferanten und je nach Unternehmenssituation auch mit weiteren Akteuren der Gesellschaft (Nichtregierungsorganisationen, Medien, politische Institutionen usw.).

Das Management dieser vielfältigen Beziehungen wird meist durch verschiedene Funktionen ausgeführt (HR Management, Supply Chain Management, Kommunikation usw.). Dies hat zur Folge, dass in Unternehmen meist ein systematischer Zugang zum gesamten sozialen Umfeld fehlt. Auch gibt es – im Gegensatz zu ökonomischen oder ökologischen Massnahmen – erst wenige Hilfestellungen, welche die Thematik ganzheitlich angehen (vgl. Winistörfer/Teuscher/Dubielzig: Leitfaden «Sozialmanagement im Unternehmen», Winterthur 2006). Den Ausgangspunkt auf dem Weg zu einem systematischen Sozialmanagement¹ schafft ein Sozialaudit. Dieser nach einem systematischen Ansatz durchgeführte Unternehmenscheck zeigt die soziale Leistung eines Unternehmens auf und identifiziert die zentralen Stärken und Schwächen.

Die Stiftung sozialverantwortliche Wirtschaft Schweiz SSW hat am diesjährigen 8. Swiss Economic Forum in Thun das Soziallabel SSW lanciert. Das Label ist Teil eines Instrumentensets, mit dem Unternehmen ihre soziale Verantwortung systematisch beurteilen und weiterentwickeln können. Das Soziallabel basiert auf einem Sozialaudit SSW, dessen Inhalte im Dialog mit über 30 Expertinnen und Experten von Unternehmen, Forschungsinstitutionen sowie Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen erarbeitet worden sind. Für das Sozialaudit wird die soziale Leistung eines Unterneh-

¹Sozialmanagement bedeutet, soziale Themen sowie deren Chancen und Risiken unter Einbezug der Stakeholder wahrzunehmen, richtig einzuschätzen und mit gezielten Massnahmen und in Übereinstimmung mit der Unternehmensstrategie bewusst darauf zu reagieren.



Abbildung 1: Kriteriengruppen des Sozialaudits SSW

Interne Anspruchsgruppen		Externe Anspruchsgruppen	
Nr.	Bereich	Nr.	Bereich
1	Werte der sozialen Verantwortung intern	21	Werte der sozialen Verantwortung extern
2	Verankerung der sozialen Aspekte	22	Lieferanten allgemein
3	Flexible Arbeitszeitmodelle	23	Lieferanten Entwicklungsländer
4	Teilzeitarbeitsmodelle	24	Gemeinwesen
5	Gleichstellung	25	Kundschaft
6	Familienfreundlichkeit	26	Aktionariat
7	Lohnsystem		
8	Unfallverhütung	Beispiel einer Stärken-Schwächen-Darstellung: 	
9	Gesundheitsschutz		
10	Ältere Mitarbeitende		
11	Lehrstellen/Praktika		
12	Integration		
13	Aus- und Weiterbildung		
14	Überzeit		
15	Partizipation		
16	Mitarbeiterzufriedenheit		
17	Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen		
18	Lösung von Konflikten, soziale Beratung		
19	Massenentlassungen		
20	Allgemeine Anstellungsbedingungen		

mens entlang eines umfassenden auf die Bewertbarkeit und Vergleichbarkeit ausgerichteten Fragebogens durchgeführt. Er beleuchtet 26 Teilbereiche (beispielsweise Verankerung sozialer Kriterien in Strategie und Jahreszielen, Teilzeitarbeit, Gesundheitsschutz, Gleichstellung). Die zugrunde liegenden Kriterien beziehen sowohl interne wie auch externe Anspruchsgruppen mit ein (Abbildung 1). Sie sind abgestimmt mit international akzeptierten Standards wie SA8000 und Global Reporting Initiative (GRI) und sind auf die schweizerische Gesetzgebung und Best Practice ausgelegt (beispielsweise EKAS, Corporate Governance Swiss Code of Best Practice). 20 von 26 Kriteriengruppen betreffen die zentrale interne Anspruchsgruppe – die Mitarbeitenden.

Zu den ersten ausgezeichneten Unternehmen gehören die Spital Zofingen AG, das World Economic Forum WEF und die Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Managementsysteme SQS. Eine weitere Anzahl von grösseren und kleineren Unternehmen durchläuft zurzeit das Auditverfahren. Eine Jury aus Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft entscheidet auf der Grundlage des von den Auditoren verfassten Berichts sowie einer Medienanalyse und weiterer Branchenkenntnisse über die Vergabe. Das Label kann während drei Jahren in der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt werden, dann muss erneut ein Audit durchgeführt werden. Bei ausserordentlichen Vorkommnissen kann es auch vorher entzogen werden.

Um das Soziallabel zu erhalten, müssen folgende Schritte durchlaufen werden (Überblick in Abbildung 2):

1. Anmeldung über SSW-Geschäftsstelle oder direkt über eine Sozialauditorin, einen -auditor
2. Selbstevaluation durch ÖBU oder sanu (siehe Artikel Seite 34)
3. Fragebogen: dieser wird von der Auditorin, dem Auditor an das Unternehmen geschickt und muss von der Unternehmensleitung sowie ausgewählten Mitarbeitenden (Anzahl variiert nach Unternehmensgrösse) ausgefüllt zurückgeschickt werden.
4. Audit: Die Sozialauditorin, der -auditor führt Interviews mit Unternehmensleitung und Mitarbeitenden und besichtigt den Betrieb.
5. Auditbericht: Der von der Auditorin, dem Auditor verfasste Entwurf des Auditberichts wird an das Unternehmen und die SSW-Geschäftsstelle geschickt. Rückmeldungen sind innerhalb einer bestimmten Frist möglich.
6. Entscheid Jury: Die Jury erhält den Bericht von der Geschäftsstelle. Diese entscheidet über die Vergabe des Labels und informiert die Geschäftsstelle.
7. Definitiver Auditbericht: Im Anschluss an die Rückmeldungen durch das Unternehmen und die Jury erstellt der Auditor den definitiven Auditbericht.
8. Vergabe Label: Die Geschäftsstelle informiert das Unternehmen über die Vergabe des Labels.

Der Nutzen des Labels ist (noch) nicht unmittelbar finanziell quantifizierbar. Paul Geiser, Direktor Projekte der Spital Zofingen AG, betont jedoch: «Für die Gewinnung von hoch qualifizierten Mitarbeitenden oder die Akzeptanz in der lokalen Bevölkerung bringt uns das Label viel. Diese Faktoren haben mittel-

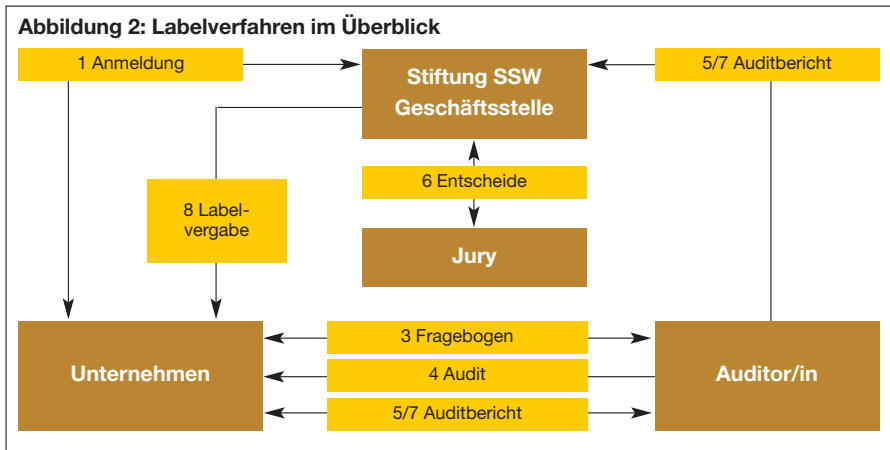


Abbildung 3: Kosten einer Auditierung (inkl. Label)

Unternehmensgrösse	Registrierung (jährlich)	Grundgebühr (einmalig)	Auditkosten (Richtwert BSD)	Total
1 bis 39 MA	CHF 80.–	CHF 250.–	CHF 3500.–	CHF 3990.–
40 bis 99 MA	CHF 140.–	CHF 450.–	CHF 4500.–	CHF 5370.–
100 bis 199 MA	CHF 200.–	CHF 680.–	CHF 5600.–	CHF 6880.–
200 bis 499 MA	CHF 300.–	CHF 1000.–	CHF 6900.–	CHF 8800.–
500 bis 999 MA	CHF 450.–	CHF 1300.–	CHF 9500.–	CHF 12 150.–
über 1000 MA	CHF 650.–	CHF 1750.–	CHF 13 500.–	CHF 17 200.–

bis längerfristig indirekt einen Einfluss auf unser finanzielles Wohlergehen.» Die benötigten Investitionen werden dabei weit übertroffen (Abbildung 3).

Nach Erhalt des Labels lohnt es sich insbesondere, die gewonnenen Informationen für gezielte Aktivitäten einzusetzen. Ein Sozialaudit bildet eine hervorragende Basis für die Erstellung von internen und externen Kommunikationsmassnahmen. Die Spital Zofingen AG hat im Anschluss an das Audit beispielsweise einen Sozialbericht erstellt. Gerade im Bezug auf das Reporting stehen Unternehmen häufig vor der Schwierigkeit, dass soziale Aspekte nicht so einfach quantifiziert werden können oder Kennzahlen selten systematisch erfasst sind. Wer beispielsweise einen Bericht nach den internationalen Richtlinien der Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org) verfassen will, dem bieten die Ergebnisse des Audits eine gute Grundlage. Da die Informationen nach einem systematischen und breit abgestützten Vorgehen erhoben wurden, ist die Glaubwürdigkeit und

Relevanz der Kommunikation höher als bei herkömmlichen Formen.

Ein Sozialaudit unterstützt ein Unternehmen zudem wie eingangs beschrieben beim Aufbau eines systematischen Sozialmanagements. Die identifizierten Stärken und Schwächen eines Unternehmens werden dazu in der strategischen Planung berücksichtigt. Abgestimmt mit der übergeordneten Unternehmensstrategie können konkrete Massnahmen abgeleitet werden. Im Fall der Spital Zofingen AG hiess das: Überarbeitung des Lohnsystems, Anpassung der internen Kommunikation, Flexibilisierung der Arbeitszeiten, Angebot eines Mittagstischs usw. Die oben aufgeführten Instrumente unterstützen beim Aufbau eines umfassenden Sozialmanagements als Teil eines integrierten Managementsystems. Sozialmanagement ist, will man die vielfältigen Nutzenpotenziale durch soziale Leistung effektiv und effizient angehen, zunehmend unabdingbar und dank neuen Instrumenten immer besser umsetzbar.

Piera Waibel und Peter Teuscher

<p>Leitfaden «Sozialmanagement im Unternehmen – ausgewählte Instrumente für die Praxis»</p> <p>Er zeigt auf, wie Unternehmen vorgehen können, um die relevanten sozialen Themen zu identifizieren, ihre Erfolgsrelevanz zu beurteilen und die sozialen Wirkungen zu verstehen, zu steuern, zu überprüfen und zu kommunizieren. Der Leitfaden bietet Unterstützung auf mehreren Ebenen: Grundlagen und Ansätze zum Vorgehen, Hinweise auf gebräuchliche Werkzeuge wie z.B. Indikatorenlisten und Standards sowie Anwendungsbeispiele. Der Leitfaden ist das Ergebnis einer Forschungsarbeit am Institut für Nachhaltige Entwicklung der Zürcher Hochschule Winterthur (ZHAW) unter Mitwirkung der Unternehmen ABB Schweiz, Coop, Novartis und Spital Zofingen.</p> <p>Zu beziehen bei: ZHAW, Institut für Nachhaltige Entwicklung, Postfach 805, 8401 Winterthur, T: 052 267 76 75 oder www.socialmanagement.ch</p>	<p>Label für sozial verantwortliche Unternehmungen</p> <p>Im Frühjahr 2006 lancierte die Stiftung sozialverantwortliche Wirtschaft SSW das «SSW-Soziallabel». Das Label können Unternehmen aller Art erwerben, deren betriebliche Sozialverantwortung in einem externen Prüfverfahren einen bestimmten Standard erreicht. Die Kriterien umfassen die Beziehungen zu Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden, Lieferanten, Geldgebern und dem Gemeinwesen. Das SSW-Soziallabel wird von einer unabhängigen Jury vergeben, der ausgewiesene Expertinnen und Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft angehören.</p> <p>Info/Anmeldung: www.sswi.ch</p> <p>Weiterbildungsangebot</p> <p>Der Zertifikatslehrgang «Social Management» an der Zürcher Hochschule Winterthur befähigt Fach- und Führungspersonen, Sozialmanagement als integrierten Ansatz einzuführen und umzusetzen. Angesprochen sind Verantwortliche für Nachhaltigkeit, Umweltschutz, Arbeitssicherheit, Human Resources Management, Kommunikation und Qualitätsmanagement, aber auch Auditorinnen und Auditoren, Fachpersonen aus Verwaltung, NGO, Finanzanalyse, Sozialarbeit und Unternehmensberatung.</p> <p>Beginn: Februar 2007, jeweils freitags Info/Anmeldung: www.socialmanagement.ch</p>
--	---