

Soziallabel fördert Wettbewerbspotenzial

Ein von externer Stelle durchgeführtes Audit über die sozialen Leistungen hilft Stärken und Schwächen zu identifizieren und Entwicklungspotenziale zu erschliessen. Seit Mai 2006 können sich Unternehmen und andere Organisationen mit hoher sozialer Leistungsfähigkeit mit dem Soziallabel der Stiftung sozialverantwortliche Wirtschaft auszeichnen lassen.

VON PETER TEUSCHER UND PIERA WAIBEL

Dem Management der vielfältigen Beziehungen, welche Unternehmen unterhalten, kommt in der heutigen Unternehmenswelt eine immer wichtigere Bedeutung zu. Mit dem Ziel, einen interessanten Arbeitsplatz zu bieten, die Ansprüche der Anspruchsgruppen (Stakeholder) zu erfassen und zu berücksichtigen sowie soziale Risiken zu reduzieren, entwickeln Unternehmen diverse Massnahmen. Nicht zuletzt auch mit dem Ziel, einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz zu schaffen oder zu erhalten. Schweizer Unternehmen gestalten diese Beziehungen zunehmend aktiver. Das Management des Sozialen wird jedoch noch selten systematisch angegangen. Das Nutzenpotenzial, welches eine Analyse der Beziehungen zu den wichtigsten Stakeholdern, das Setzen von Zielen sowie konkrete Indikatoren zur Erfassung der Verbesserungen im Sozialen birgt, wird oft verkannt. Das Sozialaudit mit dem dazugehörenden Soziallabel bietet eine ideale Grundlage, dieses vermehrt auszuschöpfen. Die Bewertungsmechanismen tragen den in vielen Bereichen schon hohen Standards der Schweiz Rechnung und sind in ihrer umfassenden Art einzigartig.

Sozialaudit als systematische Analyse

Soziale Aspekte der Unternehmensführung sind vielfältig: «Wie können wir die besten Mitarbeitenden für unseren Betrieb gewinnen? Haben unsere weiblichen Mitarbeiterinnen die gleichen Aufstiegsmöglichkeiten wie die Männer? Wie steht es mit der Gerechtigkeit im Lohnsystem, der Gewinnbeteiligung, der Weiterbildungspraxis? Wie gehen wir mit internen Konflikten um? Wie gehen wir mit den

lokalen Gemeinden um? Sind wir über die Zufriedenheit unserer Kunden genügend informiert?» Dies ist nur eine kleine Auswahl der Fragen, welche sich Unternehmen stellen.

Die Stiftung sozialverantwortliche Wirtschaft (SSW) hat ein Set von Instrumenten entwickelt, das Schweizer Unternehmen in verschiedenen Branchen und mit unterschiedlichen Grössen bei der Beantwortung solcher Fragen unterstützt. Ein solches Instrument ist das Sozialaudit. Zusammen mit über 30 Experten und Expertinnen von Unternehmen, Forschungsinstitutionen sowie Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen wurden ein Verfahren für die effiziente Durchführung eines Sozialaudits sowie ein umfassender, auf die Bewertbarkeit und Vergleichbarkeit ausgerichteter Fragebogen erarbeitet.

Das Sozialaudit ist die von einem externen, akkreditierten Sozialauditor durchgeführte Erhebung des aktuellen Zustandes im Unternehmen, vergleichbar mit einem Kreditrating im Finanzbereich. Dabei werden 26 Teilbereiche beleuchtet (z.B. Verankerung sozialer Kriterien in Strategie und Jahreszielen, Teilzeitarbeit, Gesundheitsschutz, Gleichstellung). Die zugrunde liegenden Kriterien beziehen sowohl interne wie auch externe Anspruchsgruppen mit ein (vgl. Abbildung 1). Sie korrespondieren mit international akzeptierten Standards wie SA 8000 und Global Reporting Initiative (GRI) und sind auf die schweizerische Gesetzgebung und Best Practice ausgelegt (z.B. EKAS, «Swiss Code of Best Practice» für Corporate Governance.

Interne Anspruchsgruppen		Externe Anspruchsgruppen	
Nummer	Bereich	Nummer	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		
9	Gesundheitsschutz		
10	Ältere Mitarbeitende		
11	Lehrstellen/Praktika		
12	Integration		
13	Aus- & Weiterbildung		
14	Überzeit		
15	Partizipation		
16	Mitarbeitendenzufriedenheit		
17	Arbeitgeber- & Arbeitnehmerorganisationen		
18	Lösung von Konflikten, soziale Beratung		
19	Massenentlassungen		
20	Allgemeine Anstellungsbedingungen		

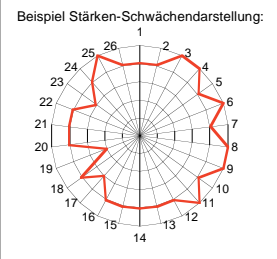


Abbildung 1: Kriteriengruppen.

Neues Schweizer Soziallabel

Das Audit bietet eine optimale Vorbereitung für die Bewerbung um das Soziallabel, welches im Mai 2006 am Swiss Economic Forum in Thun lanciert wurde und Organisationen mit hoher sozialer Leistungsfähigkeit auszeichnet. Zu den ersten ausgezeichneten Unternehmen gehören die Spital Zofingen AG, das World Economic Forum WEF und die Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme (SQS). 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 das Audit erneut durchgeführt werden. Bei ausserordentlichen

Peter Teuscher

Dipl. Ing. ETH, Wirtschaftsingenieur, Geschäftsführer BSD GmbH, Schweiz.

Piera Waibel

Lic. oec. publ., Projektleiterin BSD GmbH, Schweiz.

Vorkommissionen kann es auch vorher entzogen werden.

Um das Soziallabel zu erhalten, müssen folgende Schritte durchlaufen werden:

1. Anmeldung über SSW-Geschäftsstelle oder direkt über eine/n Sozialauditor/in
2. Selbstevaluation ÖBU/sanu (optional)
3. Fragebogen: Dieser wird vom Auditor an das Unternehmen geschickt und muss von der Unternehmensleitung sowie ausgewählten Mitarbeitenden (Anzahl variiert nach Unternehmensgrösse) ausgefüllt an den Auditor zurückgeschickt werden.
4. Audit: Sozialauditor/in führt Interviews mit der Unternehmensleitung/ Mitarbeitenden und besichtigt den Betrieb.
5. Auditbericht (Entwurf): Der vom 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. Sie 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. Einen Überblick über das Labelverfahren bietet Abbildung 2. Die Kosten sind moderat und variieren je nach Anzahl Mitarbeitenden (siehe Abbildung 3).

Erst der Anfang

Die aus dem Sozialaudit gewonnenen Erkenntnisse bieten eine vielfältig nutzbare Basis für Massnahmen aller Art. Die identifizierten sozialen Stärken und Schwächen eines Unternehmens werden beispielsweise in der strategischen Planung berücksichtigt. Ein Sozialaudit verhilft zur Formulierung der angepassten sozialen Ziele und unterstützt die Identifikation von Handlungsfeldern. Beispiele sind Erhöhung des Beschäftigungsgrads von Lehrlingen, Flexibilisierung der Arbeitszeiten, Angebot von Mittagstischen, Einbezug von Lieferanten bei der Produktentwicklung usw. Das Sozialaudit bildet weiter eine hervorragende Basis für die Erstellung eines Sozial- oder Nachhaltigkeitsberichts. Es befähigt Unternehmen zu einer glaubwürdigen Kommunikation mit den Mitarbeitenden und anderen Anspruchsgruppen, da die Informationen nach einem systematischen und breit akzeptierten Vorgehen gesammelt wurden. Gerade im Bezug auf die soziale Dimension bietet die Berichterstattung den Unternehmen Schwierigkeiten, da etliche soziale Aspekte nicht so einfach quantifiziert werden können oder Kennzahlen selten systematisch erfasst sind. Wer zum Beispiel

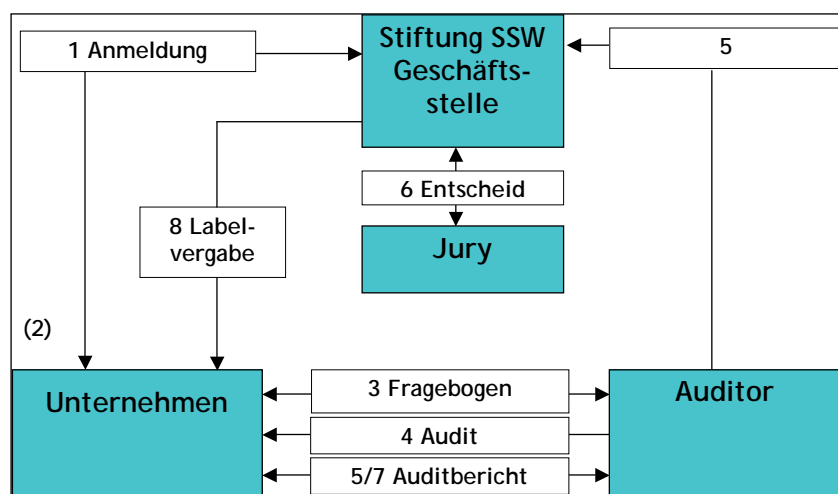


Abbildung 2: Überblick über das Labelverfahren.

UNTERNEHMENS-GRÖSSE	REGISTRIERUNG (JÄHRLICH)	GRUNDGEBÜHR (EINMALIG)	AUDITKOSTEN (RICHTWERT BSD)	TOTAL
1–39 MA	80 CHF	250 CHF	CHF 3 500	CHF 3 990
40–99 MA	140 CHF	450 CHF	CHF 4 500	CHF 5 370
100–199 MA	200 CHF	680 CHF	CHF 5 600	CHF 6 880
200–499 MA	300 CHF	1000 CHF	CHF 6 900	CHF 8 800
500–999 MA	450 CHF	1300 CHF	CHF 9 500	CHF 12 150
> 1000 MA	650 CHF	1750 CHF	CHF 13 500	CHF 17 200

Abbildung 3 zeigt die Kosten einer Auditierung (inkl. Labelerwerb).

Neuer Leitfaden

Die Erlangung eines Soziallabels ist oft nur Teil eines längeren Prozesses. Ein neu erscheinender Leitfaden «Sozialmanagement im Unternehmen – ausgewählte Instrumente für die Praxis» unterstützt Unternehmen bei diesem Prozess. 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 (ZHJ) unter Mitwirkung der Unternehmen ABB Schweiz, Novartis, Coop und Spital Zofingen. Zu beziehen bei: ZHJ, Institut für Nachhaltige Entwicklung, Postfach 805, 8401 Winterthur, Tel. 052 267 76 75, oder über www.socialmanagement.ch Preis: Fr. 38.–, bei Vorausbestellung bis 31.10.2006 Fr. 28.–.

einen Bericht nach den internationalen Richtlinien der Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org) verfassen will, dem bieten die Ergebnisse des Audits eine gute Grundlage.

Fortgeschrittene Unternehmen verwenden den Rahmen des Sozialaudits zur Definition von neuen Leistungskennzahlen und zur Ergänzung ihres bereits bestehenden Controllings. Kurzum, das Sozialaudit regt zu einem umfassenden Sozialmanagementsystem oder zur Integration der erhobenen Angaben in bestehende Managementsysteme an. Ein solches ist, will man das Nutzen von Wettbewerbsvorteilen durch soziale Leistung effektiv und effizient angehen, unabdingbar. So kann systematisch sichergestellt werden, dass die sozialen Ziele gesetzt und dann auch erreicht werden.

Unterstützung auf diesem Weg gibt es immer mehr. So liefert der neu erscheinende Leitfaden mit Instrumenten zum Sozialmanagement der Zürcher Hochschule Winterthur eine fundierte Hilfe für den ganzen Prozess (vgl. Kasten).

Die Stiftung sozialverantwortliche Wirtschaft SSW (www.sswi.ch) ist im Jahr 2004 aus dem Netzwerk für sozial verantwortliche Wirtschaft NSW/RSE entstanden. Ihr Zweck ist die Entwicklung und Verbreitung von Instrumenten, die es Unternehmen erlauben, ihr sozial verantwortliches Handeln zu überprüfen, zu zertifizieren und zu verbessern.