

## Sozial Management

Die soziale Dimension der Unternehmensführung als Investition in die Zukunft

*Wir sind verantwortlich für das was wir tun.  
Aber auch für das was wir nicht tun.  
Voltaire*

Für eine nachhaltige Entwicklung muss neben der wirtschaftlichen und ökologischen auch die soziale Dimension in die Unternehmensführung integriert werden.



Von Unternehmen wird zunehmend erwartet, dass sie Verantwortung für die sozialen Wirkungen ihrer Aktivitäten übernehmen. Soziale Themen wie

- Gesundheit der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz
- Einhalten von Arbeitsrecht- und Menschenrechten
- Umgang mit Korruption
- Gerechte Entlohnung (zwischen Ausbeutung und Übervorteilung)

werden bisher häufig isoliert und ohne Bezug zur Unternehmenspolitik bearbeitet. Der Zusammenhang zwischen Unternehmenserfolg und Massnahmen im Sozialbereich wird wegen seiner Komplexität oft nicht wahrgenommen. Zielgerichtetes Management des Sozialen steigert die



Glaubwürdigkeit eines Unternehmens und langfristig auch die Wirtschaftlichkeit.

- In der Schweiz achten KonsumentInnen auf Produkte aus fairem Handel. Sie sind bereit dafür höhere Preise zu bezahlen<sup>1</sup>.
- Familienfreundliche Strukturen sind bei Mitarbeitenden gefragt und tragen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz erheblich bei<sup>1</sup>.
- 72% der Schweizer Bevölkerung erwarten mehr von Unternehmen, als die bloße Erfüllung der ökonomischen und gesetzlichen Verantwortung<sup>1</sup>.
- 70% denken, dass Unternehmen in erster Linie sozial verantwortlich handeln, um ihr Image zu verbessern und nicht um wirklich positive Beiträge zur Gesellschaft zu leisten<sup>1</sup>.
- Die 3 wichtigsten Bereiche, in denen ein Engagement der grossen Unternehmen gewünscht wird<sup>1</sup>, sind
  - Ausbildung
  - Armutsbekämpfung
  - Umweltschutz

## **Standortbestimmung**

Als Führungsperson mit sozialer Verantwortung sind Sie interessiert den Blick auf die soziale Dimension in Ihrem Unternehmen zu schärfen und dazu die Stärken und Schwächen aus interner und externer Sicht kennen zu lernen. Wir unterstützen Sie dabei:

### **Schritt 1**

Wir erfassen mit Ihnen die relevanten Anspruchsgruppen für Ihrem Unternehmen. Diese könnten u.a. sein: Management und Mitarbeitende, KundInnen, LieferantInnen, ProduzentInnen, Investoren, etc.

*Aufwand: 1-tägiger Workshop mit Führungsebene*

### **Schritt 2**

Mittels Fragebogen und teilweise mit Interviews werden diese Anspruchsgruppen zur sozialen Dimension befragt. Sie erhalten so Informationen zu Ansprüchen und Erwartungen dieser Gruppen.

*Aufwand: Je nach Grösse der Befragungsgruppe für das Unternehmen 2*



*Halbtage, zusätzlicher Aufwand für die Interviews (je ½h) und unsere Ausarbeitung des Berichts (4h).*

### **Schritt 3**

Den Abschluss dieser Standortbestimmung bildet ein detaillierter Analysebericht auf der Grundlage der erhobenen Daten. Damit wird dieser Beratungsteil abgeschlossen.

Es kann sein, dass die Leitungsebene die Analyseresultate mit den tatsächlich erbrachten Leistungen aus Unternehmenssicht vergleichen will um so potentiell relevante soziale Themen zu erfassen. Diese Weiterentwicklung kann von der Geschäftsleitung selber an die Hand genommen werden oder aber mit unserer Unterstützung angegangen werden.

*Aufwand: 1-tägiger Workshop mit Führung*

### **Umsetzungen auf der Grundlage der Standortbestimmung**

Je nach zeitlichen und finanziellen Ressourcen kann danach auf der Grundlage der Ergebnisse an Umsetzungen gearbeitet werden.

<sup>1</sup>

Swiss CSR (Corporate Social Responsibility) Monitoring - Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der Wahrnehmung der Schweizer Bevölkerung, ZHAW, Winterthur – Bettina Furrer