

## Sozial und profitabel: Das ist kein Widerspruch



Unter der Leitung von DRS-Redaktionsleiter Jakob Fuchs (ganz rechts) diskutierten Marcel Châtelain, Rolf Iselin, Hans-Ruedi Schweizer und Mariana Christen Jakob (v.l.) über nachhaltiges Handeln. Bruno Kissling

Quelle: az Solothurner Zeitung

Geschäftsführer diskutierten über die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen. Am engagierten Podiumsgespräch nahmen verschiedene Unternehmer aus der Schweiz teil.  
von franz schaille

«Nachdem ich die Ausführungen über die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmers gehört habe, stelle ich fest, dass wohl sehr viele Patrons diese wahrnehmen. Nur wussten wir nicht, dass das Verhalten unter dem Titel «Corporate Social Responsibility» oder CSR läuft», sagte Peter Kammer, Geschäftsführer der Jomos AG in Balsthal, lachend.

Er beendete damit den zum zweiten Mal in seiner Werkhalle durchgeführten Wirtschaftsapéro, organisiert von der Geschäftsstelle Lokale Agenda 21, dem Industrie- und Handelsverein Thal-Gäu-Bipperramt, dem Verein Region Thal und der kantonalen Wirtschaftsförderung. Unter dem Titel «Sozial profitabel» wurde das Thema CSR – das Konzept soll Firmen unterstützen, soziale und ökologische Belange in die Unternehmenstätigkeit zu integrieren – vor rund 200 Vertretern aus Wirtschaft, Politik und Behörden diskutiert.

Nicht nur uneigennützig

Anhand der Resultate einer Umfrage unter KMU stellte Mariana Christen Jakob, Professorin an der Hochschule Luzern, das Konzept CSR näher vor (siehe Box). Dabei bestätigte sie die obige Aussage. «Viele Firmenchefs sind sich gar nicht bewusst, dass sie im Bereich CSR aktiv sind.» Das habe sich etwa bei der Frage nach der Motivation gezeigt.

«Das gehört zu meinem Verständnis als Unternehmer» sei die meistgehörte Antwort gewesen. Dabei gehe es aber nicht um «reines Gutmenschentum». Es sei vielmehr eine Mischung von sozialer Verantwortung und Wirtschaftlichkeit des Betriebes. Die Firmen handelten also nicht allein uneigennützig, sondern verfolgten auch ökonomische Ziele. «Nachhaltigkeit ist nämlich auch wirtschaftlich.»

## Marktleistung steht im Zentrum

Anschauliche Beispiele aus der Praxis lieferte Hans-Ruedi Schweizer, Chef der Ernst Schweizer Metallbau AG im zürcherischen Hedingen, bekannt für die Herstellung von Briefkästen und Sonnenkollektoren. Die Geschäftstätigkeit stütze sich auf vier Säulen der Nachhaltigkeit ab. Im Zentrum stehe die Marktleistung. «Wir wollen für unsere Kunden ein zuverlässiger und innovativer Partner sein.» Die soziale Leistung umschrieb er als «fares und verantwortungsvolles Handeln» gegenüber den Mitarbeitenden. «Sie sind bei uns Menschen und nicht nur Arbeitskräfte.» Alle hätten dieselben Chancen und Pflichten, die Lohngleichheit bei gleichwertiger Arbeit und Leistung sei gewährt.  
CSR - um was geht es?

Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) oder Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung umschreibt das freiwillige verantwortliche Handeln von privatwirtschaftlichen Unternehmen, das über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht. Denn das Wohl der Gesellschaft ist nicht allein Sache des Staates. Auch Betriebe sind gefordert, soziale und ökologische Verantwortung zu übernehmen. Die Bandbreite der Handlungsfelder ist vielfältig und reicht von der Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, flexible Arbeitszeitmodelle, über umweltfreundliche Produktionsprozesse bis hin zur kritischen Wahl von globalen Geschäftspartnern hinsichtlich deren sozialer und ökologischer Geschäftsprinzipien. Auch Sponsoringaktivitäten oder die aktive Unterstützung der Mitarbeitenden bei der Freiwilligenarbeit gehören dazu. (fs)

Die ökologische Leistung beziehe sich auf einen möglichst geringen Ressourcenverschleiss. «Wir verkaufen nicht nur ökologische Produkte, sondern wollen auch umweltbewusst arbeiten», sagte Schweizer. So sei der Umsatz innert 20 Jahren um 150 Prozent gestiegen, der Energieverbrauch sei aber in etwa stabil geblieben. Ziel der finanziellen Leistung sei eine gute Wirtschaftlichkeit. Ein guter Teil der Erträge werde in die Firma reinvestiert oder die Pensionskasse tätige nur Investitionen in nachhaltige Anlagen.

«Einen guten Namen muss man sich erarbeiten», erklärte seinerseits Rolf Iselin, Leiter der Hörmann AG Schweiz in Esingenen. Hörmann, ein deutscher Hersteller von Garagentoren, beschäftigt weltweit 6000 Angestellte und erwirtschaftet einen Umsatz von 1 Milliarde Euro. Dazu sei unternehmerisches und soziales Handeln gegenüber Kunden, Mitarbeitenden, Umwelt, Lieferanten und Aktionären unumgänglich.

## Staat als Garant

Hörmann Schweiz nehme die Verantwortung wahr und habe sich in den Bereichen Qualität, Umwelt-Management und Arbeitssicherheit zertifizieren lassen. Als Unternehmer müsse man der Firma «durch das persönliche Verhalten den Stempel aufdrücken». Das habe einen positiven Einfluss auf das Image und somit auf den Geschäftserfolg. Man müsse die CSR-Aktivitäten nach innen und aussen vermitteln. «Gutes Tun und darüber reden, ansonsten wird es zur Selbstverständlichkeit.»

Auch in der öffentlichen Verwaltung sei CSR ein Thema. Der Staat stelle sozusagen «die Grundversorgung» sicher. Er müsse Instrumente schaffen, um etwa die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu verbessern. Oder im Bereich der Submissionen sei der Staat gefordert, dass auch soziale und ökologische Faktoren Einfluss hätten. «Letztlich ist der Staat Garant für nachhaltiges Handeln.»  
(az Grenchner Tagblatt)

### **Balsthal: Sozial und profitabel: Kein Widerspruch**

Am Wirtschaftsapéro in der Jomos AG in Balsthal, organisiert von der Geschäftsstelle Lokale Agenda 21, dem Industrie- und Handelsverein Thal-Gäu-Bipperamt, dem Verein Region Thal und der kantonalen Wirtschaftsförderung diskutierte ein Podium unter dem Titel «Sozial profitabel» über soziale und ökologische Belange in den Unternehmungen. Die engagiert geführte Diskussion wurde von rund 200 Vertretern aus Wirtschaft, Politik und Behörden mitverfolgt. (OTR)

# Sozial und profitabel: kein Widerspruch

**Balsthal** Engagiertes Podium über die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen



Unter der Leitung von DRS-Redaktionsleiter Jakob Fuchs (ganz rechts) diskutierten Marcel Châtelain, Rolf Iselin, Hans-Ruedi Schweizer und Mariana Christen Jakob (v.l.) über nachhaltiges Handeln. BRUNO KRISLING

VON FRANZ SCHAIBLE

«Nachdem ich die Ausführungen über die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmers gehört habe, stelle ich fest, dass wohl sehr viele Patrons diese wahrnehmen. Nur wussten wir nicht, dass das Verhalten unter dem Titel «Corporate Social Responsibility» oder CSR läuft», sagte Peter Kammer, Geschäftsführer der Jomos AG in Balsthal, lachend. Er beendete damit den zum zweiten Mal in seiner Werkhalle durchgeführten Wirtschaftsapéro, organisiert von der Geschäftsstelle Lokale Agenda 21, dem Industrie- und Handelsverein Thal-Gäu-Bipperamt, dem Verein Region Thal und der kantonalen Wirtschaftsförderung. Unter dem Titel «Sozial profitabel» wurde das Thema CSR – das Konzept soll Firmen unterstützen, soziale und ökologische

Belange in die Unternehmenstätigkeit zu integrieren – vor rund 200 Vertretern aus Wirtschaft, Politik und Behörden diskutiert.

## Nicht nur uneigennützig

Anhand der Resultate einer Umfrage unter KMU stellte Mariana Christen Jakob, Professorin an der Hochschule Luzern, das Konzept CSR näher vor (siehe Box). Dabei bestätigte sie die obige Aussage. «Viele Firmenchefs sind sich gar nicht bewusst, dass sie

**«Die Angestellten sind bei uns Menschen und nicht nur Arbeitskräfte.»**

**Hans-Ruedi Schweizer**, Chef der Schweizer Metallbau AG

im Bereich CSR aktiv sind.» Das habe sich etwa bei der Frage nach der Motivation gezeigt. «Das gehört zu meinem Verständnis als Unternehmer», sei die meistgehörte Antwort gewesen. Dabei gehe es aber nicht um «reines Gutmenschentum». Es sei vielmehr eine Mischung von sozialer Verantwortung und Wirtschaftlichkeit des Betriebes. Die Firmen handelten also nicht allein uneigennützig, sondern verfolgten auch ökonomische Ziele. «Nachhaltigkeit ist nämlich auch wirtschaftlich.»

**Marktleistung steht im Zentrum**  
Anschauliche Beispiele aus der Pra-

xis lieferte Hans-Ruedi Schweizer, Chef der Ernst Schweizer Metallbau AG im zürcherischen Hedingen, bekannt für die Herstellung von Briefkästen und Sonnenkollektoren. Die Geschäftstätigkeit stütze sich auf vier Säulen der Nachhaltigkeit ab. Im Zentrum stehe die Marktleistung. «Wir wollen für unsere Kunden ein zuverlässiger und innovativer Partner sein.» Die soziale Leistung umschrieb er als «faïres und verantwortungsvolles Handeln» gegenüber den Mitarbeitenden. «Sie sind bei uns Menschen und nicht nur Arbeitskräfte.» Alle hätten dieselben Chancen und Pflichten, die Lohngleichheit bei gleichwertiger Arbeit und Leistung sei gewährt. Die ökologische Leistung beziehe sich auf einen möglichst geringen Ressourcenverschleiss.

«Wir verkaufen nicht nur ökologische Produkte, sondern wollen auch umweltbewusst arbeiten», sagte Schweizer. So sei der Umsatz innert 20 Jahren um 150 Prozent gestiegen, der Energieverbrauch sei aber in etwa stabil geblieben. Ziel der finanziellen Leistung sei eine gute Wirtschaftlichkeit. Ein guter Teil der Erträge werde in die Firma reinvestiert oder die Pen-

## «Viele Patrons nehmen die Verantwortung wahr.»

**Peter Kammer**, Geschäftsführer der Jomos AG

sionskasse tätige nur Investitionen in nachhaltige Anlagen.

«Einen guten Namen muss man sich erarbeiten», erklärte seinerseits Rolf Iselin, Leiter der Hörmann AG Schweiz in Oensingen. Hörmann, ein deutscher Hersteller von Garagentoren, beschäftigt weltweit 6000 Angestellte und erwirtschaftet einen Umsatz von 1 Milliarde Euro. Dazu sei unternehmerisches und soziales Handeln gegenüber Kunden, Mitarbeitenden, Umwelt, Lieferanten und Aktio-

nären unumgänglich. Hörmann Schweiz nehme die Verantwortung wahr und habe sich in den Bereichen Qualität, Umweltmanagement und Arbeitssicherheit zertifizieren lassen. Als Unternehmer müsse man der Firma «durch das persönliche Verhalten den Stempel aufdrücken». Das habe einen positiven Einfluss auf das Image und somit auf den Geschäftserfolg. Man müsse die CSR-Aktivitäten nach innen und aussen vermitteln. «Gutes tun und darüber reden, ansonsten wird es zur Selbstverständlichkeit.»

### Staat als Garant

Auch in der öffentlichen Verwaltung sei CSR ein Thema. Der Staat stelle sozusagen «die Grundversorgung» sicher. Er müsse Instrumente schaffen, um etwa die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu verbessern. Oder im Bereich der Submissionen sei der Staat gefordert, dass auch soziale und ökologische Faktoren Einfluss hätten. «Letztlich ist der Staat Garant für nachhaltiges Handeln.»

---

## CSR – um was geht es?

Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) oder Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung umschreibt das freiwillige verantwortliche Handeln von privatwirtschaftlichen Unternehmen, das über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht. Denn das Wohl der Gesellschaft ist nicht allein Sache des Staates. Auch Betriebe sind gefordert, soziale und ökologische Verantwortung zu übernehmen. Die Bandbreite der Handlungsfelder ist vielfältig und reicht von der Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, flexible Arbeitszeitmodelle, über umweltfreundliche Produktionsprozesse bis hin zur kritischen Wahl von globalen Geschäftspartnern hinsichtlich deren sozialer und ökologischer Geschäftsprinzipien. Auch Sponsoringaktivitäten oder die aktive Unter-

stützung der Mitarbeitenden bei der Freiwilligenarbeit gehören dazu. (FS)

---

## People



Andreas Gasche (l.), Kantonal-Solothurnischer Gewerbeverband, mit Max Flückiger (Flückiger-Schatzmann AG) BRUNO KISSLING



VL: Bruno von Arx (Aargauer Kantonalbank), Rolf Kissling (Advokatur+Notariat Neuendorf), Paul Gross (Gross Treuhand Hägendorf)



Balsthal's Gemeindepäsident Willy Hafner (l.) mit Gastgeber Peter Kammer, VR-Präsident Jomos-Gruppe.



Wirtschaftsförderin Karin Heimann und Philipp Nellen von der BDO AG, Olten



Oberamtvorsteher Stephan Berger strahlt mit FDP-Kantonsrätin Karin Büttler um die Wette.



Balsthaler unter sich: Künstler Edy A. Wyss (rechts) posiert mit Gemeinderat Nino Joller.



Primus Ackermann (links, Autocenter Ackermann, Oensingen) mit Maximilian Bobnar (Bobnar AG, Hägendorf)



Roland Fürst (l.), Solothurner Handelskammer, und CVP-Nationalrat Pirmin Bischof

# Sozial und profitabel: Kein Widerspruch

**Balsthal** Engagiertes Podium über die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen



Unter der Leitung von DRS-Redaktionsleiter Jakob Fuchs (ganz rechts) diskutierten Marcel Châtelain, Rolf Iselin, Hans-Ruedi Schweizer und Mariana Christen Jakob (v.l.) über nachhaltiges Handeln.

BRUNO KISSLING

VON FRANZ SCHAIBLE

«Nachdem ich die Ausführungen über die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmers gehört habe, stelle ich fest, dass wohl sehr viele Patrons diese wahrnehmen. Nur wussten wir nicht, dass das Verhalten unter dem Titel «Corporate Social Responsibility» oder CSR läuft», sagte Peter Kammer, Geschäftsführer der Jomos AG in Balsthal, lachend. Er beendete damit den zum zweiten Mal in seiner Werkhalle durchgeführten Wirtschaftsapéro, organisiert von der Geschäftsstelle Lokale Agenda 21, dem Industrie- und Handelsverein Thal-Gäu-Bipperramt, dem Verein Region Thal und der kantonalen Wirtschaftsförderung. Unter dem Titel «Sozial profitabel» wurde

das Thema CSR – das Konzept soll Firmen unterstützen, soziale und ökologische Belange in die Unternehmens-tätigkeit zu integrieren – vor rund 200 Vertretern aus Wirtschaft, Politik und Behörden diskutiert.

## Nicht nur uneigennützig

Anhand der Resultate einer Umfrage unter KMU stellte Mariana Christen Jakob, Professorin an der Hochschule Luzern, das Konzept CSR näher vor (siehe Box). Dabei bestätigte sie die obige Aussage. «Viele Firmenchefs sind sich gar nicht bewusst, dass sie im Bereich CSR aktiv sind.» Das habe sich etwa bei der Frage nach der Motivation gezeigt. «Das gehört zu meinem Verständnis als

Unternehmer» sei die meistgehörte Antwort gewesen. Dabei gehe es aber nicht um «reines Gutmenschen-tum». Es sei vielmehr eine Mischung von sozialer Verantwortung und Wirtschaftlichkeit des Betriebes. Die Firmen handelten also nicht allein uneigennützig, sondern verfolgten auch ökonomische Ziele. «Nachhaltigkeit ist nämlich auch wirtschaftlich.»

## Marktleistung steht im Zentrum

Anschauliche Beispiele aus der Praxis lieferte Hans-Ruedi Schweizer, Chef der Ernst Schweizer Metallbau AG im zürcherischen Hedingen, bekannt für die Herstellung von Briefkästen und Sonnenkollektoren. Die Geschäftstätigkeit stütze sich auf vier

Säulen der Nachhaltigkeit ab. Im Zentrum stehe die Marktleistung. «Wir wollen für unsere Kunden ein zuverlässiger und innovativer Partner sein.» Die soziale Leistung umschrieb er als «faïres und verantwortungsvolles Handeln» gegenüber den Mitarbeitenden. «Sie sind bei uns Menschen und nicht nur Arbeitskräfte.» Alle hätten dieselben Chancen und Pflichten, die Lohngleichheit bei gleichwertiger Arbeit und Leistung sei gewährt. Die ökologische Leistung beziehe sich auf einen möglichst geringen Ressourcenverschleiss. «Wir verkaufen nicht nur

## **«Die Angestellten sind bei uns Menschen und nicht nur Arbeitskräfte.»**

**Hans-Ruedi Schweizer**, Chef der Schweizer Metallbau AG ökologische Produkte, sondern wollen auch umweltbewusst arbeiten», sagte Schweizer. So sei der Umsatz in den 20 Jahren um 150 Prozent gestiegen, der Energieverbrauch sei aber in etwa stabil geblieben. Ziel der finanziellen Leistung sei eine gute Wirtschaftlichkeit. Ein guter Teil der Erträge werde in die Firma reinvestiert oder die Pensionskasse tätige nur Investitionen in nachhaltige Anlagen.

«Einen guten Namen muss man sich erarbeiten», erklärte seinerseits Rolf Iselin, Leiter der Hörmann AG Schweiz in Oensingen. Hörmann, ein deutscher Hersteller von Garagentoren, beschäftigt weltweit 6000 Angestellte und erwirtschaftet einen Umsatz von 1 Milliarde Euro. Dazu sei unternehmerisches und soziales Handeln gegenüber Kunden, Mitarbeitenden, Umwelt, Lieferanten und Aktionären unumgänglich. Hörmann Schweiz nehme die Verantwortung wahr und habe sich in den Bereichen Qualität, Umwelt-Management und Arbeitssicherheit zertifizieren lassen.

Als Unternehmer müsse man der Firma «durch das persönliche Verhalten den Stempel aufdrücken». Das habe einen positiven Einfluss auf das Image und somit auf den Geschäftserfolg. Man müsse die CSR-Aktivitäten nach innen und aussen vermitteln. «Gutes Tun und darüber reden, ansonsten wird es zur Selbstverständlichkeit.»

### **Staat als Garant**

Auch in der öffentlichen Verwaltung sei CSR ein Thema. Der Staat stelle sozusagen «die Grundversorgung» sicher. Er müsse Instrumente schaffen, um etwa die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu verbessern. Oder im Bereich der Submissionen sei der Staat gefordert, dass auch soziale und ökologische Faktoren Einfluss hätten. «Letztlich ist der Staat Garant für nachhaltiges Handeln.»

### **CSR – um was geht es?**

Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) oder Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung umschreibt das freiwillige verantwortliche Handeln von privatwirtschaftlichen Unternehmen, das über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht. Denn das Wohl der Gesellschaft ist nicht allein Sache des Staates. Auch Betriebe sind gefordert, soziale und ökologische Verantwortung zu übernehmen. Die Bandbreite der Handlungsfelder ist vielfältig und reicht von der Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, flexible Arbeitszeitmodelle, über umweltfreundliche Produktionsprozesse bis hin zur kritischen Wahl von globalen Geschäftspartnern hinsichtlich deren sozialer und ökologischer Geschäftsprinzipien. Auch Sponsoringaktivitäten oder die aktive Unterstützung der Mitarbeitenden bei der Freiwilligenarbeit gehören dazu. (FS)

# Elite diskutiert über Nachhaltigkeit

Zahlreiche Persönlichkeiten kamen zum 2. Wirtschaftsapéro nach Balsthal



Mariana Christen Jakob erklärte das Konzept der Corporate Social Responsibility. ZWS



Nachhaltigkeit im Fokus (v.l.): Marcel Chätelain, Rolf Iselin, Hans-Ruedi Schweizer und Mariana Christen Jakob. Rechts: Diskussionsleiter Jakob Fuchs von Radio DRS. ZWS

**Der Verein Region Thal und die Geschäftsstelle Lokale Agenda 21 SO führten jüngst mit Partnerorganisationen in Balsthal den «2. Wirtschaftsapéro für Unternehmer mit Durchblick» durch. Thema: «Sozial profitabel». Der Rahmen war speziell, die Gäste hochkarätig. Der Verein Region Thal zieht ein positives Fazit.**

Zufrieden blickt Hans Weber, Geschäftsführer des Vereins Region Thal auf den Anlass zurück. «Ich habe viele zufriedene Gesichter gesehen bei den Gästen und auch bei den Partnerorganisationen, die den Anlass mitorganisiert haben.» In den nächsten Tagen wird die Thaler Regionalplanungsorganisation eine schriftliche Umfrage unter den Veranstaltungsbesuchern starten, um umfangreichere Rückmeldungen zu erhalten.

Die Veranstaltung wird von vier Partnern organisiert: Verein Region Thal, kantonale Geschäftsstelle Lokale Agenda 21 SO, Wirtschaftsförderung Kanton Solothurn und Industrie- und Handelsverein Thal-Gäu-Bipperramt. Dies unter dem Patronat von Kantonal-Solothurnischem

**Für das Thal und Balsthal bietet der Anlass die Gelegenheit, sich im Bereich des nachhaltigen Wirtschaftens zu profilieren.**

Gewerbeverband, Solothurner Handelskammer sowie der Gemeinde Balsthal. Geht es nach den Zahlen, ist klar, dass der Wirtschaftsapéro als Erfolg zu verbuchen ist. Rund 160 Personen kamen und lauschten den Vorträgen und der Podiumsdiskussion in einer zum Vortragssaal

umgestalteten Produktionshalle der Jomos AG in Balsthal. Nach der gelungenen Premiere mit rund 140 Besuchern im vergangenen Jahr entschieden die Veranstalter, den Apéro jährlich durchzuführen. Für das Thal und Balsthal sei der Anlass von erheblicher Bedeutung, sagt Hans Weber. Region und Gemeinde böte er Gelegenheit, sich im Bereich des nachhaltigen Wirtschaftens zu profilieren. Balsthal soll daher künftig als Veranstaltungsort gesetzt sein.

Ziel des Apéros ist es, eine Plattform für die Diskussion von Themen im Bereich Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung zu bieten. Denn die sozialen, ökologischen und ökonomischen Herausforderungen der Zukunft können nach Ansicht der Veranstalter nur gelöst werden, wenn Akteure aus Wirtschaft, Politik und Staat sich diesen gemeinsam annehmen. Nachhaltigkeit ist ein facettenreiches Thema. «Jedes Jahr beleuchten wir einen anderen Bereich», erklärt Hans Weber. Patrick Bussmann, Leiter der kantonalen Geschäftsstelle Lokale Agenda 21 SO, führte durch den Abend. Die Geschäftsstelle unterstützt Städte und Gemeinden, Unternehmen der Wirtschaft, die kantonale Verwaltung und Organisationen in ihren Bemühungen, ihre Tätigkeit im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung zu optimieren. Zahlreiche Vertreter aus Wirtschaft, Politik und öffentlicher Verwaltung waren ins Thal gereist. Der Solothurner Finanzdirektor Christian Wanner und Balsthals

**Ein gutes Klima und motivierte Mitarbeitende sind einige der Punkte, die einen Beitrag an den Firmenerfolg leisten.**

Gemeindepräsident Willy Hafner wies in ihren Begrüßungsreden auf die Wichtigkeit der Begegnung wichtiger Akteure zur Diskussion von gesellschaftlich relevanten Themen hin. Professorin Mariana Christen Jakob von der Hochschule Luzern brachte dem Publikum «Corporate Social Responsibility» (CSR) näher, ein Konzept, das Firmen darin unterstützt, dem Anspruch auf Unternehmensverantwortung gerecht zu werden.

«Wir riefen Arbeitskräfte, und es kamen Menschen», zitierte Hans-Ruedi Schweizer, Chef der Ernst Schweizer Metallbau AG in Hedingen ZH, Max Frisch und brachte seine Grundmotivation für die sozialen Aktivitäten seines Unternehmens vor. Ein gutes Klima im Unternehmen, gesunde und motivierte Mitarbeitende, eine niedrige Fluktuation sind demnach einige der Punkte, welche einen Beitrag an den Erfolg seines Unternehmens leisten. «Einen guten Namen muss man sich erarbeiten.» Dieses Zitat von Unternehmensgründer Hermann Hörmann gilt Rolf Iselin als Grundlage für seine Arbeit. Der Leiter der Hörmann Schweiz AG in Oensingen sieht Qualität, Ökologie und Sicherheit – gepaart mit zufriedenen Mitarbeitenden und einer guten Einbindung in die Region – als Schlüssel zum Firmenerfolg.

An der anschliessenden Podiumsdiskussion nahm neben den Referierenden auch der Chef des Amtes für soziale Sicherheit, Marcel Châtelain, teil. Übereinstimmend vertraten die Diskutanten die Ansicht, dass Schweizer Unternehmen, gerade KMU, bereits heute eine grosse soziale Verantwortung tragen. Oft mangle es aber an der Kommunikation dieser Aktivitäten nach aussen. MGT

Die Geschäftsstelle Lokale Agenda 21 SO bietet Firmen eine kostenlose Erstberatung: [www.agenda21-so.ch](http://www.agenda21-so.ch)