

A close-up photograph of cacao pods hanging from a tree branch. One pod is bright yellow, while others are green and yellow. The background shows green leaves and a blurred sky.

CAS (Certificate of Advanced Studies) Corporate Social Responsibility

CSR-Projekte : Von fairer Schokolade und Al- ternativen zu Geschäftsflügen

Absolventinnen und Absolventen stellen ihre Projektarbeit vor (CAS CSR 1601).

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Gesellschaftliche Verantwortung konkret	5
Es geht um die Wurst: Ökologische Folgen des Fleischkonsums und die Rolle von „Nose to Tail“	6
Fair Sweetness in the Chocolate Business: Corporate Social Responsibility Requirements in Change ..	7
Die Rolle von Corporate Social Responsibility (CSR) im Sponsoring	8
Lücken in der CSR-Berichterstattung.....	9
Betriebliche Nachhaltigkeit beim Kanton Aargau.....	10
Dokumentenanalyse / Quervergleich unterschiedlicher Social Labels im Textilbereich	11
Corporate Social Responsibility (CSR) bei Non-Profit Organisationen – Nachhaltigkeitsbeurteilung von Fundraising-Instrumenten für die Neuspendergewinnung	12
Produkt und Projekt-Portfolio von Arbeitsmarktfähigkeit, Gesundheit und Soziales aus Sicht von Corporate Social Responsibility	13
Corporate Citizenship im Kontext von Partnerschaften zwischen Unternehmen und Nonprofit-Organisationen	14
Analyse de l’usage des médias sociaux dans la communication de la Responsabilité Sociale des Entreprises.....	15
Die Wesentlichkeitsmatrix für den Schulbetrieb als Instrument in der Planung von CSR-Massnahmen und BNE	16
Corporate Social Responsibility als Chance für die Schweizer Gewerkschaftsbewegung?	17
Reduktion der Geschäftsflüge bei F. Hoffmann-La Roche LTD: Massnahmen und Alternativen	18
Corporate Social Responsibility im Onlinehandel.....	19
Nachhaltiges Generationenmanagement im Bereich Pflege.....	20
Immobilien im Kontext mit CSR: Nachhaltigkeitsstrategien und -labels	21
CAS Corporate Social Responsibility	22

Gesellschaftliche Verantwortung konkret

Seit 2011 bietet die Hochschule Luzern das CAS (Certificate of Advanced Studies) Corporate Social Responsibility an. Die Weiterbildung vermittelt einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Konzepte und Instrumente von Corporate Social Responsibility (CSR).

Im Mai 2016 startete die fünfte Durchführung. 23 Personen aus privaten Firmen, Non-Profitorganisationen und staatlichen Institutionen haben das CAS-Programm besucht und abgeschlossen. Das Spektrum der Teilnehmer/innen war sehr breit. Das kommt auch in den Projektarbeiten zum Ausdruck, mit denen die Studierenden die Weiterbildung abschliessen.

Die vorliegende Publikation zeigt in Kurzportraits das Profil von 18 der 23 Absolventinnen und Absolventen. Gleichzeitig gibt sie einen Überblick über die spannenden Themen der Projektarbeiten. Die Themen sind vielfältig. Sie reichen von fairer Schokolade über die ökologischen Folgen des Fleischkonsums, nachhaltigen Online-Handel bis zu Alternativen von Geschäftsflügen in einem großen Pharmakonzern. Corporate Social Responsibility ist für die Hochschule Luzern nicht nur in der Weiterbildung ein wichtiges Thema. Die vorliegende Broschüre möchte darum auch zu einem Austausch unter all jenen anregen, die an CSR interessiert sind.



Prof. Dr. h.c. Jürg Krummenacher

Studienleiter

Es geht um die Wurst: Ökologische Folgen des Fleischkonsums und die Rolle von „Nose to Tail“



Manuela Specker, arbeitet als Redaktorin für das Nachhaltigkeitsmagazin „Vivai“ und die Online-Plattform „iM puls“ der Migros. Sie ist zudem freischaffende Journalistin und Texterin.

Für das Tierwohl und gegen Food Waste: „Nose to Tail“-Produkte sind in mehrfacher Hinsicht – auch ökologisch gesehen - ein Gewinn. Wie finden verschmähte Fleischstücke den Weg auf die Teller?

Das „Tierwohl“ ist in aller Munde. Die ökologischen Folgen des Fleischkonsums hingegen sind weniger präsent, obschon die Viehzucht stärker zum Klimawandel beiträgt als der gesamte Transportsektor. Diese Arbeit geht der Frage nach, wie sich die ökologische Komponente mit dem „Tierwohl“ verbinden lässt, da tierethische Aspekte auf breite gesellschaftliche Akzeptanz stossen.

Die Arbeit identifiziert „Nose to Tail“ als vielversprechenden Weg: Essbare Schlachtnebenprodukte sollen als Nahrungsmittel im Konsum landen anstatt anderweitig verwertet zu werden. Dieser Ansatz schärft das Bewusstsein dafür, dass Fleisch keine in Cellophan verpackte Abstraktion ist, sondern dass dafür Tiere sterben mussten. Zudem sensibilisiert „Nose to Tail“ für Food Waste – in einer Welt, in der nach wie vor fast 1 Milliarde Menschen hungern müssen und 40 Prozent des angebauten Getreides an Tiere verfüttert werden.

Um ein Umdenken zu bewirken, müssen Nachhaltigkeitsbestrebungen zwingend die Ernährungsgewohnheiten berücksichtigen. Die vorliegende Projektarbeit analysiert deshalb auch, wie sich die Ernährungsgewohnheiten vor dem Hintergrund sozioökonomischer und kultureller Entwicklungen verändert haben.

Fair Sweetness in the Chocolate Business: Corporate Social Responsibility Require- ments in Change

The voluntary nature of CSR is in change. This paper exemplifies how businesses can face the new CSR requirements of a respective EU directive and the Konzernverantwortungsinitiative in Switzerland.

Corporate Social Responsibility (CSR) has a long-standing history as a voluntary option to economically-oriented business practices. The lack of regulations has been questioned and initiatives have been launched to raise CSR engagement. Binding obligations should ensure socially and environmentally sustainable business practices. To meet the changing requirements, action is required by certain corporations to ensure compliance. As an exemplary case, the successful implementation of a truly sustainable business practice is demonstrated by the Swiss chocolate company Chocolats Halba. Sustainability as one of their corporate core values with a stringent follow-through in all business actions bears crucial benefits. Not only is compliance with the tightening CSR requirements ensured, but taking responsibility of social and environmental impacts of their business also strengthens the long-term sustainability in economic terms. The actual implementation of legal frameworks into the operational business will show its effects only in the years to come. It will then be interesting to see how the handling of CSR has changed business practices and their impacts on society and the environment.



Manuela Studer, Infrastructure
Sustainability Professional bei ecos,
Global Infrastructure Foundation

Die Rolle von Corporate Social Responsibility (CSR) im Sponsoring



Andreas Mehr, ist als Leiter Sponsoring & Nachhaltigkeit beim Verband der Schweizerischen Gasindustrie in Zürich tätig.

Welche Bedeutung kann Sponsoring im CSR-Bereich einer Unternehmenskommunikation einnehmen?

Soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung wird in der Kommunikationsplanung von Unternehmen immer wichtiger. Themen im Bereich CSR bieten dabei ein ideales Verbindungselement zwischen Unternehmen, Institutionen und Menschen. CSR-Projekte im Sponsoring können die Marketing- und Kommunikationsziele sowie den wirtschaftlichen Erfolg und das Image von Unternehmen signifikant verbessern. Es gibt viele Beispiele von Firmen, welche die soziale, ökologische oder ökonomische Verantwortung eines Betriebes erfolgreich in den Vordergrund stellen und dies mittels eines CSR-Themas im Sponsoring aktiv beeinflussen. Das Spannungsfeld zwischen Sponsor, Gesponsertem und anderen Institutionen ist eine nicht zu unterschätzende Herausforderung.

Ziel dieser Projektarbeit war es, die Chancen, Risiken und die Relevanz von CSR im Sponsoring aufzuzeigen sowie die unterschiedlichen Sponsoring-Arten zu beschreiben. Der Verband der Schweizerischen Gasindustrie analysiert im 2017 seine aktuellen Sponsoring-Projekte. In diesem Zusammenhang werden auch das Thema CSR und die Rolle, welche die Nachhaltigkeit bei den zukünftigen Sponsoring-Projekten von Erdgas einnehmen soll, evaluiert. Die Projektarbeit ist für diese Evaluation eine Grundlage.

Lücken in der CSR-Berichterstattung

Entwicklung eines Toolkits zur kritischen Lesung von CSR-Berichten

Der Aktionärsverein für nachhaltiges Wirtschaften Actares erarbeitet kritische Fragen zu Nachhaltigkeitsberichten von SMI-Unternehmen. Die Autorinnen haben zu Handen von Actares ein Toolkit entwickelt, um in einem solchen CSR-Bericht mögliche Lücken zu finden.

Im Toolkit enthalten sind: ein Leitfaden (1), das unternehmensspezifische und fortwährend zu aktualisierende „Unternehmensprofil“ jeder Firma (2), eine Liste mit „Blendungsrisiken“ als Frühwarnsystem (3), eine Sammlung von Keywords (4) und ein Glossar (5).

Ein Test hat gezeigt, dass das entwickelte Toolkit innert drei Stunden erfolgreich zum gewünschten Ergebnis führt. Zusätzlich wurde auf Wunsch von Actares ein Schnellverfahren entwickelt, das bereits innert einer Viertelstunde Hinweise auf brisante Punkte liefert. Die Autorinnen nahmen dabei sogenannte ESG-Analysen zu Hilfe, die Aufschluss über die allgemeine Geschäftsführung, sowie die Sozial- und Umwelt Performance eines Unternehmens geben. Die ESG-Analysen stellten sich als sehr aufschluss- und hilfreich heraus. Nicht zuletzt, weil sie viele Fallbeispiele enthalten, mit denen die Arbeitsgruppen ihre Fragen untermauern können. Es wurde zudem festgestellt, dass die Qualität der unternehmensspezifischen Profile massgeblich dazu beiträgt, die Lücken in CSR Berichten schnell und erfolgreich zu entdecken.



Charlotte Huber, ist bei der Firma workfashion.com ag für die Nachhaltigkeit und den Einkauf tätig.



Amanda Weibel, Projektleitung Kooperationen, Pusch Head of Partnerships, Global Changemakers.

Betriebliche Nachhaltigkeit beim Kanton Aargau



Iris Egli, juristische Mitarbeiterin;
Kanton Aargau, Sektion Grundbuch
und Notariat.

Nicht nur privatwirtschaftliche Unternehmen, sondern auch öffentliche Verwaltungen haben bei ihrer betrieblichen Organisationsführung soziale, ökologische und ökonomische Aspekte zu berücksichtigen.

Über die wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Leistungsfähigkeit des Kantons Aargau gibt der Bericht „Nachhaltige Entwicklung im Kanton Aargau“ Auskunft. Dem Kanton kommt auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit aber nicht nur auf politischer Ebene eine wichtige Rolle zu, er hat auch eine Verantwortung in der Organisationsführung als Arbeitgeber, Beschaffer und Eigentümer, das heisst in der betrieblichen Nachhaltigkeit.

Die Verwaltung des Kantons Aargau hat bereits diverse Massnahmen im Bereich betriebliche Nachhaltigkeit umgesetzt. Die vorliegende Projektarbeit zeigt auf, welche Massnahmen bereits getroffen wurden. Sie analysiert zudem, wo noch Potenzial für weitere Massnahmen besteht. Voraussetzungen für die erfolgreiche Umsetzung von Nachhaltigkeitsansätzen sind das tatsächliche, überzeugte Engagement der Regierung und der Einbezug aller relevanten Anspruchsgruppen, vor allem auch der Mitarbeitenden.

Dokumentenanalyse / Quervergleich unterschiedlicher Social Labels im Textilbereich

In der vorliegenden Arbeit werden die vier Sozialen Standards/Labels – Business Social Compliance Initiative (BSCI), Fair Wear Foundation (FWF), Flo-Cert (Fairtrade-Max Havelaar) und SA8000 verglichen.

Im Rahmen einer Dokumentenanalyse werden die wesentlichen Unterscheidungsmerkmale bezüglich sozialer Nachhaltigkeit in Bezug auf Lohn, Arbeitszeit und Kinderarbeit aufgezeigt. Eines der Hauptprobleme ist es, den jeweils passenden Standard zu finden. Aus welchen Gründen wird ein Label gewählt? Werden die Grundsätze eines Labels danach auch umgesetzt und gelebt? Ein Quervergleich soll den Lesern die vier Standards/Labels näherbringen.

Öffentliches Beschaffungsrecht versus Nachhaltigkeit

Die ausschreibende Stelle darf die Einhaltung der ILO-Kernkonventionen verlangen, auch dann, wenn das entsprechende Land diese Konventionen nicht ratifiziert hat. Weitergehende Anforderungen, wie z.B. „Fair-Trade-Eigenschaften“ werden jedoch zurzeit von der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs nicht anerkannt bzw. unterstützt. Bei den existenzsichernden Löhnen versuchen die Juristen, entsprechende Regelungen zu finden, wie diese eingefordert werden könnten. Bis jetzt ist dieses Vorhaben jedoch auch wegen des politischen Drucks der Dritte-Welt-Länder gescheitert. Der Wettbewerbsvorteil, den diese Länder durch die tiefen Löhne erzielen, würde durch die Einhaltung von existenzsichernden Löhnen plötzlich in Frage gestellt. Aus diesem Grund gelten auch in naher Zukunft die staatlichen Mindestlöhne als Lohnuntergrenze, selbst dann, wenn diese Löhne nur knapp zum Leben reichen.



Mia Peric, ist als strategische Einkäuferin bei der SBB tätig.

Corporate Social Responsibility (CSR) bei Non-Profit Organisationen – Nachhaltigkeitsbeurteilung von Fundraising-Instrumenten für die Neuspendergewinnung



Rhea De Rubertis, hat einen Master in nachhaltiger Tourismusentwicklung und ist bei der Miafon AG (Dialogmarketing-Gruppe Alnovis) im Marketing tätig.

Fundraising-Instrumente im Vergleich - ist Fundraising auch immer nachhaltig?

Von Non-Profit Organisationen wird heutzutage erwartet, dass sie die von ihnen eingesetzten Instrumente zur Mittelbeschaffung auf deren Nachhaltigkeit prüfen– aber wie weichen die Nachhaltigkeitsbilanzen der Instrumente voneinander ab?

Die vorliegende Projektarbeit vermittelt einen Überblick über die Nachhaltigkeitsbilanz von vier Fundraising-Instrumenten. Non-Profit Organisationen, die Fundraising betreiben, setzen sich selbst für nachhaltige und soziale Belange ein. Die Mittelbeschaffung und ihre Instrumente sind jedoch oft nicht nachhaltig, da sie soziale Risiken bergen, viel Abfall produzieren oder Störungseffekte mit sich tragen.

Ziel der Projektarbeit ist es herauszufinden, inwiefern Non-Profit Organisationen sich darum bemühen, nachhaltige Aspekte in die Planung ihrer Fundraising-Aktivitäten einzubeziehen und ob sich die Nachhaltigkeitsbilanzen von verschiedenen Fundraising-Instrumenten voneinander unterscheiden.

Letztlich werden konkrete Umsetzungsmassnahmen erarbeitet, wie die Nachhaltigkeit der analysierten Instrumente verbessert und beeinflusst werden kann. Auf diese Weise entsteht eine Hilfestellung für Non-Profit Organisationen, um ihre Aktivitäten nachhaltiger und bewusster gestalten und ausführen zu können.

Produkt und Projekt-Portfolio von Arbeitsmarktfähigkeit, Gesundheit und Soziales aus Sicht von Corporate Social Responsibility

Die Übernahme von sozialer Verantwortung von Unternehmen fängt intern bei den eigenen Mitarbeitenden an. Wie können die Produkte eines nachhaltigen Personalmanagements bewertet werden?

Ein erfolgreiches und nachhaltiges Personalmanagement darf in der Analyse seiner Produkte nicht nur wirtschaftliche Aspekte betrachten. Denn der Erfolg misst sich auch an der Zufriedenheit der Arbeitnehmenden und am Arbeitgeberimage. Es gibt verschiedene Ansätze, wie Nachhaltigkeit gemessen und bewertet werden kann. Die vorliegende Projektarbeit gibt einen Einblick in die verschiedenen Bewertungsmethoden. Dabei wird der Fokus auf die soziale Verantwortung gerichtet.

Die Abteilung Arbeitsmarktfähigkeit, Gesundheit und Soziales (AGS) der SBB ist mit einigen Produkten in der Nachhaltigkeitsstrategie der SBB verankert. Im Zuge einer Reorganisation wurden alle Produkte auf ihre Wirtschaftlichkeit überprüft. Ziel der Arbeit war es, eine Bewertung der Produkte aus Sicht von Corporate Social Responsibility zu erarbeiten und durchzuführen. Die Bewertung der Produkte erfolgte anhand verschiedener Kriterien und Stakeholder-Sichten und wurde der Wirtschaftlichkeitsanalyse gegenübergestellt.



Brigitt Müller, ist Betriebsökonomin FH, Leiterin des Jobcenters der SBB und begleitet Langzeitstellenlose als Jobcoach innerhalb der SBB

Corporate Citizenship im Kontext von Partnerschaften zwischen Unternehmen und Nonprofit-Organisationen



Gena Da Rui, Soziologin lic. phil., ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit.

Voraussetzungen für integrierte Formen der Zusammenarbeit und gesellschaftliche Wirkungen von Corporate Citizenship

Sektorenübergreifende Partnerschaften zwischen Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützigen Organisationen stellen ein wesentliches Element von Corporate Citizenship dar. Integrierte und erfolgreiche Partnerschaftsformen setzen vielseitige Kriterien voraus, welche die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Nonprofit-Organisationen zu einer anspruchsvollen Aufgabe machen.

Vor dem Hintergrund einer differenzierten Auseinandersetzung mit dem Corporate Citizenship-Konzept untersucht die Arbeit einerseits die Frage nach den wesentlichen Merkmalen und Rahmenbedingungen für neue, integrierte Partnerschaftsformen zwischen Unternehmen und Nonprofit-Organisationen. Andererseits richtet sich der Fokus auf die Wirkungsorientierung als strategisches Element von Corporate Citizenship. Im Zentrum steht dabei die Frage, inwiefern Corporate Citizenship durch Partnerschaften zwischen Unternehmen und Nonprofit-Organisationen einen Mehrwert für die Gesellschaft bewirkt und wie sich die erzielten Wirkungen aufzeigen und messen lassen.

Analyse de l'usage des médias sociaux dans la communication de la Responsabilité Sociale des Entreprises

Ce travail analyse l'usage des médias sociaux dans la communication RSE des entreprises afin d'en connaître les spécificités ainsi que les opportunités et les risques.

La nécessité de rendre leurs engagements plus visibles ainsi que le besoin de maintenir un dialogue actif avec le plus grand nombre de parties prenantes amènent les entreprises à utiliser de plus en plus activement les médias sociaux dans leur communication sur les thèmes de la Responsabilité Sociale. Mais à quel point cet usage est répandu ? Quels sont les objectifs visés par cette communication ? Quels sont les médias privilégiés ? Enfin, quels sont les chances et les risques liés à l'usage des médias sociaux en communication RSE ?

Pour répondre à ces questions, ce travail fait l'analyse de l'utilisation des médias sociaux dans la communication RSE de multinationales réputées pour leur engagement responsable. Un suivi des pratiques sur cinq ans donne un large aperçu des usages et met en lumière l'évolution significative des stratégies et des discours mis en place par les grandes entreprises au cours de ces dernières années. Ces informations sont finalement complétées par une analyse des chances et des risques liés à ces pratiques, permettant une réflexion générale sur la pertinence de l'usage des médias sociaux dans la communication RSE des entreprises.



Sylviane Darbellay,
Betriebsökonomin HWV, ist bei
SWiCAL swiss calibration tätig.

Die Wesentlichkeitsmatrix für den Schulbetrieb als Instrument in der Planung von CSR-Massnahmen und BNE



Martina Dumelin, ist bei der Perspektive Thurgau im Bereich Gesundheitsförderung zuständig für die Koordination der Schulangebote. Zudem ist sie mit Dumelin Projekte & Vernetzung selbständig.

Ein Analyseinstrument zeigt auf, welche Bereiche und Massnahmen zur Nachhaltigkeit für Schulbetriebe besonders geeignet sind.

Schulen werden als Schmelzpunkt der Gesellschaft betrachtet und stehen als öffentlicher Betrieb in der Verantwortung, nachhaltig zu denken und zu handeln.

Das Pilotprojekt Schulnetz21 fordert Schulen auf, Nachhaltigkeit zum Thema zu machen. Bildung für Nachhaltigkeit wie auch CSR-Massnahmen öffnen den Schulbetrieben den Blick auf ganzheitliche Nachhaltigkeit, von der Führungskultur bis hin zum Fachunterricht. Um ein gemeinsames Verständnis für das Schlagwort Nachhaltigkeit zu entwickeln wie auch die Neugier sämtlicher Beteiligten in der Schule zu wecken, um Ziele im Bereich Nachhaltigkeit zu verfolgen, benötigen die Schulen eine Orientierungshilfe. Die vorliegende Projektarbeit ermöglicht es Schulbetrieben, mit wenig Ressourcen eine Übersicht über mögliche Aktionsfelder zu erhalten und sich für geeignete Themen der Nachhaltigkeit zu entscheiden. Eine Wesentlichkeitsmatrix eruiert verschiedene Anspruchsgruppen im schulischen Umfeld wie auch die relevanten Themen der Nachhaltigkeit für den jeweiligen Schulbetrieb.

Corporate Social Responsibility als Chance für die Schweizer Gewerkschaftsbewegung?

Diese Projektarbeit geht der Frage nach, ob Corporate Social Responsibility für die Gewerkschaftsbewegung eine Chance oder eher ein Risiko darstellt.

Der Zugang zu potentiellen Mitgliedern wird für die Gewerkschaften in der Schweiz immer schwieriger. Deshalb sind neue Methoden und Instrumente notwendig, um die Rechte der Arbeitnehmenden und die Gewerkschaftsbewegung in der Schweiz zu stärken.

Ein solches Instrument könnte Corporate Social Responsibility (CSR) sein. Die Projektarbeit befasst sich mit den Chancen von CSR für die Schweizer Gewerkschaftsbewegung. Es wird erläutert, warum CSR ein geeignetes Instrument für die Gewerkschaftsarbeit sein könnte. Dabei werden die Verhältnisse in der Schweiz betrachtet und konkret die Chancen für die Schweizer Gewerkschaften beurteilt. Auch die Erfahrungen der europäischen Gewerkschaftsbewegung mit CSR werden einbezogen. Denn einige Gewerkschaften aus dem europäischen Ausland nutzen CSR bereits aktiv als Instrumente, um Zugang zu den Unternehmen zu erhalten.



Mischa von Arb,

Zum Zeitpunkt der Arbeit:

Mediensprecher bei der Gewerkschaft Unia

Aktuell: Kampagnenkoordinator von Fastenopfer und Brot für alle.

Reduktion der Geschäftsflüge bei F. Hoffmann-La Roche LTD: Massnahmen und Alternativen



Iwona Swietlik, ist Journalistin und Germanistin, leitet die Fachstelle Bildung bei Caritas Schweiz und ist Geschäftsführerin der Stiftung sanafriends foundation.

Können global tätige Unternehmen ihre Geschäftsflüge nachhaltig reduzieren? Gibt es tragbare Alternativen? Wir begleiten ein CO₂-Reduktionsprogramm von Roche und zeigen weiteres Ausschöpfungspotential auf.

Seit dem Ende der Achtzigerjahre steht fest, dass sich das Klima infolge anthropogener Einwirkung zu schnell erwärmt. Dem Luftverkehr kommt dabei eine besondere Rolle zu. Denn voraussichtlich wird er in der Schweiz bis 2030 zum wichtigsten klimabelastenden Faktor. Der klimabelastenden Bedeutung des Flugverkehrs bewusst, haben bereits diverse global tätige Unternehmen auf freiwilliger Basis begonnen, nach wirksamen Massnahmen zur Reduktion des Flugverkehrs in ihrem Geschäftsfeld zu suchen.

Der vorliegende Beitrag untersucht die Möglichkeiten, die Geschäftsflüge von Roche an den Schweizer Standorten zu reduzieren. Dafür wurden zuerst die Entwicklung des Flugverkehrs im Allgemeinen im Kontext der aktuellen Klimapolitik der Schweiz dargestellt und mit entsprechenden Trends im Konzern selber und seiner Nachhaltigkeitsstrategie verglichen. Zudem wurden bereits eingeleitete Massnahmen zur Reduktion der Geschäftsflüge des F. Hoffmann-La Roche-Konzerns sowie Beispielstrategien und -projekte anderer Grossunternehmen analysiert. Schliesslich wurde ein Instrumentarium entwickelt, um eine nachhaltige Reduktion der Geschäftsflüge zu bewirken.



Marcel Braun, Pharmazeut EMBA HSG, ist bei Novartis Social Business verantwortlicher Programtleiter von „SMS for Life“ und Stiftungsrat beim „Calcutta Project“

Corporate Social Responsibility im Onlinehandel

Wie unterschiedlich gehen Schweizer Onlinehändler mit dem Thema Nachhaltigkeit beziehungsweise deren Sichtbarkeit im Netz um? Ein CSR-Vergleich mit drei Schweizer Onlinehändlern am Beispiel eines Holzspielzeuges

Der Handel wird zunehmend digital, er befindet sich in einer Umwälzungsphase und Konsumenten und Konsumentinnen tätigen ihre Einkäufe vermehrt online.

Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung werden für Kunden und Kundinnen zunehmend wichtig. Kundinnen und Kunden wollen immer genauer wissen, woher die Produkte stammen und wie die Bedingungen der Rohstoffgewinnung aussehen. Sie verlangen vermehrt Transparenz in der gesamten Wertschöpfungskette der Produkte.

Diese Projektarbeit untersucht anhand eines Holzspielzeugs, einerseits wie intensiv sich drei ausgewählte Schweizer Online Händler im Spielwarenbereich mit dem Thema Corporate Social Responsibility (CSR) auseinandersetzen, und andererseits wie sie mit der Kommunikation von CSR auf ihren Webseiten umgehen.



Rhea Pantelis, Produktruppen
Managerin Convenience / Teig /
Teigwaren; Jowa AG Volketswil.

Nachhaltiges Generationenmanagement im Bereich Pflege



Andrea Dängeli, ist als HR Business Partner bei der Hirslanden Klinik St. Anna in Luzern tätig

Herausforderung Generationenmanagement – wie erleben Pflegemitarbeitende 50plus die Zusammenarbeit mit jüngeren Generationen auf den Pflegestationen der Hirslanden Klinik St. Anna? Und welche Voraussetzungen braucht es, damit sie ihren Beruf im Akut-Spital nachhaltig ausüben können?

Qualifizierte Pflegemitarbeitende bilden im Gesundheitswesen eine entscheidende Ressource, um eine umfassende Patientenbetreuung zu gewährleisten. Ältere Mitarbeitende werden teils als teuer, unflexibel und nicht belastbar angesehen. Verantwortungsvolle Unternehmungen schätzen diese Mitarbeitenden jedoch als Wissens- und Erfahrungsträger und setzen sie entsprechend ein. Ein Bewusstsein für soziale Verantwortung lässt sich z.B. an der Art, wie mit verschiedenen Generationen umgegangen wird, erkennen.

Die Projektarbeit untersucht die Arbeitsumgebung der Pflegestationen der Klinik St. Anna in Bezug auf die heutigen Bedürfnisse der Pflegemitarbeitenden 50plus. Sie zeigt auf, ob Massnahmen benötigt werden, um die Mitarbeitenden der Generation «Babyboomer» auch zukünftig bedarfsgerecht einsetzen zu können. Es wird eruiert, welche Spannungsfelder, aber auch welches Potenzial hinsichtlich eines nachhaltigen Zusammenwirkens der unterschiedlichen Generationen im Pflegebereich vorhanden sind.

Immobilien im Kontext mit CSR: Nachhaltigkeitsstrategien und -labels

Unterstützen Nachhaltigkeitslabels für Immobilien eine Nachhaltigkeitsstrategie, unterscheidet sich CSR von Nachhaltigkeitsstrategien und welche Synergien können sich im Gesamtkontext daraus ergeben?

Nachhaltigkeitsstrategien werden in der Immobilienwirtschaft von Investoren, Eigentümern, Entwicklern und ausführenden Unternehmen zunehmend angewendet oder von Share- und oder Stakeholdern verlangt.

Die Projektarbeit geht der Frage nach, ob sich eine Nachhaltigkeitsstrategie von einem CSR-Konzept unterscheidet und inwiefern in der Praxis die Schnittstellen zwischen Nachhaltigkeit und CSR verschmelzen und eine unabhängige Betrachtung beider Aspekte weder möglich noch sinnvoll ist. Zudem prüft die Projektarbeit die Anwendung von CSR in der Immobilienwirtschaft. Im Bereich Nachhaltiges Bauen werden verschiedene Nachhaltigkeitsbetrachtungen und Systeme angewendet, die die Themen Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt umfassen. Durch Nachhaltigkeitszertifizierungen (Baustandards, Labels) wird die diesbezügliche Qualität von Gebäuden beurteilt, bewertet und ausgewiesen. Anhand des Zertifizierungsprozesses ist zudem eine systematische Vorgehensweise wie Zieldefinition, integrale Planung, Ausschreibung und Vergabe möglich. Dadurch kann eine nachhaltige Qualität einer neu erstellten oder umfassend sanierten Immobilie erreicht und nachgewiesen werden.



Vera Künzli, ist Mandats- und Projektleiterin bei Denkgebäude AG und als beratende Ingenieurin für nachhaltige Immobilien und Gebäudetzertifizierungen tätig.



Jürg Meier, Fund Manager, UBS Fund Management (Schweiz) AG. Geschäftsführer eines gesamtschweizerisch investierten Immobilienportfolios für qualifizierte Investoren.

CAS Corporate Social Responsibility

Seit 2011 bietet die Hochschule Luzern das CAS Corporate Social Responsibility an. Die Weiterbildung vermittelt einen umfassenden Überblick über die bestehenden Konzepte und Instrumente von CSR und Nachhaltiger Entwicklung.

Das CAS-Programm befähigt die Teilnehmenden, Corporate Social Responsibility und Nachhaltige Entwicklung als Managementaufgabe zu verstehen, Strategien zu entwickeln und umzusetzen sowie die verschiedenen Konzepte und Instrumente im betrieblichen Alltag anzuwenden. Das vermittelte Wissen und die vorgestellten Beispiele werden für die eigene Praxis reflektiert.

In Themenblöcken à je zwei Tagen setzen sich die Studierenden mit folgenden Themen auseinander:

- CSR und Nachhaltige Entwicklung als strategische Aufgabe
- Internationale Entwicklungen und Standards
- Bewertungsmethoden und Berichterstattung
- Wirtschaft und Ethik
- Soziale Verantwortung und Menschenrechte
- Ressourcen und Ressourcenmanagement
- Ökologische Nachhaltigkeit
- Arbeit und Gesundheit
- Arbeitsintegration und Leadership
- Corporate Partnership und soziale Innovation
- Kommunikation

Der unterschiedliche berufliche und fachliche Hintergrund der Teilnehmenden ermöglicht einen vielfältigen Zugang zum Thema und fördert einen spannenden und fruchtbaren Austausch. Das CAS Corporate Social Responsibility startet jedes zweite Jahr im Frühling. Weitere Informationen finden Sie unter www.hslu.ch/c205.

Hochschule Luzern

Werftstrasse 4

Postfach 2969

6002 Luzern

Schweiz

T +41 41 228 42 42

F +41 41 228 42 43

info@hslu.ch

www.hslu.ch