

Corporate Social Responsibility

«Lohnt sich in jedem Fall»

Von Thomas Berner

Nehmen Unternehmen ihre soziale Verantwortung genügend wahr? Oder sind die unzähligen Bekenntnisse zu Nachhaltigkeit und Ökologie nur Staffage für ein positives Image? Dass Corporate Social Responsibility heute Teil einer Unternehmensstrategie sein muss, ist für viele noch nicht selbstverständlich – aber für immer mehr.

Sie ist ein sogenannt «weicher Faktor»: Die soziale und ökologische Verantwortung eines Unternehmens. Entsprechend schwer mit diesem Begriff tun sich jene, die hinter allem und jedem letztlich eine monetäre oder anderweitig messbare Grösse verlangen. Doch Corporate Social Responsibility wird immer mehr zu einem wichtigen Erfolgsfaktor für Unternehmen, wie wir im Gespräch mit Prof. Dr. Jürg Kruppenacher erfahren. Er

ist Dozent am Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR der Hochschule Luzern und leitet dort das Kompetenzzentrum Public and Nonprofit Management. Als Studiengangsleiter des CAS Corporate Social Responsibility befasst er sich intensiv mit praktischen Fragen rund um dieses Thema.

Es gibt zwar eine Norm bzw. einen Leitfadens ISO 26000 zu Corporate Social Responsibility,

zertifizierbar ist dieser Standard jedoch nicht. Inwiefern ist CSR also bloss «nice to have»? Oder worin besteht denn die Relevanz von CSR für Unternehmen?

Jürg Kruppenacher: Fragen rund um die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmensführung haben an Bedeutung gewonnen. Immer mehr Konsumenten achten beispielsweise darauf, dass die Firmen, bei denen sie einkaufen, sozial verantwortlich handeln und umweltgerecht hergestellte Produkte anbieten. Dies zu gewährleisten, gehört heute zu einer verantwortungsvollen Unternehmensführung.

Wie kann diese Corporate Social Responsibility etwa für ein KMU konkret aussehen?

Für mich fängt CSR im Betrieb an. Es gilt, den Mitarbeitenden Sorge zu tragen, faire Arbeitsbedingungen zu bieten oder auch eine gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu ermöglichen. Die Möglichkeit von Teilzeit-Arbeit gehört für mich ebenfalls dazu sowie die Unterstützung von Mitarbeitenden, die sich in der Freiwilligenarbeit engagieren. Vieles davon geht oft vergessen, gehört aber zur sozial verantwortlichen Unternehmensführung. Aber auch der schonende Umgang mit Ressourcen gehört dazu sowie eine ökologisch verträgliche Lieferkette. Ferner können sich Unternehmen auch aktiv selbst freiwillig enga-



Jürg Kruppenacher, Studienleiter CAS Corporate Social Responsibility an der Hochschule Luzern: «Fragen rund um die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmensführung haben an Bedeutung gewonnen.»

gieren, etwa, indem sie Arbeitstage für Freiwilligenarbeit zur Verfügung stellen, eigene Aktionstage, z. B. Einsätze zugunsten der Umwelt durchführen, oder auch soziale Einrichtungen durch Spenden unterstützen. Das Vergeben von Aufträgen an Behindertenwerkstätten ist eine weitere Möglichkeit, soziale Verantwortung aktiv zu zeigen. Sie sehen: Es gibt verschiedenste Formen.

Wie sehen Sie dies in der Praxis? Sind Schweizer Unternehmen diesbezüglich gut «unterwegs»?

In meinem Umfeld stelle ich fest, dass das Bewusstsein für soziale Verantwortung gewachsen ist. Im Kanton Luzern etwa existiert ein eigenes Netzwerk «Unternehmen mit Verantwortung». Zugegeben: Es würde noch einiges mehr drin liegen. Aber insgesamt ist das Interesse an CSR-Aktivitäten gross.

Ist es nicht so, dass Unternehmen halt überall auch einen «Return on Investment» sehen wollen, auch bei ihren sozialen Aktivitäten? Anders gefragt:

CAS Corporate Social Responsibility in Kürze

Konzepte und Instrumente von Corporate Social Responsibility und nachhaltiger Entwicklung

Das CAS Corporate Social Responsibility versteht die soziale und ökologische Verantwortung als integralen Bestandteil des Managements und der Führung von Unternehmen und Organisationen. Ein hoher Stellenwert kommt dem Praxisbezug zu. Fachpersonen aus diversen Branchen berichten über ihre Erfahrungen bei der Integration der Prinzipien von Corporate Social Responsibility und nachhaltiger Entwicklung in ihren Geschäftsalltag und bieten Einblicke in konkrete Projekte.

- Nächster Studienstart: Mai 2018
- Anmeldeschluss: 28. Februar 2018
- Dauer: 24 Tage
- Kosten: CHF 8700.-
- Studienleitung: Jürg Kruppenacher

