

CSR, Nachhaltigkeit

Das Wichtigste in Kürze

Die Verantwortung von Unternehmen, Massnahmen zum Nutzen der Gesellschaft und der Umwelt zu ergreifen, kurz gesagt «Corporate Social Responsibility», rückt immer mehr in den Fokus der Öffentlichkeit. Gemäss diesem Konzept sollen vor allem grosse, aber auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten. Dabei werden häufig auch andere Begriffe anstelle von CSR verwendet, wie zum Beispiel «Corporate Responsibility (CR)», «verantwortungsvolle Unternehmensführung (Responsible Business Conduct)» oder «Unternehmensnachhaltigkeit».

Mittels CSR können Unternehmen in ihrer Geschäftstätigkeit eine Vielzahl von Forderungen berücksichtigen, die verschiedene Anspruchsgruppen wie Aktionärinnen und Aktionäre, Arbeitnehmende oder Konsumentinnen und Konsumenten immer häufiger stellen. Diese fordern insbesondere faire Arbeitsbedingungen für die Mitarbeitenden, einen sorgsam Umgang mit den natürlichen Ressourcen sowie eine umwelt- und klimaschonende Produktion. Zudem erwarten sie, dass Unternehmen schädliche Konsequenzen für Natur und Gesellschaft auf ein Minimum reduzieren. Ausserdem kann CSR auch das Image und die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens verbessern.

Die CSR-Strategie

Für ein Unternehmen ist es unrealistisch, die Erwartungen aller Interessengruppen oder «Stakeholder» im Bereich CSR zu erfüllen. Es gibt jedoch gewisse Leitprinzipien, an denen sich Unternehmen für ein erfolgreiches CSR-Management orientieren können:

Eine CSR-Bilanz erstellen

Eine CSR-Bilanz ist eine Bestandesaufnahme. Mit einer CSR-Bilanz können Unternehmen herausfinden, wie sie im Bereich ökologische, wirtschaftliche und soziale Nachhaltigkeit bereits aufgestellt sind in welchen Bereichen sie sich noch verbessern können: Wo verhält sich das Unternehmen bereits sehr verantwortungsvoll, wo gibt es Handlungsbedarf oder Potential nach oben?

Eine CSR-Bilanz kann dem Unternehmen helfen, bei neuen Projekten die Risiken der negativen Konsequenzen auf die Gesellschaft und die Umwelt zu erkennen. Sobald die Geschäftsführung von der Idee überzeugt ist, stellt eine «CSR-Arbeitsgruppe» eine solche Bilanz auf.

Auf das Wesentliche konzentrieren

Sobald sich die Arbeitsgruppe den Risiken bewusst ist, gilt es, die negativen Folgen zu minimieren. Wie stark das Unternehmen die negativen Auswirkungen reduzieren muss, ist abhängig von der Firmengrösse, dem Kontext und den Durchführungsort des Projekts.

Kontinuierliche Verbesserung und Innovation

Die Arbeitsgruppe soll sich regelmässig mit den Stakeholdern des Unternehmens über die Verbesserungspotenziale und über die Prioritäten des Unternehmens bezüglich CSR austauschen.

Externe Partner

Externe Partner wie Beraterinnen und Berater oder juristisches Fachpersonal können bei bestimmten Massnahmen oder bei der Messung von erzielten Fortschritten nützlich sein. Oft helfen sie am Anfang eines längerfristigen Projektes, um die CSR-Strategie aufzubauen.

CSR kommunizieren

Die Bemühungen und die Massnahmen im Bereich CSR sollten möglichst transparent und verständlich kommuniziert werden, sodass sie auch von der Öffentlichkeit und von verschiedenen Zielgruppen verstanden werden. Die Kommunikation kann zum Beispiel anhand einer Marketingkampagne, eines Jahresberichtes, auf Social Media oder auch durch eine Neupositionierung der Marke stattfinden.

Den multinationalen Unternehmen wird auch empfohlen, die Empfehlungen der OECD, des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) und des «Global Compact Netzwerk» Schweiz zu beachten.

Rolle des Bundes

Vorrangig sind es die einzelnen Unternehmen, die sich um CSR kümmern müssen, was aber nicht bedeutet, dass der Bund keine Rolle spielt. Im Gegenteil: Der Bund ist zuständig für die Rahmenbedingungen, an die sich Unternehmen, darunter KMU, halten müssen. Die Richtlinien, auch Aktionsplan oder Positionspapier genannt, sind an die Verhaltenskodexe von multinationalen Organisationen angelehnt, bspw. an diejenigen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), der Vereinten Nationen (UNO) und der International Organization for Standardization (ISO).

Anfang 2020 wurde vom Bundesrat der revidierte CSR-Aktionsplan 2020–2023 veröffentlicht.

Das Positionspapier des Bundes mit dem Aktionsplan 2020–2023 enthält die folgenden Leitsätze:

1. Mitgestalten der CSR-Rahmenbedingungen
2. Effektive Unterstützung der Schweizer Unternehmen bei der Umsetzung der CSR
3. Stärken der CSR in Entwicklungs- und Schwellenländern
4. Fördern der Transparenz von CSR-Aktivitäten und Überprüfung der CSR-Instrumente

Allerdings reicht es oft nicht aus, sich an die gesetzlichen Vorschriften zu halten, da die gesellschaftlichen Erwartungen darüber hinaus gehen. Deshalb ist es essenziell, die Bedürfnisse der Stakeholder zu berücksichtigen.

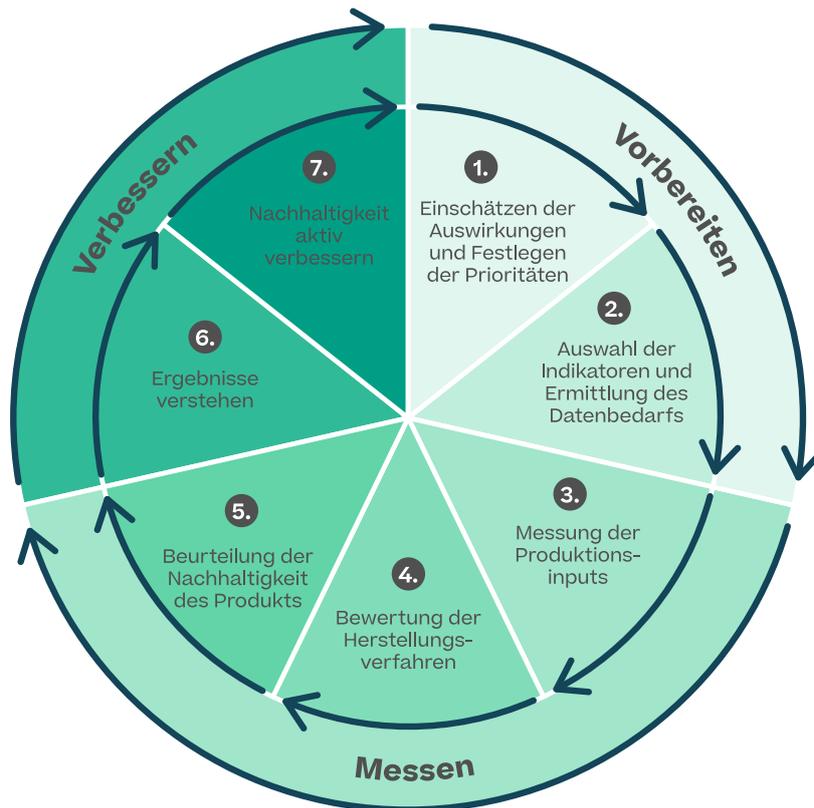
Nachhaltigkeit

Eng verbunden mit CSR ist das Konzept der Nachhaltigkeit. Das «Problem» bei Nachhaltigkeit ist, dass es keine allgemein anerkannte Definition gibt. Die bekannteste Definition von Nachhaltigkeit, ist jene der UNO, die sie im sogenannten «Brundtland-Bericht» 1987 vorschlug: Demnach sollen Ressourcen nur in dem Masse verbraucht werden, dass sie auch zukünftigen Generationen noch ausreichend zur Verfügung stehen. Viele Schweizer Unternehmen, darunter Raiffeisen, orientieren sich an dieser Definition von Nachhaltigkeit. Die Umsetzung von Nachhaltigkeit kann in vielfältiger Hinsicht geschehen zum Beispiel durch umweltfreundlichere Produktionsweisen. Junge Menschen wollen vermehrt nur noch für Unternehmen arbeiten, die sich glaubwürdig für mehr Nachhaltigkeit einsetzen. Diese Firmen

werden langfristig die meisten jungen Talente für sich gewinnen können. Dies wirkt sich positiv auf die Innovationskraft und somit auch auf die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens aus.

Nachhaltigkeit messen

Ein weiterer wichtiger Schritt zur nachhaltigen Entwicklung ist das regelmässige Messen der Nachhaltigkeit. Diese Messungen müssen auf drei Ebenen der Produktion durchgeführt werden. Bei den Inputfaktoren, den Herstellungsverfahren und den Produkten muss gemessen werden, wie nachhaltig sie sind. So kann die Auswirkung der Produktion auf die Ökobilanz ersichtlich gemacht werden.



Quelle: OECD (2011): Sustainable Manufacturing Toolkit.

Quellen

Gordon, Gesa, & Nelke, Astrid (2017): CSR und Nachhaltige Innovation. Zukunftsfähigkeit durch soziale, ökonomische und ökologische Innovationen, Berlin.

Mayer, Katja (2020): Nachhaltigkeit: 125 Fragen und Antworten: Wegweiser für die Wirtschaft der Zukunft (2., erweiterte und aktualisierte Auflage). Springer Gabler,
DOI: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-28935-5>, [22.11.22].

Organisation for Economic Co-operation and Development OECD (2011): Sustainable Manufacturing Toolkit, online zugänglich als PDF, <https://www.oecd.org/innovation/green/toolkit/48704993.pdf>, [22.11.22].

Schaltegger, Stefan (2016): CSR, Nachhaltigkeit und Controlling – Zwischen Praxislücke und Forschungskonzepten, in: CSR und Controlling (pp. 55–69). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-47702-1_4, [22.11.22].

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO (2022): Corporate Social Responsibility, in: KMU-Portal, <https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/fakten-trends/corporate-social-responsibility-csr.html>, [22.11.22].

United Nations (1987): Our Common Future (Brundtland-Report), Report of the World Commission on Environment and Development, online zugänglich als PDF, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>, [01.02.23].

