

Sozialmanagement im Unternehmen Ausgewählte Instrumente für die Praxis

96 Seiten, A4, zweifarbig, ISBN 3-905745-05-4 / 978-3-905745-05-4

Vorzugspreis: CHF 28.– zzgl. Versandkosten, gültig bis 30.11. 2006

Publikationspreis: CHF 38.– zzgl. Versandkosten

zu beziehen bei:

Zürcher Hochschule Winterthur
Institut für Nachhaltige Entwicklung,

Postfach 805, 8401 Winterthur

www.socialmanagement.ch

oder über den Buchhandel

Bestelltalon

Ich bestelle ____ Exemplar(e) «Sozialmanagement im Unternehmen»
zum Einzelpreis von CHF 28.– zzgl. Versandkosten

Name _____

Vorname _____

Firma _____

Strasse und Nr. _____

PLZ Ort _____

E-Mail _____

Datum _____

Bestellen Sie mit
diesem Talon und
profitieren Sie
vom Vorzugspreis
von CHF 28.–
(bis 30.11.2006).

Unterschrift _____



NEUERSCHEINUNG

Oktober 2006

LEITFADEN

SOZIALMANAGEMENT IM UNTERNEHMEN

AUSGEWÄHLTE INSTRUMENTE FÜR DIE PRAXIS

Zürcher Hochschule Winterthur
Herbert Winistörfer, Peter Teuscher, Frank Dubielzig

SOZIALMANAGEMENT IM UNTERNEHMEN

«Das Wahrnehmen und Übernehmen von sozialer Verantwortung hat bei vielen Unternehmen massgeblich zu ihrem Erfolg beigetragen. Deshalb sollten alle Firmen an Sozialmanagement interessiert sein.»
Jean Daniel Gerber,
Staatssekretariat für Wirtschaft

«Globaler Handel verlangt nach globalen Werten – ein Sozialmanagement hilft uns, diese in der Beschaffung wie auch im eigenen Unternehmen umzusetzen.»
Dr. Sibyl Anwander Phan-huy,
Coop

«Die systematische Integration der sozialen Dimension in die Managementprozesse ist auch für führende Firmen eine Herausforderung. Die vorliegende Publikation ist eine willkommene Unterstützung für die Umsetzung.»
Dr. Martin Tanner,
Novartis, Corporate Citizenship

Von Unternehmen wird zunehmend erwartet, dass sie Verantwortung für die ökologischen und sozialen Wirkungen ihrer Aktivitäten übernehmen. Wenn wichtige Anspruchsgruppen wie Kunden oder Investoren diese Erwartungen übernehmen, werden sie für den Unternehmenserfolg relevant. Den bewussten Umgang mit ökologischen Wirkungen wie Energiebedarf oder Abfallentsorgung oder sind viele Unternehmen inzwischen gewohnt. Entsprechende Managementinstrumente stehen zur Verfügung. Für soziale Wirkungen wie Stress am Arbeitsplatz, Einhaltung von Menschenrechte in Zulieferbetrieben oder Umgang mit Korruption gilt das so nicht.

Der Leitfaden beschreibt, wie Unternehmen vorgehen können, um soziale Themen in ihrer Gesamtheit zu erfassen, ihre Erfolgsrelevanz zu beurteilen, die sozialen Wirkungen zu verstehen, zu steuern, zu kontrollieren und zu kommunizieren. Dazu bietet der Leitfaden Vorgehensweisen, Werkzeuge und Praxisbeispiele.

Praktikerinnen und Praktiker werden in ihrer täglichen Arbeit unterstützt. Der Leitfaden richtet sich an das Management, besonders an Verantwortliche für Human Resources Management, Supply Chain Management, Umwelt und Nachhaltigkeit, Arbeitssicherheit und Gesundheit, Managementsysteme, Kommunikation, und grundsätzlich an alle, die an der bewussten Gestaltung sozialer Themen interessiert sind.

Der Leitfaden ist Ergebnis einer Forschungsarbeit unter der Leitung des Instituts für Nachhaltige Entwicklung der Zürcher Hochschule Winterthur. Die von 2004 bis 2006 durchgeführte Arbeit entstand unter Mitwirkung der Unternehmen ABB Schweiz, Novartis, Coop und Spital Zofingen und wurde massgeblich mitfinanziert von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) des Bundes.

«Was soziale Verantwortung bedeutet, muss jedes Unternehmen für sich selbst definieren. Dann gilt es, die soziale Dimension ins Managementsystem zu integrieren. Der Leitfaden gibt für beide Schritte wichtige Impulse.»
Remo Kury, ABB Schweiz

«Mit einem strukturierten Sozialmanagement kann ein Unternehmen seine sozialen Leistungen gezielt und wirkungsvoll kommunizieren.»
Paul Geiser, Spital Zofingen AG

bitte
frankieren

Zürcher Hochschule Winterthur
Institut für Nachhaltige Entwicklung
Postfach 805
CH-8401 Winterthur