







UNTER „CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY“ ODER KURZ CSR IST DIE GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG VON UNTERNEHMEN/ORGANISATIONEN IM SINNE EINES NACHHALTIGEN WIRTSCHAFTENS ZU VERSTEHEN.

In der Praxis gebrauchen viele Organisationen die Begriffe CSR und Nachhaltigkeit weitgehend synonym. So sprechen einige Organisationen von Nachhaltigkeitsstrategie und Nachhaltigkeitsbericht, andere von CSR-Strategie sowie CSR-Bericht. In der Wissenschaft ist CSR als Konzept enger gefasst als Nachhaltigkeit: CSR bezeichnet den spezifischen Beitrag, den Unternehmen zum nachhaltigen Wirtschaften, zur Nachhaltigkeit, erfüllen.

Seit 2018 beschäftigt sich der Träger *ctt* mit gesellschaftlicher Verantwortung der Organisation und konkreten praxisorientierten Projekten. Mehr und mehr zeigt sich, dass CSR zum „Business-Faktor“ wird und auch die Themen wie Employer Branding (Employer Branding charakterisiert Aufbau und Pflege von Organisationen als Arbeitgebermarke.) und damit auch die Sinn-Frage für nachfolgende Generationen mit sich bringt. Deshalb erfährt die Notwendigkeit zu nachhaltigem Wirtschaften auch in Organisationen des Gesundheitswesens heute viel mehr Anerkennung, Bekräftigung und Aufmerksamkeit.

Angelehnt an EGON ZEHNDER* werden sechs Empfehlungen ausgesprochen, die Sie begeistern sollen, sich noch mehr mit dem Thema CSR zu beschäftigen und in Ihren Alltag zu integrieren.

-  Bestimmen Sie präzise, was CSR für Ihre Einrichtung bedeutet. Verknüpfen Sie diese Definition mit Ihrer Geschäftsstrategie, und leiten Sie klare Prioritäten daraus ab.
-  Formulieren Sie ausdrückliche (smarte) Ziele für Ihre Einrichtung – möglicherweise auch Bereiche – vor allem auch mit quantitativen Zielgrößen zur Erfolgskontrolle. Orientieren Sie sich an Best-Practice aus Ihrer Branche – Anregungen können auch außerhalb Ihrer Branche eingeholt werden.
-  Bestimmen Sie davon abgeleitet persönliche Ziele für die Führungsebene als Teil der individuellen Zielsetzung, und besprechen Sie diese jährlich.
-  Verankern Sie CSR breit auch in den Leitbildgedanken und der Unternehmenskultur, und schaffen Sie ein gutes wirksames Verständnis bei allen Mitarbeitenden.
-  Schärfen Sie Ihre Berichterstattung zum Thema, und dokumentieren Sie die Erfolge. Verwenden Sie hierzu relevante Benchmarks und Steuerungsgrößen mit Bezug zu Ihrem Auftrag (z.B. Balance-Score-Card).
-  Prüfen Sie die Durchführung einer externen Nachhaltigkeitszertifizierung. Orientieren Sie sich hier an den Branchenstandards und nutzen Sie das Thema CSR zur Vertiefung des Dialogs nach innen und außen – zugleich für das Thema attraktiver Arbeitgeber (Employer Branding).

Insgesamt sind es beWEGende Herausforderungen, der sich Organisationen im Gesundheitswesen stellen dürfen. Doch gelingt es sich diesen „Spannungen“ bewusst und aktiv zu stellen, so bleibt eine Werte- und Kulturhaltung auch in Coronazeiten. Zugleich kann das Thema und die damit verbundene Haltung auch Chance und Entwicklungstreiber sein. Wollen Sie mehr über die bereits integrierten Best-Practice erfahren – so kontaktieren Sie uns: csr-info@hildegard-stiftung.de – namentlich: MARTIN F. MÜLLER Ma.Mueller@ctt-zentrale.de) oder PROF. DR. KATRIN KELLER (K.Keller3@ctt-zentrale.de)

(*Egon Zehnder ist ein Schweizer Beratungsunternehmen, das in der Personalberatung, insbesondere in den Bereichen Executive Search und Leadership Advisory, tätig ist. Das Unternehmen wurde 1964 von Egon Zehnder (1930–2021) in Zürich gegründet. Zur Vertiefung: <https://www.egonzehnder.com/de>)