

BMBF-Projekt GESIOP

Die Bewertung eines Unternehmens durch andere, vor allem durch Kundinnen und Kunden sowie Kooperationspartner, ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Diese Bewertung betrifft auch die Qualität der Arbeitsbedingungen im Unternehmen, und damit verbunden das Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM). In vielen Bereichen der Arbeitswelt ist die Beeinflussung von Arbeitsbedingungen durch BGM zur Selbstverständlichkeit geworden. Allerdings werden meist nur die unternehmensinternen Arbeitsbedingungen, nicht aber die Arbeitsbedingungen und das BGM von Zulieferern oder Subunternehmen berücksichtigt.

Trotz hervorragendem BGM laufen Unternehmen deshalb Gefahr, ihr Image zu beschädigen, wenn sie die Gesundheitsbedingungen in ihrer Wertschöpfungskette nicht beachten. Daher zielt das Projekt „Gesundheitsmanagement aus inter-organisationaler Perspektive“ (GESIOP) darauf ab, bisherige Konzepte von BGM über Unternehmensgrenzen hinweg zu erweitern, BGM als unternehmerische Verantwortung zu stärken und in das Konzept der Corporate Social Responsibility (CSR) einzubetten.

www.gesiop.de

Interviewstudie — Fragestellungen

Im Rahmen einer qualitativen Studie sollte zu Beginn des BMBF-Projektes eruiert werden, inwieweit Unternehmen und VerbraucherInnen Gesundheit von Beschäftigten als eine unternehmerische Verantwortung wahrnehmen und wie Unternehmen dieser aktuell nachkommen bzw. welche Best Practices derzeit vorliegen. Darauf aufbauend wurden drei Fragestellungen abgeleitet:

- Inwieweit ist BGM in die Corporate-Social-Responsibility-Aktivitäten eines Unternehmens integriert?
- Welche Rolle hat BGM für Unternehmen in Kooperationsbeziehungen mit Geschäftspartnern?
- Inwieweit ermöglichen Unternehmen VerbraucherInnen Einblicke in ihre BGM-Aktivitäten?

Um diese Fragenstellungen zu beantworten, wurden eine Reihe von Interviews mit verschiedenen Akteuren durchgeführt:

	VertreterInnen von Unternehmen (z.B. Health-/CSR-Manager)	VertreterInnen von Branchen (z.B. BG, Gewerkschaften)	VerbraucherInnen	andere Stakeholder
Anzahl	39	31	24	11

Schnittstellen zwischen BGM und CSR

Verschiedene InterviewpartnerInnen wurden in den Themenfeldern BGM und/oder CSR befragt. Jedes Interview schloss mit den folgenden Fragen ab:

- Werden die Themen Gesundheitsförderung und soziale Verantwortung in (Ihrem) Unternehmen gemeinsam behandelt? Wenn ja: Wie und aus welchen Gründen?
 Wenn nein: Sollten die beiden Themen gemeinsam behandelt werden?

Bei der Entwicklung der Best-Practice-Vorschläge durch die Christian-Albrechts-Universität zu Kiel wurden verschiedene Stakeholder miteinbezogen (Unternehmens-, BranchenvertreterInnen, sowie andere Stakeholder).

BGM im Rahmen von Kooperationsbeziehungen

Die Nachhaltigkeit eines BGM ergibt sich dadurch, dass alle wesentlichen Stakeholder mit einbezogen werden. Dies betrifft neben den eigenen Beschäftigten zunächst die direkten Geschäftspartner eines Unternehmens. Die Universität Hamburg hat sich daher mit der Frage auseinandergesetzt, ob und wie Unternehmen sicherstellen, dass bei ihren Geschäftspartnern Arbeitssicherheit, und BGM im Allgemeinen, umgesetzt wird.

Hierfür wurden Interviews mit Health- und CSR-Managern ausgewertet, deren Unternehmen in den letzten Jahren entweder Preisträger oder Nominierte bei verschiedenen deutschen Health- und CSR-Awards waren.

BGM aus der Perspektive von VerbraucherInnen

Um die Perspektive von VerbraucherInnen in Bezug auf BGM zu berücksichtigen, wurde durch die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. vor allem der Frage nachgegangen, ob BGM respektive welche spezifischen Themen von BGM für VerbraucherInnen eine Rolle spielen. Des Weiteren soll beantwortet werden, wie bereits vorhandene BGM-Informationen von Unternehmen besser sichtbar gemacht werden können, damit VerbraucherInnen dies bei ihrer Kaufentscheidung besser berücksichtigen können.

Dazu wurden nachhaltigkeitsorientierte VerbraucherInnen als Interviewpartner ausgewählt, um gezielt die Erwartungen und Einschätzungen anspruchsvoller und kritischer Kunden aufzufangen.

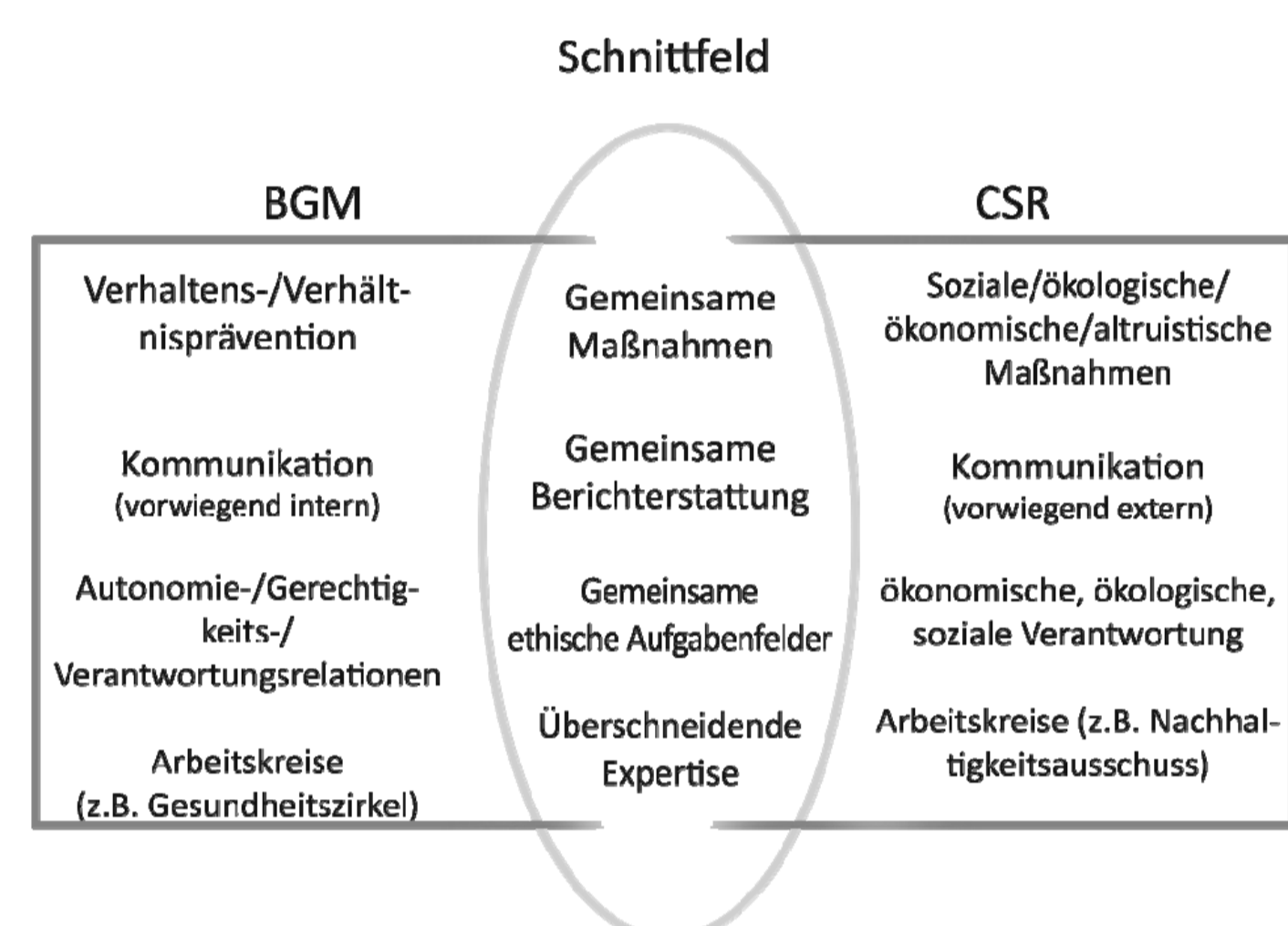
Schnittstellen zwischen BGM und CSR

Die Hypothese:

Gesellschaftliche Verantwortungen und Gesundheitsvorsorge bilden ein natürliches Schnittfeld im Unternehmenskontext.

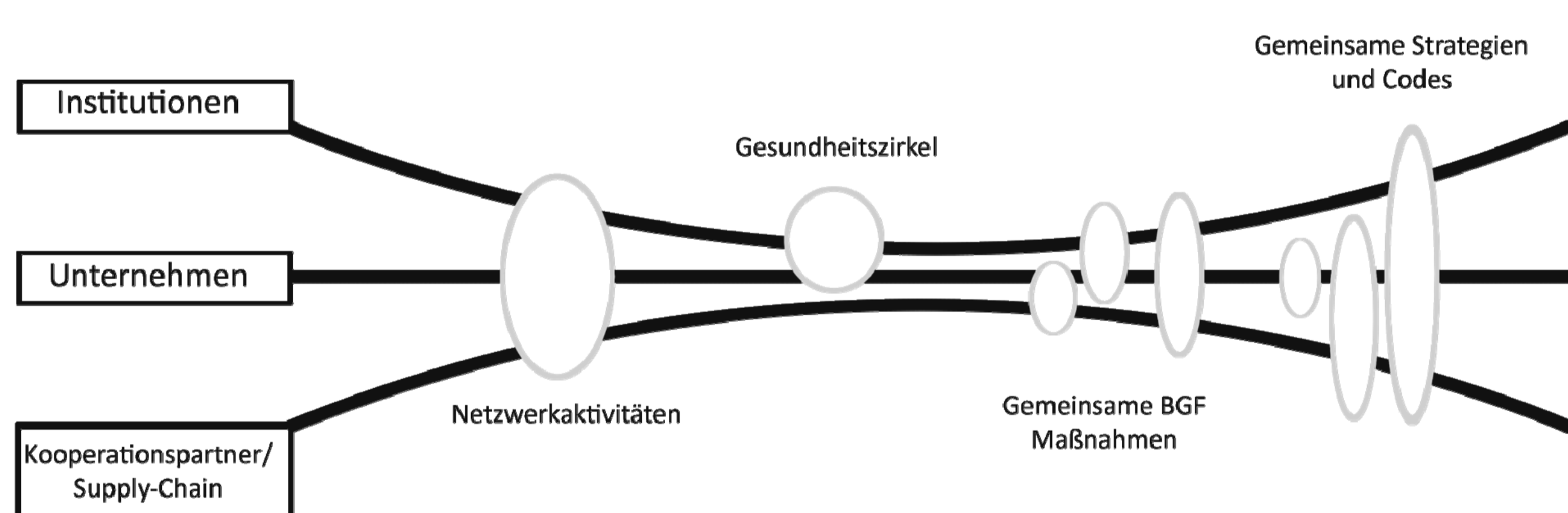
Ergebnisse aus den Interviews:

1. BGM- und CSR-Themen werden aktuell vereinzelt gemeinsam behandelt (z.B. Arbeitsgruppen mit BGM- und CSR-VertreterInnen, Veranstaltungen ...).
2. Ein übergreifender Austausch zwischen BGM und CSR wird als sinnvoll erachtet und gewünscht.
3. Ethische Themen lassen sich besser adressieren/kommunizieren (z.B. Verantwortungsfragen).



Grafik 1: Schnittfeld BGM-CSR

Eigene Darstellung



Grafik 2: Schnittfelder der BGM/CSR Akteure

Eigene Darstellung

BGM im Rahmen von Kooperationsbeziehungen

In den Interviews wurden verschiedene Formen von Zusammenarbeit identifiziert, welche derzeit genutzt werden, um BGM (insbesondere Arbeitssicherheit) entlang der Wertschöpfungskette zu realisieren.

Formen der Zusammenarbeit	Häufigkeit Nennungen	Merkmale
Bereitstellen/Einholen von Informationen (z.B. Audits, Codes of Conduct, Zertifikate)		<ul style="list-style-type: none"> • relativ wenig Interaktion zwischen Partnern • teilweise sehr kostenintensiv (Zertifikate)
Wechselseitiger Informationsaustausch (z.B. informeller Austausch, Contractor Management, Corrective Action Plans, Best Practice Sharing)		<ul style="list-style-type: none"> • Qualität der Zusammenarbeit kann variieren → beeinflusst Informationsgewinn für einzelne Partner (Interaktion ↓ = Informationsgewinn ↓) • individuelle Charakteristika von Partnern müssen berücksichtigt werden (Groß- versus Kleinunternehmen)
Gemeinsam Projekte durchführen		<ul style="list-style-type: none"> • viel Interaktion zwischen Partnern → zeitintensiv • hoher Informationsgewinn für einzelne Partner
Anpassung eigener Systeme in Bezug auf die Arbeitsbedingungen der Partner		<ul style="list-style-type: none"> • maximale Entwicklungsmöglichkeiten des individuellen BGMs für jeden Partner • relativ zeitintensiv

Für eine nachhaltige Umsetzung von BGM entlang der Wertschöpfungskette erscheint ein kontinuierlicher Austausch erforderlich. Ziel sollte es daher sein, ein Netzwerk für Best Practice Sharing innerhalb der Wertschöpfungskette zu etablieren.

BGM aus der Perspektive von VerbraucherInnen

