

## "Integrated Value Assessment 2.0" – von punktuellen Veranstaltungen zu einem Prozess

*Take Aways der Veranstaltung am 26. Mai 2016 im Clé de Berne*

Seit 2014 veranstaltet die Post in Zusammenarbeit mit geelhaarconsulting und engageability Veranstaltungen zum Thema 'Social Return on Investment (SROI)' und Integrated Value Assessment. Die sozio-ökonomische Wertschöpfung wie auch die Wirkungsanalyse des gesellschaftlichen Engagement als Planungs- und Analyseinstrument hat über diesen Zeitraum an Bedeutung gewonnen, so dass das Ziel des diesjährigen Workshops die Vermittlung eines Überblick über die neusten Entwicklungen anhand von 'best practice' Beispielen sowie die Diskussion von Herausforderungen und Lösungsansätzen war.

Michel Geelhaar von geelhaar consulting und Barbara Dubach von engageability führten durch das Programm und zeigten zu Beginn aktuelle Trends sowie allgemein gültige Prinzipien und Ansätze in der Wertschöpfungsanalyse auf und berichteten über die Resultate der Umfrage, die im Frühjahr bei Schweizer Unternehmen durchgeführt worden war.

Während der Vorstellungsrunde wurden die Teilnehmenden gebeten, ihren Erfahrungsstand zu teilen, wobei sich der Grossteil als 'early adopters' und 'early majority' einschätzte. Allen gemeinsam ist, dass sie an einer Horizonterweiterung interessiert sind, neue Impulse erwarten und ein besseres Verständnis über die Vor- und Nachteile der verschiedenen Ansätze im Bereich der sozio-ökonomischen Wertschöpfung erwarten.

### **I. Praxisbeispiele zur sozio-ökonomischen Wertschöpfungsanalyse**

Als Input zur anschliessenden Diskussion gaben Vertreter von Nestlé und der Alternativen Bank Schweiz einen vertieften Einblick in ihre Ansätze zur sozio-ökonomischen Wertschöpfungsanalyse ihrer Unternehmen und von Kitrhona Cerri vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) erhielten die Teilnehmenden Informationen zur Weiterentwicklung des Social Capital Protocols.

#### ***'Socio-economic value creation' bei Nestlé***

Nestlé setzt als Unternehmen konsequent auf die gemeinsame Wertschöpfung und beteiligt sich an der Ausarbeitung des 'Natural Capital Protocol', das Unternehmen helfen soll, ihren Einfluss auf und ihre Abhängigkeit von der Natur zu verstehen. Zudem begleitet das Unternehmen auch die Entwicklung des Social Capital Protocols, wo im Bereich 'Sicherheit' erste Wirkungsanalysen durchgeführt werden. Die daraus resultierenden Erfahrungen zeigen, dass die Monetarisierung im sozialen Bereich schwieriger ist als im ökologischen. Beispielsweise stellt sich die Frage, was eine gute und schlechte Nutrition ist oder ob ein Menschenleben über den Indikator DALY (Disability-Adjusted Life Year) der WHO quantitativ bewertet werden kann.

### ***Wirkungsvolle Alltagsbank***

Die Alternative Bank Schweiz hat erstmals ihre Nachhaltigkeitsleistung als Bank anhand der Sustainable Banking Scorecard der Global Alliance for Banking on Values gemessen. Die Scorecard beurteilt wie groß die sozial-ökologische Wirkung der Bank ist, wie stark sie ihre Geschäftstätigkeit auf die Realwirtschaft ausrichtet und wie groß ihre finanzielle Widerstandskraft ist.

Zusätzliche Informationen zur Sustainable Banking Scorecard finden Sie [hier](#).

### ***Measuring and Valuing Social Capital***

Mit dem Social Capital Protocol möchte der WBCSD Leitprinzipien und einen Prozess formulieren, damit soziale Risiken und Chancen in die Unternehmensstrategie und in die Entscheidungsfindung einfließen und eine solide Grundlage für die integrierte Berichterstattung bilden. Derzeit werden die Teilbereiche Sicherheit, Fähigkeiten und Arbeitsbedingungen von Unternehmen getestet und die Resultate sollen Ende Jahr präsentiert werden.

Weitere Informationen vom Programm finden Sie [hier](#).

### **Status Quo und Interessenserhebung – Resultate der Online-Umfrage**

Die Umfrage zielte darauf ab, festzustellen inwieweit Wertschöpfungsanalysen bereits durchgeführt werden, welche Fokusthemen relevant sind und inwiefern Interesse und Motivation an einer möglichen Erfahrungsgruppe besteht. 27 Schweizer Unternehmen folgten der Einladung im Frühjahr 2016. Basierend auf den Umfrageresultaten lassen sich folgende Trends ableiten:

- Knapp 60% der Unternehmen haben bereits die sozio-ökonomische Wertschöpfung oder Wirkung analysiert, und zwei von drei Unternehmen planen eine zukünftige Durchführung.
- Mit der Analyse erhoffen sich Unternehmen, Entscheidungen zur Auswahl und Priorisierung wirkungsvoller Maßnahmen zu treffen. Dieses Motiv spiegelt sich in den Zielgruppen wieder, wo der Großteil ‚interne Entscheidungsträger‘ als wichtigste Zielgruppe klassifizierten, gefolgt von ‚Investoren‘.
- Zur Messung werden in erster Linie KPIs verwendet. Dies könnte auf die größte Herausforderung zurückzuführen sein, die darin besteht, dass es keine einheitliche Methodologie, Standards und Messgrößen gibt.
- Eine Möglichkeit diesen Herausforderungen gemeinsam zu begegnen, wäre die Gründung einer Erfahrungsgruppe, was 60% der Unternehmen begrüßen würden. Mehr als die Hälfte dieser Unternehmen könnte sich dabei eine jährliche Veranstaltung vorstellen.

## II. Diskussionen zu Methoden, Chancen, Herausforderungen, und möglichen nächsten Schritten

Im Anschluss an die Inputpräsentation konnten sich die Teilnehmenden zu den Themen der sozio-ökonomischen Wertschöpfung von Unternehmen und zur Wirkungsanalyse des gesellschaftlichen Engagements austauschen. Die Resultate der Diskussionen werden in der nachfolgenden Tabelle zusammengefasst.

	Methoden	Chancen	Herausforderungen	Nächste Schritte
<p><b>Sozio-ökonomische Wertschöpfung:</b> Die Wertschöpfungsanalyse des gesamten Unternehmens ist aus Sicht der Teilnehmenden von grosser Tragweite und Relevanz, in dem es den Entscheidungsträgern Informationen zur Verbesserung des Impacts liefert und somit die Betriebslizenz langfristig sichert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KPIs setzen und starten</li> <li>• WHO Richtlinien, z.B. „DALY“ als Proxy-Wert für ein Menschenleben</li> <li>• SDGs?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertschöpfung durch Wertschätzung (z.B. über Gemeinwohl-atlas)</li> <li>• Industriestandards</li> <li>• Vorarbeit von Multis</li> <li>• Prozess zählt: Der Weg ist das Ziel.</li> <li>• Lernen von guten Beispielen</li> <li>• „Versteckte Kosten“ in der Gewinn- und Verlustrechnung aufzeigen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlende Standardisierung und Konzepte für Wirkungen im Sozialbereich, z.B. Wert des Lebens etc.</li> <li>• Auswahl eines Indikatoren-Sets, das den sozialen Wert widerspiegelt</li> <li>• Festlegung der Währung bei Quantifizierungen: CHF, \$ etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzept erarbeiten</li> <li>• Pilot durchführen</li> <li>• Heute Diskussion starten, um in 5-10 Jahren einen Unterschied im Vergleich zu heute zu machen: Die Standardisierung der finanziellen Buchhaltung brauchte ebenfalls Jahrzehnte bis zur endgültigen Standardisierung</li> <li>• Koordination (institutionell)</li> </ul>

	Methoden	Chancen	Herausforderungen	Nächste Schritte
<p><b>Wirkungsanalyse des gesellschaftlichen Engagements:</b> Im Vergleich zur sozio-ökonomischen Wertschöpfungsanalyse von Unternehmen bezeichnen die Teilnehmenden die Wirkungsanalyse als 'nice to have', obwohl der Ursprung von Impact Assessments auf die Bemessung des gesellschaftlichen Engagements zurückgeht, mit dem Ziel Investitionen in Richtung wirkungsvoller Initiativen zu lenken.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI</li> <li>• SROI</li> <li>• Berücksichtigung der kulturellen Werte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wir müssen es machen!</li> <li>• Wichtig für interne Entscheidungen</li> <li>• Organisationen stellen fest, ob sie               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ die ‚richtigen Dinge‘ tun</li> <li>○ einen Unterschied machen</li> </ul> </li> <li>• Es können positive Wirkungen aufgezeigt werden und Partnerschaften gestärkt werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was sind die richtigen KPIs? Welche Werte sind für Stakeholders relevant?</li> <li>• Können wir eine bessere Welt kreieren?</li> <li>• Berichterstattung &amp; Kommunikation (Übersetzung für Stakeholder)</li> <li>• Internes Engagement</li> <li>• Diversität der Stakeholder</li> <li>• Ergebnisse müssen schnell und messbar präsentiert werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was ist die Rolle der Prüfungsinstitute / Zertifizierungsstellen (Standards)?</li> <li>• Welche Rolle übernimmt die Regierung, Regulatoren und Investoren?</li> <li>• Gemeinsame Kalkulation pro Sektor?</li> </ul> <p>Gleiche ‚Sprache‘ finden (z.B. Zahlen, Grafiken, Vergangenheit vs. Zukunft, etc.)</p>

### III. Das was zählt, soll gezählt werden

Der rege Austausch während der Veranstaltung bestätigte die Bedeutung der Thematik. Wichtig dabei wird eine einfache Herangehensweise sein, ansonsten wird die Umsetzung marginal bleiben. Schliesslich beeinflusst die Anzahl der Unternehmen, die ihre operationale und gesellschaftliche Wirkung messen, die Glaubwürdigkeit und Bedeutung der Analyse.

Die Teilnehmenden sind an der Fortführung der Diskussion und einem weiteren Austausch interessiert, um einen 360° Blick über die Methoden, Herausforderungen und Lösungsansätze zu behalten, und die Anwendung des WBCSD Standards sektorübergreifend oder pro Sektor zu prüfen wie auch die Zusammenarbeit mit KMUs zu fördern.

Anne Wolf, Leiterin Corporate Responsibility/Nachhaltigkeit der Schweizerischen Post, fasste zum Schluss Key findings unter der Überschrift zusammen, die gleichzeitig eine Herausforderung ist, die uns alle betrifft. Von Albert Einstein auf den Punkt gebracht: *'Nicht alles was zählt, kann gezählt werden, und nicht alles was gezählt werden kann, zählt!'* Mit der sozio-ökonomischen Wertschöpfungsanalyse erhoffen sich Unternehmen eine Lösung zu finden, damit das was zählt, gezählt wird.

Bei Fragen oder Anregungen kontaktieren Sie bitte [info@engageability.ch](mailto:info@engageability.ch).