

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

VON ERSTEN SCHRITTEN BIS ZUR CSR-STRATEGIE

Von Dirk Lauenstein, Philipp Drinkut, Janet Stiller, Audi BKK

CSR ist derzeit in aller Munde. Auch beim Blick in Tweets oder Posts in den sozialen Medien kann man sich dem Thema Corporate Social Responsibility kaum entziehen. Beinahe jedes privatwirtschaftliche Unternehmen versucht sich nachhaltig aufzustellen und engagiert CSR-Manager, um als nachhaltiges Unternehmen zertifiziert zu werden. Aber woher kommt das? Ist es lediglich ein Trendthema und muss man als hippes Unternehmen auf den Zug aufspringen? Welche Bedeutung hat das Thema für uns als BKK-System? Ist es überhaupt relevant?

Wir als Audi BKK sagen eindeutig Ja. Ja zu Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung.

Als Krankenkasse fühlen wir uns besonders zum Schutz unserer Umwelt verpflichtet. Denn nur auf einem gesunden Planeten können gesunde Menschen leben. Aber wann haben wir bei der Audi BKK begonnen, uns mit diesem Thema zu befassen?



© Maskot / Maskot / Getty Images

FIRST STEPS

Die Anfänge liegen einige Jahre zurück. Als zartes Pflänzchen floss die ökologische und nachhaltige Lebensweise bereits seit 2016 stetig in die Kundenkommunikation ein: Das Kundenmagazin enthielt Ratgeberartikel zu nachhaltiger Ernährung und Tipps für eine plastikfreie Lebensweise. Fleischlose Ernährung war ein Riesenthema – hier standen einerseits eine gesündere Ernährung, aber auch das Tierwohl im Fokus. Nachhaltigkeit rückte stärker in das Bewusstsein der Menschen und wir dachten an Baumpflanzaktionen usw. Aber stopp: Um das Thema ganzheitlich zu betrachten und es der Kasse zu ermöglichen, sich gezielt daran auszurichten, war ein Gesamtkonzept für die Audi BKK notwendig.

» Ein gesundes Aufwachsen
braucht eine gesunde Umwelt. «

2019 wurde das Thema Nachhaltigkeit in der Organisationseinheit „Öffentlichkeitsarbeit“ verortet. Dort begannen wir mit der Erstellung unseres Nachhaltigkeitskonzepts. Dieses umfasst heute konkrete Maßnahmen, die auf den Schutz und Erhalt unserer Umwelt ausgerichtet sind und schrittweise bis 2025 umgesetzt werden sollen. Damit wollen wir unseren Beitrag zu einer positiveren CO₂-Bilanz leisten und gleichzeitig die Gesundheit unserer Kunden stärken. Ein wichtiger Schritt auf dem Weg zum klimafreundlichen Unternehmen war die Berechnung unseres CO₂-Fußabdrucks für das Jahr 2020. Die Ergebnisse wurden als Basis für die Planung der Maßnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen herangezogen.

Der CO₂-Fußabdruck stellt detailliert die Emissionswerte in folgenden Bereichen dar: Mitarbeiteranfahrt, Stromverbrauch, Fuhrpark, Wärme, Druckerzeugnisse, Sonstige.

Anhand der Ergebnisse wurde ein Reduktionsplan vereinbart, der nun sukzessive umgesetzt wird. Die Umsetzung braucht natürlich Zeit – oft geht es nur mit kleinen Schritten voran. Wichtig war es damit zu beginnen – auch wenn es noch keine Einhundertprozentlösung ist. Die Umstellung auf Ökostrom ließ sich zeitnah umsetzen, ebenso eine klimaneutrale Produktion unserer Druckerzeugnisse. Die Umstellung des Fuhrparks auf Hybrid- und E-Fahrzeuge erfolgt sukzessive. Mittlerweile haben wir eine Quote von 23 Prozent erreicht. Auch die CO₂-Emissionen, die durch die Anfahrt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verursacht werden, konnten durch mobile Arbeit reduziert werden.

UNSERE DNA

Wer sich mit Nachhaltigkeit beschäftigt und sich auf die Reise zu einem klimaneutralen Unternehmen begibt, der erkennt beim tieferen Eintauchen in die Thematik schnell: Das ist nur ein kleiner Teil vom großen Ganzen. Wir als Krankenkasse tragen eine hohe soziale Verantwortung. CSR steckt seit eh und je in unserer BKK-DNA. Gerade die Gesundheitsförderung in Unternehmen, Kommunen oder auch in Schule und Kindergarten ist Kernaufgabe einer Krankenkasse. Gesund aufzuwachsen, speziell in sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen, sollte kein Kann, sondern ein Muss sein.

Mit einer stark regional geprägten Ausrichtung engagieren wir uns gemeinsam mit zahlreichen Partnern vor Ort. Auch mit unseren Trägerunternehmen wie der AUDI AG werden Events umgesetzt. Mit der Audi Stiftung für Umwelt geht es regelmäßig zum Ploggen, mit dem FC Ingolstadt werden in Kitas Aktionen für eine gesunde Lebensweise durchgeführt. Zusammen haben wir eine enorme Schlagkraft, die uns dabei hilft, das Thema in das Bewusstsein der Menschen zu rücken. Das Fokussieren der Aufmerksamkeit auf das Thema soll zum Nachdenken, aber vor allem auch zum Mitmachen motivieren.

CSR-KONZEPT DER AUDI BKK

Die Relevanz des Themas gerade für die Generation Z, die „Fridays for Future“-Bewegung sowie die Krisensituationen der vergangenen Jahre haben gezeigt, wie elementar die Übernahme sozialer Verantwortung für ein Unternehmen ist. Durch die Werteververschiebung der jüngeren Generationen ist ein Umdenken – auch für uns als Krankenkasse – unabdingbar. Deshalb wurde das Thema CSR 2021 als Unternehmensziel fixiert. Für das Projekt wurden unter den Beschäftigten der Audi BKK engagierte Projektteilnehmende aus allen Fachbereichen des Unternehmens gesucht. Die Kolleginnen und Kollegen starteten mit der Projektvision und der Definition unserer Sicht auf CSR.

Corporate Social Responsibility (CSR) ist die Verantwortung eines Unternehmens für nachhaltiges Management in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht. CSR ist ein Konzept, das Unternehmen als Grundlage dafür dient, auf überwiegend freiwilliger Basis Aktivitäten, die über die Einhaltung von Gesetzen hinausgehen, zu integrieren. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung ist für die Audi BKK eine Grundüberzeugung. Durch Arbeitsgruppen wie die interne Nachhaltigkeitsgruppe (Naln) wurden Projekte initiiert, die Nachhaltigkeit innerhalb der Audi BKK etablieren sollen. Das Vorhaben CSR greift die bereits bisherigen Initiativen auf und vereint diese in einem Projekt, stets unter der Wahrung der Aspekte:

- Ökonomie
- Ökologie
- Gemeinwesen
- Arbeitsplatz

Das Projekt CSR startete am 1. November 2021 und soll bis zum 31. August 2023 beendet sein. Folgende Vision wurde abgestimmt:



ÖKONOMIE



ÖKOLOGIE



GEMEINWESEN



ARBEITSPLATZ

VISION

Die Audi BKK wird als moderne Betriebskrankenkasse mit hoher Verantwortung für Gesellschaft, Umwelt, Wirtschaft und Mitarbeitende durch die aktive Umsetzung sozialer und nachhaltiger Projekte ausgezeichnet.

Zunächst stand das Konzept selbst im Fokus. Zudem untersuchte das Projektteam, welche CSR-Aktionen die Audi BKK bereits umsetzt:

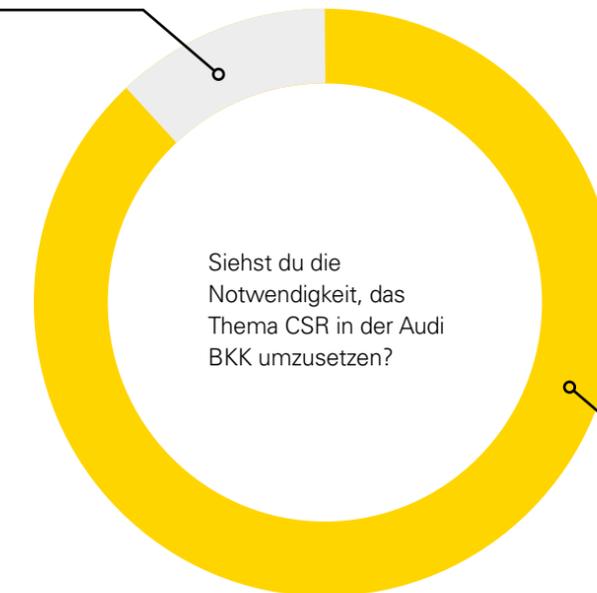
- Dienstvereinbarung mobile Arbeit
- Einrichtung ergonomischer Arbeitsplätze
- Gesundheitsnetzwerk Leben
- Spenden der Belegschaft (z.B. Weihnachtsspende, Flutkatastrophe im Ahrtal)
- Naln (interne Nachhaltigkeitsgruppe)
- Steuerungsgruppe BGM
- Gleichstellungsbeauftragte
- Sozialbetreuung
- Umweltevent Plogging
- Unternehmenskultur
- CO2-Fußabdruck
- Mutter-Kind-Arbeitsplätze

Anhand dieser nicht abschließenden Auflistung wird ersichtlich, dass die Audi BKK in den genannten Themenfeldern bereits auf vielfältige Weise aktiv geworden ist und das neu entstandene gesellschaftliche Pflichtbewusstsein als Aufgabe wahrgenommen hat. Durch die Verankerung der Corporate Social Responsibility in den Zielen der Audi BKK wird für bereits bestehende und zukünftige Projekte bzw. Maßnahmen ein übergeordneter Rahmen gesteckt und trägt zum Unternehmenserfolg bei.

Zu Beginn des Projekts stellte sich die Frage, ob diese Entwicklung im Bewusstsein der Gesellschaft und die daraus abgeleiteten Unternehmensaufgaben auch bei der Belegschaft der Audi BKK bereits wahrgenommen wurden. Unsere Kolleginnen und Kollegen wurden deshalb frühzeitig in die Überlegungen miteinbezogen. Zunächst wurde eine interne Befragung durchgeführt, um herauszufinden, ob das Thema CSR bereits populär ist, ob Ideen oder Wünsche hinsichtlich CSR bestehen oder ob bereits private Aktivitäten geplant oder umgesetzt wurden. Die Umfrage wurde vom 4. März 2022 bis zum 18. März 2022 durchgeführt und von 114 Personen abschließend beantwortet.

NEIN

11,4%



Siehst du die Notwendigkeit, das Thema CSR in der Audi BKK umzusetzen?

JA

88,6%

Auf die Frage „Was bedeutet CSR für dich?“ konnten 53,98 Prozent der Befragten Stichworte zum Thema CSR nennen. Am häufigsten wurden Nachhaltigkeit/Umweltschutz, soziales Engagement/Verantwortung und Unternehmensverantwortung/Arbeitsplatzgestaltung genannt. Die übrigen Befragten gaben an, dass ihnen das Thema CSR nichts sagt.

Die Frage „Kennst du bereits bestehende Projekte zum Thema CSR bei der Audi BKK?“ wurde von 34,21 Prozent mit Ja und von 65,79 Prozent mit Nein beantwortet. Als bekanntestes Projekt wurde mit überwiegender Mehrheit die Projektgruppe „Naln“ genannt. Darauf folgte der CO2-Fußabdruck.

Die Frage „Siehst du die Notwendigkeit, das Thema CSR in der Audi BKK umzusetzen?“ wurde von 101 Personen (88,6 %) mit Ja und von 13 Personen (11,4 %) mit Nein beantwortet. Die Notwendigkeit der Umsetzung von CSR sahen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vor allem in Aspekten der Zukunftssicherung: Wettbewerbsvorteile, Umweltschutz, soziale Vorbildfunktion als Krankenkasse für die Gesellschaft und Wirtschaft sowie Arbeitgeberattraktivität. Personen, die keine Notwendigkeit für CSR sahen, begründeten dies mit dem ihrer Meinung nach bereits ausreichenden Engagement im Bereich CSR sowie dem fehlenden gesetzlichen Auftrag, mehr zu tun.

Das Ergebnis zeigt, dass knapp 90 Prozent der Befragten dem Thema eine hohe Bedeutung beimessen.

GEMEINSAM IN EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFT

Wenn wir uns als Krankenkasse im Speziellen oder als BKK-System im übergeordneten Sinn zukunftssicher aufstellen wollen, müssen wir größer denken. Deshalb ist CSR in der Zukunftsstrategie der Audi BKK fest verankert. Ab 2023 wird diese Querschnittsaufgabe in der Organisationsstruktur integriert. Wenn wir über das Thema Zukunftssicherung sprechen, hat die ökologische Verantwortung sowie das soziale Engagement für moderne gesetzliche Krankenkassen enorm an Bedeutung gewonnen. Beide Themen haben Einfluss auf die Wettbewerbssituation und auch auf die Arbeitgeberattraktivität. Die Bundesregierung hat die hohe Relevanz des Themas erkannt und ein Maßnahmenprogramm für die öffentliche Verwaltung erstellt. Mit BAS-Rundschreiben vom September 2021 sind alle Krankenkassen aufgefordert, sich an dem Maßnahmenpaket zu orientieren und sich bis 2030 zu einer klimaneutralen Körperschaft zu entwickeln. Dieses Maßnahmenprogramm ist bereits in unser CSR-Konzept eingeflossen und wird uns die nächsten Jahre leiten. Wir als Audi BKK sind Teil einer großen BKK-Familie. Deshalb engagieren wir uns auch auf Dachverbandsebene bei der Initiative „Green Health“ im Kernteam sowie bei einzelnen Sprints, um dieses wichtige Thema gemeinsam voranzutreiben.

Die Pandemie hat gezeigt, wie wichtig ein funktionierendes Gesundheitswesen, wie wichtig funktionierende Lieferketten und wie wichtig der Klimaschutz für zukünftige Generationen sind. Wie können wir als BKK-System dazu beitragen, eine nachhaltige und krisensichere Versorgung sicherzustellen sowie als BKK-System selbst krisensicher aufgestellt zu sein?

Indem wir das Thema CSR anpacken, ins Bewusstsein relevanter Stakeholder bringen und gemeinsam handeln.

AUSBLICK

Kinder und junge Erwachsene werden vom Klimawandel am stärksten betroffen sein und sind zugleich die Akteure von morgen. Mit diesem Verständnis stellt sich die Audi BKK als regionale Gesundheitspartnerin gemeinsam mit der pronova BKK und der Blue Marble Health GmbH einer der wohl größten Herausforderungen unserer Zeit. Als First Mover für das BKK-System haben wir gemeinsam das innovative Projekt „Blue Marble Health“ ins Leben gerufen. Mit einer zielgruppen-gerechten Ansprache werden die Handlungskompetenzen von Schülerinnen und Schülern für einen nachhaltigen und gesunden Lebensstil mit dem Fokus auf eine klima- und umweltschonende Ernährung und Bewegung gestärkt. Mit Unterrichtsmaterialien und einer dazugehörigen App können Lehrkräfte das Thema in ihren Lehrplan einbauen. Konzipiert sind die Materialien für Schülerinnen und Schüler ab der 10. Klasse. Das Projekt fokussiert nicht nur die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen, sondern trägt auch dem Gedanken der „Fridays for Future“-Bewegung Rechnung. Mehr zum Thema lesen Sie auf Seite 26. ■