

## Corporate Social Responsibility (CSR)-Label für Flottenbetreiber im Strassengüterverkehr

### Das «Plus» für Mensch und Unternehmen

#### Herausforderung Fahrermangel

- Ausgewählte Gründe: Unattraktive Arbeitsbedingungen, bescheidene Entlohnung, hohe Qualifikationskosten
- Anhaltend starke konjunkturelle Entwicklung
- Hoher Anteil an Fahrern im Alter 50+

#### Ziele eines CSR-Labels

- Signaling und Kommunikation sozialer Leistungen an Fahrer, Verlager und breite Öffentlichkeit
- Schaffung eines transparenten und glaubwürdigen Labels (Audits, Fremdbeurteilungen)
- Hohe Reichweite und grosser Bekanntheitsgrad

#### Bisherige Massnahmen durch den Staat

- Richtlinien zur Förderung der Aus- und Weiterbildung von Berufskraftfahrern
- Richtlinien zur Wochenruhezeit verpflichten bei längeren Pausen zur Übernachtung ausserhalb des Lkws

#### Konzept des CSR-Labels

- Differenzierte und transparente CSR-Dimensionen mit freiwilligen Basisanforderungen
- Label richtet sich auf die Stärkung der Attraktivität des Flottenbetreibers aus Sicht der Fahrer aus
- Feedback-Funktion durch Fahrer via App

#### Bestehende (CSR-)Labels

- «FairTruck»: Label mit geringer Akzeptanz, konzeptionell (noch) nicht ausgereift
- «AttraktiverArbeitgeber»: Zertifikat mit geringer Signalwirkung, nicht speziell auf Strassengüterverkehr ausgerichtet

#### Benefits für Flottenbetreiber

- Bessere Chancen bei Rekrutierung von Fahrern
- Digitale CSR-Plattform verbessert Verständnis für Belange der Fahrer und schafft Transparenz
- CSR-Label fördert Reputation des Unternehmens und unterstützt PR der Flottenbetreiber



**Prof. Dr. Wolfgang Stölzle**  
Geschäftsführender Direktor  
Institut für Supply Chain Management  
Universität St.Gallen  
Telefon: +41 71 224 7280  
E-Mail: wolfgang.stoelzle@unisg.ch



**Victor Wildhaber, M.A. HSG**  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter  
Institut für Supply Chain Management  
Universität St.Gallen  
Telefon: +41 71 224 7134  
E-Mail: victor.wildhaber@unisg.ch