

拜耳的“病”应如何诊治?

8月7日,拜耳于近期在上海举办志愿者活动的媒体宣传稿,出现在包括拜耳企业社会责任负责人在内的、以各大企业社会责任负责人为主的微信群里。

和以往大部分见诸媒体的拜耳志愿者活动宣传稿件一样,在其中,拜耳继续高调宣传其来自全国各地的百名员工志愿者为培养孩子的卫生健康习惯而奉献出的志愿者精神。

但是,对于其5月底在四川雅安某学校开展的可能伤害到儿童健康的员工志愿者的行为,拜耳公司仍然继续保持沉默。

健康课“不健康”

7月3日,本报以《做假的疫苗和污染的牙刷》为题,“有图有真相”地报道了世界知名500强企业之一的拜耳公司——该公司是以关注健康、生产各类药物而闻名天下——在四川雅安某学校以“卫生健康教育课”的名义开展的活动,有可能为幼儿造成安全和卫生隐患。

该文指出,在5月底的周日,四川雅安的数十名家长带着幼小的孩子冒雨前来学校上拜耳公司组织的“卫生健康教育课”,但是拜耳的员工志愿者明显没有任何带孩子、教孩子的经验,尽管看上去已经很努力,但课堂上依然乱糟糟。

更糟糕的部分是,拜耳对可能造成的“安全和卫生隐患”的忽视:拜耳员工志愿者将已经污染的牙刷直接给孩子使用,为三岁以下孩子提供“禁用”牙刷,教尚不可以独立刷牙的孩子“独立”刷牙等。

拜耳大中华区总裁朱丽仙则置幼小孩子于危险处境:朱丽仙从进入教室开始,就一直笑着抱着怀里的孩子晃来晃去。这个孩子两岁三个月,嘴巴

里还含着不适合她用的、坚硬的牙刷。

这节课至少有半个小时,朱丽仙一直抱着那个两岁三个月的孩子。活动一结束,站在教室外的一个年轻妈妈着急地冲进教室,抱起了快要哭的孩子。

同时,这场活动送给孩子的东西少得可怜——在拜耳员工志愿者送给孩子们漂亮的“拜耳健康卫生包”里,只有那把已经被脱掉“衣服”的牙刷,和一条毛巾。

在该文发表后,凤凰网等网络媒体以《以关注健康之名,行毁坏健康之事!拜耳住手》的标题,进行了转载。

约30万的成本

有媒体以《30万都花了,为何不多买几把牙刷》为标题,为拜耳在四川雅安组织的志愿者活动算了一笔账:拜耳为这次活动,支付的成本费用大约是30万元。

在这次活动中,除了数十位来自上海和北京的拜耳员工,还包括来自德国的拜耳04勒沃库森足球俱乐部的两位工作人员,并有一名同行的德国家属(尚不知该家属往返德国的各种费用由谁支付),再加之拜耳中国项目的合作人员以及来自北京、上海和广州的近10家中国媒体记者,此番去四川的总人数在30人左右。这30人的飞机票、五星级酒店的住宿及餐饮、游玩安排等一条龙的服务,共产生的费用大约是30万元。

可是,拜耳公司赠送的健康包值多少钱呢?同行媒体估算,一个包加上一条毛巾和一把牙刷,最多值50元,就算牙刷和毛巾是从德国送过来的具有纪念意义的高档用品,在30万元的活动成本前也显得微不足道。

而就牙刷本身来说,也不知



图为5月底雅安志愿者活动中抱着未满三岁儿童刷牙的朱丽仙(活动参与者供图)

为何拜耳不能为每个孩子提供包装好的一盒牙刷(两只装),却把包装拆开分发,况且还是三岁以下儿童禁用的牙刷。这究竟是无心之过,还是根本就没有把受益对象放在心上?

反观拜耳公司本身一直在各大媒体上树立其企业社会责任积极响应者和典范的形象,而其开展的、主要以志愿者活动为主体的企业社会责任活动也获得了各种奖项,朱丽仙本人在数年来则一直在各种场合宣传拜耳的企业社会责任担当。

志愿者活动秀

朱丽仙曾在接受主流媒体采访时多次表示,企业社会责任是企业基因的一部分,和企业使命完全结合在一起,拜耳不仅要追求业务上的绩效,也希望通过满足所有利益相关方的需求,创造美好的生活。

拜耳的志愿者活动,是拜

耳在中国承担企业社会责任主要的一种方式。拜耳自己宣称:拜耳的近5000名注册志愿者已经在全国的15个城市开展了志愿服务,累计服务时间67383小时。

但是志愿者服务的成效,绝对不应简单地以志愿者人数和时间的多寡来衡量,而应以受益者的角度来衡量志愿服务的优劣。一个好的企业的志愿者活动,对内,可以凝聚员工对企业的忠诚度,同时,可以让员工将志愿精神带到自己的生活中,让这个世界更美好;对外,可以体现一个企业对于社会的责任和担当,树立良好的企业品牌形象。

而以秀为主的志愿者活动,尽管对外仍然可以树立企业的责任形象,但从内部员工角度而言,感受不到美好的志愿服务的精神,形成不了对企业的信任感,也会对企业虚假的表演而厌烦,最终形成一

种懒散、应付的企业文化,让企业只是“看上去很美”。

针对拜耳的志愿者活动中出现的问题,企业社会责任领域的专家感慨:企业一定要记住志愿者活动的初心。

在拜耳志愿者活动中出现的种种对儿童健康忽视、对儿童不尊重的行为,都与拜耳企业使命相违背。而“海恩法则”告诉我们,任何问题的出现,都绝非偶然。

为了让志愿活动与拜耳创造美好生活的企业使命不违背,拜耳必须用“刮骨疗法”:对内,需要彻底地重新整顿志愿者服务体系,杜绝任何“秀”的志愿者行为;对外,坦承拜耳志愿者服务所犯的错误,并对上过课的孩子真诚地道歉,同时,给孩子们补上一堂真正的健康课,给孩子们一个真正“有内容”的健康包。

(猫小姐)

北京发布社会企业认证办法

“北京的社会企业发展以社会问题和民生需求为导向,聚焦养老服务、公益慈善、社区服务、物业管理等领域。”2018年8月11日,中国社会企业论坛北京峰会暨北京社会企业联盟成立仪式举办,并首次发布了《北京市社会企业认证办法(试行)》,使北京社会企业发展有了可参照的规范标准。

中共北京市委社会工委书记、市社会办主任宋贵伦在会上指出,北京社会企业发展工作虽然起步较早,但总体而言仍处于初级阶段,要按照提高社会治理社会化水平的要求,

以开放的心态,平等地对待各类社会主体,整合社会各种资源,动员社会企业和社会组织等多个主体,共同参与社会治理和城市管理。

同时,北京积极将具备基本条件的商业企业和民生类社会组织纳入视野,加快推进转化升级,经过相应的程序,认证一批社会企业;将市场化运作经验引入公益组织的模式设计和运营中,形成新的中华公益与慈善文化的潮流。

北京社会企业联盟宣告成立后,将积极发挥在政策支持、资源整合、组织体系、品牌活

动、社会公信度等方面的优势,增强对社会企业的服务联系和吸引凝聚,推动北京社会企业的健康有序发展。

峰会发布的《北京市社会企业认证办法(试行)》明确提出,社会企业是指以优先追求社会效益为根本目标,持续用商业手段提供产品或服务,解决社会问题、创新公共服务供给,并取得可测量的社会成果的企业或社会组织。

社会企业认证工作由北京社会企业发展促进会推动实施,坚持政府引导、社会参与、择优扶持等基本原则,从使命

任务、注册信息、信用状况、经营管理、社会参与、社会效益、可持该办法倡导社会企业以社会问题和民生需求为导向,以解决社会问题、创新社会治理、提升公共服务水平为首要目标或宗旨,包括但不限于养老服务、公益慈善、社区服务、物业管理、环境保护、精准扶贫、文化体育、生态农业、食品安全等,其发布使北京社会企业发展有了可参照的规范标准。会上还为北京市社会企业12家试点单位、示范点单位进行了授牌。

峰会上举办了北京社会

企业联盟成立仪式,发布了《北京社会企业联盟章程(试行)》。该联盟是由北京社会企业发展促进会发起成立的民间性、互助性、公益性为主导的联合体,主要为成员单位提供政策法律、品牌建设、培训教育、交流合作等方面的支持和服务,及时帮助成员单位解决发展过程中遇到的各种困难和问题。

目前,北京已有17家机构获得中国慈展会社会企业认证,其中3家获得“金牌社企”称号。

(据《法制晚报》)