



Kleine Ursache, große Wirkung:
Schon mit geringem Aufwand
können Firmen viele positive
Veränderungen erreichen

GETTY IMAGES/ANDY RYAN

Engagement für die ZUKUNFT

Wie können Unternehmen erfolgreich Gutes tun? Phineo analysiert die langfristige Wirksamkeit

Firmen, die von ihrem Erfolg etwas an andere abgeben, tun etwas für ihr Image. Gleichzeitig erhöht Engagement die Mitarbeiterbindung. Die eine oder andere Lösung zahlt sich langfristig auch wirtschaftlich aus. Etwa, indem neue Märkte erschlossen werden oder Know-how aufgebaut wird.

VON LEILA HAIDAR

Gerade mal 48 Euro kostet es, in Angola ein Kind für ein ganzes Jahr zu ernähren. Und diese Kinder müssen nicht arbeiten, sondern können in die Schule gehen. Diesen Hebel nutzt das Softwareunternehmen Easysoft und hat sich 2011 verpflichtet, allen Schülern der Caisombo Primary School im Westen des afrikanischen Landes das Essen zu zahlen. Die Anzahl der Schüler wächst ständig – inzwischen sind es 282 und der Metzinger IT-Dienstleister zahlt jährlich knapp 14.000 Euro. Für die drei Geschäftsführer gehört dieses Engagement zu ihrer sozialen Verantwortung, die sie als Unternehmer empfinden. „Das Projekt passt für uns ideal, weil unsere Software Bildung und Personalentwicklung unterstützt“, begründet das Geschäftsführer Andreas Nau. Mit JAM Deutschland hat das Unternehmen einen verlässlichen Partner gefunden, der sämtliche Spenden direkt in afrikanischen Projekten umsetzt.

Für Wiebke Gülcibuk ein nachvollziehbares Beispiel von Corporate Social Responsibility, kurz CSR. Oft ist das soziale Engagement von mittelständischen Unternehmern „historisch“ begründet, so die Kommunikationsleiterin von Phineo, einem Berliner Analyse- und Beratungshaus für wirkungsvolles gesellschaftliches Engagement: Beispielsweise eine Familie, die Urlaub in Indien gemacht und das Elend der Stra-

ßenkinder dort gesehen hat und nun Geld für ein Waisenhaus gibt. Oder der Inhaber hat früher Volleyball gespielt und spendet an den Verein aus alter Verbundenheit. „Wir wollen Unternehmen unterstützen, dieses Engagement zu systematisieren und eine Strategie zu entwickeln“, so die Politologin und Volkswirtin, die seit der Gründung vor zehn Jahren für die gemeinnützige Aktiengesellschaft arbeitet.

So würden die Berliner Berater die Easysoft-Geschäftsführer fragen: „Welches Problem wollen Sie in Afrika lösen? Wollen Sie das allein machen oder mit anderen Unternehmen zusammen? Wollen Sie ein Projekt unterstützen, das bereits erfolgreich läuft?“ Vor allem verfügt Phineo über ein Analysetool, mit dem sich nachweisen lässt, ob sich in dem Dorf für die Kinder wirklich etwas verändert und was das Engagement konkret bewirkt. Denn die Teilnahme am Unterricht bedeutet nicht unbedingt, dass alle Kinder lesen können, sich weiterbilden oder sich die Dorfgemeinschaft weiterentwickelt, sagt die Berlinerin.

Phineo wurde als gemeinnützige Aktiengesellschaft gegründet, weil diese Rechtsform laut der beiden Gründer und Vorstände Andreas Rickert und Klaus-D. Becker eine hohe Transparenz verspricht. Aktuell arbeiten 40 Menschen bei Phineo, darunter Politologen, Juristen, Betriebswirte oder Biologen. Ihr Anliegen: Unternehmen und gemeinnützige Organisationen zusammenzubringen. Denn aktive und kreative Non-Profit-Organisationen stärken die Zivilgesellschaft und damit auch die Wirtschaft und die Menschen, die dort arbeiten. Die Berliner suchen deshalb Organisationen, die die aktuellen gesellschaftlichen Probleme zu lösen versuchen, sich für den Klimaschutz einsetzen, gegen Rechts oder gegen die

Kinderarmut, so dass etwa von Unternehmen gespendete Gelder eine besonders große Wirkung entfalten können. Seit Mai 2010 verleiht Phineo ein Wirk-Siegel: Von den 776 sozialen Organisationen wurden AG 227 für wirkungsvoll befunden.

Je nachdem, wie intensiv sich die Unternehmensleitung bereits mit dem Thema CSR beschäftigt hat, reicht manchmal schon ein Workshop aus, um ein Engagement gezielt auf den Weg zu bringen, weiß Wiebke Gülcibuk. Oft durchlaufen kleine und mittelständische Betriebe diesen Prozess schneller als Konzerne, die Phineo vor allem in den ersten Jahren nach der Gründung beriet. Es kann aber auch ein halbes oder ganzes Jahr dauern, bis ein Unternehmen die passende Ausrichtung gefunden hat, weil sich die Führungskräfte überlegen müssen, wie sich ihr Unternehmen überhaupt positionieren soll. Denn hinter dem Thema CSR steckt nicht unbedingt altruistisches Mäzenatentum allein, sondern Unternehmer wollen eventuell einen Markt entwickeln oder eine spezielle Reputation gewinnen, um potenzielle Mitarbeiter auf sich aufmerksam zu machen.

„In fünf bis zehn Jahren werden uns junge Menschen fragen, was macht ihr für das Gemeinwohl?“, vermutet Walter Stuber. Wer darauf keine schlüssige Antwort hat, wird als Arbeitgeber nicht zum Zuge kommen, spekuliert der Geschäftsführer des Sondergerüstbauers Gemeinhardt Gerüstbau Service. „Wir reduzieren beispielsweise seit Jahren unseren Papierverbrauch“, erzählt er. So haben seine Bauleiter alle ein Tablet mit sämtlichen Daten über das jeweilige Projekt. Aber fördert er damit wirklich das Gemeinwohl oder schützt überhaupt die Umwelt? Denn im Tablet stecken etwa Kupfer und seltene Erden, die wahrscheinlich auch noch unter

problematischen Arbeitsbedingungen gewonnen werden – vom höheren Stromverbrauch ganz abgesehen. „Gemeinwohloökonomie ist ein wahnsinnig vertracktes Thema“, findet Stuber.

Soziales Engagement wird auch bei Gemeinhardt schon lange großgeschrieben. Neben zahlreichen anderen Aktivitäten spendete das Unternehmen aus Roßwein bei Dresden in diesem Jahr Schutzbrillen für einen Steinbruch in Uganda. „In unserem Unternehmen ist Arbeitsschutz selbstverständlich und wichtig“, so Stubers Geschäftsführer-Kollege Dirk Eckart. Doch in dem afrikanischen Land verlieren Steinbrecher das Augenlicht durch Gesteinssplinter, darunter auch Kinder.

Doch der Führungsmannschaft war das nicht genug. Vor einigen Monaten fragten sie sich, ob Gemeinhardt ein erfolgreiches Unternehmen ist. Klar, lautete die erste Antwort: Das Unternehmen macht Gewinn, die Anzahl der Aufträge steigt, mehr Mitarbeiter arbeiten für den Sondergerüstbauer, die Kunden sind begeistert. Aber ist Wachstum das entscheidende Argument für Unternehmenserfolg, wenn dieses Wachstum auf Kosten der Umwelt geht oder eventuell Zulieferer unter miserablen Arbeitsbedingungen in Billiglohnländern fertigen? „So lange unsere Gerüste aus Stahl oder Aluminium gefertigt sind, werden wir in diesem Bereich ein Defizit haben“, sagt Stuber.

Dirk Scheffler, der Gemeinhardt beim Thema Gemeinwohloökonomie (GWÖ) unterstützt, stimmt dem grundsätzlich zu. Allerdings schränkt der zertifizierte GWÖ-Berater aus Leipzig gleichzeitig wieder ein: Stahl sei gut zu recyceln, zudem gehe der Betrieb achtsam mit den Gerüsten um und nutze sie dadurch sehr lange. Eine Gemeinwohloökonomie-Bilanz zu erstellen, ist eben kompliziert. Aktuell erstellen lediglich 150 Unternehmen in Deutschland eine Bilanz, davon sind 90 Prozent kleine und mittelständische Betriebe, die stark von dem Inhaber geprägt sind.

Der Umweltpsychologe sagt, dass es bei dem Ausgleich von Ökonomie, Ökologie und Sozialem immer um vier

Aspekte geht: Menschenwürde, solidarisches und gerechtes Miteinander, demokratisches und transparentes Handeln sowie Ressourcen: „Gemeinhardt kann das Defizit, das sie als Stahlnutzer haben, durch andere Stärken ausgleichen“. Beispielsweise sieht er den Mittelständler beim Thema Betriebliches Gesundheitsmanagement weit vorne.

CSR ist ein langfristiger Entwicklungsprozess, in dem jedes Unternehmen andere Prioritäten setzen wird. Entscheidend ist, dass bei den eigenen Mitarbeitern, aber auch bei Lieferanten,

”

ÖKONOMIE FÜR DAS
GEMEINWOHL IST
EIN WAHNSINNIG
VERTRACKTES
THEMA

WALTER STUBER, Geschäftsführer

Kunden und Geschäftspartner eine höhere Sensibilität entsteht. So hat Märkisches Landbrot, als einer der GWÖ-Vorreiter, die Betriebe, die das Brot ausliefern, dazu gebracht Biogas- und Elektroautos zu nutzen.

Walter Stuber und Dirk Eckart, die auch als Mutmacher Vorträge halten, gefallen diese Aussichten: „Wir möchten mit Partnern zusammenarbeiten, die ähnlich ticken wie wir, die sich mit den langfristigen Auswirkungen ihres unternehmerischen Handelns auseinandersetzen“. Die Zeit halten sie für reif, denn nicht nur Mitarbeiter achten darauf, wie sinnstiftend und befriedigend ihre Arbeit ist. Auch mittelständische Auftraggeber werden künftig ein Auge darauf haben, wie sich ihre Geschäftspartner gegenüber der Umwelt, den Mitarbeitern und der Gesellschaft verhalten.

ANZEIGE



sparkasse.de

Weil wir den Motor der
Wirtschaft am Laufen halten.
In Deutschland und an
64 Standorten weltweit.

Deutsche Leasing Die Landesbanken

Finanzgruppe

Geld für das Gute: Stiftungen oder Investitionen in Sozialunternehmen

Stiftungen

Unternehmen wie Würth, Trumpf oder Diehl, die statt direkt zu spenden auf Stiftungen setzen, haben es angesichts der derzeitigen Zinsflaute schwer. Abgesehen davon, dass viele Stiftungen über ein zu geringes Kapital verfügen und bereits vor dem Zinsrückgang kaum effektiv wirtschaften konnten, kommt gegenwärtig aus dem bestehenden Kapital keine nennenswerte Rendite mehr. Deshalb versuchen viele Stiftungen, zusätzliche Spenden einzuzwerben, mit denen sie aktuell arbeiten können. Die Gründung einer Stiftung lohnt sich nur für größere Mittelständler.

Impact Investing

Ein anderer Weg für Unternehmen, sich sozial zu engagieren, nennt sich Impact Investing. Ziel ist es, Projekte zu unterstützen, die eine soziale und eine wirtschaftliche Rendite abwerfen. Beispiel: Ein Unternehmen unterstützt einen Ofenbauer in Afrika. Einerseits werden durch den speziellen Ofen weniger Schadstoffe in die Umwelt geblasen, was bereits bei den kochenden Frauen zu einer spürbaren Verbesserung der Gesundheit führt. Andererseits erwirtschaftet der Ofenbauer einen Gewinn, der entweder teilweise zurück an den Geldgeber fließt oder wieder investiert wird, um die Pro-

duktion zu vergrößern und weitere

Arbeitsplätze zu schaffen. Wichtig ist, dass die positive soziale oder ökologische Wirkung messbar ist.

Wirkungsorientierte Investitionen können auch in Start-ups fließen, die gesellschaftliche Probleme mit unternehmerischen Mitteln angehen. Eines, das mehrfach ausgezeichnet worden ist, heißt „Discovering Hands“. Das Unternehmen nutzt den Tastsinn blinder Frauen für die Brustkrebs-Früherkennung. Das Verfahren erhöht die Überlebenschancen Betroffener, senkt die Kosten für das Gesundheitssystem und außerdem werden blinde Frauen in den Arbeitsmarkt integriert.