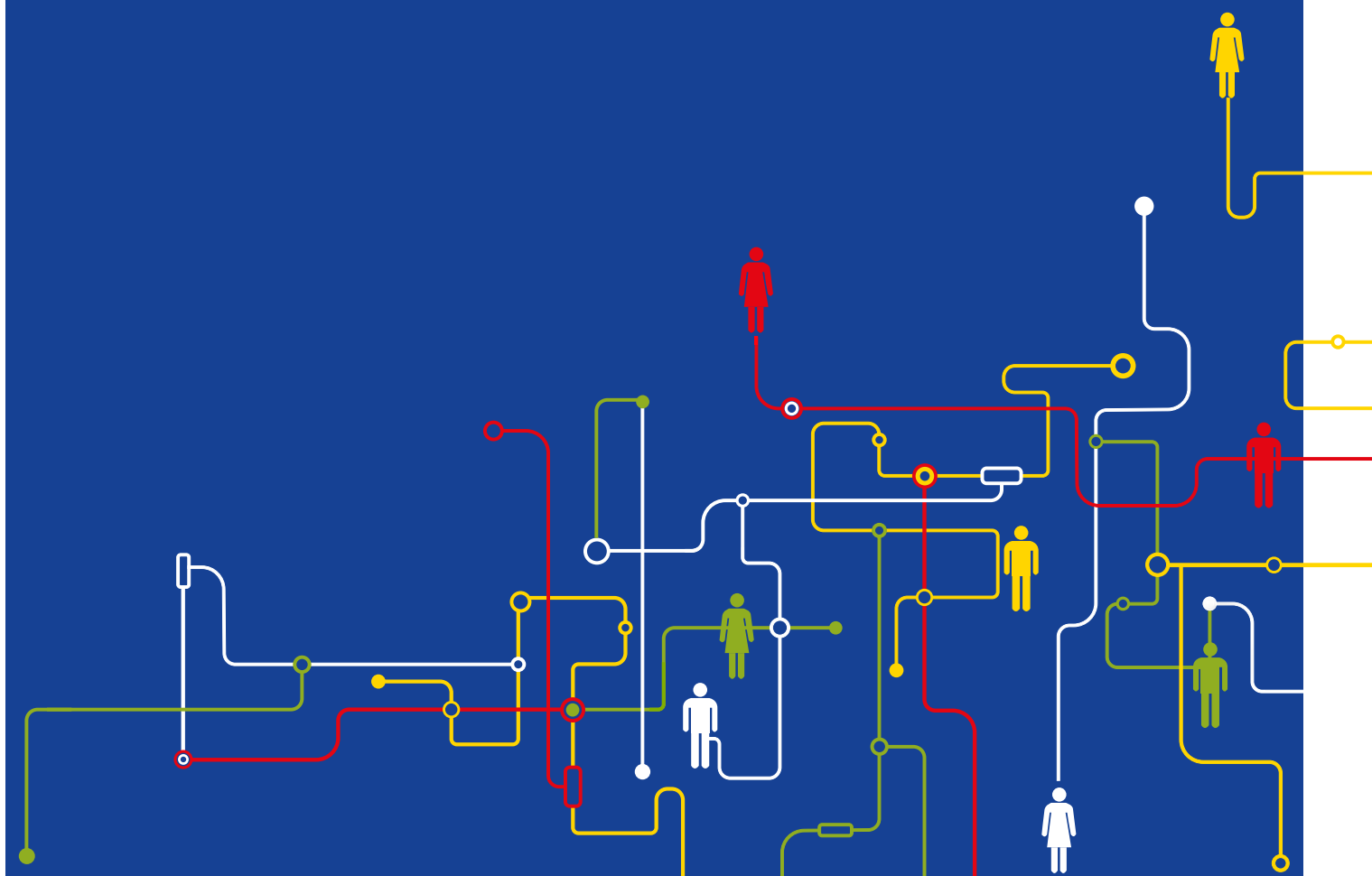
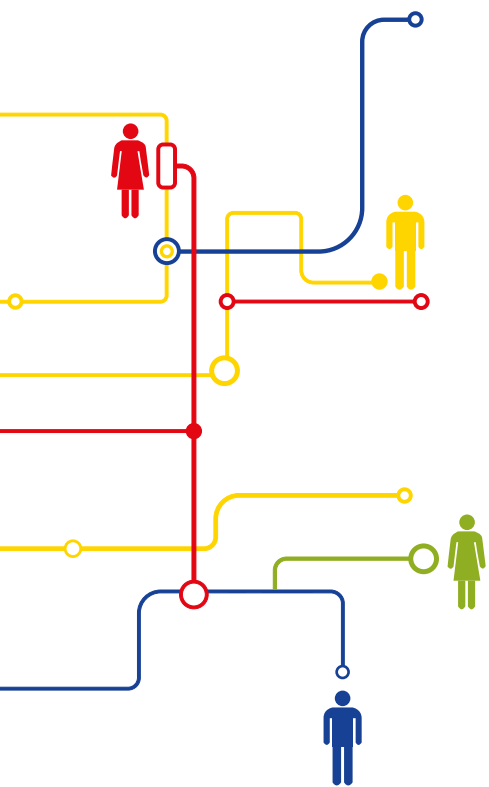


Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand

Eine Auswahl an Expertinnen und Experten
stellt sich vor

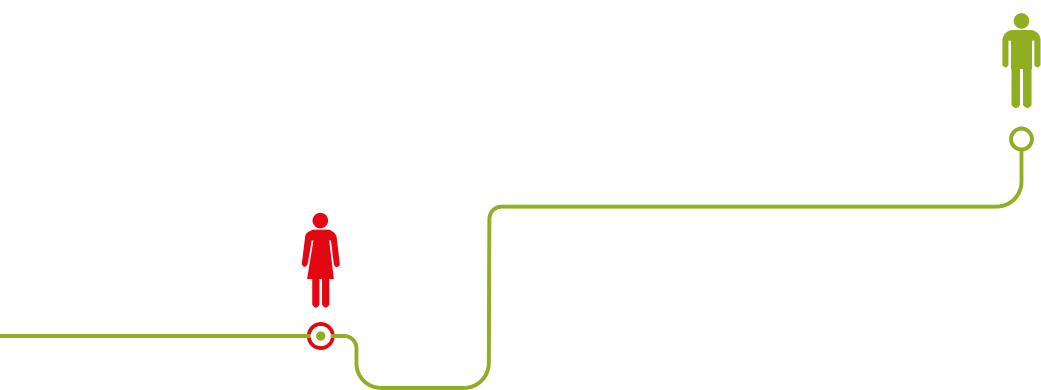


Projekte im Rahmen des BMAS-Förderprogramms „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“



Inhalt

Vorwort	5
Soziale Pflege Steinburg (SPS): mitarbeiter- und gemeinwohlorientierte Unternehmen in der Altenpflege	6
Die Verantwortungspartner-Methode	10
CSRegio – Nordbayern durch unternehmerische Verantwortung stärken	18
Business Case Biologische Vielfalt	22
Smart Energy in SME	24
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bevorzugen Arbeitgeber, die sich sozial engagieren	28
Spürbare CSR in der IT-Branche	32
„Autos kaufen keine Autos!“	36



Vorwort

Jörg Trautner, Referatsleiter Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen
Corporate Social Responsibility, Bundesministerium für Arbeit und Soziales



Für die große Mehrheit der Mittelständler in unserem Land ist verantwortliches Handeln eine Frage der Überzeugung. Unternehmerinnen und Unternehmer sind sich bewusst, dass eine verantwortliche Unternehmensführung einen wesentlichen Beitrag zur Bewältigung gesellschaftlicher, globaler und regionaler Herausforderungen leisten kann: Sei es, indem Unternehmen

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch eine mitarbeiterorientierte Personalführung fördern,
- das Potenzial älterer Beschäftigter erkennen und nutzen,
- mit natürlichen Ressourcen schonend und effizient umgehen und/oder
- durch Engagement vor Ort zur nachhaltigen Entwicklung der Region beitragen

Immer stärker wird deutlich, dass ein Mehr an Verantwortung auch für Unternehmen Vorteile mit sich bringt: Immer mehr Kunden und Investoren wollen wissen, ob die Produkte, die sie kaufen oder in die sie investieren, nachhaltig und möglichst unter fairen Bedingungen hergestellt worden sind. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wollen sich mit dem Unternehmen, in dem sie arbeiten, positiv identifizieren können. Es ist nicht von der Hand zu weisen: Eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung verschafft einen verbesserten Zugang zu Kunden, Talenten und Geschäftspartnern.

Die Bundesregierung möchte die gelebte Verantwortung im Mittelstand nach Kräften fördern und vorbildliche Beispiele bekannter machen. Mit dem im Oktober 2010 vom Bundeskabinett beschlossenen „Aktionsplan CSR“ hat sich die Bundesregierung das Ziel gesetzt, die Idee einer verantwortlichen Unternehmensführung in die Breite zu tragen.

Im Fokus der Aktivitäten steht insbesondere der Mittelstand als Rückgrat der deutschen Wirtschaft. In diesem Zusammenhang hat das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) mit dem Förderprogramm „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“ Ende 2011 ein passgenaues Angebot an Qualifizierungsmaßnahmen für verantwortliche Unternehmensführung in kleinen und mittleren Unternehmen auf den Weg gebracht.

35,7 Millionen Euro werden mithilfe des Europäischen Sozialfonds (ESF) für das auf drei Jahre angelegte Programm zur Verfügung gestellt, damit kleine und mittlere Unternehmen Konzepte für eine verantwortliche Unternehmensführung in ihren Betrieben einführen und langfristig verankern können.

Das Förderprogramm hat wichtige Impulse hin zu mehr Nachhaltigkeit im deutschen Mittelstand gegeben und gilt als vorbildlicher Beitrag Deutschlands bei der Förderung von Corporate Social Responsibility (CSR) im Mittelstand. Hinter den ausgewählten Projekten stehen bundesweit rund 2.000 mittelständische Unternehmen, die sich auf den Weg gemacht haben, ihre alltägliche Geschäftspraxis sozial und ökologisch verantwortungsvoll zu gestalten. Gute Erfolgsbeispiele in allen Teilen des Landes stimmen zuversichtlich, dass wir mit dem Förderprogramm einen Stein ins Rollen gebracht haben, der das Prinzip der Nachhaltigkeit noch stärker in kleinen und mittleren Unternehmen verankern wird. Jetzt gilt es, diesen Prozess durch regionale Vernetzung von kleinen und mittleren Unternehmen und durch den Transfer guter Beispiele langfristig zu verstetigen. Es würde mich sehr freuen, wenn die guten Beispiele in dieser Broschüre zahlreiche Nachahmer finden werden.

Soziale Pflege Steinburg (SPS): mitarbeiter- und gemeinwohlorientierte Unternehmen in der Altenpflege

Der Kampf um die besten Talente hat längst begonnen

Maria Meiners-Gefken

Kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) des Pflegebereichs im Kreis Steinburg (Schleswig-Holstein) stehen in Zeiten des demographischen Wandels vor besonders großen Herausforderungen; da sind sich alle betroffenen Einrichtungsleitungen einig. Der „Staubsauger“ Hamburg zieht Auszubildende und ausgebildete Fachkräfte in die Großstadt, während ältere und pflegebedürftige Menschen auf dem Land zurückbleiben. Erschwerend kommt hinzu, dass sich junge Menschen immer weniger für eine Ausbildung im Pflegebereich begeistern lassen.

Können Aktivitäten für ein gezieltes und freiwilliges gesellschaftliches Handeln bei der Bewältigung des demographischen Wandels für Pflegeeinrichtungen eine Rolle spielen? Ist ein mitarbeiter- und gemeinwohlorientiertes Engagement im anspruchsvollen Pflegealltag überhaupt möglich? Diese Fragen greift die Akademie für Gesundheits- und Sozialberufe (AGS) in Itzehoe im Rahmen des Projekts „Soziale Pflege Steinburg – SPS“ auf. Als starker Partner der Gesundheits- und Sozialwirtschaft unterstützt und begleitet sie seit Ende 2011 sieben kooperierende Pflegeunternehmen der Region mit dem Ziel, motivierte und gut qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu binden, weiterzuentwickeln und in der ländlichen Region zu halten.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind im Pflegebereich neben den Bewohnern und deren Angehörigen die ent-

scheidenden Stakeholder, die für den unternehmerischen Erfolg der Einrichtungen stehen. Gut qualifizierte und motivierte Pflegekräfte sorgen für zufriedene Bewohner und Angehörige. Der gute Ruf der Pflegebetriebe steht und fällt mit den Fähigkeiten ihrer Leitungen und Beschäftigten.

CSR ist Chefsache

Die Sensibilisierung zum Projektvorhaben, die Vermittlung des Corporate-Social-Responsibility-(CSR-)Verständnisses und die Umsetzung der geplanten Projektinhalte verlaufen in den einzelnen Betrieben recht unterschiedlich. Die Mitarbeit am Projekt entwickelt sich in Abhängigkeit von der persönlichen Bereitschaft der jeweiligen Einrichtungsleitungen, sich mit dem Thema zu beschäftigen, sowie von den zur Verfügung stehenden zeitlichen Ressourcen. In regelmäßig durchgeführten Round-Table-Gesprächen der „Chefs“ und der Projektleitung der AGS zeigen insbesondere zwei Aspekte einen hohen Handlungsbedarf: Zum einen wird deutlich, dass die Strategie zur Imageverbesserung der Altenpflege nur durch gemeinsame Aktionen der Pflegeeinrichtungen und durch ein professionelles Marketing gelingen kann. Zum anderen sind innovative Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung in der Pflegebranche dringend erforderlich. Eine anonyme Mitarbeiterbefragung zur Arbeitszufriedenheit und -belastung, die in Verbindung mit Informationsveranstaltungen in den Betrieben erfolgte, bestätigt diese Einschätzungen.



Zufriedenheit im Alter und im Beruf

Das Berufsbild Altenpflege wird in der öffentlichen Diskussion sehr kritisch dargestellt. Die Steinburger SPS-Pflegebetriebe sehen die Notwendigkeit, die Ausbildung zur Altenpflegerin bzw. zum Altenpfleger attraktiver darzustellen. Sie bemühen sich, eine gemeinsame Sprache zu sprechen, um Fachkräfte für die Region Steinburg zu begeistern und eine Imagekampagne für Pflegeberufe und -betriebe zu entwickeln. Eine derartige regionale Zusammenarbeit von Pflegeeinrichtungen ist bislang einzigartig im Kreis Steinburg.

Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung

Zu den Maßnahmen der Mitarbeiterbindung zählen Qualifizierungspakete zur beruflichen Anpassung bzw. zum Erhalt der Arbeitszufriedenheit und zur beruflichen Weiterentwicklung. Weiterhin benötigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Unterstützung in physischen und psychischen Krisensituationen sowie Angebote zur Förderung der eigenen Gesundheit. Obwohl als wichtig erkannt, werden diese Maßnahmen im operativen Geschäft der Pflegebetriebe oft vernachlässigt. Der tägliche Zeitdruck, festgefahrene Verhaltensmuster und die hohe Arbeitsdichte verbunden mit nicht ausreichenden persönlichen und fachlichen Kennt-

nissen werden als Gründe dafür angegeben. Die AGS stellt den Führungskräften der Betriebe professionelle Trainer zur Seite, die Kompetenzschulungen durchführen und sie in ihren Tätigkeiten durch ein prozessbegleitendes Coaching unterstützen. Gemeinsam mit der AGS ist ein individuelles Qualifizierungspaket für alle Beschäftigten von der Pflege über Hauswirtschaft und Verwaltung aufgestellt worden. Die Schulungen werden entweder in den Betrieben selbst oder überbetrieblich in der AGS durchgeführt. Regelmäßig durchgeführte Evaluationen bestätigen die mitarbeitermotivierende Wirkung der Bildungsmaßnahmen. Die Möglichkeit der Teilnahme an Weiterbildungen, die über das gesetzlich geforderte Maß hinausgehen, gibt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das Gefühl der Wertschätzung und des Vertrauens.

Durch den ganzheitlichen Ansatz rücken die ehrenamtlich engagierten Helferinnen und Helfer sowie die pflegenden Angehörigen als Unterstützer der hauptamtlichen Fachkräfte in den Focus des Projekts „Soziale Pflege Steinburg (SPS)“. In Ansätzen sind bereits in allen SPS-Einrichtungen „Ehrenamtler“ im Einsatz. Über Informations- und Bildungsangebote versuchen die Pflegeeinrichtungen weitere Menschen für die ehrenamtliche Mitarbeit im Altenhilfebereich zu motivieren. Die AGS und die Pflegeeinrichtungen



„Man – POWER“ unterstützt den täglichen Fahrdienst der Tagespflege

unterstützen diese, indem sie Schulungen sowohl für interessierte Freiwillige als auch für hauptamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durchführen.

Fazit und Ausblick

Die Erfahrungen zeigen, dass ein aktives Engagement für die Beschäftigten und für das lokale Umfeld der Pflegeeinrichtungen die Identifikation der Region mit den Unternehmen erhöht. Das gute Image des Unternehmens trägt zur Gewinnung und Bindung von Pflegeexpertinnen und -experten bei. Gleichzeitig steigt mit der Zufriedenheit der Bewohnerinnen und Bewohner sowie der Angehörigen die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens. Die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen ist für die Entwicklung des ländlichen Raums enorm wichtig. Diese Win-win-Situation sorgt letztendlich dafür, dass die lokale Infrastruktur, wie Kindergärten, medizinische Grundversorgung usw., erhalten bleibt und die Lebensqualität vor Ort gewährleistet wird.

Kontaktdaten

Projekt	Soziale Pflege Steinburg
Organisation	Soziale Pflege Steinburg (SPS) Akademie für Gesundheits- und Sozialberufe GmbH (AGS)
Ansprechpartnerin	Dr. Maria Meiners-Gefken
Telefon	04821 7702578
E-Mail	maria.meiners-gefken@ags-sh.de
Website	www.ags-sh.de



Pflegedienst, Hauswirtschaft und Geschäftsführung im interdisziplinären Team

Case Study

Die Ahsbahs Stift gGmbH – ein mittleres Pflegeunternehmen im Zeichen von CSR

Ursprünglich als Krankenhaus gegründet, blickt das Alten- und Pflegeheim Ahsbahs Stift in Krempe, einer kleinen Stadt im südwestlichen Bereich von Schleswig-Holstein, auf eine über hundertjährige Geschichte zurück. Die Pflegeeinrichtung ist eng verwurzelt mit den Bewohnerinnen und Bewohnern der Krempermarsch, die in „ihrem Stift“ ihre letzte Lebensphase im gewohnten sozialen Umfeld verbringen können. Heute sind insgesamt 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in verschiedenen Bereichen beschäftigt: im betreuten Wohnen, in der Tagespflege, der ambulanten und stationären Pflege und der Service GmbH. Damit ist die Ahsbahs Stift gGmbH zu einem der größten Arbeitgeber der Kremper Region geworden.

„Aber wie schaffen wir es, auch in Zukunft Pflegekräfte an die Krempermarsch zu binden?“ fragt der Geschäftsführer, Roland Oosterhuis. „Die Anzahl der Mitarbeiter unserer Einrichtung, die jünger als 30 Jahre alt sind, können wir mit einer Hand abzählen.“ Das Unternehmen will es schaffen, einerseits die Arbeitsplätze der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch sein gesellschaftliches und wirtschaftliches Wirken zu sichern und andererseits mehr, vor allem auch jüngere Beschäftigte an das Unternehmen zu binden. Die Beschäftigten selbst stehen damit im Blickfeld des Unternehmens. Dazu zählen auch die zahlreichen ehrenamtlich Engagierten.

Als die Akademie für Gesundheits- und Sozialberufe (AGS) in Itzehoe dem Einrichtungsleiter Roland Oosterhuis das CSR-Projekt „Soziale Pflege Steinburg – SPS“ vorstellte, zeigte dieser sich sofort interessiert. Mittlerweile werden neben der Unternehmensleitung auch die Führungskräfte der Abteilungen Pflege, Hauswirtschaft, Betreuung und Verwaltung regelmäßig durch einen professionellen Trainer individuell und im Team gecoacht. Das Führungsverhalten und die Zusammenarbeit im multiprofessionellen Team werden systematisch analysiert und verbessert. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durchlaufen individuelle Schulungen, um als Mentoren ihr neues Wissen und ihre zusätzlichen Erfahrungen im Betrieb weitergeben zu können. Fest verankerte Routinearbeiten des Arbeitsalltags werden regelmäßig reflektiert. Alle Beschäftigten können auf Freiwilligenbasis zusätzliche Schulungsangebote wie Kommunikationstraining, Burnout-Prophylaxe und rücken-gerechtes Arbeiten wahrnehmen.

Die Ahsbahs Stift gGmbH setzt sich für Krempe und die Region ein. Umgekehrt binden die Kommunen, die Vereine und Verbände das Stift mit seinen Bewohnerinnen und Bewohnern bei vielen Gelegenheiten in ihre Aktivitäten mit ein. Ob beim Weihnachtsmarkt, dem traditionellen Gilde- und Kindergrünzug mit Stadtkapelle und Fahnen-schwenkern, beim herbstlichen Laternenumzug und bei Theateraufführungen: Das Ahsbahs Stift ist immer dabei. Unterstützt wird die Betreuung und Begleitung der Bewohnerinnen und Bewohner durch ein starkes Team von ca. 15 ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, vor allem von engagierten Seniorinnen und Senioren aus verschiedenen Berufsgruppen. Die AGS und das Ahsbahs Stift informieren Schülerinnen und Schüler vor Ort über das Berufsfeld Altenpflege und über die Lebenswelt älterer Menschen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Ahsbahs Stiftes sind vertreten in kommunalen Arbeitsgruppen zum Thema „zukünftige Seniorenpolitik der Krempermarsch“. „Wir sind jetzt auf einem guten Weg“, sagte eine Mitarbeiterin vor Kurzem zur Projektleiterin Maria Meiners-Gefken von der AGS. „Die Projektaktivitäten von SPS unterstützen uns Beschäftigte und die ehrenamtlich Tätigen in dem Bewusstsein, eine für die Gesellschaft wichtige und menschlich wertvolle Arbeit auszuüben. Für diese lohnt es sich auch weiterhin, sich stark zu machen.“

Die Verantwortungspartner-Methode

Gerd Placke, Frank Osterhoff, Aved Lüth



VERANTWORTUNGS PARTNER

Viele Unternehmerinnen und Unternehmer engagieren sich in gemeinwohlorientierten Projekten. Mit großem persönlichem Einsatz und hoher Professionalität bewegen sie und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter viel in unserem gesellschaftlichen Leben, etwa in den Bereichen Familienfreundlichkeit, Integration, Nachhaltigkeit und demographischer Wandel. Häufig führen sie ihre Projekte im Einzelengagement durch. Das kann jedoch auch an Grenzen stoßen, vor allem hinsichtlich der individuellen Kapazitäten und der Reichweite. Dann ist vernetztes Engagement ein interessantes Instrument. Weil Unternehmen des Mittelstands regional eng verwurzelt sind, engagieren sie sich vor allem direkt vor Ort. Sie wissen genau, wo regionale Herausforderungen bestehen, und sind bereit, sich für Lösungen zu engagieren. Ebenso gut kennen sie die Vorzüge ihrer Region und wissen, was zu tun ist, um diese zu erhalten. Denn trotz aller internationalen und nationalen Regelungen entscheiden auch die Rahmenbedingungen vor Ort über den Unternehmenserfolg: Die lokalen Infrastrukturen tragen entscheidend zur Wettbewerbsfähigkeit mittelständischer Unternehmen bei. Mit ihrem Engagement helfen die Unternehmen also, die Rahmenbedingungen, unter denen sie am Standort arbeiten, aber auch die Möglichkeiten, die die Region ihren Einwohnern bietet, zu verbessern. Exemplarisch dafür stehen vielerorts die Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder die Integration von benachteiligten Jugendlichen in den Ausbildungsmarkt. Dabei ist die Grundidee, Unternehmerinnen und Unterneh-

mer mit ihrer Wahrnehmungs- und Lösungskompetenz in die Gestaltung der Region mit einzubeziehen.

Im März 2007 hat Liz Mohn, stellvertretende Vorsitzende der Bertelsmann Stiftung, ihre Vision, „die Vielfalt unternehmerischen Engagements in Deutschland aufzuzeigen und andere zur Nachahmung anzuregen“ vorgestellt und die Initiative „Unternehmen für die Region“ ins Leben gerufen. Zentrale Bausteine dieser Initiative sind: die Landkarte des Engagements, die Verantwortungspartner-Methode und der Verein „Unternehmen für die Region“, der aus der Initiative hervorgegangen ist.

„Gute Beispiele“ gesucht

Die Landkarte des Engagements zeigt Best-Practice-Beispiele unternehmerischer Verantwortung in Deutschland: Rund 1.200 Projekte veranschaulichen die Themenvielfalt und die Formen des Engagements, dem sich mittelständische Unternehmen in ihren Regionen widmen.

Neue Beispiele können jederzeit eingetragen werden. Einmal im Jahr wählt eine Jury aus mittelständischen Unternehmerinnen und Unternehmern herausragende Projekte aus und zeichnet sie im Rahmen der Jahresveranstaltung von Unternehmen für die Region e.V. in Berlin aus.



Unternehmen realisieren gemeinsam mit Partnern Projekte zum Wohl der beteiligten Unternehmen

Verantwortungspartnerschaften

Viele gute Projekte scheitern, weil sie von außen an Unternehmen herangetragen werden, ihnen aber die Möglichkeit verwehrt wird, sich inhaltlich zu beteiligen. Dem steuert die Verantwortungspartner-Methode entgegen. Sie bietet mittelständischen Unternehmerinnen und Unternehmern Gelegenheit, selbst zu definieren, mit wem sie wo gesellschaftliche Verantwortung übernehmen wollen. Im Zentrum steht dabei die Zusammenarbeit mehrerer Unternehmen, denn gemeinsames Handeln erzeugt größtmögliche Motivation und Identifikation mit dem Vorhaben. Entsprechend ist die Grundidee, das Engagement von möglichst vielen Unternehmen in einer Region unter einer gemeinsamen Zielsetzung zu bündeln und mit Akteuren der Zivilgesellschaft und öffentlicher Einrichtungen zu vernetzen. Engagement wird dabei als Investition in die Gesellschaft und in das eigene Unternehmen verstanden. Das Kernprinzip lautet: Kooperation mit Eigennutz. Auf diese Weise werden Partner zusammengebracht und die Plattform geschaffen, auf der die Beteiligten gemeinsam Themen fokussieren, in Projekte überführen und zur Umsetzung bringen. Bislang haben mittelständische Unternehmen in sieben Pilot-Regionen und fünf weiteren Regionen durch soziales Engagement in Verantwortungspartnerschaften verschiedenste Herausforderungen erfolgreich bewältigt.

Die Verantwortungspartner-Methode

1. Vorbereitungsphase

Den Anfang machen einige Unternehmen aus der Region. Sie bilden den regionalen Initiativkreis, sozusagen „das Herz“ der Verantwortungspartnerschaft. Er trifft sich regelmäßig, um Zusammenkünfte zu vereinbaren, Projekte zu entwickeln und deren Umsetzung in der Region zu koordinieren. Zu seinen Aufgaben gehört auch, die Themen festzusetzen, Kontakte zu knüpfen, Partner zu mobilisieren und die Auftaktveranstaltung vorzubereiten. Sie dient dazu, weiteren mittelständischen Unternehmerinnen und Unternehmern aus der Region sowie ausgewählten Vertretern aus der Politik und der Zivilgesellschaft die Themen und Projekte vorzustellen und gemeinsam Vorschläge für das weitere Vorgehen zu diskutieren. Vom Initiativkreis hängt es ab, welchen Schwung die Verantwortungspartnerschaft erfährt und welche wichtigen Akteure für die Partnerschaft gewonnen werden können. In der Vorbereitungsphase werden auch die erforderliche Infrastruktur und Logistik geklärt und abgestimmt. Wo die Kapazitäten von Kammern oder Verbänden nicht genutzt werden können, nehmen logistische Fragen einen größeren Raum ein.



Bundesweite Vernetzung: Einmal im Jahr treffen sich die Verantwortungspartner aller Regionen zum Austausch

2. Durchführungsphase

In der Durchführungsphase füllen die an der Verantwortungspartnerschaft beteiligten Unternehmen gemeinsam mit weiteren regionalen Akteuren das Projekt mit Leben, indem sie zunächst die wichtigsten Fragen klären: Welche Vision haben wir für unsere Region? Was sind unsere Ziele? Wer sind unsere Zielgruppen? Zu welchen Themen wollen wir uns längerfristig engagieren? Welche Aktivitäten hierzu gibt es bereits in unserer Region?

Dabei sind zwei Ebenen zu unterscheiden: Auf der Umsetzungsebene arbeiten zum einen die Verantwortungspartner in Projektteams, wo sie konkrete Maßnahmen planen und umsetzen. Zum anderen plant und steuert der Initiativkreis den gesamten Verantwortungspartner-Prozess, der sich in drei bis fünf Meilensteintreffen gliedert. Die Meilensteintreffen ermöglichen den Projektgruppen, sich untereinander auszutauschen und die Projekte weiterzuentwickeln.

Auf der Kommunikationsebene koordiniert der Initiativkreis die interne und externe Kommunikation, etwa die Zusammenarbeit mit der Politik oder Absprachen zur Finanzierung der Maßnahmen.

In der Durchführungsphase entwickeln die Verantwortungspartner durchschnittlich drei bis fünf Projekte, die auch konkrete Produkte, Programme bis hin zu Gründungen von

Sozialunternehmen und Bildungseinrichtungen umfassen. Sie endet mit einer Abschlussveranstaltung, in der die Verantwortungspartner ihre Ergebnisse präsentieren.

3. Verstetigungsphase

Spätestens jetzt stellt sich die Frage nach der Verstetigung der Verantwortungspartnerschaft: Wie soll die Zusammenarbeit in Zukunft aussehen? Wie lassen sich die gemeinsamen Erfahrungen und insbesondere das entstandene Sozialkapital zwischen den Verantwortungspartnern für weitere Projekte nutzen? Die Verstetigung erfolgt auf unterschiedlichste Weise: Indem die Verantwortungspartner Vereine gründen, Arbeitskreise bei Verbänden, Wirtschaftsvereinen und Kammern einsetzen oder die Methode auf benachbarte Regionen ausweiten. Weil jede Region ihr individuelles Profil und Arrangement an Institutionen hat, ist auch jede Verstetigung einzigartig in ihrem Zuschnitt.

Die Bertelsmann Stiftung und :response führen seit 2012 das Projekt „Verantwortungspartner-Regionen in Deutschland“ durch, das aus Mitteln des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales und des Europäischen Sozialfonds gefördert wird.

Mit unternehmerischen Mitteln, persönlichem Einsatz und Willen bewegen Unternehmerinnen und Unternehmer viel für das gesellschaftliche Leben



Kontaktdaten

Projekt	Verantwortungspartner-Regionen in Deutschland
Organisation	Bertelsmann Stiftung, :response, Inh. Arved Lüth
Ansprechpartner	Dr. Gerd Placke, Dr. Frank Osterhoff, Arved Lüth
Telefon	069 9709750720 05241 81-81233
E-Mail	gerd.placke@bertelsmann-stiftung.de arved.lueth@good-response.de
Website	www.verantwortungspartner.de





Alexander Kessel, KESSEL AG

Interview mit Alexander Kessel, KESSEL AG

Ein Verantwortungspartner stellt sich vor

Ihr Unternehmen hat seinen Sitz in der Verantwortungspartner-Region Ingolstadt. Diese Region steht vor vielen wirtschaftlichen Herausforderungen, vor allem für mittelständische Unternehmen. Was spricht für genau diesen Standort und gegen einen Standortwechsel?

Zum einen sind wir in der Region Ingolstadt groß geworden, zum anderen ist die Region ein guter Standort für technisch orientierte Unternehmen. Ingolstadt verfügt über eine sehr ausgeprägte Infrastruktur für technische Berufe und qualifizierte Mitarbeiter sind für uns von größter Bedeutung. Leider haben wir zunehmend Probleme bei der Suche nach Fachkräften.

Warum und seit wann engagieren Sie sich?

Die KESSEL AG engagiert sich seit der Gründung vor 50 Jahren in ihrem gesellschaftlichen Umfeld. Wir unterstützen Sportvereine sowie soziale Einrichtungen und stellen Angebote für die gesamte Region bereit. Zudem legen wir schon immer viel Wert auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. 2012 haben wir begonnen, uns im Projekt Verantwortungspartner-Regionen in Deutschland zu engagieren. Seitdem professionalisieren wir unser Engagement, kommunizieren gezielter und definieren die Zielgruppen genauer.

In welchem Projekt arbeiten Sie im Rahmen von Verantwortungspartner-Regionen in Deutschland mit?

Zunächst bin ich involviert als Sprecher des Initiativkreises der Verantwortungspartner-Region Ingolstadt. Hier stehen die Kommunikation und Abstimmung im Vordergrund. Darüber hinaus engagiere ich mich gemeinsam mit einigen meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Projekt „SET Schüler entdecken Technik“, das Nachwuchskräfte in den sogenannten „MINT“-Berufen fördert.

Warum liegt Ihnen dieses Thema am Herzen?

Weil wir genau diesen MINT-Nachwuchs, seien es Ingenieure aber auch Fachkräfte, in der Produktion mit technischem Verständnis in unserem Unternehmen benötigen. Wir wollen junge Talente schon früh fördern.

Welchen Herausforderungen stehen Sie bei der Umsetzung Ihres Projekts gegenüber?

Wir wollten das Rad nicht neu erfinden, sondern erfolgreiche Ideen weiter nach vorne bringen. Dadurch konnten wir einerseits von den Erfahrungen anderer Unternehmen profitieren und hatten andererseits keinerlei Probleme, Kontakte zu finden. Es gab beispielsweise bereits Kontakt



Selbst schrauben, löten, forschen: So begeistert die Projektgruppe SET schon die Kleinen für Technik

mit Schulen in der Region, die bereit waren, das Programm umzusetzen. Mit ein wenig Überzeugungsarbeit konnten wir dann auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden, die sich dort engagieren: Seit Anfang des Jahres geben Auszubildende der KESSEL AG als Tutoren in diesen Schulen ihr Wissen auf spielerische Weise weiter. Rückblickend kann ich sagen, dass wir relativ wenige ernsthafte Probleme hatten, die uns im Weg standen.

Haben sich für Sie im Rahmen des Programms neue Partnerschaften ergeben, z. B. mit Vereinen, Schulen aber auch anderen Unternehmen?

Wir sind mit ganz neuen Unternehmen in Kontakt gekommen und haben unser Netzwerk deutlich gestärkt.

Was würden Sie jungen oder neuen Verantwortungspartner-Regionen mit auf den Weg geben?

Für uns war es das Wichtigste, einfach mal zu starten. Wir haben eine Art Bestandsaufnahme gemacht: Welche Verantwortungspartner-Unternehmen betreiben bereits welche Projekte? Wir sind dabei auf erfolgreiche Projekte gestoßen, die man mit der entsprechenden Unterstützung einfach in ein größeres Format übertragen konnte. Ein Projekt ganz neu aufzusetzen ist mit Risiken verbunden,

die wir somit umgehen konnten. In vielen Bereichen gibt es schon Lösungen, auf die man zurückgreifen kann. Das haben wir mit der Projektgruppe „SET – Schüler entdecken Technik“ getan, indem wir das erfolgreiche Programm des Vereins „TfK Technik für Kinder e.V.“ in weiteren Schulen mit neuen Tutoren umsetzen. Was an einem Ort funktioniert, funktioniert mit hoher Wahrscheinlichkeit auch an einem anderen.

Ihr Unternehmen nimmt die zusätzliche CSR-Beratung für engagierte Unternehmen in Anspruch. Welche konkreten Vorteile hat die KESSEL AG von diesem zusätzlichen Engagement?

Zunächst ist es grundsätzlich wichtig, einen externen Blick auf das eigene Unternehmen und die bereits laufenden Maßnahmen zu werfen. Die CSR-Beratung hat uns geholfen, die nachhaltigkeitsrelevanten Themen innerhalb des Unternehmens zu strukturieren, aufzubereiten und auch den eigenen Mitarbeitern verständlicher zu kommunizieren. Wir haben dabei die Möglichkeit genutzt, verschiedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus unterschiedlichen Abteilungen an einen Tisch zu bringen und in die CSR-Strategieentwicklung einzubinden.



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der KESSEL AG rudern für den Teamgeist und die Gesundheit



Welche Herausforderung gehen Sie im Rahmen des CSR-Projektleiter-Programms in Ihrem Unternehmen an?

Konzentriert haben wir uns bei der Strategieentwicklung auf die Bereiche Mitarbeiter, Markt, Umwelt und Region. Innerhalb dieser Themenfelder haben wir dann die KESSEL-spezifischen Herausforderungen beleuchtet und hierzu Managementansätze entwickelt, die ab diesem Jahr greifen sollen. Im Bereich Mitarbeiter sind wir bereits sehr aktiv: Wir bieten flexible Arbeitszeiten, bieten kostenfreie Ausflüge und organisieren Schnupperkurse für bestimmte Sportarten. Darüber hinaus gibt es ein Programm für Ernährungsberatung und alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können am kostenlosen Sportprogramm „Fit mit KESSEL“ teilnehmen, das wir gemeinsam mit einem Fitnesstrainer entwickelt haben. Im Bereich Umwelt haben wir ein integriertes Umweltmanagement entwickelt und lassen unser Umwelt- und Energiemanagement im Moment zertifizieren. Unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie muss jetzt weiterentwickelt und intern sowie extern bekannt gemacht werden. Vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und auch externen Anspruchsgruppen war bisher kaum bekannt, welche Maßnahmen wir bereits in Sachen CSR durchführen. Das wird sich bald ändern.



Zu Wasser und zu Land: Mit dem Sport- und Beratungsprogramm „Fit mit KESSEL“ hält das Unternehmen seine Mitarbeiter gesund und stärkt den Zusammenhalt



Teams der KESSEL AG nehmen regelmäßig an Sportveranstaltungen in der Region teil

Zeigen sich schon erste Erfolge durch das individuelle CSR-Programm?

Wir haben unsere Nachhaltigkeitsstrategie präzisiert und damit wirkungsvoller gemacht. Das heißt, wir haben konkrete Ziele formuliert, Maßnahmen definiert und Indikatoren bestimmt, um überprüfen zu können, ob wir auf einem guten Weg sind. Ein erster Erfolg zeigt sich schon daran, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter viel häufiger über CSR sprechen und sich hier ein neues Verständnis abzeichnen. Über weitere Erfolge werden wir dann hoffentlich demnächst berichten können, wenn die Maßnahmen greifen.

Haben Sie bereits Ihr privates Umfeld mit dem Nachhaltigkeitsgedanken angesteckt?

Er ist natürlich im Privaten immer mal wieder Thema, aber vor allem ist er im beruflichen Bereich präsent. Im Gespräch mit Unternehmerinnen und Unternehmern aus der Region kommt immer wieder das Thema CSR auf. Das führe ich vor allem auf das Verantwortungspartner-Projekt zurück. Die Verantwortungspartner in Ingolstadt sind alle sehr engagiert und involviert. Aber auch extern wissen viele Leute Bescheid, wer mitmacht und welche Projekte umgesetzt werden. Aus meiner Sicht hat das Projekt den Themen CSR und Nachhaltigkeit noch mal einen deutlichen Schub in der Region Ingolstadt gegeben und für mehr Verständnis gesorgt.

CSRegio – Nordbayern durch unternehmerische Verantwortung stärken

Daniel Schubert, Michael Roethel



CSRegio bringt Unternehmen und Akteure der Zivilgesellschaft zusammen, um einen Nutzen für die Unternehmen und die Region zu schaffen. Ziel ist die systematische Umsetzung von geeigneten CSR-Maßnahmen in mittelständischen Unternehmen Nordbayerns. Hierbei unterstützt CSRegio die am Projekt teilnehmenden Akteure.

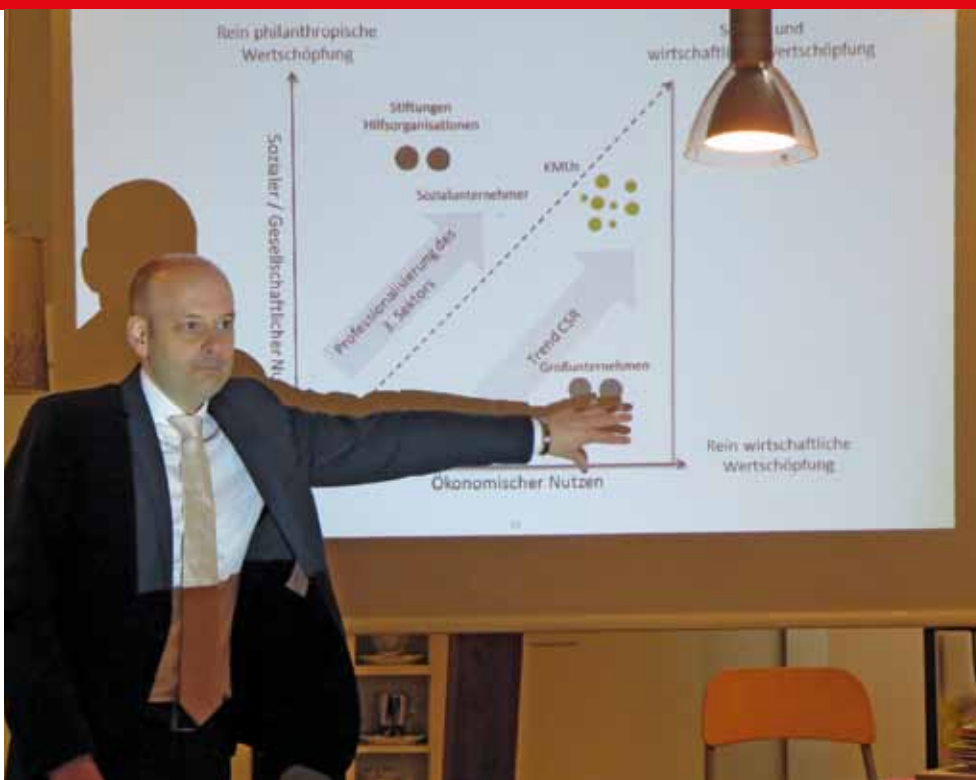
Eine Initiative der Universität Bayreuth, aber kein universitäres Projekt

Träger von CSRegio ist die für die Region wichtige Universität Bayreuth. CSRegio geht auf eine Initiative des Bayreuther Wirtschaftsethikers Prof. Dr. Dr. Alexander Brink zurück, ist jedoch keinesfalls ein typisch universitäres Projekt. Die Rolle der Universität ist vielmehr unterstützender beziehungsweise befähigender Natur: In der Arbeit mit mittelständischen regionalen Unternehmen zeigt sich, dass diese sehr verantwortungsvoll handeln. An vielen Stellen fehlt jedoch das notwendige Know-how, um die sich ergebenden Potenziale gezielt zu nutzen. Das fehlende Wissen gibt die Universität deshalb im Rahmen des CSRegio-Projekts an die teilnehmenden Unternehmen weiter. Darüber hinaus unterstützt das CSRegio-Team die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit seiner Expertise bei der Gestaltung der individuellen CSR-Konzepte. Die Hilfestellung ist hier nicht nur theoretischer Art, sondern weist einen starken Praxis-

bezug auf. Für die Verbindung zwischen Theorie und Praxis werden verschiedene Akteure zusammengebracht: CSR-Expertinnen und -Experten mit praktischer Erfahrung in speziellen Bereichen, wie der Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder des Umweltschutzes, sowie karitative Einrichtungen und Vertreter der Zivilgesellschaft.

Zielsetzung des Projekts: Gewinn für die Unternehmen und Mehrwert für die Region

Das Ziel des Projekts ist die Clusterbildung bzw. -stärkung in Nordbayern, um die Region als attraktiven Arbeits- und Lebensraum zu erhalten. Im Rahmen des CSRegio-Projekts sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer deshalb zum einen für die gesellschaftliche Verantwortung ihres Unternehmens sensibilisiert werden. Des Weiteren werden sie befähigt, geeignete systematische CSR-Aktivitäten in vier Aktionsfeldern aufzubauen oder weiterzuentwickeln. Die Kooperation mit anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Projekts – Unternehmen und Akteuren der Zivilgesellschaft – soll hierbei gefördert werden. So entsteht ein betriebswirtschaftlicher Mehrwert für das Unternehmen – beispielsweise durch Effizienzsteigerungen aufgrund geringerer Fehlzeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – und ein Mehrwert für die Region – beispielsweise durch ein größeres Angebot an Kita-Plätzen.



Prof. Dr. Dr. Alexander Brink bei der Einordnung von Unternehmen zwischen philanthropischer und wirtschaftlicher Wertschöpfung

CSRegio befähigt die Teilnehmer zu gesellschaftlicher Verantwortung: das Seminarangebot

CSRegio befähigt die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus den Unternehmen durch ein speziell auf die Anforderungen mittelständischer Unternehmen zugeschnittenes Seminarangebot zur Umsetzung systematischer CSR-Aktivitäten. Das Seminarangebot beginnt mit einem einführenden Teil. Hier werden grundlegende Begriffe geklärt und mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern diskutiert.

- Was bedeutet Corporate Social Responsibility (CSR) bzw. Unternehmerische Verantwortung für Unternehmen?
- Wo in meinem Unternehmen sind diese Fragen relevant?

Ebenso werden erste Handlungsfelder benannt und praktische Beispiele gegeben, um die Relevanz für die Unternehmen deutlich zu machen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erarbeiten in einem weiteren Schritt die für die Unternehmen und die Region relevanten Fragen.

Große Herausforderungen für die Region Nordbayern: die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Das Handlungsfeld Mitarbeiter erscheint vielen Unternehmen in Nordbayern als das drängendste. Hier stehen Fragen der Mitarbeitergewinnung und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Vordergrund. Das vertiefende Praxisseminar hat hier beispielsweise zum Ziel, diese und weitere im einführenden Teil aufgeworfenen Fragen durch Fachworkshops zu vertiefen. Von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern sollen systematische Konzepte für das eigene Unternehmen und die Region erarbeitet werden, um so die vorhandenen Potenziale zu nutzen. Abgerundet wird das Seminarangebot durch einen Transferworkshop. Dieser Teil dient der Auswahl geeigneter Instrumente und Maßnahmen sowie der Planung der nächsten Schritte für die praktische Umsetzung. Während der gesamten Zeit können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Projekts auf die Unterstützung der CSRegio-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter sowie der Projektpartner und deren Expertise zurückgreifen.



Referent Herwig Danzer, Geschäftsführer Die Möbelmacher GmbH, hat die „Waldschöpfungskette“ im Griff



Ergebnisse eines CSRegio-Workshops zu den vier Aktionsfeldern Mitarbeiter, Gesellschaft, Markt und Umwelt

Kleine Unternehmen unterscheiden sich von großen: die Erfahrungen

Vielen mittelständischen Unternehmern ist der Begriff Corporate Social Responsibility unbekannt. Ist diese Hürde genommen, lassen sich die teilnehmenden Unternehmerinnen und Unternehmer schnell für das Thema CSR sensibilisieren und erkennen, welche Potenziale darin stecken. Damit diese Potenziale genutzt werden, bedarf es systematischer Ansätze für das Unternehmen, um die Maßnahmen steuern und deren Ergebnisse nachvollziehen zu können. Solche Konzepte fehlen in den meisten Unternehmen der Region. Je nach Größe des Unternehmens fallen die Lösungen formaler oder weniger formal aus.

Ist ein formales Managementsystem sinnvoll oder reichen die informale Kommunikation und das Leben der Werte durch die Geschäftsführung aus?

Die Arbeit im CSRegio-Projekt zeigt auch, wie wichtig persönliche Beziehungen und Vertrauen für das Gelingen erfolgreicher Kooperationen in der Region sind. Die Akteure aus Unternehmen, Politik und Zivilgesellschaft müssen sich

erst einmal kennenlernen und austauschen. Erst dann sind sie in der Lage, an einem Strang zu ziehen, um gemeinsam etwas für die Region zu bewegen.

Das CSRegio-Curriculum

Modul	Inhalt
Basis-Workshop 4 UE	<ul style="list-style-type: none"> • Was bedeutet CSR aktuell in meinem Unternehmen? • Die vier Handlungsfelder: Best-Practice-Beispiele • Identifikation von Themen für die Teilnehmer und die Region
Praxis-Seminar 8 UE	<ul style="list-style-type: none"> • Wissenstransfer durch Fachworkshops mit Praxis-Experten (Best-Practice) zu den wichtigsten Themen der Teilnehmer und der Region (z. B. Familie/Beruf, Energieeffizienz) • Entwicklung von Konzepten für die einzelnen Unternehmen und die Region
Transfer-Workshop 3 UE	<ul style="list-style-type: none"> • Auswahl von Maßnahmen, Instrumenten und Projekten • Planung der nächsten Schritte für die Umsetzung



Nachhaltige Produktion zum Anfassen: Dr. Wolfgang Meyer (li.) bei der Führung durch seine Porzellanfabrik Walküre

CSRegio ist hierfür eine gute Plattform. In Franken teilen beispielsweise viele Unternehmen die leidliche Erfahrung, dass es schwer ist, Arbeitskräfte aus anderen Teilen Deutschlands und Europas zu halten. Die Fluktuation dieser Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist hoch. Im Rahmen von CSRegio ist es nun möglich, gemeinsam an geeigneten Lösungen zu arbeiten, die sowohl den Unternehmen als auch der ganzen Region zugutekommen.

Kontaktdaten

Projekt	CSRegio
Organisation	Universität Bayreuth
Ansprechpartnerin	Ina Medick, Michael Roethel
Telefon	0921 554148
E-Mail	ina.medick@csregio.de michael.roethel@csregio.de
Website	www.csregio.de

Business Case Biologische Vielfalt

Thomas Schäfer



Mit einem Anruf in der Zentrale von Nölken Hygiene Products GmbH in Windhagen bei Bonn war klar: Biologische Vielfalt wurde über Nacht zum Business Case. Eine namhafte deutsche Drogeriekette, die sich selbst stark im Bereich Nachhaltigkeit positioniert, verlangte nun für die gelieferten Feuchttücher aus Zellstoff Nachweise für die Herkunft aus nachhaltiger und naturschonender Forstwirtschaft (FSC-Siegel).

Dabei war der Begriff „Biologische Vielfalt“ nur wenigen bei der Nölken Hygiene Products GmbH bekannt, trotz Zusammenarbeit mit einem lokalen Naturschutzverband. Damit stehen sie nicht alleine. Während Klimawandel und Treibhauseffekt Bekanntheitsgrade wie Coca Cola oder Madonna erreichen, fristet die Biologische Vielfalt, englisch „biodiversity“, weitgehend ein Dasein im Unbekannten. Zu Unrecht, denn wie eine unlängst in Stockholm publizierte Studie belegt, ist der weltweite Verlust an Biologischer Vielfalt für die Menschheit ein weit größeres Problem als der Klimawandel. Während an den Klimawandel vielfach doch Anpassungen vorstellbar oder technisch möglich sind, gehen mit dem Verlust der Biologischen Vielfalt Lebensräume, Tier- und Pflanzenarten, ganze Ökosysteme, traditionelle Kulturformen und damit verbundene genetische Ressourcen unwiederbringlich verloren. Damit wird der Menschheit auf Dauer die Lebensgrundlage entzogen. Ein Business Case für die Menschheit sollte man meinen.

Keine Währung für Mutter Natur

Während man sich beim Klimawandel auf Kohlendioxid (CO₂) als gemeinsame Währung für Messbarkeit und Handel von Aktivitäten und sogar weltweit auf gemeinsame Ziele einigen konnte, ist dies bei Biologischer Vielfalt ungleich schwerer, wenn nicht unmöglich. Zu diffus und indirekt wirken sich menschliche Aktivitäten aus, zu komplex ist Mutter Natur, als dass man einfache Kennzahlen finden könnte. Dabei waren die Auswirkungen von der Nölken Hygiene Products GmbH recht nachvollziehbar: Bäume – Zellulose – Zellstoff – Vliese, die Anforderung war vergleichsweise leicht lösbar, denn der Zellstoff-Lieferant hatte das international anerkannte Zertifikat „Forest Stewardship Council“ (FSC) für nachhaltige und naturschonende Forstwirtschaft im Angebot. Die Anfrage der Drogeriekette hat gleichzeitig einen Prozess im Betrieb ausgelöst: Eine Nachhaltigkeitsmanagerin als Stabsstelle wurde eingestellt. Die Firma entschied sich z. B., auch den verbliebenen Zellstoff aus nachhaltigen Quellen zu beziehen, und wählte das PEFC-Siegel („Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes“) mit europäischer Herkunft. Allerdings sind viele Produktionswege weit komplexer, wenn mehr Zulieferer und längere Zulieferketten beteiligt sind.



Öko zertifizierte white products als business case

Biodiversity Check für kleine und mittlere Unternehmen

Business Cases in Unternehmen und Betrieben zu identifizieren und zu antizipieren, das ist eine Funktion des „First European Business and Biodiversity Check“, den die Umweltstiftung Global Nature Fund (GNF) mit Sitz am Bodensee zusammen mit Projektpartnern entwickelt und mit einigen großen deutschen Konzernen getestet hat. Eine angepasste Version ist auch für kleine und mittlere Unternehmen verfügbar und wird im Programm „Unternehmenswerte“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) angewendet. Der Biodiversity Check dient als Grundlage für ein strukturiertes Gespräch, mit dem die Analysten die verschiedenen Geschäftsbereiche auf ihre Verbindungen hinsichtlich Biologischer Vielfalt abfragen. Vielleicht naheliegend ist das Facility Management mit den Außenflächen, die naturnah gestaltet werden können. Management und Marketing werden aber ebenso untersucht wie Produktdesign, Produktion und Einkauf. Der Check, der vom Zentrum für Nachhaltigkeitsmanagement der Universität Lüneburg verfasst wurde, richtet sich dabei nach dem Handbuch „Biodiversitätsmanagement“ des Bundesumweltministeriums.

Biologische Vielfalt in der CSR-Strategie

Einiges an Recherchen ist erforderlich, bis ein Bericht zum Biodiversity Check steht und dem Unternehmen zuverlässig mitgeteilt werden kann, wo Risiken lauern, wo Chancen liegen und wo etwas zusätzlich für den Naturschutz getan werden kann. Denn auch das ist Bestandteil des Checks: Neben der internen CSR, die Verantwortlichkeiten innerhalb der Wertschöpfungskette aufdeckt, geht es auch um die Verknüpfungen in die Gesellschaft, Corporate Citizenship also. In Deutschland kann dies die Zusammenarbeit mit einem Naturschutzverband oder die Patenschaft für ein Schutzgebiet bedeuten. Bei internationalen Projekten ergeben sich in der Regel Verbindungen zu sozialen Themen, da Biodiversitätserhalt gleichzeitig bedeutet, die Lebensbedingungen der Menschen vor Ort zu verbessern.

Für die Nölken Hygiene Products GmbH stellte sich heraus, dass vieles gut läuft. So stammen die Tränkmittel für die Feuchttücher zumeist aus spanischen Sonnenblumen und Mandelbäumen. Beide Anbauformen sind z. B. im Vergleich zu südostasiatischen Palm- oder Sojaölplantagen deutlich unbedenklicher für die Biologische Vielfalt. Viele andere Zutaten stammen auch aus Europa. Die Nölken Hygiene Products GmbH will überlegen, an den Produktionsstandorten Waldpatenschaften zu übernehmen, um die Biodiversität an der Quelle des Zellstoffs zu verbessern.

Kontaktdaten

Projekt	Naturschutz und Biodiversität als CSR-Aufgabe im Mittelstand
Organisation	Global Nature Fund
Ansprechpartner	Dr. Thomas Schäfer
Telefon	07732 999580
E-Mail	schaefer@globalnature.org
Website	www.globalnature.org

Smart Energy in SME

Verankerung energieökologischer CSR-Strategien in Geschäftskonzepte deutscher KMU

Kathrin Weiske



Das Projekt „Smart Energy in SME. Verankerung energieökologischer CSR-Strategien in Geschäftskonzepte deutscher KMU“ hat zum Ziel, nachhaltige Corporate-Social-Responsibility-(CSR-)Strategien zur Erhöhung der Energieeffizienz (im Aktionsfeld Umwelt) bundesweit zu verbreiten. Dazu werden in 24 kleinen und mittelständischen Unternehmen aus bis zu sechs Bundesländern (alte Bundesländer inklusive Berlin) modellhafte Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz erarbeitet. Im Anschluss werden diese Ergebnisse in einer unternehmensspezifischen CSR- und Energieeffizienzstrategie verankert. Unterstützt werden die Unternehmen dabei durch individuelle Beratungs-, Coaching- und Qualifizierungsmaßnahmen.

Projektablauf und Erfahrungen

In den 24 Projektunternehmen findet eine individuelle Beratung zum Thema „Energieeffizienz“ durch Fachexpertinnen und -experten (Ingenieure) nach Maßgabe der Kriterien des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) und der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) statt. Dabei erfahren viele der Projektteilnehmerinnen und -teilnehmer zum ersten Mal, wie hoch der Energieverbrauch ihres Unternehmens tatsächlich ist und welches die Hauptverbraucher sind. Im ersten Schritt findet ein Kick-Off-Gespräch aller Beteiligten (Geschäftsführung, Fachexpertinnen

und -experten sowie das isw Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung) statt, um die individuellen Ansprüche und Beratungsbedarfe der Unternehmen zu erfassen. Der Energie-Check umfasst Begehungen der Unternehmen und die Aufnahme sämtlicher Gebäude- und Messdaten. Anschließend werden die gewonnenen Daten ausgewertet und in einer Einsparanalyse, die auch die Ermittlung der Einsparpotenziale und des Amortisationszeitraums beinhaltet, aufbereitet. Dabei werden sämtliche Energieeinsparpotenziale einer Wirtschaftlichkeitsbetrachtung unterzogen. Abschließend werden die Beratungsergebnisse gemeinsam ausführlich erläutert und in einem individuellen Energieeffizienzleitfaden zusammengefasst. Das Ergebnis: Die Unternehmen erhalten exakte Einblicke in ihre Energieeinsparpotenziale und Optimierungsmöglichkeiten. Angesichts des großen Interesses der beteiligten Unternehmen begleiten die Fachexpertinnen und -experten diese weiter und beraten sie – auch über das Projektende hinaus – z. B. über mögliche Fördermöglichkeiten durch die KfW oder das BAFA.

Energieeffizienzpotenziale bei kleinen und mittelständischen Unternehmen

Die Themen „Energieeffizienz“ und „CSR“ stoßen in den Kick-Off-Gesprächen bei den Geschäftsführerinnen und -führern auf großes Interesse. Die anschließende Unter-



isw-Workshops im Rahmen des Projekts „Smart Energy in SME“ in Berlin, Referent: Prof. Dr. Dr. Lothar Abicht (li.), und in Düsseldorf, Referentin: Dipl. Soziologin Kathrin Weiske (re.)

nehmensanalyse bestätigt diesen Eindruck: Die Einsetzung einer oder eines internen Energiebeauftragten beispielsweise wird überwiegend als notwendig erachtet. Unsere zahlreichen Energieberatungen haben gezeigt, dass bei kleinen und mittelständigen Unternehmen insbesondere folgende Energieeffizienzpotenziale zum Tragen kommen:

- Gebäudedämmung und -sanierung
- Nutzung der Wärmezulu- und -abfuhr
- Beleuchtung
- Einführung eines Energiemanagementsystems
- Messung und Dokumentation des Verbrauchs
- Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Wissenstransfer

Das Wissen wird anhand der im Rahmen des Projekts initiierten mediengestützten Lernprozesse vermittelt. Dafür stellen wir den Projektunternehmen auf einer digitalen Lernplattform Selbstlernmaterialien zu den Themen „CSR“, „Energieeffizienz“ und „Nachhaltigkeit“ bereit. Diese ermöglichen ein zeit- und ortsunabhängiges Lernen, das speziell auf die Bedürfnisse von Berufstätigen zugeschnitten ist. Jedes Themengebiet umfasst eine Vielzahl an Lernmodulen, die im PDF-Format zur Verfügung stehen. Zur Förderung der Kommunikation und Vernetzung zwischen den Projektunternehmen wurde zudem ein Nachrichten-

forum auf der Lernplattform eingerichtet, auf dem sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenseitig informieren und über ihre Erfahrungen austauschen können.

Unsere Lernplattform findet so großen Zuspruch, dass sie in manchen Projektunternehmen von zwei, bisweilen sogar drei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern genutzt wird.

Um über die Projektunternehmen hinaus auch andere für die Themen „CSR“ und „Energieeffizienz“ zu sensibilisieren und zu beraten, führen wir sechs Workshops in den Bundesländern Bayern, Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Niedersachsen sowie in Berlin durch. Hier stehen insbesondere die Bedürfnisse des Mittelstands im Vordergrund. Die Referentin Antje Mayer von der Kommunikationsagentur orangeblue relations GmbH äußert sich zur Thematik CSR beispielsweise wie folgt: „Ein Unternehmen ist Teil einer Gemeinschaft, für die es sich in verschiedenen sozialen und ökologischen Belangen einsetzen kann. Dieses Engagement ist nicht als reine PR zu verstehen.“ Anschließend vertieft Dipl.-Ing. Gunnar Böttger, Geschäftsführer der sesolutions consulting UG, das Themenfeld Energieeffizienz noch mit weiteren interessanten Ansätzen: „Oft lässt sich mit überschaubaren Mitteln in Unternehmen ein deutliches Einsparungspotenzial bei der Energie erreichen. Und Fördermöglichkeiten bestehen obendrein.“ Zwischen und nach den Vorträgen gibt es für das interessierte Publikum die Möglichkeit, den



Referenten Fragen zu stellen sowie an anschließenden Diskussionsrunden teilzunehmen.

Unsere im Verlauf des Projekts gesammelten Erfahrungen bestätigen, dass die Themen „CSR“ und „Energieeffizienz“ im Mittelstand angekommen sind.

Kontaktdaten

Projekt	Smart Energy in SME
Organisation	isw Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung gGmbH
Ansprechpartnerin	Dipl.-Soziologin Kathrin Weiske
Telefon	0345 29982825
E-Mail	weiske@isw-institut.de
Website	www.smartenergy-sme.de www.isw-institut.de

isw-Workshop im Rahmen des Projekts „Smart Energy in SME“
in Coburg

Case Study

Gesundheitszentrum Life – gesund, dynamisch, innovativ

– auf dem besten Weg zu einer energieautarken Zukunft

Das Gesundheitszentrum Life GmbH mit Sitz im schwäbischen Bad Friedrichshall leistet mit seinem umfangreichen Angebot einen aktiven Beitrag zur Gesundheit seiner Mitglieder. Diesen stehen insgesamt 1.382 Quadratmeter reine Trainingsfläche zur Verfügung. Innovative Trainingsmethoden sowie moderne Kraft- und Cardiogeräte unter Anleitung qualifizierter Trainer garantieren individuelles Training und angepasste Präventionsmaßnahmen im Rahmen betrieblicher Gesundheitsvorsorge. Anschließend Entspannung bietet die Sauna. Im Mittelpunkt stehen modernste Standards im Gesundheits- und Fitnessbereich sowie eine positive Trainingsatmosphäre.

Auch die Themen „Energieeffizienz“ und „Schutz der natürlichen Umwelt“ liegen Geschäftsführer Günter Reimann sehr am Herzen. Folgerichtig engagiert sich das Gesundheitszentrum Life GmbH stark für den Umweltschutz. Im Rahmen unseres Projekts „Smart Energy in SME“ haben wir Günter Reimann insbesondere bei seinen Aktivitäten zur Energieeinsparung erfolgreich unterstützt. Einige Beispiele: Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden fortan regelmäßig für das Thema „Energieeinsparung“ sensibilisiert. Bei Neuinvestitionen wird auf erneuerbare Energien gesetzt: In fast allen Bereichen wurde die Beleuchtungstechnik auf die energiesparende LED-Technik umgerüstet.



Außen- und Innenansicht der gesundheitszentrum Life GmbH

Bei der Bürotechnik wird streng auf Energieeffizienzkriterien wie z. B. die Zertifizierung nach „Energy Star 5.0“ (Kennzeichnung für stromsparende Geräte) geachtet. Des Weiteren wurde in die Wärmedämmung des Gebäudes investiert. Die größten Einsparpotenziale jedoch konnte Günter Reimann durch die Umstellung seiner Strom- und Wärmequellen von den bisherigen Anbietern auf ein 13-kW-Blockheizkraftwerk (BHKW) erzielen. Derzeit deckt das BHKW rund 70 Prozent des Wärme- und 44 Prozent des Stromverbrauchs ab. In Zukunft sollen es 100 Prozent sein. Durch die Umstellung auf Erdgas werden nur noch drei Prozent des ursprünglichen Stromverbrauchs benötigt. Mit der Einführung eines Energiemanagementsystems soll das Gesundheitszentrum noch energieeffektiver und auf lange Sicht energieautark werden.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bevorzugen Arbeitgeber, die sich sozial engagieren

Ines Brüggemann



Wie mache ich mein Unternehmen für qualifizierte Fach- und Führungskräfte attraktiv?

Diese Frage wird Unternehmer in den kommenden Jahren mehr und mehr beschäftigen. Eine der vielen komplexen Anforderungen, mit denen sich Unternehmen zunehmend konfrontiert sehen, ist die Etablierung gesellschaftlichen Engagements und die Außendarstellung als verantwortungsvoller, umweltbewusster und sozial kompetenter Arbeitgeber.

Früher mussten Unternehmen lediglich ökonomisch erfolgreich sein, um als „gut“ dazustehen. Heute allerdings wird von ihnen erwartet, dass sie zusätzlich auch ökologische und soziale Ziele verfolgen.

Dies ist insbesondere auf den Wertewandel bei jüngeren Arbeitskräften zurückzuführen, die erwarten, dass sich Unternehmen auch gesellschaftlich engagieren. Nachwuchsführungskräfte werden meist schon in ihrer Ausbildung mit sozialen Themen wie gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen und Nachhaltigkeit konfrontiert, sodass sie sich bei der Wahl ihres Arbeitgebers zunehmend auch an seinen nach außen sichtbaren Werten orientieren.

Das gilt nicht minder für den Führungsnachwuchs. Auch er will sich mit seinem Unternehmen identifizieren können: Werte wie gesellschaftlicher Beitrag treten neben die

klassischen Entscheidungskriterien wie Entlohnung und Aufstiegsmöglichkeiten. Das soziale Engagement eines Unternehmens wird immer wichtiger und kann in vielen Fällen bei vergleichbaren finanziellen Rahmenbedingungen den Ausschlag für die Entscheidung zugunsten des zukünftigen Arbeitgebers geben.

Darüber hinaus stärkt die Identifikation mit dem Unternehmen, für das man tätig ist, die Motivation und Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber und steigert als Konsequenz die Bindung der Beschäftigten an diesen.

Folgerichtig bieten in der heutigen Zeit, in der der demographische Wandel mit einer sinkenden Resonanz auf Stellenanzeigen einhergeht, gemeinnützige Aktivitäten Unternehmen eine probable Möglichkeit, sich als Arbeitgeber mit einem gutem Ruf zu positionieren: umsichtiges Wirtschaften, fairer Umgang mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Verantwortung für die Gesellschaft und Umwelt – das sind die Grundpfeiler von Corporate Social Responsibility (CSR).

Großunternehmen nutzen diese Attribute bereits seit Jahren und verstärken ihr Image als Arbeitgeber, die damit gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Es wird höchste Zeit, dass sich auch kleine und mittelständische Firmen dieses Potenzials bewusst werden und es strategisch nutzen: CSR als wirkungsvolles Argument für die



Ein Team der melovely GmbH beim Teameinsatz in der Suppenküche Lichtenrade e.V.

Positionierung als attraktiver Arbeitgeber. Zahlreiche Studien belegen, dass es unternehmerisch klug ist, sich gemeinnützig zu engagieren:

CSR wirkt nach außen auf den Arbeitsmarkt

Die von Deloitte befragten 1.500 Fach- und Führungskräfte zwischen 21 und 35 Jahren würden zu 71 Prozent bei einer beruflichen Veränderung ein sozial engagiertes Unternehmen bevorzugen.

71 %

Quelle: Deloitte Volunteer IMPACT survey 2011

Die Studie zeigt darüber hinaus, dass soziales Engagement auch eine positive Innenwirkung für Unternehmen hat:

Junge Fach- und Führungskräfte, die an CSR-Aktivitäten teilnahmen,

- bewerten die Unternehmenskultur doppelt so häufig positiv
- sind öfter stolz auf ihren Arbeitgeber
- fühlen sich deutlich stärker mit ihm verbunden
- würden diesen im Freundeskreis empfehlen

Wie könnte ein Einstieg in ein soziales Engagement aussehen?

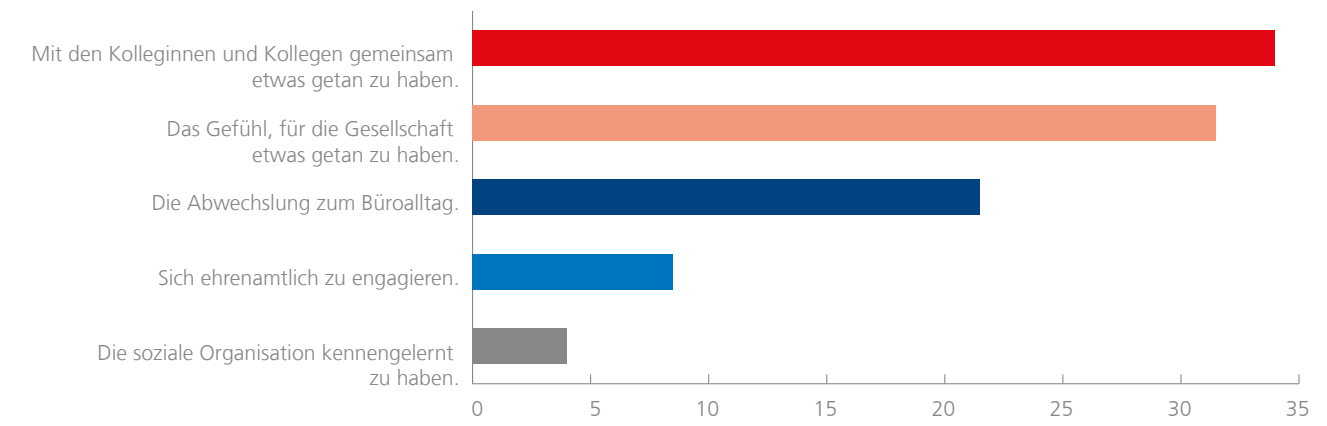
Für kleine und mittelständische Unternehmen ist der gemeinsame Einsatz im Kollegenkreis in sozialen Projekten (Corporate Volunteering) ein erster überschaubarer Einstieg in CSR.

Möglichkeiten, im Team aktiv zu werden, gibt es viele, ob im Kindergarten, Tierheim, Naturschutzgebiet, in Einrichtungen für Menschen mit Behinderungen – es gibt viel zu tun. Wichtig ist, dass die Belegschaft bei der Auswahl mitbestimmen kann.

Eine Befragung der Stiftung Gute-Tat.de von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die im Kollegenkreis soziale Projekte betreut haben, bestätigt, dass sich solche Teamevents nicht nur auf die Attraktivität ihres Arbeitgebers positiv auswirken, sondern auch auf den Faktor Teambildung:

Für 88 Prozent der Befragten ist es wichtig oder sehr wichtig, dass der Arbeitgeber soziale Aktionen unterstützt, und 87 Prozent sind der Meinung, dass solche Einsätze das Betriebsklima positiv beeinflussen (Quelle: Stiftung Gute-Tat.de 2013).

Was hat Ihnen am Ehrenamtstag am besten gefallen?



95 Prozent der Befragten würden erneut an einem sozialen Event teilnehmen und über die Hälfte will sich nach dieser Erfahrung sogar privat engagieren. Hilfsbereitschaft, die nicht beim Engagement im Rahmen des Unternehmens stehen bleibt!

Im Team Gutes tun – auf diesen kurzen Nenner lassen sich die Ergebnisse der Umfrage bringen, wie die Abbildung oben verdeutlicht (Quelle: Stiftung Gute-Tat.de 2013).

Zusammenfassend bleibt festzuhalten:

Arbeitskräfte entscheiden sich eher für einen Arbeitgeber, auf den sie stolz sein können, der sie an der Unternehmenskultur partizipieren lässt und ihnen die Möglichkeit bietet, neben ihren fachlichen und intellektuellen Fähigkeiten auch ihre menschlichen Qualitäten einzubringen.

„Ein solcher Einsatz bringt Spaß, neue Erkenntnisse und bewirkt bei allen und für alle Beteiligten ein positives Gefühl des Miteinanders“, so brachte es das Team des Startup Unternehmens Sofatutor, das im November 2013 Anzug und Kostüm gegen Freizeitkleidung tauschte und in einer

Kinder- und Jugendstiftung in Berlin-Kreuzberg den Garten winterfest machte, auf den Punkt.

Auch ein kleines Team kann Großes bewirken, dachten sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der melovely GmbH bei ihrem Arbeitseinsatz in der Suppenküche, in der sie beim Vorbereiten und Austeilen der Mahlzeiten an Bedürftige halfen.

„Dieser Einsatz hat unsere Perspektive verändert, sie ist nun eine andere als vor dem Einsatz. Wir konnten hier heute viel bewirken, waren überrascht von der großen Anzahl der Bedürftigen und sind nun vom körperlichen Arbeiten zwar müde, doch gleichzeitig glücklich darüber, dass wir in diesen wenigen Stunden so vielen Menschen helfen und sie unterstützen konnten.

Weitere Beispiele sozialer Teameinsätze finden Sie unter: www.gute-tat.de/unternehmensengagement/ehrenamtstage.html



Ein Team der sofaturator.com GmbH beim sozialen Teameinsatz in der „Gelben Villa“ in Kreuzberg

Kontaktdaten

Projekt	Fachkräftemangel und CSR – Implementierung von CSR in kleinen und mittelständischen Unternehmen durch Corporate Volunteering
Organisation	Stiftung Gute-Tat.de
Ansprechpartnerin	Ines Brüggemann
Telefon	030 39088225
E-Mail	i.brueggemann@gute-tat.de
Website	www.gute-tat.de

Spürbare CSR in der IT-Branche

Nathalie Ball



Innerhalb der IT-Branche ist die aktuelle Entwicklung von höchster Leistungsfähigkeit, Individualisierung und benutzerfreundlichen Innovationen geprägt. Dabei streben die Produzenten von IT-Hardware kurze Produktlebenszyklen und steigende Umsätze an. Unter dem Schlagwort „Green IT“ sollen Möglichkeiten geschaffen werden, Energie einzusparen. Diese Lösungen zielen allerdings meist auf den reinen Gebrauch neuer Geräte ab, schaffen aber keine nachhaltigen Lösungen zur Weiterverwendung bereits in Gebrauch befindlicher IT-Hardware. Um auf dem neuesten Stand der Entwicklung zu sein, ersetzen auch Unternehmen ihre IT-Produkte nach drei bis vier Jahren. So entstehen große Mengen an Elektronikmüll, der fachgerecht recycelt werden muss. Die ordnungsgemäße Verwertung von IT-Hardware verursacht im Allgemeinen hohe Kosten. Da der Transport ins Ausland für Großhändler vergleichsweise günstig ist, wird die Ware tendenziell an Entwicklungsländer verkauft und dort unter widrigen Umständen für die Bevölkerung und unter Umweltbelastungen zerlegt. Eine sichere Datenlöschung ist in diesem Szenario nicht gewährleistet. Die Forderung von Datenschutzbeauftragten nach sicheren, zertifizierten Prozessen wird heute immer lauter, daher suchen Unternehmen vermehrt nach Dienstleistern, die in ihrem regionalen Umfeld einen revisionssicheren Prozess liefern. Parallel gehen die Firmen dazu über, Nachhaltigkeitsaktivitäten in bestehende Unternehmensprozesse bis ins letzte Detail zu integrieren.



Arbeit an IT-Datenlöschung

Gibt es eine Möglichkeit, dass Firmen, öffentliche Einrichtungen, Banken, Versicherungen und andere Institutionen notwendige Prozesse im Austausch ihrer gebrauchten IT-Hardware mit konkreten CSR-Aktivitäten verbinden? Ja, und das schon seit 2004! Es bedurfte jedoch erst der zunehmenden Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung, die letztlich dazu geführt hat, dass heute gezielt nach entsprechend innovativen Lösungen gesucht wird: Durch die Aufbereitung und den Verkauf der gebrauchten IT-Hardware können große Unternehmen am Wirtschaftsstandort Deutschland in vielerlei Hinsicht gesellschaftliche wie auch wirtschaftliche Fragestellungen lösen und aktiv dazu beitragen, dass auch im IT-Bereich gesellschaftliche Verantwortung eingebunden wird.

AfB bedient mit seinem Geschäftsmodell nicht nur den Anspruch nach professionellen Lösungen in der Datenlöschung und Aufbereitung gebrauchter IT-Produkte, sondern schafft gleichzeitig einen gesellschaftlichen Mehrwert: Denn in allen Prozessen arbeiten rund jeweils 50 Prozent Kolleginnen und Kollegen mit und ohne Behinderung solidarisch zusammen. Die Integration der behinderten Menschen in die Berufswelt und damit verbunden ihre persönlichen Perspektiven sprechen für sich: Inklusion ist die logische Konsequenz. Darüber hinaus wird ein erheblicher ökologischer Nutzen geschaffen, indem die ressourcenverzehrende Neuproduktion von IT-Equipment reduziert und umweltbelastende Emissionen

sowie der Abbau natürlicher Ressourcen effektiv vermieden werden.

Der gesellschaftliche Erfolg kann sogar weiter ausgedehnt werden, je mehr Unternehmen sich für eine Partnerschaft und somit für die Überlassung ihrer IT-Geräte an AfB entscheiden. Wir können weitere Arbeitsplätze für Menschen mit Handicap einrichten und mit jedem aufbereiteten Gerät steigt auch der Effekt für die Umwelt.

Nun mussten wir die erzielten sozialen und ökologischen Erfolge auch leicht verständlich an die Unternehmen liefern, damit diese im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung an ihre Stakeholder berichten können. Hierin lag in der Vergangenheit ein wesentliches Handicap von AfB, denn bis vor Kurzem war es nicht möglich, valide Aussagen darüber zu liefern, welche Menge an Treibhausgasen und natürlichen Ressourcen durch die Wertschöpfung eingespart wird. Die Partnerunternehmen haben ihre Zusammenarbeit mit AfB nur selten an die Öffentlichkeit getragen und auch nicht gezielt in ihre CSR-Aktivitäten aufgenommen. Unternehmen, die AfB noch nicht kannten, mussten mühsam auf die Möglichkeit einer Partnerschaft angesprochen werden, weil sie uns rein als IT-Dienstleister mit sozialem Mehrwert wahrgenommen haben. Die Zusammenarbeit war ausschließlich auf den IT-Bereich beschränkt und die CSR-Abteilungen der Partnerunternehmen wussten häufig nichts von dem erfolgreichen Engagement, das sie



Beispiel: CSR-Urkunde einer Partnerschaft in 2013

„nebenbei“ leisten. Wenn AfB sein langfristiges Ziel erreichen will, 500 Arbeitsplätze für Menschen mit Handicap anzubieten, muss es weitere Unternehmen davon überzeugen, sich als CSR-Partner zu positionieren und aus diesen Gründen heraus ihre aussortierte IT an AfB zu geben.

Im Rahmen des Projekts „CSR im Mittelstand“ wurde die TU Berlin mit der Berechnung im Sinne einer Öko-Bilanz beauftragt, die endlich konkrete Antworten darüber, wie groß die Einsparung natürlicher Treibhausgas und natürlicher Ressourcen ist, liefert. Die Befunde ergeben, dass durch die Aufbereitung der gebrauchten IT-Hardware u. a. folgende positive Effekte auf die Umwelt erzielt werden:

	GWP	KEA	Metalle
Desktop-PC	-64,6 kgCO ₂ e	-830 MJ	-146 Fe-Äqv
Notebook	-73,5 kgCO ₂ e	-693 MJ	-52,3 Fe-Äqv
TFT-Monitor	-35,1 kgCO ₂ e	-434 MJ	-35,9 Fe-Äqv

GWP = Global Warming Potential = Treibhauspotential;
 KEA = Kumulierter Energieaufwand, was Primärenergiebedarf entspricht; Metalle = Eisenäquivalent

Die Ergebnisse bestätigen unsere bisherige Annahme, dass die Aufbereitung eines Geräts und dessen weitere Nutzung über zwei bis fünf Jahre deutliche Vorteile für unsere Umwelt bedeutet und im Vergleich zu einem neuen Gerät mit geringerem Energiebedarf keinen Nachteil beinhaltet. Diese Ergebnisse können wir den Partnerunternehmen

individuell berechnet als Bilanz über den Zeitraum der Zusammenarbeit liefern. Entsprechend reagieren unsere Partnerunternehmen sehr positiv auf das Projekt und wollen unsere Ergebnisse in ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung aufgreifen. Die zuständigen Vertreter der Partnerunternehmen erhalten eine Urkunde über die Zusammenarbeit und den damit geschaffenen gesellschaftlichen Erfolg. Sie sind stolz auf ihr Engagement und tragen es im Rahmen ihrer externen Kommunikation, beispielsweise mittels Pressekonferenzen, an die Öffentlichkeit. Gespräche mit potenziellen neuen Partnerunternehmen ergaben, dass sie sich bei vergleichbarer Leistung unserer rein gewinnorientierten Mitbewerber aufgrund unserer CSR-Aktivitäten für eine Partnerschaft mit AfB entscheiden würden. Der Absatz aufbereiteter Geräte in unseren Shops und online entwickelt sich erfreulich, weil viele Käufer aufgrund des günstigen Preises und nicht zuletzt wegen der sozialen Verantwortung auf unsere Angebote zurückgreifen. Zukünftig wollen



Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2012 an AfB durch Prof. Dr. Gesine Schwan

wir auch Käufergruppen erreichen, die ihre Kaufentscheidung unter anderem von ökologischen Argumenten abhängig machen.

2012 wurde AfB mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet und im März 2014 wurde das Konzept auch mit dem Innovationspreis der Deutschen Wirtschaft geehrt. Die Auszeichnungen bestätigen, dass man mit einem sozial engagierten Geschäftsmodell die Gesellschaft maßgeblich positiv mitgestalten kann. Auch wenn AfB schon in seinem Kern gesellschaftliche Verantwortung trägt, ist es wichtig, dass wir uns zusätzlich als Integrationsunternehmen mit innovativen Ideen positionieren. Unser Engagement im Rahmen des Programms „CSR im Mittelstand“ hat sehr dazu beigetragen, dass AfB zunehmend als CSR-Partner wahrgenommen wird. Nicht zuletzt deshalb ist unsere Geschäftsleitung davon überzeugt, dass wir unser Ziel erreichen werden, langfristig rund 500 Arbeitsplätze für Menschen mit Handicap zu schaffen.

Kontakt

Projekt	Erstellung einer CO ₂ -Bilanz über die Wiederaufbereitung von Vermarktung gebrauchter IT-Hardware inklusive der öffentlichen Darstellung zur Sensibilisierung aller Unternehmens-Stakeholder für den dabei erzielten ökologischen und gesellschaftlichen Nutzen.
Organisation	Arbeit für Menschen mit Behinderung (8AfB) gGmbH
Ansprechpartner	Nathalie Ball
Telefon	07243 20000205
E-Mail	nathalie.ball@afb-group.eu
Website	www.afb-group.eu/de/unternehmen/corporate-social-responsibility

„Autos kaufen keine Autos!“

Klaus Mertens



„Autos kaufen keine Autos!“ Mit diesem berühmten Satz umwarb der Autobauer Henry Ford einst seine These, dass es ihm selbst nur dann gut gehen könne, wenn es auch der ihn umgebenden Gesellschaft gut ginge.

Mittlerweile steht für diese These der Begriff „Corporate Social Responsibility“ (CSR) – Unternehmensverantwortung im gesellschaftlichen Umfeld.

In Bocholt arbeitet zu diesem Thema die Initiative „Bocholt. Unternehmen. Zukunft.“ (BUZ), die sich – finanziert durch Mittel des Europäischen Sozialfonds (ESF) und des Bundes – um die Beratung von mittelständischen Unternehmen kümmert. Im Focus von BUZ stehen die CSR-Handlungsfelder „Mitarbeiter“ und „Gemeinwesen“; die Themen „Umwelt“ und „Markt“ werden „angerissen“ und bei Bedarf von freiberuflichen Beratern detailliert dargelegt.

Hintergrund dieser Initiative ist die gewachsene Erkenntnis, dass Bocholt nicht gerade zu den Gewinnern des demographischen Wandels gehört. Die schwindende und immer älter werdende Bevölkerung könnte zu einem großen Problem für den bis heute überdurchschnittlich gut operierenden Mittelstand werden: Sollte die Zahl der potenziellen Arbeitnehmer sinken, werden zukünftig sowohl hoch qualifizierte Akademikerinnen und Akademiker als auch gut ausgebildete Fachkräfte fehlen. Fakt ist: Bereits

heute locken attraktive Ballungsgebiete und zahlungskräftige Industrieunternehmen junge Familien von Bocholt weg.

Diesen Trend zu stoppen, hat sich BUZ auf die Fahnen geschrieben. Der Slogan „Wir machen Bocholt ein kleines bisschen besser“ ist dabei durchaus ernst gemeint. Dabei werden zwei Primärziele in den Focus genommen. Zu allererst will Klaus Mertens als operativer CSR-Manager von BUZ den ansässigen Unternehmen, die sich mit einer integrierten CSR-Strategie für ihren Betrieb auseinandersetzen wollen, als Berater zur Seite stehen. „Besonders das CSR-Handlungsfeld der Mitarbeiter wird näher beleuchtet“, so Mertens, „dabei gehören Antworten auf den alltagstauglichen Umgang mit pflegenden Angehörigen ebenso zum Szenario wie auch der Aufbau eines betrieblichen Gesundheitsmanagements.“

Welche Themen „angepackt“ werden, entscheidet der Unternehmer immer gemeinsam mit den Mitarbeitern, ohne sie kann eine CSR-Strategie nicht umfassend entwickelt und gelebt werden. Zur Identifizierung der Themenschwerpunkte bietet BUZ den teilnehmenden Unternehmen betriebsinterne Workshops an, die sozusagen als Stakeholder-Dialogveranstaltungen durchgeführt werden.

Dabei geht es darum, zu erkennen, welche Themen in den jeweiligen Handlungsfeldern eine Stärkung der Nachhaltig-



keit bei der Integration einer CSR-Strategie im Unternehmen versprechen, ohne dessen Wettbewerbsfähigkeit zu gefährden.

Das zweite Primärziel von BUZ ist die Koordination des gesellschaftlichen Engagements von Bocholter Firmen. Losgelöst von Mäzenatentum oder einem temporären „goodwill“ soll die Hilfe der Unternehmen gezielt zur Verbesserung der Bocholter Bildungslandschaft dienen – beispielweise, um mit wirksamen Angeboten bereits in der Kita die Grundlage für ein optimales Lernsystem zu schaffen. Damit will man erreichen, dass Kinder ohne Schulabschluss möglichst bald der Vergangenheit angehören und die derzeit niedrige Abiturquote steigt.

So ist am 1. Juli 2013 in der AWO-Kindertagesstätte Biemenhorst ein bilinguales Projekt gestartet. Mit Unterstützung von Edeka-Märkte Elskamp und der Bäckerei Bors (weitere Firmen sind immer willkommen) kommen die Kinder durch eine englischsprachige Teamerin mit dem Englischen als zweiter Sprache in Berührung. Während des Spielens, Essens oder Singens lernen sie schon im Vorschulalter eine Fremdsprache – spielerisch – wie

ihre Muttersprache. Die so erzielten Lernreize fördern die cerebrale Entwicklung der Kinder um ein Vielfaches.

Ein anderer Kindergarten ging mit einem vergleichbaren Angebot ab Oktober 2013 an den Start, allerdings dahingehend erweitert, dass täglich jeweils zwei Azubis von der projektfinanzierenden LB Group die Teamerin unterstützen. Die mittelständische Unternehmensgruppe, Anbieter verschiedener Produkt- und Dienstleistungsbereiche, will damit die Sozialkompetenz seiner jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stärken: ein durchaus nicht zu vernachlässigender Benefit für das Unternehmen und die Azubis.

Hintergrund eines weiteren Projekts ist es, den Arbeitsalltag in Schulen zu bringen. Für die in Bocholt ansässige Westfälische Hochschule beispielsweise wird auf dem Campus ein Pavillon errichtet – als Ausweichplatz für Seminare bei Hitzewetter als auch für kurzweilige Angebote außerhalb des Lehrbetriebs.

Im Bocholter Euregio Gymnasiums wird im Herbst 2014 dank der Mitwirkung von Architekten, Statikern und Handwerksbetrieben verschiedenster Gewerke in einer Art Vo-



lunteering-Projekt ein „Campus-Event-Pavillon“ errichtet, das den Schülerinnen und Schülern einen tieferen Einblick in technische und handwerkliche Berufe vermitteln soll. Die Realisierung dieses Projekts ist ein besonderes Anliegen der Kreishandwerkerschaft.

Die Planungen sind beendet, der Bauantrag positiv beschieden, am 30. September 2014 ist Baubeginn. Ein weiterer positiver Aspekt: Auch bei der Materialbeschaffung zeigen sich die Bocholter Unternehmen sehr großzügig. Dieser Pavillon wird einer der sichtbaren „Leuchttürme“ in der Infrastruktur der Kommune.

Die Initiative „Bocholt. Unternehmen. Zukunft.“ will aber nicht jeden Tag das Rad neu erfinden, sie verweist auch auf bereits bestehende nachhaltige Bildungsprojekte. Diese nicht jedermann bekannten Projekte wurden mit allen nötigen Detailinformationen in einer Datenbank aufgenommen. Dort stehen sie Unternehmen und Interessierten als sogenannter „Bocholter CSR-Maßnahmenkatalog“ zur Verfügung: potenzielle Felder für's Engagement in Gemeinwohl-Projekten.

Kontaktdaten

Projekt	Bocholt. Unternehmen. Zukunft. – Bocholter Unternehmen engagieren sich für Bocholt
Organisation	EWIBO-GmbH als Projektträger, PSA GmbH als operativer Ansprechpartner
Ansprechpartner	Klaus Mertens, Helgo Eiting
Telefon	02871 21765-621
E-Mail	kmertens@psa-bocholt.de
Website	www.boh-unternehmen-zukunft.de (im Aufbau)

Impressum

© 2014 Bertelsmann Stiftung

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
www.bertelsmann-stiftung.de

Verantwortlich

Birgit Riess

Redaktion

Julia Scheerer

Autoren

Maria Meiners-Gefken, Gerd Placke, Frank Osterhoff,
Arved Lüth, Daniel Schubert, Thomas Schäfer, Kathrin
Weiske, Ines Brüggemann, Nathalie Ball, Klaus Mertens

Lektorat

Rudolf Jan Gajdacz, München

Gestaltung

Nicole Meyerholz, Bielefeld

Fotos

S. 5 BMAS; S. 7, 8, 9 AGS Steinburg; S. 11, 12, 13 Jürgen
Stumpe, S. 14, 15, 16, 17 Kessel AG; S. 19, 20, 21 concern
GmbH; S. 23 Noelken Hygiene Products GmbH; S. 25, 26,
27 ISW GmbH, S. 29 + 31 Stiftung Gute-Tat.de; S.32, 33,
34 AfB Archiv, S.35 Mario Firyn; S. 37, 38 Klaus Mertens

Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh

Julia Scheerer
Telefon +49 5241 81-81509
Fax +49 5241 81-681509
julia.scheerer@bertelsmann-stiftung.de

www.bertelsmann-stiftung.de