

13

Brückenschläger

**Manager in ungewohnten Funktionen bei sozialen Einrichtungen:
Profit-Organisationen können von Non Profit-Organisationen (NPO)
noch eine Menge lernen.**

VON DAGMAR HAIER d.haier@wirtschaftsverlag.at

FOTO RICHARD TANZER

Tue Gutes und sprich darüber! Ist zwar keine neue Marketingstrategie, aber sie wirkt. Im Geschäftsleben kann sich heutzutage niemand mehr den drängenden Fragen der Gesellschaft verschließen. Immaterielle Werte wie Vertrauen, Zuverlässigkeit, Kreativität und Menschlichkeit rücken als wesentliche Produktionsfaktoren in den Vordergrund. Die Debatte über Nachhaltigkeit und verantwortungsvolles Wirtschaften hat längst begonnen und öffnet langsam, aber sicher auch ein Tor für Initiativen und Plattformen, die ein Umdenken in den Führungsebenen bewirken (wollen). Ob das „darüber Sprechen“ der guten Sache auch wirklich dient oder nur zum Zwecke guter Pressemeldungen benutzt wird, steht auf einem anderen Blatt. „Corporate Social Responsibility ist ein sperriges Wort“, meinte der Präsident der Caritas Österreich Franz Kübel anlässlich der Präsentation der Höhepunkte des CSR-Jahres 2005, „und ist mehr als die Übergabe von Schecks unter möglichst großer medialer Aufmerksamkeit.“ Außerdem müssten sowohl Wirtschaft als auch NGO (Non-Government-Organisationen) gemeinsam aufpassen, dass nicht der Eindruck bei den Verantwortungsträgern des Staates entstehe, weiteres soziales Engagement wäre unnötig. Silvia Wolf, die in Profit-Organisationen (15 Jahre Medien- bzw. Werbebranche) arbeitete, heute als diplomierte Mediatorin Vorträge hält und im Justizministerium u.a. für innerbetriebliche Mediation zuständig, meint: „Ich neige zu der pragmatischen Sicht, ein gesellschaftspolitisch positives Ergebnis über die Motive zu stellen, zumal ja ‚Geben‘ schon im zwischenmenschlichen Bereich selten ganz selbstlos ist. Allerdings wünsche ich mir da eine Art ‚moralischen

Rechnungshof‘, der den Nutzen auf beiden Seiten kritisch prüft und jemanden, der sich für wenig Geld/Einsatz/Leistung viel Image- bzw. (Gratis)-Werbewert erkaufte, zu Nachzahlungen verdonnert.“

Verbindung scheinbar konträrer Bereiche

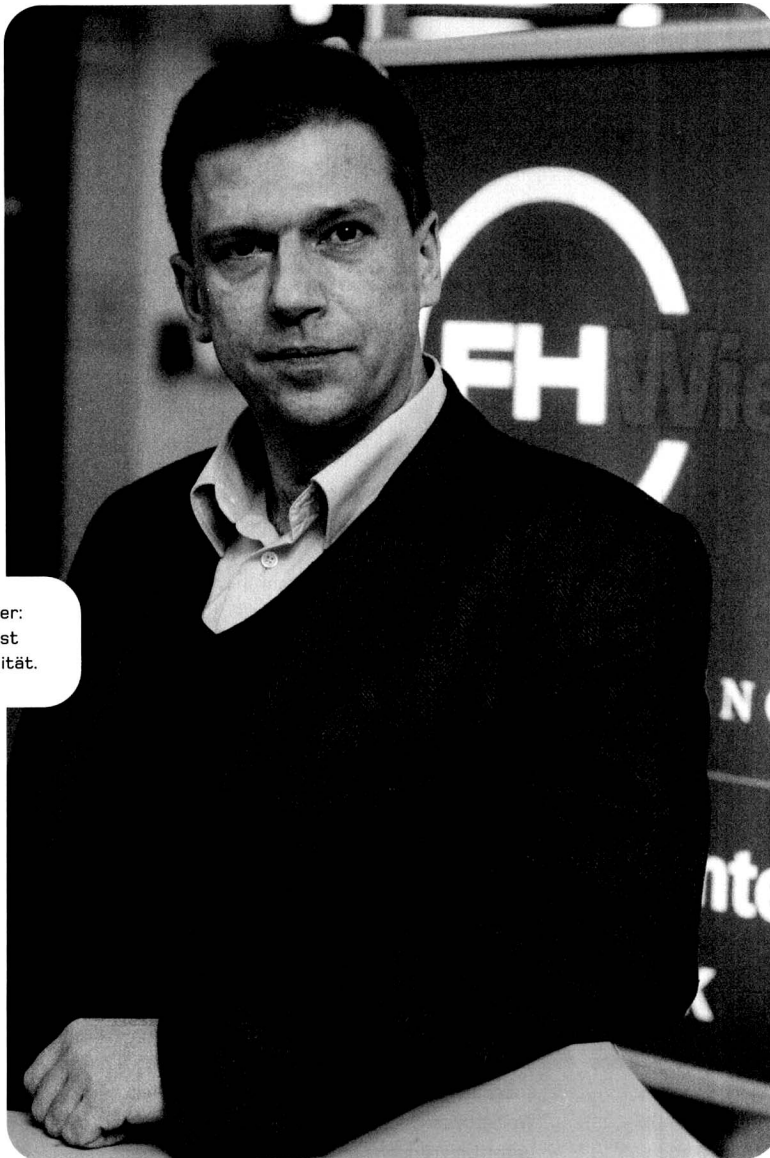
Noch läuft es dort, wo es derzeit Schnittstellen zwischen PO und NPO gibt, meist unter der klassischen Bittsteller-Geber-Rollenverteilung. Da wäre generell ein bisschen mehr Demut auf der einen und mehr Selbstvertrauen auf der anderen Seite durchaus angebracht, so die CSR-Experten. Ein gutes Beispiel für eine Initiative in die richtige Richtung ist „Brückenschlag“, ein „Erfahrungslernprogramm“, das vor drei Jahren in Vorarlberg gestartet und für Führungskräfte aus Wirtschaftsbetrieben und Sozialinstitutionen entwickelt wurde. Durch ein intensives gegenseitiges Kennen lernen soll die jeweils andere Lebenswelt, soziale Kompetenz und der Umgang mit Grenzen in der Praxis erfahren und durch eine Vernetzung auf einer professionellen Ebene der „Kurze Weg“ in Prävention und Problemlösung ermöglicht werden. Soll heißen: eine Verbindung schaffen zwischen scheinbar konträren Arbeitsfeldern und voneinander lernen. Warum soll ein Topmanager nicht z. B. in der „Gruft“ einem Obdachlosen das Essen servieren? Es geht dabei um eine neue Form des Miteinanders zwischen Wirtschaft und Gesellschaft, um gelebte, angewandte Verantwortung und letztlich das Erweitern des persönlichen Horizonts. Die Erfahrungen aus den ersten vier Workshop-Durchgängen in Vorarlberg zeigen, dass zunächst eher die CSR-affinen Menschen teilnehmen, also Wirtschaftstreibende, die ohnehin schon

mehr über den Tellerrand hinausschauen und sich teils in ihrer Freizeit, teils in ihrer Funktion innerhalb der Firma bereits sozial engagieren. Die gewonnenen Erkenntnisse werden in die Betriebe hineingetragen und (Nachwuchs-)Führungskräfte in die nächste Runde geschickt.

Derzeit laufen zwei Pilotprojekte in Wien. Für die ersten Workshops sind an die 15 Personen aus den obersten Führungsebenen etwa von OMV, Philips oder bauMax-Spess Martin Essl bereits angemeldet. Die TeilnehmerInnen arbeiten eine Woche lang im Alltagsbetrieb einer sozialen Organisation ihrer Wahl mit. Dieser Einsatz wird sorgfältig von Mitgliedern der ASOM (Akademie für Sozialmanagement) vorbereitet, begleitet und nachbereitet. Der Nutzen geht weit über die gesteigerte Sozialkompetenz hinaus: Indem sie ein neues Verständnis der Wirtschaft in der Gesellschaft und eine ganzheitliche Betrachtungsweise in ihre Organisationen tragen, ermöglichen sie ein neues Miteinander und erschließen Blickwinkel und Handlungsoptionen. Erfahrungsberichte gibt's auf www.brueckenschlag.org zum Nachlesen.

KMU haben andere Sorgen

Aber welcher Klein- oder Mittelbetrieb kann sich eine CSR-beauftragte MitarbeiterIn leisten oder einfach eine Woche lang auf einen Mitarbeiter verzichten? Wie soll eine kleine Firma ihre Aufträge erfüllen, wenn der Chef eine Woche Kranke betreut, um seine sozialen Kompetenzen zu erweitern? Laut einer Studie („CSR-State of The Art Report 2004“) im Rahmen eines EU-Projektes investierte ein Drittel der kleinen Betriebe in Österreich weniger als 2.500 Euro in CSR-Aktivitäten, ein Drittel zwischen 2.500 und 5.000 Euro und das engagierte



Georg Engel, Berater:
Der Lohn von CSR ist
unbezahlbare Loyalität.

dritte Drittel darüber – meist in Form von Geld- und/oder Produktpenden. Bei den mittleren Betrieben spannt sich der Rahmen zwischen 7.000 und 15.000 Euro. Interessant ist, dass sich im KMU-Bereich die wenigsten über den positiven Effekt bewusst sind. Nur 12 Prozent der Kleinen glauben an einen geschäftlichen Nutzen, den die Größeren und ganz Großen doppelt so hoch einschätzen. Die Beweggründe sind jedoch überall dieselben: moralische und ethische Überzeugung. Es fehlt aber wie immer am Geld einerseits und an der bei den KMU meist weniger wichtig genommenen Marketing- und PR-Arbeit andererseits. Georg Engel, Fachmann für Kommunikation und Potenzial-orientierte Beratung, beobachtet in diesem Bereich ein Manko: „Oft sind sich die Firmenchefs selbst gar nicht bewusst, dass CSR-Förderung betreiben. Sei es dass sie eine Behinderteneinrichtung unterstüt-

zen oder einer Band einen Proberaum gratis zur Verfügung stellen.“ Daraus folgt, dass nicht viel darüber bekannt wird, wer sich wo einsetzt, es sei denn, die Presse bekommt durch Prominente davon Wind. „Da gäbe es ein großes Verbesserungspotential in der ‚Außenbilanz‘ eines Betriebes.“ Als ehemaliger Marketingleiter beim Wiener Hilfswerk und nach fünfjähriger Erfahrung als Geschäftsführer des Wiener Stadtbeisls „Inigo“, einem vom AMS Wien, dem Europäischen Sozialfonds und der Caritas unterstützten sozial-ökonomischen geführten Betrieb, kann auch Engel nur von eine Win-Win-Situation sprechen: „Ein 53jähriger Kellner wird von einem normalen Wirten nicht genommen. In Wahrheit bekommt er jedoch einen Menschen, der sein Handwerk bestens beherrscht und Loyalität zurück, die unbezahlbar ist.“ ■



Information

Profit- und Non-Profit-Unternehmen können voneinander lernen:

Profit-Unternehmen von NPOs:

- ☐ Kunden-Service (Eingehen auf Bedürfnisse, Zuhören, Nachfragen, ernst nehmen, ...)
- ☐ persönlichen Einsatz (auf Basis innerster Überzeugungen)
- ☐ gemeinsame (Zukunfts-)Visionen entwickeln, an einem Strang ziehen
- ☐ langfristige (nachhaltige) Konzepte entwickeln
- ☐ mit geringen Mitteln viel erreichen
- ☐ absolut kurze „Reaktions-Zeiten“ (z.B. bei Katastrophen-Einsätzen)
- ☐ Gewinn/Geld nicht um jeden Preis

NPOs von Profit-Unternehmen:

- ☐ Anleihen nehmen, wie der „Markt“ funktioniert (und diese Mechanismen zum Transport der Anliegen nutzen)
- ☐ klare Ziel-Formulierungen
- ☐ effiziente interne (Kommunikations-) Strukturen

Informations- und Anlaufstellen:

- ☐ asd (Austrian Business Academy for Sustainable Development) vermittelt Know How zur Umsetzung von Nachhaltigkeit und CSR im Unternehmen: WWW.ASD.AT
- ☐ WWW.CSR-AUSTRIA.AT
- ☐ Am 18. 5. fand die Verleihung der 2003 ins Leben gerufenen ersten österreichischen Auszeichnung für CSR-Aktivitäten, der „Trigos Award 2005“ statt: WWW.TRIGOS.AT
- ☐ FO.FO.S (Forum zur Förderung der Selbständigkeit) WWW.FOFOS.AT
- ☐ Glocalist Review (multimediale Wochenzeitschrift) WWW.GLOCALIST-REVIEW.COM
- ☐ WWW.GEORGENGEL.COM
- ☐ WWW.BRUECKENSCHLAG.ORG