



Netzwerk regionaler Wirtschaftsvereinigungen und Institutionen Rhein-Neckar

2. NWI-Konferenz, 11. Juli 2007

Unternehmerische Verantwortung wahrnehmen: CSR im Mittelstand – Chancen für die Metropolregion Rhein-Neckar

Eine Gemeinschaftsveranstaltung von NWI und UPJ e.V.

„Soziales, ökologisches und kulturelles Engagement bringt doppelte Rendite“
Gewinn fürs Unternehmen und die Gesellschaft

Die FAZ hält es lediglich für eine weitere Management-Methode, die Frankfurter Rundschau fordert, angesichts hoher CSR-Ausgaben der Deutschen Bank: „Höhere Steuern für Unternehmen!“, die der Staat dann wiederum an Bedürftige verteilen soll. Der SPIEGEL dagegen macht dieser Tage das Thema „Unternehmerische Verantwortung“ zum



Vor mehr als 120 Besuchern diskutierten Experten von Bertelsmann Stiftung, UPJ e.V. (Unternehmen Partner der Jugend), Wirtschaftsunioren und IHK Rhein-Neckar darüber, wie sich mittelständische Unternehmen verantwortlich und zum eigenen Nutzen engagieren können.

Titelthema. Heute gewinne das „Reputation Risk Comitee“, das die ‚weichen‘ Vor- und Nachteile von Geschäften analysiert, auch in den Frankfurter Glastürmen langsam Macht. Die Zahl der gestoppten Projekte wachse. Zunehmend verzichte die Deutsche Bank auf



kurzfristige Erträge zugunsten langfristigen Erfolgs, beispielsweise auf eine Investition beim

Drei-Schluchten-Staudamm in China, bei Papierfabriken in Indonesien, einer Öl-Pipeline in Ecuador oder einem Atomkraftwerk in Rumänien. Es gehe auch gar nicht mehr anders, denn der Druck komme aus der Kundschaft, die sich individuelle Fonds zusammenstellen lasse. Es zähle nun nicht mehr die Geldvermehrung allein, sondern in zunehmendem Maße die Geldverwendung.

Das Podium der 2. NWI-Konferenz von links nach rechts:

Peter Kromminga, Geschäftsführer UPJ e.V., Kirsten Hirschmann, Bundesvorsitzende der Wirtschaftsunioren, Moderator und stellv. NWI-Sprecher Josef Stumpf, Birgit Riess, Bertelsmann Stiftung, Dr. Wolfgang Niopek, IHK Rhein-Neckar.

Die „Unternehmerische Verantwortung“ zieht Kreise

Das Thema „Unternehmerische Verantwortung“ ist damit in der Gesellschaft angekommen, ganz oben in der globalen Wirtschaft, aber auch in der regionalen Wirtschaft. UPJ-Geschäftsführer Peter Kromminga wies in seinem einführenden Referat auf die unterschiedlichen Netzwerke auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene hin, die sich mit der „Unternehmerischen Verantwortung“ befassen.

Die starke Vernetzung unterstreiche die Bedeutung der „Unternehmerischen Verantwortung“, die nach Kromminga keine „Eintagsfliege“ oder ein neuer „Management-Hype“ sei. Vielmehr gebe es für das Thema wirkungsvolle Treiber, etwa den Klimawandel, den demographischen Wandel, den Fachkräftemangel der Wirtschaft oder die Globalisierung. „CSR ist ein Trend für die nächsten Jahrzehnte“, so Kromminga optimistisch.

Was aber bedeutet konkret CSR, Unternehmerische Verantwortung? Ist dieses Thema auch etwas für mittelständische oder nur für große Unternehmen?

Kromminga illustriert den Einsatz von CSR anhand von vier Beispielen. Der Spielwarenhersteller heunec aus Neustadt bei Coburg mit 27 Mitarbeitern lässt einige seiner Produkte in China fertigen. Seine chinesischen Zulieferer müssen einen Kodex einhalten, der gesetzliche Arbeitszeiten vorschreibt, Kinder- und Zwangsarbeit verbietet und Sozialleistungen bei

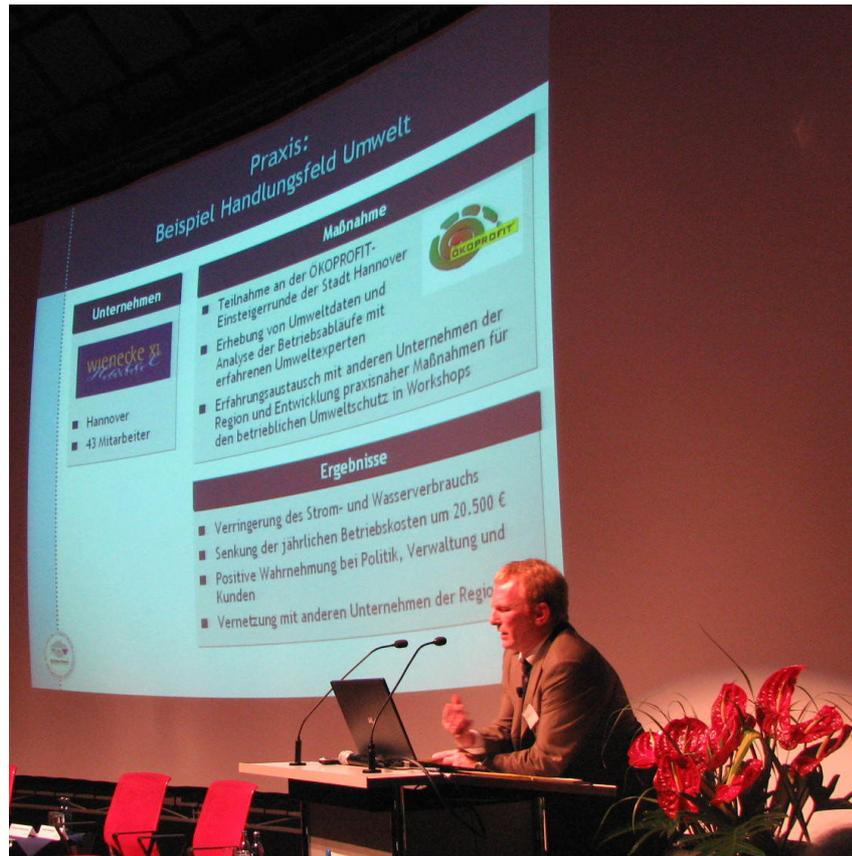
Krankheit und Schwangerschaft fordert. Eine

unabhängige Organisation zertifiziert die chinesischen Zulieferer regelmäßig. Der Effekt dieses Engagements: die Arbeitsbedingungen der chinesischen Mitarbeiter verbessern sich inklusive der Arbeitsmotivation. Außerdem hat heunec damit Wettbewerbsvorteile vor der nichtzertifizierten Konkurrenz. Auch öffentliche Kritik an den Arbeitsbedingungen der Zulieferer bleibt aus.

Beispiel: Ressourcen sparen – Kosten senken

Das Hannoveraner Hotel Wienecke hat an einem Umwelt-Workshop mitgearbeitet und spart nun, nachdem es 1.000 Euro zur Analyse in Betriebsabläufe und den Rat von Umweltexperten investiert hat, jährlich rund 20.000 Euro Betriebskosten bei Strom und Wasser.

Die **Magdeburger Treuhand, eine Steuerberatungsgesellschaft mit 70 Mitarbeitern** hat auf das Handlungsfeld „Mitarbeiter“ gesetzt und am Audit „Beruf und Familie“ teilgenommen. Damit konnte die Treuhand die Mitarbeiterzufriedenheit stärken und die Produktivität erhöhen. Weitere Effekte: Die Treuhand hat stabile Fluktuationsraten, gewinnt leichter neue Mitarbeiter. Sie erreicht das durch neue Mitarbeiterprogramme, beispielsweise durch das Kontakthalten mit Mitarbeitern, die sich in Elternzeit befinden oder durch individuelle Teilzeitvereinbarungen.



Peter Komminga, Geschäftsführer UPJ e.V. (Unternehmen Partner der Jugend): „CSR ist keine Eintagsfliege“

Das Frankfurter IT-Unternehmen chambiz mit zwölf Mitarbeitern ist eine Partnerschaft mit der Jugendwerkstatt basa eingegangen, kümmert sich seitdem um die Computer dieser Werkstatt und hat ein medienpädagogisches Hard- und Softwarekonzept umgesetzt. Das Engagement hat zwischenzeitlich zu einer größeren Identifikation der Mitarbeiter zum Unternehmen und zu einer Steigerung der Teamfähigkeit, des sozialen Engagements und kommunikativer Kompetenzen geführt. Ganz nebenbei konnte die IT-Qualifikation der Jugendlichen gesteigert werden – die Medien haben zudem häufig über dieses Projekt berichtet.

Damit sind die Handlungsfelder der „Unternehmerischen Verantwortung“ umrissen: Es sind der „**Markt**“ (Beispiel heunec), „**Umwelt**“ (Beispiel Hotel wienecke), „**Mitarbeiter**“ (Beispiel Treuhand Magdeburg) und „**Gemeinwesen**“ (Beispiel chambiz).

Unternehmerische Verantwortung in der Metropolregion Rhein-Neckar

Auch in der Metropolregion gibt es inzwischen, wenn auch nicht immer öffentlichkeitswirksam apostrophiert, einige gute CSR-Beispiele. Dr. Wolfgang Niopek, IHK-



Dr. Wolfgang Niopek, IHK Rhein-Neckar: „Es gibt bereits eine Reihe interessanter CSR-Projekte in der Metropolregion – auch wenn sie nicht immer so benannt werden.“

Geschäftsführer berichtete vom Projekt der Mittelstandsstipendien für Studierende, um den qualifizierten Nachwuchs zu sichern. Eine Kinderbetreuungsdatenbank und ein Ausbildungsprogramm für Tagesmütter vereinfache die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Metropolregion. Und das Umweltkompetenzzentrum Ukom kümmere sich als Netzwerk mittelständischer Unternehmer um Umweltbelange und eine Reihe mittelständischer Unternehmen habe maßgeblich zur Renovierung

des Mannheimer Schlosses beigetragen. Die IHK sei bei CSR-Bestrebungen gerne behilflich und fördere das Engagement ihrer Mitglieder in dieser Richtung, so Niopek.

CSR auf breiter Ebene – die Wirtschaftsunioren

„Unternehmerische Verantwortung lohnt sich – das kann ich hundertprozentig unterschreiben“, sagte Kirsten Hirschmann, Bundesvorsitzende der Wirtschaftsunioren bei der 2. NWI-Konferenz. Obwohl die Wirtschaftsunioren das Jahr 2007 zum Jahr der Unternehmerischen Verantwortung mit den

Schwerpunkten „Werte, Wissen, Wandel“ ausgerufen hätten, sei der Verband nicht „mal eben auf den fahrenden CSR-Zug aufgesprungen“. Vielmehr bilde der „Dienst an der „Gemeinschaft“ und die „besondere gesellschaftliche Verantwortung“ der Unternehmer die Klammer des Verbandes, schon seit Jahrzehnten. Ausgeschrieben hat der Verband den Preis „Zivil“, der gesellschaftliches Engagement würdigt. Damit möchte der Verband das Thema bei Politik



Kirsten Hirschmann, Bundesvorsitzende der Wirtschaftsjunioren:
„Nach meiner Erfahrung bringt CSR mindestens: Weniger Fluktuation, höhere Akzeptanz des Unternehmens, eine höhere Arbeitsmoral und mehr Effizienz.“

und in der Gesellschaft stärker in den Vordergrund rücken. Dabei weiß Hirschmann, wovon sie spricht. Selbst Unternehmerin in einem Familienunternehmen hat sie die Erfahrung gemacht, dass gesellschaftliches Engagement „das eigene Leben bereichert“ und auch das Unternehmen davon profitiert. „Weniger Fluktuation, höhere Akzeptanz des Unternehmens, eine höhere Arbeitsmoral und mehr Effizienz sind nur ein paar Vorteile dieses unternehmerischen Engagements,“ so Hirschmann. Heute passiere dieses Engagement nicht mehr im „stillen Kämmerlein“, sondern es gehe darum, über diese Dinge mit den Mitarbeitern, den Kunden und Lieferanten in einen Dialog zu treten. (www.wjd.de)

Bertelsmann Stiftung

Birgit Riess, seit elf Jahren Mitarbeiterin der Bertelsmann Stiftung und seit vier Jahren verantwortlich für Projekte zum „Unternehmerischen Engagement“ (www.bertelsmannstiftung.de) der Stiftung nennt den Unterschied zwischen dem konventionellen Spenden und der neuen CSR-Bewegung. „Der Unterschied besteht darin, dass vormalig unternehmerische Verantwortung rein altruistisch war. Heute aber gilt es, gesellschaftliche Probleme zu adressieren: Bildung, Integration ausländischer Mitbürger, Umwelt und Kinder“. Wurde früher mit der „Gießkanne“ gefördert, so sei das heutige Engagement sehr viel zielgerichteter.



Birgit Riess, Bertelsmann Stiftung im Gespräch mit Moderator Josef Stumpf:

„Der Unterschied zwischen Spenden und CSR: Unternehmerische Verantwortung war vormals rein altruistisch, Spenden liefen nach dem Gießkannen-Prinzip, überall ein bisschen. Heute gilt es, gesellschaftliche Probleme wie ‚Bildung, Integration, Umwelt, Kinder‘ zu adressieren und zielgerichtet zu helfen.“

Wo beginnen, mit CSR?

Doch wo beginnen, bei einer Vielzahl von lohnenswerter Aufgaben? Riess rät, vor der eigenen „Haustür“ anzufangen. Das Engagement solle mit dem Unternehmen etwas zu tun haben, entweder in räumlicher Nähe liegen oder aber mit den Kompetenzen der Unternehmens etwas zu tun haben. Dabei spiele die Unternehmensgröße oder die Branche überhaupt keine Rolle. Es gebe Beispiele von kleinen Friseursalons, die beispielsweise in Altersheimen kostenlos Haare schneiden und dabei unter anderem den sozialen Kontakt der Heimbewohner bereichern.

UPJ-Geschäftsführer Kromminga pflichtete ihr bei, einen Königsweg gebe es bei der Unternehmerischen Verantwortung nicht, die Zugänge seien vielfältig. Da es auch auf die Höhe finanzieller Zuwendungen nicht ankomme, sei die knappe Ressource einzig die Zeit. Unternehmen, die sich stärker engagieren möchten gibt Kromminga mit auf den Weg: „Fangen Sie klein an, beziehen Sie Ihre Mitarbeiter mit ein und bearbeiten Sie Felder, auf denen Ihr Unternehmen bereits Kompetenzen besitzt.“ Ein solches Engagement funktioniert nicht unbedingt nur in eine Richtung – in vielen Fällen können die unterstützten Projekte auch etwas zurückgeben. Beispielsweise einen Einblick in besonderes gesellschaftliches Umfeld oder die Teilhabe an einem ganz speziellen Know-how einer gemeinnützigen Einrichtung.

Auf diese Weise, da waren sich alle Teilnehmer auf dem Podium einig, können alle Beteiligten profitieren, Unternehmen sogar mit „doppelter Rendite“.

(Bericht: Christoph Ecken, NWI-Sprecher)

Netzwerken nach der 2. NWI-Konferenz

Die 2. NWI-Konferenz wurde von der Heidelberger Druckmaschinen AG, dem Bundesverband Mittelständischer Wirtschaft (BVMW) und vom Druckzentrum Grosch unterstützt. Aussteller auf der Konferenz waren der NWI-Partner Kommunikationsverband Club Kurpfalz, der Verein Big Brothers and Big Sisters und die FreiwilligenBörse Heidelberg.

Fotonachweis: Dr. Klaus Schenck (Foto Peter Kromminga, S. 3; Kirsten Hirschmann, S. 5), alle anderen Fotos: Gerhard Friedemann

Kontakt:

Netzwerk regionale Wirtschaftsvereinigungen und -Institutionen Metropolregion Rhein-Neckar (NWI)

Internet: <http://www.nwi-rn.de/>

Christoph Ecken, NWI-Sprecher

Telefon: 06221 / 895 30 83

Telefax: 06221 / 895 30 89

E-Mail: [info\[@\]nwi-rn.de](mailto:info[@]nwi-rn.de)

Josef Stumpf, stellv. NWI-Sprecher

Telefon: 06221 / 13 890 – 0

Telefax: 06221 / 13 890 - 20

E-Mail: [info\[@\]nwi-rn.de](mailto:info[@]nwi-rn.de)

Networking in der Print Media Academy

