

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen – «sozialengagiert.ch»

«In Wahrheit nützt mir nicht, was mir allein nützt, sondern was dem Mitmenschen, der Gemeinschaft, der Gesellschaft nützt» (Carl Friedrich von Weizsäcker). Unternehmen sind dazu da, Gewinn zu erwirtschaften. Lance Secretan ist ein kanadischer Ökonom und Spezialist für Führung, und er formuliert diesen Satz neu: Unternehmen sind dazu da, den Menschen zu dienen und sie zu inspirieren und damit Gewinn zu machen. Die Internetplattform «sozialengagiert.ch» fördert und initiiert nachhaltiges, gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen.



von
René Rothmund
Stiftung Kirchlicher
Sozialdienst Zürich
r.rothmund@ksdz.ch



von
Jeannette Strebel
Stiftung Kirchlicher
Sozialdienst Zürich
j.strebel@ksdz.ch

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen gewinnt zunehmend an Bedeutung. Stichworte wie Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship «geistern» durch die Medienlandschaft. Was steckt hinter diesen Begriffen? Ist es alter Wein in neuen Schläuchen oder ist hier ein langfristiger Trend zu erkennen? Wir glauben, dass es Letzteres ist.

Die Idee, eine Internetplattform für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen aufzubauen, ergab sich aus der vermehrten Anfrage von Unternehmen für Community Days. Unternehmen wollten mit grösseren Teams für einen Tag in die Welt einer gemeinnützigen Organisation eintauchen und so «Gutes tun» und gleichzeitig ihre soziale Kompetenz erweitern. Wir haben bald eingesehen, dass uns diese Form des Corporate Volunteerings nicht liegt, respektive der Aufwand für uns zu gross und auch die Nachhaltigkeit solcher Projekte eher bescheiden ist. Unsere Idee war und ist, nachhaltiges gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen zu initiieren und zu fördern. Gleichzeitig fokussieren wir uns auf die Region Stadt Zürich und auf KMUs. Um diesem Thema ein «Gesicht» zu geben, haben wir im September 2006 eine Homepage eröffnet: «sozialengagiert.ch».

Zielsetzungen von «sozialengagiert.ch»

Mit «sozialengagiert.ch» verfolgen wir das Ziel, die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen zu fördern. Wir initiieren dazu eigene Projekte und beraten Unternehmen und gemeinnützige Organisationen für eine erfolgreiche Kooperation. Es soll eine Art Brückenschlag von der Wirtschaftsseite zur gemeinnützigen Seite erfolgen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei in der Begegnung beider Seiten auf gleicher Augenhöhe.

Ein Handlungskonzept für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen besteht im Aufbau eines Corporate-Citizenship-Konzepts. Dabei kommen zwei Möglichkeiten zum Einsatz:



Arche Zürich: Kinderbetreuung in Kooperation mit Mitarbeitenden

Zum einen Geld und Sachmittel sowie Dienstleistungen unter dem Begriff Corporate Giving und zum anderen der persönliche Einsatz der Mitarbeitenden eines Unternehmens unter dem Begriff Corporate Volunteering. Im Gegensatz zu einem Fundraising-Konzept hat ein Corporate-Citizenship-Konzept eine langfristige und auch nachhaltige Perspektive. Es geht nicht darum, ein Projekt oder eine Organisation nur einmalig mit Geld zu unterstützen, sondern es steht die Idee einer Partnerschaft mit langfristiger Ausrichtung dahinter. Es soll sich eine Partnerschaft auf gegenseitigem Vertrauen und gegenseitigem Nutzen entwickeln.

Dienstleistungen

Das Thema gesellschaftliche Verantwortung ist intern bei den Grosskonzernen verankert, oder zumindest werden dort eigene Abteilungen zu diesem Thema aufgebaut. Auf der Seite der KMUs und der gemeinnützigen Organisationen ist das Bewusstsein noch stark vom philanthropischen Gedankengut geprägt – spricht, die meisten Aktionen sind Geldspenden. Unsere Plattform will

in einem ersten Schritt das Bewusstsein für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen fördern. Dazu porträtieren wir Projekte aus diesen Bereichen und führen Interviews mit Fachleuten. Eine weitere Serviceleistung besteht in einer umfangreichen Dokumentation von Literatur, Weiterbildungsmöglichkeiten und Links zu weiteren Plattformen, die sich mit dem Thema beschäftigen.

Auf Anfragen initiieren wir eigene Projekte oder beraten Unternehmen über Möglichkeiten eines Engagements. Wir verfügen dazu über sehr viel Erfahrung im gemeinnützigen Sektor und haben eine umfangreiche Datenbank von potenziellen

Unternehmen. Unser Partner zur Evaluierung von Projekten ist die Forschungsgruppe Psychologie der Arbeit in Organisation und Gesellschaft (PdA) der ETH. Ideelle Unterstützung erhalten wir von der Junior Chamber Schweiz, der State Street Bank und dem Verein «Tischlein deck dich». Der Aufbau der Plattform wurde über ein Fundraising finanziert. Personell sind die Initianten René Rothmund und Jeannette Strebel mit einem geringen Prozentsatz ihres Arbeitspensums beteiligt.

Erfolg und Beispiele

2009 haben wir erstmals einen Award für gemeinnützige Organisationen lanciert. Aus 14 eingegangenen Projekten wurden

- Haus Hilt und Marinello, Lieferant für Gastrobetriebe – Konzeptentwicklung und Umsetzung: Gutscheine für sozial benachteiligte Menschen. Inzwischen werden 200 Gutscheine pro Monat verteilt.

- Coca-Cola Beverages – Manpower und Finanzen für einen zusätzlichen Ausflug mit Bewohnern eines Pflegezentrums.

Zwei Welten

Für Non-Profit-Organisationen bilden langfristige Kooperationen mit Unternehmen eine Möglichkeit, sich ihrer eigenen Identität besser bewusst zu werden. Wie bei jeder Partnerschaft geht es hier um Gleiches mit Gleichem. Non-Profit-Organisationen müssen sich als Partner verstehen und nicht als Organisation, die Geld oder Sachmittel akquirieren will. Letzteres ist Teil des Fundraisings. Beim Konzept der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen geht es um gleiche Augenhöhe. Das bedingt, dass ein entsprechendes Konzept ausgearbeitet und personelle Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. Der Weg zu einer Partnerschaft mit einem Unternehmen führt nicht über ein Auftreten als Bittsteller, sondern als eine Organisation mit Selbstbewusstsein!

Schweiz noch im Rückstand

Seit einigen Jahren wird die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in den Medien stärker besprochen. Es ist ein steter Zuwachs von Medienberichten, Studien, Büchern und konkreten Beispielen aus der Praxis zu beobachten. Die Europäische Union widmet sich diesem Thema, Wirtschaftsverbände in England, Deutschland und Österreich haben eigene Informationsplattformen aufgebaut. Die Schweiz liegt da noch im Dornröschenschlaf. Zaghafte Versuche keimen langsam. Das Thema ist meistens bei Grossfirmen angesiedelt, diese haben oft eine klare Unternehmensstrategie bezüglich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. KMUs tun sich noch schwer damit, ihr Engagement ist oft abhängig vom Firmenbesitzer (Patron). Im Gewerbe sind lokale Partnerschaften aufgrund von Beziehungen oder durch den Einsatz des Gewerbeinhabers möglich, eine Gesamtstrategie fehlt jedoch weitgehend.



der UBS AG. Restaurant Turbinenhalle: Verwöhnabend für Paare in schwierigen Lebenssituationen.

Kooperationsorganisationen. Neu haben wir mit «Social Dating» einen virtuellen Marktplatz lanciert. Gemeinnützige Organisationen bieten Unternehmen Unterstützungsmöglichkeiten an. Hinzu kommen bisher zwei initiierte Veranstaltungen zum Thema, die beide mit 100 Teilnehmern sehr gut besucht waren. Für Interessierte bieten wir einen Newsletter auf unserer Website an, der abonniert werden kann und über Neuigkeiten informiert. Mit «Tipps und Tricks für Non-Profit-Organisationen» geben wir einen Leitfaden heraus, der die Schritte zu einer erfolgreichen Kooperation aufzeigt.

Trägerschaft und Finanzierung

«sozialengagiert.ch» wurde von der Stiftung Kirchlicher Sozialdienst Zürich aufgebaut, die langjährige Erfahrung in Sachen Freiwilligenarbeit hat. Corporate Citizenship ist sozusagen die Weiterentwicklung der Freiwilligenarbeit um den Bereich

drei Projekte mit einem Preis ausgezeichnet. Die eigenen Projekte sind in der Zwischenzeit auf 18 angestiegen und die Beratungen von Unternehmen auf 16.

Dabei sind auch namhafte Organisationen beteiligt wie beispielsweise Starbucks Coffee oder Timberland. Durch unsere geringen Stellenprozente sind wir im Ausbau der Dienstleistungen eingeschränkt, zumal eigene Projekte sehr zeitintensiv sind. Nachfolgend einige Fallbeispiele:

- Domino's Pizza: Konzeption und Umsetzung von Pizzaback-Nachmittagen für Kinderheime, Kindertagesstätten und Kinderhorte. Zu Beginn mit 16 Nachmittagen gestartet, finden heute jährlich 45 Anlässe statt.

- Restaurant und Bar Turbinenhalle Zürich bietet für Paare in schwierigen sozialen und finanziellen Lebensphasen Verwöhnabende an. Die Abgabe der Gutscheine erfolgt über Eheberatungs- sowie über Sozialstellen.

«sozialengagiert.ch»

Stiftung Kirchlicher Sozialdienst Zürich
Klosbachstrasse 51
8032 Zürich

Telefon 044 268 50 11

Fax 044 268 50 12

r.rothmund@ksdz.ch

www.sozialengagiert.ch