

Firmen übernehmen Verantwortung

Kirchheimer Unternehmen bilden ein Netzwerk für „Corporate Social Responsibility“

Zehn Kirchheimer Unternehmen haben sich zusammengetan, um gemeinsam unter dem Begriff „Corporate Social Responsibility“ (CSR) gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Gefördert wird das Projekt durch Mittel des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales sowie des Europäischen Sozialfonds.

ANDREAS VOLZ

Kirchheim. „Für Corporate Social Responsibility gibt es keine richtige Definition“, sagt Matthias Bankwitz, dessen Architektur-Büro die Projektkoordination übernommen hat. Er zählt dafür eine Reihe von Beispielen auf, was sich in einzelnen Unternehmen im Sinne von CSR umsetzen lässt. Grundsätzlich gilt dabei aber, was seine Mitarbeiterin Sandra Erne sagt, die innerhalb seines Unternehmens für das Projekt zuständig ist: „Es geht hier nicht darum, lediglich die gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen. Erst, wenn etwas über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgeht, ist es CSR.“

Beispiele gibt es für die verschiedensten Themenfelder, etwa für den Arbeitsplatz. Die Möglichkeiten, hier aktiv zu werden, reichen von Gesundheits-Workshops bis hin zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Zu Letzterem gehören Teilzeitarbeitsplätze. Dabei ist es aber nicht damit getan, eine reduzierte Stundenzahl auszuhandeln. Vielmehr sind Modelle zu entwickeln, wie die Arbeitszeit oder auch das Arbeiten von zu Hause aus so geregelt werden können, dass es für beide Seiten optimal ist. Alle Unternehmen haben damit auch bereits ihre Erfahrungen gemacht. Im Austausch untereinander lässt sich aber zusätzlich von den anderen noch so manches abgucken.

Was die Gesundheit am Arbeitsplatz betrifft, reichen die Möglichkeiten von einfachen Ideen – etwa dem Obstkorb im Büro, aus dem sich jeder bedienen kann – bis hin zu Dingen, die nicht jedem Arbeitgeber sofort einleuchten, weil sie sich erst auf den zweiten Blick auszahlen: Matthias Bankwitz spricht von Massagen während der Arbeitszeit, auf Kosten des Arbeitgebers. Oder aber vom Thema Bandscheiben und Haltungsschäden: Wer als Arbeitnehmer viele Stunden täglich auf demselben Stuhl sitzt, dem sei „genau der Stuhl zur Verfügung zu stellen, mit dem er keinen krummen Rücken kriegt“.

Solche Vorgehensweisen seien nicht nur für die Gesundheit der Arbeitskräfte wichtig, sondern dienen zusätzlich auch der Motivation



Nur ein Beispiel für Nachhaltigkeit, die nicht vom Gesetz gefordert wird: Um das Holz für einen Parkettboden in den eigenen Büroräumen „nachwachsen“ zu lassen, pflanzt ein Unternehmen Bäume im Wald. Archiv-Foto: Jean-Luc Jacques

der Mitarbeiter. Und das wiederum geht schon in Richtung „Stakeholderdialog“. Im Unterschied zu den Shareholdern – Matthias Bankwitz zufolge „diejenigen, die Geld wollen“ – sind die Stakeholder alle, die in irgendeiner Weise mit dem Unternehmen zu tun haben. Als Beispiele für Stakeholdergruppen nennt Sandra Erne „Mitarbeiter, Kunden, aber auch Lieferanten“.

Die Stakeholder sind im Dialog zu informieren über das, was das einzelne Unternehmen an Mehrwert und Verantwortung zu bieten hat. Dazu gehört unter anderem das Engagement für fairen Handel. Wer sich für CSR entscheidet, sollte seinen Kunden auch Waren anbieten können, deren Herkunft sich genau nachweisen lässt. „Wenn diese Waren dann teurer sind, bleibt es immer noch die Entscheidung des Kunden, welche

Ware er erwerben möchte“, sagt Matthias Bankwitz.

Grundsätzlich gelte das aber auch für die Entscheidung, welche Waren ein Unternehmen anbietet und in welcher Weise es sich an den einzelnen Themenfeldern des Projekts beteiligt. So werden die Unternehmen zwar mit externer Hilfe analysiert und beraten. Was dann aber tatsächlich im Unternehmen umgesetzt wird, bleibt Sache der jeweiligen Geschäftsführung.

Ein weiteres CSR-Themenfeld – neben „Arbeitsplatz“, „fairer Handel“, sowie „Kommunikation und Stakeholderdialog“ – trägt den Namen „Energie und Umwelt“. Hier könnte die Empfehlung an ein Unternehmen lauten, die Leuchtmittel umzustellen, sodass sich die Räume mit weitaus weniger Strom erhellen lassen. Auch in diesem Fall entscheide aber allein

die Geschäftsführung, ob und wann sie der Empfehlung folgen will.

Denn Gelder gibt es für das CSR-Projekt zwar durchaus. So erhält allein das Kirchheimer Projekt 250 000 Euro bis Ende 2014. Aber dieses Geld ist für Coaching- und Beraterhonorare oder für Veranstaltungen vorgesehen, nicht aber für Nachhaltigkeitsprojekte der einzelnen beteiligten Unternehmen. Der Nutzen lasse sich ohnehin nicht immer in Euro und Cent beziffern, die als Mehreinnahmen oder Einsparungen zu Buche schlagen. Es gehe bei vielen Projekten auch um einen „ideellen Nutzen“, sagt Matthias Bankwitz.

Das Ziel des gesamten Projekts ist schriftlich definiert: „Ein branchenübergreifendes, ganzheitliches Nachhaltigkeitsprofil für mittelständische Unternehmen im Raum Kirchheim zu entwickeln. Nachhaltigkeit soll bei

den beteiligten Unternehmen so verankert werden, dass eine ausstrahlende Wirkung auf Kunden und Partner ausgeht. Das CSR-Konzept soll als Vorbild für andere Firmen der Region dienen und die Attraktivität des Standorts Kirchheim als innovatives Mittelzentrum erhöhen.“

INFO

In Zusammenarbeit mit dem City Ring, dem Bund der Selbstständigen (BDS) und der Initiative „Schmeck' die Teck“ sind die folgenden zehn Kirchheimer Unternehmen am CSR-Projekt beteiligt: Auto Schmauder, bags+baggage, Bankwitz Architekten, Eck – Mode am Markt, Fischer-Moden, Kara tex, Modehaus Bantlin, MVZ (Medizinisches Versorgungszentrum, Steingaustraße), Optik Bacher, GO Druck Media Verlag.