

**Rede des Ministers für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes
Nordrhein-Westfalen**

Herrn Armin Laschet

**anlässlich der Regionalveranstaltung zum "ENTERPreis-
Unternehmenswettbewerb 2007 "**

**zum Thema: "Unternehmen als engagierte Bürger und Partner in und für
Nordrhein-Westfalen"**

am 15. August 2007 in Aachen

Manuskript für den freien Vortrag

Begrüßung/ "Unternehmen als Bürger"

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch ich begrüße Sie ganz herzlich zu dieser Veranstaltung zum Unternehmensengagement in Nordrhein-Westfalen.

Die Sparkasse für die Stadt und den Kreis Aachen hat uns freundlicherweise eingeladen, heute hier in ihrem Hause zu Gast zu sein – dafür gilt Ihnen, sehr geehrter Herr Graf und sehr geehrter Herr Rother, ein besonderer Dank.

Mein Dank gilt Ihnen auch dafür, dass Sie der „Mahlzeit“-Ausbildungsküche, einem gemeinnützigen Projekt des Sozialwerks Aachener Christen, die Chance gegeben haben, uns heute Abend nach Abschluss der Veranstaltung zu bewirten.

Hier in Aachen kennen wir das große soziale und kulturelle Engagement der Sparkasse.

Sie verhält sich wie ein für das Gemeinwesen engagierter Bürger.

Das klingt ungewöhnlich: "ein Unternehmen als Bürger". Wie soll das gehen?

Sind Unternehmen nicht allein an Bilanzen und Erträgen orientiert, am Quartalsbericht und am *Shareholder Value*? Können sie sich – neben den Gewinnen, die sie erzielen müssen – sozial, gemeinwohlorientiert, also quasi bürgerlich verhalten?

Ich habe die Erfahrung gemacht: Sie können und sehr viele wollen!

Wie können neue soziale Partnerschaften zustande kommen?

Gesprächspartnerinnen und -partner aus Wirtschaftsunternehmen machen mich allerdings immer wieder auf ein Problem aufmerksam:

Sie sehen ihre gesellschaftliche Verantwortung und sie wollen sich engagieren. Aber sie wissen oft nicht, wo oder wie sie das am besten tun können – erst recht dann, wenn ihnen daran gelegen ist, ihr gesellschaftliches Engagement nicht nur in Form eines feierlich überreichten Schecks zu zeigen.

Einige Unternehmen streben daher eine Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen an. Aber auch da ist es so: Nicht immer klappt es gleich mit einem passenden Partner. Es gibt sie, die passenden Partner, aber ganz wie im „wirklichen Leben“ müssen sich beide – Unternehmen und soziale Organisationen – erst einmal finden!

Umgekehrt gibt es viele Initiativen, Vereine, Organisationen und Verbände, die Unterstützung suchen und brauchen. Aber auch sie haben nicht selten Schwierigkeiten bei der Partnersuche. Nicht immer und manchmal nur mit Mühe gelingt es ihnen, das Interesse von Unternehmen zu wecken. Oft genug sind sie froh, wenn sie wenigstens eine einmalige finanzielle Zuwendung erhalten.

Was liegt da näher, als beide Seiten zueinander zu bringen und Kooperationen anzuregen und zu unterstützen?

Deshalb unternimmt die Landesregierung heute den Versuch, Sie zu "verkuppeln".

Zu der heutigen Veranstaltung haben wir daher nicht nur Unternehmen, sondern auch soziale Organisationen eingeladen. Denn der ENTERPreis-Wettbewerb des Landes Nordrhein-Westfalen legt dieses Mal einen besonderen Schwerpunkt auf Partnerschaften zwischen gemeinnützigen Organisationen und Unternehmen.

Neues Interesse an neuen sozialen Partnerschaften

Allianzen zwischen Unternehmen und sozialen Organisationen – das lässt sich an Vielem ablesen – rücken zunehmend in das öffentliche Interesse.

Im vergangenen Jahr habe ich beispielsweise in Essen eine Kooperationsbörse, den so genannten RUHRDAX, eröffnet. Eine Veranstaltung, bei der – wie auf einem Marktplatz oder bei einer Börse – Unternehmen und gemeinnützige Organisationen Partnerschaften vereinbart haben.

Nicht nur im Ruhrgebiet gibt es mittlerweile regelmäßig solche Foren bzw. Marktplätze. Das Modell dafür stammt aus den Niederlanden, und die Bertelsmann-Stiftung hat sich mit Erfolg darum bemüht, es auch hier publik zu machen.

Schon im Jahr 2002 hat die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags zur "Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements" in ihrem Abschlussbericht ausdrücklich auch die Bedeutung von Wirtschaftsunternehmen als wichtigen Akteuren in einer funktionierenden Bürgergesellschaft herausgestellt.

Und sie hat die Unternehmen zugleich auch in die Pflicht genommen, indem sie von ihnen eine glaubwürdige Orientierung am Gemeinwohl gefordert hat: indem sie nicht nur ökonomische, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung übernehmen.

Auch auf höchster internationaler Ebene ist das Thema "soziale Partnerschaften von Wirtschaft und sozialen Organisationen" mittlerweile angekommen: Auf Vorschlag der deutschen G8-Präsidentschaft haben die Arbeits- bzw. Beschäftigungsminister der G8-Staaten Anfang Mai in Dresden Chancen und Herausforderungen der Globalisierung erörtert.

Unter dem Motto „Globalisierung sozial gestalten“ kamen die Arbeitsminister der führenden Industrienationen zu dem Schluss – in schönstem Kommuniké-Deutsch – ich zitiere:

„Komplementär zur Verantwortung der Regierungen können Unternehmen durch freiwillige Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung einen wichtigen Beitrag zur Gestaltung der sozialen Dimension in einer sich fortschreitend globalisierenden Weltwirtschaft leisten.“)

Wenn ich das richtig verstehe, heißt das: Nicht nur die Politik, auch Wirtschaftsunternehmen können unser Gemeinwesen verbessern – in dem sie sich über ihre wirtschaftlichen Belange hinaus gesellschaftlich engagieren.

Bedeutung sozialer Partnerschaften

An solche sozialen Partnerschaften darf man nicht naiv herangehen. Sicher gibt es manchmal Anfangsschwierigkeiten in der Kooperation. Denn Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützige Organisationen:

sprechen nicht immer dieselbe Sprache,

haben oft ein unterschiedliches Selbstverständnis

und sie folgen nicht selten ganz unterschiedlichen Logiken und Zielsetzungen.

Doch wenn die Kooperation gelingt, dann werden das Können und die Qualifikationen des Gegenübers – auch und gerade, weil sie eben ganz andersartig sind – am Ende von beiden Seiten als Bereicherung wahrgenommen. Aus der anfänglichen Irritation kann ein produktiver Impuls werden, die Partner lernen voneinander und erhalten neue Anregungen.

Dafür werden Sie heute Abend sicherlich noch einige interessante Beispiele kennen lernen.

Lösungsansätze für Zukunftsaufgaben

Wenn die Profis der gemeinnützigen Arbeit mit den Profis des Wirtschaftens zusammenarbeiten, dann kann das mit dazu beitragen, neue Ideen, neue Anregungen und neue Lösungsansätze für die großen Zukunftsaufgaben unserer Gesellschaft zu finden:

Ich denke dabei besonders an die Aufgaben, die Ministerpräsident Jürgen Rüttgers in seiner ersten Regierungserklärung als die zentralen Zukunftsherausforderungen benannt hat: den Zusammenhalt der Generationen und das Gelingen der Integration.

Die Aufgaben hat die neue Landesregierung vor zwei Jahren entschlossen angepackt. Aber klar ist auch: Der Staat allein wäre mit diesen Aufgaben überfordert.

Verstehen Sie mich bitte richtig: Wenn ich für die innovative Kraft von neuen sozialen Partnerschaften werbe, dann nicht etwa mit dem Argument, dass der Staat hier finanziell entlastet werden müsse oder nicht mehr leistungsfähig sei.

"Die Bürgergesellschaft ist kein Reparaturbetrieb für den Staat", so hat es Bundespräsident Horst Köhler kurz und deutlich formuliert.

Klar ist: Die soziale Grundversorgung ist und bleibt eine staatliche Aufgabe. Bürgerschaftliches Engagement, auch das von Unternehmen, ist alles andere als eine Notlösung und sollte auch nicht als Lückenfüller angesichts begrenzter öffentlicher Mittel verstanden werden.

Zumal wir wissen, dass kaum etwas die Engagementbereitschaft von Wirtschaftsunternehmen mehr beeinträchtigt als der Argwohn, nur Ausfallbürge für einen schwächelnden Sozialstaat sein.

Rolle des Landes

Denn beide, Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützige Organisationen, verfügen über wichtige Ressourcen für die Entwicklung unserer Gesellschaft, auf die wir nicht verzichten können. Diese Ressourcen im Interesse aller zu erschließen, ist daher auch eine Aufgabe, die die Landesregierung unterstützen möchte.

Wir verstehen uns dabei nicht als Taktgeber oder als Steuermann, sondern vielmehr als Moderator, Mittler und Kommunikator eines Prozesses, der von den Beteiligten selbst gewollt und vorangetrieben werden muss.

Was wir – die nordrhein-westfälische Landesregierung – tun können, ist:

Sie, meine Damen und Herren, zusammenzubringen,

Ihnen ein Forum, eine Plattform, Möglichkeiten des Austausches über gute Ansätze und Ideen zu bieten,

Öffentlichkeit für das Thema herzustellen

und schließlich Anreize für Kooperationen zu setzen.

Wie mit dieser Veranstaltung und mit dem anstehenden ENTERPreis-Wettbewerb 2007.

Traditionen unternehmerischen Engagements

Dass Unternehmen auch eine gesellschaftsgestaltende Rolle haben, ist keine neue Erkenntnis. Denn es hat ja gerade hier in Deutschland durchaus Tradition, dass sich Unternehmen auch für gesellschaftliche Belange engagieren.

Christlich oder sozialemotivierte Unternehmer sahen es schon im 19. Jahrhundert als eine Verpflichtung an, ihre Beschäftigten nicht bloß zu entlohnen, sondern ihnen darüber hinaus auch soziale Leistungen zu gewähren.

Die Verschränkung von Gewinnorientierung und gesellschaftlicher Verantwortung, von Eigennutz und Gemeinwohlorientierung war und ist charakteristisch für die soziale Marktwirtschaft in Deutschland.

Das ist auch der Kerngedanke des Artikels 14 Absatz 2 unseres Grundgesetzes: dass Eigentum verpflichtet und dass sein Gebrauch zugleich dem Wohl der Allgemeinheit dienen soll.

Für viele Unternehmen – gerade für die kleinen und mittleren – ist dies nach wie vor selbstverständlich. Aber auch eine Reihe von Großunternehmen, unter ihnen familiengeführte Firmen ebenso wie internationale Konzerne, versuchen jenseits der wirtschaftlichen Erfordernisse zusätzliche Akzente zu setzen.

Es gibt große Unternehmensstiftungen wie auch soziales und kulturelles Engagement von Wirtschaftsunternehmen in den verschiedensten Kontexten. Und dies zum Teil in Größenordnungen, die die entsprechenden Budgets vieler kommunaler Haushalte übersteigen.

Wir können stolz sein auf diese Traditionslinien unternehmerischen Engagements. Gleichwohl bedürfen sie, wie mir scheint, in Zeiten einer fortschreitenden Globalisierung – und angesichts der damit verbundenen, neuartigen Anforderungen und Bedingungen – auch einer Weiterentwicklung.

Nutzen für das Unternehmen

Nun ist Traditionspflege ein Motiv, um zu handeln, auch eine ethische Gesinnung kann für manchen Unternehmensverantwortlichen ein Antrieb sein.

Aber ebenso legitim darf gefragt werden: Welchen Nutzen haben Unternehmen, wenn sie sich für die Gesellschaft engagieren und sich nicht nur um das so genannte Kerngeschäft kümmern?

Auch in deutschen Wirtschaftsunternehmen ist zu beobachten, dass *Corporate Citizenship* (CC) und *Corporate Social Responsibility* (CSR) nicht länger als „weiche“, sondern als „harte“ Managementinstrumente begriffen werden. Sie gelten – wie die Zeitschrift *Wirtschaftswoche* jüngst schrieb – als Formen gesellschaftlichen Engagements, "das sich rechnet"

Und das ist sicherlich kein Zufall.

Unternehmerisches Handeln wird zunehmend ganzheitlich bewertet und nicht allein unter dem Gesichtspunkt des kurzfristigen betriebswirtschaftlichen Erfolgs.

Und bezeichnenderweise interessieren sich – unter dem Aspekt des Risikomanagements – längst auch Finanzanalysten für das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen und für die Ernsthaftigkeit ihrer Bemühungen um soziale und ökologische Nachhaltigkeit.

Weil das gesellschaftliche Engagement eines Unternehmens auch seiner Reputation und seiner Bewertung an der Börse zu- oder eben auch abträglich sein kann, beginnen auch in Deutschland immer mehr Unternehmen zu lernen. Und viele sind klug genug, sich lieber in der Rolle der Treiber denn als Getriebene dieses Prozesses zu verhalten.

Ein weiterer wichtiger Grund für das gesellschaftliche Engagement ist aber auch, dass die Teilhabe an sozialen Projekten von Unternehmen sich positiv auf das Engagement der Beschäftigten auswirkt.

Sie verstärkt in der Regel die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit dem Unternehmen. Zugleich werden die sozialen Kompetenzen der Beschäftigten gefördert. Und nicht zuletzt haben das gemeinsame Engagement

und die damit verbundenen Erfahrungen oft auch eine positive Wirkung auf den Teamgeist innerhalb der Belegschaft.

"Durch Engagement für andere das Engagement für den eigenen Betrieb stärken", so könnte man die Intention des *Corporate Citizenship* auf den Punkt bringen.

Diesen Nutzen haben inzwischen viele Unternehmen erkannt und daher auch *Corporate Citizenship* zu einem festen Bestandteil ihrer Unternehmenskultur und ihrer Personalentwicklungsmaßnahmen werden lassen.

Im besten Fall kommen betriebswirtschaftlicher Nutzen für das Unternehmen und nachvollziehbare Vorteile für das Gemeinwesen zusammen. Langfristig zahlt sich ein unternehmensstrategisch verankertes gesellschaftliches Engagement daher auch als Investition aus:

für die Reputation des Unternehmens,

für die Qualität des Unternehmensstandorts

und nicht zuletzt auch bei der Gewinnung von qualifiziertem und engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Kurzum: Das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen schafft soziales Kapital, das Märkten und Menschen gleichermaßen gut tut.

Nutzen für die sozialen Organisationen

Auch die gemeinnützigen Organisationen profitieren von einer Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen – und viele haben dies längst realisiert: Ideologisch begründete Vorbehalte gegenüber einer Kooperation mit der Wirtschaft gibt es heute nur noch selten.

Hinzu kommt: Da die meisten sozialen Organisationen seit Jahren unter einem enormen Kostendruck stehen, sind sie gezwungen, betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln. Hier können sie von den Strategien der Wirtschaftsunternehmen lernen, die tagtäglich im Wettbewerb stehen und sich darin bewähren müssen.

Darüber hinaus müssen die gemeinnützigen Organisationen auch neue Wege beschreiten, um ehrenamtliche Kräfte an sich zu binden. Die Zusammenarbeit mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eines Unternehmens ist eine echte Chance – nicht zuletzt deshalb, weil sich aus der befristeten Zusammenarbeit nicht selten eine dauerhaftere Bindung ergibt.

Der Unternehmenswettbewerb

Die Landesregierung unterstützt neue soziale Partnerschaften zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen.

Ein zentrales Instrument ist der Unternehmenswettbewerb ENTERPreis 2007. Ende 2005 habe ich erstmals engagierte Unternehmen im Rahmen des Unternehmenswettbewerbs ausgezeichnet.

Die große Resonanz und die Vielzahl guter Beiträge haben uns ermuntert, den Wettbewerb in diesem Jahr erneut durchzuführen.

Wir wollen damit zeigen, wie viele Unternehmen sich bereits ihrer gesellschaftlichen Verantwortung stellen, wie viele vorbildliche Projekte im ganzen Land realisiert werden. Mit der Auszeichnung verbinden wir auch die Hoffnung, dass sich weitere Unternehmen durch die Fülle interessanter Beispiele zu eigenen Aktivitäten anregen lassen.

Im Übrigen hat der Wettbewerb auch ein verbreitetes Vorurteil widerlegt: Gesellschaftliches Engagement ist keineswegs vorrangig eine Möglichkeit für finanzstarke Konzerne. Im Gegenteil: Die Mehrzahl der Wettbewerbsbeiträge kam

von kleinen und mittleren Unternehmen! Ebenso hat uns die Vielzahl der Branchen, die die beteiligten Unternehmen vertraten, positiv überrascht.

Wir stellen in diesem Jahr die Themen "Generationen", "Eine Welt" und "Bürgergesellschaft" in den Mittelpunkt. Themen, die für die Zukunft unserer Gesellschaft von hoher Relevanz sind und die in "meinem" Haus gebündelt werden.

Zum Jahresende werde ich in einer öffentlichen Veranstaltung die Preisträger auszeichnen, die von einer Fach-Jury ausgewählt werden. Den Vorsitz hat der Unternehmer und Präsident der Türkisch-Deutschen Industrie- und Handelskammer, Herr Kemal Sahin, übernommen, den ich heute Abend hier sehr herzlich begrüße.

Über weitere Aspekte des ENTERPreis-Wettbewerbs wird Sie später eine Mitarbeiterin meines Hauses, Frau Sommer, informieren.

Ich möchte Sie aufrufen, sich am ENTERPreis 2007 zu beteiligen und viele interessante und beispielgebende Projekte einzureichen. Und ich würde mich besonders freuen, wenn ich mit dieser Veranstaltung in meiner Heimatstadt Aachen viele gemeinnützige Organisationen und Unternehmen erfolgreich "verkuppelt" hätte.