

Rede

der Staatssekretärin

im Ministerium für Generationen, Familie, Frauen & Integration

des Landes Nordrhein-Westfalen

Dr. Marion Gierden-Jülich

anlässlich der Regionalveranstaltung zum ENTERPreis-Unternehmenswettbewerb 2007

'Verantwortung erkennen – Engagement zeigen'

am 12. Juni 2007 in Köln

Es gilt das gesprochene Wort!

Einführung

Sehr geehrter Herr Dr. Hollmann

meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch ich begrüße Sie herzlich zur heutigen Veranstaltung zum Unternehmensengagement in Nordrhein-Westfalen.

Die Industrie- und Handelskammer zu Köln hat uns freundlicherweise ihre Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt – dafür gilt Herrn Dr. Hollmann und der IHK ein besonderer Dank.

Auch das ist eine sehr konkrete und begrüßenswerte Form von Engagement Seitens der Wirtschaft!

Die IHK Köln war ja eine der ersten Industrie- und Handelskammern überhaupt, die das Thema des bürgerschaftlichen Engagements von Unternehmen aufgegriffen haben, und sie wirkt aktiv und kontinuierlich auch im Kölner Netzwerk Bürgerengagement mit.

Neue soziale Partnerschaften

Gesprächspartnerinnen und -partner aus Wirtschaftsunternehmen haben mich immer wieder auf ein Problem aufmerksam gemacht:

Sie sehen ihre gesellschaftliche Verantwortung, und sie wollen sich engagieren. Aber sie wissen oft nicht, *wo* oder *wie* sie dies am besten tun können. Erst recht, wenn ihnen daran gelegen ist, ihr gesellschaftliches Engagement nicht nur durch einen feierlich überreichten Scheck zu zeigen.

Einige Unternehmen streben daher eine Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen an. Aber nicht immer klappt es gleich mit einem passenden Partner.

Es gibt sie, die passenden Partner, aber "wie im wirklichen Leben" (da wurde jetzt Speed-Dating erfunden...) 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.

Manchmal nur mit Mühe – und nicht immer – gelingt es ihnen, das Interesse von Unternehmen zu wecken. Oft genug sind sie froh, wenn sie wenigstens eine einmalige Finanzspende erhalten.

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

Daher haben wir heute nicht nur Unternehmen, sondern auch soziale Organisationen eingeladen.

Denn der ENTERPreis-Wettbewerb 2007 legt einen besonderen Schwerpunkt auf Partnerschaften zwischen gemeinnützigen Organisationen und Unternehmen.

Allianzen zwischen Unternehmen und sozialen Organisationen rücken zunehmend in das öffentliche Interesse.

Minister Laschet hat beispielsweise im vergangenen Jahr eine Kooperationsbörse, den RUHRDAX in Essen, eröffnet, bei dem wie auf einem Marktplatz Unternehmen und Gemeinnützige soziale Partnerschaften vereinbart haben. Nicht nur im Ruhrgebiet gibt es mittlerweile regelmäßig solche Foren bzw. Marktplätze.

Bedeutung sozialer Partnerschaften

Wie kommt es, dass das Thema der sozialen Partnerschaften derzeit solch eine Konjunktur erlebt?

Ich denke, es liegt zum einen daran, dass die Vorteile solcher strategischen Partnerschaften offensichtlich sind und dass diese Partnerschaften im Übrigen auch ihre eigene Dynamik und Überzeugungskraft entwickeln.

Deshalb lohnt es sich Anfangsschwierigkeiten gemeinsam anzugehen und zu überwinden, denn Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützige Organisationen

sprechen nicht immer dieselbe Sprache,

haben oft ein unterschiedliches Selbstverständnis,

folgen unterschiedlichen Logiken und Zielsetzungen.

Gelingt die Kooperation, dann werden das Können und die Qualifikationen des Gegenübers – auch und gerade, weil sie andersartig sind – am Ende mit Sicherheit als Bereicherung wahrgenommen.

Aus anfänglichem Fremdsein wird ein produktiver Impuls, die Partner lernen voneinander und erhalten neue Anregungen.

Lösungsansätze für Zukunftsaufgaben

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

Wie gehen wir mit den Folgen des demografischen Wandels um?

Wie finden wir einen tragfähigen Konsens darüber, wie wir zusammenleben? Wie entsteht sozialer Zusammenhalt angesichts veränderter Familienstrukturen und flexible Anforderungen in der Arbeitswelt?

Wie kann Integration – im Sinne der Zugewanderten und im Sinne der einheimischen Gesellschaft – gelingen?

Wie schaffen wir es, dass Familie und Kinder nicht etwa Risiko oder Karrierehindernis bedeuten, sondern als gesellschaftlicher Reichtum und als Zukunftsfaktor wahrgenommen werden?

Wie kann es gelingen, *allen* jungen Menschen möglichst gute Bildungs- und Entwicklungschancen zu garantieren – unabhängig von ihrer sozialen Herkunft?

Aber auch: Wie gestalten wir unsere Beziehungen zu den Ländern des Südens so, dass wir ihre demokratische, soziale und ökologische Entwicklung unterstützen und nicht unterminieren?

Verstehen Sie mich jedoch 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 ausreichend leistungsfähig sei. *"Die Bürgergesellschaft ist kein Reparaturbetrieb für den Staat"*, so hat es Bundespräsident Horst Köhler in hinreichender Deutlichkeit 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 "Lückenbüßer" in Zeiten begrenzter öffentlicher Mittel verstanden werden.

Zumal wir wissen, dass kaum etwas die Engagementbereitschaft von Wirtschaftsunternehmen mehr beeinträchtigt als der Argwohn, als Ausfallbürge für einen kriselnden Sozialstaat einspringen zu sollen.

Im Gegenteil: dieses Engagement ist Ausdruck neuer Verantwortungspartnerschaften zum Wohl des Ganzen.

Rolle des Landes

Beide, Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützige Organisationen, verfügen über wichtige Ressourcen für die Gestaltung und Entwicklung unserer Gesellschaft. Diese Ressourcen im Interesse aller zu erschließen, ist eine Aufgabe, die das Land aktiv 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 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 –

so wie mit dieser Veranstaltung oder auch mit dem anstehenden ENTERPreis-Wettbewerb 2007.

Bedeutung des unternehmerischen Engagements

Generell lässt sich feststellen: Bereits seit einigen Jahren findet das Engagement von Unternehmen für die Gesellschaft auch hier in Deutschland zunehmend mehr Aufmerk-

samkeit und Interesse – auf politischer Ebene, in der Wirtschaft selbst, aber auch in der Wissenschaft.

Die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags zur 'Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements' hat bereits 2002 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: Als 'Corporate Citizen' sollen sie nicht nur ökonomische, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung übernehmen.

Verlangen wir da nicht von den Unternehmen ein bisschen zu viel?

Ich meine: Nein! Denn Unternehmen sind – ob sie es wollen oder nicht – Teil der Gesellschaft. Harvey Mintzberg, Professor für Management Studies in Montréal und international profilierter Autor im Bereich der Managementlehre, hat das noch ein gutes Stück apodiktischer und härter formuliert: *„Unternehmen sind soziale Einrichtungen. Wenn sie der Gesellschaft nicht dienen, darf es sie nicht geben.“*

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

Traditionen unternehmerischen Engagements

Das ist übrigens keine neue Erkenntnis. Denn es hat ja gerade hier in Deutschland durchaus Tradition, dass sich Unternehmen auch für soziale Belange engagieren.

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

Ich glaube sogar, dass diese enge Verschränkung von Gewinnorientierung und gesellschaftlicher Verantwortung, von Eigennutz und Gemeinwohlorientierung charakteristisch war und ist für die auch als 'rheinischer Kapitalismus' bezeichnete soziale Marktwirtschaft in Deutschland.

Im Grundgesetz ist verankert, dass Eigentum verpflichtet und dass sein Gebrauch zugleich dem Wohl der Allgemeinheit dienen soll.

(Art. 14 Abs. 2 GG: Pflicht zum sozial gerechten Gebrauch des Eigentums)

Für viele Unternehmen – gerade kleine und mittlere – ist das nach wie vor selbstverständlich. Auch eine Reihe von Großunternehmen, unter ihnen familiengeführte Firmen ebenso wie internationale Konzerne, versuchen jenseits der Ökonomie Akzente zu setzen.

In vielen Unternehmen wird die Tradition fortgeführt, die die Generation der Gründer in Sinne einer Förderung des Gemeinwohls begonnen hat.

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

Weiterentwicklung dieser Traditionen

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

Die Bundesregierung hat dazu jüngst einen Vorstoß unternommen: Auf Vorschlag der deutschen Präsidentschaft haben die Arbeits- bzw. Beschäftigungsminister der G 8-Staaten Anfang Mai in Dresden Chancen und Herausforderungen der Globalisierung in Bezug auf ihre soziale Dimension erörtert. Dies unter dem Motto *„Kräfte bündeln für ein soziales Europa – für eine soziale Welt“*.

Dabei war die Frage nach der gesellschaftlichen Rolle von Unternehmen und nach ihrer sozialen Verantwortung ein zentrales Thema.

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

(aus der Abschlusserklärung zum Treffen der G 8-Arbeitsminister in Dresden vom 8.5.2007)

Sie können zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen und dabei zugleich die Lebensqualität der Beschäftigten wie auch der örtlichen Gemeinschaften verbessern, in denen sie tätig sind.

Nutzen für das Unternehmen

Welchen Nutzen haben Unternehmen, wenn sie sich für die Gesellschaft engagieren und sich nicht nur um das so genannte Kerngeschäft kümmern?

Die Teilhabe an solchen Projekten wirkt sich insgesamt positiv auf das Engagement der Beschäftigten aus.

Sie verstärkt die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit dem Unternehmen. Zugleich werden die sozialen Kompetenzen der Beschäftigten gefördert und ihr Erfahrungshorizont wird erweitert. Darüber hinaus hat das gemeinsame Engagement 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.

Viele Unternehmen haben diesen Nutzen erkannt und Corporate Citizenship in den vergangenen Jahren in den "Instrumentenkasten" ihrer Personal- und Unternehmensentwicklung aufgenommen.

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

für die Reputation des Unternehmens,

für die Qualität des Unternehmensstandorts

oder bei der Gewinnung von qualifiziertem und engagiertem Nachwuchs.

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

Ich bin mir sicher, dass viele der anwesenden Unternehmen diese Liste der Vorzüge eines bürgerschaftlichen Engagements noch um Einiges verlängern könnten.

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.

Auch die Gemeinnützigen müssen neue Wege finden und gehen, etwa um ehrenamtliche Kräfte an sich zu binden.

Die Zusammenarbeit mit Beschäftigten aus der Wirtschaft ist hier eine wichtige Bereicherung. Nicht selten wird aus dieser Zusammenarbeit eine dauerhaftere Bindung.

Der Unternehmenswettbewerb

Das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen lebt von Freiwilligkeit, Flexibilität und Kreativität.

Unternehmen entwickeln entsprechende Projekte und Programme aus ihrer eigenen Logik und ihrer eigenen Firmenphilosophie heraus.

Unternehmen wird oft nachgesagt, *jede* staatliche Aktivität als Einmischung abzuwehren. Tatsächlich gibt es aber auch eine Reihe von Betrieben, die sich im Bereich Corporate Citizenship durchaus *mehr* Unterstützung durch den Staat wünscht.

Dies bezieht sich vor allem auf den Erfahrungsaustausch anhand von best-practice-Beispielen, auf eine stärkere Vernetzung von Unternehmensinitiativen, auf Beratungs- und Weiterbildungsangebote oder auch auf die Unterstützung bei der Vermittlung von Partnerschaften.

Wir nehmen diese Wünsche der Wirtschaft ernst. So haben wir in den letzten Jahren Regionalveranstaltungen durchgeführt – und werden das auch in den kommenden Monaten tun, bei denen erfolgreiche Projekte vorgestellt und neue Ansätze diskutiert werden.

Potenzielle Partner können sich kennen lernen, sich vernetzen und das Thema in der Praxis voranbringen. Auch die heutige Veranstaltung soll dazu einen Beitrag leisten.

Ein zentrales Projekt in diesem Jahr ist der Unternehmenswettbewerb ENTERPreis 2007. Ende 2005 hat Minister Laschet erstmals engagierte Unternehmen im Rahmen dieses Wettbewerbs ausgezeichnet. Dabei haben wir das breite Spektrum und die Vielfalt der Projektansätze kennen gelernt.

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

Wir stellen 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.

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 Spielwiese finanzstarker Konzerne. Die Mehrzahl der Wettbewerbsbeiträge kam von kleinen und mittleren Unternehmen! Ebenso hat uns die Vielzahl der Branchen, die die beteiligten Unternehmen vertraten, positiv überrascht.

Über den ENTERPreis-Wettbewerb wird Sie später eine Mitarbeiterin meines Hauses, Frau Sommer, noch genauer informieren.

Zum Jahresende werde ich in einer öffentlichen Veranstaltung die Preisträger auszeichnen, die von einer Jury unter Vorsitz von Kemal Sahin ausgewählt werden.

Wichtig ist mir, dass dieser Wettbewerb möglichst weit über den Bereich der Wirtschaft und den gemeinnützigen Sektor hinaus bekannt wird.

Ich möchte Sie aufrufen, sich an dem Wettbewerb zu beteiligen und viele interessante und beispielgebende Projekte einzureichen.

Aus den Erfahrungen der letzten Ausschreibung wissen wir, dass es den Teilnehmenden nicht vorrangig um Preisgelder geht.

Es geht ihnen vielmehr um Anerkennung, um Wertschätzung und um die Wahrnehmung ihrer Projekte in der Öffentlichkeit. Denn nur so kann aus den einzelnen Vorhaben der berühmte Funke werden, der die Gesellschaft insgesamt ansteckt.

Ich wünsche mir viele dieser Funken, ja geradezu ein Feuerwerk der Ideen! Ich wünsche Ihnen allen weiterhin viel Erfolg: bei Ihren schon realisierten Projekten, bei der Entwicklung von neuen Ideen und bei der Teilnahme am Wettbewerb.

Vielen Dank!