

HANDWERKSKAMMER DÜSSELDORF

TRADITION UND PERSPEKTIVEN DES  
BÜRGERSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS  
IN HANDWERK UND MITTELSTAND

Dokumentation der Veranstaltung  
in der Handwerkskammer Düsseldorf  
am 19. Mai 2005

## IMPRESSUM

Schriftenreihe: Information/ Dokumentation 5/05

– ISSN 0178-7012 –

Verantwortlich: Dr. Thomas Köster/ Dr. Georg Cramer  
Handwerkskammer Düsseldorf

Konzept, redaktionelle  
Überarbeitung und Gestaltung: Dr. Roswitha Theis,  
Wirtschaftskommunikation, Siegen

Handwerkskammer Düsseldorf

## **Zum Geleit**

Nachhilfeunterricht im bürgerschaftlichen Engagement braucht das Handwerk wirklich nicht. Handwerker sind verantwortliche Bürger; viele engagieren sich vor Ort in der Ausbildung, in Vereinen, in Kirchen, in der Politik usw. Dies geschieht, ohne dass dies zum Gegenstand von Hochglanzbroschüren und Presseveröffentlichungen gemacht würde.

Welche Bedeutung dieses gesellschaftliche Mittun im handwerklichen Mittelstand für das Miteinander in der Gesellschaft hat, wird am konkreten Beispiel besonders gut deutlich. Wir haben deshalb gerne die Anregung der Europäischen Kommission aufgenommen, im Rahmen ihrer europaweiten Informationskampagne zum Corporate Social Responsibility die Tradition und die Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements in Handwerk und Mittelstand an guten Beispielen zu verdeutlichen. Die vorliegende Schrift dokumentiert die Veranstaltung zum Thema ‚Handwerk für das Gemeinwohl‘, die am 19. Mai 2005 in der Handwerkskammer Düsseldorf stattgefunden hat.

Wir danken allen Beteiligten – insbesondere den aktiven Handwerkern – für ihre Teilnahme und ihr Einverständnis, die Vorträge und Diskussionsbeiträge an dieser Stelle in gestraffter Form zu veröffentlichen. Der Europäischen Kommission danken wir für die freundliche Unterstützung dieser Veranstaltung.

Mit der Veröffentlichung dieser Dokumentation verbinden wir die Hoffnung, dass das Gemeinwohl-Engagement des Handwerks sich auch dort stärker im Bewusstsein der Menschen verankert, wo bisher entsprechende Aktivitäten eher nur bei Großunternehmen wahrgenommen werden.

Handwerkskammer Düsseldorf

Prof. Wolfgang Schulhoff  
Präsident

Dr. Thomas Köster  
Hauptgeschäftsführer

Düsseldorf, im Dezember 2005

## Inhalt

	Seite
<i>Einführung</i>	
<b>Dr. Thomas Köster, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Düsseldorf</b> Handwerk: Ein Stück Menschlichkeit in der Wirtschaft – Zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung des Engagements verantwortungsvoller Unternehmer	6
<i>Grußwort</i>	
<b>Barbara Gessler, Leiterin der regionalen Vertretung der Europäischen Kommission, Bonn</b> Bürgerschaftliches Engagement der Unternehmen: Die europäische Perspektive	8
<i>Integration junger Menschen in die Arbeits- und Berufswelt</i>	
<b>Jürgen Heller, Tischlermeister, Düsseldorf</b> “Ausbilden bedeutet: Jungen Menschen eine Zukunft geben – auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten“	12
<b>Markus Lotze, Friseurmeister, Duisburg</b> “Unser Engagement verschafft den Jugendlichen Ausbildungsplätze und stärkt so die ganze Region“	13
<b>Robert Hellmann, Tischlermeister, Nettetal</b> “Von unserem Engagement profitieren alle: Schüler, Lehrer, Betriebe“	14
<b>Thomas Puppe, Bäckermeister, Neuss</b> “Schon die Kleinen sollen Handwerk erleben. Damit sie wissen: Das Brot kommt vom Bäcker“	16
<b>Jens Pichtemann, Maler- und Lackierermeister, Haan</b> “Durch das Kinderbasteln kommen wir leichter in Kontakt mit Kunden“	17
<i>Zur Diskussion</i>	
<b>Jan Dannenbring, Zentralverband des Deutschen Handwerks, Berlin</b> Die gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand: Bedeutung für das Gemeinwesen	18
<i>Verantwortung für das Gemeinwesen</i>	
<b>Josef Gietemann, Bezirks-Schornsteinfegermeister, Kleve</b> “Das Handwerk trägt das System der freiwilligen Feuerwehr wesentlich mit. So mindern wir die öffentlichen Ausgaben erheblich“	22
<b>Brigitte Schwabedissen, stv. Landesvorsitzende der Unternehmerfrauen im Handwerk, Bielefeld</b> “Wenn man sich ehrenamtlich einsetzt, denkt man nicht darüber nach, wie viel Zeit das kostet“	24
<b>Manfred Rycken, Fleischermeister, Düsseldorf</b> “Unser Pastor wollte mich im Kirchenvorstand, weil ich als Handwerksmeister mit Finanzen umgehen kann“	26
<b>Lothar Dröse, Zahntechnikermeister, Wuppertal-Barmen</b> „Das Kolpingwerk setzt sich für eine menschenwürdige Gestaltung der Arbeitswelt ein“	27

## Inhalt

<i>Zur Diskussion</i>	Seite
<b>Dr. Roswitha Theis, Wirtschaftskommunikation, Siegen</b> Für den Sport, den guten Zweck oder/und das Images des Betriebes?	28
<i>Brauchtum und Sport</i>	
<b>Kurt Essers, Dachdeckermeister, Mülheim/Ruhr</b> “Aus unserem Sport haben wir viele Impulse für unseren Betrieb bekommen. Wir können uns alle aufeinander verlassen“	30
<b>Franz Josef von der Hocht, Maler- und Lackierermeister, Krefeld</b> “Ich engagiere mich für meine Heimat – auch als privatisierter Handwerks- meister“	32
<i>Zur Diskussion</i>	
<b>Anke Steinbach, nonprofit consult, Düsseldorf</b> Entwicklungen im bürgerschaftlichen Engagement der Wirtschaft	34
<i>Helfen und Sammeln</i>	
<b>Andreas Joswig, Augenoptikermeister, Ostbevern</b> “Für uns gibt es nur ein Motiv: helfen, helfen, helfen“	36
<b>Volker Dischleid, Bestatter, Düsseldorf</b> “Unser Einsatz im Katastrophenfall wirkt spektakulär. Aber ein Engagement im Kleinen sollte auch öffentlich Beachtung finden“	38
<b>Wolfgang Soe, Informationstechnikermeister, Düsseldorf</b> “Unsere duale Ausbildung besitzt im Ausland Vorbildcharakter. Als Ober- meister habe ich dieses Exportmodell in Rumänien auf den Weg gebracht“	40
<i>Zur Diskussion</i>	
<b>Dr. Bernhard Keller, stv. Hauptgeschäftsführer der Arbeitgeber NRW, Düsseldorf</b> Das Prinzip der Freiwilligkeit: Brauchen die Unternehmen wirklich einen Ethik-Codex oder Normen für ihr soziales Engagement?	42
<i>Ausgezeichnetes Engagement</i>	
<b>Elke Käufer, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie, Düsseldorf</b> Landeswettbewerb ENTERPreis – ‚Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen‘	44
<i>Anhang</i>	
<b>Leitplanken für verantwortliches unternehmerisches Verhalten</b>	46
<b>Übersicht der bisherigen Veröffentlichungen</b>	51
Moderation der Veranstaltung: Dr. Georg Cramer, Handwerkskammer Düsseldorf	

Dr. Thomas Köster, Hauptgeschäftsführer  
der Handwerkskammer Düsseldorf, Düsseldorf

## **Handwerk: Ein Stück Menschlichkeit in der Wirtschaft – Zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung des Engagements verantwortungsvoller Unternehmer**

**Die persönlich haftenden Eigentümer-Unternehmer aus Handwerk und Mittelstand be-  
kennen sich seit jeher zum Prinzip der sozialen Marktwirtschaft. Dazu gehört auch das  
breite bürgerschaftliche Engagement dieses Wirtschaftsbereichs für das Gemeinwohl. In  
einer Zeit, in der die Debatte über eine wünschenswerte Wirtschaftsordnung erneut ge-  
führt wird, ist es wichtig, sich diese Zusammenhänge bewusst zu machen. Das Handwerk  
braucht daher mehr Öffentlichkeit für sein Engagement.**

„Handwerk ist personales Wirtschaften. Der  
handwerkliche Wirtschaftsbereich ist ge-  
prägt durch inhabergeführte Betriebe.  
Dreh- und Angelpunkt ist die gelebte per-  
sönliche Beziehung zwischen Meister und  
Mitarbeiter.

Das bestätigt ein Blick auf die durchschnittliche  
Betriebsgröße im Handwerk: In Nord-  
rhein-Westfalen gibt es allein im handwerk-  
lichen Bereich 160.000 Eigentümer-Unter-  
nehmer, die insgesamt eine Millionen Mit-  
arbeiter beschäftigen. Die Betriebsgröße  
liegt im Durchschnitt bei acht Beschäftigten;  
wobei einige sehr große Betriebe – bei-  
spielsweise im Bereich der Gebäude-  
reinigung – diesen Wert nach oben beein-  
flussen. Der typische Handwerksbetrieb in  
unserer Region zählt zwischen drei und  
fünf Beschäftigte.

Das Handwerk verkörpert mit seiner beson-  
deren Betriebsstruktur ein wichtiges Stück  
Humanität in der Wirtschaft. Im Handwerk  
geht es nicht um auswechselbare Perso-  
nen, sondern um Menschen, die mit Kopf,  
Herz und Hand für ihren Betrieb und für  
das, was sie bewerkstelligen, eintreten.

### **Soziale Verantwortung – im Handwerk längst selbstverständlich – von Großunternehmen neu entdeckt**

Derzeit spielt das Thema soziale Verantwor-  
tung von Unternehmen gerade auf den Vor-  
standsetagen von Großunternehmen eine  
wichtige Rolle – neudeutsch unter dem Be-  
griff ‚Corporate Social Responsibility‘. Und  
vielfach stellen üppige Werbekampagnen  
öffentlich heraus, was diese Großunter-

nehmen neben ihrem eigentlichen unter-  
nehmerischen Handeln an Aktivitäten zu-  
gunsten des Gemeinwohls in Deutschland  
leisten.

Im Mittelstand und insbesondere im Hand-  
werk besitzt der Einsatz für das Gemein-  
wohl eine sehr lange Tradition – allerdings  
war diese Leistung des Handwerks bisher  
nie Gegenstand von Werbekampagnen  
oder großen Aktivitäten gegenüber der  
Öffentlichkeit. Vielleicht muss sich dies  
nun ändern.

### **Fakten zu den vielfältigen Aktivitäten des Handwerks für das Gemeinwohl – als Beispiel für sein Engagement ,auf leisen Sohlen‘**

- Hunderttausende von Unternehmen des  
Mittelstandes und des Handwerks besitzen  
eine absolut überdurchschnittliche Ausbil-  
dungsquote; eine Ausbildungsquote, die  
dreimal so hoch ist wie im Durchschnitt der  
Wirtschaft.

- Wir haben Hunderte von Prüfungsaus-  
schüssen in jedem Kammerbezirk mit Tau-  
senden von Prüfungsausschussmitgliedern,  
die ihre Sachkenntnis einbringen. Die Un-  
ternehmer und leitenden Angestellten im  
Handwerk tragen durch ihre Mitarbeit in den  
Prüfungsausschüssen dafür Sorge, dass  
das duale System in Deutschland funk-  
tionieren kann. Ihr ehrenamtliches Engage-  
ment in punkto Ausbildung wird durch kein  
großes Salär vergütet.

- Wir haben im Bereich der Selbstverwal-  
tung der Wirtschaft eine Fülle von Gremien.  
Im Handwerk gehören dazu die Kreishand-

werkerschaften, die Innungen sowie die Vollversammlungen der Handwerkskammern. Durch ihren ehrenamtlichen Einsatz in diesen Gremien der Selbstverwaltung tragen Handwerksmeister und Führungskräfte aus dem Handwerk dazu bei, dass die Dinge in Deutschland im Verhältnis zwischen öffentlicher Hand und Wirtschaft funktionieren.

Das ehrenamtliche Engagement des Handwerks geht aber noch weit über dieses breite Spektrum wirtschaftlicher Selbstverwaltung hinaus:

- Wir haben unter anderem ehrenamtliche Laienrichter (Schöffen) in unseren Gerichten.
- Wir haben ein Engagement von Betriebsinhabern in ihrem jeweiligen Stadtteil oder ihrer Gemeinde – ob Schützenvereine, Sport- und Musikvereine, Chöre, freiwillige Feuerwehr, Presbyterien, Pfarrgemeinderäte oder Kirchenvorstände und vieles mehr. Ich behaupte, dass dieses Vereins- und Kulturleben in weiten Teilen nicht mehr funktionieren würde, wenn sich mittelständische Unternehmer – gerade auch Handwerksunternehmer und ihre Mitarbeiter – dort im Rahmen eines freiwilligen bürgerschaftlichen Engagements nicht so enorm stark engagieren würden. Vieles im öffentlichen Leben würde nicht laufen, wenn sich nicht überall Handwerksmeister ehrenamtlich betätigen und häufig eine – in jeder Beziehung tragende – Rolle übernehmen würden.

Oder ein anderes Beispiel, das nebensächlich erscheinen mag, aber nicht vergessen werden darf: Ohne die Anzeigen der Mittelständler vor Ort könnte kaum eine der unzähligen Schülerzeitungen oder Festzeitschriften zu den unterschiedlichen Anlässen in den Gemeinden erscheinen.

- Unternehmen des Mittelstandes und des Handwerks engagieren sich darüber hinaus noch an vielen anderen Stellen. Eine ganze Reihe von Handwerksunternehmern haben zum Beispiel Stiftungen für ihre Gemeinwohlaktivitäten gegründet. Andere setzen sich beispielsweise für die berufliche Bildung junger Menschen im handwerklichen Sinne in den Transformations- und Entwicklungsländern ein.

Bei all diesen Aktivitäten engagiert sich das Handwerk seit Jahrzehnten ganz selbstverständlich. Und niemand wäre bisher auf die Idee gekommen, dies als Bestandteil von ‚Corporate Social Responsibility‘ zu bezeichnen.

### **Das Engagement des Handwerks stärker in den Blickpunkt rücken**

Wir sollten dieses Engagement von Handwerk und Mittelstand in seiner Vielfalt und seiner Bedeutung für das Gemeinwohl in Zukunft stärker in den Blickpunkt rücken. Dies geschieht inzwischen nicht zuletzt auf Initiative der Europäischen Kommission, wofür wir allen Anlass haben, uns zu bedanken.

Ich danke darüber hinaus allen Betriebsinhabern und ihren Mitarbeitern aus unserem Kammerbezirk, die mit ihrem bürgerschaftlichen Engagement ein Stück ‚Humanität in der Wirtschaft‘ vorleben und zu einem funktionierenden Gemeinwesen beitragen – insbesondere den Handwerkern, die ihren Beitrag im Rahmen der Veranstaltung und der vorliegenden Schrift beigesteuert haben.“

### **Studie des Nordrhein-Westfälischen Handwerkstags (NWHT) belegt:**

#### **Ehrenamtliches Engagement ist für Handwerksmeister selbstverständlich:**

Das Engagement der Handwerksunternehmer beschränkt sich nicht allein auf Aktivitäten für ihr Unternehmen. Die Erhebung aus dem Jahr 2004 zeigt: Er ist immer auch außerhalb des Betriebes engagiert. Zwei Drittel der Befragten sind in ehrenamtlichen Funktionen in den unterschiedlichsten Organisationen tätig. Vornehmlich handelt es sich dabei um ehrenamtliche Tätigkeiten in der Handwerksorganisation (23 Prozent), aber auch im Vereinswesen (21 Prozent) und in kirchlichen Organisationen (15 Prozent).

Quelle: NWHT, Düsseldorf 2004

Barbara Gessler, Leiterin der regionalen Vertretung der Europäischen Kommission, Bonn

## Bürgerschaftliches Engagement der Unternehmen: Die europäische Perspektive

Die ‚Generaldirektion Unternehmen‘ der Europäischen Kommission möchte, dass so viele Unternehmen wie möglich wissen, welche Chancen ein systematisches bürgerschaftliches Engagement ihnen bietet. Dazu hat sie eine Informationskampagne gestartet, die zur Zeit in 29 europäischen Ländern stattfindet und sich vor allem an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) richtet. Als wesentlicher Motor eines bürgerschaftlichen Engagements sollen sie die Erfolgsfaktoren bei der Wahrnehmung ihrer sozialen Verantwortung kennen lernen. Darüber hinaus soll ihr traditionelles Engagement in diesem Bereich stärker ins Blickfeld der Öffentlichkeit gerückt werden.

### Was bedeutet soziale Verantwortung im Unternehmen? Zum Begriff Corporate Social Responsibility (CSR)

„Der Begriff ‚Corporate Social Responsibility‘ – abgekürzt CSR – steht für verantwortungsvolles Unternehmertum. Die EU-Kommission versteht darunter ein relativ einfaches Konzept: Für sie dient CSR einem Unternehmen als Grundlage, auf freiwilliger Basis soziale Belange sowie Umweltbelange in seine Unternehmens-tätigkeit und in die Wechselbeziehung mit seinen Bezugsgruppen zu integrieren.

Im Wesentlichen sind aus Sicht der EU drei Aspekte besonders wichtig:

1. Die Freiwilligkeit: Wenn wir von sozialer Verantwortung der Unternehmen sprechen, meinen wir das, was Unternehmen leisten können und nicht das, was sie leisten müssen. Es geht um Chancen, nicht um Pflichten.
2. Der Umweltaspekt: Unter sozialer Verantwortung der Unternehmen verstehen wir auch Aktionen und Maßnahmen im Umweltbereich.
3. Das Management von Beziehungen innerhalb des Unternehmens: Also die Beziehungen zwischen und zu den Arbeitnehmern, aber auch zwischen dem Unternehmen und seinem Umfeld – als Akteure am Unternehmensstandort, die Beziehungen zu anderen Unternehmen, zu öffentlichen Stellen usw.

Um die Chancen, die CSR bietet, wirklich nutzen zu können, muss ein Unternehmen

mit diesen anderen Gruppen zusammenarbeiten.

Erwähnt werden sollte auch, dass wir die soziale Verantwortung der Unternehmen nicht als Anhängsel oder getrennte Aktivität zusätzliche zur eigentlichen Geschäftstätigkeit verstehen. Es geht vielmehr darum, *wie* diese Geschäftstätigkeit ausgeübt wird, *wie* ein Unternehmen Tag für Tag funktioniert.

### Warum misst die EU der sozialen Verantwortung von Unternehmen eine so große Bedeutung bei?

Ganz allgemein gesprochen, gibt es dafür zwei Gründe:

1. Das wirtschaftliche Argument der verbesserten Wettbewerbsfähigkeit: Unternehmen können mit Hilfe von CSR grundsätzlich wettbewerbsfähiger werden. Die einzelnen Maßnahmen und Aktionen sind unternehmerisch sinnvoll. Eine eigene CSR-Strategie kann einem Unternehmen einen langfristigen Wettbewerbsvorteil verschaffen, wie einige Fallstudien in dieser Dokumentation zeigen.
2. Das umwelt- und sozialpolitische Argument der nachhaltigen Entwicklung: Mit Hilfe von CSR können wir einer nachhaltigen Entwicklung näher kommen. Der Europäische Rat, also die Staats- und Regierungschefs der EU-Länder, haben im Jahre 2000 auf ihrer Tagung in Lissabon beschlossen, dass die EU zum wettbewerbsfähigsten, dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum in der Welt



werden soll. In diesem Zusammenhang appellierte er ganz besonders an das soziale Verantwortungsgefühl der Unternehmenschaft mit Blick auf die bewährten Praktiken für lebenslanges Lernen, die Arbeitsorganisation, die Chancengleichheit, die soziale Integration und eine nachhaltige Entwicklung. Auch unabhängige Experten und hoch angesiedelte ehemalige Regierungsmitglieder haben sich für diese umfassende Strategie ausgesprochen.

CSR ist allerdings nicht der einzige Ansatz, der es der Europäischen Union ermöglichen soll, ihre Ziele von ‚Wettbewerbsfähigkeit und Wirtschaftswachstum‘ einerseits sowie eines ‚stärkeren sozialen Zusammenhalts und mehr Umweltschutz‘ andererseits besser miteinander zu kombinieren. Aber je mehr sich die europäischen Unternehmen das Konzept ihrer sozialen Verantwortung zu eigen machen, desto eher ist die EU insgesamt in der Lage, Wirtschaftswachstum zu erzielen und ihren Bürgerinnen und Bürgern eine bessere Lebens- und Arbeitsqualität zu bieten. Deshalb möchte die Generaldirektion der Europäischen Kommission, dass so viele Unternehmen wie möglich wissen, welche Chancen CSR ihnen unmittelbar eröffnet.

#### **Was tut die EU-Kommission, um CSR-Strategien verstärkt in Unternehmen hineinzutragen?**

Ganz wichtig: Die Übernahme sozialer Verantwortung von Unternehmern (CSR) ist freiwillig. Und die eigentlichen Akteure sind die Unternehmen selbst. Dabei arbeiten sie natürlich oft mit anderen gesellschaftlichen Akteuren – etwa örtlichen Vereinigungen oder öffentlichen Stellen – zusammen.

Dennoch bleibt die Rolle öffentlicher Stellen in gewisser Hinsicht begrenzt. Die Europäische Kommission bemüht sich daher vor allem um die EU-weite Förderung von CSR. Zu diesem Zweck hat sie zum Beispiel wissenschaftliche Untersuchungen über die Praxis und den Nutzen von CSR finanziert. Darüber hinaus hat sie den Austausch von Informationen über CSR-Initiativen und -Instrumente sowie von vorbildlichen Beispielen gefördert (siehe *Tipp*, S. 11).

Unsere wichtigste Einzelinitiative der letzten zwei Jahre war das so genannte ‚Europäische Stakeholder-Forum‘ zum Thema CSR. Bei diesem Forum sind die wichtigsten Beteiligten – also ‚Stakeholder‘ wie Unternehmen, Gewerkschaften sowie Organisationen der Zivilgesellschaft – in Dialog getreten, um das Verständnis für CSR zu verbessern. Gemeinsam hat man die Frage diskutiert, wie die Entwicklung von CSR in Europa gefördert werden kann. Der Abschlussbericht wurde im Juni 2004 vorgelegt.

Die eindeutige Empfehlung des Forums: Der öffentliche Sektor sollte sich in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren um eine stärkere Sensibilisierung der Unternehmen für soziale Verantwortung bemühen und insbesondere dem Mittelstand Beachtung schenken. Dies wird die EU in Zukunft konsequent tun.

Die EU-Kommission misst darüber hinaus auch der internationalen Dimension von CSR große Bedeutung bei. Wir finanzieren zum Beispiel Initiativen zur Förderung von CSR in Drittländern und versuchen, dem Thema in internationalen Handelsgesprächen zunehmend Rechnung zu tragen. Ferner unterstützt und fördert die EU-Kommission die Leitlinien für multinationale Unternehmen, die unter Federführung der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) ausgearbeitet wurden und zu den wichtigsten internationalen CSR-Instrumenten gehören.

#### **Die Bedeutung sozialer Verantwortung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)**

Die Diskussion über das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen hatte in Europa bislang die Interessen und Erfahrungen größerer Unternehmen im Blick. Das heißt allerdings nicht, dass CSR nur für größere Unternehmen von Bedeutung ist.

Es gibt vielfältige Belege dafür, dass gerade auch kleine und mittlere Unternehmen von der Übernahme sozialer Verantwortung und einem bürgerschaftlichen Engagement sehr stark profitieren können.

Doch müssen wir gleichzeitig der Empfehlung des Stakeholder-Forums folgen, und der Frage, was CSR für kleine und mittlere Unternehmen bedeutet, besondere Beachtung schenken. Denn diese engagieren sich

zum Teil unter ganz anderen Voraussetzungen und machen daher bisweilen ganz andere Erfahrungen als Großunternehmen mit CSR. So haben kleine und mittlere Unternehmen zum Beispiel nicht die gleichen personellen und finanziellen Mittel wie größere Unternehmen. Wenn sie neue Maßnahmen einführen, stehen sie unter Umständen unter einem größeren unmittelbaren Erfolgsdruck.

Andererseits sind KMU im Allgemeinen besser in das lokale Umfeld integriert und die persönlichen Beziehungen zwischen der Unternehmensleitung, den Arbeitnehmern, Kunden und Lieferanten sind stärker ausgeprägt. Wenn es darum geht, die mit CSR verbundenen Chancen bestmöglich zu nutzen, kann dies natürlich ein beträchtlicher Vorteil sein.

Die in der vorliegenden Veröffentlichung dokumentierte Veranstaltung ist für kleine und mittlere Unternehmen von besonderer Bedeutung. Im Mittelpunkt steht hier die konkrete Anwendung und Praxis bürgerschaftlichen Engagements. Die vielfältigen Beispiele zeigen, dass soziale Verantwortung auch unter zum Teil harschen ökonomischen Realitäten praktiziert wird. Und zugleich machen sie deutlich, dass die oft komplizierte, bisweilen unnötig philosophische Terminologie in der unternehmerischen Praxis eines bürgerschaftlichen Engagements durchaus außen vor bleiben kann.

### **Warum sollten auch kleine und mittlere Unternehmen über ihr Engagement in der Öffentlichkeit sprechen?**

Besonderen Wert müssen die Unternehmen künftig auf das Thema Kommunikation legen: Wie sagen Unternehmer den Menschen am besten, was ihr Unternehmen im Bereich sozialer Verantwortung und bürgerschaftlichen Engagements unternimmt? Viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) kommunizieren ihren Einsatz für das Gemeinwohl bereits sehr bewusst und auf vielfältige Weise. Dennoch informieren noch zu wenige KMUs ihr Umfeld über ihr Engagement – und ziehen daher nicht den größtmöglichen Nutzen daraus. Also: ‚Tue Gutes und sprich darüber‘ – leider hält sich daran noch lange nicht jeder Unternehmer.“

### **Tipp: Reden Sie über Ihr bürgerschaftliches Engagement in der Öffentlichkeit.**

Machen Sie es wie Bäckermeister Thomas Puppe (*siehe S. 16*). Gehen Sie in die Öffentlichkeit, in die Medien. Dies kann Ihnen helfen, unternehmerische Vorteile zu erzielen und ein gutes Ansehen aufzubauen. Handwerksunternehmer, die soziale Verantwortung beweisen, verfügen über wichtige Erfolgsfaktoren. Diese helfen ihnen bei der Kommunikation.

#### **1. Erfolgsfaktor: Glaubwürdigkeit**

Ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit ist der entscheidende Punkt für eine erfolgreiche Kommunikation. Der persönliche Einsatz der Handwerksmeister und ihrer Mitarbeiter verleiht dem Engagement ein ausgesprochen hohes Maß an Glaubwürdigkeit. Damit besitzen sie einen wichtigen Vorteil gegenüber (Groß-) Unternehmen, die sich für das Gemeinwohl engagieren, um in erster Linie bestimmte Unternehmensziele zu erreichen. Diese müssen sich mit enormem Aufwand erst um Glaubwürdigkeit bemühen.

#### **2. Erfolgsfaktor: Langfristigkeit**

Auch in punkto Langfristigkeit hat das Handwerk gute Karten für eine erfolgreiche Kommunikation seines bürgerschaftlichen Engagements. Immerhin engagieren sich drei von vier Betrieben dauerhaft für ein gesellschaftliches Anliegen im sozialen, kulturellen oder sportlichen Bereich – so das Ergebnis einer Studie vom Institut für Mittelstandsforschung (IfM) in Bonn. In dieser Langfristigkeit liegt ein wesentlicher Unterschied zu spontanen Spenden für die eine oder andere gute Sache, die aber eher punktuell wirken.

#### **3. Erfolgsfaktor: Stimmigkeit**

Erfolgreiche Kommunikation mit der Öffentlichkeit erfordert eine gewisse Stimmigkeit und eine Verknüpfung mit der eigenen Identität des Unternehmens. Diese kann sich aus vielen Faktoren ergeben: Aus der eigenen Geschichte, aus dem Gewerk, in dem man tätig ist, aus den Unternehmenszielen, die man verfolgt oder auch aus dem Führungsstil, den man praktiziert. Ein Unternehmen sollte seine besondere Identität bei der Auswahl des Bereiches, in dem es sich engagieren will, berücksichtigen oder beim Zugschnitt bestimmter Projekte, die man auf die Beine stellen will. In Zukunft wird es zudem wichtiger, dass ein Handwerksunternehmen seine Aktivitäten im Gemeinwesen möglichst bündelt und an seinen übergeordneten Unternehmenszielen und seiner Identität ausrichtet.

Übrigens: Es kann sinnvoll sein, gezielt mit Partnern außerhalb des Betriebes zusammenzuarbeiten. Dadurch lässt sich die öffentliche Aufmerksamkeit zusätzlich steigern. Die Zusammenarbeit verleiht dem persönlichen Engagement einen höheren Stellenwert, schafft Multiplikatoren und kann auch den eigenen Betrieb entlasten. (RT)

**Tipp:** Interessierte Unternehmer finden auf den Internetseiten der EU-Kommission einen Fragebogen. Er ist als Anregung für Ihr eigenes Engagement gedacht. Selbst wenn Sie vieles von dem dort Erwähnten bereits tun, erhalten Sie dort vielleicht die eine oder andere Idee für Ihre Aktivitäten. Darüber hinaus können Sie den Fragebogen als Gedankenstütze nutzen, um zu prüfen, was sich bei Ihnen zwischenzeitlich entwickelt hat oder wo Sie möglicherweise noch aktiv werden können. Im Internet können Sie zudem eine Broschüre mit Praxisbeispielen eines bürgerschaftlichen Engagements von Unternehmen herunterladen oder anfordern. Die Adresse:  
[http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/index\\_de.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/index_de.htm)



Jürgen Heller, Tischlermeister, Düsseldorf

## „Ausbilden bedeutet: Jungen Menschen eine Zukunft geben – auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten“

Tischlermeister Jürgen Heller (49) hat die Karl Heller GmbH 1982 von seinem Vater übernommen. Schwerpunkt ist die Schreinerei im Bau- und Innenausbau tätig. Der Betriebswirt des Handwerks engagiert sich im Vorstand der Tischlerinnung Düsseldorf und hat 1984 das Amt des Lehrlingswarts übernommen. Darüber hinaus sitzt Jürgen Heller dem Ausschuss für Berufsbildung des Fachverbandes Tischler NRW vor. Zusätzlich engagiert sich der Handwerksunternehmer im Vorstand eines Fördervereins.

**Die wohl wichtigste Form sozialer Verantwortung beweisen Handwerksunternehmer durch ihr enormes Engagement im Bereich Ausbildung. Viele bilden selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten über ihren Bedarf aus und bieten so jungen Menschen überhaupt erst eine Zukunftsperspektive. Auch das System der dualen Ausbildung ist ohne den ehrenamtlichen Einsatz von Handwerksmeistern und Gesellen – sowie deren Freistellung für die Mitwirkung unter anderem in Prüfungsausschüssen – nicht denkbar. Tischlermeister Jürgen Heller und Friseurmeister Markus Lotze geben einen Einblick in ihre Arbeit als ehrenamtlich tätige Lehrlingswarte in ihrer Innung.**

### Jürgen Heller über seine Aufgaben als Lehrlingswart der Tischlerinnung Düsseldorf

„Als Lehrlingswart bin ich für die Nachwuchswerbung und die Nachwuchspflege zuständig. Ich bin sozusagen das Bindeglied zwischen Ausbilder und Auszubildenden. Dieses Angebot macht die Tischlerinnung Düsseldorf schon seit Jahrzehnten und es hat sich sehr bewährt. Gerade in der jetzigen Zeit mit einer steigenden Zahl von Ausbildungsabbrechern. In Düsseldorf haben wir glücklicherweise dank unserer sehr intensiven Innungsarbeit nur eine geringe Abbrecherquote. Aber es vergeht quasi kein Tag, an dem ich als Lehrlingswart nicht mindestens einmal von einem Auszubildenden oder einem Ausbilder zu Rate gezogen werde.“

Sicher zahlt sich dabei aus, dass die Leute wissen: Wir stehen als Ansprechpartner jederzeit zur Verfügung. Ich habe zudem eine wöchentliche Sprechstunde in unserer Geschäftsstelle. Daran nehmen auch der Obermeister und der stellvertretende Lehrlingswart regelmäßig teil. Und wir teilen uns das ganze Jahr über viele Veranstaltungen. So ist gewährleistet, dass immer ein Lehrlingswart als Ansprechpartner anwesend ist.

### Dialog Schule – Wirtschaft pflegen

Soziale Verantwortung nimmt die Handwerkswirtschaft nicht nur durch eine qualifizierte betriebliche Ausbildung wahr, sondern auch durch ihr Engagement im Dialog Schule – Wirtschaft. Dabei ergänzen sich die Ziele beider Seiten: Wir wollen den jungen Menschen Perspektiven für die Zukunft aufzeigen und gleichzeitig qualifizierten Nachwuchs für das Handwerk gewinnen. Daher gehe ich sehr oft in Haupt- und Realschulen und erzähle den jungen Leuten vom Tischlerberuf, welche Tätigkeiten und beruflichen Chancen damit verbunden sind. So bringe ich ihnen nicht nur das Berufsbild des Tischlers näher, sondern gebe ihnen auch einen lebendigen Einblick in das moderne Arbeitsleben. Das fehlt den jungen Leuten ja leider heute oft.

Gerade um qualifizierten jungen Leuten in unserem Beruf vermehrt attraktive Zukunftschancen zu eröffnen, beteiligt sich unsere Innung an zwei Pilotprojekten.

Das Projekt, in dem wir uns in den beiden letzten Jahre engagierten, hatte zum Ziel, begabten jungen Menschen eine Tischlerausbildung mit Fachoberschulreife in insgesamt drei Jahren zu ermöglichen.

Momentan planen wir, gemeinsam mit der Handwerkskammer Düsseldorf handwerklich begabten Abiturienten eine Ausbildung zum Meister in drei Jahren anzubieten. Wir bringen also derzeit sehr innovative Dinge in punkto zukunftsorientierte Ausbildung auf den Weg.

**Es zahlt sich für alle aus, wenn Benachteiligte eine Chance erhalten**

Ein weiterer Schwerpunkt meiner Arbeit als Lehrlingswart betrifft die Integration benachteiligter Menschen. Selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten halten viele Betriebe aus eigenem Antrieb immer wieder Praktikumsstellen frei für gering qualifizierte oder sozial schwache Menschen. Für diese wird es schließlich immer schwerer, einen Ausbildungs- oder Arbeitsplatz zu finden. Auch hier sehen wir uns vom Handwerk in der Verantwortung. Und es ist ja wirklich so: Nicht jeder, der in der Schule schlecht war, muss ein schlechter Handwerker sein – auch wenn man heute natürlich andere Anforderungen an die Qualifikation in den Berufen stellt.

Ich habe in den letzten Jahren in unserer Innung, aber auch in meinem eigenen Betrieb, sehr gute Erfahrungen gemacht, wenn man diesen Menschen eine Chance gibt. Dabei denke ich an einen ganz konkreten Fall. Wir haben in unserem Betrieb einem 38 Jahre alten Mann im Rahmen einer Integrationsmaßnahme ein Praktikum ermöglicht, der bereits diverse Ausbildungsabbrüche hinter sich hatte. Und damit nicht genug: Er war zuvor drogenabhängig und brachte auch sonst eher schwierige Voraussetzungen mit. Kurz: Ein guter Kaufmann würde diesen Mann nicht auf einen Kunden loslassen. Aber wir haben ihm eine Chance gegeben. Und er hat sich bewährt. Nach seinem Praktikum hat er bei uns eine dreijährige Ausbildung begonnen. Nach der Gesellenprüfung war er fast 42 Jahre. Durch diesen Erfolg hat er sich richtig stabilisiert und viel Selbstvertrauen gewonnen. Heute ist er 46 Jahre alt und immer noch als Geselle bei uns beschäftigt. Wir können uns unseren Betrieb ohne ihn gar nicht mehr vorstellen. Das spricht doch für sich.“

Markus Lotze, Friseurmeister, Duisburg:

**„Unser Engagement verschafft den Jugendlichen Ausbildungsplätze und stärkt so die ganze Region“**

Friseurmeister Markus Lotze (37) ist Inhaber des Friseursalons Lotze und beschäftigt 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an insgesamt drei Standorten. Ehrenamtlich engagiert er sich als stellvertretender Obermeister und Lehrlingswart der Friseurinnung Duisburg.

„Als Lehrlingswart unserer Friseurinnung kann ich bestätigen, dass das Handwerk bei der Integration benachteiligter Menschen eine große Rolle spielt – und bei den sozialen Trägern in dieser Beziehung einen guten Ruf besitzt. Als ich mein Ehrenamt übernommen habe, wurde ich von vielen Duisburger Organisationen wie die Arbeiterwohlfahrt (AWO) oder Einrichtungen wie die ‚Werk-Kiste‘ angesprochen, weil sie vor allem im Friseurhandwerk Praktikums- oder Ausbildungsplätze für sozial benachteiligte junge Mädchen suchen. Denn unser Beruf bietet den Mädchen eine beliebte Zukunftsperspektive.

Für mich war es damals das erste Mal, dass ich mit der Problemlage dieser Mädchen in Berührung kam. Mit der Folge, dass ich jetzt regelmäßig auch im eigenen Geschäft benachteiligte junge Frauen ausbilde. Ich habe übrigens beobachtet, dass meine Kundenschaft, die das in irgendeiner Form mitbekommt, ausgesprochen positiv darauf reagiert.

In meinen drei Geschäften arbeiten derzeit 22 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon vier Auszubildende. Das ist eine sehr gute Quote. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich diese Mädchen bewähren und später übernommen werden, ist eigentlich recht hoch. Und man darf nicht vergessen: Die Mädchen sind wirklich dankbare und loyale Mitarbeiterinnen. Ich kann daher andere Betriebe nur dazu ermutigen, diesen Menschen eine Chance zu geben. Es zahlt sich für uns alle aus: Für den eigenen Betrieb und für das soziale Miteinander in unserem unmittelbaren Umfeld.“



Robert Hellmann, Tischlermeister, Nettetal

## „Von unserem Engagement profitieren alle Beteiligten: Schüler, Lehrer, Betriebe“

Tischlermeister und Bestattermeister Robert Hellmann (46) ist Inhaber der Bau- und Möbeltischlerei Robert Hellmann. Ehrenamtlich engagiert er sich im Handwerk als Obermeister der Tischlerinnung des Kreises Viersen sowie als Vorstandsmitglied in der Kreishandwerkerschaft Krefeld-Viersen. Darüber hinaus ist er Organisator des Adventsmarktes in Lobberich.

**Die Zusammenarbeit zwischen Handwerk und Schule besitzt einen traditionell hohen Stellenwert. Die Betriebe übernehmen hierbei freiwillig Mitverantwortung für die Vorbereitung der Schüler auf die Berufswelt. Zugleich steigern sie dadurch ihre Chance, qualifizierten Nachwuchs für ihr Handwerk zu gewinnen. Oftmals entwickeln sich so dauerhafte Kooperationen zwischen Unternehmen und einzelnen Bildungseinrichtungen. Eine Form sozialen Engagements im direkten Umfeld der Betriebe, mit vielfältigen Impulswirkungen, wie das Beispiel aus Nettetal zeigt.**

### Robert Hellmann über seine Kooperationsidee mit einer Nettetaler Schule

„Für das Handwerk besteht bereits heute ein Problem darin, qualifizierte Lehrlinge zu finden. Das wird sich in Zukunft noch verstärken. Schule und Wirtschaft – das bedeutet leider allzu häufig: Zwei Welten treffen aufeinander. Die meisten Schüler wissen doch gar nicht, welche beruflichen Möglichkeiten ihnen das Handwerk bietet.

Deshalb habe ich als Obermeister der Tischlerinnung und als Vorstandsmitglied unserer Kreishandwerkerschaft die Gesamtschule Nettetal vor anderthalb Jahren angesprochen, denn dort wird Berufsorientierung groß geschrieben. Unsere Idee war es, mit örtlichen Handwerkern in der Schule einen Handwerkertag zu veranstalten. Auf diese Weise wollten wir den Jugendlichen einen lebendigen und direkten Eindruck davon vermitteln, was das Handwerk zu bieten hat. Unser Ziel war weniger die direkte Werbung von Lehrlingen als vielmehr jungen Leuten zu helfen, den richtigen Beruf zu finden und ihnen zu zeigen, wie sie sich im Berufsleben zurecht finden können.

Diese Idee kam sehr gut an und hat sich inzwischen auch überaus erfolgreich weiterentwickelt. Und wie so oft ergeben sich aus einem erfolgreichen Kontakt interessante weitere Kooperationen und Perspektiven: So beteiligt sich unser Handwerk jetzt an einer Zukunftsinvestition der besonderen Art. Denn in der Gesamtschule Nettetal

werden die Ziele ‚Berufsorientierung‘ und ‚Bibliothek‘ künftig Hand in Hand angepeilt – im wahrsten Sinne des Wortes.

Geplant ist ein Mehrzweckraum, in dem sich die verschiedenen Unternehmen und Branchen wechselnd präsentieren können. Das Projekt trägt den Namen ‚base-L‘. Das Kürzel steht für ‚Bildungsforum - Aktiviert - Schüler - Eltern – Lehrer‘. Wir vom Handwerk versprechen uns von diesem Konzept sehr viel. Deshalb wird eine Gruppe von ca. 30 Handwerkern aus Nettetal das Projekt im großen Rahmen unterstützen.

### base-L: Eine ständige Einrichtung zur Berufsorientierung vor Ort

Geplant ist, den Raum als ‚Selbstlernzentrum‘ zu gestalten. Betriebe, die das Vorhaben durch Sach- und Gewerkespenden oder finanziell unterstützen, erwerben das Recht, zehn Jahre lang eine Woche im Jahr diesen Raum zur Information über ihr Unternehmen und das eigene Ausbildungsangebot zu nutzen. Dieses Recht wird in einem Vertrag mit der Stadt Nettetal und der Schule abgesichert.

Der Raum wird so robust ausgestattet, dass ich als Tischlermeister auch eine Hobelbank mitbringen kann, an dem meine Lehrlinge ihre Arbeit vorführen; aber auch andere Gewerke wie Schlosser oder Fliesenleger werden sich wirklichkeitsnah präsentieren können.

Der Vorteil für unsere Handwerksbetriebe: Wir erreichen mit unseren Informationen alle Schülerinnen und Schüler der 9. und 10. Klassen sowie der gymnasialen Oberstufe während des Wirtschaftslehreunterrichts sowie während des ganzen Tages – insgesamt ungefähr 400 Schüler. In den Nachmittagsstunden können darüber hinaus die Schüler der beiden Nettetal Haupt-schulen, der Realschule und des Gymnasi-ums die Ausstellung besuchen. Dank des Projekts kommen unsere Betriebe relativ frühzeitig in Kontakt mit Schülern, die sich für verschiedene Ausbildungsberufe inter-essieren. Daraus können sich weitere Kon-takte über Schnuppertage oder ein Prakti-kum in den Unternehmen ergeben – die vielleicht sogar in einen Lehrvertrag mün-den.

**Aus der Kooperation entstanden:  
Gesprächskreis zur Verbesserung  
der Ausbildungsreife**

Darüber hinaus bietet das base-L-Projekt dem Handwerk Gelegenheit, die grundsätz-liche Ausbildungsreife der Jugendlichen zu verbessern. Hier liegt einiges im Argen. Deshalb habe ich als Tischlerobermeister mit unserem Lehrlingswart vor vier Jahren einen Tischlereignungstest in unserer Innung eingeführt. Der Landesverband in Dortmund macht das mittlerweile auch.

Derzeit baue ich auf Ebene der Kreishand-werker-schaft – und unterstützt von Gesamt-schulleiter Herrn Schiefelbein – einen Ge-sprächskreis auf zwischen Berufsschule, Handwerksmeistern und Lehrern der 9. und 10. Klasse. Ziel ist es, die Schnittstelle zwis-chen Schule und Ausbildung zu verbes-tern. Anlass dazu gab die Erfahrung, dass vieles von dem, was im Handwerk ge-braucht wird, bereits in der 8 und 9. Klasse vermittelt und danach bei den jungen Leu-ten ziemlich weit hinten auf der ‚Festplatte‘ abgelegt wird. Die Konsequenz: Unsere Lehrlinge sind meist erst nach einem drei-iertel Jahr Einführung in den Berufsschulen soweit, dass sie den Anforderungen ihres Berufes in der Ausbildung genügen. Des-halb wäre es wichtig, in der 10. Klasse be-rufspraktisches Wissen intensiv aufzufri-schen. So können das base-L-Projekt und der Gesprächskreis einen Beitrag für eine erfolgreiche Ausbildung der Jugendlichen leisten.“

**Roland Schiefelbein, Schulleiter der  
Gesamtschule Nettetal, über die  
Vorgeschichte der Kooperation**

„Die Gesamtschule Nettetal besteht seit 1992 und ist eine Ganztags-schule. Zur Zeit unter-richten 65 Lehrkräfte die Jahrgänge 5 bis 10 in 24 Klassen mit über 700 Schülerinnen und Schülern. Die gymnasiale Oberstufe hat der-zeit etwa 140 Schülerinnen und Schüler der Jahrgangsstufen 11 bis 13. Bei ihrer Grün-dung wurde unsere Schule von der Stadt mit einem sehr guten Schulgebäude ausgestattet; einziges Manko: Wir hatten keine Bibliothek. Nach dem Pisa-Desaster stand für uns fest: Wir müssen massiv in die Leseförderung in-vestieren, doch uns fehlte die Bibliothek. Eine Kollegin hat daraufhin einen Architekten in Ruhestand angesprochen. Dieser meinte: ‚Das finde ich toll, das müsstet Ihr machen‘ und entwarf umgehend eine baureife Zeich-nung. Die Stadt Nettetal war zwar begeistert, teilte uns aber mit: ‚Bezahlen können wir das nicht‘. Deshalb haben wir beschlossen, das Projekt selbst in die Hand zu nehmen. Dabei wurden wir von Anfang an sehr intensiv durch das Handwerk vor Ort unterstützt.

Bei der Kostenaufstellung haben wir 80.000 Euro veranschlagt. Durch vielfältige Aktionen von Eltern-, Schüler- und Lehrerinitiativen ist inzwischen gut die Hälfte des Betrags zu-sammengekommen. Darüber hinaus haben wir ein Sponsorenkonzept entwickelt und kooperieren eng mit der örtlichen Hand-werker-schaft. Die Handwerksunternehmen haben uns mittlerweile Zusagen für Sach-leistungen in von Höhe von 30.000 Euro ge-gaben.

Nach weiteren Gemeinschaftsaktionen ist die Finanzierung inzwischen gesichert. Bau-beginn ist im Januar 2006. Dann werden wir das Projekt ‚base-L‘ sicher bald starten können.“

weitere Informationen: [www.base-L.de](http://www.base-L.de)

Thomas Puppe, Bäckermeister, Neuss

## „Schon die Kleinen sollen Handwerk live erleben. Damit sie wissen: Das Brot kommt vom Bäcker“

Bäckermeister Thomas Puppe (42) ist Inhaber der Bäckerei-Konditorei Puppe mit insgesamt sieben Geschäften in und um Neuss. Mit vielen Aktionen positioniert sich das Unternehmen gegenüber seinen Kunden als ‚Erlebnis-Bäckerei‘. Thomas Puppe engagiert sich – wie auch viele seiner Kollegen aus den Nahrungsmittelhandwerken – bei der ‚Düsseldorfer Tafel‘ (siehe Seite 41). Darüber hinaus arbeitet er im Vorstand der Düsseldorfer Bäckerinnung mit und ist im Pfarrgemeinderat seiner Heimatgemeinde aktiv.

**Gesellschaftliches Engagement und betriebliche Interessen schließen sich nicht aus. Im Gegenteil: Im Idealfall profitieren beide Seiten. Das beweist Bäckermeister Thomas Puppe. Er engagiert sich an seinem Standort auf vielfältige Weise. Der absolute ‚Renner‘ gelang dem Bäckermeister mit seiner Aktion ‚Kinder backen‘. Einst als Maßnahme zur Kundengewinnung und -bindung gestartet, bringt sie Woche für Woche Kinder im Vorschul- und Grundschulalter frühzeitig in Kontakt mit dem Handwerk – Nachwuchswerbung mit Perspektive.**

### Thomas Puppe über den Grund für seine Aktion ‚Kinder backen‘...

„Seit 15 Jahren besucht uns wöchentlich eine Grundschulklasse oder Kindergartengruppe in der Backstube. Das ist eine schöne und sehr beliebte Aktion, die sich inzwischen herumgesprochen hat. Sogar das Fernsehen hat schon darüber berichtet. Ich kann gar nicht allen Anfragen nachkommen, obwohl wir die Backstube mittlerweile entsprechend ausgestattet haben.

Die Aktion macht allen Beteiligten großen Spaß – doch nur deshalb machen wir sie natürlich nicht. Vielmehr gibt es einen ganz konkreten Grund: Wir haben in unseren Geschäften fast 90 Prozent Stammkunden. Darauf sind wir stolz. Aber als Handwerksbetrieb verlieren wir zusehends Kunden an den Lebensmitteleinzelhandel. Dem wollen wir entgegenwirken. Das ist eine Frage des Qualitätsbewusstseins. Weil wir das wecken wollen, fangen wir bei den Kindern an. Wir wollen ihnen Handwerk live vermitteln. Wir wollen sie dafür sensibilisieren, dass das Brot in der Backstube hergestellt und in der Bäckerei gekauft wird. Unsere Botschaft: Hinter Backwaren stehen Menschen. Das ist uns wichtig, rüberzubringen. Und das versuchen wir eben über das ‚Kinderbacken‘.

### ... und die langfristigen Erfolge

Da die Aktion schon Jahre läuft, kennen uns inzwischen viele Kinder. Da gibt es diesen Wiedererkennungseffekt, wenn die Kinder mit ihren Eltern durch Düsseldorf gehen, an einer Bäckerei von uns vorbeikommen und sagen: ‚Schau mal, da war ich backen.‘ Das ist natürlich ein interessanter Aspekt. Zudem treffe ich inzwischen häufig Jugendliche, die mir sagen: ‚Ich kann mich erinnern, ich war mit der Schule mal bei dir in der Bäckerei‘. Also das gibt es immer wieder und es ist schön, dass das so lange in ihrer Erinnerung bleibt und nicht so schnell verblasst. Das haben die Kinder und Jugendlichen noch sehr gut im Kopf.

Die gute Resonanz lässt übrigens auf einen weiteren positiven Effekt schließen: Da wir die Kinder frühzeitig mit dem Handwerk in Kontakt bringen, wird bei dem einen oder anderen Nachwuchsbäcker sicher das Interesse an einer handwerklichen Ausbildung geweckt. Das ist ein kleines Stück ‚Entwicklungsarbeit‘. Und in der Tat: Zwei Drittel der Kinder gehen mit dem festen Berufswunsch nach Hause: ‚Ich werde ‚mal Bäcker‘. Ein gutes Zeichen, auch wenn sich das mit der Zeit bei etlichen natürlich wieder ‚auswächst‘.“



Jens Pichtemann, Maler- und Lackierermeister, Haan

**„Durch das Kinderbasteln kommen wir leichter in Kontakt mit Kunden“**

Handwerksmeister Jens Pichtemann (28) arbeitet im elterlichen Familienbetrieb und ist in seinem Heimatort Haan Mitglied der Freiwilligen Feuerwehr. In der Vergangenheit war er in verschiedener Weise in der Jugendarbeit tätig. Im Handwerk ist er als Kassenprüfer der Kreishandwerkerschaft des Kreises Mettmann ehrenamtlich engagiert.

„Wir sind ein kleiner Maler- und Lackierer-Betrieb aus Haan bei Wuppertal. Unsere Kunden sind in erster Linie Privatleute. Darüber hinaus sind wir für die Stadt und für die Kirche tätig. Wir leben in Haan und wir haben unsere Kundschaft dort. Seit einiger Zeit bieten wir für Schulklassen ein Kinderbasteln an. Dadurch können wir den Leuten aus unserem Ort auch etwas zurückgeben.“

In unserem Betrieb haben wir zwar keine großen Räume, aber für das Kinderbasteln gibt es immer Möglichkeiten. Es macht einfach Spaß mit den Kindern zu basteln. Und dadurch bekommen wir natürlich auch neue Kunden. Zuerst kaufen die Kinder in unserem Bastelladen ein, den wir neben unserem Betrieb führen. Dann kommt die Mutter, danach wird der Vater geschickt, sie sollen Farbe bei uns kaufen und hinterher sagt er: ‚Jetzt habe ich zwar gute Farbe, aber Lust zum Streichen habe ich nicht.‘ Dann bieten wir als Maler- und Lackierbetrieb unsere Arbeiten an.“

Das Kinderbasteln ist also eine gute Gelegenheit, in Kontakt mit Kunden zu kommen. Denn Mund-zu-Mund-Propaganda ist gerade in unserem Handwerk eine wichtige Sache. Dabei spielt natürlich Vertrauen eine große Rolle. Unsere Kundschaft bekommen wir nicht über Zeitungsanzeigen oder andere sonstige Werbung, sondern einfach dadurch, dass man auf uns aufmerksam wird oder uns kennt.

Das gilt auch für öffentliche Einrichtungen wie Schulen. Seit die Städte kaum noch Geld für die Renovierung von Klassenzimmern haben, wird vieles in Eigenregie gemacht – zu Lasten des örtlichen Handwerks. Aber das muss nicht so sein. Die Stadt Haan kauft bei uns die ganzen Farben für die Kindergärten und Schulen. So kommt das Handwerk doch noch dazu. Wir haben zum Beispiel schon 'mal mit Schülern zusammen die Klassenräume angemalt. Das bedeutet konkret: Ich habe gezeigt, wie's geht und die Schüler motiviert. Und die hatten dann einfach Spaß, mit den Eltern zusammen einen Klassenraum zu streichen. Das ist die beste Werbung für unseren Betrieb und die Schüler bekommen eine konkrete Vorstellung von unserem Beruf.“

**Muttertags-Aktion ‚Vater-Kind-Backen‘ bei Bäckermeister Thomas Puppe**

„Am Samstag vor Muttertag haben wir zum ‚Vater-Kind-Backen‘ in unsere Backstube nach Neuss eingeladen. Das war eine sehr erfolgreiche Aktion. Wir hatten ca. 270 Anmeldungen, aber letztendlich waren es 370 Kindern plus ungefähr 250 Väter, die mitkamen. Das war gigantisch. Wir hatten nie mit so einem Interesse gerechnet. Manche Väter hatten erst einmal keine Lust. Manche standen vor mir und sagten: ‚Meine Frau hat gesagt, ich soll mich hier zum Kinderbacken melden.‘ Das Schöne war, dass die Väter dann unheimlich viel Spaß entwickelt haben. Die Sache hat so eine unglaubliche Eigendynamik bekommen. Es gab viele Väter, die angefangen haben, Rosen für die Torte zu basteln. Und nach kurzer Anleitung zog sich das dann über den Tisch fort. Diese Sache hat wirklich viel Spaß gemacht.“

Jan Dannenbring, Zentralverband des Deutschen Handwerks, Berlin

## **Die gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand: Bedeutung für das Gemeinwesen**

**Verantwortliches Unternehmertum ist im handwerklichen Mittelstand längst eine gelebte Realität. Sie entspringt dem historisch gewachsenen Selbstverständnis vieler mittelständischer Unternehmen, sie ist freiwillig und ihre Ausprägungen sind so bunt und vielfältig wie der Mittelstand selbst. Die schöpferische Kraft und der Ideenreichtum des Mittelstands bei der Wahrnehmung bürgerschaftlichen Engagements darf auch nicht durch Versuche zur Reglementierung beschnitten werden. Im Sinne von 'Tue Gutes und sprich darüber' sollten die Unternehmen mit den ‚Pfunden‘ ihrer Leistung auf diesem Gebiet noch viel stärker ‚wuchern‘, als dies bislang der Fall war. Denn die Anerkennung der Öffentlichkeit für ihr bemerkenswertes Engagement haben sie sich redlich verdient.**

### **Vorbemerkung von Jan Dannenbring zur Veranstaltung**

„Als Vertreter des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks möchte ich die Handwerkskammer Düsseldorf dazu beglückwünschen, dass sie diese Veranstaltung über die gesellschaftliche Verantwortung mittelständischer Unternehmen durchführt. So wird in vorbildlicher Weise deutlich, wie sich das Handwerk und der deutsche Mittelstand mittlerweile dieses wichtigen Themas angenommen haben. Ich sage bewusst ‚mittlerweile‘, denn das war nicht immer so. Noch vor wenigen Jahren konnte sich kaum jemand unter Begriffen wie „Corporate Social Responsibility“ (CSR), „Corporate Citizenship“ bzw. „Soziale Verantwortung der Unternehmen“ oder „Bürgerschaftliches Engagement“ etwas vorstellen.

Den eigentlichen Startschuss für die Debatte um diesen gesamten Themenkomplex hat vor fünf Jahren die Europäische Kommission gegeben. Im Jahr 2000 legte die sie ihr erstes so genanntes Grünbuch zur sozialen Verantwortung der Unternehmen vor. Im ZDH haben wir daraufhin die Handwerkskammern und Fachverbände gebeten, dazu Stellung zu nehmen und Unternehmensbeispiele zu benennen. Anfangs erhielten wir zunächst einmal zahlreiche Rückfragen. Viele konnten sich unter dem Begriff der sozialen Verantwortung der Unternehmen nichts Konkretes vorstellen oder verstanden darunter z. B. nur das rein ehrenamtliche Engagement.

### **Was zeichnet die gesellschaftliche Verantwortung mittelständischer Unternehmen aus?**

Was sind die Charakteristika des gesellschaftlichen Engagements von Handwerksunternehmen und worin unterscheiden sie sich darin von anderen Gruppierungen – insbesondere größeren Unternehmen? Eine erste Antwort auf diese Frage, wie der Mittelstand nicht nur in Deutschland, sondern in ganz Europa mit dem Thema soziale Verantwortung umgeht, zeigt eine breit angelegte Studie der europäischen Beobachtungsstelle für kleine und mittlere Unternehmen aus den Niederlanden aus dem Jahre 2002. Wichtigstes Ergebnis dieser Untersuchung war, dass bereits zu diesem Zeitpunkt, in dem die soziale Verantwortung der Unternehmen als sozialpolitisches Konzept noch völlig unbekannt war, bereits über 50 Prozent der befragten kleinen und mittleren Unternehmen angaben, sie seien auf die eine oder andere Weise sozial engagiert. Eine aktuelle Studie des Bonner Instituts für Mittelstandsforschung belegt, dass – bezogen auf Deutschland – sogar über 80 Prozent der Unternehmen sozial engagiert sind. Dieses bemerkenswerte Ergebnis zeigt, dass die soziale Verantwortung schon immer ein lebendiger und fester Bestandteil der Unternehmenskultur vieler Handwerksbetriebe und mittelständischer Unternehmen war und ist.

## **Warum engagieren sich kleine und mittlere Unternehmen für das Gemeinwohl?**

Wie sieht diese soziale Verantwortung im Mittelstand konkret aus? Einen ersten Hinweis auf ein typisches Merkmal des sozialen Engagements mittelständischer Betriebe gibt die Antwort der befragten Unternehmer in der europäischen Studie auf ihre Beweggründe für ihre gesellschaftlichen Aktivitäten.

Auf die Frage: ‚Warum engagieren Sie sich?‘, antworteten über 55 Prozent der Unternehmen, dass uneigennützige Motive ausschlaggebend gewesen seien. Interessanterweise nimmt diese Prozentzahl mit zunehmender Unternehmensgröße ab. Mit anderen Worten: Je größer das Unternehmen, umso stärker stehen vor allem wirtschaftliche Erwägungen für das soziale Engagement im Vordergrund.

## **Besonderheiten des sozialen Engagements von kleinen und mittelständischen Unternehmen**

### **1. Das selbstverständliche Bedürfnis, sich persönlich zu engagieren**

Für viele mittelständische Unternehmer ist es eine Selbstverständlichkeit – im Rahmen ihrer Möglichkeiten – der Gesellschaft einen Dienst zu erweisen. Ausschlaggebend sind dabei oftmals das sehr persönlich verspürte Bedürfnis des Unternehmers und das seiner Mitarbeiter, praktische Abhilfe für konkrete Problemlagen anzubieten.

Dabei kann es sich um scheinbar ganz banale Aktivitäten handeln, die aber für das Funktionieren und den Zusammenhalt der örtlichen Gemeinschaft – in der gerade kleine Unternehmen verwurzelt sind – große Bedeutung haben. Das fängt an bei der Mitarbeit in der freiwilligen Feuerwehr, über die Unterstützung des örtlichen Fußballvereins bis hin zu unentgeltlichen Renovierungen der örtlichen Schule oder Kirche. Es ist die praxisorientierte Herangehensweise, die Spontaneität des Engagements sowie das geringe Aufheben, das mittelständische Unternehmer um ihr soziales Engagement machen, was oftmals typisch für die soziale Verantwortung von kleinen und mittleren Unternehmen ist.

### **2. Die starke Einbindung der Mitarbeiter**

Oftmals sind es nicht nur die Unternehmer, sondern auch die Mitarbeiter, die eine bestimmte soziale Aktivität ihres Unternehmens anstoßen. Darüber hinaus ermöglichen diese das soziale Engagement ihres Betriebes vielfach erst durch ihre freiwillige Mehrarbeit.

Dazu ein Beispiel: Das Projekt des Deutschen Stuckgewerbeverbandes und des Zentralverbands des Deutschen Baugewerbes ‚KidsKlinik – wir putzen sie heraus!‘ In diesem bundesweit durchgeführten Projekt engagieren sich Handwerksbetriebe, um Kinderabteilungen in Krankenhäusern zu verschönern und kindgerechter zu gestalten. Die Unternehmen, die sich an diesem Projekt beteiligen, stellen nicht nur kostenlos das erforderliche Material zu Verfügung, sondern auch die Arbeitskraft ihrer Mitarbeiter. Die Mitarbeiter erledigen diese Arbeiten voller Engagement und oftmals außerhalb ihrer normalen Arbeitszeit. Das Resultat dieser bemerkenswerten Initiative: Es freuen sich nicht nur die kranken Kinder über die Verschönerung der Kinderstationen, sondern auch die Mitarbeiter der beteiligten Unternehmen sind stolz darauf, an diesem Projekt mitzuwirken.

### **Soziales Engagement kann einem Betriebe viele Vorteile bringen**

Das Beispiel macht deutlich, welche vielfältigen externen und internen Effekte das soziale Engagement für mittelständische Unternehmen haben kann: Nach außen erfährt das Unternehmen gesellschaftliche Anerkennung und oftmals auch wirtschaftliche Vorteile wie z.B. Kontakte zu neuen Auftraggebern und unter Umständen Folgeaufträge. Nach innen betrachtet wird das – gerade für kleine Unternehmen wichtige – interne Betriebsklima gefördert, die Motivation und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter gestärkt.

Beim Stichwort Mitarbeiter möchte ich kurz auf einen Aspekt der gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmen eingehen, der in dieser Debatte – so scheint es – oftmals als selbstverständlich angesehen wird: Die herausragende Bedeutung mittelständischer Unternehmen für die Ausbildung und Beschäftigung in unserem Land. Nicht nur bilden die kleinen und mittleren Unternehmen das Rückgrat der deutschen Wirt-

schaft. Sie sind es vor allem, die durch ihr überproportional starkes Engagement in der Ausbildung entscheidend zum Abbau der Jugendarbeitslosigkeit, zur Integration von Problemgruppen in den Arbeitsmarkt und der Versorgung der gesamten Wirtschaft mit Fachkräften beitragen. Dieser Aspekt sollte in viel stärkerem Maße als bislang Eingang in die Debatte um die soziale Verantwortung mittelständischer Unternehmen finden.

Damit ist eine Reihe von Ausprägungen benannt, die typisch für das gelebte soziale Engagement mittelständischer Unternehmen sind: Ihr Engagement stellt sich in den Dienst der örtlichen Gemeinschaft; es ist kein strategischer Bestandteil der Unternehmenstätigkeit, sondern entspringt oft einer spontanen Reaktion auf konkrete Problemlagen; es wird durchgeführt mit der tatkräftigen Unterstützung der Mitarbeiter.

### **Unterschiede zwischen Handwerks- und Großunternehmen**

Hierin liegt ein wesentlicher Unterschied im gesellschaftlichen Engagement mittelständischer Unternehmen zu den sozialen Aktivitäten von Großunternehmen. Das soziale Engagement vieler Großunternehmen ist mittlerweile wesentlicher Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie, es wird aktiv zur Imagepflege und zu Werbezwecken genutzt, sorgfältig geplant, dokumentiert und veröffentlicht - nicht zuletzt auch, um sich gegenüber der Politik und auch Nicht-Regierungsorganisationen darzustellen. Aber um nicht missverstanden zu werden: Es geht hier nicht darum, einen Gegensatz zwischen der sozialen Verantwortung von großen und mittelständischen Betrieben zu bilden – ganz im Gegenteil. Das soziale Engagement von Großunternehmen ist genauso bemerkenswert und anerkennenswert wie das kleinerer Unternehmen, aber es verläuft oftmals nach eigenen Maßstäben, die eben nicht 1:1 auf kleine und mittlere Unternehmen übertragbar sind.

### **Von den ‚Großen‘ lernen**

Dabei können in einigen Belangen mittelständische Unternehmen durchaus vom professionellen sozialen Engagement großer Unternehmen lernen, – gerade wenn es darum geht, ihr soziales Engagement stärker nach außen zu tragen und öffentlichkeitswirksam zu nutzen. Aber die grundsätzlichen Unterschiede zwischen dem sozialen

Engagement von großen und kleinen Unternehmen sind ein Faktum. Sie müssen deshalb auch von der Politik bei der Behandlung dieses Themas entsprechend anerkannt und respektiert werden.

### **Künftige Entwicklungen im sozialen Engagement und die Rolle der Politik**

Eine für die zukünftige Entwicklung der sozialen Verantwortung der Unternehmen entscheidende Fragestellung lautet: Welche Rolle soll der Staat in der Debatte um die soziale Verantwortung der Unternehmen spielen?

Mit großer Sorge sehen wir – die Vertreter des Handwerks und des Mittelstands –, dass es derzeit auf europäischer Ebene Tendenzen gibt, regulierend in diesen Bereich einzugreifen (*siehe Seite 43*). Die Antwort der deutschen Wirtschaft, und gerade des Mittelstands, auf derartige Überlegungen ist eindeutig: Nein! Jegliche staatliche Reglementierung der sozialen Verantwortung der Unternehmen – sei es auf europäischer oder auch nationaler Ebene – wäre für das freiwillige soziale Engagement fatal. Soziales Engagement lässt sich nicht staatlich verordnen, sondern es muss gelebt und vorgelebt werden. Verpflichtende Maßnahmen würden dem Konzept der sozialen Verantwortung der Unternehmen großen Schaden zufügen. Dies gilt für Überlegungen wie z.B., den Unternehmen eine Pflicht zur Sozialberichterstattung aufzuerlegen. Dies würde bedeuten: Jeder Unternehmer müsste am Jahresende darlegen, welche sozialen Aktivitäten er in einem Jahr unternommen hat. Von einigen politischen Gruppierungen wird zudem angeregt, ein Gütesiegel für sozial engagierte Unternehmen einzuführen oder eine Norm für die soziale Verantwortung der Unternehmen zu entwickeln. Zum Gegenstand von Zertifizierungen gemacht, könnte deren Erfüllung als Kriterium bei der Vergabe öffentlicher Aufträge herangezogen werden.

### **Klare Absage an alle Bestrebungen zur Reglementierung**

Derartigen Überlegungen erteilt der Mittelstand eine klare Absage. Sie mögen zwar auf den ersten Blick relativ harmlos erscheinen, können in ihren faktischen Auswirkungen aber schnell einen quasi-verbindlichen Charakter annehmen. Die Debatte um die soziale Verantwortung der Unternehmen



darf nicht zu einer Zweiteilung der Wirtschaft führen - in ‚gute‘ – das heißt offiziell anerkannte – sozial engagierte Unternehmen und ‚schlechte‘ Unternehmen, die zwar die ohnehin hohen gesetzlich vorgeschriebenen sozialen Standards erfüllen, die sich aber – aus welchen Gründen auch immer – nicht darüber hinaus noch sozial engagieren wollen oder es wegen wirtschaftlicher Schwierigkeiten auch nicht können. Eine derartige Entwicklung darf es nicht geben, sie wäre kontraproduktiv für das freiwillige Engagement mittelständischer Unternehmen. Die schöpferische Kraft und der Ideenreichtum des Mittelstands bei der Wahrnehmung seiner sozialen Verantwortung gingen unweigerlich verloren.

Das soll nicht heißen, dass der Staat keine Rolle in der Debatte um die soziale Verantwortung der Unternehmen spielen kann. Der beste und wohl einzige Weg für den Staat, die soziale Verantwortung der Unternehmen zu fördern, besteht darin, das soziale Engagement gerade kleiner und mittlerer Unternehmen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Aus diesem Grund begrüßt es der ZDH ausdrücklich, dass die Europäische Kommission die heutige Veranstaltung unterstützt, die Teil einer europaweiten Informationskampagne über die soziale Verantwortung der Unternehmen ist. Solche Aktionen, die die Unternehmer direkt ansprechen und über die Presse eine breite Öffentlichkeit finden, sind am besten geeignet, nicht nur das Konzept der sozialen Verantwortung bekannt zu machen, sondern insbesondere auch weitere Unternehmer zu animieren, über ein stärkeres soziales Engagement nachzudenken und – so ist zu hoffen – in die Tat umzusetzen.

### **Organisationen des Handwerks und Mittelstands machen soziales Engagement der Betriebe stärker publik**

Natürlich sind auch die Organisationen des Handwerks und des deutschen Mittelstands selbst aufgerufen, über das soziale Engagement ihrer Betriebe zu informieren und in der Öffentlichkeit publik zu machen. Der ZDH beteiligt sich seit 2001 an der Initiative ‚Freiheit und Verantwortung‘, die jedes Jahr große, mittlere und kleine Unternehmen auszeichnet, die sich besonders im Sinne von ‚Corporate Citizenship‘ hervorgetan haben.

Zudem hat der 2005 vergebene ‚Handwerkspreis‘ große öffentliche Beachtung gefunden. Er wurde gemeinsam von der Bertelsmann-Stiftung und dem ZDH ausgelobt, um besonders innovative und gesellschaftlich engagierte Handwerksbetriebe auszuzeichnen. Erfreulicherweise haben sich über 170 Betriebe beworben.

Und schließlich wird der ZDH im Internet eine eigene Seite zur sozialen Verantwortung von Handwerksunternehmen einrichten. Auf diesem Weg werden sich sowohl die Betriebe, die Handwerkskammern und Fachverbände als auch die Öffentlichkeit schnell einen Überblick über die verschiedenen sozialen Aktivitäten in unserem Wirtschaftsbereich verschaffen können.

### **Tipp: Beteiligen Sie sich mit Ihrem Unternehmen auf Bundesebene am Wettbewerb der Initiative ‚Freiheit und Verantwortung‘**

Die Initiative ‚Freiheit und Verantwortung‘ zeichnet jährlich Unternehmen für ihr herausragendes gesellschaftliches Engagement aus. Getragen wird die Initiative von den vier Spitzenverbänden der Deutschen Wirtschaft – dem Zentralverband des Deutschen Handwerks ZDH, BDA, BDI und DIHK.

Nähere Informationen unter:  
[www.freiheit-und-verantwortung.de](http://www.freiheit-und-verantwortung.de) und  
[www.zdh.de](http://www.zdh.de)

### **Wettbewerbe auf Landesebene siehe S. 45**

Josef Gietemann, Bezirks-Schornsteinfegermeister, Kleve

## „Handwerker tragen das System der freiwilligen Feuerwehr wesentlich mit. So mindern wir die öffentlichen Ausgaben ganz erheblich“

Josef Gietemann (44) ist seit zehn Jahren als selbständiger Schornsteinfegermeister im Raum Kleve tätig. In seinem kleinen Betrieb beschäftigt er einen Gesellen und hat bisher vier Lehrlinge ausgebildet. Er ist ehrenamtlich im Berufsbildungsausschuss der Handwerkskammer Düsseldorf engagiert. Zudem ist der Schornsteinfegermeister in seinem Wohnort Rindern bei Kleve Oberbrandmeister der freiwilligen Feuerwehr und Vorsitzender des dortigen Heimatvereins. Darüber hinaus ist Josef Gietemann Mitglied im Rat der Stadt Kleve.

**Die meisten Handwerker engagieren sich ehrenamtlich ‚vor Ort‘, also in ihrem direkten sozialen Umfeld. Mit ihrem freiwilligen und unentgeltlichen Einsatz in allen Bereichen – ob Feuerwehr, Kirche, Schützen-, Sport- oder Musikverein – leisten sie einen entscheidenden Beitrag für eine funktionierende Gemeinschaft. Hiervon profitiert letztlich unsere ganze Gesellschaft, wie das Beispiel von Bezirks-Schornsteinfegermeister Josef Gietemann deutlich macht.**

### **Josef Gietemann über den Nutzen ehrenamtlichen Engagements von Handwerkern für das Gemeinwohl**

„Ich bin leidenschaftlich gerne Schornsteinfeger und genauso leidenschaftlich gerne Feuerwehrmann. Beide haben einen gemeinsamen Schutzpatron, den heiligen Florian. Aber natürlich engagieren sich auch viele andere Handwerker in den freiwilligen Feuerwehren allerorts – nicht nur als ‚Indianer‘: sie übernehmen auch als ‚Häuptlinge‘ fraglos Verantwortung in ihrem Ehrenamt, zum Beispiel als Stadtbrandinspektor.

Ich behaupte, wenn alle Handwerker, die in der freiwilligen Feuerwehr aktiv sind, von heute auf morgen ihr ehrenamtliches Engagement aufgeben, dann wäre dieses System nicht mehr funktionsfähig. Dann müssten die Kommunen eine hauptamtliche Feuerwehr unterhalten. Mit enormen Auswirkungen auf die öffentlichen Haushalte.

Für eine 50.000 Einwohner-Stadt wie Kleve habe ich das einmal hochgerechnet. Eine Berufsfeuerwehr plus einer dezimierten freiwilligen Feuerwehr würde den Haushalt mit zusätzlichen Kosten von etwa zwei Millionen Euro jährlich belasten. Ohne Berücksichtigung der Kosten für den Unterhalt der Gebäude, Gerätschaften sowie Fahrzeuge etc., die dann noch zusätzlich angeschafft werden müssten.

Als Handwerker und stellvertretend für die Feuerwehrangehörigen bin ich stolz darauf, dass wir mit unserem Engagement die öffentlichen Ausgaben ganz erheblich mindern.

### **Zuverlässig zur Stelle – selbst während der Arbeitszeit**

Für das Funktionieren einer freiwilligen Feuerwehr ist es übrigens genauso wichtig, dass die ehrenamtlich engagierten Handwerker wie selbstverständlich ein hohes Maß an zeitlicher Flexibilität beweisen – anders als das oftmals von Mitgliedern aus anderen Berufen erwartet wird. Ob Dachdecker, Tischler oder Schornsteinfeger: ‚Wenn es brennt‘, sind wir zur Stelle. Und das gilt nicht nur für uns als Meister. Wir stellen auch unsere Auszubildenden und Mitarbeiter frei, wenn sie in der freiwilligen Feuerwehr aktiv sind.

### **Ehrenamtliche Arbeit durch kleine Gesten öffentlich anerkennen**

Natürlich machen wir dies gerne. Dennoch wäre es schön, wenn das ehrenamtliche Engagement – zum Beispiel als Vorsitzender eines Vereins – nicht zusätzlich durch bürokratische Hürden erschwert und zeitraubender würde. Ich fände es zum Beispiel gut, wenn eine Kommune das Engagement von Unternehmern oder Unternehmen bei der öffentlichen Auftragsvergabe berück-

sichtigt oder das so genannte Handwerkerparken kostenlos ermöglicht. Dies wäre zumindest eine kleine Anerkennung und für die Kommune mit minimalen Kosten verbunden.

### **Bei der freiwilligen Feuerwehr auf künftige Lehrlinge aufmerksam geworden**

Ausschlaggebend für mein Engagement bei der freiwilligen Feuerwehr ist für mich letztendlich, dass ich dort viel mit jungen Menschen zu tun habe. Die meisten kommen im Alter von 18 Jahren zur Feuerwehr und absolvieren dort eine Ausbildung. Hierbei engagiere ich mich stets sehr gerne.

Übrigens habe ich zwei dieser jungen Leute eine Ausbildung in meinem Betrieb angeboten, nachdem ich sie bei der Feuerwehr ‚live vor Ort‘ erlebt habe – nicht zuletzt deshalb, weil sie mich menschlich überzeugt haben. Der eine ist noch in der Ausbildung, der andere hat seine Ausbildung vor vier Jahren als zweiter Kammermeister abgeschlossen. Das beweist, dass es wirklich tatkräftige Leute sind, die sich ehrenamtlich bei der Feuerwehr engagieren.“

### **Lothar Dröse, Zahntechnikermeister, Arbeitnehmersprecher im Vorstand der Handwerkskammer Düsseldorf:**

„Ermuntern Sie bitte Ihre Mitarbeiter, Ehrenämter zu übernehmen. Denn der Einsatz für das Gemeinwohl ist nicht Sache der Unternehmer alleine. Bereits heute engagieren sich sehr viele Mitarbeiter aus dem Handwerk ehrenamtlich. Und viele Chefs zeigen dafür Verständnis und stellen ihre Mitarbeiter für ein solches Engagement frei – unter anderem für die Mitwirkung als Gesellenvertreter im Prüfungsausschuss der Handwerkskammer oder für andere Aufgaben in ihren Handwerksorganisationen. Oder zum Beispiel für ein Engagement in der freiwilligen Feuerwehr. Dafür wissen die Handwerksmeister, dass sie in ihren Mitarbeitern, die sich ehrenamtlich engagieren, einsatzbereite und zuverlässige Partner haben. Ich glaube, dass merkt man allen Ehrenamtsträgern an.“

*Siehe auch Seite 27*

### **Der kleine Beuys vom Niederrhein - Handwerker engagieren sich ehrenamtlich ‚an der Wiege‘ des großen Künstlers**



AUSSTELLUNG IM MUSEUM  
FORUM ARENACUM

Im Jahr 2002 hat der Heimatverein Rindern ‚Arenacum e.V.‘ mit seinem Vorsitzenden Josef Gietemann ein Museum mit dem Namen ‚Forum Arenacum‘ eingerichtet. In den vier Räumen werden zahlreiche römische Funde aus der über 2000-jährigen Geschichte des Ortes am Niederrhein gezeigt. Seit kurzem bietet das kleine Museum eine Besonderheit, die auf das Engagement der örtlichen Handwerker zurückgeht. Sie haben ehrenamtlich eine Tenne ausgebaut; in ihr wurde im Sommer 2005 die Ausstellung mit dem Titel: ‚Der kleine Beuys‘ eröffnet.

„Josef Beuys“, so Josef Gietemann, „hat seine Kindheit in Rindern verbracht, bevor er auszog, Kunst zu studieren. In der Tenne zeigen wir ‚Originale‘ aus dieser Zeit – seine Wiege, Fotografien und vieles mehr. Natürlich wollen wir nicht größeren Museen wie auf Schloss Moyland oder in Kleve Konkurrenz machen. Aber wir wollen mit unserem Beispiel beweisen, dass es möglich ist, selbst in kleinen Dörfern selbständig Museen zu führen. Übrigens kann ich dabei auf einen Museumsleiter und einen großen freiwilligen Mitarbeiterstab zurückgreifen. Insgesamt betreuen 16 ehrenamtliche Kräfte dieses Museum. Gemeinsam macht dies sehr viel Spaß, und man lernt ständig neue, interessante Menschen kennen.“

Brigitte Schwabedissen, stv. Landesvorsitzende der Unternehmerfrauen im Handwerk, Bielefeld

## „Wenn man sich ehrenamtlich einsetzt, denkt man nicht darüber nach, wie viel Zeit man investiert“

Die Bürokauffrau und geprüfte Sekretärin Brigitte Schwabedissen (59) unterstützt ihren Ehemann, Maler- und Lackierermeister Peter Schwabedissen, bei der Führung des Bielefelder Maler- und Lackierer-Betriebes. 1992 gründete sie in Bielefeld den Arbeitskreis der Unternehmerfrauen im Handwerk und ist seither dessen Vorsitzende. 2005 wurde sie zur stellvertretenden Landesvorsitzenden NRW der Unternehmerfrauen im Handwerk gewählt. Bis 2005 engagierte sie sich als Jugendschöffin beim Landgericht Bielefeld. Seit 2003 ist Brigitte Schwabedissen Mitglied im Verwaltungsrat „Bund der Steuerzahler NRW“. Darüber hinaus ist sie Mitglied im Prüfungsausschuss ‚Ausbilder-Prüfung‘ der Handwerkskammer Bielefeld sowie stellvertretendes Mitglied im dortigen Fortbildungsausschuss ‚Fachwirtin‘.

**Wer aus dem Handwerk kommt, versteht sich fast selbstverständlich als aktives Mitglied unserer Gesellschaft und übernimmt bürgerschaftliche Verantwortung. Entsprechend hoch ist das Engagement für ein lebendiges Gemeinwesen. Menschen wie Brigitte Schwabedissen gestalten so aus Überzeugung wichtige gesellschaftspolitische Fragestellungen mit.**

### Brigitte Schwabedissen über ihr Engagement als Schöffin am Jugendgericht

„Auf einer politischen Veranstaltung hatte ich eher grundsätzlich mein Interesse an der Arbeit von Laienrichtern bekundet. Als in Bielefeld Jugendschöffen gesucht wurden, hat mich das Bielefelder Landgericht angeschrieben, ich sei zur Jugendschöffin gewählt. Und wie jeder weiß, darf man so ein Schöffenamt nicht ablehnen – es sei denn man ist Arzt, Polizist oder Jurist, etc.

Ich war vier Jahre Hauptschöffin und weitere vier Jahre Hilfsschöffin. Letztere bekommt die Termin vom Gericht relativ kurzfristig benannt und muss diese wahrnehmen. Das bedeutet: andere Termine müssen dann gegebenenfalls abgesagt werden.

Natürlich war die Aufgabe einer Jugendschöffin zunächst Neuland für mich. Entsprechend musste ich mich auf diese Tätigkeit vorbereiten.

In meiner Zeit als Laienrichterin habe ich gelernt, junge Menschen aus einem anderen Blickwinkel zu sehen. So spielt zum Beispiel oftmals die Familiensituation eine wichtige Rolle, wenn die jungen Leute vor dem Jugendgericht ‚landen‘.

### Welche Aufgaben besitzt ein Schöffe?

Als Vermittler zwischen Justiz und Bevölkerung sollen Schöffinnen und Schöffen das Vertrauen in die Justiz und die Bereitschaft zu rechtstreuem Verhalten stärken. Sie wirken auf ein allgemein verständliches Verfahren hin und bringen das Rechtsbewusstsein sowie die Wertvorstellungen der Bevölkerung in die Hauptverhandlung und das Urteil ein. Während der Hauptverhandlung üben sie das Richteramt in vollem Umfang und mit gleichem Stimmrecht wie die Berufsrichter aus. Gegen die Stimmen beider Schöffen kann in Deutschland niemand verurteilt werden.

Schöffe kann jeder deutsche Staatsbürger im Alter zwischen 25 und 70 Jahren werden. An das Amt sind von Gesetzes wegen keine weiteren besonderen Voraussetzungen geknüpft. Bestimmte Berufsgruppen sind allerdings vom Amt ausgeschlossen oder sollen nicht berufen werden. Das Schöffenamt ist ein Ehrenamt, zu dessen Übernahme – von diesen gesetzlich geregelten Ausnahmen abgesehen – jeder Staatsbürger berechtigt und verpflichtet ist.

Ein Schöffe sollte soziales Verständnis mitbringen, um die Tat in ihrer gesellschaftlichen und persönlichen Dimension begreifen zu können. Darüber hinaus sollte ein Schöffe über Menschenkenntnis und Einfühlungsvermögen verfügen.

*(Quelle: Deutsche Vereinigung der Schöffinnen und Schöffen - Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V.)*



### **Eine prägende Zeit – aber manchmal auch seelisch belastend**

Eine Familie gibt jungen Menschen heute Halt oder sollte ihnen Halt geben. Aber wenn in einer Familie Schwierigkeiten auftreten, zieht dies schnell auch die Jugendlichen immer weiter mit ‚runter‘. Und dann fehlen oft die verständnisvollen Ansprechpartner, die sie dringend gebraucht hätten. Das ist schon traurig zu sehen, was dann passiert.

Durch mein Engagement als Jugendschöffin habe ich zudem mehr Verständnis für die Situation unserer Lehrlinge entwickelt, die manchmal durchaus auch aus einem schwierigen Umfeld kamen.

Diese Zeit war sehr prägend für mich, auch wenn der Zeitaufwand natürlich hoch und die seelische Belastung manchmal erheblich war. Wer sich ehrenamtlich einsetzt, denkt eigentlich nicht darüber nach, wie viel Zeit er investiert.

### **Unsere Rolle als Unternehmerfrauen im Handwerk**

Die Unternehmerfrauen im Handwerk gibt es in Nordrhein-Westfalen seit 1990. Ich habe in Bielefeld den Arbeitskreis der Unternehmerfrauen im Handwerk 1992 ins Leben gerufen, weil ich dieses Netzwerk sehr wichtig finde (*siehe Kasten rechts*).

Unternehmerfrauen haben die Rolle der guten Seele im Betrieb, wir sitzen im Büro, beantworten die Beschwerden der Kunden, aber wir fühlen uns mit unseren Aufgaben oftmals alleine gelassen. Die Männer gehen hinaus zum Kunden oder auf die Baustelle, sie haben ständig Kontakt mit anderen Menschen. Mit uns Unternehmerfrauen redet keiner so recht. Schon deshalb ist es ausgesprochen wichtig, dass wir selbst einen Erfahrungsaustausch mit Gleichgesinnten schaffen. Das ist das Ziel der Arbeitskreise der Unternehmerfrauen im Handwerk. Zugleich wollen wir so unseren Stellenwert in den Handwerksbetrieben stärken. Denn – das muss ich wohl kaum betonen – die Unternehmerfrauen sind die Co-Pilotin eines Betriebes und in einem guten, erfolgreich geführten Betrieb arbeitet oftmals eine starke Frau im Hintergrund.“

### **Arbeitskreise der Unternehmerfrauen im Handwerk e.V. (UFH)**



In rund 70 Prozent der deutschen Handwerksbetriebe übernehmen die Unternehmerfrauen vielfältige Aufgaben und Funktionen als Geschäftsinhaberin, Teilhaberin, Meisterfrau, Geschäftsführerin, Angestellte oder ‚gute Seele‘ im Unternehmen des Ehemannes oder Partners. Viele von ihnen haben sich in regionalen Arbeitskreisen der ‚Unternehmerfrauen im Handwerk‘ organisiert.

Der Arbeitskreis in Bielefeld war der 12. von heute 38 regionalen Arbeitskreisen in NRW, die im Landesverband NRW organisiert sind. Bundesweit haben sich die Landesverbände im Bundesverband der Unternehmerfrauen im Handwerk (UFH) zusammengeschlossen. Insgesamt zählt das Netzwerk heute rund 10.000 Mitglieder. Ihre gemeinsame Arbeit steht unter dem Motto ‚Mehr Wissen + Mehr Können = Mehr Erfolg‘.

Die Wiege der Arbeitskreise der ‚Unternehmerfrauen im Handwerk‘ stand in Karlsruhe. Hier erkannte man früh, wie wichtig und wertvoll die Arbeit und die Weiterbildung der mitarbeitenden Unternehmerfrau für einen Betrieb ist und hat spezielle Weiterbildungsangebote für diese Personengruppe geschaffen. Bundesweit engagieren sich die Arbeitskreise mit jeweils eigenen Angeboten zur betrieblichen und persönlichen Weiterbildung für Frauen im Handwerk. Neben betriebswirtschaftlichen Themen werden auch politische und frauenspezifische Fragen aufgegriffen. Zudem organisieren sie Stammtische und bieten regelmäßig Workshops sowie Vorträge zu wichtigen Themen an. Ziel ist es, einen Erfahrungs- und Informationsaustausch zwischen den Frauen zu ermöglichen. Durch die Bildung immer neuer Arbeitskreise haben sich die ‚Unternehmerfrauen im Handwerk‘ inzwischen zu einem wichtigen Netzwerk innerhalb der Handwerksorganisation entwickelt.

In enger Zusammenarbeit mit den Unternehmerfrauen der Landesverbände und regionalen Arbeitskreise fördern die Handwerkskammern und Fachverbände die kaufmännische Aus-, Fort- und Weiterbildung von Frauen im Handwerk durch spezifische Maßnahmen wie die staatlich anerkannten Fortbildungslehrgänge ‚Bürokauffrau für Unternehmerfrauen‘ oder die ‚Fachwirtin für kaufmännische Betriebsführung im Handwerk‘.

weitere Informationen:

[www.ufh-nrw.de](http://www.ufh-nrw.de)

[www.handwerk-bielefeld.de/UFH/](http://www.handwerk-bielefeld.de/UFH/)

[www.hwk-duesseldorf.de/partner/ufh.html](http://www.hwk-duesseldorf.de/partner/ufh.html)

Manfred Rycken, Fleischermeister, Düsseldorf

## „Unser Pastor wollte mich im Kirchenvorstand, weil ich als Handwerksmeister mit Finanzen umgehen kann“

Fleischermeister Manfred Rycken (65) war bis 1994 Inhaber des gleichnamigen Fleischer-Fachgeschäftes in Düsseldorf. Seither ist er selbständiger Teilhaber der Pick&Goertz KG, Fleisch- und Wurstwaren in Düsseldorf. Neben seiner langjährigen ehrenamtlichen Tätigkeit im Kirchenvorstand seiner Pfarrgemeinde hat Manfred Rycken sich in vielen handwerklichen Ehrenämtern engagiert. Unter anderem ist er seit 2001 Präsident des Deutschen Fleischerverbandes (DFV). Zuvor war er von 1984 bis 2001 Obermeister der Fleischerinnung Düsseldorf. Seit 1984 ist der Fleischermeister im geschäftsführenden Vorstand des Landesinnungsverbands vertreten. Seit 1996 ist er Landesinnungsmeister. Zudem gehört er seit 2005 dem neu gebildeten Präsidium des ZDH an.

**Handwerksunternehmer wie Fleischermeister Manfred Rycken bekennen sich ganz selbstverständlich zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung in ihrem direkten Umfeld. Und ihr Engagement wird von den dortigen Vereinen und Organisationen überaus geschätzt – nicht zuletzt wegen ihrer fachlichen Kompetenzen und ihres unternehmerischen Know-hows. Deshalb werden Handwerker auch im Ehrenamt häufig mit Führungsaufgaben betraut.**

### **Manfred Rycken über sein Engagement im Kirchenvorstand seiner Pfarrgemeinde**

„Wir hatten einen typischen Familienbetrieb in einer Nachbarschaftslage. Eines Tages stand der Pastor unserer Gemeinde bei uns im Laden und sagte: ‚Herr Rycken, wir brauchen jemanden für den Kirchenvorstand, der mit Finanzen umgehen kann und der auch ein bisschen vernünftig denken kann. Keine Angst, ich brauche keinen Frommen, davon haben wir genug.‘

Natürlich überlegt man sich gründlich, ob man so eine Aufgabe übernehmen will. Schließlich hat man als selbständiger Fleischermeister einen Dreizehn-Stunden-Tag, und zwar einen körperlich ziemlich anstrengenden. Aber wen der liebe Gott einmal bei der Arbeit sieht, dem schickt er immer neue.

Als Kirchenvorstand wird man grundsätzlich immer wieder gewählt. Die einzige Möglichkeit auszutreten ist, wenn man seinen Wohnsitz aus der Gemeinde verlegt. Eine so langfristige Verantwortung zu übernehmen, ist also nicht ganz ohne. Zumal ich zuständig für die Finanzen war und den Etat prüfen musste. Natürlich ist man als Kirchenvorstand zum Stillschweigen über Interna verpflichtet. Aber ich darf sagen, dass insgesamt 52 verschiedene Konten zu überwachen waren. Für jede Maßnahme wird ein Extra-Konto angelegt. Damit ist

klar, dass die Kassenprüfung nicht in zwei Stunden erledigt war. Hinzu kam, dass ich in meiner Tätigkeit als Kirchenvorstand mit meinem persönlichen Vermögen gehaftet habe.

### **Pfarrgemeinde mit mittelständischem Betrieb vergleichbar**

Unsere Pfarrgemeinde ist vergleichbar mit einem mittelständischen Betrieb. Die gemeindeeigenen Kindergärten eingerechnet, hatte die Pfarrei während meiner Tätigkeit im Kirchenvorstand 45 Angestellte. Darüber hinaus war die Pfarrei auch als Bauherr in den verschiedensten Funktionen ein richtiger Wirtschaftsfaktor. Schon für die Instandhaltung einer Kirche sind nicht gerade unerhebliche Mittel erforderlich. Früher galt in der katholischen Kirche dieser wunderbare Satz: ‚Wir bitten das Generalvikariat um Unterstützung bzw. um Ausgleich der Zahlungen.‘ Aber das funktioniert heute nicht mehr so. Da muss man als Gemeinde schon sehr genau überlegen, was kann man selbst finanzieren? Sind die Mittel immer richtig angelegt? Wie viel gibt man zum Beispiel für soziale Zwecke aus? Muss der Turm wirklich so hoch gebaut werden? Also da ist wirklich Leben drin.

**Wer sein Know-how einbringt, erfährt auch Bestätigung für das handwerkliche Unternehmertum**

Allen meinen Bedenken zum Trotz habe ich zum Pastor damals Ja gesagt. Denn man kann sich nicht allem entziehen, was im sozialen Umfeld des eigenen Unternehmens geschieht. Das ist nach meiner Überzeugung ganz wichtig. Schließlich sind die Kirchenbesucher, die Pfarrmitglieder auch unsere Kunden und man ist bei ihnen im Gespräch. Deshalb habe ich damals die Verantwortung übernommen.

Und wir Handwerker werden auch gerne gefragt und sind gern gesehene Mitglieder – gerade auch in ehrenamtlichen Führungspositionen. Denn uns Handwerksmeistern sagt man eben Sachverstand und eine hohe Verantwortungsbereitschaft nach.

Im Übrigen war es für mich stets sehr interessant, in einem Gremium mitzuwirken, in dem eben nicht nur Handwerker, sondern viele Berufsgruppen vertreten sind – also Menschen aus dem öffentlichen Dienst, Lehrer, Juristen etc. Wenn man in einem so breiten Spektrum mitarbeiten kann und erlebt, dass die Meinung eines Handwerksmeisters etwas gilt und ernst genommen wird, dann ist das aus meiner Sicht auch eine Bestätigung für das eigene handwerkliche Unternehmertum.

Ich bin der Meinung, man muss sich in dem Bereich, in dem man tätig ist, auch engagieren. Wir vom Lebensmittelhandwerk sind am Wohnort verankert, wir wandern nicht. Man muss sich da wirklich mit seinen Kunden und somit eben auch mit den Vereinen, die dort sind, arrangieren.

Und natürlich hat ein solches Engagement durchaus auch einen wirtschaftlichen Hintergrund für ein Handwerksunternehmen. Um nur ein Beispiel zu nennen: Wir finanzieren ohne Frage viele Annoncen in Festschriften von Vereinen, Schülerzeitungen und wo auch immer. Aber die Würstchen zum Pfarrfest liefert dann der Großmarkt. Das habe ich bei mir im Ort geändert. Durch meine Mitarbeit im Kirchenvorstand habe ich die Würstchen geliefert – ich habe sie aber auch selbst gegrillt, kostenlos versteht sich!“

Zahntechnikermeister  
Lothar Dröse, Wuppertal-Barmen:

**„Das Kolpingwerk setzt sich für eine menschenwürdige Gestaltung der Arbeitswelt ein“**

Zahntechnikermeister Lothar Dröse (54) ist Arbeitnehmersvertreter im Vorstand der Handwerkskammer Düsseldorf. Darüber hinaus ist er Vorstandsmitglied in der Kolpingfamilie Wuppertal-Barmen und Mitglied im Pfarrgemeinderat seiner Heimatstadt. Zudem engagiert er sich ehrenamtlich im Kölner Diözesanfachausschuss und im Bundesarbeitskreis für soziale und wirtschaftliche Selbstverwaltung.

„Das Kolpingwerk ist eine Bildungs- und Aktionsgemeinschaft, in der die Grundlagen und Ideen des Gründers Adolph Kolping weiterleben. In Deutschland gibt es 27 Diözesanverbände und rund 2 800 örtlichen Kolpingfamilien. Darin haben sich mehr als 275 000 Mitglieder – Jugendliche und Erwachsene aus allen Berufen – zusammengefunden. Als demokratisch verfasster katholischer Sozialverband nehmen wir aktiv gesellschaftliche und politische Mitwirkungsmöglichkeiten wahr. Schwerpunkte unseres Handelns sind unter anderem die Arbeit mit und für junge Menschen und unser Engagement in der Arbeitswelt.

Die einzelnen Nationalverbände haben sich im Internationalen Kolpingwerk zusammengeschlossen. Derzeit ist das Kolpingwerk weltweit in rund 50 Ländern vertreten.

Für uns sind Erwerbsarbeit, Familienarbeit und ehrenamtliche Arbeit grundsätzlich gleichwertig. Wir treten daher für die gesellschaftliche Anerkennung und Aufwertung der Tätigkeiten in Familie und Ehrenamt ein. Darüber hinaus messen wir einer menschenwürdigen Gestaltung der Arbeitswelt eine besondere Bedeutung bei.

Das Kolpingwerk ist seit seiner Gründung dem Handwerk verbunden. Die Vielfalt der Beschäftigung und die große Zahl der Ausbildungsplätze im Handwerk machen seine große wirtschaftliche und soziale Bedeutung aus. Zahlreiche Mitglieder sind in den Vollversammlungen der Handwerkskammern tätig. Unser Verband lebt vom ehrenamtlichen Engagement unserer Mitglieder, das wir in der Freizeit erbringen.“

Dr. Roswitha Theis, Wirtschaftskommunikation, Siegen

## Für den Sport, den guten Zweck und/oder das Image des Betriebes?

Ein bürgerschaftliches Engagement ist für die meisten Handwerksunternehmer selbstverständlich. Dem Leitsatz ‚Tue Gutes und rede darüber‘ folgen jedoch bisher eher wenige Betriebe – hierin unterscheiden sie sich von vielen großen Unternehmen. Diese gehen mit ihren Gemeinwohltätigkeiten ganz gezielt an die Öffentlichkeit. Das Handwerk sollte diesem Beispiel in Zukunft selbstbewusst folgen. Dafür gibt es gute Gründe. Ein Handwerksunternehmer, der seinen Einsatz für die Gesellschaft öffentlich macht, nutzt allen Beteiligten: der guten Sache, dem Wirtschaftsbereich Handwerk, dem Unternehmertum und auch dem eigenen Betrieb.

„Handwerksmeister, die sich gesellschaftlich engagieren – sei es im sozialen Umfeld, im kulturellen oder im sportlichen Bereich – tun dies aus persönlicher Überzeugung und für die gute Sache. Ihr Engagement gehört für sie zu den ganz selbstverständlichen unternehmerischen Aufgaben. Denn sie fühlen sich gegenüber dem Gemeinwesen verpflichtet und übernehmen entsprechend häufig Verantwortung. Das bestätigt eine Umfrage des Nordrhein-Westfälischen Handwerkstags (NWHHT) ebenso wie eine Studie des Instituts für Mittelstandsforschung. Dies ist der Öffentlichkeit und der Politik bisher noch viel zu wenig bewusst.

### Warum sollten Handwerksmeister ihr unternehmerisches Engagement stärker öffentlich bekannt machen?

Bislang suchen Handwerksunternehmer die Öffentlichkeit für ihre Gemeinwohl-Aktivitäten in erster Linie, um Unterstützung für ein bestimmtes Anliegen oder ein konkretes Projekt zu finden – sei es im Zusammenhang mit der Ausbildung von Jugendlichen, ihrem Einsatz bei der freiwilligen Feuerwehr oder für Not leidende Menschen in Entwicklungsländern. Anders als in großen Unternehmen spielt das Image des eigenen Unternehmens für sie dabei meist keine oder nur eine sehr untergeordnete Rolle.

In Zukunft wird es auch für kleine und mittlere Unternehmen des Handwerks wichtiger werden, ihr bürgerschaftliches Engagement öffentlich zu machen. Dafür sprechen drei gute Gründe:

### 1. Grund: Unternehmer gewinnen mit ihrer Persönlichkeit mehr

#### Aufmerksamkeit für die gute Sache

Unternehmer, die mit ihrem Engagement an die Öffentlichkeit gehen, verhelfen der guten Sache zu mehr Aufmerksamkeit. Sie stehen mit ihrem Namen und ihrer Persönlichkeit für dieses ‚Thema‘ ein und machen sich in gewisser Weise zu seinem Anwalt. Ohne angesehene ‚Fürsprecher‘ würden gerade soziale oder kulturelle Anliegen viel weniger öffentliche Beachtung finden – ob es um die Integration arbeitsloser Jugendliche in das Berufsleben oder um die Errichtung eines Heimatmuseums geht. Handwerksmeister fordern mit ihrem Beispiel zum Hinsehen auf, sie mischen sich ein und sie machen mit. Damit leben sie Alternativen vor zu einer ‚Ohne-Mich-Haltung‘, wie wir sie in unserer Gesellschaft zunehmend beobachten können.

### 2. Grund: Überzeugende Interessenvertretung für den Wirtschaftsbereich Handwerk

Das Beispiel von Fleischermeister Manfred Rycken (Seite 26) zeigt, dass unternehmerische Fähigkeiten von vielen Organisationen und Vereinen überaus hoch geschätzt werden. Handwerksmeister bringen ihre persönliche unternehmerische Erfahrung in ein Ehrenamt ein – oftmals unabhängig von ihrem speziellen Gewerk, in dem sie tätig sind. Sie wissen, wie man Probleme löst; sie wissen, auf was man achten muss und sie wissen, wie man systematisch an eine Sache oder ein Projekt herangeht.



Gerade angesichts der anhaltenden Diskussion über die Gestaltung der künftigen Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln – also auch im Sinne der Interessenvertretung – sollten ehrenamtlich engagierte Handwerker diese Zusammenhänge und ihren persönlichen Beitrag für ein funktionierendes Gemeinwesen in Zukunft deutlich und sehr selbstbewusst herausstellen. Dazu ist eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit über das eigene Engagement unerlässlich.

### 3. Grund: Das Profil des eigenen Unternehmens stärken

Das bürgerschaftliche Engagement eines Handwerksmeisters für das Gemeinwesen kann durchaus positive ‚Nebenwirkungen‘ auf das eigene Unternehmen haben – unabhängig davon, ob er sich im kulturellen, sozialen oder sportlichen Bereich einbringt. Sein Einsatz und der seiner Mitarbeiter tragen dazu bei, dem Unternehmen ein eigenes Profil zu geben und sich so von anderen Unternehmen – insbesondere auf dem eigenen Markt – abzuheben. Dieser Aspekt wird künftig für Handwerksunternehmen immer wichtiger werden.

Durch das Engagement für das Gemeinwohl kann die Bekanntheit und das Ansehen des Unternehmens in der Öffentlichkeit steigen. Gerade für kleine und mittlere Unternehmen bietet eine solche Aktivität eine besonders gute Gelegenheit, überhaupt öffentliche Aufmerksamkeit zu finden.

Zudem entwickeln Kunden oft einen gewissen Stolz, wenn sich ihr Bäcker, ihr Augenoptiker, ihr Fleischer oder ihr Dachdecker in der einen oder anderen Weise für das Gemeinwohl betätigt. In Zukunft werden Kunden sogar vermehrt ein bürgerschaftliches Engagement von einem Unternehmen fordern.

Hinzu kommt ein weiterer Aspekt: Handwerksunternehmer, die sich ehrenamtlich engagieren, verkörpern bestimmte Werte. Diese Werte werden künftig in der Geschäftsbeziehung zum Kunden eine wachsende Rolle spielen. Sie stärken beim Kunden das Gefühl von Sicherheit, Verlässlichkeit und Vertrauen. Das bedeutet, dass die Kundenbeziehung durch ein bürgerschaftliches Engagement stabiler werden und die Kundenzufriedenheit wachsen kann.

**Fazit:** Alle Beteiligten profitieren davon, wenn ein Handwerksunternehmer sein gesellschaftliches Engagement stärker öffentlich macht. Das Gemeinwesen, die gute Sache, der Wirtschaftsbereich Handwerk, das Unternehmertum und durchaus auch der eigene Betrieb – einschließlich seiner Kunden und Mitarbeiter.“

#### **Institut für Mittelstandsforschung Bonn (IfM): Soziale Verantwortung bringt Wettbewerbsvorteile**

„Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung und eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur sind im deutschen Handwerk ein erheblicher Wettbewerbsvorteil. Das zeigt eine aktuelle Studie des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn (IfM) im Auftrag der Bertelsmann Stiftung. Die Wissenschaftler hatten 175 Betriebe aus ganz Deutschland unter die Lupe genommen, die sich für den "Handwerks-Preis 2005" beworben haben. Die Studie belegt, dass Unternehmen, die sich gesellschaftlich stark engagieren, auch wirtschaftlich erfolgreich sind.

"Qualität am Markt, in der Unternehmenskultur und -führung sowie in der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung sind das Erfolgsrezept für das deutsche Handwerk", sagte der wissenschaftliche Leiter der Studie, Dr. Gunter Kayser vom IfM. Die Untersuchung zeige, dass gerade Handwerksunternehmen mit diesen Merkmalen in den vergangenen drei Jahren unter schwierigen Wettbewerbsbedingungen gewachsen sind.

Mehr als zwei Drittel der Bewerber verfügen über eine schriftlich niedergelegte Unternehmensphilosophie, die von den Mitarbeitern mitgestaltet und gelebt wird. Alle Betriebe sind aktiv im Bereich der Personalentwicklung und praktizieren anerkannte Methoden zur Mitarbeitermotivation und -bindung. Zudem sichern und steuern sie die Qualität ihrer Unternehmensabläufe. Zur Stärkung ihrer Innovationskraft wird oft eine enge Kooperation mit Hochschulen und Technologiezentren gesucht.

Drei von vier Betrieben engagieren sich nicht nur hin und wieder, sondern dauerhaft für ein gesellschaftliches Anliegen im sozialen, künstlerisch-kulturellen oder sportlichen Bereich. Viele Betriebe fördern ganz bewusst die Sozialkompetenz ihrer Mitarbeiter, die auch im Umgang mit den Kunden immer wichtiger wird. Insbesondere die Leistungen im Bereich der Ausbildung sind vorbildlich.“ (Quelle: Bertelsmann-Stiftung)  
www.bertelsmann-stiftung.de und  
www.ifm-bonn.de

Kurt Essers, Dachdeckermeister, Mülheim/Ruhr

## **„Aus dem Sport haben wir viele Impulse für unseren Betrieb bekommen. Wir können uns alle aufeinander verlassen“**

Dachdeckermeister Kurt Essers (48) hat gemeinsam mit seinem Bruder den vom Vater gegründeten Familienbetrieb – die Kurt Essers Bedachungen GmbH – in Mülheim/Ruhr übernommen. Er engagiert sich ehrenamtlich als Obermeister der Dachdeckerinnung Mülheim/Ruhr. Zudem ist er Vorstandsmitglied der Kreishandwerkerschaft Mülheim-Oberhausen und im Gesellen- sowie Meisterprüfungsausschuss vertreten. Darüber hinaus ist Kurt Essers im katholischen Kirchenvorstand seines Wohnorts Mülheim und im Sportverein als stellvertretender Drachenbootwart aktiv. Sein Drachenbootteam, in dem auch seine Frau Ulrike mitfährt, wurde 2004 in Südafrika Vizeweltmeister.

**Ob im Sport, im sozialen Bereich, der Kultur oder der Bildung: Wo Unternehmer und ihre Mitarbeiter sich freiwillig für gesellschaftliche Anliegen engagieren, ergeben sich zusätzliche Effekte, von denen letztlich alle profitieren – auch das Unternehmen selbst. Antrieb zu seinem ehrenamtlichen Engagement im Sport ist für Kurt Essers, dass er der Gesellschaft etwas von dem zurückgeben will, wovon er früher profitiert hat. Ganz nebenbei – so der Dachdeckermeister – wirkt sich der sportliche Einsatz positiv auf sein eigenes Führungsverständnis und das gute Miteinander im Unternehmen aus.**

### **Kurt Essers über die Motivation zu seinem ehrenamtlichen Engagement**

„Ich wusste bis heute nicht, was ‚CSR‘ bedeutet, aber soziale Verantwortung, die kenne ich schon seit über 45 Jahren. Mein Vater hat unseren Betrieb 1953 gegründet. Da wurden mein Bruder und ich quasi in bestimmte Dinge hineingeboren. Wir haben früh von unserem Vater gelernt, im Betrieb bestimmte Aufgaben, aber auch soziale Verantwortung zu übernehmen.

Bei allem, wo ich mich engagiere, tue ich es, weil es mir Spaß macht. Ich würde nie in einen Karnevalsverein gehen, damit ich gute Aufträge bekomme, das wäre nicht mein Ansinnen. Das gilt auch für mein sportliches Engagement. Ich habe immer viel Sport getrieben, immer Mannschaftssport, vor allem Handball.

Eine prägende Erfahrung dabei war: Wenn ich meinen Sport ausgeübt habe, war stets jemand anders bereit, die notwendige Vorstandsarbeit zu leisten. Irgendwann kommt dann der Punkt, wo man sich sagt: ‚Das will ich auch ‚mal wieder zurückgeben‘. Denn ohne eine solche Einstellung funktioniert keine soziale Einrichtung. Für mich ist das etwas Schönes, wenn ich wiedergeben kann, was ich einmal bekommen habe. Deshalb engagiere ich mich als stellvertre-

tender Sportwart in unserem Verein. Und deshalb engagiere ich mich auch ehrenamtlich in den Gremien des Handwerks.

### **Sport prägt Führungsverständnis und Miteinander im Unternehmer**

Seit rund acht Jahren fahre ich Drachenboot. Zum einen ist die Verletzungsgefahr geringer – was für einen selbständigen Unternehmer ja wichtig ist – und zum anderen kann ich diese Sport gemeinsam mit meiner Frau ausüben. 2004 wurden wir mit unserem Team sogar Vize-Weltmeister in Südafrika.

Drachenbootfahren ist eine Sportart aus China. Unser Boot ist ca. 13 Meter lang. Darin paddeln 20 Personen. Vorne sitzt der Trommler und mittendrin sitze ich – als Paddler Nr. 17. Ich stehe Tag für Tag an der Spitze und leite die Geschicke unseres Unternehmens. Da tut es richtig gut, wenn man nur einmal Teil einer Kette ist, nicht den Ton angeben, sondern den Mund halten muss: Paddeln und sonst nichts.

Überhaupt haben sich aus dem Mannschaftssport viele Impulse für unseren Betrieb ergeben. Mein Bruder und ich sind die ‚Spielführer‘, aber wir verstehen uns alle als Team. Das ergibt sich aus unseren sportlichen Aktivitäten. Der eine kann vielleicht manche Sachen besser, aber nur

wenn wir etwas gemeinschaftlich machen, kommen wir erfolgreich zum Ziel. Diese Haltung prägt unseren ganzen Betrieb. Und diese Idee wollen wir auch in unsere Firmenphilosophie einbringen: Dass wir dynamisch bleiben.

Für mich ist es immer wieder wichtig Kontakt zu den Mitarbeitern und Kollegen zu haben – egal ob im Sport oder im Gesellen- und Meisterprüfungsausschuss. Und wenn ich den Teamgedanken selber vorlebe, dann übernehmen die Mitarbeiter das auch. Sie haben dann auch kein Problem, sich selber entsprechend zu verhalten. Und übrigens: Wir haben viele unserer Mitarbeiter inzwischen auch zum Drachenbootfahren motiviert.

### **Drachenbootfahren und Dachdeckerhandwerk: Nicht nur das D gemeinsam**

Für mich hat Sport immer etwas Soziales – und übrigens weit mehr Bezüge zu meiner Arbeit als selbständiger Dachdeckermeister als auf den ersten Blick zu vermuten ist. Drachenbootfahren ist Teamarbeit pur: Ich lerne, dass ich auf unseren vierzehnjährigen Trommler genauso angewiesen bin, wie auf meinen 64-jährigen Mit-Paddler. Beide sind für ein erfolgreiches Abschneiden bei einer Regatta sehr, sehr wichtig.

Hinzu kommt noch ein zweiter Punkt: Beim Drachenbootfahren muss ich mich selbst voll einbringen und ich muss mich auf die anderen verlassen können, so wie diese sich auch auf mich voll und ganz verlassen. Hier gibt es wichtige Gemeinsamkeiten mit unserem Beruf. Denn als Dachdecker sind wir auf absolute Zuverlässigkeit bei der gemeinsamen Arbeit angewiesen – sie ist in vielen Fällen sogar überlebenswichtig.

### **Verbindung des sportlichen Engagements mit der ehrenamtlichen Arbeit im Handwerk**

Übrigens bietet sich gerade eine gute Gelegenheit, mein sportliches Engagement mit meinem handwerklichen Ehrenamt als Obermeister der Dachdeckerinnung Mülheim-Oberhausen zu verbinden: Denn beim Drachenbootfahren können die Lehrlinge unseres Handwerks die positive Erfahrung von Teamarbeit und gemeinschaftlichem Miteinander ganz direkt erleben. Wir planen daher beim Drachenboot-Festival in Oberhausen die Lehrlinge unserer Innung mit einem eigenen Boot starten zu lassen –

nach dem Motto: ‚Wir sitzen alle in einem Boot‘ und jeder kann sich auf den anderen verlassen.“

### **Tipp: Anknüpfungspunkte zwischen dem Engagement in verschiedenen Bereichen entdecken:**

Dachdeckermeister Kurt Essers und Augenoptikermeister Andreas Joswig (siehe S. 36) haben es mit ihrem Beispiel vorgemacht: Aus dem Engagement in einem Bereich ergeben sich oftmals Impulse für das Engagement auf einem anderen Gebiet – beispielsweise im handwerklichen Ehrenamt. Da sich die meisten Handwerksunternehmer in vielen Feldern gleichzeitig engagieren, liegt eine Verknüpfung der Aktivitäten geradezu auf der Hand. Hierzu weitere Anregungen:

- Ein Handwerksmeister, der sich im Karneval engagiert, sucht Partner aus der Region – wie die Kreishandwerkerschaft, eine Innung und Schulen oder Jugendamt, etc. – damit Schüler und Lehrlinge seines Gewerks gemeinsam einen Karnevalswagen bauen und an einem Umzug teilnehmen; als erster, ausbaufähiger Schritt in der Kontaktpflege Schule-Handwerk.
- Ein Obermeister einer Bäcker-Innung, der im Kirchenvorstand engagiert ist, initiiert als jährliches Projekt ein gemeinsames Weihnachtsbacken mit Kindern aus sozial schwachen Familien – möglichst gemeinsam mit Lehrlingen eines Ausbildungsjahres.

Eine solche Verknüpfung ist mehr als nur eine Aktion zur mittelfristigen Nachwuchssicherung. Auf diesem Wege lassen sich junge Leute im Handwerk auch ganz direkt erlebbar an Werte wie die Übernahme von Verantwortung heranzuführen. Ein Aspekt, der vor allem mit Blick auf den unternehmerischen Nachwuchs in Zukunft für das Handwerk von großer Bedeutung ist. (RT)

Franz Josef von der Hocht, Maler- und Lackierermeister,  
Krefeld-Oppum

## **„Ich engagiere mich für meine Heimat – auch als privatisierter Handwerksmeister“**

Maler- und Lackierermeister Franz Josef von der Hocht (70), hat Ende 1999 seinen Betrieb in Krefeld-Oppum an seinen Sohn übergeben. Während seines Berufslebens war er als stellvertretender Obermeister der Maler- und Lackiererinnung Krefeld ehrenamtlich engagiert. Zudem war er Mitglied der Meisterprüfungskommission und öffentlich bestellter Sachverständiger. Auch im Ruhestand bleibt Franz Josef von der Hocht weiter ehrenamtlich in seiner Heimat aktiv, unter anderem als Kirchenvorsteher, im Kirchenchor sowie im ‚Bürgerverein 1960 Krefeld-Oppum e.V.‘ und in der ‚Gesellschaft zur Pflege vaterstädtischen Brauchtums Creinvelt 1927 e.V.‘

**Mit ihrem bürgerschaftlichen Einsatz halten viele Handwerker das kulturelle Leben in ihrer unmittelbaren Umgebung lebendig und tragen so zur Sicherung der kulturellen Tradition und Identität einer Region bei. So auch Maler- und Lackierermeister Franz Josef von der Hocht – einem ‚Ehrenamtler‘ aus Leidenschaft.**

### **Persönliche Vorbemerkung von Franz Josef von der Hocht**

„Ich bin privatisierter Maler- und Lackierermeister, 70 Jahre alt und habe die Höhen und Tiefen eines Handwerkerlebens in fünfzig Jahren hinter mich gebracht und bin glücklich aus ihnen hervorgegangen. Ich war bis zum 31.12.1999 selbständiger Handwerksmeister. Bis dahin hatte ich genau 50 Jahre gearbeitet und für meine Altersversorgung 600 Pflichtversicherungsmonate.

Ich war mit Leib und Seele Malermeister und habe mich auf den ‚Tag X‘ gründlich vorbereitet. In der Woche vor meinem Ruhestand habe ich meinen Schreibtisch ausgeräumt und bin ein halbes Jahr nicht mehr auf das Grundstück der Firma, die nun meinem Sohn gehört, gegangen. Mein Sohn hat die Firma mit allen Rechten und Pflichten übernommen. Dann habe ich mich von meinem Beruf getrennt und zwar konsequent. Keine Welt hat das verstanden.

Für meine Heimat habe ich mich schon immer engagiert – trotz meiner beruflichen und handwerklichen Ehrenämter. Viele haben sich deshalb natürlich gefragt, wo hat der von der Hocht die Zeit hergenommen, sich auch noch dem Brauchtum und der Pfarrgemeinde zu verpflichten?

Warum bin ich so aktiv? Warum tue ich das? Ich habe einmal vor dreizehn Jahren, vollkommen überraschend für mich, das Bundesverdienstkreuz bekommen. Da habe ich gedacht: ‚Das hast du nicht verdient.‘ Man kann sich auch nicht dagegen wehren, man kann es auch nicht beantragen, das machen andere für einen. Und jetzt denke ich immer, tu‘ was für dein Bundesverdienstkreuz. Also tue ich Gutes und rede auch darüber.

### **Der Bürgerverein 1960 Krefeld-Oppum e.V.**

Ich bin aus Krefeld-Oppum. Unser Stadtteil ist mit 27.400 Einwohnern klein und überschaubar geblieben. Was macht ein Bürgerverein in Oppum? Nun, wir sind fleißig:

Wir verschönern unseren Stadtteil, wenn die Stadt Krefeld kein Geld dafür hat. Es gibt in Oppum einen wunderbaren Park, der bis an den Rhein geht, mit einem großem Weiher. Wir haben dort eine Wasserfontäne hineingestellt für 12.500 DM. Wir haben unsere Kirche angestrahlt, als sie hundert Jahre alt wurde. Wir veranstalten den St. Martinszug und vieles mehr – und zwar ohne zum Oberbürgermeister zu gehen und zu fragen, wie viel Unterstützung wir dafür bekommen.



Wir machen es selber, wir packen an und reden nicht nur davon. Wir regen uns nicht darüber auf, wie schmutzig unsere Bundesbahnunterführung ist. Wir sorgen dafür, dass Oppum sauber bleibt. Das machen wir seit Jahren. Und in diesem Jahr brauchten wir es erstmals nicht zu tun – Oppum war sauber! Die Bürger achten nun selbst darauf. Bis auf die Haltestelle, an der die Kinder aus der Schule kommen und dann dort ihren Müll hinwerfen. Da haben wir vom Bürgerverein mit der Schule gesprochen und nun macht die Schule dort sauber.

### **Der Bauverein Geismühle e.V.**

Jetzt haben wir vom Bürgerverein Oppum einen richtigen Hit gelandet: Seit vierzehn Monaten gibt es bei uns den Bauverein ‚Geismühle e. V.‘ Unser Ziel ist es, eine alte Mühle von 1572 – die im 2. Weltkrieg noch einen Volltreffer abbekommen hat – wieder zu dem zu machen, was sie einmal war: eine richtige, funktionierende Windmühle. Dazu sind 310.000 Euro erforderlich.

Wir sind zum Oberbürgermeister gegangen und haben gesagt: ‚Zehn Prozent muss die Stadt geben‘. Seine Antwort: ‚Das ist ganz schwierig‘. Wir haben aber gesagt: ‚Wir Oppumer, unser kleiner Stadtteil, in dem keine reichen Leute wohnen, wir bringen selber noch mal 30.000 Euro auf – und zwar in einem Jahr!‘

Wir waren bei der deutschen Stiftung ‚Denkmalschutz‘ in Bonn, bei der Stiftung des Landes NRW, beim Regierungspräsidenten, der die Landesregierung vertritt. Inzwischen haben wir die Finanzierung zusammen. Ich muss den Hut vor den Behörden ziehen. Wenn man hinget und man ist Mitglied des Mühlenbauvereins – also Privatmann und nicht von einer städtischen Behörde –, dann öffnen sich die Türen; dann geben die Zusagen für das Geld. Nachdem die Stadt Krefeld ihren Anteil von 30.000 Euro zugesagt hat, liegt uns nun der Bewilligungsbescheid vor. Ende Dezember 2005 oder im Januar nächsten Jahres werden wir mit den Renovierungsarbeiten beginnen.

Am Pfingstmontag war übrigens Mühlen-tag in ganz Deutschland. Unser Bauverein Mühle hat zu diesem Anlass 360 Besucher durch die Mühle geführt – mit drei Leuten. Von morgens neun bis abends sieben Uhr. Anschließend war ich stockheiser. Aber es ist schön, wenn man den kleinen Kindern so etwas zeigen kann und die Erwachsenen die alte Mühlentechnik bestaunen. Das macht auch stolz.

### **Creinvelt 1927 e.V. – Gesellschaft zur Pflege vaterstädtischen Brauchtums**

Die Gesellschaft Creinvelt in Krefeld wurde 1927 gegründet und ist ein kleiner, reiner Männerbund mit 34 Mitgliedern – der jüngste ist 19, der älteste ist 84. Creinvelter bleibt man immer, selbst wenn man nicht mehr kann. Creinvelter ist man, bis man mit der Fahne begraben wird.

Unser Veranstaltungsort ist der Krefelder Hof, die gute Stube unserer Vaterstadt. Fünfhundert Gäste empfangen wir an einem Abend. Sechs Veranstaltungen führen wir in der Karnevalszeit durch. In der ersten Oktoberwoche werden die Einladungen geschrieben und innerhalb von einer Woche sind alle 3.000 Karten weg. Das bedeutet: wir wenigen Mitglieder der Creinvelter Gesellschaft machen pro Karnevalssaison 3.000 Menschen an sechs Abenden fröhlich – so fröhlich, dass sie nicht nach Hause gehen wollen. Unser Programm gestalten wir nur mit eigenen Leuten: Vom Liederheft bis zum Bühnenbild, vom Maskenbildern bis zum Ordnungsdienst wird alles aus eigener Kraft geleistet. Lediglich das Orchester begleitet uns.

Vielleicht sollte ich noch erwähnen: Wenn die Veranstaltung zu Ende ist und alles gut geklappt hat, dann ist man selbst auch ein glücklicher und zufriedener Mensch.

In den kleinen Vereinen, in denen alles von zu Hause selbst gemacht ist, da ist es schön und das wollte ich sagen zu Creinvelt und zum Brauchtum.“

Anke Steinbach, nonprofit business consult, Düsseldorf

## Entwicklungen im bürgerschaftlichen Engagement der Wirtschaft

Beim bürgerschaftlichen Engagement geht es darum, dass Unternehmen Ressourcen zur Erfüllung gesellschaftlicher Aufgaben freiwillig einbringen. Der folgende Beitrag will den Blick öffnen für das sozial und ökologisch verantwortungsbewusste Verhalten von Unternehmen – das, was im Englischen mit dem Begriff der Corporate Social Responsibility (CSR) umschrieben wird. Aus Industrieperspektive zeichnen sich derzeit Entwicklungen auf dem Gebiet des Engagements für das Gemeinwohl ab, die als Denkanstöße auch für das Handwerk von Interesse sind.

### 1. These: Engagement wird ein öffentlicheres Thema

„Verschiedenste Akteure bringen das Thema aktuell in die Öffentlichkeit – mit sehr unterschiedlichen Auffassungen darüber, was mit Engagement gemeint ist. Da sind die Unternehmen selbst mit umfangreicheren und systematischeren Aktivitäten und mehr eigener Öffentlichkeitsarbeit darüber. Die Politik bringt Initiativen auf den Weg, zum Beispiel die EU-Kommission oder in Nordrhein-Westfalen das Wirtschaftsministerium. Die Stiftung Warentest testet Unternehmen inzwischen auch nach sozialen und ökologischen Kriterien. Universitäten und Forschungseinrichtungen beschäftigen sich mit Engagement und Nachhaltigkeit. Die Medien berichten – wenn bislang auch noch etwas verhalten. Und der Kunde!? Es gibt verschiedenste Studien, wonach Kunden ihre Kaufentscheidung nicht unwesentlich vom sozialen und ökologischen Engagement der Hersteller abhängig machen – das variiert natürlich erheblich je nach Branche und Kundenprofil. Das Spektrum derer, die das Engagement öffentlicher machen, ist also sehr breit und umfangreich – und reicht weit über die hier erwähnten Organisationen hinaus. Alle Akteure haben ihre eigenen Interessen am Thema. Noch unklar ist, wer die Diskussion in Deutschland bestimmen wird und welche Rolle die Unternehmen spielen. Die Diskussion wird viel zu oft von Akteuren geführt, die wenig Einblick in die Unternehmenswirklichkeit haben. Hier sollten Unternehmer selbst aktiv werden und den enormen Gestaltungsspielraum nutzen.

### 2. These: Engagement wird sich in Zukunft stärker für Unternehmenszwecke nutzen lassen

Dadurch, dass die Öffentlichkeit stärker auf das Thema reagiert, bekommt der Unternehmer mehr Druck, aber auch mehr Handlungsspielraum, Engagement für die eigenen Zwecke zu nutzen. Aber was ist mit Unternehmenszwecken gemeint? Was kann Engagement generell bringen? In der fachlichen Diskussion und aus der Praxiserfahrung lässt sich der mögliche Nutzen grob in zwei Kategorien fassen:

- **Ein Unternehmen reduziert mögliche Risiken:** Es geht um soziale und ökologische Risiken, die einen Schaden für das Unternehmen verursachen können. Ein anschauliches Beispiel aus der Industrie lieferte vor inzwischen zehn Jahren die Firma Shell im Fall Brent Spar. Mögliche Risiken aus den Ansprüchen verschiedener gesellschaftlicher Gruppen wurden nicht berücksichtigt, was für Shell tiefgreifende ökonomische Konsequenzen hatte. Umsatzeinbußen resultieren und die Reputation leidet aber auch, wenn der Verbraucher zum Beispiel aufgrund von BSE und Dioxinbelastung weniger Fleisch nachfragt. Das Thema soziale und ökologische Risiken ist komplex, zumal es nicht immer ganz offensichtlich ist, in welchen Fällen der Kunde nun mit Kaufverweigerung und die Öffentlichkeit mit Entrüstung reagiert.

■ **Ein Unternehmen nutzt Chancen, die sich aus Engagement und Nachhaltigkeit ergeben:** Diese können ganz vielfältig sein. So erlangte die Brauerei Krombacher eine hohe Bekanntheit durch ihr Engagement für den Regenwald, Hipp kann sich als Bio-Nahrungshersteller klar am Markt differenzieren, Material und Energie lassen sich einsparen durch ökologischer ausgerichtete Geschäftsprozesse. Zudem lassen sich neue Kundengruppen erschließen, indem zum Beispiel der Handwerker sich stärker auf die Bedürfnisse von Senioren ausrichtet, die er über sein Engagement kennen gelernt hat. Auch das Wohlwollen von öffentlichen Stellen und Anwohnern kann für ein Unternehmen durch Engagement erreicht werden. Und nicht zuletzt Effekte rund um den Mitarbeiter – sei es wie im Beispiel des Friseurmeisters Markus Lotze, der berichtet, dass Engagement gute und zufriedene Mitarbeiter hervorbringt, also Motivation und Loyalität erzeugt. Engagement kann auch zur Personalgewinnung und -entwicklung dienen. Wer als Arbeitnehmer die Wahl hat, arbeitet sicher lieber für ein engagiertes und verantwortungsbewusstes Unternehmen.

### **3. These: Unternehmen werden zunehmend ihre Wertschöpfungskette für Engagement und Nachhaltigkeitsthemen entdecken**

Hier geht es vor allem um soziale und ökologische Aspekte der Geschäftstätigkeit. Betroffen davon sind derzeit vor allem Industrieunternehmen, die weltweit agieren. So wird ein Hersteller von Sportschuhen beispielsweise dafür zur Rechenschaft gezogen, ob in seinen Betrieben in Asien die Bedingungen sozialer Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern eingehalten werden. Mit diesen komplexen Themen müssen sich Unternehmen heute intensiv auseinandersetzen, weil sie auf dem Radar der öffentlichen Aufmerksamkeit sind. Auch Handwerksbetriebe, die in eine Wertschöpfungskette großer Unternehmen eingebunden sind, können davon berührt werden. So kann es sein, dass ein Unternehmen von seinen Zulieferern die Einhaltung bestimmter sozialer und ökologischer Kriterien einfordert. Mittelständler sollten daher ihre eigene Wertschöpfungskette auf mögliche Chancen und Risiken untersuchen und als Zulieferer großer Konzerne die Entwicklungen im Thema verfolgen.

### **4. These: Unternehmen und gemeinnützige Organisationen werden mehr zusammen arbeiten**

Gemeinnützige Organisationen stehen vor einem Umbruch und müssen sich in Zeiten knapper werdender Zuwendungen neu orientieren. Sie wenden sich daher immer mehr an Unternehmen, um finanzielle Unterstützung zu erhalten. In der neuen Form der Zusammenarbeit geht es allerdings nicht darum, dass Unternehmen die Rolle des Finanziers sozialer Aufgaben übernehmen. Vielmehr heißt es, einen gemeinsamen Nenner zu finden: Unternehmen suchen beispielsweise flexible Lösungen der Kinderbetreuung für ihre Mitarbeiter, soziale Träger wie die AWO haben darin jahrelange Erfahrung. Hier zusammen zu kommen und eine gute Lösung für beide zu entwickeln, das macht die neue Qualität der Zusammenarbeit aus. Dabei braucht es Fingerspitzengefühl, da soziale Organisationen die Bedürfnisse und die Arbeitsweisen von Unternehmen einfach nicht kennen. Beide Seiten gehen in Zukunft stärker aufeinander zu, weil sie einander nützen, weil sie voneinander lernen können und weil es für eine Vielzahl der Probleme in dieser Welt wie Bildungsmisere, Arbeitslosigkeit benachteiligter Jugendlicher und fehlende Kinderbetreuung vereinte Kräfte braucht.

### **5. These: Unternehmen werden ihr Engagement stärker fokussieren und integrieren müssen**

Auf Unternehmen werden neue Herausforderungen zukommen, aber auch Chancen aus seinem Engagement und seiner sozial-ökologischen Verantwortung. Gleichzeitig wird für den Unternehmer das Leben im täglichen Wettbewerb nicht gerade leichter. Der Unternehmer muss sein Engagement daher stärker fokussieren und abstimmen. Er muss die unternehmerischen Ressourcen wie Geld, Zeit, Personal im Rahmen seines Engagements zielgerichtet und effizient einsetzen. Seine Aktivitäten müssen einen klaren Geschäftsbezug haben und in einem sinnvollen Aufwand-Nutzen-Verhältnis stehen. In Zukunft wird der Unternehmer bürgerschaftliches Engagement stärker als Teil seiner gesamten Aktionen und der Ausrichtung im Spannungsfeld unternehmerische Leistung – also ökonomische Dimension – Soziales und Ökologisches verstehen müssen.“

Andreas Joswig, Augenoptikermeister, Ostbevern

## „Für uns gibt es nur ein Motiv: helfen, helfen, helfen“

Augenoptikermeister Andreas Joswig (39) ist Inhaber des Augenoptik-Geschäfts Groll Optik in Ostbevern. Ehrenamtlich engagiert er sich im Vorstand der Augenoptikerinnung Münster sowie als Mitglied im Gesellenprüfungsausschuss. 2002 gründete Andreas Joswig gemeinsam mit seiner Frau Eva, die ebenfalls Augenoptikermeisterin ist, den gemeinnützigen Verein ‚Entwicklungshilfe für Augenoptik im Senegal e.V.‘

**Verantwortliches Unternehmertum besitzt viele Facetten und kann weit über das eigene soziale Umfeld hinausgehen. Eher ungewöhnlich, wenn auch nicht selten, ist ein soziales Engagement von Handwerkern in Entwicklungsländern oder in Staaten gesellschaftlichen und politischen Umbruchs. Motor ihres idealistischen Einsatzes dort ist ihr Selbstverständnis als moralisch verpflichteter Bürger für ein Gemeinwohl, das keine Grenzen kennt. Beispielhaft dafür steht das Projekt von Augenoptikermeister Andreas Joswig im westafrikanischen Senegal – einem der ärmsten Länder der Welt.**

### Andreas Joswig über die Beweggründe für sein Hilfsprojekt

„Angefangen hat alles 1999 mit einem Urlaub im Senegal. Meine Frau und ich besuchten dort ein Kinderkrankenhaus. Und wir waren bestürzt über die hygienischen Verhältnisse und die Unterernährung der Kinder. Angesichts dieser Situation wollten wir es nicht bei einer spontanen Geldspende bewenden lassen. Wir wollten möglichst konkret und langfristig helfen – wussten aber zunächst nicht wie. 2001 kam uns die Idee für ein Augenoptik-Projekt. Denn auf unserer Reise durch das Land ist uns aufgefallen, dass es nichts an Augenoptik gab.

2002 habe ich dann gemeinsam mit meiner Frau den gemeinnützigen Verein ‚Entwicklungshilfe für Augenoptik im Senegal e.V.‘ gegründet. In ihm haben sich inzwischen Augenoptiker aus ganz Deutschland zusammengeschlossen – auch wenn federführend fast alles bei uns beiden liegt.

Bei unserem Hilfsprojekt gehen wir zweigleisig vor: Zum einen leisten wir unmittelbare Hilfe für die Menschen vor Ort, indem wir ihnen von hier aus passende Brillen zur Verfügung stellen.

Dazu arbeiten wir mit befreundeten Vereinen und Organisationen, die dort aktiv sind, zusammen. Diese sammeln für uns bei ortsansässigen Augenärzten Rezepte von hilfsbedürftigen Personen und schicken sie uns per Fax oder E-Mail. Wir suchen dann aus gespendeten und gebrauchten Brillen die entsprechenden Glasstärken heraus und

fertigen damit individuelle Sehhilfen. Wenn Freunde aus unserem Verein in den Senegal fliegen, deponieren sie die Brillen bei einem Kinderarzt. Dort können die Patienten ihre Brille abholen.

In den letzten vier Jahren sind wir selbst zehnmal in das Land geflogen. Ich habe eine mobile Werkstatt im Gepäck und kann dann eine Brille selbst anpassen oder kleinere Reparaturen vornehmen.

### Sehhilfen für die Ärmsten der Armen

Inzwischen haben wir vier- bis fünfhundert Menschen dort mit Brillen versorgt. Wie notwendig dies in einem der ärmsten Länder der Welt ist, zeigt das Beispiel einer Dorfschul-Lehrerin. Sie konnte seit längerem ohne Sehhilfe keine Bücher mehr lesen. Ich habe ihr quasi unter einem Baum ihre Brille angepasst. Jetzt kann sie ihre 53 Schüler wieder unterrichten.

### Aufbau einer Augenoptikwerkstatt im Senegal geplant

Das andere – langfristige – Ziel unseres Vereins ist es, eine Augenoptikwerkstatt im Senegal aufzubauen. Schließlich wäre es sinnvoll, Sehhilfen direkt im Senegal fertigen und anpassen zu können. Etliche Vorarbeiten haben wir inzwischen erfolgreich geleistet. Im Keller unseres Augenoptikgeschäfts steht die Ausstattung für mehrere Werkstätten parat. Das gleiche gilt für einen befreundeten Augenoptikermeister in Süddeutschland. Zudem haben wir fast 30.000 Brillen gesammelt, bei Kollegen, Herstellern und mit Unterstützung der Kirchengemein-



de. Jetzt gilt es, rund 15.000 Euro für den Transport dieser Ausstattungen in den Senegal zusammen zu bekommen. Hier fehlt es unserem Verein noch an Spendern und Sponsoren.

Der nächste Schritt ist, dass wir jemanden aus dem Senegal nach unseren Qualitätsstandards in Deutschland zumindest als Gesellen ausbilden, vielleicht auch gemeinsam mit anderen Optiker-Kollegen. Denn wir brauchen jemanden vor Ort, der die Augenoptikstation später zuverlässig und kompetent leiten kann. Zudem müssen wir noch ein geeignetes Haus oder Räume dafür anmieten.

### **Mitarbeiter im Betrieb zeigen sich hoch motiviert für Arbeit im Projekt**

Wir sind ein sehr familiäres Unternehmen und haben zu unseren Mitarbeitern ein gutes Verhältnis. Deshalb arbeiten wir auch beim Senegal-Projekt Hand in Hand. Manchmal setzen wir uns sogar abends oder am Wochenende gemeinsam hin und machen die Brillen für den Senegal fertig, ohne dass einer über Überstunden diskutiert oder sagt: ‚Ich habe längst Feierabend‘.

Vor allem unser Geselle ist sehr in dem Projekt engagiert. Er würde später gerne einmal während seines Urlaubs in der Augenoptikstation arbeiten – sogar auf eigene Kosten. Das alles ist aus meiner Sicht sehr positiv, weil es die Motivation unserer Mitarbeiter zeigt und ihre Bindung an unser Unternehmen.

### **Berufsschüler des Augenoptiker-Handwerks ebenfalls eingebunden**

Mittlerweile habe ich über die Augenoptikerinnung Münster die Berufsschule komplett im Boot. Ich bin im Gesellenprüfungsausschuss tätig und konnte einen Lehrer für unser Projekt begeistern. Jetzt übernehmen die Berufsschüler das zeitaufwendige Ausmessen der Gläser, sie sortieren die Brillen und reinigen sie. Das nimmt uns viel Arbeit ab. Und für die jungen Leute in unserem Handwerk ist es eine sinnvolle Erfahrung zu sehen, dass man als Augenoptiker den Blick für die Not der Anderen offen halten sollte.

### **Kunden des Augenoptikermeisters unterstützen das Projekt auf vielfältige Weise**

Natürlich versuchen wir über unser Augenoptikprojekt hinaus ganz konkret Hilfe für die Menschen im Senegal zu leisten. Hierzu sammeln wir zum Beispiel Kinderkleidung, Hygieneartikel, Medikamente sowie Geld.

Unsere Kunden äußern sich übrigens sehr positiv über unser Engagement. Viele unterstützen uns spontan mit entsprechenden Sach- oder kleineren Geldspenden. Denn sie wissen, wir bringen alles selbst nach Westafrika. Daher können sie sicher sein, dass auch alles dort ankommt.

Um weitere Unterstützung für unser Projekt zu erhalten – bei unseren Kunden sowie darüber hinaus, schließlich brauchen wir noch Geld für den Transport der Werkstattaufrüstung –, gehen wir gezielt in die Öffentlichkeit. So berichtet die lokale Presse hin und wieder über unser Projekt und die Arbeit unseres Vereins. Und in unserem Geschäft haben wir eine Schauwand aufgebaut mit Fotos und Texten über unser Engagement im Senegal. Das stößt immer wieder auf großes Interesse bei unseren Kunden.“

Nähere Informationen zur Arbeit des Vereins im Internet unter der Adresse: [www.optikgroll.de](http://www.optikgroll.de) - Stichwort 'Senegal'.

Volker Dischleid, Bestatter, Düsseldorf

## „Unser Einsatz im Katastrophenfall wirkt spektakulär. Aber ein Engagement im Kleinen sollte auch öffentlich Beachtung finden“

Bestatter Volker Dischleid (49) aus Düsseldorf engagiert sich ehrenamtlich bei der 'Deathcare Embalming I.G. Germany' – einer unabhängigen Interessengemeinschaft von rund 40 deutschen Bestattern mit Spezialausbildung zum Einbalsamierer. Darüber hinaus arbeitet er in der Werbegemeinschaft Gerresheim mit.

**Die Flutkatastrophe in Südostasien Ende 2004 hat weltweit eine große Hilfsbereitschaft ausgelöst. Neben Geld- und Sachspenden war vor allem tatkräftige und kompetente Unterstützung vor Ort gefragt. Mit ihrem schnellen, ehrenamtlichen Einsatz hat eine Gruppe deutscher Bestatter – unter ihnen Volker Dischleid aus Düsseldorf – wichtige Arbeit in Thailand geleistet.**

### **Volker Dischleid über die Idee zu der besonderen Interessengemeinschaft...**

„Ich engagiere mich in einem Team von Bestattern, die eine Spezialausbildung zum so genannten Thanopraktiker – also Einbalsamierer – absolviert haben. Kennen gelernt haben wir uns während dieser Ausbildung. Damals kam uns auch der Gedanke, gemeinsam im Katastrophenfall unentgeltlich Hilfe zu leisten. Das reicht von der Einbalsamierung von Verstorbenen für Transporte im In- und Ausland bis zur Ergreifung hygienischer Maßnahmen zur Vermeidung und Eindämmung von Seuchengefahren.

Im August 1999 haben wir in der Türkei nach einem Erdbeben verschüttete Verstorbene geborgen und bereits vierzehn Tage später war ein weiteres Team in Taiwan im Einsatz. Nach den Erfahrungen mit den beiden Erdbebenkatastrophen haben wir uns offiziell zu einer unabhängigen Interessengemeinschaft zusammengeschlossen. Unseren Namen ‚Deathcare Embalming‘ haben wir bewusst gewählt, damit dieser weltweit verstanden wird.

### **... und über den Einsatz in Südostasien**

Den nächsten Einsatz hatten wir dann in der Tsunami-Region Südostasien. Nach der Katastrophe Ende 2004 hatten wir dem Auswärtigen Amt in Berlin umgehend unsere Hilfe angeboten. Am Abend des 28. Dezember erhielt 'Deathcare' daraufhin den Auftrag, für die Rückführung deutscher Verstorbener zu sorgen. Das erste Team entsprechend ausgebildeter Bestatter aus

ganz Deutschland war am nächsten Morgen um 10 h in München – startklar zum Flug nach Phuket/ Thailand. Ich selbst gehörte zum zweiten Team, das in den ersten Januar Tagen hinterher geflogen ist. Das bedeutet: Die betrieblichen und familiären Angelegenheiten mussten schnell geregelt sein.

Bereits wenige Stunden nach der Ankunft in Phuket war unser erstes Team dabei, einzelne identifizierte Verstorbene zu bergen und in Zusammenarbeit mit dem deutschen Konsulat für deren Rückführung in die Heimat zu sorgen. Die Verstorbene wurden von uns von den unterschiedlichen Sammelplätzen in den Tempeln und aus Krankenhäusern abgeholt, zum Flughafen überführt und dort hygienisch versorgt. Dabei kam es für uns natürlich auch zu schwierigen und bewegenden Kontakten mit Familienangehörigen.

### **Bewegende Begegnungen, die lange nachwirken werden**

Wir waren übrigens die erste ausländische Hilfsorganisation, die Kontakt zu den Sammelstellen hatte. Deshalb haben wir auch die ehrenamtlichen Helfer in den Krankenhäusern und an den Sammelstellen für Verstorbene beraten – zum Beispiel über notwendige Schutzkleidung, Gesundheitsvorsorge, Desinfektion und beim Umgang mit Verstorbenen.

Jeden Tag ergaben sich für uns eigentlich neue Situationen bei der Arbeit. Aber das menschliche Leid, das die Mitglieder unserer Teams miterleben mussten, stellte uns

vor besondere Probleme. Die Begegnungen mit Verletzten oder Hinterbliebenen werden in vielen von uns noch eine Weile nachwirken.

Unsere Arbeit ist nicht nur ein letzter Dienst an den Verstorbenen, sondern auch eine große Hilfe für die Trauerarbeit der Angehörigen. Immerhin wurde jeder Verstorbene, der identifiziert werden konnte, nach Deutschland überführt.

**„Deathcare Embalming I.G. Germany“** ist eine unabhängige Interessengemeinschaft von zur Zeit ca. 40 deutschen Bestattern mit Spezialausbildung zum Einbalsamierer. Sie leisten – im Gegensatz zu vielen ausländischen Organisationen – völlig unentgeltliche humanitäre Hilfe im In- und Ausland. Nur Unterkunft, Flug sowie die notwendigen Chemikalien müssen gestellt werden.

Zum Team gehören ferner Ärzte, geprüfte Desinfektoren, Rechtsmediziner und Kriminologen.

Weitere Informationen: [www.deathcare.de](http://www.deathcare.de)

### **Öffentliche Aufmerksamkeit für ehrenamtliche Arbeit nicht nur auf spektakuläre Aktionen richten**

Unser Einsatz im Katastrophenfall ist für uns etwas Selbstverständliches. Das machen wir ohne Wenn und Aber und völlig unentgeltlich. Nachdem damals irgendwie heraus gekommen ist, dass ein Bestatter aus Düsseldorf mit in Thailand war, haben auch viele Medien aus unserer Region darüber berichtet.

Sicher war dieser Einsatz dort sehr außergewöhnlich – und für Außenstehende wohl auch spektakulär. Ich freue mich natürlich, dass diese Arbeit, die wir dort geleistet haben, von der Öffentlichkeit recht positiv bewertet wurde und wird.

Aber viele andere Menschen, gerade auch Handwerker, engagieren sich gemeinnützig – zum Beispiel im Schützenverein oder in der Kirche. Das tue ich auch. Und aus dieser Erfahrung weiß ich: Diese kleinen, eher unspektakulären Dinge, die in unserer direkten Umgebung geschehen, werden oftmals kaum beachtet. Aber sie sind auch wichtig. Nur leider wird dieser ‚Einsatz vor Ort‘ von der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen. Das finde ich sehr schade.“

Wolfgang Soe, Informationstechnikermeister, Düsseldorf

## **„Unsere duale Ausbildung besitzt im Ausland Vorbildcharakter. Als Obermeister habe ich dieses Exportmodell in Rumänien auf den Weg gebracht“**

Informationstechniker-Meister Wolfgang Soe (61) ist Inhaber der Bürodata Service P + S GmbH in Düsseldorf. Ehrenamtlich engagiert ist er als Obermeister der Innung für Informationstechnik Düsseldorf.

**Das Handwerk übernimmt auch international wirtschafts- und gesellschaftspolitische Aufgaben und bringt dort langfristige Strukturveränderungen auf den Weg. Dies gilt beim Aufbau mittelständischer Strukturen ebenso wie bei der Entwicklung und Umsetzung von Konzepten im Bereich der beruflichen Bildung. Politik und Hilfsorganisationen greifen hier gerne auf die Kompetenz des Handwerks zurück – wie das Beispiel von Informationstechnikermeister Wolfgang Soe zeigt.**

### **Wolfgang Soe über sein Engagement in Westrumänien**

„Wie kommt ein Obermeister der Innung Informationstechnik aus Düsseldorf nach Rumänien? Dazu muss ich eine kleine Vorgeschichte erzählen: Das Land Nordrhein-Westfalen hat sich nach der dortigen Revolution 1989 in Westrumänien engagiert. Unter anderem wurden vom Technischen Hilfswerk (THW), das für die bauliche Sanierung verantwortlich war, Krankenhäuser, Kindergärten und andere Einrichtungen wieder aufgebaut.

Auf Initiative des Landes Nordrhein-Westfalen wurde in Arad eine Ausbildungswerkstatt für Schreiner eingerichtet. Dieses Angebot wurde sehr gut angenommen. Daher kam kurz darauf der Wunsch einer Schule auf, den jungen Menschen auch eine Ausbildung zum Büroinformationselektroniker zu ermöglichen.

Das THW hat daraufhin die Handwerkskammer Düsseldorf angesprochen und dann hat man mich gefragt, ob ich als Obermeister der Innung bereit wäre, bei diesem Projekt in Rumänien ehrenamtlich zu helfen. Das war im März 1994.

Mein Aufgabe war es zunächst, ein Konzept und eine Kalkulation für eine entsprechende Ausbildungswerkstatt in der Schule zu erstellen: Was braucht man? Was kostet es? Und natürlich sollte ich auch das notwendige Material beschaffen. Das ganze Projekt belief sich damals auf 220.000 DM.

Im August 1994 bat mich der THW mit nach Arad zu fliegen, um vor Ort die Räumlichkeiten auszusuchen und zu prüfen, was konkret zu tun war. Wir haben gemeinsam die Schule besichtigt und es sah dort wirklich sehr schlimm aus. Von den elektrischen Anlagen bis zum Dach gab es unendlich viel zu tun. Im März 1995 hatten wir soweit alles zusammen und sind wieder nach Arad geflogen, um die inzwischen sanierten Klassen einzurichten.

### **Gemeinsam einen Ausbildungs-Lehrplan erstellt**

Aber damit war es ja nicht getan. In Rumänien gab es keine duale handwerkliche Ausbildung wie bei uns und auch keinen entsprechenden Lehrplan für einen Beruf. Die Schüler lernten dort irgendeinen Beruf theoretisch, hatten aber keine Praxis und gingen dann – wie im damaligen Ostblock üblich – meist in eine große Fabrik. Also haben wir uns mit den rumänischen Lehrern zusammengesetzt und gemeinsam einen Lehrplan ausgearbeitet, der von der Regierung in Bukarest genehmigt werden musste.

Die Ausbildung zum Informationstechniker dauert in Deutschland dreieinhalb Jahre, für Rumänien mussten die Inhalte auf zwei Jahre zusammengestrichen werden. Das war zum Teil gar nicht so einfach.



Nachdem der Lehrplan stand, sind zwei Lehrer aus Rumänien für sechs Wochen nach Deutschland gekommen. Die Lehrer waren Ingenieure, sie hatten also technisches Verständnis, aber von dem Beruf und der Materie hatten sie keine Ahnung. Ich habe sie daher in meinem Betrieb in den Grundfertigkeiten ausgebildet – insgesamt dreimal in den darauffolgenden zwei, drei Jahren.

Im Herbst 1995 war schließlich alles unter Dach und Fach: In Arad konnte man mit der Ausbildung zum Informationstechniker ins erste Lehrjahr starten.

### **Weiteres Projekt in Resita begleitet**

Nach diesem Projekt in Arad habe ich ein ähnliches Projekt in Resita begleitet. Alles in allem war ich ungefähr fünfzehnmal in Rumänien – selbstverständlich immer ehrenamtlich und alles neben meinen eigentlichen Aufgaben als Unternehmer und Innungsoberrmeister.

Trotz dieser umfassenden technischen und fachlichen Vorbereitung lief eines der Projekte leider nur wenige Jahre. Dafür mögen unterschiedliche Gründe ausschlaggebend sein. Aus meiner Sicht wäre zum Beispiel eine langfristige Betreuung in den Lehrwerkstätten vor Ort erforderlich gewesen – um von hier aus kontrollieren zu können, was dort gemacht wird. Das war in den Projekten nicht vorgesehen.

Erschwerend kam vielleicht auch hinzu, dass die Jugendlichen dort ihre Ausbildung bezahlen müssen. Sie können sich vorstellen, dass es für sie nicht leicht war, bei einem damaligen durchschnittlichen Monatsverdienst von 150 DM eine Ausbildung zu finanzieren. Die meisten Lehrlinge sind daher nebenbei noch arbeiten gegangen.

### **Langer Atem gefragt**

Die Erfahrung aus den beiden Projekten in Rumänien hat mir gezeigt, dass das deutsche Modell der dualen Berufsbildung im Ausland als attraktiv und vorbildlich gesehen wird. Aber eine qualitativ hochwertige Ausbildung erfordert gefestigte Strukturen. Diese kann man nicht innerhalb von zwei Jahren auf den Weg bringen, und von alleine laufen sie so schnell nicht. Hier ist ein langer Atem gefragt.“

### **Bäckermeister Thomas Puppe über sein Engagement bei der Düsseldorfer Tafel:**

„Wie viele andere Unternehmer aus den Nahrungsmittelhandwerken engagiere ich mich bei der so genannten Tafel-Bewegung. Bundesweit gibt es heute 400 Tafeln. Die Düsseldorfer Tafel kümmert sich darum, Mitmenschen mit einem schmaleren Budget, häufig Sozialhilfeempfänger und Obdachlose, günstig ein gesundes Essen zu bekommen zu lassen. Das ist das Ziel dieser Initiative in ganz Deutschland.

Die Einrichtung ist natürlich angewiesen auf die Mitarbeit des Lebensmitteleinzelhandels, die z. B. Obst und Gemüse zur Verfügung stellen. Aber auch Handwerksbetriebe wie Bäckereien und Fleischereien geben für den guten Zweck kostenlos Lebensmittel ab. Wir sind nicht die einzigen in Düsseldorf. Es gibt hier eine sehr hohe Bereitschaft der Kollegen, die Tafel zu unterstützen. Unser Betrieb ist seit Bestehen der Düsseldorfer Tafel engagiert. Ich persönlich empfinde es als Selbstverständlichkeit, dass man was zur Verfügung stellt. Wir stoßen immer wieder auf sehr große Dankbarkeit, und das macht natürlich Freude.

Und ich will auch hinzufügen: Im Handwerk gibt es eine Vielzahl von Betrieben, die ein relativ hohes zeitliches Engagement für ehrenamtliche Aufgaben aufbringen. Das muss man klar und deutlich so sagen.“

Dr. Bernhard Keller, stv. Hauptgeschäftsführer der Landesvereinigung der Arbeitgeber NRW, Düsseldorf

## **Das Prinzip der Freiwilligkeit – Brauchen die Unternehmen wirklich einen Ethik-Codex und Normen für ihr soziales Engagement?**

**Das Handwerk benötigt keinen politischen Nachhilfeunterricht in punkto bürgerschaftlichen Engagements. Das haben die vielfältigen Beispiele bisher deutlich gemacht. Aber es muss mehr darüber gesprochen werden – so die einhellige Meinung aller Beteiligten. In diesem Sinne sollten die Vertreter von Handwerk und Mittelstand gemeinsam auf Landesebene aktiv werden – gerade angesichts der aktuellen Diskussion über die Wirtschaftsordnung – aber auch mit Blick auf die politischen Bestrebungen in der EU, das soziale Engagement von Unternehmen stärker zu reglementieren.**

„Wenn ich über das Handwerk spreche, weiß ich, wovon ich rede. Ich komme aus einem Handwerksbetrieb. Mein Vater war Handwerksmeister in Dortmund. Daher kenne ich das Innenleben eines Betriebes sehr gut.

Meine erste These lautet: Das Handwerk benötigt keinen politischen Nachhilfeunterricht in Sachen bürgerschaftliches Engagement. Das haben die vielfältigen Beispiele bisher deutlich gemacht. Aber wir müssen alle mehr darüber reden: ‚Tue Gutes und sprich darüber‘. In diesem Sinne planen die Vertreter von Handwerk und Mittelstand gemeinsam auf Landesebene aktiv zu werden – gerade angesichts der aktuellen Diskussion über unsere Wirtschaftsordnung.

### **Engagement muss freiwillig bleiben**

Meine zweite These berührt den Punkt Freiwilligkeit. Es besteht überhaupt kein Zweifel daran, dass alles das, was Sie tun, was die Unternehmen tun, was die Arbeitgeberverbände tun, was die Industrie tut, alles nur möglich ist, auf freiwilliger Basis. Nur die freiwillige Basis bietet die Grundlage für die Bereitschaft der Unternehmen, entsprechend kreativ und innovativ zu sein.

Ich halte die Bestrebungen zu einer Reglementierung für falsch. Sie sind auch nicht realistisch. Sollten dennoch Reglementierungen verwirklicht werden, werden die Kräfte des engagierten Mittelstands erstickt und erlahmen. Das kann und darf nicht sein.

### **Engagement der Wirtschaft befreit den Staat nicht aus seiner Verantwortung**

Ein weiterer Punkt, der mir wichtig ist: Das Engagement des Handwerks und der Wirtschaft insgesamt darf den Staat nicht aus seiner politischen Verantwortung in Kerngeschäften entlassen. Ein Beispiel dafür will ich aus meinem ehrenamtlichen Engagement als Vorsitzender des Vereins mathematisch-naturwissenschaftlicher Leistungszentren an Gymnasien beisteuern. Dazu gehören bundesweit 85 hervorragende Gymnasien, davon entfallen 25 auf Nordrhein-Westfalen. Solche Initiativen sieht die Politik natürlich gerne. Aber das kann und darf nicht bedeuten, dass die Landespolitik diese Initiativen zum Anlass nimmt, auf eine Begabtenförderung zu verzichten.

### **Welche soziale Verpflichtung hat ein Unternehmer?**

Wir wissen es eigentlich alle, auch wenn es viele nicht gerne hören: Die soziale Verpflichtung der Unternehmer ist es, Erträge, Rendite, Überschüsse zu erwirtschaften – um Arbeitsplätze zu sichern, um Kunden zufrieden zu stellen und natürlich, um Steuern zu zahlen. Denn der Staat muss seine Aufgaben schließlich auch erfüllen. Das ist die essentielle soziale Verpflichtung der Unternehmer. Wenn wir in diesem Zusammenhang über die Übernahme von Ehrenämtern und die Orientierung der unternehmerischen Tätigkeiten am Gemeinwohl sprechen, sollten wir in der öffentlichen Diskussion immer darauf hinweisen, dass die unternehmerischen Aufgaben sozialetisch

begründet sind und ethische Konsequenzen haben. Das verdient es, erwähnt zu werden. Denn die unternehmerische Aufgabe ist eine der wesentlichsten und anspruchsvollsten in unserer Gesellschaft. Davon bin ich überzeugt. Dies muss in der Kommunikation über das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen deutlich werden.“

**Jan Dannenbring, ZDH: Das Prinzip der Freiwilligkeit muss gewährleistet bleiben – im Interesse des Gemeinwohls**

„Beim Thema soziale Verantwortung der Unternehmen ergeben sich derzeit neue Herausforderungen für die Interessenvertretung des Handwerks. Denn auf europäischer Ebene zeichnen sich leider Tendenzen ab, diesen Bereich stärker zu reglementieren. Daher ist es wichtig, dass das Handwerk hier stärker als bisher seine Stimme erhebt und seine Leistungen auf diesem Gebiet deutlich unterstreicht.

Die offizielle Linie der Europäischen Kommission betont immer wieder die Freiwilligkeit des unternehmerischen Engagements. Aber die Diskussionen auf europäischer Ebene zeigt, dass es eine Reihe von gesellschaftlichen Gruppierungen gibt, die das Konzept der sozialen Verantwortung stärker verpflichtend ausgestalten wollen. Hierzu gehören vor allem Nicht-Regierungsorganisationen, Verbraucherschutzverbände, aber auch Gewerkschaften. Sie verlangen zum Beispiel, dass Unternehmen jährlich einen Sozialbericht erstellen, in dem sie genau darlegen, welche sozialen Aktivitäten sie durchgeführt haben (siehe S. 20). Solche Berichte werden von großen Unternehmen bereits vorgelegt. Eine vergleichbare Verpflichtung für kleine und mittlere Unternehmen würde allerdings an der Realität des Handwerks komplett vorbeigehen.

Zudem gibt es Überlegungen, eine Art CSR-Gütesiegel für Unternehmen einzuführen, die besonders sozial engagiert sind. Solche Gütesiegel sollen nicht verpflichtend sein, sondern – so die offizielle Sprachregelung – der Verbraucherinformation dienen. Aber sehr schnell erhalten solche Gütesiegel für die Unternehmen verbindlichen Charakter.

Im Bereich der Normung sind ähnliche Bestrebungen im Gange – mit vergleichbaren Konsequenzen für die Unternehmen. So hat die Internationale Standardisierungsorganisation ISO im Jahr 2004 offiziell beschlos-

sen, eine Norm zur sozialen Verantwortung der Unternehmen zu entwickeln. Es wird sich dabei nicht um eine zertifizierungsfähige Norm handeln, sondern ‚nur‘ um eine Leitlinie, die in drei Jahren vorliegen soll. Die Erfahrung der Vergangenheit lässt ahnen, wie schnell hier eine Eigendynamik einsetzt und eine solche Leitlinie oder ein Gütesiegel dann z. B. bei der Vergabe öffentlicher Aufträge herangezogen wird.

Bisher bezieht sich die Diskussion auf Großunternehmen. Aber solche Maßnahmen gehen letztlich auch zu Lasten kleiner und mittlerer Unternehmen. Hier sind wir aufgefordert, die Diskussion auf internationaler Ebene genau zu verfolgen. Nach dem Motto ‚Wehret den Anfängen‘ sollten wir frühzeitig sicher stellen, dass das soziale Engagement der Unternehmen eine freiwillige Angelegenheit bleibt und keine zusätzlichen Lasten auf die Unternehmen des Handwerks zukommen.

Deshalb sind wir vom ZDH – auch über das ZDH-Büro in Brüssel – hier sehr aktiv. Aus unserer Sicht ist es wichtig, auf allen Ebenen, sowohl in Europa als auch auf nationaler Ebene, unsere Stimme zu erheben und die Politiker auf das konkrete soziale Engagement im Handwerk mit Nachdruck hinzuweisen. Unter anderem setzen wir uns über das Deutsche Institut für Normung DIN, das inzwischen ein Spiegelgremium zu den Aktivitäten der ISO eingerichtet hat, dafür ein, dass die Belange der kleinen und mittleren Unternehmen in Zukunft stärker berücksichtigt werden.

Da muss man dicke Bretter bohren und wir sind eifrig dabei. Nur so können wir verhindern, dass das bürgerschaftliche Engagement der Unternehmer einen verpflichtenden Charakter erhält. Eine solche Entwicklung wäre überaus schädlich für das soziale Engagement im Handwerk. Denn das Engagement im Handwerk lebt von der Freiwilligkeit. Jede verpflichtende Maßnahme wäre eher kontraproduktiv.

Auch wenn es derzeit auf nationaler Ebene keine Bestrebungen gibt, das soziale Engagement von Unternehmen verpflichtend zu gestalten, ist es angesichts der aktuellen Diskussionen um unsere Wirtschaftsordnung auch hier geboten, der Politik deutlich machen, dass das freiwillige soziale Engagement im Handwerk gelebt wird.“

Elke Käufer, Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration, Düsseldorf

## Landes-Wettbewerbe ENTERPreis und Tec4Kids

Die Politik hat inzwischen erkannt, wie unverzichtbar das freiwillige bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen ist – insbesondere auch der kleinen und mittleren Betriebe. Sie versucht daher, dieses Engagement auf verschiedenen Wegen zu unterstützen und zu fördern. Das reicht von einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit – auch im Internet –, über verschiedene Veranstaltungen bis hin zu Wettbewerben für Unternehmen aller Größenordnungen. Elke Käufer stellt die jüngsten Initiativen des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration zum Thema ‚bürgerschaftliches Unternehmensengagement‘ vor.

„Ich möchte kurz eine Bemerkung vorweg schicken: Wenn wir in unserem Ministerium von unternehmerischem Bürgerengagement sprechen, dann reden wir über das Ehrenamt von Unternehmen, über die freiwilligen Leistungen für die Gesellschaft und noch nicht über Wertschöpfungsketten, über Lohnbedingungen und Arbeitssicherheit.

Mit unseren Initiativen zu diesem Thema richten wir uns dabei an alle Unternehmen – aus dem Handwerk aber auch aus allen anderen Wirtschaftsbereichen und in allen Größenordnungen. Deshalb verwenden wir zwei Begrifflichkeiten: Bei eher international agierenden Unternehmen sprechen wir von ‚Corporate Citizenship‘, bei den anderen Unternehmen von ‚gesellschaftlicher Verantwortung‘, dem ‚Ehrenamt von Unternehmen‘ und von ‚unternehmerischem Bürgerengagement‘.

### **Gezielte Öffentlichkeitsarbeit über das soziale Engagement von Unternehmen und Erfahrungsaustausch**

Wir versuchen seit einigen Jahren, die Öffentlichkeitsarbeit in diesem Sektor zu verbessern. Als wir anfangen in diesem Bereich zu arbeiten, war eine große Zurückhaltung bei den Unternehmen spürbar, über die gute Tat oder das unternehmerische Engagement überhaupt zu sprechen. Das ändert sich.

Inzwischen haben wir ein Praxisarchiv auf unserer Internetseite [www.corporate-citizenship.nrw.de](http://www.corporate-citizenship.nrw.de) eingerichtet. Dieses Archiv lebt vom aktiven Beitrag aller engagierten Unternehmen. Jeder kann sich hier eintragen.

Von Unternehmensseite ist zudem der Wunsch an uns herangetragen worden, den Erfahrungsaustausch zwischen den Unternehmen und den sozialen Akteuren zu fördern – zum Beispiel über Instrumente und Möglichkeiten, sich zu beteiligen. Auch hierzu bieten wir im Internet ein Forum.

### **Gute Beispiele auszeichnen: Der Wettbewerb**



Unter dem Titel ‚ENTERPreis‘ hat das damalige Ministerium für Wirtschaft und Arbeit 2005 erstmals zu einem Wettbewerb für bürgerschaftliches Engagement aufgerufen. Der Wettbewerb zeichnet Unternehmen aus, die dem Standort Nordrhein-Westfalen verbunden sind und sich in herausragender Weise gesellschaftlich engagieren. Insgesamt wird zwischen vier Kategorien unterschieden:

- Arbeitswelt und Ausbildung
- Bildung und Wissen – einschließlich Kooperationen Schule – Wirtschaft sowie Wirtschaft – Wissenschaft
- Soziales Engagement
- Kultur und Freizeit

Die Preise werden jeweils für kleine, mittlere und große Unternehmen ausgelobt. Ein wichtiges Kriterium bei der Vergabe des Preises ist, dass Unternehmen und Gesellschaft in gleicher Weise von dem praktizierten Engagement profitieren. Bei der Preisverleihung im November 2005 durch Minister Armin Laschet in Mülheim/Ruhr wurden 14 Unternehmen ausgezeichnet.

## Sonderpreis



Mit dem Sonderpreis Tech4Kids prämiieren wir Unternehmensinitiativen, die Kinder unter zehn Jahren für Technik und Naturwissenschaften begeistern – und so dazu beitragen, die Entwicklung des Technologiestandortes NRW nachhaltig voranzutreiben. Bei den jeweiligen Ideen kommt es darauf an, dass sie das Abenteuer Technik für Kinder altersgerecht und frühzeitig erfahrbar machen.

Hintergrund ist unsere Beobachtung, dass sich inzwischen etliche Unternehmen, auch aus dem Handwerk, in diesem Thema engagieren – aber überwiegend erst in der Sekundarstufe I ansetzen. Für die Kleinen, in einem Alter, in dem sich eigentlich Interessen prägen, ist das Angebot hingegen relativ knapp.

Mit Blick auf den mittelfristigen Fachkräftebedarf in der Wirtschaft, werden auch die Unternehmen gemeinsam mit ihren Mitarbeitern sich verstärkt darum bemühen, junge Leute frühzeitig für technische Beruf zu begeistern. Wir sind gespannt auf die Resonanz in den Unternehmen auf diesen Sonderpreis.“

Tipp: Weitere Informationen zu den Wettbewerben und zum Thema Soziale Verantwortung von Unternehmen – einschließlich Praxisbeispiele – finden Sie im Internetportal des Ministeriums unter der Adresse:  
[www.corporate-citizenship.nrw.de](http://www.corporate-citizenship.nrw.de)

### Tipp: Nützliche Informationen zum Thema ‚Unternehmerische Verantwortung für das Gemeinwohl‘ sowie Beispiele aus der Praxis finden Sie unter anderem im Internet:

- [www.zdh.de/presse/beitraege.html](http://www.zdh.de/presse/beitraege.html)
- <http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr>
- [www.corporate-citizenship.nrw.de](http://www.corporate-citizenship.nrw.de)
- [www.hwk-duesseldorf.de/verantwortung](http://www.hwk-duesseldorf.de/verantwortung)
- Bundesinitiative ‚Unternehmen: Partner der Jugend (UPJ) und Unternehmen aktiv im Gemeinwesen  
[www.upj-online.de](http://www.upj-online.de)
- Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement  
[www.b-b-e.de](http://www.b-b-e.de)
- Institut für Mittelstandsforschung Bonn (IfM)  
[www.ifm-bonn.de](http://www.ifm-bonn.de)

sowie in folgenden Veröffentlichungen:

**Felix Dresewski:** Corporate Citizenship Leitfaden für das soziale Engagement mittelständischer Unternehmen, Berlin 2004.

Zu beziehen über [www.upj-online.de](http://www.upj-online.de)

**Europäische Kommission:** Soziale Verantwortung des Unternehmens. Ratgeber für effektive Kommunikation.

zu beziehen im Internet über  
<http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr>



*Was die Zukunft betrifft, so sollen wir nicht versuchen zu prophezeien,  
sondern nur versuchen, moralisch und verantwortlich zu handeln.  
Karl Popper, 1991*

## Leitplanken für verantwortliches unternehmerisches Verhalten

1. Die desolate Lage der öffentlichen Finanzen zwingt den Staat, sich künftig aus vielen Bereichen zurückziehen. Viele der Aufgaben, die er dabei fallen lässt, sind jedoch so wichtig, dass sie nicht unerledigt bleiben können. Hier ist die Eigeninitiative jedes Einzelnen in unserer Gesellschaft gefordert. Zu den Verantwortungsträgern in der Zivilgesellschaft zählen aktive Bürger aller Bevölkerungsschichten. Besonders sind Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Wissenschaft, Kirchen und Kultur gefordert, zur Bewältigung der großen heutigen Aufgabenstellungen von ihrer Freiheit verantwortlich Gebrauch zu machen. Für sie **alle** gilt die Kant'sche Maxime: „Handle so, dass die Maxime deines Willens jederzeit zugleich als Prinzip einer allgemeinen Gesetzgebung gelten könnte.“
2. Ein stärkeres Bewusstsein dieser Maxime verantwortlichen Handelns ist bei den Entscheidungsträgern aller wichtigen gesellschaftlichen Bereiche erforderlich. Dies gilt selbstverständlich gleichermaßen für Bürger, die als selbständige Unternehmer oder als Manager-Unternehmer herausgehobene Verantwortung in der Wirtschaft tragen. Ebenso wie für Entscheidungsträger anderer gesellschaftlicher Gruppen ist es wichtig, auch für Entscheidungsträger in Unternehmen praxisbezogene Ethik-Kodices für verantwortliches Verhalten zu entwickeln und sie neuen Anforderungen immer wieder anzupassen.
3. Oswald von Nell-Breuning, prominenter Vertreter der katholischen Soziallehre hat einmal gesagt, das ökonomische Prinzip, nach dem man mit knappen Ressourcen rational, also nicht verschwenderisch, umgehen müsse, sei in Wirklichkeit ein ethisches Prinzip. Die erste Priorität für ethisches Verhalten von Unternehmern ist dementsprechend die rentable Führung ihres Unternehmens unter Beachtung aller rechtlichen Rahmenbedingungen. Ein Unternehmer, der sein Unternehmen in die „roten Zahlen“ führt, handelt unethisch, da er das Unternehmen und die Erfüllung seines Kundenauftrages ebenso gefährdet wie die Arbeitsplätze seiner Mitarbeiter und die Bezahlung öffentlicher Abgaben. Die im Zuge der Globalisierung verschärfte Wettbewerbsintensität macht die rentable Führung von Unternehmen zu einer der schwierigsten Aufgaben, die zu vergeben sind. Es ist festzustellen, dass der den Unternehmern in dieser Lage zur Verfügung stehende Handlungs- und Ermessensspielraum sehr begrenzt ist.
4. Der vollhaftende Eigentümer-Unternehmer ist das unternehmerische Leitbild der Sozialen Marktwirtschaft. Ein echter Eigentümer-Unternehmer, häufig an der Spitze eines Familienunternehmens, identifiziert sich voll und ganz mit seinem Unternehmen und seinen Mitarbeitern. Der Betriebsinhaber kennt seine Mitarbeiter und dessen Familie; seine Kinder und die seiner Mitarbeiter gehen in dieselbe Schule, man trifft sich auch außerhalb des Betriebes bei Familienfeiern oder Festen im Stadtviertel. Solche Unternehmen sind integrierter Bestandteil des sozialen gesellschaftlichen Lebens ihrer Stadt oder ihres Quartiers.
5. Eigentümer-Unternehmer haben keinen Fünf-Jahresvertrag mit der Aussicht, sich bei unternehmerischen Fehlentscheidungen mit einem "goldenen Handschlag" aus der Verantwortung zu stellen. Eigentümer-Unternehmer stehen für ihre unternehmerischen Entscheidungen gerade und zwar in letzter Konsequenz mit ihrem gesamten Privatvermögen. Bleiben die Gewinne aus, gibt es keine Ausschüttung für Familiengesellschafter und Kurzarbeit für die Mitarbeiter. Schreiben sie hingegen schwarze Zahlen, werden die Gewinne zu einem großen Teil in die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens reinvestiert.

6. Gesellschaftliche Verantwortung ist in vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen seit langem gelebte Realität. Nach einer Umfrage des Nordrhein-Westfälischen Handwerkstags aus dem vergangenen Jahr sind 67 Prozent aller Handwerksunternehmer ehrenamtlich engagiert. Ein solches Engagement ist für viele mittelständische Unternehmer so selbstverständlich, dass sie davon kein Aufhebens machen und schon gar nicht auf die Idee kommen, derartige Aktivitäten unter dem Begriff „Corporate Social Responsibility“ als Instrumente für eine Image-Aufbesserung ihrer Unternehmen zu verwenden. Das muss anders werden! „Tue Gutes und rede darüber“ - diese Aufforderung muss von Eigentümer-Unternehmern stärker beherzigt werden, damit das gute Beispiel Zehntausender von Unternehmern weiter Schule macht. Denn in der großen Mehrheit haben wir verantwortungsbewusste, engagierte und moralisch handelnde Unternehmer, die täglich mit gutem Beispiel vorangehen.
7. Gute Beispiele stecken an:
  - Hunderttausende von Unternehmern engagieren sich in der Ausbildung junger Menschen durch Bereitstellung von Lehrstellen häufig weit über ihren Bedarf hinaus. Die Ausbildungsquote im Handwerk von 10 Prozent ist ein Beispiel für die Wahrnehmung dieser gesellschaftlichen Verantwortung.
  - Zehntausende von Unternehmern engagieren sich unentgeltlich in den Prüfungsausschüssen der Kammern.
  - Tausende von Unternehmern arbeiten in der wirtschaftlichen Selbstverwaltung mit, sei es als Mitglieder von IHK- oder Handwerkskammer-Vollversammlungen, als Mitglieder von Innungsvorständen, als Vorstände von Kreishandwerkerschaften, als Lehrlingswarte oder als Mitglieder von Kammervorständen.
  - Tausende von Unternehmern sind tätig als ehrenamtliche Laienbeisitzer in unseren Gerichten.
  - Tausende von Unternehmern engagieren sich ehrenamtlich in Pfarrgemeinderäten, Kirchenvorständen und Presbyterien.
  - Tausende von Unternehmern arbeiten ehrenamtlich in den Vorständen von Sportvereinen und von Schützenbrüderschaften sowie der Freiwilligen Feuerwehr.
  - Mittelständische Unternehmer ermöglichen durch ihre Anzeigen das Erscheinen von Schülerzeitungen, Schützenfestschriften und Stadtteilpublikationen.
  - Mittelständische Unternehmen sponsern Konzerte in den Tonhallen und Kirchen unserer Städte (z. B. Konditorei Heinemann in Mönchengladbach und Düsseldorf).
  - Mittelständische Betriebe fördern die berufliche Bildung junger Menschen in Transformationsländern (z. B. die Begründung der Stiftung „Von Werkstatt zu Werkstatt“ durch den Bochumer Kreishandwerksmeister Johann Philipps).

Diesen Beispielen lassen sich Hunderte weitere hinzufügen. Mit diesen Beispielen müssen wir Mut machen. Eigentümer-Unternehmer nutzen ihren begrenzten Ermessensspielraum zur Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. Sie bekennen sich zu ihrem Standort und zu den dort lebenden Menschen. Und sie sind bereit, sich hierfür persönlich zu engagieren. Wir wollen, dass dies noch stärker Schule macht - auch bei Managern!

8. Selbstverständlich liegt es in der Verantwortung eines Managers, sich zunächst um eine ausreichende Rendite des eingesetzten Kapitals zu kümmern. Dafür ist er angestellt, dafür wird er bezahlt, und dafür wird er auch mit einer gewissen Macht im Unternehmen ausgestattet. Hierin unterscheidet er sich nicht vom Eigentümer-Unternehmer. Soweit Manager-Unternehmer für den ‚Shareholder-value‘-Ansatz Nachhaltigkeit und Fairness opfern, sind sie jedoch nicht Vorbild für verantwortliches unternehmerisches Verhalten. Glücklicherweise gibt es genügend Beispiele von Manager-Unternehmern, die rentable Unternehmensführung, Verantwortung für ihre Mitarbeiter und für das soziale Umfeld ihres Unternehmens miteinander verbinden. Die Bereitstellung von Werkwohnungen, die Förderung von Betriebssportvereinen oder besonderes kulturelles Engagement sind hierfür nur einige aber wichtige Belege. Diesen Manager-Unternehmern gehört hoher Respekt.
9. Es wäre deshalb verfehlt, Managern ein schlechteres Moralempfinden zu unterstellen als anderen Schichten der Gesellschaft. Ein besseres kann ihnen qua Funktion allerdings auch nicht zugesprochen werden. Aber muss man von Managern nicht mehr erwarten? Manager stehen in der Verantwortung für ungeheure Geldsummen und Tausende von Arbeitsplätzen. Umso wichtiger ist daher auch, dass man die Spreu vom Weizen trennt, zweifelhafte Persönlichkeiten ihrer Aufgaben entbindet und vor allem eine effiziente Kontrolle in den Unternehmen einführt. Dies kann nicht nur eine rechtliche Kontrolle durch die Aufsichtsgremien, sondern muss auch eine soziale Kontrolle innerhalb der Führungsetage sein.
10. Ein Kompass für "gutes" unternehmerisches Handeln können dabei aus unseres Sicht folgende ethische Prinzipien und Werthaltungen sein:
  - Verantwortung: Jeder hat für die Folgen seiner Entscheidungen einzustehen.
  - Integrität: Unwahrheiten sind verboten.
  - Respekt: Die Menschenwürde jedes Mitarbeiters und Marktpartners ist anzuerkennen.
  - Gerechtigkeit: Gleiches ist gleich zu behandeln.
  - Nachhaltigkeit: Ressourcen sind im Interesse der nachfolgenden Generation sparsam einzusetzen.
  - Transparenz: Der Zugang zu allen relevanten Informationen ist offen zu halten soweit Gründe der Sicherung der Privatsphäre dem nicht entgegenstehen.
11. Entgegen den gängigen Behauptungen und Unterstellungen sind Ethik und Ökonomie einander im Kern sehr nahe. Die Soziale Marktwirtschaft ist eine fundamental ethische Ordnung. Der freie Leistungswettbewerb verhindert Machtzusammenballungen. Lässt die Bereitschaft der Wirtschaftsakteure zu ethischer Selbstbindung nach, bleibt nur der Ruf nach dem Staat als Ordnungshüter. Mehr Staat aber bedeutet unweigerlich weniger individuelle und gesellschaftliche Freiheit. Die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmer erfolgt freiwillig. Dieses Prinzip der Freiwilligkeit ist unerlässlich. Versuche, auf verschiedenen politischen Ebenen einschlägige Kodices zum Gegenstand von Regulierungen und Reglementierungen zu machen, sind falsch. Oder glauben wir "gutes" unternehmerisches Handeln ließe sich verordnen? Brauchen wir tatsächlich ethische ISO-Normen oder brauchen wir nicht viel mehr Leitbilder, die verantwortliches unternehmerisches Verhalten vorleben? Wer Unternehmen starre Einheitsregelungen überstülpen will, der läuft Gefahr, sie damit finanziell und personell zu überfrachten. Er erstickt damit ihr Engagement. Dabei ist gerade der Mittelstand auf maßgeschneiderte Lösungen angewiesen.

12. Das verantwortliche Verhalten der unternehmerischen Entscheidungsträger bildet einen wichtigen Bestandteil des Sozialkapitals eines Landes oder einer Region. Empirische Studien belegen: "Je größer das Sozialkapital einer Region, desto größer ihr ökonomischer Erfolg und desto leistungsfähiger seine politischen Selbstverwaltungsinstitutionen."<sup>1</sup> Dieses Sozialkapital zu revitalisieren und zu bewahren ist gerade in unserer gegenwärtig schwierigen Situation eine Aufgabe von größter Wichtigkeit. Unternehmer können mit guten Beispiel vorangehen. Ansteckungseffekte auf alle anderen Akteure unserer Zivilgesellschaft sind dabei ausdrücklich erwünscht! Das Ziel ist klar: "Wir müssen Eigenverantwortung stärken. Es sind zwei Seiten derselben Medaille: Verantwortung jedes Einzelnen für sich selbst und für das Gemeinwesen."<sup>2</sup>

*Dr. Thomas Köster*  
*Geschäftsführer des Nordrhein-Westfälischen Handwerkstages*

---

<sup>1</sup> Habisch, auf der Grundlage einer Studie von R.D. Putnam, in: Habisch A.: Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland, Berlin, Heidelberg 2003, S.27

<sup>2</sup> Jürgen Thumann, Präsident des Bundesverbands der Deutschen Industrie





**Ausgewählte Veröffentlichungen ab 2001**

- 1/01 "Kammern der Zukunft oder Zukunft ohne Kammern?"
- 4/01 "Zur Arbeitsmarktsituation des Handwerks im Kammerbezirk Düsseldorf im Herbst 2001"
- 2/02 "Ausländer – Stütze des Handwerks"  
Die berufliche Integration ausländischer Mitbürger in das Handwerk
- 4/02 "e-Learning im Handwerk" Beispiele – Chancen – Perspektiven
- 2/03 "Die Novellierung der Handwerksordnung –  
Anschlag auf die Qualifikationskultur des Handwerks?!"
- 5/03 "Man muss Zuversicht pflanzen – auch bei jungen Menschen –"  
Ausbildung – Hauptaufgabe einer demokratischen Gesellschaft
- 6/03 "Wissenschaftliches Symposium"  
Im Gedenken an den Innovationsforscher Professor Dr. Erich Staudt
- 3/04 "Schwarzarbeit" - Moralische und wirtschaftliche Erosion oder  
Ventil für Leistungsträger?
- 4/04 "Wer umgelegt worden ist, kann nicht mehr ausbilden"  
Ausbildung – eine gesellschaftspolitische Herausforderung
- 1/05 „Die genossenschaftliche Selbsthilfe“ – heute aktueller denn je
- 5/05 „Tradition und Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements  
in Handwerk und Mittelstand“