



Originallayout



Schließen



Wirtschaft

Mittelstand als Vorbild

Viele kleinere Firmen zeigen hohe soziale Verantwortung

Von Nicola Schuldt-Baumgart

"Wir sind nicht das kleine Abziehbild der Giganten. Unsere Stärken sind die Schwächen der Großen," sagt Gottfried Härle von Unternehmensgrün, einem Verband kleiner und mittlerer Unternehmen. Das gelte nicht nur in puncto Kreativität, Kundennähe, Flexibilität oder Mitarbeitermotivation - auch wenn es um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility - CSR) gehe, würden mittelständische Unternehmen eigene Wege beschreiten.

Das beginnt bei den Begrifflichkeiten. Härle legt Wert auf den Ausdruck "Unternehmerverantwortung" und will damit zweierlei verdeutlichen: nämlich, dass kleinere Unternehmen in Deutschland auf eine lange Tradition verantwortungsbewussten Handelns gegenüber ihren Beschäftigten, Kunden und Lieferanten zurückblicken können und dass das Engagement kleinerer Firmen häufig eng mit dem Eigentümer oder dem Geschäftsführer des Unternehmens verbunden und selten als eigenständiges Konzept "offiziell" in die Geschäftspolitik integriert ist.

Ein weiterer Unterschied: Der Mittelstand ist viel enger mit dem Standort und der Region verbunden. Eigentümer der Firmen engagieren sich dort für soziale Projekte oder den Umweltschutz. Härle resümiert: Seine Organisation verstehe unter Unternehmerverantwortung die langfristige und dauerhafte Sicherung einer Firma. "Quartalsberichte spielen für uns keine Rolle. Und wir unterstützen in unserem regionalen Umfeld nach besten Kräften soziale, kulturelle, umweltpolitische und bildende Institutionen und Initiativen."

Härle, Inhaber eines mittelständischen Brauerei im Allgäu, vertreibt sein Bier seit vielen Jahren nur im Umkreis von 50 Kilometern rund um den Standort. Außerdem bezieht er sämtliche Rohstoffe von Bauern aus Oberschwaben, die ihre Äcker nach Regeln des ökologischen Landbaus bewirtschaften.

Der Erfolg seines Konzeptes spricht für sich: Im vergangenen Jahr erwirtschaftete seine bereits mehrfach ausgezeichnete Brauerei einen Umsatzzuwachs von fünf Prozent.

Am Erfolg des Betriebes partizipieren alle vollzeitbeschäftigten Arbeitnehmer - und das bereits seit den sechziger Jahren. Mittlerweile halten die Beschäftigten 15 Prozent des betrieblichen Eigenkapitals. Hinzu kommen regelmäßige Gewinnbeteiligungen. "Damit wollen wir einen sichtbaren Zusammenhang zwischen menschlichen und finanziellen Werten setzen und den Einsatz aller Mitarbeiter für den betrieblichen Erfolg honorieren," erläutert Härle.

Dennoch - das Engagement der vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen bleibt in der Öffentlichkeit weitgehend unbeachtet. Fast immer sind es börsennotierte Konzerne, die als Beispiele für das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen genannt werden.

Kampagne der EU

Mittlerweile hat aber auch die Politik dieses Problem erkannt - zumindest auf europäischer Ebene. Der für Industriepolitik zuständige EU-Kommissar Oliver Rehn macht auf die Crux mittelständischen Engagements aufmerksam: "Viele kleine und mittlere Unternehmen haben hohe Standards in gesellschaftlichen Themen und in Umweltfragen, ohne diese jedoch ausdrücklich auf CSR zu beziehen und als solche zu kommunizieren."

Um hier Abhilfe zu schaffen, startete die Europäische Kommission im vergangenen Herbst eine europaweite Informationskampagne, die kleine und mittlere Unternehmen für das Thema sensibilisieren will. Die Schauplätze: 65 Konferenzen in den 25 Mitgliedsstaaten, den drei Kandidatenstaaten der Europäischen Union und in Norwegen - davon auch mehrere Konferenzen bei örtlichen Handwerkskammern in Deutschland. Im Mai endete der Veranstaltungsmarathon in Paris.

Die vorläufige Bilanz fällt aus Sicht von Unternehmensgrün-Vorstand Härle allerdings ernüchternd aus: "Die Kampagne kam bei den meisten Unternehmen in Deutschland nicht an."

Auf der anderen Seite steht aber fest: Das Engagement der kleinen und mittleren Firmen schlägt sich auch in deren

Ergebnissen nieder. Nach den Berechnungen des Instituts für Mittelstandsforschung in Bonn (IfM) waren die gesellschaftlich besonders stark engagierten Unternehmen auch wirtschaftlich besonders erfolgreich.

"Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung und eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur sind im deutschen Handwerk ein erheblicher Wettbewerbsvorteil", schreibt das IFM. Die Wissenschaftler hatten im Auftrag der Bertelsmann Stiftung 175 Handwerksbetriebe begutachtet, die sich für den "Handwerks-Preis 2005" beworben haben.

SCHULTBAUMGAR

© Copyright Frankfurter Rundschau
Ausgabe: Stadtausgabe (Nr. 158)
Datum: Montag, den 11. Juli 2005
Seite: 9