

RUHR **Wirtschaft**

Das regionale Unternehmermagazin

Oktober 2014

Kultur macht attraktiv

Wie Lebensqualität zum
Standortvorteil wird



Verantwortlich für das Wir-Gefühl

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement lohnt sich – für die Gesellschaft und die Unternehmen. Solche Corporate Social Responsibility (CSR) trägt nicht nur zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Auch die Qualität der Arbeit ist ein wichtiges Handlungsfeld für CSR. VON RAINER WEICHBRODT

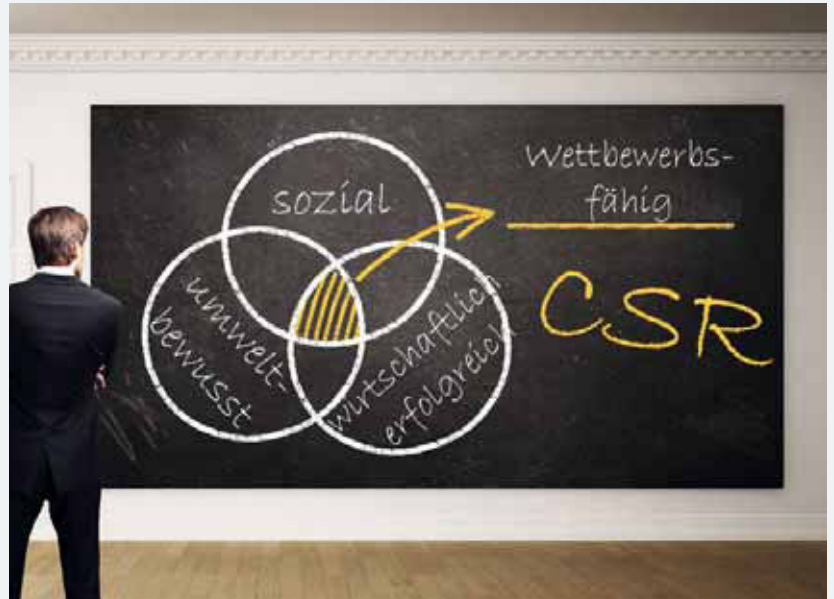


Unternehmen engagieren sich heute in vielfältiger Weise. Das Spektrum reicht vom bewusst schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen über regionales Engagement der Beschäftigten bis hin zu weltweiten sozialen Aktivitäten eines Konzerns. Auch die Gestaltung neuer Arbeitswelten, so wie es zum Beispiel die Initiative „Neue Qualität der Arbeit“ unterstützt, kann Bestandteil einer CSR-Strategie werden.

Mit ihrem CSR-Engagement übernimmt die Wirtschaft Verantwortung, die über rechtliche Anforderungen hinausgeht. Neben großen, international agierenden Unternehmen engagieren sich immer mehr kleine und mittlere Firmen. Denn KMU stehen aufgrund der geänderten Medienwelt im Blick der Öffentlichkeit. Und auch Mitarbeiter nehmen wahr, was in anderen Unternehmen Positives und Negatives geschieht und stellen Vergleiche an. In der Folge bekommen auch rechtlich nicht belangbare Verletzungen im Tier-, Umwelt- oder Gesundheitsschutz eine Brisanz für die Unternehmen.

Bewusstseinswandel im Gange

Eine umfassende CSR-Strategie nimmt zusätzlich die Qualität der Arbeit in den Blick. Heutige Manager sind zu etwa 80 Prozent von zwei Bewusstseinssebenen dominiert: „StriveDrive“ orientiert sich an Profit, Wachstum und Karriere. Hier wird teils nach dem Motto agiert, „erlaubt ist, was nützt“. Hinzu kommt die Bewusstseinssebene „TruthForce“, die für Regeln und Zwang steht und sich in einer hohen strukturellen Reife der Organisation ausdrückt. Prozessbeschreibungen, Arbeits- und Verfahrensanweisungen, Formulare, Handbücher, Compliances und Systeme sind Ausdruck dieser Werte. Die Zertifizierungen der zahlreichen Managementsysteme sollen zeigen, wie exzellent ein Unternehmen sich aufgestellt hat. Die Idee unserer Leistungsgesellschaft basiert auf den Werten dieser



CSR kann – richtig umgesetzt – Unternehmen wettbewerbsfähiger machen.

Grafik: MID

beiden Bewusstseinssebenen, die die deutsche Wirtschaft weltweit stark gemacht haben.

In Europa fokussieren sich aber mittlerweile mehr als die Hälfte der Menschen auf Harmonie, Menschlichkeit und Gerechtigkeit. Ihnen ist es wichtiger, gut mit den Kollegen und den Chefs klarzukommen sowie Wertschätzung und Respekt zu spüren („HumanBond“). Sie wollen ihre Potenziale ins Arbeitsleben einbringen, ihr persönliches ganzheitliches Wachstum gestalten und flexiblere Arbeitsbedingungen haben („FlexFlow“). Mehr als der Hälfte aller Beschäftigten in Deutschland ist dies bereits heute deutlich wichtiger als die Karriere oder Zertifikate an der Wand des Unternehmens.

Gestaltung von Arbeit

Dieser Bewusstseinswandel bei den Beschäftigten geschieht nicht allein durch die junge Generation Y bzw. Why. Die wahrgenommene Reduzierung der Arbeitsfähigkeit eines Baby-Boomers (heute die 50-plus-Generation) bewirkt unter anderem diesen Wertewandel. In das Arbeitsmo-

dell „Hamsterrad“ möchten viele junge Menschen erst gar nicht einsteigen. Die Leistungsgesellschaft von morgen braucht also ein neues Erklärungsmodell und das heißt: Wertschätzung und Zusammenarbeit. Eine auf Förderung, Potenzialen und Wertschätzung aufgebaute Gesellschaft wird künftig mehr an Leistung erbringen als eine Gesellschaft, die auf Selektion, Ergebnis und Druck basiert. Flexiblere Arbeitswelten und die Kultivierung von Vielfalt helfen, dem Fachkräftemangel zu begegnen, die Innovationskraft in Unternehmen zu sichern und sich so in dynamischen Märkten nachhaltig zu behaupten.

Der Wunsch nach einem Wir-Gefühl und einer Abstimmung unseres Handels mit den ökologischen globalen Herausforderungen wird größer. Diese Entwicklungen sollten Unternehmenslenker bedenken, wenn sie ihre Mitarbeiter erfolgreich führen und weiterentwickeln möchten.

www.mi-dortmund.de

› Der Autor Rainer Weichbrodt ist Gründer und Inhaber des Management Instituts Dortmund.

Mehr als nur ein Copyshop!

Farbdrucke	Diplomarbeiten
Textildruck	Bindungen
Visitenkarten	Roll-Ups
Reproduktionen	Kundenstopper
Scanservice	Banner
Broschüren	Großkopien
Leinwanddruck	Poster u. v. m.

Plotservice

Digital-Print-Center

XXL-DRUCK

copier center

Brüderweg 28
44135 Dortmund

Fon: 0231 - 58 96 99 50
Fax: 0231 - 57 51 00

info@copiercenter-dortmund.de
www.copiercenter-dortmund.de