

ZUM TAG DES HANDWERKS: SOZIALE VERANTWORTUNG DER BETRIEBE

Geben, ohne etwas dafür zu erwarten

Handwerksbetriebe sorgen nicht nur mit ihrer Hände Arbeit für Wertschöpfung in der Region. Sie fördern häufig auch kulturelle, soziale oder sportliche Projekte und engagieren sich für die Gemeinde, in der sie ansässig sind. Dabei ist für die hiesigen Unternehmen ihre soziale Verantwortung weit mehr als ein Marketinginstrument.

VON ELISABETH SENNHENN

Töging / Frasdorf / Bruckmühl – Der Begriff „Corporate Citizenship“ (siehe Infokasten) bedeutet bürgerschaftliches Engagement in und von Unternehmen. Große Betriebe und Konzerne verfolgen oft eine ausgeklügelte Strategie, was ihr Wirken in Region und Gesellschaft angeht und nutzen dies auch zu Marketingzwecken.

Die Handwerksbetriebe aus der Region, war aus den Gesprächen mit den OVB-Heimatzeitungen heraus zu hören, verstehen unter sozialer Verantwortung ganz klassisch, Herzensprojekte vor der Firmentür zu unterstützen oder solche, die in direkter Verbindung zum Unternehmen, seinen Mitarbeitern oder der Geschäftsleitung stehen. Die meisten der regionalen Handwerksbetriebe werben nicht groß mit diesen Projekten, weisen nicht mal auf ihrer Website darauf hin. Man kann das als Understatement auslegen oder so interpretieren, dass „einfach mal machen“ den Betrieben wichtiger zu sein scheint als das altbekannte Motto „tue Gutes und sprich darüber“.

Bei Scholz Naturstein aus Frasdorf mag das der Fall sein: Geschäftsführer Andreas Scholz sponsert seit dieser



Auch der Nachwuchs bekommt schon mit, was es heißt, sich als Unternehmen sozial zu engagieren: Hinter der Drehorgel steht der kleine Lukas Demmelhuber, der bei der Spendenübergabe des Töginger Innenausbauers Baiertl & Demmelhuber an den Kinderdorf Guarabira-Verein dabei sein durfte. Hinter ihm steht B&D-Betriebsratsvorsitzender Uwe Bürgel, ganz rechts Geschäftsführer Johannes Demmelhuber.

FOTO RE

Saison die Rosenheimer Eishockeymannschaft, die „Starbulls“, und erwähnt nur eher nebenbei, dass er und seine Frau sich außer beim Roten Kreuz auch gut 30 Jahre lang ehrenamtlich bei der Wasserwacht engagiert haben.

Von einem Ehrenamt zum nächsten

Als Jugendleiter habe ihnen die Ausbildung des Nachwuchses am Herzen gelegen, aber nach mehreren Jahrzehnten – während der Scholz auch sein Unternehmen gründete und es führte – sei es damit auch mal genug gewesen.

Kaum bei der Wasserwacht ausgestiegen, fiel in seinem Wohnort Prien der Jugendleiter der Fußballmannschaft aus. Es habe sich leider niemand gefunden, der seine freie Zeit ehrenamtlich im Sport einsetzen wollte, „da

habe ich den Posten einfach übernommen.“

Die Nachwuchsförderung stehe für ihn im Mittelpunkt, sagt der Unternehmer, da gehe es weniger darum, dass man konkret etwas zurückbekomme. Anders verhalte es sich beim „Starbulls“-Sponsoring: Hier bekommt er für seine finanzielle Unterstützung eine gut sichtbare Werbefläche im Stadion und verspricht sich davon Aufträge aus dem Raum Rosenheim, denn bislang liege sein größ-

tes Kunden-Einzugsgebiet im Großraum München.

In der Region und weltweit engagiert sich der Innenausbau-Spezialist Baiertl & Demmelhuber aus Töging am Inn.

So pflegen die Familien der Geschäftsführer Johann und Christian Demmelhuber „intensive Kontakte und Freundschaften“ zu mehreren karitativen Einrichtungen. Einerseits unterstützt man zum Beispiel ein Projekt in Tibet, welches Waisen, behinderten Kindern und sol-

chen aus armen Verhältnissen den Zugang zu Bildung ermöglicht. Immer wieder gehen auch Spenden aus dem Töginger Handwerksunternehmen an Kinder in Krisengebieten, meist über Partner, die direkt aus der Region kämen und die man persönlich kenne, erzählt Bianca Hartwig von Baiertl & Demmelhuber.

Geschäftsführung verdoppelt Spenden

Ein festes Budget dafür sei nicht vorgesehen, sondern man sammle die „symbolischen“ Beiträge etwa für Getränke von Firmenveranstaltungen im Haus, die die Geschäftsleitung dann verdoppelt. So seien zum Beispiel allein in der Adventszeit 2017 6000 Euro für Kinder in Not zusammengekommen. Soziale Dienste und Projekte vor Ort liegen den Demmelhubers ebenso am Herzen. Er-

löse aus Firmenfesten kommen zur Gänze diesen Organisationen zugute, so zum Beispiel den „Helfern vor Ort“ vom BRK Töging, die als „First Responder“ wichtige professionelle und nachbarschaftliche Hilfe leisteten. Man sponsert auch den regionalen Sport. Das zweckfreie Geben steht laut Hartwig dabei im Vordergrund: Es gehe darum, die Gemeinschaft zu fördern und etwas für sein Umfeld zu tun. In dieses Bild passt auch, dass das Unternehmen Praktika für benachteiligte Jugendliche anbietet, die es sonst nicht leicht hätten, Zugang zu Ausbildungsbetrieben zu bekommen.

Menschen eine Perspektive geben

So geht es auch vielen behinderten Menschen in der Region, die in speziellen Werkstätten einen Arbeitsplatz finden. Sie brauchen langfristige Aufträge aus der Region, um sich etwa mit ihrem handwerklichen Geschick ihren Lebensunterhalt verdienen zu können.

Ein Unternehmen, das neben anderen sozialen Projekten dieses Ansinnen unterstützt, ist Salus aus Bruckmühl. Dessen jährlichen Adventskalender aus verschiedenen Teesorten füllen die Beschäftigten der Eglhartinger Werkstätten. Ende Juni bis Anfang Oktober schickt Salus Teebeutel und Verpackungsmaterial zu den Werkstätten. Dort herrscht jetzt gerade also Hochbetrieb.

Ein Weihnachtsgeschenk ist das nicht für die Werkstattbeschäftigten, denn sie werden für ihre Arbeit entlohnt. Für alle anderen, die den Tee-Kalender Anfang Dezember tatsächlich geschenkt bekommen heißt das aber: Sie haben gerade dazu beigetragen, dass Menschen aus der Region eine berufliche und soziale Perspektive haben.

CC: im Mittelstand eine Strategie

Corporate Citizenship (CC) oder „Unternehmensbürgerschaft“ bezeichnet das gemeinnützige Engagement, das über die eigentliche Geschäftstätigkeit eines Unternehmens hinausgeht. CC gestaltet sich in der Praxis meist als Sponsoring, Spenden und Stiftungsaktivitäten. Oft basiert dies auf einer mittel- oder

langfristigen unternehmerischen Strategie, um sich aktiv für die lokale Zivilgesellschaft oder ökologische oder kulturelle Belange einzusetzen. CC hat sich in Deutschland zumindest im Mittelstand und bei Global Playern als fester Bestandteil der Unternehmenskultur etabliert.