

Chancen & Karriere

ARBEIT, STELLENMARKT UND WEITERBILDUNG IN TIROL · JOBS.TT.COM

Samstag, 16. November 2019 Nummer 317



Nicht nur Marketingstrategie: Immer mehr Unternehmen tragen zur Lösung der selbst mitverursachten ökologischen und sozialen Probleme bei. Foto: iStock

Nachhaltig wirtschaften

Soziale Verantwortung zu übernehmen, liegt im Trend. Wer sich als Unternehmen Nachhaltigkeit auf die Fahnen schreibt, hat nicht nur eine gute Marketingstrategie, sondern kann positive Effekte für eine ganze Region erzielen.

Von Natascha Mair

Zirl – „Wir orientieren uns im täglichen Arbeiten an den 17 Nachhaltigkeitszielen und handeln verantwortungsbewusst“, sagt Simon Meinschad, Geschäftsführer der Firma hollu Systemhygiene. „Das beginnt schon im Kleinen, zum Beispiel das Licht ausschalten, wenn man es nicht braucht, und reicht bis zu strategischen Entscheidungen wie der Entwicklung nachhaltiger Rezepturen für unsere Reinigungslösungen.“ Außerdem achtet man bei hollu darauf, gesundheitlich unbedenkliche Rohstoffe für Produkte zu verwenden, familienfreundliche Rahmenbedingungen zu schaffen sowie auf gleiche Chancen für alle zu achten, erklärt Meinschad. Soziale Verantwortung denken kann noch weiter gehen, sagt Verena Schröder, wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Eichstätt-Ingolstadt und Nachhaltigkeitsberaterin. „Es gilt Zulieferer nicht nur aufgrund von Preisangeboten zu wählen, sondern einen Verhaltenskodex zu entwickeln und diesen als Bestandteil aller Einkaufsverträge einzusetzen. Mit der Vertragsunterzeichnung verpflichten sich alle Zulieferer auf verbindliche Richtlinien bei der Einhaltung sozialer und ökologischer Standards“, erklärt sie.

Weltweit besinnen sich immer mehr Unternehmen auf ihre soziale Verantwortung und berufen sich dabei auf die so genannte Corporate

Social Responsibility (CSR). „Der Begriff beschreibt die freiwillige Verantwortungsübernahme von Unternehmen, die über die gesetzliche Forderung hinausgeht und sich auf soziale und ökologische Belange konzentriert. Darunter fallen etwa Themen wie die Beschäftigung sozial ausgegrenzter Menschen, die Bereitstellung von Kinderbetreuungseinrichtungen oder Aktivitäten zur CO₂- und Müllreduzierung“, erzählt Schröder. Wichtig sei die Thematik, weil Unternehmen so dazu angehalten würden, sich als Teil eines größeren Ganzen zu verstehen und sich gezielt mit den sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auseinanderzusetzen. „CSR stellt für Betriebe eine Möglichkeit dar, zur Lösung der durch sie mitverursachten Probleme beizutragen“, betont Schröder.

Simon Meinschad setzt sich nicht nur als Geschäftsführer für nachhaltige, sozial-ökologische Unternehmensstrategien ein. Er ist außerdem Vorstandsmitglied von respACT, einer österreichischen Unternehmensplattform für verantwortungsvolles Wirtschaften. „Wir unterstützen unsere derzeit über 300 Mitgliedsunternehmen dabei, ökologische und soziale Ziele ökonomisch und eigenverantwortlich zu erreichen“, erklärt Meinschad. Als Landeskoordinator für Tirol versucht er, Gleichgesinnte zu vernetzen, Kooperationen zu fördern sowie das Thema mit

anderen UnternehmerInnen aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten und voranzutreiben. „Ich engagiere mich dafür, weil CSR Sinn in die tägliche Arbeit bringt“, sagt er. Es gelte, nicht nur den wirtschaftlichen Erfolg in den Mittelpunkt zu stellen, sondern über den Tellerrand zu schauen. Man müsse als Unternehmen die Zukunft aktiv mitgestalten und dafür sorgen, dass unser Planet für die nächsten Generationen lebenswert bleibt, ist er überzeugt.

Meinschads Arbeitgeber ist nur eines jener Tiroler Unternehmen, die sich in Sachen sozialer Verantwortung hervortun. Besonders auf regionaler Ebene – Corporate Regional Responsibility (CRR) genannt – passiert hier einiges. „Es gibt eine Reihe von Betrieben – und wie meine Analysen gezeigt haben, auch in der Seilbahnwirtschaft –, die aus ihrer Tradition heraus lokale Vereine, kulturelle Einrichtungen oder soziale Aktivitäten in der Region unterstützen“, erzählt Wissenschaftlerin Schröder. Jedoch geschehe dieses Engagement meist intransparent, punktuell, ohne Strategie und langfristiges Ziel. Tiroler Unternehmen, die in Sachen CSR umfassendere Maßnahmen tätigen und diese auch nach außen kommunizieren, sind z. B. MPreis, hollu oder die Lackfabrik Adler. Swarovski engagiert sich umfassend in Sachen CRR. Wolle man soziale Verantwortung in die Unternehmensstrategie integ-

rieren und das eigene soziale Engagement nach außen tragen, so sei es wichtig, ein Kapital für soziales und ökologisches Engagement nicht nach dem Gießkannenprinzip, sondern strategisch einzusetzen, betont die Beraterin. „Dies erfordert im Vorhinein die Entwicklung einer Verantwortungsstrategie, die das thematische Förderspektrum festlegt. Das schafft Transparenz und ein unternehmerisches Verantwortungsprofil“, ergänzt sie. Weiters gelte es bei der Implementierung von nachhaltigen Strategien, die Auswahl der Projekte zu beachten. „Es sollten ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt und nicht ausschließlich ökologische Projektideen oder Infrastrukturmaßnahmen gefördert werden. Geistes- und sozialwissenschaftliche Zugänge werden nicht weniger benötigt, um neues, nachhaltiges Denken und Handeln anzuregen. Deshalb ist es wichtig, mit den Projekten auf Bewusstseinsbildung abzu zielen und so gesellschaftliche Lernprozesse einzuleiten – bei Jung und Alt“, rät Schröder. Sie weist außerdem darauf hin, dass im Rahmen einer Strategie der sozialen Verantwortung auch in der Region angemessene, faire Löhne essentiell seien. „Nehme ich als Unternehmer mein soziales Engagement ernst, so muss ich bereit sein, über dem Kollektivvertrag zu bezahlen. Gerade im Tourismus könnte man so möglicherweise dem häufig beklagten Arbeitskräftemangel entgegensteuern.“

„Es wird Zeit für radikale Zukunftsethik“

Der Innsbrucker Philosoph Marco Russo spricht im Gespräch mit der TT über die Bedeutung von Ethik in der Arbeitswelt.

Spielt Ethik in der Arbeitswelt überhaupt eine Rolle?

Marco Russo: Arbeit und Ethos sind schon immer Hand in Hand gegangen. Man kann die beiden Dinge nicht trennen, egal, ob Arbeit für einen positiv oder negativ konnotiert ist. Der Begriff Arbeit kommt aus dem Mittelhochdeutschen und bedeutet ursprünglich Mühsal. Als Arbeit wurde also etwas definiert, das belastend ist. Auch heute noch hat es fast immer einen negativen Beigeschmack, wenn es um das Arbeiten geht. Gleichzeitig wird Arbeit in vielen Religionen als wichtig und tugendhaft angesehen. Sobald etwas als tugendhaft impliziert wird, wird auch immer schon eine ethische Haltung mitausgedrückt. Obwohl Arbeit oft als Ballast erlebt wird, ist sie zugleich identitätsstiftend. Es gibt sinnlose und sinnvolle Arbeit. Außerdem definieren wir uns großteils über unsere Arbeit.

„Es wird Zeit für eine radikale Zukunftsethik im Hinblick auf Probleme, die der Kapitalismus und nicht die Arbeit schafft.“

Marco Russo (Philosoph)

Was bedeutet das für wenig prestigeträchtige Arbeiten bzw. solche, die, außer sich den Lebensunterhalt zu sichern, keinen tieferen Sinn für die arbeitende Person haben?

Russo: Ich glaube generell, dass solche Arbeiten abgeschafft gehören. Wir müssen eine Zukunft erfinden, die von Arbeit – die als Mühsal konnotiert ist – völlig befreit ist, was dank der Technik nicht unmöglich ist. Fabriksarbeiten und andere sinnfreie Beschäftigungen müssten nicht mehr von Menschen erledigt werden. So hätten wir alle Zeit für sinnvolle Tätigkeiten, die auf individueller und kollektiver Ebene Weiterentwicklung bedeuten.

Doch bis es so weit ist – was können einzelne Unternehmen tun, um ihren Angestellten zu einer sinnvollen Arbeit zu verhelfen?

Russo: Strategien wie Corporate Social Responsibility (kurz: CSR) sind interessant, weil sie Nachhaltigkeit mitdenken. Für Arbeiter ist es sinnvoller, in einem Unter-

nehmen zu arbeiten, das nicht nur auf Profit ausgerichtet ist, sondern auch an künftige Generationen denkt. Zudem sollte es darum gehen, Arbeitsressourcen nicht auszubeuten. Im Westen hat sich arbeitsrechtlich in den letzten 50 Jahren viel verändert. Unternehmer wie Arbeiter sollten eines im Blick haben: Welche Anstrengungen sind nötig, damit alle ein gutes Leben führen? Arbeiten, um zu leben und nicht leben, um zu arbeiten.

Kritiker sagen, dass Unternehmen CSR oft als bloße Imagekampagne benutzen, während es in Wahrheit nur um die Erhöhung von Profiten geht. Wie sehen Sie das?

Russo: Ich denke, es geht um grundlegendere Fragen. Wir erleben seit Jahren die zerstörerische Dimension des Kapitalismus: Finanzcrash, Umweltkatastrophen, Kriege, Migration. Ist unsere Gegenwart die Zukunft, die wir weitertragen möchten? Ich denke nicht. Also sollten wir uns darum bemühen, den Lauf der Dinge zu ändern. Es geht nicht darum, das System neu zu denken und zu gestalten. Es wird Zeit für eine radikale Zukunftsethik im Hinblick auf Probleme, die der Kapitalismus und nicht die Arbeit schafft. Es gibt genug Knoten zu lösen: Prekariat, Benachteiligung von Frauen, Ausbeutung der Umwelt – um einige Beispiele zu nennen.

Das Gespräch führte Natascha Mair



Der Innsbrucker Philosoph Marco Russo arbeitet im Kultur- und Bildungsbereich. Foto: privat