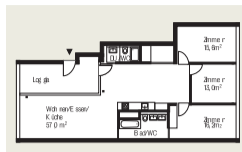


WIRTSCHAFT

Geld: Warum einfache Geldanlagen oft die bessere Wahl sind. **23**



Wohnen: Der TA testet Grundrisse. Fazit: Die teuersten Wohnungen sind nicht immer die besten. **25**

Sozial & Sicher: Ein neues Gesetz will, dass von Eltern entführten Kindern künftig mehr Gehör geschenkt wird. **28**

Bundesrat Merz kündigt harte Verhandlungen an

Zürich. – Laut Finanzminister Hans-Rudolf Merz könnten die Verhandlungen mit Deutschland über ein neues Steuerabkommen auch scheitern. Deutschland müsse auch Zugeständnisse machen – etwa, den Schweizer Finanzintermediären den vollen Marktzugang gewähren. «Sonst werde ich das Doppelbesteuerungsabkommen nicht abschliessen», betont Merz in der NZZ von heute. (TA)

Goldener Fallschirm für Adecco-Präsident Dörig

Zürich. – Gemäss einer bis 2014 geltenden Mandatsvereinbarung stehen Rolf Dörig, dem neuen Verwaltungspräsidenten des Arbeitsvermittlungskonzerns Adecco, 1,8 Mio. Fr. zu, falls er nicht wiedergewählt werden oder zurücktreten sollte. Das schreibt die «SonntagsZeitung». Gewählt ist Dörig jeweils für ein Jahr. (TA)

Unia fordert mehr Lohn für Bauarbeiter

Bern. – Die Gewerkschaft fordert 120 Franken mehr Lohn für alle Bauarbeiter und eine Kompensation für die höheren Krankenkassenprämien. Angesichts des nach wie vor grossen Arbeitsvorrats auf dem Bau und der Zusatzinvestitionen dank der Konjunkturprogramme müsse der Bausektor nun einen Beitrag zur Bekämpfung der Wirtschaftskrise leisten, so die Unia. (AP)

Lufthansa-Chef sieht bereits wieder Licht

Frankfurt. – Wolfgang Mayrhuber geht davon aus, dass der tiefe Abschwung in der Luftfahrtindustrie bald zu Ende ist. «Mein Gefühl ist: Wir haben jetzt den Boden langsam erreicht», sagte er der «Süddeutschen Zeitung». Ob die Lufthansa Ende Jahr allerdings einen Gewinn einfiegen werde, sei unsicher. (AP)

Abwrackprämie hilft den deutschen Automarken

Frankfurt. – Die deutsche Abwrackprämie hat entgegen den Gerüchten vor allem zum Kauf heimischer Automarken geführt. Etwa mehr als die Hälfte des Geldes ist Fabrikaten deutscher Hersteller oder deren Töchter zugute gekommen. (Reuters)

DIE FRAGE

Hilft das Studentenfutter bei der Ausbildung?



Es beschränkt sich nicht nur auf Universitäten – im Gegenteil: Studentenfutter-Packungen gibt es praktisch in jedem Lebensmittelläden zu kaufen. Sie enthalten ungesalzene Nüsse und Rosinen. Diese bestehen nicht ausschliesslich aus Fettstoffen, sondern vor allem aus Kohlenhydraten und Mineralstoffen. Diese Kombination kann die geistige Leistungsfähigkeit kurzfristig fördern. Das ebenfalls enthaltene Eisen und Omega-3-Fettsäuren wirken sich ähnlich positiv aus, allerdings langfristig. Der seit Jahrzehnten gebräuchliche Name dieser Mischung ist also nicht absurd – bei einem bescheidenen Studi-Budget hilft sie, die nötige Konzentration zu steigern. Ein solches Bedürfnis kennen aber nicht nur Studentinnen und Studenten. Kommt hinzu, dass sich die Mischung aus Nüssen und getrockneten Früchten auch auf sportliche Aktivitäten gut auswirkt. In England und in den USA wird diese Snack-Kombination entsprechend «Trail Mix» genannt. Statt als Prüfungsvorbereitung werden die Nüsse und Dörrfrüchte dort also eher für Wanderungen empfohlen. (bau)

Die Menschen hinter der sozialen Revolution

Angehende Sozialmanager sagen, wie sie die Geschäftswelt verändern wollen. Und was Unternehmen tun müssten, um als nachhaltig zu gelten.

Von **Andreas Valda**

Bei allen drei steckt Leidenschaft im Blut. Sie verstehen nicht, dass Firmen im heutigen Umfeld Umwelt- und Sozialthemen ignorieren. Und sie wollen die Welt im Kleinen verändern. Darum sitzen sie an Positionen, wo sie mitanpacken können. Der 32-jährige Nico Gurtner ist die rechte Hand der Chefärztin einer Berner Privatambulanz, die 37-jährige Martinka Bühler untersteht direkt dem Geschäftsführer des Outdoor-Anbieters Transa, und die 33-jäh-

rige Nadine Dubach berät Organisationen wie Greenpeace, Helvetas und die Erklärung von Bern (EVB) in der Strategie.

Gemeinsam absolvierten sie an der Zürcher Fachhochschule den Lehrgang Social Management (siehe Kasten). Die Initiative dazu kam von ihnen. «Ich machte den Kurs, weil ich das Thema für relevant hielt – nicht direkt für den Beruf», sagt Nadine Dubach. Doch jetzt könne sie ihr Wissen im Geschäft nutzen. «Letztes Jahr entstand ein starker Trend zu mehr Kooperationen von Grossunternehmen wie Migros oder Coop und Organisationen wie dem WWF.» Dank ihrem neuen Wissen könne sie solche Kooperationsmodelle anbieten. Dubach bezahlte die Ausbildung privat, Bühler erhielt sie zur Hälfte und Gurtner ganz vom Arbeitgeber finanziert. Das Studium absolvierten sie in ihrer Freizeit.

Wo liegt die Stärke des Winterthurer Lehrgangs? «Sozialmanager lernen, Chan-

cen und Risiken abzuwägen. Bloss «Gutes zu tun», ist nicht das Ziel», sagt Studienleiter Herbert Winistörfer. Der Schwerpunkt liege – im Gegensatz zur Konkurrenz – nicht auf ökologischen, sondern auf sozialen Themen: Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Gesundheitsförderung, Korruptionsbekämpfung, Vielfalt, Datenschutz.

UBS und Swisscom engagieren sich

Auffallend ist, dass die drei Mühe haben, den Begriff Social Management einzugrenzen (siehe Interview). Vorbilder – Firmen, die für sie fortschrittlich wirken – nennen sie keine. Obwohl sie während des Lehrgangs einige kennen gelernt haben, etwa die Swisscom oder die UBS. «Es hat mich beeindruckt, welche Leistungen diese Unternehmen in einzelnen Bereichen erbringen», sagt Dubach. Doch gerade bei der UBS stehe das soziale Engage-

ment im starken Kontrast zu den Vorgängen auf dem Finanzmarkt. «Dabei von Nachhaltigkeit zu sprechen, ist schon sehr ironisch», sagt Dubach.

Bühler betont die Messbarkeit sozialer und ökologischer Leistungen. Dubach sieht das erworbene Wissen als «Instrument, um Nachhaltigkeit im Unternehmen umsetzen zu können.» Alle drei arbeiten in Firmen, die sich mit sozialem Handeln bereits auseinandergesetzt haben. «Bei Transa gibt es das seit 30 Jahren», sagt Bühler, «nur waren die Anstrengungen nicht aufeinander abgestimmt. Ein bisschen hier, ein bisschen dort. Aber ohne Gesamtschau.» Ausserdem habe ihr Arbeitgeber die Anstrengungen zu defensiv kommuniziert. «Dies zu ändern, ist meine Aufgabe», freut sich Bühler.

Ist die Messbarkeit sozialer und ökologischer Leistungen nicht eine Illusion? «Gerade das wird unsere grösste Aufgabe sein. Die nötigen Parameter zur Messbarkeit zu erarbeiten», erklärt Bühler. Wie soll beispielsweise die kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeitenden als sozial nachhaltig «angerechnet» werden? Sie weiss es noch nicht. Oder der Umstand, dass Transa auf eine Wagenflotte verzichtet und alle Mitarbeiter mit Halbtax- oder Generalabos ausrüstet. «Wir prüfen, wie wir eine solche Leistung verrechnen sollen.»

Ein paar Illusionen ärmer

Während des Studiums haben die drei viele sogenannte Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen studiert. «Das sind die schönen, bunten Broschüren», sagt Gurtner. Am überzeugendsten seien jene gewesen, die klar darlegten, «wie man es umsetzt – und nicht was man umsetzt», so Gurtner. «Also nicht die Auflistung der einzelnen Projekte, sondern das System dahinter.» Mit überzeugenden Zahlen? «Die braucht es, aber sie sind nicht das Wichtigste», glaubt Gurtner. Bühler widerspricht: «Wichtig wäre, die Zahlen weltweit zu standardisieren und vergleichbar zu machen. Eine Bewegung gibt es dazu unter dem Namen Global Reporting Initiative.» Trotzdem bleibe die Vergleichbarkeit schwierig, kontert Gurtner.

Dubach ist in ihren Ansprüchen bescheidener geworden. «Vor diesem Lehrgang hatte ich eine viel radikalere Erwartung an die Umsetzbarkeit. Ich habe gelernt, wie schwierig es für ein Unternehmen ist, den sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Aspekten gleichzeitig gerecht zu werden.» Investoren haben einen anderen Anspruch als Konsumenten. Die Entscheidung beispielsweise, «eine Verpackung nicht mehr zu verwenden» oder «keine Produkte mehr per Flugzeug einfliegen zu lassen», sei im Alltag schwierig zu treffen. «So einfach lassen sich Änderungen eben nicht durchziehen», sagt Dubach. Oft kosten sie auf den ersten Blick mehr, als dass sich sparen liesse.



BILD NICOLA PITTARO

Martinka Bühler (links), Nico Gurtner und Nadine Dubach wollen Firmen im Alltag sozialer und grüner machen.

«Grüne Deckmäntelchen» sind verpönt

Soziale Verantwortung liegt im Trend. Die Studienabgänger erklären, was dahintersteckt.

Mit **Martinka Bühler (37)**, **Nico Gurtner (32)** und **Nadine Dubach (33)** sprach **Andreas Valda**

Sie verwenden häufig die Abkürzung «CSR». Sie steht für den englischen Begriff der sozialen Unternehmensverantwortung. Braucht es das coole Kürzel, um Chefs und Kunden von Ihrer Arbeit zu überzeugen?

Nico Gurtner: Es ist ein Label, das man in der Branche kennt. Eigentlich ist sozialverantwortliches Handeln nichts Neues. In der Berner Privatambulanz, in der ich arbeite, gibt es seit über hundert Jahren ein soziales Verständnis. Insofern ist CSR ein Modebegriff für die Leute, die danach suchen.

Nadine Dubach: Solche Kürzel erleichtern das Gespräch. Jedes Mal von «sozial verantwortlichem Management» zu sprechen, ist umständlich. Im privaten Umfeld verwende ich diesen Begriff aber nie.

Wie erklären Sie CSR Freunden im Restaurant bei einem Glas Wein?

Dubach: Man kann es umständlich erklären, etwa mit «sozialer Verantwortung in der Wirtschaft». Ich verwende es in einem Zusammenhang mit Nachhaltigkeit.

Nachhaltig handeln ist ein gesellschaftspolitisches Leitbild. Und CSR ist dazu das Instrument im täglichen Geschäft.

Ein Besteck, um Nachhaltigkeit servieren zu können?

Dubach: Das Besteck dazu, um eine Firma auf nachhaltige Entwicklung auszurichten.

Martinka Bühler: In unserer im Detailhandel tätigen Firma verzichten wir bewusst auf Anglizismen, um alle Mitarbeitenden in unser Tun mit einzubeziehen. Einige können mit der Abkürzung CSR nichts anfangen. Wir sprechen von Verantwortung und Nachhaltigkeit, auf das Risiko hin, dass «nachhaltig» abgedroschen tönt.

Unter Nachhaltigkeit versteht die Geschäftswelt verschiedene Dinge. Die wirtschaftliche und die ökologische. Was gilt?

Dubach: Nachhaltigkeit ist ein grosser Begriff, der zu häufig verwendet wird. Dadurch wird er schwer fassbar. Mir geht es um die zukunftsgerichtete Sichtweise unseres Planeten, unserer Umwelt und unserer Gesellschaft. Einem Unternehmen sollte es nicht darum gehen, dass es mit dem Gewinn Gutes tut, sondern wie es den Gewinn erwirtschaftet. Es gibt viele Firmen, die sogenanntes Greenwashing betreiben, also ihren herkömmlich hergestellten Produkten ein grünes Deckmäntelchen geben. Wenn Unternehmen dem WWF etwas spenden, streichen sie es als sozial verant-

wortlich handelnd hervor. Das kann es nicht sein.

Wo gibt es grüne Deckmäntelchen?

Dubach: In der Werbung. **Gurtner:** Greenwashing heisst möglichst wenig für die Natur machen und möglichst viel darüber kommunizieren. Firmen, die wegen fehlender ökologischer oder sozialer Standards unter Beschuss kommen, wenden häufig Greenwashing an, wenn sie das Thema nicht ernsthaft entwickeln. Für den Konsumenten ist es allerdings schwierig, zu unterscheiden, ob ein Anbieter etwas vormacht oder sich wirklich sozial und ökologisch engagiert. Deshalb schafft ein Unternehmen mit Vorteil eine Stelle für Nachhaltigkeit oder eben CSR. Solange ein solcher Nachhaltigkeits-Manager aber nicht in die Geschäftsleitung integriert ist, kann er wenig ausrichten. Soziales Management muss zur Kultur in einer Firma werden.

Bühler: Und es muss an Leistungen gemessen werden. Das heisst: Nicht nur der Gewinn eines Unternehmens sollte jährlich publiziert werden, sondern auch die sozialen und die ökologischen Leistungen. In der Managersprache nennt man das Triple Bottom Line. Bottom Line bezeichnet in der Geschäftswelt das, was unter dem Strich herauskommt – also den Gewinn. Daneben sollten jedes Jahr auch die Leistungen für Umwelt und Gesellschaft dokumentiert werden.

Die Ausbildung zum Sozialmanager

Zürich. – Sozialmanagement kann an der Uni Lausanne und an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften studiert werden. Der berufsbegleitende Zertifikatslehrgang Social Management/Social Responsibility in Winterthur dauert 9 Monate und kostet 5800 Franken. Eine Klasse umfasst 12 bis 18 Absolventen, die einmal pro Woche am Freitag studieren. Vorausgesetzt werden ein Hochschulabschluss oder «einschlägige Berufserfahrung». Man müsse nicht Umweltfreak sein, um diesen Lehrgang zu studieren, sagt Studienleiter Herbert Winistörfer, aber: «Man muss der Überzeugung sein, dass gesellschaftliche Themen Potenzial bieten, um Unternehmen erfolgreicher zu machen und zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beizutragen.» Während des Kurses referieren unter anderem Grossunternehmen wie die UBS und die Swisscom, wie sie Sozialmanagement betreiben. (val)

www.sozialmanagement.ch