



## Entscheidend am Gewinn ist das Wie!

Banken verdienen Geld mit fragwürdigen Praktiken, Textilunternehmen lassen in Fernost unter menschenunwürdigen Bedingungen produzieren, Reinigungsfirmen beschäftigen Angestellte zu sittenwidrigen Löhnen – die Beispiele unternehmerischer Verfehlungen sind zahllos. Parallel die Gegenbewegung: Kunden werden kritischer und verweigern sich der Profitgier von Firmen. Unternehmen erkennen den Wert der Arbeit, den Nutzen familienfreundlicher Personalpolitik. Und der weitblickende Firmeninhaber, der angesichts der demografischen Entwicklung auf die Generation 50+ genauso wie auf die Ausbildung inhouse setzt, ist kein Einzelfall. Wie stellen sich Unternehmen in Mitteldeutschland zukunfts fest auf und welche Rolle spielt dabei CSR oder besser: unternehmerische Verantwortung? REGJO sprach dazu mit dem Geschäftsführer von IdeenQuartier, CSR-Experte Jörg Müller aus Leipzig.

Interview: REGJO Fotografie: IdeenQuartier und Tom Schulze

**Herr Müller, globalisierte Märkte, kritischer Konsument und Corporate Social Responsibility – was bringt Sie dazu, sich damit in Mitteldeutschland zu beschäftigen?**

Mal abgesehen davon, dass es in der Region eine Reihe Firmen mit globalem Bezug gibt, die sich im internationalen Wettbewerb behaupten müssen, beschäftigt mich, mit welcher Strategie mittelständische Firmen die Herausforderungen ihrer Zukunft bewältigen werden. Da geht es um anspruchsvolle Arbeitskräfte, das wachsende Bewusstsein der Kunden zu Produktions- und Lieferantenbedingungen, aber auch um Nachfolgeregelungen. CSR – also unternehmerische Verantwortung – als echte Unternehmensstrategie eingesetzt, ist für mich das einzige Konzept, das die richtigen Lösungen liefert.

**Also mehr Strategie statt Kommunikation für kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) ?**

Natürlich spielt auch Kommunikation in der Reputation eine wichtige Rolle. Doch das Wesentliche ist, dass wir gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen als ganze Strategie denken und diese als Grundlage für Wettbewerbsfähigkeit und Reputationsmanagement brauchen. Glaubwürdigkeit funktioniert nur dann, wenn wir den Fokus gleichberechtigt auf unser ökologisches, ökonomisches und soziales Verhalten ausrichten. Dass die extreme Leistungsorientierung, die pure Effizienzfokussierung und die reine Kapitalorientierung eben kein hinreichendes Setting für eine wettbewerbsfähige Unternehmenssteuerung ergeben, haben wir ja vorgeführt bekommen. Und Unternehmen merken das ganz



Links: Geschäftsführer Jörg Müller will mit seiner Leipziger Strategie- und Kommunikationsberatung Ideen-Quartier „Mitteldeutschland zum Nachhaltigkeitsstandort Nummer eins machen“.

Oben: Zum Auftakt von V FAKTOR trafen sich im November 2013 J.H. Tobaben (Wirtschaftsinitiative), J. Müller, A. Labahn und Prof. A. Suchanek (HHL). (v.l.n.r.)

konkret: Wenn sie keine Fachkräfte bekommen, weil sie einfach nicht attraktiv sind, keine familienfreundliche Personalpolitik betreiben und der monetäre Gewinn ihr einziger Antrieb ist.

**Und Sie führen Ihr Unternehmen nach solchen Maßstäben und Geldverdienen ist – mal übertrieben formuliert – Nebensache?**

Ich bin Unternehmer und will Geld verdienen – das ist der Auftrag. Geld kann aber nicht der einzige Antrieb sein. Ich will am Ende niemandem erklären müssen, wie ich meinen Gewinn ausbebe, sondern es ist entscheidend, wie ich ihn verdient habe!

**Ende vergangenen Jahres haben Sie mit den Initiatoren Metropolregion Mitteldeutschland und der Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland das Projekt V FAKTOR gegründet. Wozu dient das Projekt und was wollen Sie damit erreichen?**

V FAKTOR ist mir extrem wichtig und auch für den Wirtschaftsstandort bedeutend. Endlich haben wir mit Partnern wie der Leipziger Messe, der Papenburg AG und der HHL ein Instrument für Know-how-Transfer von unternehmerischer Verantwortung und Nachhaltigkeit geschaffen. Bereits jetzt erleben wir, dass die beteiligten Unternehmen trotz Verschiedenheit ähnliche Probleme zu lösen haben.

Natürlich geht es aktuell und dringlich um Fachkräfte. Doch auch Chancen und Risiken sozialer Netzwerke müssen wir mitdenken, denn Shitstorms kommen nicht aus dem Nichts. V FAKTOR multipliziert durch praktische Formate für Know-how und Best Practice. Es gibt so viel mehr Vergleichbarkeit denn je – was unterscheidet uns zukünftig? Wenn Unternehmen nicht intensiv ihre Produktionsketten, ihren Umwelt- und Ressourcenschutz, ihren Umgang mit Marktpartnern oder Mitarbeitern „modernisieren“, werden sie am Markt verlieren. Es bedarf einer konsequenten Orientierung auf Wertschöpfung durch vertrauensvolle Kooperation ohne Schädigung Dritter. Die Effekte sind betriebswirtschaftlicher Natur, auch Reputation ist ein wachsender Unternehmenswert! Ich will mit V FAKTOR eine richtige Unternehmerbewegung initiieren und Mitteldeutschland zum Nachhaltigkeitsstandort Nummer eins machen.

**Also ohne eine neue Qualität an Verantwortung für Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Umwelt wird's düster?**

Ganz klar: Ja! Die Anforderungen und Ansprüche der Gesellschaft an Unternehmen sind extrem gewachsen. Das merkt jeder. Die Menschen erwarten nicht mehr nur von Global Playern, sondern jetzt auch

von einem KMU aus Bitterfeld transparentes und faires Agieren entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Das wird sich in Bezug auf die Mitarbeiter wegen der demografischen Entwicklung noch verschärfen: Der vollständige Übergang vom Wettbewerber- zum Beworbenenmarkt ist in zehn Jahren vollzogen. Wer sich darauf jetzt nicht einstellt, kann einpacken. □

## Das Projekt V FAKTOR

Verantwortlich Wirtschaften in Mitteldeutschland ist ein kostenfreies Programm für Unternehmen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, initiiert von der Metropolregion für Mitteldeutschland sowie der Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland. Erste Projektträger sind die GP Günter Papenburg AG aus Halle sowie die Leipziger Messe GmbH. Im Fokus von V FAKTOR steht der Austausch, die Entwicklung und die Vermittlung von praktischen Maßnahmen für ein nachhaltiges und verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln in Mitteldeutschland. Mit praxisnahen Angeboten erhalten mittelständische Unternehmen die Chance, die konkreten Potenziale von verantwortungsvollem und nachhaltigem Wirtschaften kennenzulernen und umzusetzen.

[www.v-faktor-mitteldeutschland.com](http://www.v-faktor-mitteldeutschland.com)

## IdeenQuartier

Jörg Müller ist Geschäftsführer von Ideen-Quartier – CSR und Kommunikation GmbH und setzt sich seit 2007 für das Verständnis von Corporate Social Responsibility in mittelständischen Unternehmen ein. Im Fokus steht die Entwicklung von Verantwortungsstrategien für KMU und die Beratung dieser in der Umsetzung. Weitere Schwerpunkte seiner Arbeit sind die strategische Akzeptanzkommunikation für Infrastrukturprojekte und die Begleitung von Bürgerbeteiligungsprozessen.

[www.ideenquartier.org](http://www.ideenquartier.org)