

Ansprache von IHK-Präsident Dr. Richard Weber anlässlich der Fachtagung

„Verantwortung übernehmen, Zukunft gestalten: Unter- nehmerisches Engagement als Erfolgsfaktor“ am 12. März, 12 Uhr in der IHK

Sehr geehrte Frau Ministerpräsidentin,
meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich Willkommen zu unserer heutigen Fachtagung, herzlich willkommen in der IHK! Ich freue mich, dass unsere Einladung auf so große Resonanz gestoßen ist. Für mich ist dies ein deutliches Signal: Bei unseren saarländischen Unternehmen gibt es eine breite Bereitschaft, an der Zukunft unseres Landes mitzuarbeiten. Das ist gut so. Für diese Offenheit und dieses Engagement möchte ich mich schon jetzt ganz herzlich bei Ihnen bedanken.

Mein besonderer Gruß gilt heute unserer Ministerpräsidentin, **Frau Kramp-Karrenbauer**. Sie, sehr geehrte Frau Ministerpräsidentin, tragen ja an oberster Stelle Verantwortung für die Zukunft unseres Landes. Ich weiß, dass Sie diese Verantwortung sehr ernst nehmen. Und wir teilen Ihre Einschätzung voll und ganz, dass wir dieses Land nur in *gemeinsamer* Anstrengung voranbringen können. Deshalb sind wir uns auch darin einig: Unser Saarland muss **Mitmach-Land** werden.

Viele gemeinsame Projekte haben wir schon auf den Weg gebracht – von der besseren Integration unserer Jugendlichen in Ausbildung und Beruf über die Stärkung des Hochschul- und Forschungsstandorts Saarland bis hin zur Initiative Saarland Marketing. Zudem ist seit etlichen Monaten auch die Servicestelle **„CSR-Kompetenz für das Saarland“** bei Saar.IS angesiedelt. Für Ihre Offenheit und Ihre Kooperationsbereitschaft bedanke ich mich an dieser Stelle noch einmal ganz herzlich.

Bei unserem heutigen Thema: **Verantwortung übernehmen – Zukunft gestalten** wird sich mancher Unternehmer sagen: Das ist doch mein täglicher Job. Und das stimmt ja auch!

Der amerikanische Ökonom und Nobelpreisträger **Milton Friedman** hat das so auf den Punkt gebracht – er sagte: „The business of business is business.“ Zugespitzt heißt das: Ein Unternehmer soll sich um sein Geschäft kümmern und Gewinne erwirtschaften. Wenn er darin Erfolg hat, wird er auch seiner sozialen Verantwortung gerecht. Ein erfolgreicher Unternehmer befriedigt nämlich nicht nur die Wünsche seiner Kunden und Anteilseigner – er sichert auch Arbeitsplätze. Und er zahlt Steuern. Das ist schon eine ganze Menge.

Nur: Die Öffentlichkeit hat heute weitergehende Erwartungen an die Unternehmen. Es geht nicht mehr allein darum, dass sie erfolgreich sind. In den Mittelpunkt gerät zunehmend auch die Art und Weise, **wie** und **womit** Gewinn erzielt wird. Wie die **Arbeitsbedingungen** sind. Wie das Unternehmen mit **natürlichen Ressourcen** umgeht.

Kunden, Investoren, Medien, Politik und eine breite Öffentlichkeit sind heute kritischer denn je und fragen nach der Legitimation unternehmerischen Gewinnstrebens. Man mag dies für überzogen halten oder gar als undankbar und ungerecht. Aber die Welt ist nun einmal so, wie sie ist.

In Abwandlung zu Milton Friedman könnte man heute sagen: „**The business of business is responsibility**.“ **Verantwortung** also – Verantwortung gegenüber Kunden, Anteilseignern, Beschäftigten und Gesellschaft.

Unternehmen, die auch in Zukunft erfolgreich sein wollen, müssen auf diese Erwartungshaltung reagieren. Sie brauchen ein erweitertes Verständnis von gesellschaftlicher Verantwortung. Und sie müssen vor allem nach außen sichtbar werden.

Corporate Social Responsibility, kurz **CSR**, ist längst eine neue und einflussreiche Variable in der Gleichung für unternehmerischen Erfolg. Nun könnte man fragen: War es das nicht im Grunde schon immer? Haben langfristig denkende Unternehmer nicht schon immer Kunden, Mitarbeiter und Partner gepflegt? Haben sie nicht schon immer in ihren guten Ruf investiert?

Was auch immer im Einzelnen unter CSR verstanden wird – für mich ist es vor allem ein Instrument der **Sensibilisierung**, der **Dokumentation** und – gewiss auch – des systematischen **Marketings**. Die Fragen dabei lauten etwa:

- Was kann ich als Unternehmer *zusätzlich* zu meinen gesetzlichen Pflichten tun? Sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens.
- Wo bin ich mit meinen Möglichkeiten gefordert?
- Und nicht zuletzt: Wie transportiere ich mein soziales Engagement glaubwürdig und kontinuierlich in die *Öffentlichkeit*?

Die richtigen Antworten auf diese Fragen gewinnen zunehmend an Gewicht. Nicht nur, weil die Erwartungen der Gesellschaft an die Unternehmen weiter steigen. Sondern auch, weil der Staat immer weniger in der Lage ist, die vielfältigen gesellschaftlichen Aufgaben allein zu lösen. Und doch warne ich vor überzogenen Erwartungen. Voraussetzung und Grundlage für soziales Engagement ist immer der *wirtschaftliche* Erfolg. Dieser Zusammenhang gerät mir persönlich allzu oft in Vergessenheit.

Meine Damen und Herren, im Saarland gibt es schon seit langem eine gelebte Kultur der Verantwortung nach dem Motto: Da muss was getan werden, da packen wir an!

Saarländische Unternehmen tun sogar sehr viel – auch wenn nicht alles davon der breiten Öffentlichkeit bekannt ist. Sie spenden Geld für soziale und kulturelle Projekte, sie engagieren sich in gemeinnützigen Organisationen, sie unterstützen Sportvereine und stellen ihre Mitarbeiter für ehrenamtliche Tätigkeiten frei. Sie bilden auch in schwierigen Zeiten über den eigenen Bedarf hinaus aus und helfen jungen Menschen beim Berufseinstieg. Schließlich bieten sie Lösungen für eine familienfreundliche Arbeitswelt an.

All dies ist gut für das Funktionieren und den Zusammenhalt unserer Gesellschaft. Und, meine Damen und Herren, es ist **gut für Ihre Unternehmen**. Denn als engagierte Unternehmer präsentieren Sie sich zugleich als sympathische und attraktive Arbeitgeber. Damit steigern Sie Ihre Akzeptanz bei aktuellen und potenziellen Mitarbeitern. Wie heißt es so schön auf Neudeutsch: **employer branding**. Und dabei möchten wir Sie nach Kräften unterstützen!

Zwei Beispiele mögen dies verdeutlichen: Gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium und Pro Ehrenamt organisieren wir seit langem den **Wettbewerb „aktiv & engagiert“**. Er zeichnet Unternehmen aus, die sich auf vorbildliche Weise für die Gesellschaft engagieren. Auch in diesem Jahr findet unser Wettbewerb wieder statt. Nutzen Sie die Gelegenheit! Zeigen Sie Flagge und bewerben Sie sich! Zeigen Sie dem Saarland, was Sie und Ihre Belegschaften für die Gesellschaft leisten. Ich würde mich freuen, Sie dann am 13. November in unserer IHK zusammen mit unserer **Wirtschaftsministerin Anke Rehlinger** auszeichnen zu können.

Mein zweites Beispiel: Gemeinsam mit Handwerkskammer und Landesregierung haben wir das Siegel **„Familienfreundliches Unternehmen“** ins Leben gerufen. Der Erfolg kann sich sehen lassen. Ende letzten Jahres konnten wir gleich 75 Unternehmen mit dem Gütesiegel auszeichnen. Ein vielversprechender Anfang. Ich kann Sie nur ermuntern: **Nutzen Sie dieses Marketinginstrument** und lassen Sie sich ebenfalls zertifizieren.

Damit wir im Wettbewerb um kluge Köpfe punkten können, ist Ihr sichtbares Engagement schließlich auch im **Saarland-Marketing** gefragt. Es ist eine **Mitmach**kampagne. Unsere IHK und die Landesregierung stellen für das Saarland-Marketing in den kommenden fünf Jahren insgesamt 7,5 Millionen Euro zur Verfügung. Das ist an sich eine beachtliche Summe. Bezogen auf die Aufgabenstellung ist es allerdings ein eher bescheidener Betrag. Um mit diesem relativ schmalen Budget dennoch nachhaltig erfolgreich zu sein, müssen wir einen breit angelegten Kommunikationsprozess in Gang setzen. Wir müssen möglichst viele Saarländer zu Botschaftern für ihr Land machen. **Dazu brauchen wir Sie!**

Sie haben vielfältige Kontakte zu Kunden und Geschäftspartnern jenseits unserer Landesgrenzen. Ich bitte Sie daher: **Machen Sie mit beim Marketing für unser Land**. Bringen Sie sich mit pfiffigen Ideen ein und werben Sie für unseren Standort und für unsere Heimat, das Saarland.

Meine Damen und Herren, wir alle wissen: Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen ist im Saarland (und auch darüber hinaus) fest etabliert. Ich bin mir aber sicher: **Da geht noch was!**

Wenn Sie davon ebenfalls überzeugt sind, aber vielleicht noch nicht genau wissen, **wie** es gehen kann: Eine der ersten Adressen im Saarland zum Thema gesellschaftliche Verantwortung ist das von Unternehmern, Kammern und Verbänden getragene **Netzwerk „Verantwortungspartner Saarland“ – unser heutiger Mitveranstalter**. Seit über fünf Jahren setzen Sie sich, **Herr Zastrau**, als Sprecher der Initiative gemeinsam mit zahlreichen Partnern dafür ein, den freiwilligen Einsatz von Unternehmen zu unterstützen und zu bündeln. So werden unter dem Themenschwerpunkt „Jugend, Technik und Beruf“ gezielt Projekte mit Schulen, Kindergärten und anderen Institutionen gefördert. Herr Zastrau, ich danke Ihnen und Ihren Mitstreitern für Ihr zukunftsicherndes Engagement! Sie werden uns nachher noch mehr darüber berichten.

Bei dieser Gelegenheit noch ein Hinweis: Wir unterstützen Sie auch ganz konkret, wenn es darum geht, CSR in Ihrem Unternehmen ganzheitlich einzuführen – und zwar mit unserem neuesten „Produkt“: Dem **IHK-Zertifikatslehrgang „CSR-Manager“**. Informationen dazu finden Sie in den ausliegenden Flyern und am IHK-Stand im Foyer.

Meine Damen und Herren, heute wollen wir gemeinsam mit Ihnen sowie engagierten Akteuren und kompetenten Referenten das Thema „Unternehmerische Verantwortung“ diskutieren. In diesem Zusammenhang begrüße ich sehr herzlich **Herrn Prof. Alexander Brink** von der Universität Bayreuth und **Herrn Stefan Bernhart** von der Daimler AG. Sie beide werden uns gleich mit Ihren Vorträgen in die Thematik einführen.

Ich freue mich auf die anschließende Podiumsdiskussion, die von **Herrn Lüth** moderiert wird. Auch Ihnen Herr Lüth ein herzliches Willkommen in der IHK.

Meine Damen und Herren,

Ihnen allen ein herzliches Dankeschön für all das, was Sie als Unternehmerinnen und Unternehmer bereits freiwillig geleistet haben – und noch leisten werden. **Ohne Sie alle wäre unser Land wahrhaftig ärmer.**

Nun aber hat das Wort unsere Ministerpräsidentin. Frau Kramp-Karrenbauer, bitte sehr!