

Auswertung

Initiative #CSRhumanitär

Dialogforum: Unternehmen als humanitäre Akteure

Historisches Museum Frankfurt, 10. Dezember 2015



In Kooperation mit:



Inhalt

1. Ergebnisse Impulsfragebögen
2. Feedback der Buzz-Groups
3. Teilnehmer-Liste
4. Ausblick: weiteres Vorgehen
5. Kontakt für Fragen und Anregungen
6. Anhang: Kurz-Impuls „Unternehmerisches Engagement in der Humanitären Hilfe“, Prof. Dr. Matthias Fifka, Universität Erlangen-Nürnberg

Initiative #CSRhumanitär

Eine Veranstaltungsreihe des Auswärtigen Amtes mit dem Privatsektor. Im Dialog mit Unternehmen und Akteuren der humanitären Hilfe werden Potenziale der Zusammenarbeit thematisiert und effizientes Engagement gefördert.

1. Wichtigste Ergebnisse der Impulsfragebögen, geordnet nach Relevanz der Teilnehmer des Dialogforums:

Frage: Welchen Beitrag kann die Wirtschaft als humanitärer Akteur einbringen?

1. Die Wirtschaft verfügt über umfangreiche Ressourcen: Finanzen, Knowhow, Mitarbeiter, Sachspenden, Kontakte. Vor allem wirtschaftliche Expertise, Strukturen und Kapazitäten im Ausland haben ein hohes Potenzial für humanitäre Langzeitprojekte sowie in Katastrophen.
2. Sachleistungen und Know-how sind dann hilfreich, wenn das Unternehmen im Vorfeld einer Katastrophe die Einsatzmöglichkeiten im Dialog mit humanitären Akteuren geprüft hat.
3. Aufgabe der Wirtschaft ist es vor allem, in der eigenen Wertschöpfungskette humanitäre Maßstäbe einzuhalten, insbesondere bei ihren Zulieferern in Risikoländern.
4. Expertise in unternehmensbezogenen Fachbereichen

Kapital in Form von Geld und Wissen

Finanzielle Mittel, Know-how, Personal, Logistik

Hilfe basierend auf der eigenen Kernkompetenz (z.B. Logistik), monetäre Unterstützung, Manpower (über Mitarbeiter), Öffentlichkeitsarbeit

Unterstützung von Hilfs- und Freiwilligenorganisationen, ideell und materiell

Frage: Welche Potenziale sehen Sie in der Zusammenarbeit zwischen humanitären Akteuren und der Wirtschaft?

1. Klare Definition gemeinsamer Prozesse schon vor der Krise

Durch eine Zusammenarbeit beim Einsatz von Kernkompetenzen, können sich humanitäre Akteure und die Wirtschaft ergänzen. Die humanitäre Arbeit kann um ein Vielfaches ausgereift, humanitäre Projekte effizienter und nachhaltiger umgesetzt werden.

2. Das Potenzial liegt im voneinander lernen.

Katastrophen betreffen uns Alle. Es sollte somit auch in unserer gemeinsamen Verantwortung und unserem Interesse sein, humanitäre Akteure finanziell, logistisch und organisatorisch zu unterstützen.

3. Win-Win-Situation für alle Parteien bei durchdachten und strategisch aufgesetzten Kooperationen.

Für Unternehmen: Möglichkeit, sich zielgerichtet zu engagieren im Rahmen der Unternehmensverantwortung;
Lernen, vernetzen

Belebung der Allianz Politik – Zivilgesellschaft – Privatsektor

Öffentliche Darstellung gemeinsamer Zielsetzungen

Es hat sich gezeigt, dass die Bereitschaft zu helfen häufig wenig mit einer eigenen zur Schaustellung zu tun hat. Viele Unternehmen unterstützen, ohne die Erwartung einen eigenen PR-Vorteil daraus zu ziehen. Sehr häufig ist das eine Initialzündung für die Mitarbeiter der Unternehmen selbst tätig zu werden.

Wirtschaftsunternehmen profitieren vom Image der humanitären Akteure und können von ihnen lernen. Das wirtschaftliche Engagement, trägt dazu bei, dass die wirtschaftliche Tätigkeit in der Gesellschaft nachvollziehbarer und Teil der Gesellschaft wird.

Frage: Worin liegen die Herausforderungen in der Kooperation?

1. Gegenseitige Erwartungshaltung genau klären
Win-Win-Situation herstellen (was habe ich als Unternehmen davon, mich zu engagieren)
2. Tätigkeit humanitärer Akteure und Geschäftszweck in Übereinstimmung bringen.
Gemeinsames Interesse und Nutzen definieren. Langfristig und grundsätzlicher denken.

Katastrophensituation: schnelle Koordination und Vermittlung von tatsächlichen Bedarfen und Möglichkeiten/„Angeboten der Wirtschaft.“

Z.T. unterschiedliche „Sprache“ zwischen NGOs und Unternehmen.

Kulturelle Unterschiede, Zusammenführung der Interessen.
3. Auswahl von für beide Seiten passenden Projekten (lokal, regional, international)

Koordination der Zusammenarbeit, interner Prozesse

Häufig liegen die Herausforderungen in ganz banalen Dingen wie Erstellung von korrekter Dokumentation, logistische Abläufe und Notwendigkeiten, Behandlung von Gefahrgütern, etc.

Zu große Einflussnahme der Wirtschaft in Projekte.

Die Arbeitsgeschwindigkeiten sind unterschiedlich, ebenso die Planungshorizonte. Große Konzerne denken teils in Dekaden, Entwicklungszusammenarbeit ist oft politisch getrieben und damit eher an Legislaturperioden geknüpft. Solange politische Rahmenbedingungen so instabil sind, werden Investoren nicht mitspielen.

Ihre Anmerkungen/Fragen:

1. Wie können Firmen angesprochen werden? Welche Firmen sind bereit zur Zusammenarbeit?
2. Wie viel müssen Organisationen an ihre CSR-Partner „zurückgeben“? Welche Erwartungen hat die Wirtschaft?
3. Welche Fragen sind für beide Seiten wichtig? Wie können sie sich auf Augenhöhe begegnen?

Wie lässt sich neben Sach- und Geldspenden vor allem der freiwillige Einsatz von Mitarbeitern koordinieren?

Wie gelingt es kleinen und mittelständischen Organisationen passende Partner zu finden?

Konkret zum Thema Flüchtlingshilfe: Welche Unterstützung wünschen sich die humanitären Organisationen von der Industrie?

4. Wie stellen sich humanitäre Organisationen die Zusammenarbeit vor?

Beispiele für gelungene Kooperationen wären sehr interessant.

2. Feedback der Buzz-Groups, thematisch gegliedert:

Leitfrage: Wie können die Prozesse zielgerichteter und effizienter gestaltet werden?
(geordnet nach Themenfeldern)

Themenfeld „Vor der Katastrophe“

- Gemeinsame „Sprache“: Verständnis im Vorfeld der Krise entwickeln
- MoU im Vorfeld der Krise vereinbaren
- Ziele definieren
- Wissen
- Emergency Preparedness: Checklisten, testen/Planspiel
- Erwartungshaltung und zeitlichen Rahmen rechtzeitig klären
- Einsatzablaufplan fertig – Mobilisierungszeit

Themenfeld „Koordination“/„Zusammenarbeit“:

- Besseres gegenseitiges Kennenlernen und Verständnis
 - Rollenklärung Unternehmen: Geber, Spender, Partner, „Akteur“?, Rollen klar festlegen
 - Best-Practice-Beispiele zur Inspiration
 - Aus (Katastrophen) Erfahrung lernen
 - Benennung der Probleme ganz konkret
 - Bedarf klären, klare Bedarfsformulierung
 - Kenntnis der Bedarfe (NGO), Kenntnis der Möglichkeiten (Unternehmen)
 - Stakeholdermatrix
-
- Schnellerer Informationsaustausch
 - Transparenz / aktiver Austausch
 - Zielgerichtete Kommunikation
 - Kommunikationsmatrix
 - Moderator zur Partneranbahnung?
 - Zentrale Koordinierungsstelle
-
- Feste Partnerschaften definieren
 - Identifizierung Unternehmen mit Partnerschaft
 - Kooperationspartner müssen gut zueinander passen – gründliches Kennenlernen
 - Offener Dialog zwischen den Partnern – klare Erwartungen

3. Teilnehmer-Liste

Name	Name	Unternehmen/Institution/Organisation
Atrott	Sabine	Deutsche Lufthansa AG
Auracher	Martin	DEMIRA e.V.
Berlau	Maike	Lufthansa Cargo AG
Brand MdB	Michael	Ausschuss für humanitäre Hilfe und Menschenrechte
Fifka	Prof. Dr. Matthias	Universität Erlangen-Nürnberg
Franke	Frank	Luftfahrt ohne Grenzen e.V.
Frenzel	Dirk	Bayer AG
Grisnigt	Cornelius	SAP SE
Gülap	Ibrahim	Islamic Relief Deutschland e.V.
Hörl	Christian	Deutsches Rotes Kreuz e.V.
Jah	Rosmarie	Auswärtiges Amt
Kaltschmitt	Bianca	Help - Hilfe zur Selbsthilfe e.V.
Kapp-Barutzki	Ursula	CARE Deutschland-Luxemburg e.V.
Knecht	Nina	Procter & Gamble Germany GmbH
Leitschuh	Heike	Moderatorin
Maurer	Katja	medico international e.V.
Meyer	Sascha	World Vision Deutschland e.V.
Michalski	Christian	Habitat for Humanity Deutschland e.V.
Michels	Marion	Aktion Deutschland Hilft e.V.
Mohr	Kathrin	Deutsche Post DHL Group
Mutschler	Dr. Helene	Deutsche Welthungerhilfe e.V.
Olpe	Horst	Apollo Optik Holding GmbH
Pastors	Bernd	Aktion Deutschland Hilft e.V.
Pleuser	Kai	Aktion Deutschland Hilft e. V.
Rabbow	Dr. Michael	Boehringer Ingelheim GmbH
Raebiger	Wolfgang	Lufthansa Cargo AG
Rauscher	Heike	humedica e.V.
Reiffenstuel	Anke	Auswärtiges Amt
Rüther	Maria	Aktion Deutschland Hilft e. V.
Schmallenbach	Katja	ERGO Versicherungsgruppe AG
Schneider	Edith	REWE Group
Schöneborn	Dr. Sandra	Habitat for Humanity Deutschland e.V.
Schramm	Nino	Auswärtiges Amt
Seitz	Dr. Gangolf	Terra Tech Förderprojekt e.V.
Steinmaier	Dr. Normann	Deutsche Welthungerhilfe e.V.
Strässer MdB	Christoph	Beauftragter der Bundesregierung für Menschenrechtspolitik und humanitäre Hilfe
Thüne	Marie-Luise	Luftfahrt ohne Grenzen e.V.
Töpfer	Manuela	Best Western Hotels Deutschland
Vorbohle	Dr. Kristin	Celesio AG
Wenta	Stefanie	Paul Hartmann AG

4. Ausblick: weiteres Vorgehen

Nächste Dialogveranstaltung #CSRhumanitär

Business Dialogue, 17. Februar 2016, im Auswärtigen Amt in Berlin

(Einladungen erfolgen separat)

5. Kontakt für Fragen und Anregungen

Auswärtiges Amt	Aktion Deutschland Hilft
Rosmarie Jah	Marion Michels
Öffentlichkeitsarbeit und Partnerschaften	Projektmanagement
Referat für Humanitäre Hilfe und	Initiative #CSRhumanitär
Humanitäres Minenräumen	Humanitäre Hilfe & Privatsektorbeziehungen
Tel.: +49 (0) 30-1817-3098	Tel.: +49 (0) 228 – 242 92-455
E-Mail: so5-7@diplo.de	E-Mail: michels@aktion-deutschland-hilft.de

6. Anhang: Kurz-Impuls

**„Unternehmerisches Engagement in der Humanitären Hilfe“,
Prof. Matthias Fifka, Universität Erlangen**

Unternehmerisches Engagement in der Humanitären Hilfe

Prof. Dr. Matthias S. Fifka
Allg. Betriebswirtschaftslehre,
insb. Unternehmensethik



DGNV, 2012

Gliederung

- Megatrends des 21. Jahrhunderts
- Humanitäre Hilfe im 21. Jahrhundert
- Unternehmerisches Engagement in der humanitären Hilfe
- Fazit

Megatrends des 21. Jahrhunderts

Das 21. Jahrhundert wird durch massive soziale, ökologische und ökonomische Veränderungen geprägt sein.

- Globalisierung
- Klimawandel
- Ressourcenknappheit
- Demographischer Wandel
- Bedeutungsverlust des Nationalstaates
- Zivilgesellschaftliche Organisation
- Soziale Medien
- Wachsendes Konsumentenbewusstsein

Globalisierung

Globalisierung ist die weltweite Verflechtung wirtschaftlicher, technologischer, kultureller und politischer Natur.

- Entgrenzung
- Enträumlichung („deterritorialization“)
- Vernetzung („interconnectedness“)
- Verdichtung („time-space compression“)



Klimawandel

Klimawandel bezeichnet die durch Natur und Mensch bedingte Veränderung des Klimas auf der Erde.

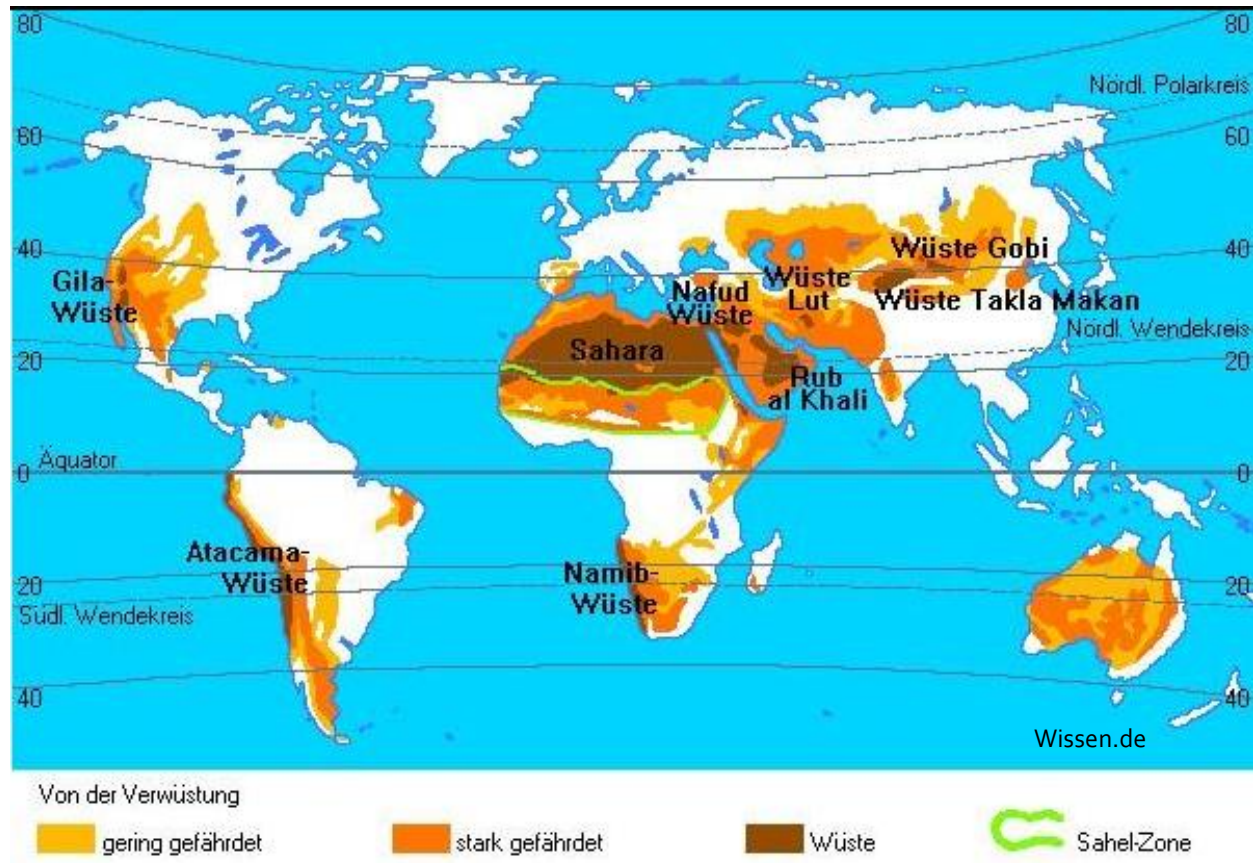
- Graduelle Erhöhung der Erdtemperatur
 - Zunehmende Zahl an Extremwetterereignissen
 - Ernteausfälle
 - Landverödung
 - Erosion
- ⇒ Verlust landwirtschaftlichen Nutzgebietes



Jessica Purviance

Klimawandel

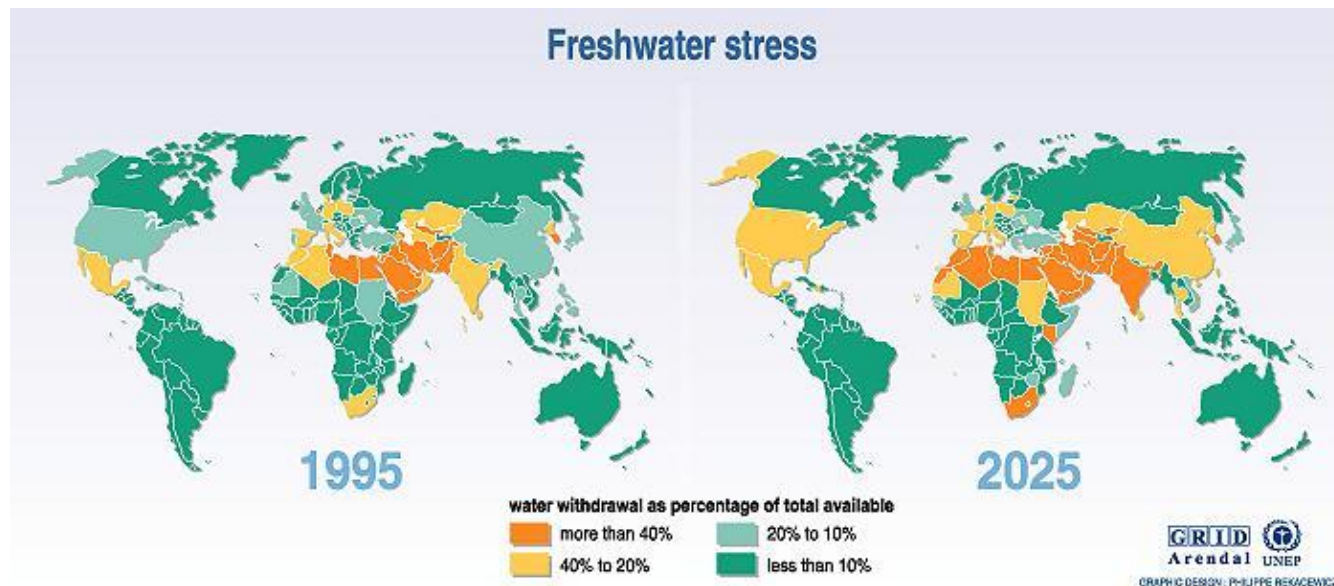
Klimawandel bedroht vor allem die Landwirtschaft in Entwicklungs- und Schwellenländern.



Ressourcenknappheit

Ressourcenverknappung bedroht die wirtschaftliche Grundlage von Menschen und Unternehmen.

- Zunehmende Verknappung nicht-regenerierbarer (z.B. Erdöl, Erdgas, Kohle) und regenerierbarer (z.B. Frischwasser, Wald) mit Vorratsminderung

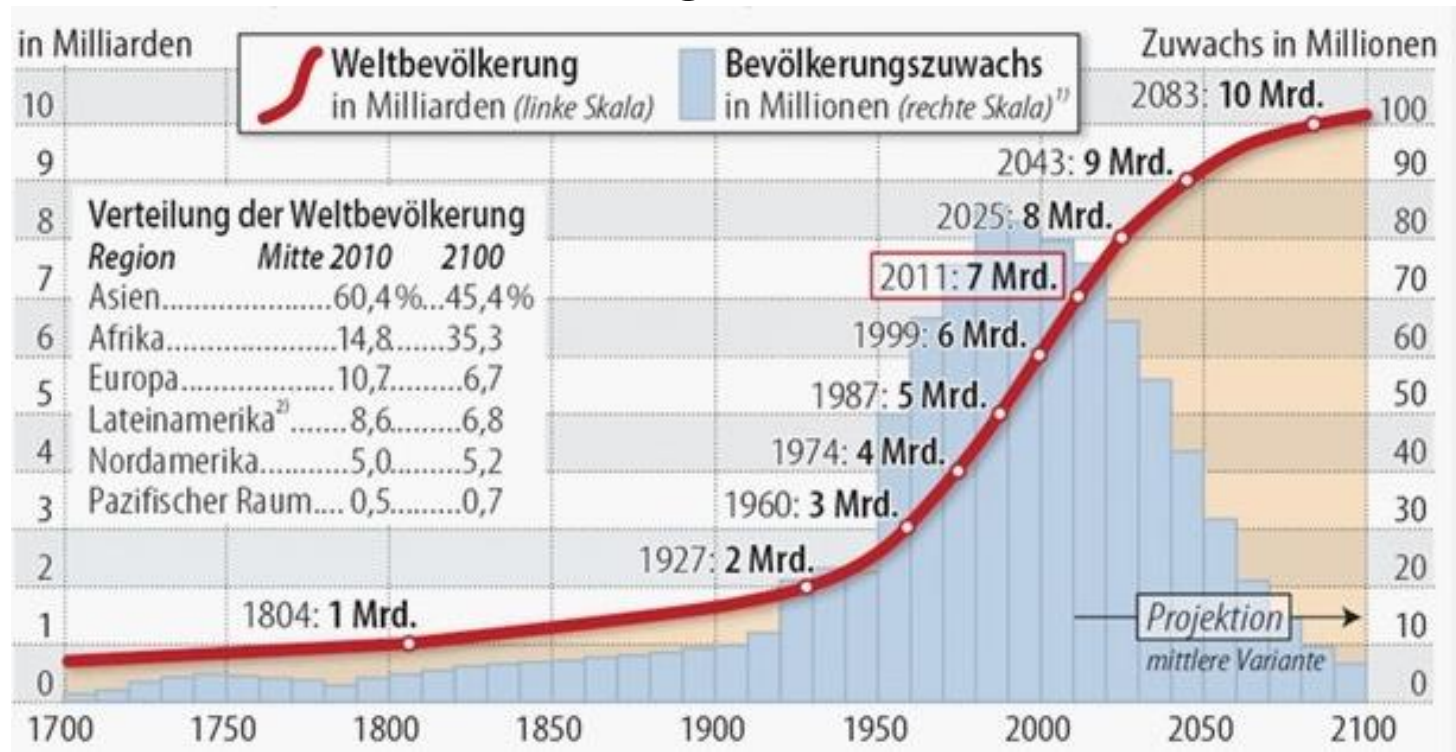


Source: Global environment outlook 2000 (GEO), UNEP, Earthscan, London, 1999.

Demographischer Wandel

Das Bevölkerungswachstum bis zur Jahrhundertwende findet nahezu ausschließlich in Entwicklungsländern statt.

Zunahme der Weltbevölkerung



Quelle: faz.net

Bedeutungsverlust des Nationalstaats

Staatliche Regelfähigkeit gerät im 21. Jahrhundert zunehmend an ihre Grenzen.

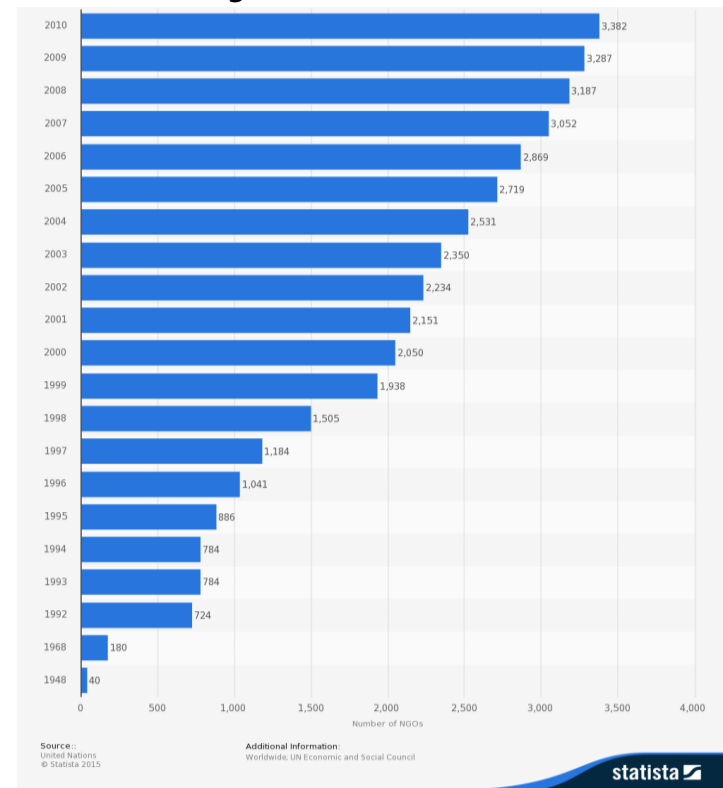
- Wohlfahrtstaaten sind nicht mehr länger in der Lage, eine umfassende Versorgung zu bieten (z.B. aufgrund des demographischen Wandels).
- Die zu lösenden Probleme sind zu komplex (Hyperkomplexität) und entziehen sich aufgrund ihres transnationalen Charakters der Regulierung des Staates (z.B. Klimawandel, Ressourcenknappheit, Flüchtlingskrise).
- Unterschiedliche Interessenslagen verhindern häufig zwischenstaatliche Kooperation.

Zivilgesellschaftliche Organisation

NGOs treten zunehmend auf, um Staatsversagen zu kompensieren.

- Reaktion auf zunehmende Herausforderungen und schwindende staatliche Problemlösung
- Flexibler und schneller
- Nicht dem Territorialprinzip unterworfen
- Höhere Glaubwürdigkeit

Zahl der NGOs mit Beobachtungsstatus im ECONSOC



Soziale Medien

Alle Medien, die die Nutzer über digitale Kanäle in der gegenseitigen Kommunikation und im interaktiven Austausch verbinden.

- Grundlegende Veränderung der Medienstruktur („many to many“)
- Zeitnah und aktualisierbar
- Mobilisation und Koordination
- „Skandalisierung“

Amnesty International Student Group - AISG At UofL
shared Jacob White's event.
April 23 · 🌐

Come show solidarity with #UofL students protesting workers rights. The UofL administration cares more about profits than people, let's make them change their minds. <https://www.facebook.com/events/1433619736934350/>

Aktion Deutschland Hilft
Bündnis deutscher Hilfsorganisationen

Gemeinsam schneller helfen

SPENDEN Wir über uns Hilfsstrategie Spenden & helfen News & Themen

SOCIAL MEDIA

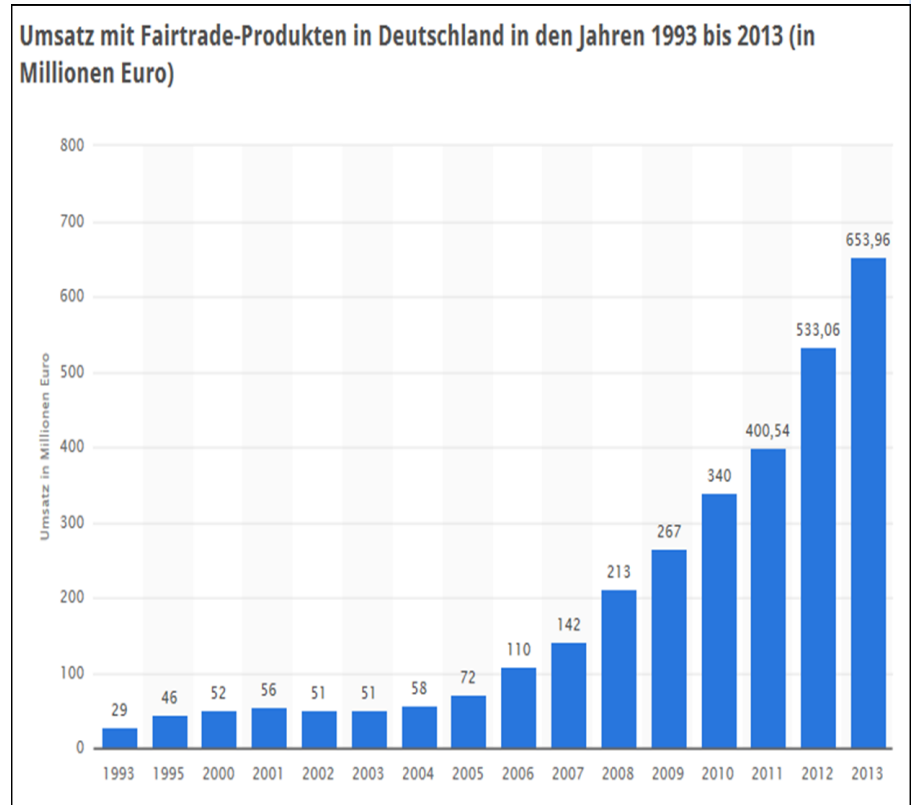
Interaktiv helfen

Das Bündnis der Hilfsorganisationen in Social Networks

Wachsendes Konsumentenbewusstsein

Konsumenten sind zunehmend bereit, Unternehmen für Fehlverhalten zu sanktionieren und ihr Engagement zu honorieren.

- Wachsender Absatz von Fair-Trade-Produkten
- Transparenzforderungen
- Konsumentenboykotte



Quelle: statista, 2014

Gliederung

- Megatrends des 21. Jahrhunderts
- Humanitäre Hilfe im 21. Jahrhundert
- Unternehmerisches Engagement in der humanitären Hilfe
- Fazit

Merkmale humanitärer Hilfe

Was ist humanitäre Hilfe?

- Schutz und Versorgung von Menschen in Notlagen, die natürlichen oder menschlichen Ursprungs sein können.
- Über Ersthilfe hinausgehend
- Kurz- und mittelfristiger Zeithorizont (keine Entwicklungshilfe!)
- Vier Grundprinzipien: Menschlichkeit, Unabhängigkeit, Unparteilichkeit und Neutralität
- Greift dann, wenn lokale/nationale Kapazitäten überschritten sind
- Getragen von staatlichen und nicht-staatlichen Organisationen

Erscheinungsformen humanitärer Hilfe:

Humanitäre Hilfe kann viele Formen annehmen

- Bereitstellung von lebenswichtigen Gütern (Nahrung, Wasser, sanitäre Anlagen, Unterkunft, Kleidung)
- medizinische Versorgung
- psychosoziale Hilfe
- Schutz vor Gewalt und Verfolgung
- Unterstützung von Bewältigungsstrategien (Lieser, 2013)

Bedeutungszunahme humanitärer Hilfe

Aufgrund der weitreichenden Veränderungen wird humanitäre Hilfe im 21. Jahrhundert wichtiger werden.

- Landverlust
 - Extremwetterereignisse
 - Wasserknappheit
 - Bevölkerungswachstum => steigende Gefahr von Pandemien
 - Staatliche Instabilität
 - Sicht- und Greifbarmachung durch NGOs und soziale Medien
- ⇒ **zunehmende Zahl an natürlichen und politisch induzierten Notlagen**
- ⇒ **aber: wer leistet die Hilfe?**

Gliederung

- Megatrends des 21. Jahrhunderts
- Humanitäre Hilfe im 21. Jahrhundert
- Unternehmerisches Engagement in der humanitären Hilfe
- Fazit

Eingrenzung unternehmerischen Engagements

Was ist unternehmerisches Engagement überhaupt?

- Vielfältige Begrifflichkeiten:
 - Corporate Social Responsibility (CSR)
 - Unternehmerische Sozialverantwortung
 - Gesellschaftsverantwortung
 - Corporate Citizenship
 - Sustainability
 - Nachhaltigkeit
 - karitatives Engagement



Eingrenzung unternehmerischen Engagements

Was ist unternehmerisches Engagement überhaupt?

- Corporate Social Responsibility
 - „Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die **Betriebsführung** und in ihre Kernstrategie integriert werden (EU, 2011).“
 - „Bei CSR geht es darum, wie Gewinne erwirtschaftet werden und nicht, was mit ihnen geschieht. **Es geht nicht um Stiften, Spenden, Sponsern** oder so genannte gute Taten. Sondern das Kerngeschäft zeigt...“ (Lexikon der Nachhaltigkeit, 2011).

Unternehmerisches Engagement und humanitäre Hilfe

Humanitäre Hilfe ist bei den meisten Unternehmen nicht Teil des Kerngeschäfts, wie es CSR-Definitionen fordern.

- Ein „modernes“ CSR-Verständnis schließt karitatives Engagement („Corporate Citizenship“) eigentlich aus.
 - Somit fällt auch unternehmerisches Engagement in der humanitären Hilfe nicht unter „CSR“.
 - Konsequenz zu Ende gedacht heißt das, dass humanitäre Hilfe kein Bestandteil unternehmerischer Verantwortung für die Gesellschaft sein kann.
- ⇒ Der Staat bzw. die Bürger sollten sie ermöglichen.
- ⇒ **Macht das Sinn?**
- ⇒ **Ist das überhaupt wünschenswert?**

Unternehmerisches Engagement und humanitäre Hilfe

*Unternehmerische Verantwortung sollte primär im Kerngeschäft übernommen werden, **aber auch darüber hinaus.***

- **Ist es sinnvoll, humanitäre Hilfe von CSR auszugrenzen?**
 - Nein. Verantwortung für gesellschaftliche Problemlagen kann im und außerhalb des Kerngeschäfts übernommen werden.
 - Sie **nur außerhalb** des Kerngeschäfts zu verfolgen, ist jedoch nicht zielführend.
- **Ist das wünschenswert?**
 - Nein. Humanitäre Notlagen werden zunehmen, aber Staaten sind immer weniger in der Lage, sie zu lindern.
 - In einer globalisierten Welt sind wir mittel- und unmittelbar stärker mit den Folgen dieser Notlagen konfrontiert.

Unternehmerisches Engagement und humanitäre Hilfe

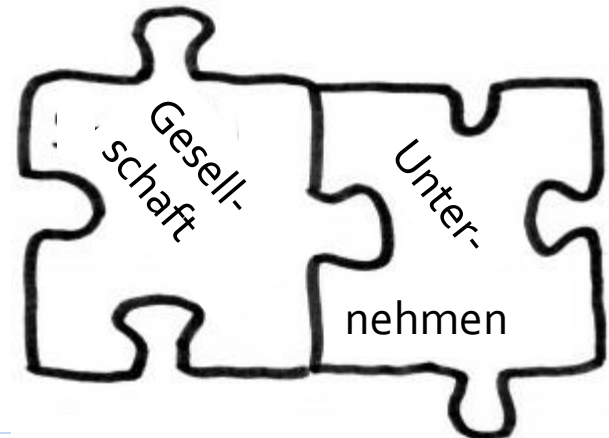
*Engagement in der humanitären Hilfe sollte **nicht ad hoc** stattfinden.*

- Unternehmerisches Engagement in der humanitären Hilfe ist notwendig und wünschenswert.
 - Aber sie sollte
 - nicht aus sporadischen Kleinspenden bestehen
 - wahllos auf verschiedene Partner verteilt werden
 - aus unkoordinierten Sachspenden bestehen
 - unkoordiniert von verschiedenen Personen im Unternehmen veranlasst werden
- ⇒ **geringer Mehrwert für Hilfsorganisationen und somit auch die Betroffenen selbst, aber auch das Unternehmen**

Unternehmerisches Engagement und humanitäre Hilfe

*Engagement in der humanitären Hilfe sollte **strategisch** stattfinden.*

- Langfristige Kooperation => Planungssicherheit
 - Schaffung von Zuständigkeiten im Unternehmen und Festlegung von Vergabeprinzipien => Klarheit
 - Verbindung zum Kerngeschäft (z.B. über Zielregionen, Art der Notlagen, Hilfsformen) => Glaubwürdigkeit
 - Möglicher Einsatz von eigenen Kompetenzen und Ressourcen => Effektivität und Effizienz
- ⇒ **Mehrwert für Unternehmen und Gesellschaft**



Unternehmerischer Mehrwert humanitäre Hilfe

*Engagement in der humanitären Hilfe hat einen **Business Case**.*

- Reputations- und Imagebildung
- Mitarbeiterbindung, -loyalität und -zufriedenheit
- Kompetenzbildung
- Förderung von Teamfähigkeit
- Know-how Transfer

⇒ **Mehrwert für Unternehmen und Gesellschaft**

„Ich wäre bereit, auf 15 Prozent meines Gehalts zu verzichten, wenn...“

- das Unternehmen glaubwürdig gesellschaftliche Verantwortung übernimmt: 35%
- ich einen Beruf hätte, der einen sozialen oder ökologischen Mehrwert schafft: 45%
- ich für ein Unternehmen arbeiten könnte, das meine Werte teilt: 58%

Quelle: Heidenreich, 2012

Gliederung

- Megatrends des 21. Jahrhunderts
- Humanitäre Hilfe im 21. Jahrhundert
- Unternehmerisches Engagement in der humanitären Hilfe
- Fazit

Fazit

Engagement in der humanitären Hilfe kann unter bestimmten Voraussetzungen für alle Beteiligten einen Mehrwert schaffen.

- Sektorübergreifende Kooperation ist eine zentrale Voraussetzung für erfolgreiche humanitäre Hilfe
 - Bereitschaft aller Akteure (Staat, Unternehmen und NGOs) in höherem Maße zusammenzuarbeiten.
 - NGOs müssen Unternehmen eine intensivere Beteiligung zugestehen.
 - Unternehmen müssen den unternehmerischen Mehrwert humanitärer Hilfe erkennen und nützen.
 - Die Gesellschaft muss diesen Mehrwert auch zugestehen.