

Impulswoche 15. bis 19. Juni 2015

Verantwortung – was heisst das konkret?

Projektberichte und Interviews zu den Impulswochen 2015 vom Verein Unternehmen Verantwortung - eine Zeitung von Studierenden der Summer School Corporate Social Responsibility





Projektberichte und Interviews aus der Impuls-Woche

Bildung – ein Schritt in eine bessere Welt	4
Dank Lebensmittelpartnerschaften können alle profitieren	6
Ein Arbeits- und Wohnplatz für Menschen mit Behinderung	8
Integration unterm Blätterdach	10
Psychisch kranke Menschen sind ganz «normal»	12
Damit der süsse Genuss keinen bitteren Beigeschmack hat	14
Wirtschaft und Soziales begegnen sich	16
Soziale Kontakte fördern statt Unabhängigkeit einschränken	18
Gesundheitsförderung braucht System	20
Swisscom gestaltet die Zukunft	22
Soziale Integration durch Begegnung auf Augenhöhe	24
Digitale Medien für soziale Wirkung und Veränderung	26

Leitung Koordination Prof. Mariana Christen Jakob, Hochschule Luzern, mariana.christen@hslu.ch

Administration und Organisation Michelle Roos, Hochschule Luzern, michelle.roos@hslu.ch

Impressum

Herausgeberin: Prof. Mariana Christen Jakob, **Gestaltung:** Hochschule Luzern,
Marketing & Kommunikation, **Texte und Fotos:** Teilnehmende Summer School Corporate Social
Responsibility

Bildung – ein Schritt in eine bessere Welt

Durch Stipendien die Lage in Entwicklungsländern verbessern. Ein Ansatz der For-Impact Organisation Aiducation International, um Armut und die damit verbundenen Probleme zu bekämpfen.

von Ramon Banz

Ohne Chance auf schulische Ausbildung sind Kinder in Kenia, wie auch in anderen Ländern, von Armut bedroht. So verdient ein Kenianer, der nur eine Grundschulbildung hat, im Durchschnitt weniger als die absolute Armuts Grenze von 40 USD im Monat. Um eine feste Anstellung sowie ein Gehalt von über 70 USD im Monat zu erreichen, ist der Abschluss der Sekundarschule unabdingbar. Diese ist gegenüber der Grundschulbildung in Kenia kostenpflichtig und kann so von vielen armen Familien nicht finanziert werden.

Hier kommt die Idee von Aiducation International ins Spiel, indem die Organisation motivierten und begabten Schülern aus armen Familien ein Leistungsstipendium durch Spendengelder zur Verfügung stellt. So auch der jungen Kenianerin Rachael, die aus einer Familie mit vier Kindern stammt. Um Rachael ein optimales Lernumfeld mit drei Mahlzeiten, Strom und fließendem Wasser bereitzustellen, konnte sie in der Internatsschule «Ribe Girls» ihre Chance dank einem Stipendium nutzen. Die Verpflegung sowie die Unterkunft sind dabei jeweils in den Semestergebühren enthalten, die direkt mit dem Stipendium finanziert werden. Aiducation kann aufgrund von Stiftungs- und Unternehmenspartnerschaften in Kombination mit ihren mehrheitlich ehrenamtlichen Angestellten garantieren, dass über 90% der investierten Gelder aus Spenden für Stipendien direkt den finanzierten Schülerinnen und Schülern zugutekommt.

Rachael absolviert zurzeit ein Bachelorstudium an der Universität «Maasai Mara» in Bildung und Kunst. Die Universität kann sie aufgrund ihres guten Sekundarschulabschlusses besuchen, was erst

aufgrund des Stipendiums durch Aiducation ermöglicht wurde. Mittels einem durch Aiducation und Swiss Re organisiertem Besuch an der «Swiss-Re Start Up Academy» und Mitteln aus einem «Start Up Fund» betreibt Rachael heute mit Freunden eine Fischzucht. Mit dem umweltfreundlichen Fischzuchtprojekt «Churchill's choice» möchte Rachael zu einer nachhaltigen und ausgewogenen Wirtschaft beitragen und Arbeitsplätze, insbesondere für Frauen, schaffen. Das Ziel von Aiducation ist es, dass die Stipendiatinnen und Stipendiaten nach einer erfolgreichen Ausbildung ihren eigenen Lebensstandard verbessern und damit mittelfristig auch aktiv die Herausforderungen von Kenia als Land angehen können. Langfristig können sie wenn möglich ein weiteres Stipendium finanzieren und damit den Kreislauf schliessen.

Armutshilfe durch Stipendien

2006 wurde vom kenianischen Arzt Jeremiah Kiponda Kambi und seinen Freunden eine Bildungsorganisation ins Leben gerufen. Diese machte es sich zur Aufgabe, durch Stipendien talentierten Kindern aus armen Verhältnissen Zugang zur Sekundarschule bereitzustellen. Auf einer Reise durch Kenia waren die beiden ETH-Studierenden Kristin Kapitza und Florian Kapitza von dieser Idee so überzeugt, dass sie 2007 mit Jeremiah die Aiducation International ins Leben riefen.

Heute zählt Aiducation mehrere Dutzend Angestellte und kann auf einen Erfolg von über 600 finanzierten Stipendien zurückblicken.



«Bis Kenia keine Hilfe mehr
von Aiducation benötigt.»

**Interview – mit Matthias Meier,
CEO Aiducation International Schweiz**

Was waren Ihre Motivation und der Anstoss, für Aiducation zu arbeiten?

Da ich in der Schweiz aufgewachsen bin und eine äusserst gute schulische Ausbildung mehr oder weniger umsonst geniessen konnte, möchte ich dies den Kindern in Entwicklungsländern auch ermöglichen. Die Freiheit, selber die eigene Zukunft zu wählen, fehlt diesen Lernenden, da der Zugang zur Sekundarschule mit hohen Kosten verbunden ist. Meine Motivation dahinter ist sicherlich auch, dass ich in meinem vorherigen Beruf als Unternehmensberater eher für die Gewinnoptimierung und Effizienz gearbeitet habe und somit Menschenleben nur beschränkt positiv verändern konnte.

Durch Ihren Ausbildungsweg könnten Sie in einem anderen Unternehmen ein hohes Gehalt erhalten, jedoch verzichten Sie heute auf einen Grossteil davon. Warum haben Sie sich explizit für Aiducation entschieden und wie halten Sie sich über Wasser?

Angefangen haben wir bei Aiducation mit einem Team aus ehrenamtlichen Mitarbeitenden. So habe auch ich von 2009 bis Ende 2013 ausschliesslich ehrenamtlich neben meinem Beruf als Berater für Aiducation gearbeitet und habe zu Beginn des Jahres 2014 ein bescheiden vergütetes Mandat von Aiducation angenommen. Über die letzten sechs Jahre konnte die Aiducation über Spendengelder und Unternehmenspreise einen bescheidenen Kapitalstock im Sinne



Matthias Meier und Prof. Mariana Christen Jakob

von freien Mitteln aufbauen. Damit konnten wir letztes Jahr das Engagement teilweise vergüten.

Mir persönlich ist es wichtiger etwas zu bewegen, anstatt viel Geld zu verdienen. Dies macht mir auch Spass und gibt mir Energie. Für den Lebensunterhalt genügt dieser Verdienst jedoch noch nicht.. Darum habe ich 2014 mein eigenes Unternehmen, die «impACT advisory GmbH», gegründet.

Warum werden die Stipendiatinnen und Stipendiaten bei Aiducation nicht verpflichtet, das Stipendium zurückzuzahlen?

Unsere Idee ist es, jungen Menschen in einer schwierigen Zeit zu helfen und das Potenzial vollumfänglich zu fördern. Dabei möchten wir den Stipendiatinnen und Stipendiaten nicht zusätzlich die Last auferlegen, an eine Rückzahlung zu denken. Darum haben wir uns dafür entschieden, dass für die Stipendiatinnen und Stipendiaten keine Verpflichtungen durch einen Vertrag entstehen und sie sich voll und ganz auf die Schule konzentrieren können. Jedoch unterzeichnen sie einen Verhaltenskodex, in dem sie zustimmen, ihrem Land etwas zurückzugeben. Die Stipendiatinnen und

Stipendiaten engagieren sich dabei teilweise ehrenamtlich neben dem Studium für Aiducation, indem sie unsere eigenen Mentoringprogramme mitorganisieren. Unterdessen beteiligen sich erste Absolventinnen und Absolventen von unserem Programm bereits an einem Stipendium eines weiteren jungen Menschen in Kenia. So schliesst sich langfristig der Kreis – bis Kenia keine Hilfe mehr von Aiducation benötigt.

Was ist der Unterschied zwischen Aiducation und anderen Patenschafts-Organisationen?

Wir unterscheiden uns von diesen Organisationen, indem wir Leistungsstipendien und nicht Patenschaften vergeben. Dabei fliessen die Spenden nicht in einen grossen Topf, sondern werden gezielt für eine über unsere Website ausgewählte Kandidatin oder einen Kandidaten verwendet. Die Spende wird dazu nicht der Kandidatin oder dem Kandidaten ausbezahlt, sondern direkt der ausgewählten Internatsschule überwiesen.

Dank Lebensmittelpatenschaften können alle profitieren

Armut in der Schweiz ist kein Geheimnis mehr. Sehr viele Menschen sind davon betroffen. Caritas-Markt hat einen Weg gefunden, diesen Menschen Zugang zu hochwertigen Lebensmitteln zu günstigen Preisen zu ermöglichen



von Kathrin Reinmann

Im Caritas-Markt erhalten Menschen, die von Armut betroffen sind, Lebensmittel und Produkte zu Tiefpreisen. Von Grundnahrungsmitteln über Frischprodukte bis hin zu Hygieneartikeln ist alles erhältlich. Rund 77'000 Menschen in der Schweiz profitieren monatlich von diesem Angebot.

Wer in den Caritas-Märkten einkaufen will, muss nachweisen können, dass sie oder er finanziell benachteiligt ist. Gemeint sind Personen, die am oder unter dem Existenzminimum leben. Dies sind zum Beispiel Studentinnen und Studenten, Personen, die sich in einer Schuldensanierung befinden und nur kleine Geldbeträge für Lebensmittel zur Verfügung haben oder Menschen, die von Sozialhilfe oder Ergänzungsleistungen der AHV/IV leben. Analysen zeigen, dass überwiegend alleinerziehende Mütter und Väter von Armut betroffen sind und die grösste Kundengruppe von Caritas-Markt darstellen.

Der Geschäftsleiter der Caritas-Markt-Zentrale in Rothenburg, Rolf Maurer, arbeitet täglich mit verschiedenen Firmen und Unternehmen zusammen, die Caritas-Markt als Zulieferer oder als sogenannte Lebensmittelpaten unterstützen. Ohne diese Mithilfe wäre die Idee von Caritas-Markt nicht realisierbar. Verschiedene Lieferanten bieten ihre Ware kostenlos oder sehr preiswert an. Aktuell erhält Caritas-Markt 30% der Lebensmittelwaren gratis. Grundnahrungsmittel wie Zucker, Mehl, Fleisch, Gemüse etc. müssen allerdings von Caritas-Markt gekauft werden.

Caritas-Markt hat sich eine gute Strategie ausgedacht, die viel nachgefragten und dadurch teuren Grundnahrungsmittel durch sogenannte Lebensmittelpatenschaften zu finanzieren. Firmen oder Privatper-

sonen übernehmen eine Patenschaft eines Lebensmittels, wie zum Beispiel Butter, Fleisch und Gemüse. Weil der Preis dieses Lebensmittels auf dem freien Warenmarkt zu teuer ist für Menschen, die von Armut betroffen sind, können die Firmen oder Privatpersonen die Preisdifferenz übernehmen. Dies ermöglicht Caritas-Markt, Lebensmittel unter dem Einkaufspreis anbieten zu können und ihren Kundinnen und Kunden somit sehr günstig zu verkaufen. Durch die Patenschaften konnte das Projekt «günstig und gesund» von Caritas-Markt realisiert werden. Dank der Patenschaft einer Stiftung können die Caritas-Märkte ihren Kundinnen und Kunden Früchte und Gemüse günstig anbieten. Mit diesem Projekt leistet Caritas einen Beitrag zur gesundheitlichen Chancengleichheit und einen Anreiz, gesünder zu essen.

Caritas-Markt

ist ein Projekt des nationalen Caritas-Netzes. Von Armut betroffene Menschen können sich aus finanziellen Gründen nur schlecht ausgewogen ernähren. Caritas-Markt den Betroffenen Zugang zu ausgewogenen und gesunden Lebensmitteln zu ermöglichen.

Die Genossenschaft wurde 2004 gegründet. Heute bestehen bereits 24 Caritas-Märkte verteilt in der Schweiz. Die Märkte werden von den regionalen Caritas-Stellen eigenständig geführt.

Hauptsitz der Märkte ist die Zentrale in Rothenburg. Hier laufen die Fäden zusammen. Eine Vielfalt von Ware trifft im Lager ein. Die Produkte werden begutachtet, sortiert und in die 24 Caritas-Märkte verteilt.



Rolf Maurer

**Interview – mit Rolf Maurer,
Geschäftsleiter Caritas-Märkte
Schweiz**

*Worin besteht für Sie der Vorteil,
Unternehmen für die Zusammenarbeit
mit Caritas-Markt zu gewinnen?*

Für uns besteht der Vorteil, Ware für unsere 24 Läden zu erhalten. Mit mittlerweile 12.7 Mio. Franken ist dies keine leichte Aufgabe. Wir sind angewiesen auf Gratisware und für den Rest auf tiefe Preise, damit wir unseren Kunden ebenfalls Tiefpreise bieten können.

*Worin besteht für Sie die Herausforderung,
geeignete Partner zu finden?*

Es braucht Überzeugungsarbeit, sich für eine soziale Sache einzusetzen. Wichtig für uns sind Überbestände, Ware mit kurzen Ablaufdaten oder Verpackungsfehlern. Überbestände verursachen den Lieferanten blockiertes Kapital, benutzte Lagerfläche und hohe Kosten, falls sie entsorgt werden müssten. Wir holen die Ware ab, so wird

das Problem vom Lieferanten zu einer Win-Win Situation für beide Parteien.

Caritas-Markt arbeitet bereits mit verschiedenen Firmen und Unternehmen zusammen. Was ist Ihnen auf lange Frist bei der Zusammenarbeit mit den Partnern wichtig? Worauf legen Sie besonderen Wert?

Auf Kontinuität. Wir müssen uns auf die Zuverlässigkeit der Lieferanten verlassen können.

Caritas Markt hat ein Projekt lanciert «günstig und gesund». Worin besteht für die Kundinnen und Kunden der Vorteil? Wo liegt der Vorteil bei den Patinnen und Paten?

Die Kunden können sich Dank der tiefen Preise gesund ernähren. Früchte und Gemüse sind im Verhältnis zu Teigwaren, Reis etc. teuer und die beschränkten Mittel der Kundinnen und Kunden reichen oft nicht aus, diese Artikel zu kaufen. Die Patinnen und Paten können sich so sozial engagieren.

In welchen Lebensmittelbereichen fehlen Ihnen noch geeignete Patinnen und Paten?

Eigentlich in allen Bereichen. Durch die grossen Mengen, die wir im Jahr verkaufen, sind nicht alle Artikelgruppen abgedeckt.

In welche Richtung wird sich Caritas Markt entwickeln und was könnten künftige Themen sein, mit denen sich Caritas Markt auseinander setzen muss?

Für uns ist wichtig, wie die Lösungen für die Verwertung von Lebensmitteln (Stichwort Foodwaste) in Zukunft aussehen könnten. Bis in drei bis vier Jahren werden wir 30 Märkte haben und müssen vor allem unsere Lieferanten- und Sponsorenbeziehungen gut pflegen.

Ein Arbeits- und Wohnplatz für Menschen mit Behinderung

Die Stiftung Contenti bietet benachteiligten Menschen mit einer Körper- und/oder Lernbehinderung die Möglichkeit eines Arbeits- und Wohnplatzes inmitten von Luzern.

von Dominic Zajonc

Gegründet im Jahre 1988 unter dem Namen Bürozentrum für Behinderte, macht es sich die Stiftung Contenti (heutiger Name) nun seit mehr als 25 Jahren zur Aufgabe, Menschen mit Benachteiligung eine Arbeitstätigkeit zu geben. Als Unternehmen für Bürodienstleistungen bietet es sämtliche Arbeiten im Bürobereich an, welche von Datenerfassung über Verwaltungs- und Versandaufgaben bis hin zum Digitalisieren von analogen Medien reichen. Diese Arbeiten werden folglich von Menschen mit Behinderung ausgeführt. Alle Arbeitsplätze sind individuell auf die Bedürfnisse der Personen abgestimmt um das Arbeiten so komfortabel wie möglich zu machen. Begonnen mit sechs Mitarbeitenden im Jahr 1988 zählt das Unternehmen nun 40 feste Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung.

Zusätzlich zu den Arbeitsplätzen für benachteiligte Menschen bietet die Stiftung

Contenti Wohngelegenheiten mit Betreuung für 17 Personen an. Diese Wohngelegenheiten sind nicht weit von den Arbeitsplätzen entfernt und liegen ebenfalls an zentraler Lage in Luzern. Mit Einkaufsmöglichkeiten und Restaurants in der Nähe bietet sich so die Möglichkeit, aktiv am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen. Das Ziel ist es allgemein, den Menschen ein möglichst selbstständiges Wohnen zu ermöglichen. Alle Bewohnerinnen und Bewohner besitzen ein Einzelzimmer, das nach persönlichen Wünschen oder Bedürfnissen eingerichtet werden kann.

Die Stiftung Contenti ermöglicht Menschen mit einer Körper- und/oder Lernbehinderung ein Leben, das dem Leben nicht-behinderter Menschen möglichst nahekommen soll. Sie macht es den Menschen mit Behinderungen einfacher, sich sozial zu integrieren, sowie soziale Benachteiligungen zu reduzieren. Die Lage inmitten von Luzern begünstigt diese soziale Eingliederung und das Zusammenleben mit

anderen Menschen. Des Weiteren ist es ein Urbedürfnis des Menschen, etwas zu bewirken und wertgeschätzt zu werden. Durch einen Arbeitsplatz bei Contenti wird diesen Menschen die Möglichkeit gegeben, dies zu erfahren. Es wird dadurch ein Lebensinhalt geweckt, der viel mehr ist, als einen aktionslosen Tag im Pflegeheim zu verbringen.

Stiftung Contenti – Ein soziales Unternehmen

Die Stiftung Contenti bietet Bürodienstleistungen jeglicher Art an. Dies reicht vom Erfassen von Daten über Verwaltungs- bis hin zu Versandaufgaben und vielem mehr. Dabei werden die Arbeiten hauptsächlich durch Menschen mit einer Körper- und/oder Lernbehinderung durchgeführt. Somit bietet dieses soziale Unternehmen feste Arbeitsplätze für 40 benachteiligte Menschen. Zusätzlich werden einige Wohngelegenheiten inmitten von Luzern angeboten. Diese Menschen erfahren durch die zentrale Wohnlage oftmals sowohl eine bessere Eingliederung in die Gesellschaft, als auch Anerkennung für ihre Arbeitstätigkeit. Denn: «Es gehört zur Identität eines Menschen, sich durch seine Tätigkeit auszudrücken, sich in die Welt einzubringen.» – Bruno Ruegge (Geschäftsleiter Stiftung Contenti)



Gebäude Stiftung Contenti Luzern

«Die Integration in den primären Arbeitsmarkt wäre für viele dieser Menschen das eigentliche Ziel.»

**Interview – mit Bruno Ruegge,
Geschäftsleiter Stiftung Contenti
in Luzern**

Wo sehen Sie die Chancen für Menschen, die in Ihrer Stiftung Arbeit finden?

Grundsätzlich sind Menschen mit Behinderung nicht anders als wir. Es gehört zur Identität eines Menschen, sich durch seine Tätigkeit auszudrücken, sich in die Welt einzubringen. Das ist bei unseren Mitarbeitenden teils nur sehr eingeschränkt möglich. Es ist ein Unterschied, ob diese Menschen am Morgen aufstehen und eventuell unter Mühe – beispielsweise mit dem Knie – eine Adresse schreiben oder ob sie den ganzen Morgen im Pflegeheim warten und sich überlegen, was es wohl zum Mittagessen gibt. Das ist der Nutzen dieses Hauses; dass auch Menschen mit grosser Benachteiligung dieses Bedürfnis nach einer Tätigkeit im Leben stillen können.

Was ist Ihre Vision in Bezug auf das soziale Denken von Unternehmen (Corporate Social Responsibility)?

Nun ja, eigentlich ist es Plan B, dass diese Menschen bei uns eine Arbeit finden. Am liebsten wäre es den Betroffenen, wenn sie in grossen Unternehmen einen Job, eine Tätigkeit finden würden. Die Integration in den primären Arbeitsmarkt wäre für viele dieser Menschen das eigentliche Ziel, der Wunsch. Deshalb gibt es in dieser Hinsicht im primären Arbeitsmarkt auch noch vieles zu tun. Aber man muss es natürlich auch realistisch sehen, dass dies je nach Behinde-



Darstellung eines Menschen mit Behinderung

rung der Menschen mit vielen Hindernissen verbunden ist. Es wird für viele nicht möglich sein, auch in dieser tollen Vision einer integrativen Gesellschaft nicht. Deshalb ist es auch wichtig, dass dieser Plan B existiert. Eine Frage ist dann auch, wie der Plan B für diese Menschen ausgestaltet ist. Wir beispielsweise sind hier inmitten der Stadt Luzern, unsere Mitarbeitenden kennen alle Kassiererinnen und Kassierer von der Migros um die Ecke. Es gibt ein vielfältiges gesellschaftliches Netz in der Umgebung und es ist tatsächlich eine Form von Teilhaben dieser Menschen.

Gibt es genügend Industriepartner, die Ihre Stiftung als wirtschaftlichen Partner wahrnehmen und Ihnen Aufträge geben?

Industriepartner ist hier natürlich ein grosses Wort. Wenn man beachtet, was wir können, sind wir nicht wirklich ein Industriepartner, wir sind vielleicht ein Kleingewerbepartner. Wir können im «semiprofessionellen» Bereich mit kleinen Betrieben arbeiten und dort Aufgaben der Verwaltung übernehmen. Es ist eine wunderbare Aufgabe für uns beispielsweise deren Buchhaltung zu machen. Bei solchen Aufgaben sind wir dann auch der richtige Partner. Auf die Frage, ob wir genug Partner haben: Genügend Partner haben wir

eigentlich nie. Oder anders gesagt, manchmal haben wir zu viel und manchmal zu wenig. Das richtige Mass zu finden, ist sehr schwierig, da unsere Mitarbeitenden eben erheblich eingeschränkt sind. Das heisst, es sind wohl sehr viele Leute am Arbeiten, aber was als Ergebnis dabei herauskommt, ist doch nicht so viel. Es braucht nicht viel, dann haben wir zu wenig und die Leute «drehen Däumchen» und genauso braucht es nicht viel mehr und wir haben «das Wasser über dem Hals». Aber in der Tendenz sind wir konstant am Akquirieren und am Schauen, was für Nischen wir bearbeiten können, wo unsere Leute möglichst viel selbstständig machen können. Denn in der Komplexität der Aufgaben sind wir natürlich auch recht schnell eingeschränkt.

Wo sehen Sie die Lücken im sozialen Denken oder der sozialen Verantwortung von Unternehmen und auch der Gesellschaft?

Gesellschaft, Politik und Wirtschaft sagen oft, wir müssten nichts machen, wir finanzierten schliesslich die Institutionen mit Steuergeldern, die all das Soziale bieten würden. Somit ist für sie das Problem gelöst. Das ist so die Kehrseite unseres eigenen Erfolges, dass Leute und auch Firmen sich oft aus der Verantwortung entlassen fühlen.

Integration unterm Blätterdach

Für viele Ausländerinnen und Ausländer stellt die Sprache eine grosse Integrationshürde dar. Mit dem Projekt «Deutsch im Park» wird versucht, Fremdsprachige besser zu integrieren.

von Julian Zihlmann

Begonnen hat alles damit, dass eine junge albanisch-schweizerische Doppelbürgerin für eine schriftliche Arbeit im Fluhmühlepark recherchierte. Zu diesem Zeitpunkt gab es bereits ein Animationsprogramm für die Kinder aus den umliegenden Quartieren. Es fehlte jedoch ein Programm für die Mütter, welche zu dieser Zeit zusammen im Park sassen und den Kindern beim Spielen zuschauten. Dies inspirierte die junge Frau zu einer zündenden Idee. Sie schlug der Stadtverwaltung das Projekt «Deutsch im Park» vor. Die Stadt Luzern war sehr interessiert und zusammen mit der Fachstelle für die Beratung und Integration von Ausländerinnen und Ausländern (FABIA) lancierte sie den Deutschkurs. Geleitet wird dieser von Yvonne Aregger, gelernte Erwachsenenbildnerin und FABIA-Mitarbeiterin. Um möglichst viele Frauen zu motivieren, wird die Schwelle zum Mitmachen explizit tief gehalten. Man muss sich weder anmelden und der Kurs ist kostenlos. Ziel ist nicht nur die Vermittlung der deutschen Sprache, sondern auch, die Frauen zu integrieren und zu vernetzen.

Dieser Kurs ist ausschliesslich für Frauen. Um möglichst praxisnah zu lernen, darf jede Teilnehmerin mit Themenwünschen das Programm mitgestalten. An diesem Interviewnachmittag nehmen vier Frauen aus allen Ecken der Welt am Kurs teil. Das erste gewünschte Thema ist, wie Informationen aus einem Stelleninserat zu erkennen sind und wie man sich bewirbt. Nicht alltägliche Wörter, wie zum Beispiel «Pensum», stellen bereits erste Hürden dar. Das Inserat wird Wort für Wort zusammen gelesen und erklärt. Anschliessend wird ein Webformular erläutert, mit dem man sich auf diese Stelle bewerben kann. Als



Die erste Schülerin

zweites Thema wird veranschaulicht, wie man bei einem Arzt anruft, um einen Termin zu vereinbaren oder zu verschieben. Es sollen elementare Dinge aus dem Alltag vermittelt werden. Jene Wörter also, welche die Frauen gebrauchen können und müssen.

Durch die FABIA wurde der Kurs auf der Plattform von «Unternehmen Verantwortung» ausgeschrieben. Für die Impulswoche meldeten sich zwei Frauen an. Eine arbeitet für die Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees, die andere für die Hochschule Luzern. Diese konnten mit den Lernenden mittels diversen Posten zusammen Deutsch lernen. Das Ziel war es, die unterschiedlichen Kulturen und Probleme aufzuzeigen und diese miteinander zu verknüpfen. Ganz im Sinne der Integration.

Das Projekt «Deutsch im Park»

Das Projekt «Deutsch im Park» wird seit drei Jahren durchgeführt und von der Stadt Luzern sowie von FABIA (Fachstelle für die Beratung und Integration von Ausländerinnen und Ausländern) unterstützt. Es richtet sich an Frauen aus den Quartieren Fluhmühle und Lindenstrasse. Parallel zu einem Spielprogramm für Kinder wird ein Deutschkurs für erwachsene Frauen im Fluhmühlepark angeboten. Dieser findet jeden Mittwoch um 15:00 Uhr statt, ausser in den Schulferien. Geleitet wird der Kurs von Yvonne Aregger, ausgebildete Erwachsenenbildnerin bei der FABIA. Zusätzlich gibt es eine Betreuung für die Kleinkinder der Teilnehmerinnen.

«Eine Impulswochen-Teilnahme fördert das gegenseitige Verständnis.»

**Interview – mit Sandra Amadò,
Direktionsassistentin der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV) AG**

Was war Ihre Motivation, an dieser Impulswoche teilzunehmen?

«Deutsch im Park» hat mich als Projekt sehr interessiert, da ich neben meiner Arbeit bei der SGV ebenfalls Deutsch unterrichte. Normalerweise sind meine Kurse in einem Schulzimmer mit Lehrbüchern und straffem Unterrichtsplan. Dies in einem Park durchzuführen, wobei jede Woche unterschiedlichste Personen zusammen kommen, fand ich sehr spannend.

Was waren Ihre Erwartungen an diesen Nachmittag?

Nebst dem Kennenlernen einer anderen Unterrichtsform interessierte mich die Motivation der Frauen, weshalb sie in diesen Kurs gehen um Deutsch zu lernen. Ich hoffe, vielleicht etwas zu erleben, was ich in meinen Unterricht einbauen könnte.

Welche Unterschiede zu Ihren Kursen sind Ihnen besonders aufgefallen?

Vor allem dass die Kursleiterin Yvonne Aregger diesen Kurs ohne Lehrmittel durchgeführt hat. Sie hat viele Themen aus dem

Alltag aufgenommen ohne sich an ein Lehrbuch halten zu müssen. Da Deutsch die einzige Sprache ist, mit der sich diese Frauen untereinander austauschen können, waren sie sehr motiviert und haben sich engagiert über ihre Herkunft, ihre Familie oder ihren Alltag unterhalten.

Was hat Sie an diesem Nachmittag am meisten beeindruckt?

Beeindruckend war, dass diese Frauen den Kurs regelmässig besuchen, obwohl sie sich nicht anmelden müssen und er freiwillig ist. Ebenfalls, dass am Ende nicht einfach das Schreibzeug fallen gelassen wird und alle sofort zusammenpacken. Es hat mich gefreut, dass die Frauen nach Kursende geblieben sind, Fragen gestellt und sich ausgetauscht haben.

Welches ist der Nutzen Ihrer Teilnahme an diesem Projekt für die SGV?

Ich würde sagen, es hat bei allen Impulswochen-Teilnehmenden das gegenseitige Verständnis gefördert, unabhängig davon, welches Projekt gewählt wurde. Im Austausch mit weiteren Mitarbeitenden der SGV, die an einem Impulswochen-Projekt teilgenommen haben, habe ich erfahren, dass viele nicht genau wussten, was auf sie zukommen wird. Somit haben sie etwas vollkommen Neues



Aussergewöhnlicher Unterrichtsort:
Der Fluhmühlepark

kennengelernt. Der Lohn ist der Einblick in einen neuen, oftmals unbekannten Arbeitsbereich oder eine wenig bekannte Kultur.

Werden Sie diese Impulswoche weiterempfehlen?

Auf jeden Fall. Wir streuen diese Informationen jedes Jahr intern in unserem Unternehmen und stellen die Projekte vor. Die Mitarbeitenden werden motiviert, daran teilzunehmen.

Was ziehen Sie für ein Schlussfazit?

Da ich selber auch in diesem Bereich arbeite, war es für mich nicht etwas komplett Neues und Fremdes. Für mich hat es, bezogen auf den Deutschunterricht, vor allem gezeigt, dass der Unterricht nicht immer zwingend in einem Schulzimmer sein oder immer nach Lehrmittel gestaltet werden muss. Ich fand es sehr schön, dass die teilnehmenden Frauen motiviert waren und ihre Dankbarkeit freute mich sehr. Ich habe das Gefühl, dass es für beide Seiten gewinnbringend ist.

Psychisch kranke Menschen sind ganz «normal»

Vorurteile und Ängste überwinden: Corporate Volunteering bei der IG Arbeit gibt einen Einblick ins (Arbeits-)leben von Menschen mit psychischen Schwierigkeiten.

von Thomas Gisler

Im Rahmen der diesjährigen Impulswoche besuchte ein Teilnehmer als Volunteer für zwei Tage die IG Arbeit. So erhielt dieser Angestellte der Firma Collano AG, welcher sich sonst täglich mit chemischen Stoffen auseinandersetzt, Gelegenheit, einen Blick in ein total anderes Arbeitsumfeld zu werfen. Doch nicht nur die verschiedenen Arbeiten, sondern auch der persönliche Kontakt mit den psychisch kranken Menschen ist Ziel dieses Austausches. In Gesprächen mit den Betroffenen zeigt sich, warum diese bei der IG Arbeit sind und mit welchen Problemen sie zu kämpfen haben. Es offenbart aber vor allem auch, dass diese Leute nicht freiwillig dort sind und mit viel Willen um eine Rückkehr in den Ersten Arbeitsmarkt kämpfen. Einigen gelingt dies, andere bleiben längerfristig oder gar bis ans Ende des Berufslebens bei der IG Arbeit.

Der Volunteer half also beispielsweise in der Produktionsküche mit und konnte so die professionelle Arbeit der Angestellten live miterleben. Weiter arbeitete er in der Montageabteilung mit und sprach auf

Managementebene mit einem Profitcenter-Leiter. Am zweiten Tag lernte er die Arbeit im Büro-Service kennen und nahm sogar mit den Teilnehmenden des Berufsförderungskurses an einem Kommunikationsmodul teil. Dies förderte zusätzlich den Austausch mit den Leuten der IG Arbeit.

Gemäss Gabie Burkhard, Mitglied der Geschäftsleitung bei der IG Arbeit, überraschte den Volunteer vor allem wie «normal» die Mitarbeitenden sind. Man sieht den Menschen ihre psychische Beeinträchtigung nicht an und sie verrichten qualitativ gute Arbeit. Sie erwähnt aber auch, dass die Zusammenarbeit mit psychisch Kranken eine Herausforderung ist. Je nach Diagnose eignet sich nicht jede Person für alle Arbeiten gleich gut. Braucht er/sie allenfalls einen Arbeitsplatz ohne grösseren Druck? Oder eine Arbeit mit einfachen und repetitiven Tätigkeiten? Wie schränkt gegebenenfalls der Medikamentenkonsum die Leistung ein? Was ist beispielsweise bei einem Epilepsieanfall zu tun?

Solche Fragen beschäftigen die Fachleute bei der IG Arbeit tagtäglich, weshalb eine professionelle Begleitung und Betreu-

ung der Mitarbeitenden unumgänglich ist. Das Corporate Volunteering leistet hier einen wichtigen Beitrag zum gegenseitigen Verständnis und unterstützt den Abbau von Vorurteilen gegenüber Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen. Es fördert deren Selbstvertrauen und trägt schliesslich zu einer gelungeneren Integration in die Gesellschaft bei.

IG Arbeit – sozial und wirtschaftlich

Die IG Arbeit wurde 1984 als Verein in Luzern gegründet. Sie beschäftigt zurzeit im Auftrag von Bund, Kanton und Gemeinden insgesamt über 350 Mitarbeitende. Der Fokus liegt auf der Förderung und Beratung von Menschen mit psychischen Schwierigkeiten. Sie finden bei der IG Arbeit eine Tagesstruktur, Arbeit in verschiedenen Einsatzprogrammen und individuelle Unterstützung. Rund 75 Fachpersonen u.a. aus der Sozialen Arbeit, Psychologie und Arbeitsagogik begleiten diese Menschen. Die IG Arbeit ist sozial und wirtschaftlich ausgerichtet. Es steht ihnen ein Budget von circa zwölf Millionen Franken zur Verfügung, wobei der Eigenerwirtschaftungsgrad über 55% ausmacht.



Kerzen für den Nationalfeiertag aus der Produktion der IG Arbeit

chischer Beeinträchtigung arbeiten und wie viel Selbstverantwortung sie tragen. Ich denke, er hatte wahrscheinlich – überspitzt gesagt – eher das Gefühl, dass es bei uns nur monotone Arbeiten gäbe. Aber wir liefern qualitativ hochstehende und professionelle Arbeit auf höchstem Niveau. Ich denke dieses Bild hat sich bei ihm verändert.

«Das Austauschprogramm
muss von der Unternehmung
„gelebt“ werden.»

Wo sehen Sie den Nutzen der Impulswoche für die IG Arbeit?

Die IG Arbeit ist Gründungsmitglied des Netzwerks «Unternehmen Verantwortung». Wir haben uns schon immer für Networking eingesetzt – dass man sich auf Augenhöhe trifft. Der Austausch und die Vernetzung mit der Wirtschaft sind für uns sehr wichtig. So können vielleicht Projekte verwirklicht werden, die sonst nicht zustande kämen. Weiter sind wir natürlich auch auf Arbeitsplätze für unsere Klienten(z.B. Praktikas) in der Wirtschaft angewiesen. Bei psychischen Krankheiten sind die Arbeitgeber vielfach verunsichert – «Was kommen da für Menschen?», «Worauf sollte man achten?», «Wie bereitet man sich als Arbeitgeber darauf vor?» Sie sehen, die Zusammenarbeit und der Austausch sind wichtig. Übrigens kann ein z.B. ein integrativer Arbeitsplatz auch für die Wirtschaft interessant sein, beispielsweise in Sachen Teamentwicklung. Selbstverständlich brauchen wir aber auch Aufträge aus der Wirtschaft.

Ich denke, wir sollten mehr Zeit für das Networking mit den Firmen aufwenden, d.h. das Konzept des Netzwerkes vorstellen und die Arbeitgeber kontinuierlich sensibilisieren. Wir müssen die Wichtigkeit und den Nutzen eines Perspektivenwechsels vermitteln, so dass schliesslich Wirtschaft und Soziale Unternehmen enger zusammenarbeiten. Es muss uns auch gelingen, spannende Angebote zusammenzustellen, so dass sich für die Wirtschaft ein Austausch lohnt, ein Mitarbeiter neue Impulse bekommt und diese vielleicht in der Unternehmung einbringen kann.

Ganz wichtig ist, dass ein solches Austauschprogramm von einer Unternehmung «gelebt» wird und integrierter Bestandteil der Unternehmenskultur ist. Nur jemanden zu schicken, damit etwas gemacht ist, bringt gar nichts. Solche Perspektivenwechsel sollten in der Unternehmenskultur vielleicht genauso verankert sein wie andere Fortbildungen. Ausserdem ist das Ziel eigentlich auch, dass Fachpersonen der sozialen Unternehmen im Rahmen der Impulswochen an Angeboten der Wirtschaftsunternehmen teilnehmen könnten.

**Interview – mit Gabie Burkhard,
Mitglied der Geschäftsleitung
bei der IG Arbeit**

Wer hat bei der diesjährigen Impulswoche mitgemacht?

Herr G. der Firma Collano in Sursee war zwei Tage bei uns. Er arbeitet in der Analytik von chemischen Stoffen. Die Firma Collano ist Mitglied vom Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» und hatte die Angebote der Impulswoche intern ausgeschrieben. Wir haben für ihn ein straffes Programm zusammengestellt, um ihm einen möglichst guten Überblick über unsere Arbeiten zu ermöglichen.

Was hat Herrn G. am meisten beeindruckt?

Er war, glaube ich, ganz erstaunt, wie selbständig unsere Mitarbeitenden trotz psy-

Wie könnte man Ihrer Meinung nach die Impulswochen noch attraktiver und bekannter machen?

Damit der süsse Genuss keinen bittereren Beigeschmack hat

Lindt&Sprüngli verspricht, dass alle Produkte, die das Haus verlassen, entlang der gesamten Wertschöpfungskette dem Engagement für Nachhaltigkeit entsprechen.

Leere Worte oder gelebter Wert?



von Sonja Mehr

Lindt&Sprüngli setzt sich als einer der grössten Schweizer Produzenten von Schokolade vielfältig für eine nachhaltige Herstellung von Schokolade ein. Dabei gilt der faire Umgang mit allen Partnern sowie ein sorgsamer Umgang mit der Umwelt und den natürlichen Ressourcen als höchstes Credo. Sie setzen auf die Kontrolle von der Bohne über die Produktion bis hin zur Verteilung der Schokolade.

Nachhaltige Quellen – Als Basis ihrer Projekte sieht Lindt&Sprüngli die nachhaltige Beschaffung des Rohstoffs Kakao. Sie verfolgen das Ziel der Rückverfolgbarkeit des Kakaos. Das heisst, sie wollen von jedem Sack verarbeitetem Kakao wissen, aus welchem Dorf er stammt. So ist es möglich,

nah an den sozialen und ökologischen Anbaubedingungen vor Ort zu sein. Zudem macht es bei Qualitätsproblemen eine gezielte und individuelle Unterstützung der Bauern möglich.

Um genügend Kakao in der geforderten Qualität zu erhalten, setzt der Schokoladenproduzent auf langfristigen Partnerschaften mit lokalen Händlern und auf Schulungsprogramme für Kakaobauern, den Farming-Programs. Diese werden durch die freiwillige Prämie finanziert, welche Lindt&Sprüngli für Kakao aus Ghana zahlt. In Zusammenarbeit mit der lokalen Non-Profit-Organisation «Source Trust» werden diese Schulungen umgesetzt. Angestrebtes Ziel ist es dabei, die Bauern zu befähigen, ökologischer und nachhaltig zu produzieren und dabei die Qualität und den Ertrag ihrer Ernte zu verbessern. Zudem werden Projekte zur Verbesserung der sozialen Situation der Bauern, ihrer Familien und den gesamten Dörfern umgesetzt. Durch die Zusammenarbeit mit einer lokalen Organisation soll es gelingen, die Bedürfnisse der Bauern zu erkennen und mit den Unterstützungsprojekten dort anzusetzen, wo es für die lokale Bevölkerung am wertvollsten scheint. Der Schokoladen-Produzent verzichtet somit bewusst auf die Verwendung eines bekannten Labels wie FAIRTRADE, Rainforest oder UTZ.

Nachhaltig produziert – Lindt&Sprüngli verpflichtet sich auch der Umwelt. Durch genaue Überwachung, Steuerung und Verbesserung der Produktion und des Vertriebes sollen der Energieverbrauch sowie der damit verbundene Kohlendioxidausstoss vermindert werden. Ebenso wird der Verbrauch von Wasser und Papier überwacht. Ein weiteres Augenmerk gilt den Mitarbeitenden von Lindt&Sprüngli. Für sie werden Programme zur Gesundheit und Sicherheit

durchgeführt und eine regelmässige Mitarbeitendenbefragung soll eine kontinuierliche Verbesserung garantieren.

Nachhaltig konsumiert – Lindt&Sprüngli verspricht, nur einwandfreie Produkte – und dies von der Bohne bis zum fertigen Stück – zu vertreiben. Dabei setzen sie auf Forschung und Entwicklung in Zusammenarbeit mit ihren Handelspartnern. Lindt&Sprüngli legt Wert auf hohe Lebensmittelsicherheit, korrekte Etikettierung und Verbraucherinformationen. Alle Massnahmen werden fortlaufend überprüft und verbessert.

So garantiert Lindt&Sprüngli, dass der süsse Genuss keinen bitteren Beigeschmack hat.

Corporate Social Responsibility als Selbstverständlichkeit

Als Weltmarktführer im Premium-Schokoladensektor blickt Lindt&Sprüngli auf eine lange Tradition von 170 Jahren zurück. Ihr Ursprung befindet sich in Zürich, doch heute werden in rund zwölf eigenen Produktionsstätten Artikel von Lindt&Sprüngli hergestellt. Dies nicht nur in Europa sondern auch in den USA. Die Produkte werden von zahlreichen Tochtergesellschaften in mehr als 120 Ländern der ganzen Welt vertrieben. Mit rund 12'000 Mitarbeitenden erwirtschaftete die Lindt&Sprüngli Gruppe im Jahr 2014 einen Umsatz von CHF 3.39 Mrd. Dabei gehören für Lindt&Sprüngli die Bemühungen im Bereich der Corporate Social Responsibility als Selbstverständlichkeit zur Firmentätigkeit dazu.

Interview – mit Piera Waibel, Sustainability Manager, Lindt&Sprüngli

Welches sind die aktuellen Projekte im Bereich CSR von Lindt&Sprüngli?

Es finden aktuell viele Projekte statt. Das wichtigste und grösste ist das Farming-Program in Ghana. Dieselbe Art von Projekt hat im Oktober 2014 in Ecuador begonnen. Zudem haben wir im Februar 2014 ein neues Projekt mit Haselnuss-Produzenten in der Türkei lanciert. Weiter beschäftigen uns das zertifizierte Palmöl sowie die gesamte Umstellung der Produktion, so dass wir unser Ziel, nur noch zertifiziertes Palmöl zu verarbeiten, erreichen.

Lindt&Sprüngli setzt bei der Umsetzung von Projekten zur Verbesserung der sozialen Situation in den Anbaugebieten nicht auf die Zusammenarbeit mit unabhängigen Zertifizierungsorganisationen, wie Fairtrade, UTZ oder Rainforest, sondern arbeitet mit der lokalen Non-Profit-Organisation Source Trust zusammen. Welches sind die Gründe dafür?

Source Trust ist an einen von unseren Lieferanten in Ghana gebunden. Die Organisation setzt mit ihren Leuten vor Ort Projekte um, im Gegensatz zu den bekannten Zertifizierungsorganisationen, welche – wie der Name schon sagt – vor allem zertifizieren. Auf diese Zertifizierung verzichten wir, da wir von Anfang an, also von der Bohne weg, die Kontrolle ausführen können und die Verantwortung übernehmen. Ein weiteres Argument für Source Trust ist, dass wir mit ihnen einen Partner vor Ort haben, der die Bauern nah begleiten kann, um unsere Standards einzuhalten.

Unter anderem wurde dieser Umstand im Schokolade-Firmencheck 2013 der Erklärung von Bern (EvB) kritisiert. Wie war die

Reaktion auf diese Kritik? Was wurde seither konkret verändert?

Ich erkläre mir die Kritik der EvB mit der Kommunikation von Lindt&Sprüngli. Im Unternehmen wurde bereits Vieles im Bereich CSR umgesetzt, allerdings wurde dies nicht klar kommuniziert. Heute existiert ein Verification Guidance Document. Dieses gibt Auskunft über die genaue Bedeutung von Verifizierung, geltende Standards, das Monitoring und die Kontrollen. Zudem ist die Kommunikation nun transparenter und klarer. Source Trust ihrerseits konnte nicht Auskunft geben. Als Partner verschiedener Firmen dürfen sie keine generellen Aussagen abgeben. Zusammenfassend konnten wir im Bericht von 2013 nicht zeigen, dass unsere Anstrengungen glaubwürdig sind. Ich freue mich aber schon jetzt auf den neuen Fragebogen.

«Ich freue mich schon jetzt auf den neuen Fragebogen der Erklärung von Bern.»

Wie überprüft Lindt&Sprüngli die Einhaltung der vorgegebenen Richtlinien im Bereich der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit beim Anbau, der Gewinnung sowie der Produktion und Verarbeitung von Kakao?

Source Trust wird regelmässig durch PWC oder KPMG kontrolliert, zudem erhalte ich regelmässig den Nachweis über den Transfer des Geldes. Wie Source Trust das Geld einsetzt, kann ich nur bedingt kontrollieren. Wir erhalten zwar Berichte z.B. über die Anzahl Bauern, die an Trainings teilgenommen haben oder Bilder von gebauten Brunnen sowie deren GPS-Daten, dies steht allerdings nur auf Papier. Auch bei meinen ein bis zwei Besuchen im Jahr ist eine umfassende Kontrolle nicht möglich.



Piera Waibel

Allerdings gewinne ich dabei einen guten Eindruck darüber, wie und mit welcher Ernsthaftigkeit die Menschen ihre Arbeit erledigen. Schlussendlich aber arbeiten wir auch in einem Vertrauensverhältnis.

Die Bauern werden mittels Checkliste durch lokale Prüfungsfirmen kontrolliert. Bei Verstössen gegen Standards setzen wir eher darauf, die Gründe für den Verstoss auszumachen und den betroffenen Bauern bei der Einhaltung zu unterstützen und zu coachen, als auf den polizeilichen Charakter einer Kontrolle. Zudem finden Überprüfungen durch externe Audit-Firmen statt, die unser internes System kontrollieren.

Welches sind die kurz- und mittelfristigen Ziele von Lindt&Sprüngli im Bereich der CSR?

Das grösste Ziel ist es, dass alle Bohnen aus Ghana im 2016 verifiziert sind. Bis 2020 sollen alle von Lindt&Sprüngli verwendeten Kakaobohnen verifiziert, nach unseren Standards produziert und rückverfolgbar sein.

Wirtschaft und Soziales begegnen sich

Das Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» schliesst in sich Unternehmer und Idealisten, die sich in der Zentralschweiz zusammengetan haben, um eine neue Form der Zusammenarbeit zu schaffen. Sie wollen als Schnittstelle zwischen der Wirtschaft und der Sozialen Arbeit handeln und als Arbeitgeber Verantwortung wahrnehmen.

Netzwerk «Unternehmen Verantwortung»

Im Netzwerk arbeiten gleichgesinnte Unternehmen für die Erweiterung von CSR-Zielen zusammen. Durch dieses Netzwerk erhalten Führungspersonen aus der Wirtschaft Zugang zu gemeinnützigen Unternehmen, um Wissenstransfer und Verständnis bei sozioökonomischen Fragen und Problemen zu ermöglichen. Das Netzwerk will mit Pionierprojekten eine proaktive Rolle bei der Umsetzung von CSR-Zielen einnehmen. Durch das Engagement wird auch die Attraktivität als Arbeitgeber und Leistungserbringer erhöht und so der Ruf der einzelnen Mitglieder als verantwortungsvolles und innovatives Unternehmen erhöht.

Die Vision des Netzwerks «Unternehmen Verantwortung» ist es, als politisch neutrale, pragmatische und regional in der Zentralschweiz verankerte Stelle Verantwortung und soziale Vernetzungsarbeit zu leisten, um somit die Vision einer Arbeitswelt für alle zu erreichen.

von Luciano Gagliotta

Im Rahmen des ISA-Moduls 416 «Corporate Social Responsibility (CSR)» wurde uns das Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» näher vorgestellt. Seit der Gründung im Jahr 2007 versteht sich das Netzwerk als eine Plattform für Unternehmen und engagierte Pioniere, die zusammen die Vision einer Arbeitswelt für alle teilen. Durch Wissenstransfer oder Freiwilligenarbeit soll das Potenzial bei den Mitarbeitenden gefördert werden. Dadurch soll bei den eigenen Mitarbeitenden ein anderes Verständnis der Zusammenarbeit entstehen.

«Unternehmen Verantwortung» ermöglicht Gleichgesinnten mit einer Affinität zur CSR, ihr Netzwerk national sowie international zu erweitern und in spezifischen Situationen gezielt Hilfe zu leisten/holen. Die Formen der Zusammenarbeit werden in Kooperationsprojekten zwischen Wirtschaft und gemeinschaftlichen Unternehmen durchgeführt. Diese können unterschiedlicher Natur sein, vom Personaleinsatz der Mitarbeitenden für ein gemeinnütziges Unternehmen im Rahmen der Impulswoche über eine kostenlose Beratungs- und Unterstützungsleistung bis zur Hilfe bei Sachleistungen.

Das Ziel ist, die regionale Kooperation zu fördern und zu stärken, um die Region wirtschaftlich und sozial stärker zu machen. Traditionell sind die regionalen Familienbetriebe oder KMUs in verschiedenen Formen der Zusammenarbeit für die Gesellschaft schon immer sehr aktiv gewesen, denn eine intakte Gesellschaft fördert eine starke Region. Mit Spenden alleine ist die Aufgabe heute nicht mehr (oder nicht nur) erfüllt. Das Netzwerk sieht heute einen grösseren Nutzen in langfristigen Projekten, die der Gesellschaft zugute kommen.

Die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und gemeinnützigen Unternehmen bringt einen Wissenstransfer mit sich. Dieses Verständnis findet auch auf politischer Ebene statt. Das Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» ist politisch neutral, findet aber auch den Zugang zu aktuellen und zukünftigen gesellschaftspolitischen Themen. Um den regen Austausch zu gewährleisten, werden Impulswochen durchgeführt. Bei den Impulswochen werden unterschiedliche Projekte vorgestellt, wobei die Mitarbeitenden der einzelnen Firmen, die Mitglieder des Netzwerks «Unternehmen Verantwortung» sind, sich bei diesen Projekten engagieren und sich ein Bild von einer anderen Tätigkeit machen können.



Interview – mit Helene Sidler, Brand Management, nolax AG und Vorstandsmitglied im Netzwerk «Unternehmen Verantwortung». Im Rahmen der Impulswoche arbeitet Sie einen Tag im Restaurant Quai4.

Heute haben Sie im Rahmen der Impulswoche des Netzwerks «Unternehmen Verantwortung» einen Tag im Quai4 mitgearbeitet. Wie war das für Sie und welche Erfahrungen nehmen Sie mit?

Ich mache jedes Jahr bei den Impulswochen mit – entweder als Teilnehmerin oder als Projektanbieterin. Wiederum war der Tag in einem anderen Betrieb hochspannend. Neue Menschen und ein anderes Unternehmen kennen lernen, erweitert den Horizont. In der Restaurantküche vom Quai4 durfte ich von der ersten Minute an mitarbeiten. Das hat mich gefreut, denn so war ich sogleich im Team integriert und nicht nur als Besucherin oder Zuschauerin dabei.

Was hat Sie bei dieser Tätigkeit am meisten erstaunt?

Küchenarbeit ist für uns alle nicht ganz neu. Dennoch erlebte ich vieles, das mich beeindruckt hat: Zum einen natürlich die Dimensionen von Töpfen, Geräten und so weiter. Zum anderen der gute Geist im Team und die Professionalität der Arbeit. Schön zu erleben war auch, wie gut das heterogene Team funktioniert, wie respektvoll der Umgang ist und wie viel Vertrauen und Freiheit bei der Arbeit jedem einzelnen zugestanden wird.

Hier arbeiten viele Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen. Jeder gibt sein Bestes und Mögliches. Das Einhalten der Regeln wird konsequent eingefordert und so funktioniert das Restaurant auf seine Weise perfekt.

Was war für Sie ausschlaggebend, beim Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» teilzunehmen?

Ich arbeite seit vielen Jahren in einem Familienunternehmen, wo soziale Verantwortung und Wirtschaft seit jeher Hand in Hand gehen. Corporate Social Responsibility hat in diesem KMU eine lange Tradition. Im Netzwerk komme ich mit Menschen aus gleichgesinnten Betrieben und Organisationen in Kontakt. Der Austausch ist immer eine Bereicherung und das Netzwerk verschafft mir Zugang zu Fachleuten und -themen rund um das Thema CSR.

Was bedeutet soziales Engagement für Sie?

Das ist für mich eine Grundhaltung. Sie manifestiert sich in einem positiven Menschenbild und Menschlichkeit. Dazu gehört dem Anderssein Raum zu geben, verstehen wollen und nicht zu urteilen. Im Unternehmen zum Beispiel sehen wir die Mitarbeitenden zuerst als Menschen und nicht als Arbeitskraft oder «full- oder part-time equivalent». Weiter möchten wir eine sinnstiftende Arbeit geben und den Menschen im Unternehmen Raum für persönliche Entfaltung und Entwicklung bieten. Wird jemand krank, kümmern wir uns um ihn, bleiben in Kontakt, schaffen Möglichkeiten wie zum Beispiel Home Office.

Welchen Nutzen sehen Sie in der Zusammenarbeit zwischen der Hochschule Luzern und dem Netzwerk «Unternehmen Verantwortung»?

Die Hochschule Luzern bietet Zugang zu Forschung und Lehre in den unterschiedlichsten Fachgebieten. Ausserdem hat die Hochschule durch ihren guten Ruf Gewicht und Vertrauen – regional, national, international. Beides ist für den Aufbau des Netzwerkes äusserst wichtig und hilfreich.

Im Gegenzug bietet das Netzwerk den Studierenden oder Dozierenden Themen und Problemstellungen, die sich für Studienarbeiten, Praxisbeispiele/Case Studies eignen, oder verschafft den Studierenden Zugang zu Unternehmen und Organisationen im Netzwerk.

An was lässt sich, Ihrer Meinung nach, die Begegnung zwischen Wirtschaft und Sozialem am besten erkennen?

Wenn Menschen bei der Arbeit sind, dort Wertschätzung erfahren und Spass an ihren Aufgaben haben, einen Sinn in ihrer Tätigkeit erkennen und ihre Bedürfnisse respektiert sehen; und wenn diese Arbeit nachhaltig die Existenz des Unternehmens sichert.

Wo sehen Sie das Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» in fünf Jahren?

Bis in fünf Jahren hat das Netzwerk über 100 Mitglieder und die Impulswochen sind bis auf den letzten Projektplatz ausgebucht.

Soziale Kontakte fördern statt Unabhängigkeit einschränken

Menschen mit eingeschränkter Mobilität haben es schwer, ihre eigene Unabhängigkeit zu bewahren.

Das Rote Kreuz koordiniert deshalb einen Fahrdienst, damit auch kranke, alte und behinderte Menschen selbstständig bleiben können.



Barbara Käch arbeitet einen Tag als freiwillige Rollstuhltaxi-Fahrerin

von Leticia Londoño Zuluaga

Neutralität, Menschlichkeit, Unparteilichkeit, Unabhängigkeit, Freiwilligkeit, Einheit und Universalität: das sind die sieben Rotkreuz-Grundsätze, die am 8. Oktober 1965 in Wien an einer internationalen Rotkreuz-Konferenz angenommen wurden und bis heute gültig sind. Als eine der wichtigsten Hilfsorganisationen weltweit entscheidet sich das Rote Kreuz für die Menschlichkeit als Hauptgrundsatz ihrer Arbeit, da die Einhaltung der anderen sechs Grundsätze die Menschlichkeit bedingt.

Auch im Fahrdienst des Roten Kreuzes sind diese Grundsätze verankert und von grosser Bedeutung. Alle Menschen sollen als gleichwertig angesehen werden und es ist wichtig, die Unabhängigkeit und Lebensqualität eines jeden zu bewahren.

Für die meisten Leute bedeutet ein Arztbesuch nichts weiter als ein kleiner, etwas unangenehmer Zeitaufwand. Für Personen jedoch, die in der Mobilität einge-

schränkt sind, bedeutet das weit mehr: es ist eine grosse Herausforderung, den Weg zur Arztpraxis meistern zu können. Nicht nur das Autofahren, sondern auch das Einsteigen in einen Bus oder das Benützen anderer öffentlicher Verkehrsmittel ist für viele ältere, behinderte oder kranke Menschen nicht mehr möglich.

Da nicht jeder und jede sozial so gut vernetzt ist, dass er bzw. sie im Verwandten- oder Bekanntenkreis eine Begleitperson um Hilfe fragen könnte, hat das SRK Luzern den Rotkreuz-Fahrdienst ins Leben gerufen. Dabei begleiten Freiwillige Menschen, die auf Hilfe angewiesen sind, ins Spital, zum Arzt, zur Therapie oder zum Kuraufenthalt. Das fördert die Unabhängigkeit und steigert die Lebensqualität der eingeschränkten Personen. Sie werden in ihrem Zuhause abgeholt. Die Freiwilligen helfen beim Ein- und Aussteigen und begleiten sie am Zielort bis vor die Tür. Eine persönliche und sorgfältige Betreuung stellt nicht nur eine Entlastung im Alltag dar, sondern fördert auch soziale Kontakte, was ein sehr wichtiger Aspekt ist. Sehr viele Menschen leiden heutzutage unter Einsamkeit – ältere und kranke Menschen insbesondere.

Dieses Engagement verlangt von den freiwilligen Mitarbeitenden sehr viel Sorgfalt, Einfühlungsvermögen, Flexibilität, Vertrauenswürdigkeit und Geduld. Andererseits haben sie die Möglichkeit, durch dieses Engagement ihren Horizont etwas zu erweitern und wieder etwas dankbarer zu werden für die eigene Gesundheit.

Während der Impulswoche durfte Barbara Käch als Freiwillige in diesem Dienst agieren und Fahrerin eines solchen Taxis sein. Barbara Käch arbeitet als Sachbearbeiterin in der Administration der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit. Angezogen

von dem Angebot, einen Tag lang in einem Rollstuhltaxi zu sitzen, somit Bedürftigen helfen zu können und dem gewohnten Alltag etwas zu entfliehen, entschloss sie sich, an der Impulswoche 2015 teilzunehmen. Dabei durfte sie einerseits einen kleinen Einblick erhalten in die Freiwilligenarbeit beim Roten Kreuz. Andererseits wurde sie dadurch auf Schwierigkeiten sensibilisiert, die eine eingeschränkte Mobilität mit sich bringt.

Der Mensch im Mittelpunkt

Das Schweizerische Rote Kreuz (SRK) ist eine humanitäre Organisation, bei welcher der Mensch im Mittelpunkt steht. Viele freiwillige Mitarbeitende leisten einen wichtigen Dienst an Menschen, die auf Hilfe angewiesen sind. Dabei werden diese Mitarbeitenden von einem professionellen Team unterstützt. Das SRK lanciert immer wieder Projekte, durch die menschliches Leben geschützt, die Gesundheit gefördert und die Würde jedes Einzelnen gewahrt wird.

Entstanden ist die Idee des SRK durch den Genfer Henry Dunant, der nach einer Schlacht bei Solferino die Verwundeten, die hilflos auf dem Schlachtfeld liegen geblieben sind, gepflegt hat. Diese Idee von Hilfe an Bedürftige, egal welcher Herkunft und welches Ranges, war der Grundstein zur Entstehung des Roten Kreuzes, das heutzutage eine der wichtigsten Hilfsorganisationen weltweit ist.

«Die Integration in den primären Arbeitsmarkt wäre für viele dieser Menschen das eigentliche Ziel.»

**Interview – mit Barbara Käch,
Sachbearbeiterin bei der Hochschule
Luzern – Soziale Arbeit**

Wie wurden Sie auf die Impulswoche aufmerksam?

Seit es diese Impulswoche gibt, haben wir Mitarbeitenden der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit die Möglichkeit, daran teilzunehmen. Wir werden jeweils informiert, sobald die Daten und Angebote der Impulswoche bekannt sind.

Was waren Ihre Erwartungen an diesem Tag? Wurden diese erfüllt?

Ich hatte keine ganz konkreten Erwartungen, wollte einfach einmal in ein ganz anderes Berufsfeld Einblick erhalten und das Angebot, einen Tag mit dem Rollstuhltaxi unterwegs zu sein, hat mich auf Anhieb angesprochen.

Was haben Sie an diesem Tag alles erlebt?

Ich habe an diesem Tag Menschen chauffiert, von Zuhause zum Arbeitsort, zur Therapie, in die Bibliothek und teilweise wieder zurück nach Hause. Teilweise habe ich sie in der Wohnung abgeholt, teilweise haben sie vor dem Haus auf mich gewartet. Sie waren mehr oder weniger selbständig. Einige konnten ihren Rollstuhl selber bedienen, die anderen musste ich schieben. Mit den einen konnte ich Gespräche führen, andere konnten sich verbal nicht ausdrücken. So war die Kommunikation schwierig; meistens war dann aber eine Begleitperson (z. B. Ehepartnerin) dabei, die mir sagen konnte, worauf zu achten ist (dass z. B. der gelähmte Arm nicht aufs Rollstuhlrاد fällt).

Was hat Ihnen heute besonders gut gefallen?
Vom SRK wurde mir volles Vertrauen ge-

schenkt. Schon ab der zweiten Fahrt sass ich selbst am Steuer des Rollstuhltaxis (die SRK-Mitarbeiterin sass auf dem Beifahrersitz) und am Nachmittag war ich sogar alleine unterwegs. Ich bin auf unkomplizierte Weise in Kontakt mit Menschen mit einer körperlichen Beeinträchtigung gekommen.

Was nehmen Sie vom heutigen Tag mit?

Haben Sie neue Erkenntnisse gewonnen?

Bewunderung für die Menschen mit einer körperlichen Beeinträchtigung. Wie sie ihren Alltag meistern und trotz Einschränkungen die Lebensfreude nicht verlieren. Aber auch die Ehepartner/innen bewundere ich, die tagtäglich und unermüdlich die Betreuung/Unterstützung übernehmen.

Haben Sie sich durch diesen Tag neue Vorsätze gemacht?

Wenn es die Zeit zulässt, kann ich mir gut vorstellen, als Taxi-Fahrerin beim SRK tätig zu sein. Es ist eine sinnvolle Arbeit und eine gute Abwechslung zu meinem Bürojob.

Wie beurteilen Sie den Nutzen dieses Tages?

Mir ist bewusst geworden, wie gut es mir geht. Das Verständnis für Menschen mit einer körperlichen Beeinträchtigung ist grösser geworden.

Würden Sie einen solchen Austausch weiterempfehlen? Wenn ja, wieso? Wenn nein, warum nicht?

Ich würde einen solchen Austausch auf jeden Fall weiterempfehlen. Es ist immer interessant und lehrreich, in einen anderen Bereich Einblick zu erhalten. Man muss aber offen sein für diesen neuen Bereich und darf keine Berührungsängste zu Menschen mit einer körperlichen Beeinträchtigung haben.



Barbara Käch

Gesundheitsförderung braucht System

Gesunde Mitarbeitende als Voraussetzung guter wirtschaftlicher Ergebnisse.

Die Suva unterstützt Betriebe in der Umsetzung dieser Grundhaltung.

von Niklaus Ott

Die Suva ist nicht nur ein Versicherer, sondern vereint Unfallversicherung, Rehabilitation und Prävention als Anbieter. Durch Prävention sollen Betriebe dem Ausfall von Mitarbeitenden vorbeugen, denn dies bedeutet neben dem Leiden des Betroffenen auch immense Kosten für Arbeitgebende und Versicherer. Ein Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) hilft dabei, die Gesundheitsförderung auch systematisch in den Betrieb umzusetzen, um die Verantwortung gegenüber den Angestellten über den gesetzlichen Anforderungen wahrnehmen zu können.

Arbeitgebende, welche einen hohen Stellenwert auf die Erhaltung der Gesundheit eigener Angestellten legen, sind nicht nur attraktiv auf dem Arbeitsmarkt, sondern profitieren auch davon, wenn ihre Belegschaft motiviert ist und die Mitarbeitenden so leistungsfähiger dem Betrieb erhalten bleiben. Die Anforderungen gegenüber Mitarbeitenden in Firmen werden gerade in der Zeit der Globalisierung auf dem Arbeitsmarkt komplexer und der Zeitdruck im Arbeitsalltag nimmt für viele

Beschäftigte zu. Somit steigern sich die gesundheitlichen Risikofaktoren und das Unfallrisiko am Arbeitsplatz sowie in der Freizeit. Nicht nur die physische Komponente eines Unfalls, sondern auch die psychischen Ausfälle wie Burn Out, Stress und fehlende Identifikation zum Betrieb (innere Kündigung) verursachen hohe Kosten und wirken sich negativ auf einen Betrieb und dessen Produktion aus. Um die Kosten der Personenausfälle in Betrieben so gering wie möglich zu halten, unterstützt die Suva Betriebe in der Gesundheitsprävention ihrer Mitarbeitenden, konkret in der strukturierten Umsetzung eines Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM). Bei der Beratung und Sensibilisierung der Gesundheitsprävention setzt die Suva vor allem auf der Führungsebene an. Führungskräfte wirken als eine Art Multiplikatoren in der Gesundheitsprävention, indem sie bei einer gesundheitsförderlichen Arbeitsorganisation und Wertschätzungskultur gegenüber den Mitarbeitenden schon viel erreichen können. Vorgesetzte sollten dabei auch eine Vorbildfunktion einnehmen können, indem sie die Work-Life Balance selber transparent leben und vorzeigen.

Eine weitere Komponente, Mitarbeitende zu motivieren, sind sicherlich die Möglichkeiten und Unterstützung der Firmen in der Weiterbildung des eigenen Personals. Die Betriebe investieren dabei nicht nur in das eigene Know-How, sondern ermöglichen auch den Mitarbeitenden, sich persönlich weiterzuentwickeln. Betriebswirtschaftlich gute Ergebnisse sind vor allem auch nachhaltig, wenn gut qualifizierte und motivierte Fachkräfte einem Betrieb erhalten bleiben. Schlussendlich bleiben Betriebe, die Angestellten und die Suva alle Gewinner, wenn es ihnen gelingt, Mitarbeitende gesund und wertschöpfend in der Wirtschaft zu beschäftigen. In der Schweiz hat das Interesse an den gesundheitlichen Präventionsangeboten in den letzten Jahren gerade bei den KMUs stark zugenommen. Die steigende Teilnahme an den Seminaren und Dienstleistungen der Suva in der Gesundheitsförderung zeigt, dass in den mittleren und kleinen Unternehmen die Gesundheitsprävention immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Die Suva

Die Suva beschäftigt am Hauptsitz in Luzern, in den schweizweit 18 Agenturen und in den zwei Rehabilitationskliniken Bellikon und Sion rund 4'100 Mitarbeitende. Als selbstständiges Unternehmen des öffentlichen Rechts versichert sie rund 123'000 Unternehmen bzw. 1,97 Mio. Berufstätige gegen die Folgen von Unfällen und Berufskrankheiten. Die Suva arbeitet selbsttragend, ohne öffentliche Gelder und gibt Gewinne in Form von tieferen Prämien an die Versicherten zurück. Im Verwaltungsrat sind die Sozialpartner – Arbeitgeber und Arbeitnehmer – und der Bund vertreten.



Gesundheitsförderung im Büro

**Interview – mit Dr. phil. Urs Näpflin –
Leiter Suva-Bereich Betriebliches
Gesundheitsmanagement (BGM)**

Was sind die Hauptargumente, dass ein Betrieb ein umfassendes Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) einführt?
Viele Unternehmungen setzen punktuelle Massnahmen um. Oft aber kann man nicht von «umfassend» und systematisch sprechen. Argumente für ein umfassendes BGM ergeben sich von folgenden Seiten:

- Unternehmensstrategie: Ein umfassendes BGM trägt dazu bei, die Motivation, das Engagement aber auch die Innovationsbereitschaft der Mitarbeitenden zu fördern und zu erhalten.
- Betriebswirtschaftliche Argumente: Prävention von (Freizeit-) Unfällen und Krankheiten und die Förderung der körperlichen und mentalen Leistungsfähigkeit der (älteren) Mitarbeitenden hilft mit, die Krankheitsfälle und Unfälle zu verhindern oder deren Absenzdauer zu reduzieren. Damit werden zum Teil massive ungedeckte betriebliche Kosten eingespart. Nicht zu vergessen sind auch die Kosten durch Präsentismus (Arbeiten trotz Beschwerden und Krankheit mit entsprechenden Leistungseinbussen). Präsentismus-Kosten werden höher beziffert, als die Absenz-Kosten.
- Personalpolitik: Ein umfassendes BGM hilft mit, gute Mitarbeitende zu rekrutieren und zu halten.

Gibt es Branchen, die vermehrt auf die Gesundheit ihrer Mitarbeiter Wert legen und solche die sich es nicht leisten wollen oder können?

Eine Analyse im Kanton Luzern aus dem Jahr 2011 hat ergeben, dass grosse Betriebe weiter sind als kleinere. Kleinbetriebe setzen vor allem auf Arbeitssicherheit, Er-

gonomie und Absenzen-Management. Unsere Erfahrungen bestätigen, dass kleinere Betriebe einfache Lösungen suchen und weniger systematisch vorgehen. Neben der Betriebsgrösse und der Branche spielt auch die wirtschaftliche Situation der Unternehmung eine bedeutende Rolle. Wenn Betriebe wirtschaftliche Schwierigkeiten haben, dann investieren sie weniger ins BGM.

Gibt es bei den KMUs ein Umdenken in Bezug auf die Gesundheitsprävention im Vergleich zu vor zehn Jahren?

Es gibt aus meiner Sicht ein Umdenken. War es vor einiger Zeit vorwiegend das Absenzen-Management, das im Zentrum stand, so ist heute vermehrt eine systematische Umsetzung von BGM nachgefragt. Mit dem Druck in der Arbeitswelt, mit den Abhängigkeiten der Betriebe von guten Mitarbeitenden, mit der demografischen Entwicklung, aber auch durch die Ausfälle (z.B. durch Erschöpfungssyndrom) in den Betrieben steigt das Bedürfnis, zu handeln.

Wie wird das BGM in der Suva selber umgesetzt?

Für das BGM der Suva als Arbeitgeberin wurde in den letzten Jahren viel investiert: vom BGM-Konzept über die Schulung der Führungskräfte zum Thema Führung und Gesundheit bis zur Weiterentwicklung des Absenzen- und Case Managements für erkrankte oder verunfallte Suva Mitarbeitende. Auch in die Mitarbeitendenförderung, in die Vereinbarkeit von Familie und Berufsarbeit und in das Weiterbildungsangebot im Sinne der fachlichen und persönlichen Mitarbeitendenentwicklung wurde investiert.

Geben Sie uns noch einen Tipp, wie eine Person an ihrem Arbeitsplatz mit wenig Aufwand fit und leistungsfähig bleiben kann?

Ich gehe vom 5-Säulen-Prinzip aus:

- 1. Partnerschaft und Familie pflegen:** Vereinbarkeit von Beruf und Freizeit zu friedienstellend gestalten
- 2. Arbeit und Beruf:** Geben und Nehmen im Lot halten; d.h. sich zu engagieren, aber nicht krankmachend zu verausgaben.
- 3. Gesundheit:** Eigene Gesundheit und eigenes Gesundheitsverhalten immer wieder hinterfragen und anpassen.
- 4. Erholung, Freizeit und Freunde:** Phasen der Anspannung mit Phasen der Erholung kombinieren z.B. mit einem Hobby, der Musik und/oder Freunden.
- 5. Spirituelle Ebene nicht vergessen:** Den Sinn im alltäglichen (auch im beruflichen) Handeln nicht ausser Acht lassen!

Swisscom gestaltet die Zukunft

Die Digitalisierung der Medien und die Vielfalt an Kommunikationstechnologien erschliessen uns einerseits enorme Möglichkeiten, gleichzeitig bergen sich aber vor allem für die Jugend grosse Risiken.

von Elisa Morales

Heutzutage leben wir in einer Welt, die vom Internet dominiert wird. In der Schule, am Arbeitsplatz sowie in der Freizeit gehören digitale Medien zu unserem Alltag. Während ein zu jeder Zeit zugängliches und zuverlässiges Netz von den Konsumentinnen und Konsumenten erwartet wird und sich schon fast zur Notwendigkeit entwickelt hat, stellt dieses auch eine grosse Anzahl von Risiken dar. Insbesondere die Jugendlichen, die mit den neusten Medien aufgewachsen sind, werden einigen Gefahren ausgesetzt. Neben vielseitigen Entwicklungs- und Lernchancen werden die Heranwachsenden mit Gefahren wie Internet-sucht, Cybermobbing, Datenmissbrauch, Pornografie oder sexuellen Übergriffen konfrontiert.

Swisscom ist sich bewusst, dass eine zuverlässige und leistungsfähige Kommunikationsinfrastruktur die Grundlage für die heutige, zusehends digitale Wirtschaft ist und bietet hierzu unter anderem das

beste und schnellste Netz des Landes an. Um den sich daraus ergebenden Problemen vorzubeugen, ist eines der Nachhaltigkeitsziele bis 2020 für Swisscom, Leader im Bereich Datensicherheit zu sein. Der Grund, weshalb die Wahl auf dieses konkrete Problem als eines der Nachhaltigkeitsziele der Firma fiel, erklärt Res Wirtschi in einem Interview: «Wir untersuchten, wo wir welchen Einfluss haben und eine möglichst grosse Hebelwirkung erzeugen können. Zudem griffen wir die Bedürfnisse unserer Kundinnen, Lieferanten, Non-Profit-Organisationen sowie weiteren Stakeholdern auf.»

Um dieses Ziel anzustreben, hat Swisscom das Programm Medienkompetenz gestartet, das sich damit befasst, die Schweizer Bevölkerung bei einem sicheren und zuverlässigen Umgang mit neuen Medien zu unterstützen. Ein breites Angebot an Medienkursen und weiteren Bildungsangeboten vermittelt ein selbstverantwortliches Nutzen dieser Medien. Kurse für Elternorganisationen und Lehrkollegien fokussie-

ren auf die Lernbegleitung, die Kinder und Jugendliche in dieser neuen Kulturkompetenz brauchen. Andererseits befassen sich die Medienkurse für Schülerinnen und Schüler damit, junge Leute in einem gesunden Umgang mit dem Medienkonsum zu begleiten und sie für die Gefahren zu sensibilisieren. Zudem wird Medienkompetenz sechsmal jährlich im «Hallo-Zukunft»-Newsletter thematisiert und bietet konkrete Angebote und Handlungshinweise an.

Swisscom zeigt mit diesem Angebot, dass die Firma aktiv einen Beitrag leisten will um die Medienerziehung im Alltag zu fördern.



Förderung der Medienkompetenz bei Jugendlichen, Quelle: Swisscom AG

Swisscom – Ein zukunftsorientiertes Unternehmen

Seit Jahren setzt sich das Schweizer Telekommunikationsunternehmen für einen verantwortungsvollen Gebrauch der Ressourcen ein. Damit dies auch entlang der ganzen Wertschöpfungskette ausgeübt wird, gilt das Engagement für Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft als elementare Komponente der Unternehmensstrategie. Deshalb hat sich die Firma sechs konkrete und übergreifende Ziele gesetzt: drei gelten den Kundinnen und Kunden, zwei den Mitarbeitenden und Partnern und eines der Schweiz im Allgemeinen. Bis 2020 will Swisscom zu einem der nachhaltigsten Unternehmen der Schweiz gehören.



Ursula Darmstaedter

**Interview – mit Ursula Darmstaedter,
Projektleiterin Corporate
Social Responsibility, Swisscom AG**

Was ist die Motivation hinter diesem Programm?

Die Digitalisierung der Medien und neue Kommunikationstechnologien bergen enorme Chancen, aber auch Risiken. Wir bieten nicht nur allen Zugang, sondern setzen uns auch für den verantwortungsvollen und sicheren Umgang mit neuen Medien ein und fördern so die Medienkompetenz der Schweizer Bevölkerung. Im Oktober 2013 haben wir die Online-Plattform «Medienstark» zur Förderung von Medienkompetenz in Familien lanciert. Unser Engagement steht damit im Einklang mit der Strategie des Bundes für eine gesunde und wertvermehrnde Informationsgesellschaft.

Woraus bestehen die Medienkurse?

Swisscom bietet Medienkurse für Schülerinnen und Schüler der Mittel- und Oberstufe

(Impuls-Doppellektion), Eltern und Lehrpersonen an. Die Kurse werden von Personen geleitet, die eine Pädagogische Ausbildung und die Kurse im Namen der Swisscom ausführen. Einerseits kommen direkte Anfragen der Schulen an die Swisscom und andererseits promoviert die Firma aktiv an verschiedenen Orten ihr Angebot. Mehr Information unter www.swisscom.ch/medienkurse.

Wie kann man einen verantwortungsvollen und sicheren Umgang mit Medien fördern?

Bei den Schülerinnen und Schülern mit Medienprävention und Reflexion der Mediennutzung und bei den Eltern durch Stärkung der Begleiter-Rolle. Hier geht es weniger um eine technische Wissensvermittlung als um eine Aufklärung und Sensibilisierung für konkrete Gesetze und Gefahren. Je nach Zielgruppe variiert der Fokus auf Hinweise zu Regeln, das Aufmerksam-Machen für Risiken oder auf das Einleiten als Vorbild der selbstverantwortlichen Nutzung der Medien.

Worin bestehen ihrer Ansicht nach die Hauptgefahren für junge Menschen?

Die Hauptgefahren bestehen in «ungeeigneten» Inhalten in sozialen Netzwerken (Identität im Netz, Postings), Internetabhängigkeit (always on) und Pornographie.

Inwiefern sind die Jugendlichen sich dieser Gefahren bewusst? Nehmen sie die Risiken ohne Weiteres in Kauf?

Teilweise sind sich die Jugendlichen der Gefahren bewusst, nehmen aber wissend das Risiko in Kauf, um «dabei zu sein» (Zugehörigkeit Peer) oder infolge fehlender Resilienz. Sofern der Nutzen grösser ist als das eingeschätzte Risiko (meistens passiert

nichts), bewegen sich viele Jugendliche relativ sorglos in der digitalen Welt.

«Ich sehe eine Schweiz, in der Neugier im Netz ungefährlich ist.»

Auf welche Auswirkungen zielt die Swisscom mit ihrem Engagement?

Mit unseren Medienkursen bieten wir einen ersten Input zur Förderung der Medienkompetenz der Schülerinnen und Schüler und hoffen, die Lehrer für eine Weiterführung der «Medienkompetenz-Förderung» zu inspirieren (Medienkurs für Lehrpersonen). An den Elternveranstaltungen zeigen wir den Eltern auf, dass Medienbegleitung auch ohne hohe Mediennutzungskompetenz möglich ist. Im Jahr 2020 sieht Swisscom eine Schweiz, in der sich alle deutlich mehr für unsere Umwelt und Gesellschaft engagieren.

Wie plant die Swisscom diese Auswirkungen zu messen?

Die Wirksamkeit der Medienkurse wurde in einer Studie durch die Fernfachhochschule Schweiz (FFHS) untersucht.

Wo sehen Sie den Bezug von diesem spezifischen Programm zu CSR (Corporate Social Responsibility)?

Es ist eine integrierte Massnahme unserer Corporate Responsibility- Strategie. Das heisst, dass das Medienkompetenz-Programm ein fixer Bestandteil der Massnahmen der Firma ist und eines der grössten Handlungsfelder des CSR-Departments darstellt.

Soziale Integration durch Begegnung auf Augenhöhe

Im Restaurant Quai4 stehen die Mitarbeitenden im Fokus. Durch eine sinnvolle Tätigkeit erfahren sie Tagesstruktur und Wertschätzung. Helene Sidler durfte während den Impulswochen einen Arbeitstag im Quai4 miterleben.

von Viviane Ulrich

Einmal mehr standen beim Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» die Impulswochen an. Für die bei nolax tätige Brandmanagerin Helene Sidler ist dieses Projekt nichts Neues: Jedes Jahr ist sie mit dabei, sei es als Teilnehmerin oder als Projektanbieterin. Sie ist überzeugt mit jedem Einblick in ein anderes Unternehmen ihren Horizont zu erweitern. Dieses Jahr entschied sie sich für einen Einsatz im Restaurant Quai4.

Nach einer Begrüssung durch den Restaurantleiter Adrian Rentsch wurde sie dem Mitarbeiter übergeben. Sofort wurde Helene Sidler in die Arbeit und damit auch ins Küchenteam integriert: Während sie bei nolax für Texte, Websites, Personal- und Kulturbelange zuständig ist, war an diesem Tag Gemüse schneiden, Salate vorbereiten, Himbeerküsse backen usw. angesagt. Trotz der vielen Arbeit kam der Austausch zwischen Helene Sidler und den Mitarbeitenden des Quai4 nicht zu kurz. Alle waren sich einig: Nebst vielen Unterschieden der beiden Unternehmen Nolax und Quai4, bestehen auch viele Gemeinsamkeiten, so zum Beispiel der respektvolle Umgang im Team.

Auch Adrian Rentsch ist von diesem Erfahrungsaustausch, der durch die Impulswochen ermöglicht wurde, überzeugt. Er nutzte die Gelegenheit sich mit Helene Sidler über die Verschiedenheiten von Büroarbeiten zu «handwerklichen» Arbeiten, Tagesabläufen, Zusammenarbeit im Team auszutauschen.

Als Mitglied vom Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» sieht er das Restaurant Quai4 als Unternehmen mit einer sozialen Verantwortung: Einerseits gegenüber den Mitarbeitenden mit vorwiegend



Mitarbeitende des Restaurants Quai4 in Luzern

psychischen Beeinträchtigungen, aber auch gegenüber der öffentlichen Hand als Auftraggeberin. Das Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» dient dem Restaurant Quai4 dazu, der Öffentlichkeit seine tragende und übernehmende Verantwortung präsentieren zu können.

Helene Sidler nimmt nach dem Tag im Quai4 viele Eindrücke mit. Besonders beeindruckt hat sie die positive Atmosphäre und die hohe Professionalität – jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter, egal ob mit oder ohne psychische Beeinträchtigung, wird gleich behandelt.

Wie sie es auch bei nolax im Kleinen erlebt, hat das Restaurant Quai4 für sie einmal mehr bewiesen, dass es eine Bereicherung für ein Unternehmen ist, Menschen mit einer Beeinträchtigung in die Arbeitswelt zu integrieren.

Das Restaurant Quai4

Das Restaurant Quai4 ist ein Angebot der «Wärchbrogg». Das soziale Unternehmen ist die älteste geschützte Werkstätte in Luzern und beschäftigt rund 120 Personen, welche in Voll- und Teilzeitpensen arbeiten. Begleitet werden sie von 30 Fachpersonen.

Im August 2014 wurden das Restaurant, sowie der angrenzende Quartierladen eröffnet. Damit konnten für weitere 30 Menschen mit einer vorwiegend psychischen Beeinträchtigung Arbeitsplätze geschaffen werden.

Das Restaurant umfasst 85 Sitzplätze und im Sommer eine attraktive Gartenwirtschaft.

Kulinarisch setzt das Quai4 auf eine schweizerisch-mediterrane Küche. Dabei wird besonders auf die frische Zubereitung Wert gelegt, so dass der Genuss garantiert ist.

Interview – mit Helene Sidler, Brand Management & Communication, nolax AG und Vorstandsmitglied im Netzwerk «Unternehmen Verantwortung». Sie arbeitete im Rahmen der Impulswoche einen Tag im Restaurant Quai4.

Mit welchen Erwartungen gingen Sie ins Restaurant Quai4? Welche haben sich bestätigt und was hat Sie besonders überrascht?

Ich hatte keine bestimmten Erwartungen, sondern ging offen hin, um mich einfach auf eine andere Welt einzulassen. Dass im Quai4 im Umgang viel Menschlichkeit und Respekt spürbar ist, hat sich für mich bestätigt, denn ich war früher schon als Gast dort. Die leitenden Mitarbeitenden kennen die speziellen Umstände und Möglichkeiten ihrer Teams. So sind sie willens und fähig, ein Team mit psychisch beeinträchtigten Menschen zielgerichtet und erfolgsorientiert zu führen. Überrascht hat mich dabei vielleicht, wie viel Autonomie und Verantwortung sie den einzelnen Mitarbeitenden zugestehen.

Sie arbeiten im wirtschaftlichen Unternehmen nolax. Welche Unterschiede zum gemeinnützigen Restaurant Quai4 sind Ihnen in der Teamzusammenarbeit speziell aufgefallen?

Der Leistungsdruck und die Selbstständigkeit bei uns sind grösser. Aber sonst funktionieren wir ähnlich: Wie pflegen einen respektvollen und ungezwungenen Umgang und sehen den Menschen vor der Arbeitskraft. Der letzte Satz der nolax-Mission bringt das auf den Punkt: Der Mensch ist für nolax das Mass unternehmerischer Tätigkeit: nolax dient dem Menschen.

In Bezug auf die Zielsetzung vom Netzwerk «Unternehmen Verantwortung» Koopera-

tionsprojekte zwischen wirtschaftlichen und gemeinnützigen Unternehmen zu planen und umzusetzen – welche Inspirationen erhielten Sie durch Ihren Arbeitstag im Quai4?

Ich bin überzeugt, dass es eine Job-Bereicherung ist, Menschen mit Beeinträchtigungen zu begleiten. Es wäre toll, wenn wir bei nolax einen oder zwei weitere Arbeitsplätze für Menschen mit Beeinträchtigungen schaffen könnten. Voraussetzung: Eine Reihe von Personen muss freiwillig bereit sein, die zusätzliche Betreuungsarbeit zu übernehmen. Die Erfahrung zeigt, dass es nur funktioniert, wenn diese Aufgabe freiwillig übernommen wird. Weiter denke ich, dass im Bereich von Gastronomie und Hausdienste die Zusammenarbeit mit Institutionen wie Brändi, Wärbrogg oder IG Arbeit möglich wäre. Solche Ideen lassen sich meist nicht von heute auf morgen realisieren. Wenn es jedoch sinnvolle Möglichkeiten gibt, ist es wichtig, dass die Entscheider in den Wirtschaftsunternehmen auf diese Themen sensibilisiert sind.

«Die Wirtschaft hat die Tendenz, alles zu normieren – auch die Menschen. Doch zum Glück ist jeder in seiner Weise einzigartig.»

Im Quai4 arbeiteten Sie mit Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung. Welche Erfahrungen machten Sie dabei? Welche Herausforderungen und Chancen sehen Sie für ein wirtschaftliches Unternehmen Menschen mit einer psychischen Erkrankung anzustellen?

Die Wirtschaft hat die Tendenz, alles zu normieren – auch die Menschen. Doch zum Glück ist jeder Mensch anders und in seiner

Weise einzigartig. Sich auf das Anderssein einzulassen, braucht Bereitschaft und ist vielleicht auch Übungssache. Ohne Übung ist es anstrengend, trotzdem ist es auch immer eine Bereicherung. Mann muss es einfach zulassen und bewusst seine Aufmerksamkeit auf die positiven Seiten lenken. Heterogene Teams oder Diversität sind auf jeden Fall eine Bereicherung und fördern die Innovationskraft.

Was war Ihr Highlight am Tag im Restaurant Quai4?

Es hat mich gefreut zu erleben, dass dieses Restaurant sehr professionell geführt wird. Im Quai4 arbeiten Menschen mit unterschiedlichen Möglichkeiten. Sie gehen alle einer sinnvollen und für sie wertvollen Arbeit nach und stehen damit voll im Leben. Mitten drin und nicht abseits.

Digitale Medien für soziale Wirkung und Veränderung

Digitale Medien sind omnipräsent. Sie begegnen uns in der Berufswelt, in der Freizeit und auch in unseren Familien. Diese Entwicklung ist voller Herausforderungen und birgt viele Chancen und Möglichkeiten.

von Adrian Achermann

Digitale Medien können auch für soziale Veränderungen eingesetzt werden. Beispielsweise in den Bereichen Chancengleichheit, gerechte Verteilung von Ressourcen oder für Kreativitätsförderung in der Gesellschaft. Hier will Tatenträger ansetzen und tätig sein.

Entstanden ist Tatenträger AG aus dem Verein Projektlabor. Dieser will den kreativen Geist der Winterthurer Jugend wecken, Medienkompetenz fördern und zur Eigeninitiative und Eigenverantwortung anregen. Christoph Seiler und Rafael Freuler gründen 2008 den Verein Projektlabor. Sie werden aktiv mit einer Medienwerkstatt und kreativen Medienprojekten. Zu Beginn bietet der Verein Projektlabor Raum, Infrastruktur und Unterstützung für eigene Projekte der Zielgruppe in Grafik, Film, Musik, Webdesign und Fotografie. Projektlabor ist ein gemeinnütziger Verein

zur Förderung kreativen Engagements junger Erwachsener mit digitalen Medien.

Der Verein finanziert sich durch Spenden und Stiftungen. Um das Projekt nachhaltig zu sichern, gehen Seiler und Freuler neue Wege und gründen 2012 die Tatenträger GmbH. Mit der Full-Service-Agentur wird der Erfahrungsschatz und das breite Know-how des Vereins für Kundinnen und Kunden zugänglich gemacht. Mit dem hybriden Geschäftsmodell, der Professionalisierung der Agentur und der späteren Umwandlung in eine AG kann der Verein sich voll und ganz auf die partizipative und gemeinnützige Kreativitätsförderung fokussieren und gleichzeitig von den stabilen Strukturen der Tatenträger AG profitieren.

Es entstehen diverse Projekte, welche die digitale Welt mit der Wirklichkeit verbinden und Jugendlichen und jungen Erwachsenen den Zugang zu verschiedenen Angeboten der Stadt Winterthur ermöglichen. Tatenträger wird zur Agentur für di-

gitale Medien in der Nachwuchsförderung. Die Kampagne «Finde Esmeralda» wird ein Erfolg. Mit Workshops wie dem eigens entwickelten «Do Tank» werden gemeinsam mit ausgewählten jugendlichen «Digital Natives» neue Medienformate und Angebote konzipiert. Diese orientieren sich stark an der Lebenswelt der Zielgruppe. Mit dem strukturierten Prozess der Bedürfnisabklärung wird der Zugang für Organisationen und Unternehmen zur Zielgruppe mittels massgeschneiderter Angebote wie beispielsweise der Informationsplattform Jugendinfo-Winterthur geöffnet.



Tatenträger hilft jungen Menschen beim richtigen Umgang mit digitalen Medien

Tatenträger AG – Projekte, die junge Erwachsene bewegen

Tatenträger wurde 2012 von Medienschaffenden aus verschiedenen Berufsfeldern gegründet. Das Unternehmen ist aus den Erfahrungen mit partizipativen Medienprojekten des Vereins Projektlabor entstanden und gewachsen. Tatenträger AG entwickelt und konzeptioniert für Kundinnen und Kunden sowie Partner Medienprojekte von der Gestaltung über die Technik bis zur Umsetzung. Das Engagement der Tatenträger AG wie auch des Vereins Projektlabor zielt auf das Potenzial junger Menschen und fördert dieses. Gleichzeitig wird auf eine soziale Wirkung der Projekte fokussiert.



Im Fokus: Das Potenzial digitaler Medien

**Interview – mit Rafael Freuler,
Mitgründer Tatenträger AG und Projekt-
labor, Zürich und Winterthur**

Wie kamt ihr dazu, Projekte zu starten, um Jugendliche und junge Erwachsene im kreativen Engagement mit digitalen Medien zu fördern?

Ich bin ursprünglich Web-Entwickler. Durch diese Tätigkeit wurde ich immer wieder um Unterstützung angefragt. Freunde oder Bekannte benötigten für Projekte Webseiten und suchten Hilfe. Diese Lücke wollten wir ausfüllen und jungen Menschen den Zugang zu digitalen Medien erleichtern. Wir haben uns gedacht: Das Bedürfnis nach Know-how in diesem

Bereich ist gross, und es ist schade, wenn Projekte deswegen scheitern.

Wie seid ihr auf die Idee gekommen?

Wir erkannten, dass es zahlreichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen an Know-how in diesem Bereich fehlt. So entstand schliesslich die Idee, unser Wissen aus diversen medialen Berufen jungen Menschen zugänglich zu machen.

Wie unterscheidet ihr euch von anderen «Agenturen», welche ähnliche Projekte machen?

Es gibt sehr viele Angebote zu Prävention oder Medienkompetenz. Viele Projekte in dem Bereich arbeiten beispielsweise auch mit Schulen zusammen, um auf die Gefahren digitaler Medien hinzuweisen. Wir aber wollen nicht auf die Probleme im Umgang mit digitalen Medien hinweisen, sondern wir fokussieren uns auf das Potenzial.

«Die Wirtschaft hat die Tendenz, alles zu normieren – auch die Menschen. Doch zum Glück ist jeder in seiner Weise einzigartig.»

Aus dem Verein Projektlabor ist die heutige Tatenträger AG entstanden. War es euer Ziel, ein Unternehmen zu gründen, oder wie kam es dazu?

Im Verein haben wir uns überlegt, wie wir mit weiteren Projekten Geld verdienen könnten, um das Fortbestehen des Vereins zu sichern. Die Arbeit als Full-Service-Agentur ermöglicht es uns, ökonomisch gesund zu handeln und so den Fortbestand des Vereins mit dem Zweck «Förderung junger Talente im Kunst- und Medienbereich» zu sichern.

Wie finanziert ihr euch konkret?

Tatenträger AG ist spezialisiert auf Projekte, die junge Erwachsene in Bewegung setzen. Unsere Auftraggeber (viele aus dem öffentlichen Sektor) implementieren Projekte, und wir unterstützen die Umsetzung mit digitalen Medien, konzipieren partizipative Medienprojekte, machen Medienberatung und -design und bieten Workshops und «Do Tanks» an.

Welches sind die wichtigsten Lehren, welche ihr aus eurer bisherigen professionellen Vereins- bzw. Geschäftstätigkeit zieht?

Das Netzwerk ist sehr wichtig. Wir haben in Winterthur begonnen, ohne in der Stadt verankert zu sein. Rückblickend wäre es sicherlich einfacher und hilfreich gewesen, in der Stadt besser vernetzt zu sein, um mit anderen Stellen zusammenarbeiten zu können. Zudem bedingt gemeinsames Handeln eine gemeinsame Zielsetzung und eine klare Vision. Nur so kann es vorwärts gehen.

Was macht die Arbeit für dich aus, ist es wichtig «sozial» engagiert zu sein?

Es ist toll, in einem Umfeld tätig zu sein, in welchem man das Gefühl hat, etwas bewegen und andere für etwas begeistern zu können. Wir möchten bei allen Projekten eine soziale Wirkung erzielen. Dieser Wunsch treibt uns an.