Wertschätzung – so funktioniert's

Faktor C

Das christliche Wirtschaftsmagazin

FRAUEN UND KARRIERE

UNTERNEHMEN
WIE CHEFS 2020 VERANTWORTLICH HANDELN

UMWELT
VELOTAXI GEWINNT MIT ÖKOLOGIE

MEDIEN
DIE PASSION WIRD ZUR TV-SHOW

Faktor C // Heft 1 // Februar 2020

Veranstaltungen 2020

Februar
29.02. CiW-Seminar, Neu-Ulm

März
06.03. CiW-Forum, Mittelhessen
14.03. CiW-Forum, Stuttgart-Esslingen
14.03. CiW-Forum, Pforzheim-Bruchsal
20.03. CiW-Forum, Würzburg
27.03. CiW-Impulsabend, Dortmund
27.03. CiW-Impulsabend, Fürth-Stein
28.03. CiW-Seminar, Neu-Ulm

April
25.04. CiW-Seminar, Neu-Ulm
29.04. Führungsforum im Bildungsforum Kloster Untermarchtal (bei Ulm)

Mai
15.05. CiW-Forum, Mittelhessen
21.-24.05. CiW-HolzhausenTage, Burbach

Weitere Termine
06.06. CiW-Festtag, Würzburg
03.-05.07. YP Impact Weekend, Rothenburg ob der Tauber
02.- 04.10. MUT 2020, Schwäbisch Gmünd

Weitere Informationen zu unseren Veranstaltungen finden Sie unter **www.ciw.de**

Unterwegs GmbH

REISEN 2020

NAMIBIA 3. - 16.4.2020
Rundreise mit Begegnungen

AUFATMEN FÜR FRAUEN 30.4. - 3.5.2020
Oberzell bei Würzburg
mit Christina Scheffbuch-Schwalfenberg

KORSIKA 16. - 23.5.2020
in der Ferienanlage Les Résidences Pinéa

PFINGSTEN IN ISRAEL 1. - 11.6.2020
mit Pfarrer Stefan Mergenthaler

ALASKA 2. - 13.7.2020
mit Angela + Jürgen Werth

ISRAEL FÜR JUNGE LEUTE
23.8. - 3.9.2020

JORDANIEN 17. - 25.10.2020
Rundreise mit Ehepaar Werth

INFOS UND ANMELDUNG:
Renate Stäbler
Tel.: 09123/13658, info@mit-uns-unterwegs.de

GESAMTLEITUNG UND BIBELZEITEN DER REISEN:
Hans-Martin Stäbler

mit-uns-unterwegs.de in Kooperation mit

Michael vom Ende,
Geschäftsführer von „Christen in der Wirtschaft e.V."

Liebe Leserin, lieber Leser,

think big! – Denke groß! – Das ist eine Parole, die wir von Managementgurus und Lebenshilfeexperten immer wieder hören. Die Botschaft ist: Wir sollen uns befreien von Denkblockaden und Begrenzungen, die vielleicht nur in unserer Phantasie existieren. Ein großes Bild der Zukunft motiviert und bringt uns ins Handeln.

Groß sind in diesen Tagen ja ganz andere Dinge. Der Druck zum Beispiel, der auf vielen von uns lastet: Erfolgsdruck, Konkurrenzdruck, wirtschaftlicher Druck. Jeder versucht, den Druck zu mindern. So hat Anfang Februar der Handelsverband Deutschland eine Grundgesetzänderung gefordert, um die Ausnahmen von der Sonntagsruhe auszudehnen. Der Einzelhandel steht unter dem Druck von Online-Händlern und will nun häufiger auch sonntags verkaufen. Wir halten dagegen: Ein verbindlicher Ruhetag pro Woche tut allen Menschen gut – Mitarbeitern, Unternehmern, Familien und der gesamten Gesellschaft. Und wir wissen, dass das biblische Gebot, den Feiertag zu heiligen, zum Segen ist.

Groß sind auch unsere Bedürfnisse. Menschen – vielleicht besonders in der Wirtschaft – sehnen sich nach echten, wertschätzenden Begegnungen, möchten andere unterstützen – und unterstützt werden. Sie suchen Inspiration und Orientierung. Auf diese Bedürfnisse stellt sich unsere Initiative als „altehrwürdige Institution" seit mittlerweile 118 Jahren ein. Die Zeiten ändern sich, der Auftrag bleibt. Deshalb haben wir uns entschieden, unsere Arbeit unter neuer Flagge zu erfüllen. Künftig treten wir unter dem Namen „faktor c – Eine Initiative von Christen in der Wirtschaft" auf. Das C steht natürlich für Christus. Unser Claim dazu lautet: „Damit Leben in der Wirtschaft gelingt." Erläuterungen dazu finden Sie ab Seite 34.

Unsere Neupositionierung hat Auswirkungen auf das Magazin, das Sie sich gerade ansehen. Es soll ein neues Gesicht bekommen. Wundern Sie sich also nicht, wenn Sie in drei Monaten ein Heft in einer frischen Gestaltung erhalten. Unserem Auftrag bleiben wir dabei treu. Wir denken groß, weil wir den Verheißungen unseres Schöpfers entlang denken. Wir wollen zeigen, dass Christus – der grundlegende Faktor unseres Lebens – zu einem gelingenden Leben hilft. Lassen Sie sich davon anstecken!

Herzlich grüßt Sie,

Ihr Michael vom Ende

IN DIESER AUSGABE

TITEL // 6

Foto: privat

„Manchmal wollen Frauen zu viel“

Die Unternehmerin Elisabeth Schirmer über Karriere, Wunder und Medienmacht

> Interview mit Elisabeth Schirmer

UMWELTBEWUSSTSEIN // 16

Foto: privat

Wo Mensch und Schöpfer zusammenarbeiten

Der Velotaxi-Chef und Christ Matthias Graf engagiert sich für ökologischen Verkehr

> Marcus Mockler

MANAGEMENT // 12

„Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt!“

Foto: privat

VERANTWORTUNG LEBEN // 24

Foto: privat

Apfelbäume pflanzen
Gesellschaftliche Unternehmer-Verantwortung in den 2020er-Jahren
> Daniel Hoster

TV UND BIBEL // 30

Foto: Joshua Hanson / unsplash

Jesus leidet im Fernsehen
RTL will mit der Passion Christi Quote machen
> red/pm/idea

„FAKTOR C“ // 34

Foto: istockphoto.com / HAKINMHAN

Mit neuem Namen zu den Wurzeln
Warum die „Christen in der Wirtschaft“ künftig als „faktor c“ auftreten
> Michael vom Ende

KOLUMNE PEER-DETLEV SCHLADEBUSCH // 20

NEWS // 20

KOLUMNE MICHAEL VOM ENDE // 28

CIW-INFO // 37

LITERATURTIPP // 39

Impressum

Faktor C
Zeitschrift von
Christen in der Wirtschaft e.V.
Registrierungsgericht Würzburg
ISSN 1866-6698

Geschäftsführer des CiW
Michael vom Ende

CiW-Zentrale und Bezieher-Service:
Christen in der Wirtschaft e.V.
Theaterstraße 16
97070 Würzburg
Tel. +49 (0)931-306 992 50
Fax +49 (0)931-306 992 59
info@ciw.de, www.ciw.de

Anzeigenverwaltung
Benjamin Biege
E-Mail b.biege@ciw.de
Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 01.01.2020

Herausgeber
Christen in der Wirtschaft e.V.

Chefredakteur
Marcus Mockler
E-Mail redaktion@ciw.de

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Gestaltung
Robert Roman
Titelfoto: privat

Druck
PRINTEC OFFSET >medienhaus>
34123 Kassel

Erscheinungsweise
4-mal im Jahr

Faktor C wird gegen Spende abgegeben.

Konto / Spenden
KD-Bank eG
44135 Dortmund
IBAN: DE69 3506 0190 1011 8720 14
BIC: GENODED1DKD

(Teil-) Beilagen / Beihefter
> Flyer MUT2020

TITEL: **FRAUEN**

„Die gehört in den Haushalt" – solche Vorurteile hat die Schweizer Unternehmerin Elisabeth Schirmer in jungen Jahren manchmal gehört. Auf der Karriereleiter ist sie dennoch nach oben gestiegen. Ihren Glauben an Gott hat sie dabei nie vergessen. Sie wolle mit ihrem Leben „Mehrwert für andere Menschen" schaffen, erzählt sie im Interview mit Faktor-C-Chefredakteur Marcus Mockler.

„MANCHMAL WOLLEN FRAUEN ZU VIEL"

DIE UNTERNEHMERIN ELISABETH SCHIRMER ÜBER KARRIERE, WUNDER UND MEDIENMACHT

Foto: privat

Frau Schirmer, haben es Frauen in Führungspositionen in der Wirtschaft heute immer noch schwerer als Männer?

Das hängt von der Branche ab. In der Politik haben es die Frauen inzwischen einfacher. In der Dienstleistungsbranche vermutlich auch. Schwieriger wird es in den technischen Berufen, in den Industriebetrieben zum Beispiel. Manchmal haben sie Nachteile, manchmal haben Sie Vorteile.

Kürzlich gab es eine Ausschreibung für einen wichtigen Posten, darauf bewarben sich 150 Leute. Darunter waren nur zehn Frauen. Und diese Frauen hat man schon genauer angeguckt. Die Männer mussten allein über ihren Lebenslauf auffallen. Bei den Frauen hat man schon deshalb hingesehen, weil zu wenige da sind. Bedauerlich ist, dass man das Äußere bei einer Frau viel stärker bewertet als bei einem Mann.

Was war Ihre niederschmetterndste Erfahrung als Frau auf der Karriereleiter?

Mich schmettert kaum etwas nieder. Wenn Männer aber nur nach außen den Eindruck erwecken, dass man absolut für Frauen sei, stört mich das. Kaum vertritt eine Frau eine eigene Meinung und stellt sich gegen die männliche Mehrheitsmeinung, dann kamen früher schnell die Klischeevorstellungen: „Die gehört in den Haushalt, die ist vielleicht gut zum Kinderkriegen." Da gehen die Schubladen schnell wieder zu. Nebenbei: Kürzlich parkte ich mein Auto zügig in einer Parklücke ein, dafür erntete ich klatschenden Beifall von Männern, die sich im gegenüberliegenden Straßencafé ein Abendbier gönnten. Hätten die bei einem Mann auch geklatscht? Was soll's, ich nehme es als Kompliment.

„Wofür brennt mein Herz?"

Kann man Führen lernen? Oder ist das ausschließlich Learning by Doing?

Das ist keine reine Lernsache, das hat auch mit den Persönlichkeitsmerkmalen zu tun. Es braucht Empathie, Sozialkompetenz, aber natürlich auch Fachkompetenz. Je weiter man nach oben kommt, desto wichtiger werden Faktoren, die man kaum lernen kann: visionäres Denken, inneres Brennen, Imagination der Zukunft, Meistern von Komplexität. Das Wachstum in Charakter und Beziehungsfähigkeit erachte ich als wichtig.

>

Elisabeth Schirmer, Jahrgang 1958, ist Vorstandsvorsitzende des Uhrenherstellers Ronda AG in der Schweiz. Das Unternehmen hat weltweit rund 1.400 Mitarbeiter. Die verheiratete Mutter von drei Kindern lebte die längste Zeit in der Herausforderung, Geschäft und Familie unter einen Hut zu bringen. Führungsaufgaben übernahm sie unter anderem auch als Vorstandsmitglied der Handelskammer, Mitglied eines Fachhochschulrats und als Präsidentin der „Basellandschaftlichen Kantonalbank". Außerdem engagiert sie sich im Vorstand der Internationalen Vereinigung Christlicher Geschäftsleute (IVCG).

Was würden Sie jungen Frauen empfehlen, die Karriere machen wollen?

Das Wichtigste ist, seine persönliche Basis zu kennen: Was möchte ich in meinem Leben bewirken? Wofür brennt mein Herz? Was löst bei mir innerlich eine ganz große Freude aus? Es geht also um die intrinsische Motivation. Die muss man analysieren, anstatt nur Karriere um der Karriere willen machen zu wollen. Dann sollte man die Stärken, die man hat, mal aufschreiben. Auch die Rahmenbedingungen sollte man abchecken. Wenn etwa eine junge Frau verheiratet ist und vielleicht auch Kinder will, ist es sehr wichtig, sich mit dem Partner über Karriereziele und Rahmenbedingungen abzustimmen.

« Was möchte ich in meinem Leben bewirken? Wofür brennt mein Herz? Was löst bei mir innerlich eine ganz große Freude aus? »

Was sind die Fallstricke, die gerade junge Frauen von der Karriere abhalten?

Manchmal wollen wir zu viel. Es soll ja alles funktionieren: Kinderkriegen, die Kleinen in die Kita bringen, das Leben super organisieren – mit einem Partner, der vielleicht ebenfalls berufstätig ist. Theoretisch funktioniert das alles, es darf nur nichts passieren. Wenn ein Kind krank wird, wenn die eigene Mutter versorgt werden muss, dann gerät das System durcheinander, und es folgen Enttäuschungen. Die Komplexität ist heute einfach hoch, privat wie im Geschäft. Aber nicht nur jüngere Leute wollen zu viel, das passiert mir heute auch noch (lacht). Ich trainiere das Neinsagen.

Wie das Leben Sinn macht

Sie halten Vorträge über „Himmlische Perspektiven", die das Leben bestimmen sollen. Wie sehen diese Perspektiven bei Ihnen aus?

Ich weiß, dass dieses Leben endlich ist. Weil Jesus Christus für meine Sünden gestorben ist, habe ich einen Zugang zu Gott, unabhängig von meiner Leistung, unabhängig davon, ob ich ein guter Mensch bin. Ich bin durch den Kreuzestod von Jesus Christus erlöst, und das gibt mir diese himmlische Perspektive. Das erleichtert eigentlich jede Situation, in der ich stehe. Am wichtigsten ist, dass mein Leben Sinn gemacht hat. Damit meine ich nicht, dass ich mit meinem christlichen Handeln vor Gott bestehen könnte – es ist ja alles Gnade. Doch ich möchte Mehrwert schaffen für andere Menschen. Ich lerne auch immer wieder, dass es nicht primär um persönlichen Erfolg geht, sondern um wachstümliche Frucht.

Und wie beeinflusst das konkret Ihren Arbeitsalltag?

Ich will ganz bewusst verheißungsorientiert leben und nicht nur aufgrund meiner Erfahrungen entscheiden. Ich schätze Gottes Wort höher ein als die Schwierigkeiten, die mir im Alltag begegnen. Ich halte mich wirklich daran fest. Das ist keine Sache des Gefühls und auch nicht des Verstands, denn manchmal verstehe ich Gottes Zeitplan nicht. Die Bibel ist in meinem Alltag präsent. Ich habe die Jahreslosung, persönliche Losungen und Worte, über die ich ein Jahr lang bete.

Gott mehr vertrauen als Gefühlen

Und das verändert Sie?

Ja. Ich bin relativ einfach gestrickt und versuche zu glauben wie ein Kind, das wird uns ja in der Bibel auch geraten. Die Kinder hinterfragen nicht immer alles, sondern haben Vertrauen zum Vater. Sie

Fotos: privat

Schweizer Traditionsunternehmen in Konkurrenz mit Fernost: Elisabeth Schirmer und die Ronda AG können sich als Familienunternehmen behaupten.

sind sich sicher, dass dieser Vater nichts Schlechtes für sie will. Ich weiß, dass mein himmlischer Vater gute Absichten für mich hat. Ich möchte dem Wort Gottes mehr vertrauen als meinen Gefühlen.

Ihr Unternehmen stellt Uhrwerke her – ein sehr umkämpftes Marktsegment mit extrem viel Konkurrenz. Wie überlebt man diesen Wettbewerb?

Da muss ich mit einem Zitat von Ben Gurion antworten, der gesagt haben soll: „Wer nicht an Wunder glaubt, ist kein Realist." Wunder werden auch bei uns im Unternehmen eingerechnet. Die gehören bei mir dazu.

Dann erzählen Sie uns ein Wunder.

Ich habe tatsächlich Wunder erlebt, aber die sind privat und nicht für die Öffentlichkeit bestimmt. Für mich ist es schon ein Wunder, dass wir als Unternehmen in der dritten Generation in diesem Land und all den komplexen Herausforderungen gegenüber Asien überlebt haben.

Besonders wichtig: Ehrlichkeit

Was sollte ein christlicher Unternehmer anders machen als ein nichtchristlicher?

Für mich ist eine saubere Corporate Governance ein wichtiger Punkt. Dazu gehört unsere Kommunikation, aber insbesondere auch die finanzielle Transparenz. Wir haben Verantwortung als Christen nicht nur vor dem Steueramt, sondern vor Gott. Mein Geschäftsgebaren muss ich im

« Wenn mein Steuerberater mir sagt ‹So etwas habe ich noch nie gesehen, dieses Maß an Ehrlichkeit› – dann habe ich das freiheitliche Gefühl, ich bin auf einem guten Weg. »

Dialog mit Gott überprüfen und verantworten. Wenn mein Steuerberater mir sagt „So etwas habe ich noch nie gesehen, dieses Maß an Ehrlichkeit" – dann habe ich das freiheitliche Gefühl, ich bin auf >

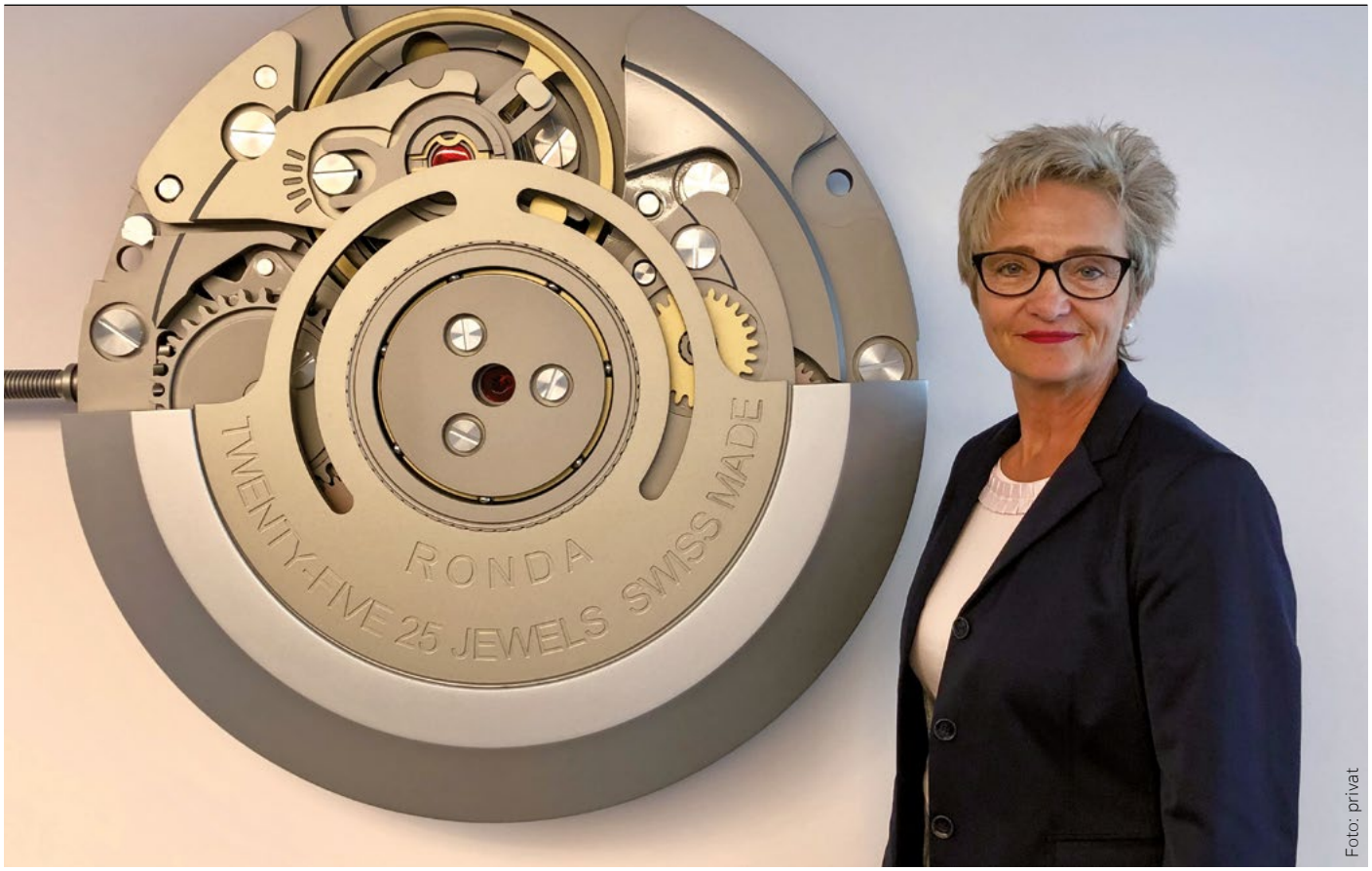


Foto: privat

Unternehmerin Elisabeth Schirmer: Gott gibt Energie.

einem guten Weg. Das ist auch ein Zeugnis gegenüber einer Welt, die nicht an Gott glaubt. Gleiches gilt für die Beziehungen im unternehmerischen Umfeld. Ich will vertrauenswürdig sein.

Ihre Mitarbeiter und Sie selbst müssen vermutlich Spitzenleistung bringen, um auf dem Markt bestehen zu können. Wie verhindern Sie Burn-out?

In erster Linie sicher dadurch, dass wir Sinn vermitteln, eine hohe Transparenz haben, dass wir im Team die Herausforderungen besprechen und gemeinsam Lösungen finden – das sind wichtige Dinge. Kommunikation geht in beide Richtungen, denn wir müssen ja auch wissen, wie es unseren Leuten geht. Da halte ich die Bergführerregeln für besonders geeignet auch für das Führen eines Unternehmens (vgl. Kasten). Bei einer Bergführung müssen Sie wissen, wie es den Leuten geht, sie müssen das Team spüren.

Einen Schritt zurückgehen

Was soll einer tun, der spürt: Mir geht die Kraft aus?

Wenn eine Aufgabe einen Mitarbeiter letztlich überfordert, dann muss man in Alternativen denken. Vielleicht gibt es eine Parallelaufgabe, die leichter zu bewältigen ist. Auch der Wechsel in eine Stelle mit weniger Verantwortung darf kein Tabu sein. Ich war 18 Jahre in einer Bank tätig, und da hat die Digitalisierung plötzlich die Berufsbilder stark verändert. Hierarchien wurden abgebaut. Das bedeutete für einzelne Mitarbeiter, einen Schritt zurückzugehen. Die Aufgabe wurde einfacher, aber sie haben natürlich auch weniger verdient. Manchmal muss man auch die Komplexität des Privatlebens unter die Lupe nehmen. Ein Coaching halte ich immer für sinnvoll.

In Ihrem Vortrag beschreiben Sie auch, dass „Unglaube" ein Faktor ist, der Menschen von innen heraus negativ unter Druck setzt. Wie meinen Sie das?

Der Mensch denkt oft nur in der horizontalen Ebene. Das ist in der Schweiz gar nicht mal so selten. Hier können wir uns gegen alles versichern. Aber sind wir dann wirklich sicherer? Das Horizontale ist aber „nur" das Zeitliche; das Vertikale, also die Ausrichtung nach oben, auf Gott, ist das Ewige. Auch als Christen stehen wir in dieser Gefahr. Was mache ich, wenn ich krank werde? Viele

« Was mache ich, wenn ich krank werde? Viele werden als erstes die Tablette nehmen und nicht beten. »

werden als erstes die Tablette nehmen und nicht beten. Wenn wir aber mehr Glauben haben als Unglauben, können wir uns leichter von Problemen lösen und gleichzeitig besser eine Lösung für die Probleme finden.

Mit Gott am „Secret Place“

Und wie holt man das „Vertikale“ in den Alltag?

Indem wir zur Stille kommen. In eine Ruhe. Dann können wir aus einer inneren Freiheit heraus die Probleme angehen. Die Alternative ist das Hamsterrad – wir werden nur gelebt. Ich habe innerlich meinen persönlichen „Secret Place“, meinen privaten Geheimort, wo ich mich selbst finde und geliebt weiß von Gott, unabhängig von dem, was in meinem Umfeld geschieht. Dort baue ich so viel Kraft und Energie auf, damit ich rausgehen kann.

Außerdem bescheinigen Sie Ihren Zeitgenossen ein gehöriges Maß an Naivität und empfehlen, mehr für die eigene Meinungsbildung zu tun. In welchen Bereichen vernachlässigen wir das?

Ich glaube, dass wir durch die Medien ziemlich manipuliert werden. Wir glauben einfach dem Papier oder den Internetseiten zu viel. Als ich bei der Bank arbeitete, wusste ich genau, wie es um einzelne Kunden bestellt war. Als ich Zeitungsartikel über die Kunden las, dachte ich: Wenn die Leute glauben, das ist wirklich alles so wahr, dann sehen sie nur einen Bruchteil von der Realität. Und auf diesem Bruchteil bauen sie ihre Meinung auf. Mir scheint es inzwischen wichtiger, eine Haltung zu haben, wenn eine differenzierte Meinungsbildung schwierig wird.

Wo bleibt die Sachlichkeit?

Welche Konsequenzen haben Sie gezogen?

Den Medien gegenüber bin ich viel kritischer geworden. Sachliche Diskussionen sind bei manchen Themen gar nicht mehr möglich. Man stelle sich vor, ich würde mich nur in einem Halbsatz positiv zu einer bestimmten politischen Maßnahme von US-Präsident Donald Trump äußern. Ich würde sofort angegriffen, eine sachliche Diskussion wäre gar nicht möglich. Man muss jetzt einfach immer und in allem gegen Trump sein. Die Debatten laufen auch unter Christen leider sehr undifferenziert.

Die Konsequenz für mich: Ich lese weniger Tagesaktuelles und dafür lieber eine Zeitung, die nur einmal in der Woche erscheint und fundierter recherchiert. Besser mit zwei Wochen Verspätung eine differenzierte Analyse lesen, statt der schnell-schnell geschriebenen Meldung aufgrund einer Pressemitteilung. Trotzdem müssen gerade wir in der Schweiz häufiger abstimmen und uns dafür eine Meinung bilden. Da höre ich natürlich auch auf gewisse Leute, die ich achte und denen ich vertraue. Und schließlich bete ich darüber, damit ich für meine Entscheidungen Verantwortung übernehmen kann.

Wenn man Zeitmesser herstellt – hat man dann zum Thema Zeit eine andere Einstellung?

Diese Frage stelle ich mir gar nicht so häufig, wie das manche annehmen. Wichtig ist der Gedanke, dass es bei der Zeit nur vorwärts und nicht rückwärts geht. Die Zeit bleibt nicht stehen. Zeit ist auch deshalb, weil sie ein knappes Gut ist, so wertvoll. Dieses knappe Gut verschenke ich manchmal ganz bewusst, wenn ich etwa einen Geburtstagsbesuch mache, anstatt nur eine Karte zu schreiben.

Wir danken für das Gespräch.

Die Bergführer-Regeln

1. **Verlass dich niemals nur auf Prognosen.**
2. **Wer seinen Standort nicht kennt, kennt auch sein Ziel nicht.**
3. **Der Schwierigkeitsgrad einer Tour richtet sich nicht nach dem Mut, sondern nach der Leistungsfähigkeit.**
4. **Bei anspruchsvollen Touren ist die Gefährtenwahl von höchster Wichtigkeit.**
5. **Halte die Kommunikation mit deinen Kameraden stets aufrecht.**

Diese Regeln wendet Elisabeth Schirmer auch im Unternehmen an.

MANAGEMENT: UNTERNEHMENSKULTUR

Wertschätzung – das klingt wie ein Modethema oder die aktuelle Variante von „Seid nett zu einander". Dass es dabei um viel mehr geht, weiß Beraterin und Coach Cornelia Schmid. In ihrer Sicht trägt gelebte Wertschätzung entscheidend zum Erfolg einer Organisation bei, weil dadurch beispielsweise Mitarbeiter aus der inneren Kündigung gelockt werden.

Text: Cornelia Schmid

Seit einer Stunde sitze ich in der Ambulanz einer Klinik. Ich warte auf meinen Mann, der einen Betriebsunfall hatte. Obwohl ich mich glaubwürdig als seine Ehefrau oute, werde ich nicht zu ihm vorgelassen. Als mir das Warten zu lange wird, gehe ich im Eingangsbereich der Klinik auf und ab. Mein Interesse wird geweckt, als ich an einem Roll-Up die Leitlinien und Werte des Krankenhauses sehe.

„Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt", lese ich da. Wertschätzung unter Kollegen und Mitarbeitern scheint selbstverständlich zu sein. Weiterbildungen und Vereinbarkeit von Familie und Beruf gehören zum Standardrepertoire. Meinungsunterschiede werden als Chance zum Lernen gesehen.

Soweit so gut. Noch immer darf ich nicht zu meinem Mann. Ich setze meinen Rundgang in der Klinik fort. An einem Treppenaufgang stoße ich auf zwei Krankenschwestern, die offensichtlich gerade ihre Schicht beendet haben. Hochemotional und lautstark sind sich beide einig: „So kann es nicht weiter gehen. Das ist kein wertschätzender Umgang. Das lassen wir uns auf Dauer nicht gefallen." Theorie und Praxis der Wertschätzung. Häufig klafft eine riesige Lücke zwischen beiden.

Wertschätzung ist Zuwendung

Eigentlich ist uns Menschen klar, dass wir ohne Wertschätzung nicht leben können. Wertschätzung ist menschliche Zuwendung, Empathie, Respekt voreinander. Wertschätzung heißt, den anderen im Meeting ausreden zu lassen, zuzuhören und zu verstehen, was er oder sie sagen möchte. Wertschätzung heißt, Menschen anzuerkennen, auch wenn ihre Meinung nicht meine Meinung ist. Wertschätzung heißt aber auch, um der Sache willen zu fighten, bis wir einen gemeinsamen Nenner gefunden haben.

Allzu oft aber leben wir nach der Devise: Wir lassen uns stehen. So wie man einen Regenschirm irgendwo stehen lässt, weil plötzlich die Sonne scheint und ich ihn vergesse. Sich gegenseitig stehenzulassen, ist eine beliebte Haltung geworden. Keiner tut dem anderen weh. Wir lassen uns stehen. Und so stehen wir Menschen immer öfter alleine da, jeder an seinem Platz, an dem er stehengelassen wurde.

Auf die Haltung kommt es an

Was genau aber verbirgt sich hinter dem Begriff Wertschätzung, und gehört dieser Begriff nicht eher zu einer Wohlfühlkultur, die in einer immer härter und kühler werdenden Arbeitswelt nichts verloren hat? Wertschätzung ist eine innere Haltung, die ich anderen Menschen gegenüber habe. Durch diese innere Haltung bin ich in der Lage, andere Menschen grundsätzlich in einem positiven Licht zu sehen, sie positiv zu bewerten. Wertschätzung betrifft den anderen als ganze Person.

Wertschätzung bezieht sich auf Menschen unabhängig von ihrer Leistung. Menschen mit einer wertschätzenden Haltung werden den behinderten Mitarbeiter, der über ein Inklusionsprogramm ins Unternehmen kam, daher genauso wahrnehmen und wertschätzen wie die Führungskraft in der Chefetage.

Spontan fällt mir dabei ein Unternehmer ein, in dessen Firma ich hin und wieder tätig bin. „Wir sind jederzeit ansprechbar und freundlich" steht im Leitbild dieses Unternehmens. In Begegnungen mit dem Gründer und Geschäftsführer fällt mir immer wieder auf, wie deckungsgleich seine Worte mit seinen Taten sind. Hier werden Produktionsmitarbeiter genauso wertschätzend behandelt wie Führungskräfte. Die Firma ist mehr als ein >

„Bei uns steht der MENSCH im Mittelpunkt!“

WIE ALLE IM UNTERNEHMEN VON WERTSCHÄTZUNG PROFITIEREN

Foto: privat

Cornelia Schmid, Jahrgang 1974, verheiratet, zwei Kinder, ist ausgebildete Krankenschwester und evangelische Theologin. Nach mehreren Jahren gemeinsamer Gemeindearbeit mit ihrem Mann hat sie sich in zahlreichen Weiterbildungen als Coach qualifiziert. Seit 2012 arbeitet sie als selbstständige Karriereberaterin und Veränderungscoach bei Schmid Coaching (www.corneliaschmid-coaching.de).

gewinnbringendes Unternehmen mit stetiger Umsatzsteigerung. Der Chef kennt seine Mitarbeiter, weiß um familiäre Hintergründe. Hier werden Migranten eingestellt, die gleichzeitig von der Ehefrau des Geschäftsführers Deutschunterricht erhalten. Die Erwartungen sind hoch, der Umsatz muss stimmen, der Anspruch an Leistung und Kundenzufriedenheit enorm. Dennoch steht hier tatsächlich der Mensch im Mittelpunkt.

Vielerorts klafft eine Lücke…

Wertschätzung wird oft synonym gebraucht mit Respekt, Achtung, Wohlwollen und Anerkennung und drückt sich aus in Zugewandtheit, Interesse, Aufmerksamkeit und Freundlichkeit. Es könnte so einfach sein. Warum aber klafft so oft in Unternehmen eine große Lücke zwischen dem Unternehmensleitbild, das sich gegenseitige Wertschätzung auf die Fahne schreibt, und der tatsächlich gelebten Wertschätzung? Warum schaffen nur wenige Unternehmen ein wertvolles Arbeitsklima?

Weil Wertschätzung zuerst mit meinem Selbstwert zusammenhängt: Menschen mit hohem Selbstwert haben in der Regel eine wertschätzende Haltung anderen gegenüber, werden auch häufiger von anderen wertgeschätzt. Wer Wertschätzung empfängt und weitergibt, vergrößert das Selbstwertgefühl sowohl beim Empfänger als auch bei sich selbst.

Ein gesunder Selbstwert hat mit meinem Sein zu tun und ist unabhängig von meiner Leistung. Und hier beginnt oft das Dilemma fehlender Wertschätzung in Unternehmen. Wer bin ich, wenn mich keiner sieht? Wie viel bin ich wert, wenn mir gerade ein Fehler unterlaufen ist? Im Zeitalter von Digitalisierung, Globalisierung, der Suche nach dem Top-A-Mitarbeiter sinkt oftmals die Frage nach dem Sein. Was zählt, ist häufig nur noch die Leistung. Unternehmer mit einem gesunden Selbstwert wissen, was ihre Leistung wert ist. Sie wissen aber auch, dass ihr Wert nicht sinkt, wenn sie gerade mal nicht Marktführer sind.

Wertschätzung motiviert!

Ich erinnere mich an eine Unternehmerin, für die ich tätig war. Ich wusste, dass ihr Interesse an mir nicht allein an meiner Leistung hing, obwohl sie mir dafür immer wieder positive Rückmeldung gab. Sie hatte die Gabe, mitten im stressigen Alltag kurz nach meinen Kindern zu fragen. Oder sie schickte mir nach einem gelungenen Kongress einen Blumenstrauß via Fleurop mit einem kurzen, aber herzlichen Dankeschön für meine Mitarbeit. Ihr Interesse galt mir auch dann, wenn ich Fehler machte. Ich spürte bei ihr ein herzliches Zugewandtsein, das mein Herz berührte und meine Motivation ankurbelte.

Schon längst konnte in Studien nachgewiesen werden, wie wichtig Wertschätzung ist. Mehr Mitarbeitermotivation, weniger Fehlzeiten, mehr Bindung an das Unternehmen. Laut des jüngsten Gallup-Engagement-Index haben von 100 Beschäftigten 15 eine hohe Bindung an das Unternehmen, 71 Personen haben eine geringe emotionale Bindung – das bedeutet, sie machen Dienst nach Vorschrift. 14 haben gar keine Bindung und haben bereits innerlich gekündigt.

Was innere Kündigung kostet

Kaum überraschend: Diese schlechten Zahlen gehen weitgehend auf das Konto mangelnder Wertschätzung. Spannend in dieser Gallup-Studie ist allerdings, dass nur 55 Prozent der innerlich gekündigten Arbeitnehmer ihre Firma verlassen würden. Die anderen bleiben trotz mangelnder Wertschätzung und schaden sich selbst und dem Unternehmen. Die Kosten auf Grund innerer Kündigungen lagen 2018 im dreistelligen Millionen-Bereich. Geld, das Unternehmer einsparen könnten, wenn sie sich mit dem Thema Wertschätzung auseinandersetzen.

Foto: Bethany Legg / unsplash

Die Frage nach dem Menschenbild

Was ist zu tun? Ein Seminar oder eine Weiterbildung zum Thema Wertschätzung ist bestimmt ein guter Anfang. Da Wertschätzung aber mit meiner inneren Haltung zu tun hat, wird es nicht ausreichen, ein paar Tools an seinen Mitarbeitern zu testen. Auch die obligatorische Weihnachtsfeier oder ein extra Bonus für gelungene Arbeit helfen nicht nachhaltig weiter, wenn im Alltag keine Wertschätzung Platz hat.

Um Mitarbeiter zielgerichtet und effizient wertzuschätzen, müssen Vorgesetzte ihre eigene Persönlichkeit kennen, ihre Stärken und Schwächen reflektieren und wissen, wie sie in Konfliktsituationen reagieren. Sie müssen wissen, mit welchem **Menschenbild** sie unterwegs sind.

Wie sehen Sie andere Menschen?
Vervollständigen Sie Sätze wie:
» Männer sind…
» Frauen sind…
» Migranten sind…
» Mitarbeiter sind…
» Kollegen sind…
» Behinderte sind…

Was ist Ihre Grundhaltung anderen Menschen gegenüber? Schätzen Sie Menschen als ehrlich, offen, freundlich, dankbar, oder eher als geizig, faul, böse, herzlos ein? Ihre grundsätzliche Haltung macht es Ihnen schwer oder leicht, wertschätzend mit Mitarbeitern, Kunden und Kollegen umzugehen.

Mit welchem **Selbstwert** gehen Sie durchs Leben?

Ein gesunder Selbstwert gründet sich nach der Analyse des US-Psychotherapeuten Nathaniel Branden auf sechs unterschiedliche Säulen:
1. Bewusstes Leben
2. Selbstannahme
3. Eigenverantwortliches Leben
4. Selbstsicheres Behaupten der eigenen Person
5. Zielgerichtetes Leben
6. Persönliche Integrität

Menschen mit einem gesunden Selbstwert übernehmen Verantwortung für ihr Handeln und ihre Fehler. Sie leben und arbeiten mit Ziel und Vision. Sie nehmen sich mit ihren Stärken und Schwächen an und leben versöhnt mit ihrer Vergangenheit. In diesem Sinne kennen sie ihren eigenen Wert. Wer sich selbst kennt, kann empathisch und auf Augenhöhe mit seinen Mitarbeitern umgehen. Er kann Wertschätzung austeilen ohne Angst, dabei etwas zu verlieren.

Was Chefs mit Eltern gemeinsam haben

In vielen Unternehmen arbeiten Führungskräfte ohne Selbstwert, die in ständiger Angst leben, von Mitarbeitern überholt zu werden. Emotional gesunde Führungskräfte leben und handeln wie emotional gesunde Eltern: Sie leben und arbeiten darauf hin, dass genau das geschieht. Sie investieren in Mitarbeiter, fördern Talente und bieten Entwicklungsmöglichkeiten.

Ein empathischer, selbstkritischer und authentischer Chef weiß, dass er seine Mitarbeiter nicht nach dem Gießkannenprinzip mit Lob oder Anerkennung überschütten wird. Er weiß, dass unterschiedliche Mitarbeiter unterschiedliche Entwicklungsmöglichkeiten brauchen, und er weiß, dass nicht nur Fördern Wertschätzung ist, sondern ebenso Fordern.

Wertschätzung ist also eine Haltung, dementsprechend zeigt sich Wertschätzung im Unternehmensklima. Betrete ich im Rahmen eines Vortrages oder eines Coachings ein Unternehmen, entscheiden die ersten Sekunden, ob ich mich willkommen fühle oder nicht. Unser Unterbewusstsein hat feine Antennen für das zwischenmenschliche Klima. Oft können wir es gar nicht an irgendetwas Bestimmtem festmachen.

Für die Praxis

Wie verändere ich meine Haltung nachhaltig, so dass meine Mitarbeiter spüren – hier ändert sich was? Was könnte ein Schritt mehr als bisher sein? Dazu ein paar praktische Tipps:
» Ich richte mir meinen Bildschirmschoner ein mit dem Hinweis „Heute schon wertgeschätzt?“
» Ich frage mich am Ende eines Arbeitstages: Habe ich heute hintenherum über andere Menschen gesprochen; wenn ja, war es positiv oder negativ?
» Vor meinem Arbeitstag überlege ich: Mit welchem Mitarbeiter habe ich schon lange nicht mehr geredet? Wer braucht heute ein offenes Ohr?
» Wo sitzen in meinem Unternehmen die „Stillen im Lande“, die kaum auffallen, aber Tag für Tag treu ihre Arbeit tun? Wie könnte ich denen danken?
» Welche Mitarbeiter sind überfordert/unterfordert und was kann ich tun, damit die Arbeit Sinn und Spaß macht?

Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt – die Haltung ist dabei entscheidend.

MANAGEMENT:
UMWELTBEWUSSTSEIN

Wo Mensch und Schöpfer zusammenarbeiten

DER VELOTAXI-CHEF UND CHRIST MATTHIAS GRAF ENGAGIERT SICH FÜR ÖKOLOGISCHEN VERKEHR

Fotos: privat

Fahrradrikschas mit Unterstützung aus dem Akku, das sind die Fahrzeuge des Unternehmens Velotaxi. Firmenchef Matthias Graf hat damit schon mehrere Auszeichnungen gewonnen – zuletzt Anfang Februar den Frankfurter Ideenwettbewerb Klimaschutz. Als Christ will er in der Geschäftswelt nach eigenen Worten „Salz und Licht“ sein.

Text: Marcus Mockler

Was den Asiaten die Rikscha, ist den Frankfurtern das Velotaxi. Ein Dreirad, angetrieben von einem Fahrer mit etwas Tretkraft und viel Energie aus dem Akku. Dahinter eine kleine Sitzbank für üblicherweise zwei Personen. Die Fahrt verläuft emissionsfrei und in staugeplagten Städten oft auch schneller als mit dem Auto. Einer der Pioniere auf diesem Markt ist Matthias Graf. Der clevere Unternehmer und engagierte Christ hat dabei schon mehrere Preise abgeräumt. Am 6. Februar gewann er mit zwei anderen Unternehmern den Ideenwettbewerb Klimaschutz der Stadt Frankfurt am Main.

Graf ist in das Business 2004 eingestiegen. Schon damals halfen Elektromotoren den Fahrern beim Transport ihrer Gäste. Am Rahmen hing ein sogenannter Blei-Gel-Akku – schwer, teuer, nur vier Stunden Laufzeit und nach zwei Jahren in der Regel kaputt. Aber das war lediglich für den Anbieter ein Problem, die Kunden liebten es schon vor 16 Jahren, auf diese Weise durch die Stadt kutschiert zu werden.

Hauptgeschäft mit Werbung

Heute stehen in der hessischen Metropole 23 Velotaxis zur Verfügung, die von rund 30 Fahrerinnen und Fahrern gemietet werden. Die Pedaletreter sind rechtlich selbstständig und als Kleinunternehmer angemeldet, halten sich aber freiwillig an das gemeinsame Outfit und tragen schwarz-weiße Trikots. „Das schafft Markenerkennung“, sagt Matthias Graf.

Das Geschäftsmodell sieht so aus: Die Fahrer mieten ihr Velotaxi für 12 bis 14 Euro pro Tag an. Was sie mit ihren Fahrten verdienen, bleibt komplett bei ihnen. Die Miete wiederum fließt nahezu vollständig in den Erhalt der Lastenfahrräder und die Beschaffung neuer Taxis. Immerhin kostet so ein Gefährt rund 10.000 Euro. Das Unternehmen selbst verdient sein Geld mit Werbung und Promotion-Aktionen, etwa auf Messen. Da die Fahrzeuge ein echter Hingucker sind, nutzen Firmen die Werbeflächen, um ihre Bekanntheit zu erhöhen. Die Frankfurter Sparkasse gehört dabei zu den treuesten Werbekunden, was wiederum Firmenchef Graf mehr Planungssicherheit gibt. „Dadurch haben wir einen Grundstock für unsere jährliche Finanzierung“, sagt er.

>

Matthias Graf

Foto: Julia Teine / www.julia-teine.de

Die „Zehn Gebote“ bei Velotaxi

1. Ich bin der Herr, dein Gott. Du sollst keine anderen Götter neben mir haben. Spiele dich nicht als Herrgott auf und halte dich nicht für allwissend oder allmächtig. Höre auf dein Gewissen und sei offen für Gedanken deiner Mitarbeiter. Führe deinen Betrieb nach christlichen Grundsätzen und orientiere dich an bleibenden Werten.

2. Du sollst den Namen Gottes nicht missbrauchen. Nutze Gott und die religiösen Symbole nicht zu Werbezwecken. Rede nicht von höchsten Werten, wenn du nicht danach handelst. Verstecke deine Geschäftsinteressen nicht hinter hohen moralischen Ansprüchen.

3. Du sollst den Tag des Herrn heiligen. Halte dir einen Tag frei als Zeit des Auftankens, der Danksagung und des familiären Lebens. Respektiere die religiösen Ansprüche deiner Mitarbeiter. Achte darauf, zur Ruhe und Besinnung zu kommen in der Hektik des Alltags.

4. Du sollst Vater und Mutter ehren. Kümmere dich um Väter und Mütter, die sich für die nächste Generation einsetzen und somit die Zukunft sichern. Fördere den Einsatz älterer Mitarbeiter, so wie du jungen Menschen eine Chance gibst.

5. Du sollst nicht töten. Sorge dafür, dass dem Leben dienliche Güter und Leistungen in humaner Weise entstehen. Beachte die Menschenwürde, verängstige nicht deine Mitarbeiter und verhindere „Mobbing“. Vernichte nicht deine Konkurrenten. Sie sind notwendig für den Wettbewerb und sollen deine Leistung beflügeln. Trage zur Schlichtung eines Konflikts in Deinem Betrieb bei. Fördere die Vergebungsbereitschaft der Konfliktpartner.

6. Du sollst nicht ehebrechen. Sei nicht so mit einem Unternehmen „verheiratet“, dass deine Familie darunter leidet. Bedenke die Treuepflicht gegenüber deiner Familie. Sei dir auch der Loyalitätspflicht den Kunden gegenüber bewusst, denen du zu dienen hast.

7. Du sollst nicht stehlen. Achte Mensch, Tier und Pflanze und engagiere Dich für den Erhalt der Schöpfung. Berechne keine Leistung, die Du nicht erbracht hast, und führe auch andere nicht in Versuchung. Sei treu in kleinen wie in großen Dingen. Sei ehrlich mit deiner Buchführung und diene dem Staat mit deiner Steuerabgabe.

8. Du sollst nicht falsch gegen deinen Nächsten aussagen. Unterlasse wahrheitswidrige Aussagen über Mitarbeiter, Kunden und Konkurrenten. Verspreche nicht mehr, als du halten kannst. Täusche nicht durch irreführende Verheißungen und Werbung. Bleib glaubwürdig.

9. Du sollst nicht begehren deines Nächsten Frau. Handle nie bloß nach Sympathie. Fördere keine Mitarbeiter, nur weil du eine persönliche Vorliebe für sie hast. Achte die privaten und geschäftlichen Beziehungen deiner Geschäftspartner.

10. Du sollst nicht begehren deines Nächsten Gut. Zügele deine Begehrlichkeit. Halte deinen Egoismus im Zaum. Vermeide die Laster des Neides und Geizes. Freue dich, dass auch andere Erfolg haben.

Für Velotaxi frei interpretiert nach den Zehn Geboten für Unternehmer des BKU.

Konfirmation am 1. Weihnachtstag

Die Begeisterung für ein ökologisches Transportmittel ist bei dem 52-Jährigen in den 1990er-Jahren entstanden. Matthias Graf kommt aus einem christlichen Elternhaus in Berlin. In der Landeskirche wird er konfirmiert – ungewöhnlicherweise an einem 1. Weihnachtsfeiertag, weil der Pastor nach Peru auswandert und vorher noch mit seinen Schützlingen diesen großen Tag feiern will. Als junger Erwachsener wird sein Glaube „schleichend passiver“, erinnert sich Graf.

Graf macht eine Karriere als Tänzer. Er tritt in Tanz- und Animationsshows auf, zeigt sein Können in Diskotheken und Hallen. Außerdem vermittelt er mit seiner Agentur ab 1995 Künstler für Veranstaltungen. Und dabei stößt er 2003 er auf die Idee, mit Fahrradrikschas Geld zu verdienen. Ursprünglich nur als Eventmodul für die Agentur gedacht, entwickelt sich das ungewöhnliche Transportunternehmen zu einem eigenen Wirtschaftsbetrieb.

Beeindruckt von einem Insolventen

Anfang der 2000er kommt auch die Rückbesinnung auf den christlichen Glauben. Der umtriebige Unternehmer besucht den Kongress christlicher Führungskräfte 2005 in Nürnberg. Dort erlebt er den Selbstständigen Karl Schock, der erzählt, wie er als Christ mit der Insolvenz seiner Firma umgegangen ist. „Das hat mich tief beeindruckt“, sagt Graf. Auch eine Tagung mit dem Benediktinerpater Anselm Grün hinterlässt Spuren; ebenso die neue Freundschaft mit dem Ehepaar Wolfgang und Ursula Lindner, die im Frankfurter Frischezentrum einen Großhandel für Obst, Gemüse und andere Nahrungsmittel führen und engagierte Christen sind.

Graf findet in die christliche Gemeinschaft zurück. In Nidderau bei Hanau schließt er sich einer Freien evangelischen Gemeinde an, die sich in der Gründungsphase befindet und ihre ersten Gottesdienste in einem Küchenstudio abhält. „Ich fand das mutig, dass die in ein Unternehmen gehen, um ihren Glauben zu feiern.“ Heute gehört er zur Evangelischen Gemeinschaft in Nidderau. Auch

im Verband „Christen in der Wirtschaft“ (CiW) wird er schnell Mitglied, engagiert sich von 2009 bis 2012 sogar im Vorstand.

Zehn Gebote im Büro

Seit dieser Zeit versteht er sich durch und durch als christlicher Unternehmer. Im Büro hängen die „Zehn Gebote“ für seine Firma an der Wand (vgl. Kasten) – angelehnt an die Übertragung fürs Geschäftsleben, die der Bund Katholischer Unternehmer entwickelt hat. Auch Plakate von www.gott.net geben Denkanstöße für Mitarbeiter wie Besucher. Grafs im Neuen Testament begründetes Selbstverständnis: „Ich will Licht und Salz sein.“ Das bedeutet, dass er so leben möchte, dass andere ihn auf seinen Glauben ansprechen. Und das geschieht auch. Immer wieder werde er gefragt, woher er seine Gelassenheit nehme und woher seine positive Ausstrahlung rühre. Fragen, die Matthias Graf gerne beantwortet und von Jesus Christus erzählt, den er für das größte Vorbild aller Zeiten hält.

Dass er mit seinem Unternehmen einen vorbildlichen Weg eingeschlagen hat, wurde ihm durch verschiedene Ehrungen bestätigt: Unternehmen des Monats, Deutscher Bürgerpreis, Frankfurter Tourismuspreis. Und nun also eine Auszeichnung im Frankfurter Ideenwettbewerb Klimaschutz. Verbunden damit ist die Förderung eines neuen Akkutauschsystems mit 7.000 Euro. Für die Fahrer bedeutet dieses System eine erhebliche Erleichterung. Moderne Lithium-Akkus halten zwar bis zu acht Stunden, doch im Sommer sind weitaus längere Taxidienste möglich. Die Lösung: Akkus werden nur noch gemietet und können an Tauschstationen gewechselt werden. Der Anbieter wird digital über Ladezustand und Qualität der Batterien informiert und kümmert sich darum, dass nur funktionierende Energiespeicher zum Einsatz kommen. Da der bisher fest eingebaute Akku rund 1.600 Euro kostete, ist das neue tauschbare Mietmodell sehr viel attraktiver und gleichzeitig flexibler als das herkömmliche Besitzermodell.

Mission und Ökologie zusammenbringen

Bei christlichen Unternehmern vermisst Matthias Graf das aus seiner Sicht erforderliche Umweltbewusstsein. „Ökologie wird unter Christen zu wenig diskutiert“, findet er. Bei Christen in Businesskreisen werde sein Engagement zwar gelobt, doch Mission stehe immer im Vordergrund. „Die Schöpfung läuft nebenher.“ Dabei hätten auch christliche Chefs aufgrund gesetzlicher Vorgaben erheblichen Handlungsbedarf – etwa bei Fragen der Ökobilanz oder der Klimaneutralität. Bei Modellen wie Geschäfts-E-Bikes oder Leasing von Elektrofahrzeugen durch Mitarbeiter seien die Kirchen bereits weiter als viele fromme Unternehmer. Graf empfiehlt, in den Verbänden Plattformen zu schaffen, wo die Mitglieder Inspiration zu Fragen von Klima, regenerativer Energie oder E-Mobilität erhalten. Das könnte den erforderlichen Wissenstransfer ermöglichen.

Oster- statt Weihnachtsgruß

Der preisgekrönte Unternehmer fühlt sich in seiner Arbeit gesegnet. Und diesen Segen will er weitergeben. Beispielsweise unterstützt die Firma mit Ihrer Danke-Tag-Initiative die Schutzengel-Aktion des Frankfurter Mädchenhauses. Außerdem – und das ist ungewöhnlich – verzichtet Graf auf den Versand von Weihnachtskarten. „Die gehen sowieso nur unter“, so seine Erfahrung. Stattdessen verschickt sein Unternehmen Grüße zu Ostern. Das erinnere nicht nur an das höchste Fest der Christenheit, sondern passe auch perfekt zum Saisonstart für die Velotaxis, die in den Wintermonaten Pause haben.

Übrigens: Wer bei seinem nächsten Besuch der Frankfurter Messe eine Fahrt mit dem Velotaxi vom Hauptbahnhof zum Messegelände plant, sollte acht Euro in der Geldbörse haben. So viel kostet der Transport in der modernen Fahrradrikscha.

VÖLLIG FORMULARLOS – VERSPROCHEN!

von Peer-Detlev Schladebusch

Ämter, Banken, Gerichte, Gutachter, Kirchen, Rechtsanwälte, Schulen, Universitäten, Versicherungen: Alle verlangen ausgefüllte Formulare mit möglichst vielen Belegen. Mehrere Male hatte ich nun auch das Pech, dass umfangreiche Antragsformulare, mühevoll von mir ausgefüllt, nicht beim Empfänger ankamen: Verschollen im Nirwana der Deutschen Post! Mein Bruder macht sich deshalb schon seit Jahren von solchen Dokumenten immer eine Kopie und versendet dann generell per Einwurfeinschreiben. Das habe ich leider versäumt. Zwei halbe Tage sitze ich jetzt also noch einmal an den Formularen, fülle alles wieder aus und besorge noch einmal die geforderten Originalbelege. Vertane Lebenszeit.

Das papierlose Büro

Wer wünscht sich nicht eine Vereinfachung. Doch oft kommt es dann noch viel schlimmer: Erst der Antrag per E-Mail und dann noch die notwendige Papierform hinterher. Sicherheitskopien auf Papier und elektronisch. Da wird so mancher abgehängt, der das nicht bewältigen kann. Ein generelles Misstrauen und das Streben nach vollkommener Gerechtigkeit und Transparenz diktieren das menschliche Miteinander. Doch am Ende zählt etwas ganz Anderes.

Die beste Botschaft aller Zeiten

Einer setzt diesem Treiben ein Ende und zeigt, worauf es wirklich ankommt: Jesus beruft seine Jünger und sendet sie zu zweit aus. Sie bekommen einen klaren Auftrag: „Macht Kranke gesund, weckt Tote auf, macht Aussätzige rein, treibt böse Geister aus“ (Matthäus 10,8). Er freut sich mit ihnen, als sie zurückkehren und ihm von den Wundern erzählen, die sie erlebt haben. Aber er gibt ihnen vor allem eine Perspektive, die weit darüber hinausgeht: „Freut euch, dass eure Namen im Himmel geschrieben sind“ (Lukas 10,20).

Für das wichtigste in meinem Leben brauche ich kein Formular. Das ist jetzt schon in der Ewigkeit für mich festgehalten: Ohne mein Verdienst und trotz meiner Fehler, unauslöschlich. Das kann mir keine menschliche oder künstliche Intelligenz ermöglichen oder entziehen. Versprochen!

RELIGIONSFREIHEIT THEMA BEI WELTWIRTSCHAFTSFORUM

Wie kann die Wirtschaft den sozialen Zusammenhalt und den Schutz von Christen fördern? Diese Frage stand beim Weltwirtschaftsforum in Davos (Schweiz) erstmalig auf der Tagesordnung. Zu dem Kongress kamen im Januar mehr als 3.000 Konzernchefs, Wirtschaftsexperten sowie Staats- und Regierungschefs zusammen.

Konkret ging es bei dem neuen Diskussionsforum um die bedrängte und verfolgte Kirche in Afrika. Dem für die Weltweite Evangelische Allianz (WEA) tätigen libanesischen Menschenrechtsexperten Wissam al-Saliby (Genf) zufolge spielen Unternehmen und Wirtschaftsführer eine wichtige Rolle, „um den sozialen Zusammenhalt zu fördern, zu friedensfördernden Maßnahmen beizutragen und ein Umfeld zu schaffen, das die Christen vor den zunehmenden islamistischen Angriffen in Westafrika schützt“.

Foto: World Economic Forum (CC BY-NC-SA 2.0)

Der Journalist und Analytiker für Religionsfreiheit in Westafrika Illia Djadi beobachtet jedoch insbesondere in Burkina Faso, Nigeria, Niger und Mali eine steigende Zahl islamistischer Angriffe. „Diese Länder gehören zu den ärmsten der Welt: Mehr als 2.000 Schulen mussten in Burkina Faso schließen, über 300.000 Kinder sind ohne Bildung.“ So würden auch ethnische und religiöse Gruppen, die früher friedlich zusammenlebten, gegeneinander aufgerieben.

Das Forum zur Religionsfreiheit wurde neben der WEA und deren Schweizer-Zweig auch von der Schweizerischen Evangelischen Allianz (SEA-RES) initiiert. Deren Generalsekretär Marc Jost kündigte Unterstützung an, damit die Religionsfreiheit künftig alljährlich beim Weltwirtschaftsforum aufgenommen und zur Sprache gebracht werden könne. *idea*

NEWS

EVANGELISCHE BANK LOBT NACHHALTIGKEITSPREIS AUS

Die Evangelische Bank hat einen Nachhaltigkeitspreis 2020 ausgeschrieben. Insgesamt 20.000 Euro würden ausgelobt für beispielhafte Projekte, die die 17 nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen mit Leben füllen, teilte das Unternehmen in Kassel mit. Mit den nachhaltigen Entwicklungszielen (Sustainable Development Goals) und der Agenda 2030 habe sich die Weltgemeinschaft 2015 einen verbindlichen Rahmen gesteckt, um die globale Entwicklung zu einer nachhaltigen, klima- und umweltverträglichen Wirtschaftsweise voranzubringen.

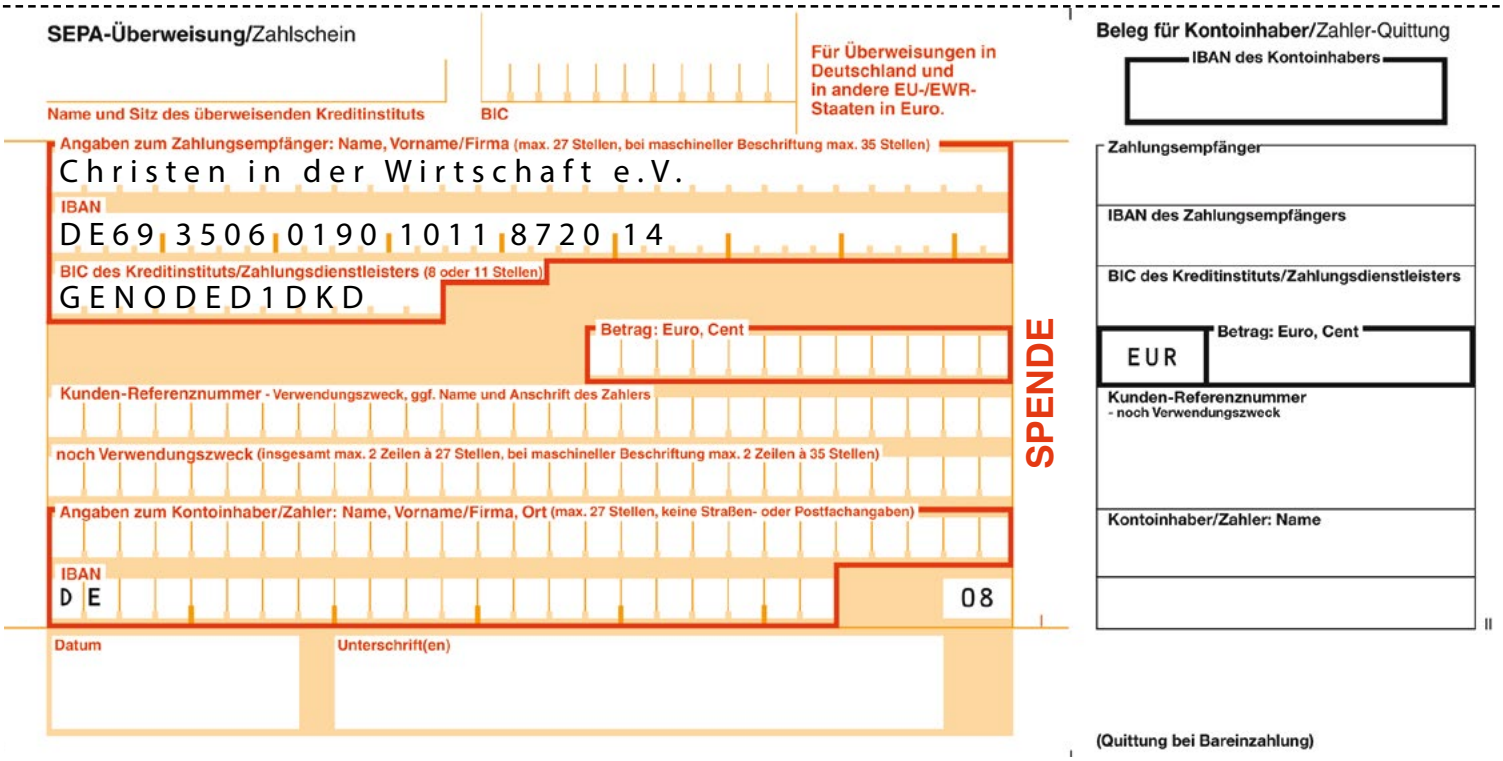
Dieses Ziel stelle nicht nur Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, sondern die gesamte Gesellschaft vor vielfältige Herausforderungen, heißt es in der Ausschreibung. „Viele Initiativen haben sich auf den Weg gemacht und leisten schon jetzt lokal oder regional ihren Beitrag. Sie rufen wir auf, sich zu zeigen und mit ihrem Engagement Mut zu machen. Es geht darum, Vorbild zu sein und Lust auf die Zukunft zu machen“, sagte der Vorstandsvorsitzende Thomas Katzenmayer.

Bewerbungen sind bis zum 16. April möglich. Bewerben können sich Initiativen aus Kirche, Diakonie, Caritas, freier Wohlfahrtspflege, der Gesundheits- und Sozialwirtschaft, Kommunen oder Schulen, wie Pressesprecher Albrecht Weisker sagte. Drei Sieger-Initiativen würden am 10. September in Berlin prämiert. Über die Sieger werde außerdem jeweils ein Film gedreht. Die Bank schreibt alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitspreis zu einem jeweils wechselnden Thema aus. *epd*

KLIMAZIELE NUR MIT ATOMSTROM ERREICHBAR?

Foto: Romy Vinogradova

Die Klimaziele können nach Ansicht des Wirtschaftswissenschaftlers Hans-Werner Sinn nur mit Atomstrom erreicht werden. Denn der Strombedarf in Deutschland könne nicht allein mit erneuerbaren Energien gedeckt werden, sagte der frühere Leiter des ifo-Instituts in einem Interview mit dem Bayerischen Rundfunk (BR). Die Vorstellung sei „geradezu aberwitzig“, man könne die Räder einer Industriegesellschaft mit Windflügeln bewegen. Außerdem sei es eine Milchmädchenrechnung, dass „grüne Energie“ kostengünstiger sei. Denn der Strom aus erneuerbaren Quellen sei zwar billig, aber auch relativ wertlos, „weil er zu einer Zeit kommt, wenn man ihn nicht braucht“, sagte der Wirtschaftswissenschaftler. *epd*


SEPA-Überweisung/Zahlschein

Name und Sitz des überweisenden Kreditinstituts

BIC

Für Überweisungen in Deutschland und in andere EU-/EWR-Staaten in Euro.

Angaben zum Zahlungsempfänger: Name, Vorname/Firma (max. 27 Stellen, bei maschineller Beschriftung max. 35 Stellen)

Christen in der Wirtschaft e.V.

IBAN

DE69 3506 0190 1011 8720 14

BIC des Kreditinstituts/Zahlungsdienstleisters (8 oder 11 Stellen)

GENODED1DKD

Betrag: Euro, Cent

SPENDE

Kunden-Referenznummer - Verwendungszweck, ggf. Name und Anschrift des Zahlers

noch Verwendungszweck (insgesamt max. 2 Zeilen à 27 Stellen, bei maschineller Beschriftung max. 2 Zeilen à 35 Stellen)

Angaben zum Kontoinhaber/Zahler: Name, Vorname/Firma, Ort (max. 27 Stellen, keine Straßen- oder Postfachangaben)

IBAN

DE

08

Datum

Unterschrift(en)

Beleg für Kontoinhaber/Zahler-Quittung

IBAN des Kontoinhabers

Zahlungsempfänger

IBAN des Zahlungsempfängers

BIC des Kreditinstituts/Zahlungsdienstleisters

EUR

Betrag: Euro, Cent

Kunden-Referenznummer - noch Verwendungszweck

Kontoinhaber/Zahler: Name

(Quittung bei Bareinzahlung)

NEWS

FINGER WEG VOM SONNTAGSSCHUTZ!

Finger weg vom Sonntagsschutz – das fordern christliche Wirtschaftsverbände. Anlass ist das Eintreten des Handelsverbandes Deutschland (Berlin) für eine „verlässliche Sonntagsöffnung“ von Geschäften. Dessen Präsident Josef Sanktjohanser schlägt dazu eine Grundgesetzänderung vor, um verkaufsoffene Sonntage zu erleichtern.

Foto: Sangga Rima Roman / unsplash

Die derzeit gültigen Vorschriften stammten noch aus der Weimarer Republik und müssten den veränderten Zeiten angepasst werden, sagte er der Zeitung „Die Welt“. Die Regelungen ließen Klagen von Kirchen und Gewerkschaften zu, mit denen Städte seit Monaten überhäuft würden. Profiteur sei am Ende der Online-Handel. Zwischen 2010 und 2019 seien fast 40.000 Einzelhandelsgeschäfte verschwunden.

Der Verband „Christen in der Wirtschaft“ (CiW) weist die Forderungen zurück. „Ein verbindlicher Ruhetag pro Woche tut allen Menschen gut – Mitarbeitern, Unternehmern, Familien und der gesamten Gesellschaft“, erklärte Generalsekretär Michael vom Ende. Er räumte ein, dass der Einzelhandel durch das Internetgeschäft unter Druck stehe. Geschäfte müssten sich heute allerdings anders profilieren als durch Öffnungszeiten rund um die Uhr an sieben Tagen pro Woche. Bereits heute gebe es „eher zu viele als zu wenige“ Ausnahmen bei der Öffnung von Geschäften am Sonntag.

Zur Forderung des Handelsverbandes, dass die seit rund 100 Jahren geltenden Vorschriften modernen Bedürfnissen angepasst werden müssten, äußerte vom Ende: „Das Gebot ‚Du sollst nicht stehlen‘ ist sogar 3.000 Jahre alt – und niemand käme auf die Idee, es zu ‚modernisieren‘.“ Dies gelte genauso wie das Gebot „Du sollst den Feiertag heiligen“. Wenn sich eine Gesellschaft nur noch auf Konsum ausrichte, vergesse sie, dass man die wichtigsten Dinge im Leben nicht kaufen könne: gemeinsame Zeit, Liebe und Zuwendung.

Auch der Arbeitskreis Evangelischer Unternehmer (AEU) wendet sich gegen die Forderung des Handelsverbandes. Der Sonntagsschutz dürfe nicht angetastet werden. Er präge nach wie vor „unsere kulturelle Identität“, heißt es in einer Stellungnahme des AEU. *idea*

TOP-MANAGER LEHNEN FRAUENQUOTE STÄRKER AB

Männer im Top-Management lehnen Wissenschaftlern zufolge eine Frauenquote in Aufsichtsräten besonders stark ab. Studien der Universitäten Mannheim und Göttingen zufolge gibt es bei der Geschlechterquote eine starke Diskrepanz zwischen Männern und Frauen, wie die Uni Mannheim mitteilte. Die höchste Unterstützung finde sich bei alleinstehenden Frauen in Führungspositionen, die geringste bei verheirateten Frauen und jungen Männern, lautet ein Ergebnis, das in der Fachzeitschrift „Soziale Welt“ veröffentlicht wurde.

In einer weiteren Untersuchung wurde außerdem festgestellt, dass Deutschland im europäischen Vergleich zu den Ländern mit der geringsten Unterstützung für eine Geschlechterquote zählt. Die Daten stammen von einer repräsentativen Befragung von 2.544 Frauen und Männern durch das „German Internet Panel“ vom März 2017.

„Die Daten zeigen, dass die Geschlechterquote auf die stärkste Ablehnung bei jenen stößt, die sich durch diese Maßnahme ausgegrenzt fühlen oder ihre zukünftigen Arbeitsmarktchancen gefährdet sehen“, sagte Teney. Männer im Top-Management lehnten die Quote stärker ab als Männer, die im mittleren Management tätig sind oder keine Führungsposition innehaben. Im Gegensatz dazu unterstützen Frauen, die selbst in einer Führungsposition tätig sind, die Quote besonders stark. Insbesondere jüngere Männer lehnten die Quote eher ab. *epd*

„BAUERN HABEN FAIRE PREISE VERDIENT“

In Nienhagen bei Celle hat sich der evangelische Pastor Uwe Schmidt-Seffers in die Proteste von Landwirten gegen eine Edeka-Werbekampagne eingeschaltet. Aus Anlass des 100-jährigen Firmenbestehens hatte der Lebensmittelkonzern mit Sitz in Minden vielerorts Plakate veröffentlicht, die neben dem Bild des Komikers Otto Waalkes den Werbespruch zeigten: „Essen hat einen Preis verdient – den niedrigsten“.

Foto: Brooke Lark / unsplash

Aus Protest gegen diese Werbung hatten Ende Januar rund 200 Bauern mit ihren Traktoren das Edeka-Zentrallager in Wiefelstede (Kreis Ammerland) blockiert. Sie forderten, dass sich Edeka öffentlich entschuldigt und die Werbekampagne stoppt. Einen anderen Weg des Protestes wählte der Geistliche aus Nienhagen.

Am 2. Februar überschrieb er ein örtliches Edeka-Werbeplakat mit dem Slogan „Bauern haben faire Preise verdient". Bei der Aktion ließ er sich filmen und veröffentlichte das vierminütige Video im sozialen Netzwerk Facebook seiner St.-Laurentius-Kirchengemeinde. Innerhalb von zwei Tagen wurde der Film dort über 140.000-mal angeklickt.

Von der großen Resonanz sei er positiv überrascht worden, sagte Schmidt-Seffers. Am wichtigsten sei es, dass sich auch die Edeka-Konzernleitung aus Minden bei ihm gemeldet habe. Dem „sehr freundlichen Gespräch" habe er entnommen, dass man in der Zentrale die Werbeaktion für „verunglückt" halte. Nach dem Protest der Landwirte in Wiefelstede hatte Edeka angekündigt, die Sprüche für das billige Essen mit neuen Werbesprüchen überkleben zu wollen. *idea*

ANGST VOR JOBVERLUST IN AUTOINDUSTRIE

Der Gründer des Netzwerks „Christen in der Automobilindustrie" (CAI), Pastor Peer Schladebusch aus Hannover, sieht „radikale Umwälzungen und Unsicherheiten" auf die Beschäftigten der Autobranche zukommen. Viele Arbeitnehmer lebten in Angst vor einem Jobverlust, sagte er dem Evangelischen Pressedienst (epd). Nahezu alle deutschen Autobauer kündigten derzeit Stellenkürzungen an.

Foto: Lenny Kuhne / unsplash

Das CAI-Netzwerk versuche den Herausforderungen mit Mut zu begegnen. Die Lage sei auch „eine Chance, Dinge ganz neu zu denken", erläuterte Schladebusch. Vieles in der Autoindustrie stehe jetzt auf dem Prüfstand. „Wir sind gefordert, in Besonnenheit und ohne Panik alles kritisch zu hinterfragen: Was wird der künftige ökologisch sinnvollste Antrieb sein, in welche Richtung sollen wir forschen und entwickeln?"

In Bezug auf die globale Vernetzung der Automobilbranche forderte der Hannoveraner Pastor neue Brückentechnologien: „Man kann nicht gleich alles auf null fahren und eine andere Sache hochfahren, wenn man nicht will, dass Unternehmen Pleite gehen und die Leute auf der Straße stehen." Schladebusch, der auch geistlicher Berater von Führungskräften in der Automobilbranche ist, sieht nach dem Diesel-Skandal um manipulierte Abgaswerte einen moralischen Wandel in der Branche. „Die Offenheit für werteorientiertes Führen ist in vielen Unternehmen spürbar gestiegen", sagte er. *epd*

LEITER BRAUCHEN DEMUT

Demut ist das zentrale Prinzip christlicher Leiterschaft. Diese Ansicht vertritt der Pastor i. R., Buchautor und Dozent Heinrich Christian Rust (Braunschweig). Er hielt einen Festvortrag aus Anlass des 20-jährigen Bestehens der Akademie für christliche Führungskräfte (AcF/Gummersbach). Für Christen in Leitungspositionen sei nicht Hierarchie das Führungsmodell der Zukunft, sondern das Prinzip „Einer achte den anderen höher als sich selbst" (Philipper 2,3), sagte Rust. „Unterordnung geschieht im Reich Gottes nicht, weil jemand sie fordert, sondern weil man sich gegenseitig schätzt."

Foto: Pedro Lima / unsplash

Der Theologe appellierte außerdem an christliche Führungskräfte, ihre spirituelle Beziehung zu Jesus Christus nicht zu vernachlässigen. Dafür brauche jeder Leiter „ein Hören und Schweigen vor Gott, eine Stille und Intimität mit dem dreieinigen Gott". Je mehr er sich darin durch tägliches Gebet, Bibellesen und Stille übe, desto mehr könne Gott ihm anvertrauen. Die Akademie für christliche Führungskräfte wurde von dem Unternehmer Karl Schock (Schorndorf bei Stuttgart) gegründet und startete 1999 ihr erstes Studienjahr. *idea*

Foto: Gregory Hayes / unsplash

FÜHRUNG:
VERANTWORTUNG LEBEN

Apfelbäume pflanzen

GESELLSCHAFTLICHE UNTERNEHMER-VERANTWORTUNG IN DEN 2020ER-JAHREN

Foto: privat

Die Erwartungen an Unternehmen sind mächtig gestiegen. Sie sollen nicht nur gute Bilanzen liefern, sondern sich gleichzeitig für ihre Geschäftsbeziehungen weltweit verantworten können. Wer in diesem Klima bestehen will, muss die richtigen Fragen stellen und darauf Antworten finden, meint der Banker Daniel Hoster.

Text: Daniel Hoster

Das tragische magische Viereck zwischen legitim, legal, akzeptiert und sinnvoll hat wie das Bermuda-Dreieck schon so manchen Unternehmenskapitän verschluckt. Jüngstes Opfer dieses Dilemmas war Siemens-Chef Joe Kaeser, der entschied, den Signaltechnik-Auftrag für das Kohlebergwerk „Adani" in Australien pflichtgemäß zu erfüllen, statt auf die Proteste der Umweltschützer einzugehen. Dass er der Protestführerin, Luisa Neubauer, einen lukrativen Beraterposten anbot, wurde ihm nicht als aufrichtiges Interesse abgenommen. Was hat er falsch gemacht? Was können wir aus seiner Situation lernen? Handelte es sich um ein PR-Versehen, um Pech oder um ein strategisches Positionierungsproblem?

Auf der einen Seite sind 55 Prozent der Deutschen laut „Trust Barometer" der Auffassung, dass der Kapitalismus in seiner derzeitigen Form mehr schade als nutze. Auf der anderen Seite erinnert der Ökonom Milton Friedman daran, die soziale Verantwortung eines Unternehmens sei es, den Ertrag zu steigern. Auf dem Gipfel unseres Wohlstands geraten wir in Zweifel über die Soziale Marktwirtschaft. Gleichzeitig rufen alle instinktiv nach der Kompetenz, dem Talent und dem Mut des Unternehmers – und nach dem Geld der Investoren, denn die öffentlichen Kassen alleine werden es nicht richten.

CSR reicht nicht mehr

Wie kann man ein Unternehmen durch diese Gemengelage hindurch navigieren, ohne die so dringend erforderliche gesellschaftliche Akzeptanz aufs Spiel zu setzen? Früher reichte eine CSR-Abteilung (Corporate Social Responsibility), die für das Thema öffentliches Engagement und soziale Themen verantwortlich zeichnete, aber mit der Strategie des Unternehmens nichts zu tun hatte. Die Frage, wieviel gesellschaftliches Engagement noch im Unternehmenszweck lag oder als nicht betriebsrelevantes Hobby zu werten sei, wurde teilweise sogar zu einem rechtlichen, steuerlichen oder Compliance-Problem.

In den Jahren der Globalisierung entstand ein Bewusstsein, dass die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens auch die gesamte Lieferkette einschließt. Eklatant deutlich wurde dieses Phänomen an dem Trikot der deutschen Nationalelf, das noch 2014 in China in der Provinz Guangdong durch die Firma Bowker Yee Sing in Extraschichten genäht wurde, aber mittlerweile von Adidas wieder in Deutschland produziert wird. Modehersteller sollen garantieren, dass Kinderarbeit ausgeschlossen ist. Einzelhändler müssen nachweisen können, wo der Fisch von wem gefangen wurde.

Lieferketten auf dem Prüfstand

Die Bereitschaft von Konsumenten, für eine saubere Lieferkette einen Aufpreis zu zahlen, korreliert nicht immer mit seinen ethischen Anforderungen. In diesem Kontext entwickelten sich zwei grundlegend verschiedene Unternehmenskulturen: Die einen verstanden die Notwendigkeit, Lieferketten zu überwachen, als lästige Pflicht, um Reputationsschäden zu vermeiden. Andere verstanden das gewachsene Bewusstsein als Teil der Verantwortung und des Unternehmenssinnes. Die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur wurde zum wichtigen Bestandteil der unternehmerischen Verantwortung.

Heute stellen wir fest, dass in der öffentlichen Wahrnehmung, wie die Innovationen eines Unternehmens zur Lösung der großen gesellschaftlichen Probleme beitragen, von einem weichen Wohlfühl-Faktor zum harten Hebel des Börsenkurses mutiert sind. Schicksalhaftes Beispiel dafür ist der historische 22.1.2020: der Tag, an dem der Tesla-Börsenwert mit 100 Milliarden Dollar den Unternehmenswert von VW überflügelte.

Der Paradigmenwechsel beim Thema unternehmerische Verantwortung hat sich also sichtbar entwickelt von einem Anspruch auf Anstand – dazu gehörten die Pflicht, Steuern zu zahlen, Arbeitsplätze zu schaffen und mit Spenden die Gesellschaft zu unterstützen –, zu der Verpflichtung, Verantwortung für die ganze Lieferkette zu übernehmen. Mit Blick >

Der Paradigmenwechsel unternehmerischer Verantwortung

auf die Agenda 2030 der Vereinten Nationen, in der die großen Herausforderungen unserer Zeit gut zusammengefasst sind, reicht selbst die Lieferketten-Verantwortung nicht mehr aus. Was wir wirklich brauchen, ist ein industriezweigübergreifender Innovationsfokus. Experimentieren ist gefragt, sagt Harvards Professor Stefan Thomke. Unternehmen haben die herausragende Fähigkeit, sich von Problemen nicht in depressive oder populistische Fallen locken zu lassen, sondern in innovative Lösungen. Je größer die Herausforderung, umso spürbarer das innovative Klima.

Auf die „Ermöglichungskette" schauen

Die globalen Lieferketten sind komplex geworden. Bei BMW gibt es 12.000 Zulieferer in 70 Ländern. Heute wird ein Unternehmen für diese gesamte Lieferkette verantwortlich gemacht. Aus diesem Ansporn heraus hat beispielsweise der VW Konzern beschlossen, wie Logistik-Vorstand Marco Philippi verkündet: „Nachhaltige Lieferketten werden ein ‚Hygienefaktor' werden. Lieferanten, die nicht unseren Anforderungen entsprechen, werden wir ausschließen."

Banken und Technologiekonzerne müssen nicht nur auf die Lieferkette, sondern auch auf die Ermöglichungskette schauen: Wofür werden die Technologien eingesetzt, was wird durch die Finanzierungen ermöglicht? Beispielhaft hat die BNP Paribas ein Wertschöpfungsmodell entwickelt, das die strategische Vision in vier Dimensionen beschreibt:

- Nachhaltige Ergebnisse erzielen, indem die Umweltveränderungen berücksichtigt werden.
- Mehrwert für Kunden generieren, indem in einem breit diversifizierten Geschäftsmodell die verschiedenen Bereiche zum Nutzen des Kunden kooperieren.
- Fördern nützlicher Innovationen und Entwickeln von Lösungen mit positivem Impact.
- Im täglichen Geschäftsgebaren eine Kultur der Ethik und Verantwortung leben.

Aus Überzeugung handeln

Die Umsetzung dieser Ziele folgt nicht dem Kalkül einer gesellschaftlich akzeptierten Öffentlichkeitsarbeit, sondern der tiefen inneren Überzeugung, die in einem Manifest so zusammengefasst wird: „Das Herz unserer Selbstverpflichtung ist unser aufrichtiges Bestreben und unser wichtigster Imperativ: soziale Verantwortung zu übernehmen, ethisch, divers und inklusiv zu handeln, Menschenrechte zu fördern, egal in welchem Land wir aktiv sind, wobei wir lokale Gesetze und Kulturen respektieren. Wir müssen auf die ernsthaften Erwartungen unserer Gesellschaft mutige Antworten finden."

Ertragsausfälle bleiben nicht aus, wenn ein Unternehmen konsequent die Verantwortung für Liefer- und Nutzungsketten hinterfragt, und eine gesunde Ertragskraft hilft, erforderliche Schritte glaubwürdig umzusetzen. Die Lebensweisheit hat uns schon immer gelehrt: „Verzicht wiegt Gramm, Reue wiegt Tonnen."

Streitgespräche nutzen

Einerseits auf zweifelhafte Ertragschancen zu verzichten, andererseits die soziale Aufgabe des Unternehmens zu verstehen, profitabel zu arbeiten, zwingt den Unternehmer, das gesamte vorhandene Innovationspotenzial zu wecken, zu fördern, zu beflügeln und zu kanalisieren. Dabei ist es gut, nach innen und nach außen alle Innovationsantennen auszufahren. Jedes Mitarbeitergespräch, jedes Kundengespräch, jeder gesellschaftliche Dialog, selbst und gerade Streitgespräche bergen innovatives Potenzial. Kulturelle Unterschiede und ideologische Differenzen der Perspektive habe ich oft als inspirierend für innovative Ideen empfunden – und daher aktiv gesucht.

Die Chancen kleiner Initiativen

Interessenkonflikte, Widrigkeiten, Hindernisse, Herausforderungen sind offene Fenster in eine bessere Welt. Harvards Disruptionspapst Clay Christensen deckte das Problem auf, dass die meisten sozialen Investitionen nur genutzt werden, den Status Quo zu verbessern. Der breitere Teil der Menschen und der größere Teil der Probleme bleiben dabei außen vor. Dagegen hält er die Idee, in kleinere, kostenarme Initiativen zu investieren, die echte Durchbrüche und nützliche Lösungen entwickeln, um diese Satelliten später zu skalieren oder zu konsolidieren.

Unternehmerische Erfolge werden häufig da erzielt, wo ein echtes Problem gelöst wird, sei es beim Konsumenten, in der Industrie oder gesellschaftlich. Das

Daniel Hoster, *1968, ist Banker und Mitglied der Geschäftsleitung Wealth Management der BNP Paribas. Der Vater von sechs Kindern hat einen Großteil seiner Karriere bei der Deutschen Bank gearbeitet, u. a. in leitenden Positionen in Brüssel und New York. Zu seinen Ehrenämtern gehört die Mitgliedschaft im Vorstand des Arbeitskreises Evangelischer Unternehmer (AEU) und der Vorsitz der Dagmar-Westberg-Stiftung. Daniel Hoster ist einer der Hauptredner beim Kongress MUT2020, der vom 2. bis 4. Oktober in Schwäbisch Gmünd stattfindet (www.mut2020.de).

Juwel der verantwortungsvollen Profitabilität ist die Schnittmenge von vier überlappenden Fragestellungen: Was sind die drängenden gesellschaftlichen Probleme? Welche unternehmerische Kompetenz setzt uns in die Lage, einen Beitrag zur Lösung zu leisten? Welche Aufgaben wecken die größte Leidenschaft und passen zur DNA des Unternehmens? Welche Lösungen oder Produkte haben auch ein attraktives Margenpotenzial oder für welches Angebot wird es Käufer geben, die einen angemessenen Preis bereit sind zu zahlen? Dieses Juwel zu finden, ist eine bereichernde Reise, die sich lohnt, weil sie zur Kapitalrendite die emotionale Rendite addiert und darüber hinaus oft nicht bezifferbare Zukunftsrenditen quasi als Nebenwirkung verursacht.

Ein mittelständischer Unternehmer, der diesen Dreiklang von Integrität, Innovation und Impact Investing verankern wollte, bat mich in seinen Beirat, um genau das zu begleiten: den Schritt vom CSR-Verständnis nach altem Muster hin zu einer in der Unternehmenskultur verankerten Innovationsstrategie, die Geschäfts- und Finanzierungsmodelle entwickelt, in denen die brennenden gesellschaftlichen Themen aufgegriffen und profitabel gelöst werden. Wir haben gemeinsam vier Felder definiert, die es systematisch zu bearbeiten gilt. Dieses Modell für soziales Monitoring wird überlagert von dem Wunsch, dass Philanthropie und Impact Investing fließend ineinander über gehen und alle vier Verantwortungsfelder berühren.

Daraus ergibt sich dann eine Matrix von Verantwortungsfeldern, Innovationsräumen und Renditemöglichkeiten. Ein Beispiel: Was sind die echten Bedürfnisse der Mitarbeiter und wie können diese zum Wohle des Unternehmens erfüllt werden? Solche Überlegungen könnten zum Investieren in eine Kantine oder ein Volleyballfeld führen, um den Austausch und die Gesundheit zu fördern, zum Bau einer Kindertagesstätte oder von Eltern-Kind-Büros, um Eltern ein sorgenfreies Arbeiten zu ermöglichen oder zum Überdenken der Führungskultur, um Überforderung durch Potenzialentfaltung zu ersetzen. Entscheidend für das Wohl des Unternehmens sowie für einen positiven Fußabdruck ist es, die richtigen Fragen nicht erst zu stellen, wenn der Ruf der Firma bereits im Risiko steht, sondern frühzeitig gesellschaftliche Entwicklungen, soziale Bedürfnisse und Wirkungsketten des unternehmerischen Handelns zu hinterfragen und zu verstehen.

Die vier Verantwortungsfelder (Modell für Soziales Monitoring)

Philanthropie / Impact Investing

Wenn morgen die Welt unterginge…

Die richtigen Fragen zu stellen, erfordert aber vor allem auch ein Grundvertrauen, das sich agil und resilient den Katastrophenmeldungen und Untergangspropheten entgegenstellt. Dankbarkeit ist angesagt: Wir leben in der besten Welt, die es je gab. Zuversicht ist angesagt: Den Regenbogen hat Gott an den Himmel geheftet, um uns an seine Fürsorge zu erinnern. Verantwortung ist angesagt: Wer soll den Unterschied machen, wenn nicht ich. Martin Luther meinte: „Und wenn morgen die Welt unterginge, würde ich heute noch einen Apfelbaum pflanzen.“ Das ist unsere gesellschaftliche Verantwortung.

UM DIE ecke GEDACHT

Die Kolumne von CiW-Generalsekretär Michael vom Ende

Das Vergnügen der Gewohnheit

Die Überschrift stammt vom französischen Schriftsteller und Sozialkritiker Marcel Proust: *„Le plaisir de l'habitude est souvent plus doux encore que celui de la nouveauté." („Das Vergnügen der Gewohnheit ist oft süßer als das der Neuheit.")* Da ist was dran! Veränderungen packen wir eben erst an, wenn wir ein Bild von der Zukunft haben, das so hell strahlt, dass wir uns auf den Weg dorthin machen. Denken Sie einen Moment über diese Behauptung nach!

Da musste es vielen Angst machen, als der aktuelle deutsche Finanzminister Olaf Scholz seine Rede im Bundesrat am 20. Dezember 2019 mit den Worten begann: *„Wir verändern die Art und Weise, wie wir wirtschaften, grundlegend. Seit dem Beginn der Industrialisierung, die uns den großen Wohlstand, den wir heute genießen, geschaffen hat, ist das Wirtschaften darauf angewiesen, dass fossile Energien verbraucht werden. Dass sie dann eine Belastung für das Klima mit sich bringen, die wir heute sorgfältig diskutieren und kennen, ist die Folge. Deshalb ist das, was sich Deutschland vorgenommen hat, schon eine ganz große Veränderung der Wirklichkeit, in der wir heute leben. Wir haben uns fest vorgenommen, dass unser Land, genauso wie Europa insgesamt, 2050 klimaneutral wirtschaften soll."* Hier malt einer ein helles Bild – so soll die Wirklichkeit 2050 aussehen!

„Commonismus"

Ich lese auf Empfehlung gerade „China 2049 – Wie Europa versagt" des Wirtschaftsjournalisten Martin Winter. Das Buch beginnt mit der Schilderung, wie die Feierlichkeiten zum 100jährigen Bestehen der Volksrepublik China am 01. Oktober 2049 in Peking auf dem Platz des himmlischen Friedens im Detail stattfinden. Hier malt einer ein dunkles Bild – so droht die Wirklichkeit 2049 aussehen!

In meiner heimischen Tageszeitung nahm ich die Einladung zu einem Vortrag wahr: „Commonistisches Wirtschaften", so das Thema. Wer nach der Bedeutung und Herkunft dieses Kunstwortes forscht, wird gelehrt: Der Kommunismus war eine gute Idee, die aber an der Ungleichheit gescheitert ist, der Kapitalismus ist überholt und nicht zukunftsfähig, der Commonismus als solidarische Ökonomie mit seiner Freiwilligkeit und Gleichheit das Modell der Zukunft. Hier malt einer ein Wunschbild – so kann die Wirklichkeit in Zukunft aussehen!

Die Zukunft malen

Vor wenigen Wochen führte ich als Pastor und Referent bei einer Familienfreizeit in die Grundlagen der „gewaltfreien Kommunikation" ein. Dieses Modell hilft, in Konflikten deutlicher die eigenen Bedürfnisse erkennen und benennen zu können, damit sie im Austausch mit dem anderen dazu führt, dass das eigene Leben und das Miteinander insgesamt friedlicher werden. Hier malt der/die Betroffene ein Wunschbild – so möge die Wirklichkeit in Zukunft sein!

Vor vielen Jahren war ich bei den Massai im Süden Kenias – Nomaden, die mir Bilder zeigten. Diese gemalten Bilder drückten ihren Wunsch und ihre Sehnsucht nach einer heilen, friedlichen Zukunft mit festen Häusern, schattigen Bäumen und fließendem, sauberen Wasser aus. Hier malten Menschen ihr Wunschbild – so sollte die Wirklichkeit in der Zukunft sein.

Den Blick nach vorne richten

„Es ist das Jahr 2024… Ich hatte Glück, dass ich noch einen Platz für den Kongress bekommen habe. Sechs Wochen vorher war schon alles ausgebucht. Und tatsächlich, es hat sich gelohnt herzukommen.“ So beginnt das Zukunftsbild, das eine Arbeitsgruppe als Ergebnis eines langen Prozesses mit vielen Beteiligten bei faktor c /Christen in der Wirtschaft unter der Überschrift „Was wir erleben möchten!“ geschrieben hat. Hier malen Christinnen und Christen ein helles Bild – so möge die Wirklichkeit 2024 sein.

Wir erleben die Gewohnheit nicht immer als Vergnügen, aber ehrlicherweise ziehen wir die Gewohnheit grundsätzlich dem Neuen vor. Ohne solche Bilder ändert sich nichts an unseren Gewohnheiten, verfestigt sich das Bestehende immer mehr, kommt nichts in Bewegung. Wenn wir ein helles Bild von der Zukunft haben, wie wir sie uns wünschen, machen wir uns auf, einen Weg dorthin zu suchen. Jesus Christus verspricht denen, die ihm vertrauen, „Zukunft und Hoffnung“.

„Ich, Gott der Herr, weiß, was ich mit euch vorhabe: Ich habe Frieden für euch im Sinn und will euch aus dem Leid befreien. Ich gebe euch wieder Zukunft und Hoffnung. Mein Wort gilt!“ (Bibel, Altes Testament, Jeremia 29, 11)

ANZEIGEN

& Coaching

Manuel Raisch

Unsere persönliche Vielfalt ist ein Gewinn, aber auch störanfällig, darum brauchen wir von Zeit zu Zeit die Perspektive eines Adlers

Manuel Raisch M.A., MTh.,
interkultureller Coach und Supervisor
Reutsachsen 36 · 97993 Creglingen
Telefon: 07939-9906186
www.coach-raisch.de
manuelraisch@yahoo.de
youtube.com/watch?v=NW7EExtk7sU

Hilfe für Brüder International

Wir unterstützen weltweit christliche Initiativen durch finanzielle Hilfe.

Projekt 5368 Kamerun

Physiotherapie für kranke Kinder

In der physiotherapeutischen Abteilung der christlichen Klinik in Kamerun ist zu wenig Platz, um alle Kinder mit „Klumpfuß“ zu behandeln. Bei der Erweiterung möchten wir mithelfen. Damit „es läuft“.

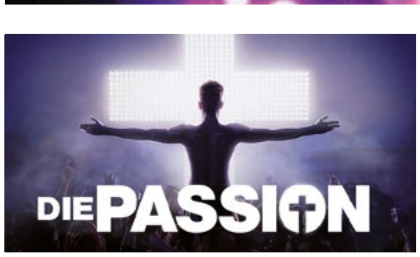
www.gottes-liebe-weltweit.de

Schickstraße 2 • 70182 Stuttgart • Fon +49 711 21021-0
IBAN DE89 5206 0410 0000 4156 00 • BIC GENODEF1EK1

Gottes Liebe weltweit.

MEDIEN:
TV UND BIBEL

kleine Fotos: RTL



Jesus leidet im Fernsehen

Foto: Joshua Hanson / unsplash

RTL WILL MIT DER PASSION CHRISTI QUOTE MACHEN

Es ist das vielleicht ungewöhnlichste TV-Projekt des Jahres: Der Sender RTL will zu Ostern 2020 das Leiden und Sterben von Jesus Christus nacherzählen – mit modernen Popsongs und übertragen in die heutige Zeit. „Die Passion" könnte – wie in den Niederlanden – zu einem Quotenknüller werden.

Text: red/pm/idea

RTL erzählt zu Ostern 2020 die größte Geschichte aller Zeiten als spektakuläres Musik-Live-Event. „Die Passion" ist eine moderne und ungewöhnliche Inszenierung der letzten Tage im Leben von Jesus Christus – mit dem Zentrum einer Großstadt als Bühne. Mitten in Essen werden bekannte Schauspieler und Sänger mithilfe deutscher Popsongs die über 2000 Jahre alte Geschichte zum Leben erwecken und die dramatischen Ereignisse in die heutige Zeit transportieren.

Thomas Gottschalk erzählt dabei die Passionsgeschichte, die wie keine andere die westliche Geschichte, Kultur und das Denken geprägt hat und nicht zuletzt den Glauben von Milliarden Menschen. Auf der Hauptbühne im Stadtzentrum erleben die Zuschauer die Geschichte von Verrat, Leiden und Sterben, aber auch von Hoffnung, Liebe und Vergebung in einer modernen, noch nie dagewesenen Art.

Prozession durch Essen

Die Ereignisse, die sich vor über 2000 Jahren abgespielt haben, werden in die heutige Zeit versetzt. Bekannte Sänger erwecken die Geschehnisse an verschiedenen Schauplätzen in Essen mithilfe deutscher Musikhits zum Leben. Auf der Hauptbühne werden die Sänger musikalisch von einer Band und einem Chor unterstützt.

Zusätzlich gibt es Live-Schalten zu einer Passions-Prozession, bei der ein großes leuchtendes Kreuz durch die Straßen Essens zur Hauptbühne getragen wird. Die Menschen, die an der Live-Prozession teilnehmen, spiegeln die vielfältige Gesellschaft wider. Eingeladen sind Menschen aus Essen und ganz Deutschland – egal welcher Konfession sie angehören oder ob sie konfessionslos sind. Eine Reporterin begleitet den Kreuzweg und spricht mit den Teilnehmern über ihre Beweggründe und Motivation. >

TV-Event läutet Ostern ein

Er steckt hinter dem Projekt „Die Passion“: Ralf Dilger von der Mainzer Film- und Veranstaltungsagentur mediawater. Er sieht in der Leidensgeschichte von Jesus als TV-Event eine große Chance, Menschen einen leichteren Zugang zur christlichen Botschaft zu verschaffen, verrät er im Interview mit Marcus Mockler.

Foto: privat

Interview mit Ralf Dilger, dem Promotor der „Passion“

Herr Dilger, war es schwierig, „Die Passion“ bei einem deutschen Sender unterzubringen?

Tja, das war jetzt ein Weg von sieben Jahren mit mehreren Anläufen zunächst bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Mit der ARD, genauer mit dem NDR, hatten wir schließlich 2015 einen guten Entwicklungsprozess begonnen, bis das Projekt dann aber durch unglückliche Umstände wieder zum Stillstand kam.

Anfang 2019 gab es dann erste gute Gespräche mit Kai Sturm, dem Unterhaltungschef von RTL, und das mündete sehr schnell in konkrete Entwicklungsarbeit. Wir mussten ja eine ganz neue, deutsche Fassung des holländischen Formats kreieren. Man hat bei RTL die Einzigartigkeit und das Potenzial des Formats sehr schnell verstanden. „Die Passion“ scheint auf den ersten Blick vor allem ein religiöses Thema zu sein, aber „die größte Geschichte aller Zeiten“ ist auch von immenser Bedeutung für unsere Kultur und Geschichte. Vor allem aber behandelt sie Themen, die jeder kennt und mit denen jeder sich identifizieren kann: Freundschaft, Liebe, Verrat, aber auch Vergebung und Hoffnung.

Erleben Sie auch Vorbehalte, das Leiden und Sterben von Jesus in eine Popshow zu pressen?

Bislang gibt es da vor allem positive Reaktionen, manchmal vielleicht etwas Skepsis und eine abwartende Haltung. Aber im Großen und Ganzen scheint dieser Ansatz doch sehr viele Leute zu faszinieren. Die Passionsgeschichte ist ein großes Drama, muss aber deshalb nicht bleiern und bedeutungsschwanger daherkommen. Auch mit Hilfe der bekannten Popsongs, die entsprechende Gefühle transportieren und Aussagen unterstreichen, werden viele einen leichteren Zugang dazu haben. „Die Passion“ funktioniert als ein attraktives und unterhaltsames TV-Event für ein großes Publikum.

Wie können Christen die geplante Sendung für die Verbreitung des Evangeliums nutzen?

Christen sollten sie natürlich ansehen, denn sie bietet auch eine großartige Gelegenheit, mit Freunden und Kollegen ganz zwanglos darüber zu reden. Man kann sich mit Nachbarn zusammentun und die Passion gemeinsam anschauen – die Gespräche ergeben sich dann automatisch. Gemeinden könnten gezielt darauf hinweisen und es als Startschuss für ihr eigenes Programm vor den Ostertagen nutzen.

Die Botschaft der Passion

In einer Zeit, in der die Gräben zwischen den Menschen und den Ideologien immer größer werden, in der die Herausforderungen der Gegenwart und die Fragen der Zukunft Angst machen, möchte RTL laut einer Pressemitteilung „die ursprünglichen Botschaften der Passion wie Liebe, Toleranz, Gemeinschaft und Hoffnung in den Fokus rücken".

RTL-Unterhaltungschef Kai Sturm erklärt die Motivation des Senders: „Die Grundgedanken der Passionsgeschichte gehen weit über einen rein religiösen Hintergrund hinaus und handeln von menschlich universellen und zeitlosen Themen. Deshalb hat die Geschichte auch in der heutigen Zeit nicht an Bedeutung verloren. Ich bin fest davon überzeugt, dass unsere Zuschauer – ob sie religiös sind oder nicht – die emotionale Kraft spüren und auf ihr eigenes Leben übertragen können. Mit dieser Geschichte zeigen wir Haltung und dass es sich lohnt, gemeinsam füreinander einzustehen. Hier geht es um Respekt und Liebe für den Nächsten – unabhängig von Herkunft und Religion!"

Gottschalk: Bin top-vorbereitet

Thomas Gottschalk sagt: „Ich habe schon als jugendlicher Vorbeter die Passion in der Kulmbacher Hedwigskirche vorgetragen und freue mich, dass RTL mit dieser Erlösungsgeschichte, die mehr ist als eine fromme Legende, ins Quotenrisiko geht. Als man mir die Rolle des Erzählers angeboten hat, habe ich gerne ja gesagt. Ich war selten so gut auf einen TV-Auftritt vorbereitet."

Mit „Die Passion" holt RTL eines der erfolgreichsten und emotionalsten TV-Events des niederländischen Fernsehens erstmals nach Deutschland. Seit mittlerweile zehn Jahren erzielt das Live-Musik-Event herausragende Quoten von zuletzt über 40 Prozent. Produziert wird „Die Passion" im Auftrag von RTL Television von Mediawater in Kooperation mit Kimmig Entertainment. Musikalischer Direktor ist Michael Herberger (u. a. „Sing meinen Song – Das Tauschkonzert").

Mönch: Das kann Herzen erreichen

Gegenüber dem katholischen Portal „Domradio" äußerte sich der Kapuzinermönch und Medienexperte Bruder Paulus Terwitte (Frankfurt am Main) zu dem geplanten Angebot: „Wenn sich die Darstellung der Passion Christi wirklich einem künstlerischen Anspruch stellt, in dieser Darstellung nicht reißerisch ist, dann finde ich das eine legitime Möglichkeit, dass Gott auch auf diesen Frequenzen die Herzen der Menschen erreichen kann."

Es liege nicht in der Verantwortung von RTL, dass die Geschichte des Auferstandenen das Herz eines Menschen erreiche – auch nicht in der Kirche. „Sie kann auch nur versuchen, den Weg zu zeigen. Ob die Botschaft dann die Menschen erreicht, das ist Gottes Sache."

INTERNET: diepassion.de

ANZEIGE

Inmitten einer von Hektik getriebenen Welt ist unser Kloster ein Ort der Ruhe, an dem Leib und Seele neue Kraft schöpfen dürfen.

Urlaub in klösterlicher Atmosphäre. Erholen Sie sich in unserem Vitalzentrum (Massagen, Sauna, Schwimmbad, Fitness und Entspannung). Genießen Sie die herrliche Natur im weitläufigen Klosterpark oder lassen Sie sich von unseren spirituellen Impulsen anregen.

Kloster Arenberg
Cherubine-Willimann-Weg 1
D-56077 Koblenz

Tel. +49 (0) 261 - 6401- 0
Fax +49 (0) 261 - 6401- 3454

info@kloster-arenberg.de
www.kloster-arenberg.de

Foto: istockphoto.com / HAKINMHAN

Mit neuem Namen zu den Wurzeln

Warum die „Christen in der Wirtschaft“ künftig als „faktor c“ auftreten

Der Verband „Christen in der Wirtschaft“ positioniert sich neu und tritt künftig unter dem Namen „faktor c" in Verbindung mit dem Claim "Eine Initiative von Christen in der Wirtschaft“ auf. Anlass dafür ist die Absicht, stärker nach außen zu wirken und leichter mit solchen Menschen über Jesus Christus ins Gespräch zu kommen, denen die Welt des Glaubens fremd ist – ein Ziel, das schon die Gründer des Verbands hatten.

Michael vom Ende

Menschen verändern sich in ihren Denkwelten, in ihrer Sprache, in ihren Bedürfnissen und natürlich auch in ihren Glaubensüberzeugungen. Zunehmend haben Menschen wenig Kenntnisse über den christlichen Glauben, und viele haben auch Vorbehalte. Um unsere Mission und unseren „Gründungs-Kern“ von 1902 nicht zu verlieren, sind wir gefordert, uns zu verändern und uns den sich ändernden Bedürfnissen der Menschen, denen wir begegnen, zu stellen.
Der „Gründungs-Kern“ lautete:

1. Brüderliche Stärkung untereinander angesichts vieler gemeinsamer Berufsfragen und Gefahren.

2. Einwirkung auf die Mitglieder und Freunde zur Verwendung ihrer besonderen kaufmännischen Gaben im Dienste des Reiches Gottes.

3. Missionsauftrag an den noch ferne stehenden Berufskollegen.

Das neue Positionierungs-Statement drückt das Gleiche in aktuellerer Form aus, es ist sozusagen eine moderne Übersetzung dieser Gedanken.

Der Name ist durch unser Magazin schon bekannt

Der im Vereinsregister eingetragene Name „Christen in der Wirtschaft e. V.“ bleibt bestehen. Die daraus abgeleitete Abkürzung CiW war nur Insidern ein Begriff und damit für die Profilierung und Kommunikation unseres Anliegens und des Vereins nicht dienlich. Mit unserem neuen Namen „faktor c“ haben wir endlich einen echten Namen. Dadurch, dass unser Magazin so heißt, ist er bereits eingeführt und wird schon mit uns verbunden. Im Positionierungs-Statement steht der Satz: „faktor c ist eine Initiative von Christen in der Wirtschaft“. Das haben wir bewusst an dieser Stelle eingeflochten, weil es gut und verständlich auch für Nicht-Insider erklärt, wer wir sind.

Der Name „faktor c“ macht unsere Sehnsucht deutlich, selbst wieder überzeugt als Christinnen und Christen zu leben und in ein nachhaltiges Gespräch mit Menschen zu kommen. Wir gehen im Kern damit wieder zurück „zu den Wurzeln“. Christus ist der entscheidende und lebensverändernde Faktor, der es ermöglicht, dass ein Leben gelingen kann. Davon sind wir überzeugt.

Das Kreuz steht im Mittelpunkt

Natürlich stellt sich die Frage: Ist das christliche Fundament mit dem neuen Namen „faktor c“ noch genügend erkennbar? Damit verbindet sich sofort die Frage: Bin ich selbst denn als Christ erkennbar? In unserem neuen Logo steht in der Mitte ein Kreuz, das bekannteste Symbol für Christus. Es wird spätestens aus dem Kontext deutlich, dass es nicht nur ein Plus-Zeichen ist. Mit dem Namen können wir sehr einfach erläutern, welche Wirkung der Faktor „Christus" in unserem Leben und damit in der Wirtschaft haben kann.

Denn eines ist klar: Wir stehen weiterhin und hoffentlich in Zukunft noch mehr für Mission. Seinen Glauben im Handeln (und wenn notwendig auch in Worten) zu bezeugen – das ist „Mission“! Der Autor und Philosoph Richard David Precht beschreibt das Verständnis der Menschen heute so: „Orientierung suchen bedeutet nicht, einfache Antworten zu finden. Orientierung geben heißt vielmehr, eine Karte zu zeichnen mit vielen verschiedenen denkbaren Positionen, sodass sich der Sinnsuchende anhand dieser Karte bewusst für seinen eigenen Weg entscheiden kann.“

Mit einfachen „Schwarz/Weiß“-, „Richtig/Falsch“-Antworten wird man Menschen heute nicht mehr gerecht. Wenn wir aber bereit sind, zuzuhören, uns selbst zu öffnen, von unseren eigenen Fragen und Zweifeln zu sprechen, unsere Geschichte der Begegnung mit dem liebenden Gott (unserem „faktor c“) zu erzählen, kann das ein Orientierungspunkt für einen Menschen sein, der uns zuhört.

So positioniert sich „Christen in der Wirtschaft e. V.“ künftig

fak+or c

Eine Initiative von Christen in der Wirtschaft.

Menschen begegnen einander, unterstützen sich gegenseitig, werden inspiriert und finden Orientierung – damit Leben in den Herausforderungen der Wirtschaft gelingen kann.

„Wir brauchen neue Leidenschaft“

Firedbert Gay, Vorsitzender von „Christen in der Wirtschaft“: „faktor c“ baut eine Brücke

Herr Gay, die „Christen in der Wirtschaft“ treten künftig unter dem Namen „faktor c“ auf. Verabschiedet sich die Initiative damit von ihrer Geschichte?

Im Gegenteil. Es gilt der Satz: „Wenn wir tun, was unsere Väter taten, tun wir nicht, was unsere Väter taten.“ Wir stehen auch heute vor der Herausforderung, niedrigschwellig auf andere Menschen zuzugehen, um mit ihnen über Jesus Christus ins Gespräch zu kommen und sie zum Glauben einzuladen. „faktor c“ ist dafür genial, weil es auf den alles entscheidenden Faktor für ein gelingendes Leben in der Wirtschaft hinweist: Christus.

Von den „Christen“ ist im Namen nur noch ein „C“ übriggeblieben. Reicht das?

Ein Name allein reicht nie. Er wirkt erst, wenn sein Inhalt gelebt wird. Das „t“ in „faktor c“ wird bewusst als Kreuz gestaltet, was eine erkennbare Brücke zu Christus baut. Am Ende geht es mit dem veränderten Namen um eine Einladung zum Gespräch. Wir schämen uns weder des Evangeliums noch des Namens „Jesus Christus“, denn die Menschen in unserem Verband erleben seit über 100 Jahren, dass darin die Kraft Gottes liegt. Für unsere Öffentlichkeitsarbeit, unseren Kontakt zu Menschen außerhalb des Verbands, kann es aber eine große Hilfe sein, unter diesem Namen „faktor c“ aufzutreten.

Der Verband hat kritische Jahre hinter sich. Soll die Neupositionierung nun alle Probleme lösen?

Nein, das wäre naiv. Unsere Herausforderungen sind nur zu bewältigen, wenn Gott seinen Segen dazu gibt und Menschen bereit sind, mitzuarbeiten, sich zu engagieren, zu beten und zu spenden. Der Bedarf ist groß: Es sind da draußen so viele Christen, die sich in der Wirtschaftswelt alleine fühlen und dringend Unterstützung von anderen Christen brauchen. Und es sind noch mehr in der Wirtschaft, die das Evangelium nicht kennen. Deshalb wünsche ich mir aus unserer Initiative heraus eine neue, leidenschaftliche Offensive, die Liebe Gottes in der oft kalten Welt des Business bekanntzumachen.

Christen in der Wirtschaft e.V. (CiW) ist einer der ältesten christlichen Wirtschaftsverbände Deutschlands.

Mit seinem Wissen, den Erfahrungen und dem qualifizierten Netzwerk will der CiW

JESUS CHRISTUS BEZEUGEN

- durch Firmengebetskreise und besondere Veranstaltungen
- durch Faktor C – ein Magazin, das über gelebte Gottesbeziehung im Beruf spricht

MENSCHEN ERMUTIGEN

- durch Gebet, persönliche Gespräche, Coaching, Mentoring – auch für zukünftige junge Führungskräfte

BIBLISCHE WERTE LEBEN

- im Berufsleben, in Beziehungen und Familie – und diese glaubwürdig in der Gesellschaft einbringen

GEMEINSCHAFT FÖRDERN

- in einem geistlichen, großen Netzwerk
- in Kleingruppen, regionalen Veranstaltungen, Konferenzen, Tagungen

Die Erfahrung der Menschen im CiW zeigt, dass gelebter Glaube einen entscheidenden Mehrwert für Leben und Wirtschaft bedeutet.

Darum:
Lernen Sie die regionalen CiW-Netzwerke kennen, besuchen Sie unsere Veranstaltungen und Kongresse, nutzen Sie unsere Publikationen (z. B. das kostenfrei beziehbare Wirtschaftsmagazin Faktor C) und Beratungsangebote!

www.ciw.de

MITGLIEDSANTRAG

Hiermit beantrage ich eine
(bitte ankreuzen)

- ☐ Mitgliedschaft (Privatpersonen)
- ☐ Firmenmitgliedschaft (FM)

bei Christen in der Wirtschaft e.V. zum nächstmöglichen Zeitpunkt. Ich bejahe Auftrag, Ziel und Vision von Christen in der Wirtschaft e.V., will die CiW-Arbeit fördern und erkenne die Satzung an.

NAME, VORNAME ODER FIRMA / BRANCHE

ANSPRECHPARTNER (BEI FM)

GEBURTSDATUM

BERUF / POSITION

STRASSE, HAUSNUMMER

PLZ / ORT

TELEFON / FAX

E-MAIL / HOMEPAGE

GEWORBEN DURCH

DATUM, ORT

UNTERSCHRIFT

Ich möchte mich bei CiW persönlich einbringen und mitarbeiten z. B. durch
(bitte ankreuzen)

- ☐ das Herstellen von Kontakten
- ☐ das Halten von Vorträgen
- ☐ aktive Mitarbeit bei Veranstaltungen
- ☐ finanzielle Unterstützung
- ☐ Leitung von Gruppen / Veranstaltungen

Jährlicher CiW-Mitgliedsbeitrag

(bitte ankreuzen)

	Jahresbeitrag
☐ **Rentner, Azubis, Studenten, Arbeitssuchende**	40,- €
☐ **Angestellte und Selbstständige (ohne Mitarbeiter)**	100,- €
☐ **Ehepartner Angestellte**	50,- €
☐ **Selbstständige (mit Mitarbeitern) und leitende Angestellte**	250,- €
☐ **Ehepartner Selbstständige**	125,- €
☐ **Kleines Firmenmitglied**	**500,- €**
☐ **Firmenmitglied**	**1.000,- €**
☐ **Förderfirmenmitglied**	2.000,- €

Anmerkung: Für Studenten und Arbeitssuchende erbitten wir jeweils jährlich einen Nachweis.

Weitere Infos zu den Mitgliedsbeiträgen finden Sie auf **www.ciw.de/mitglied-werden**

Der Mitgliedsbeitrag bezieht sich immer auf ein Kalenderjahr, wird nach Bestätigung der Mitgliedschaft und dann zu Beginn eines jeden Kalenderjahres abgebucht.

Lastschriftzahlung

☐ Ich möchte meinen Mitgliedsbeitrag per Lastschrift zahlen*

* Nach Eingang Ihres Antrags senden wir Ihnen ein separates Formular zur SEPA-Einzugsermächtigung zu, das Sie uns bitte unterschrieben zurücksenden.

DAS IST CIW

DAZUGEHÖREN – WEIL SIE ...

... auf diese Weise in Kontakt mit anderen in der Wirtschaft tätigen Christen kommen und sich austauschen können, wie ihr Glaube im Beruf umgesetzt werden kann

... Wirtschaftsthemen aus christlicher Perspektive diskutieren können

... Christen im Bereich der Wirtschaft ermutigen und selbst ermutigt werden

... mit dem Verband biblische Prinzipien und Werte in Unternehmen fördern

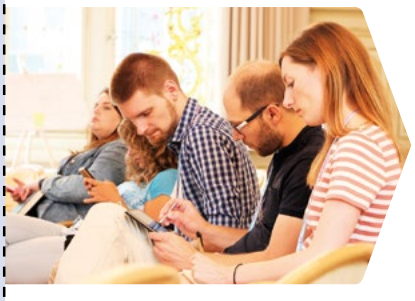
... Material an die Hand bekommen, das die Bereiche Bibel & Business miteinander in Verbindung bringt

... Hilfe und Unterstützung in Bezug auf Ihre konkrete Lebenssituation in Anspruch nehmen können

... in diesem Verband Ansprechpartner finden, um konkrete berufliche Fragen und Probleme zu erörtern

... bedarfsgerechte Veranstaltungen von der Kleingruppe bis zum Großkongress besuchen können

... sich so einbringen können, wie Sie sind



Christen in der Wirtschaft e.V.
Theaterstraße 16
97070 Würzburg
Tel. +49 (0)931-306 992 50
info@ciw.de I www.ciw.de

LITERATUR**TIPP**

HÄTTE JESUS HEUTE EIN SMARTPHONE?

Für die Digitalisierung gilt: Wer nicht mitmacht, verliert den Anschluss, was sich gerade Unternehmen nicht leisten können. Dabei gäbe es gute Gründe, nicht mitzumachen. In diesem Sammelband, herausgegeben von Wirtschaftsprofessor Reinhard Haupt und dem Geschäftsbereichsleiter Stephan Schmitz, werden zwar überwiegend die Chancen neuer Technologien gepriesen. Doch es kommt mit Theologieprofessor Werner Thiede auch ein scharfer Kritiker zu Wort.

Krebsgefahr und Elektrosmog

Thiede sorgt sich in seinem Beitrag um die Gesundheitsgefahren, die von der Funkstrahlung des geplanten 5G-Netzes ausgehen können. Er zitiert alarmierende Studien zum Krebsrisiko und weist auf die besondere Belastung für elektrosensible Menschen hin. Auch die Überwachung der Bürger etwa durch deren Smartphonegebrauch sei kaum mehr zu stoppen. Jesus würde deshalb heute gewiss kein Smartphone verwenden, mutmaßt Thiede.

Andere Autoren kommen zu weitaus positiveren Ergebnissen. Sie preisen kostengünstigere und effektivere Abläufe in Unternehmen, mehr Kundenfreundlichkeit durch schnellere und individuellere Reaktionen, rasante Fortschritte in der Medizin durch die Vernetzung von Patientendaten. Auch wachsende Verkehrssicherheit („autonomes Fahren“) oder 3D-Druck stehen auf der Positivliste.

„Datengenossenschaften“

Eine ungewöhnliche Idee, wie sich die Monopole der „Big Five“ (Google, Facebook, Apple, Microsoft, Amazon) brechen ließen, präsentiert der Volkswirt Hans-Jörg Naumer. Er plädiert für „Datengenossenschaften“. Dabei bleiben Daten im Besitz der Nutzer von Plattformen. Der Anbieter übernimmt lediglich die Funktion eines Dienstleisters.

Praktikabel würde dieser Vorschlag durch einen Zwang, die Schnittstellen der Plattformen zu öffnen. Wer dann beispielsweise Facebook verlässt, bleibe nicht ausgesperrt, sondern könne auch von einem anderen Netzwerk aus mit Facebook-Usern kommunizieren, schreibt Naumer. Damit gebe es mehr Wettbewerb, weil sich neue Plattformen leichter mit bestehenden verbinden könnten.

Ein prophetisches Wort

Die insgesamt elf Aufsätze zeichnen ein differenziertes Bild der Digitalisierung. Zum Schluss weisen die Herausgeber noch einmal darauf hin, dass totalitäre Systeme die Bürgerdaten zu Überwachung, Diskriminierung, Unterdrückung und Verfolgung missbrauchen können. Ein solches Szenario sei schon im letzten Buch der Bibel, der Offenbarung des Johannes, in Kapitel 13, Vers 16, beschrieben worden: „... dass niemand kaufen oder verkaufen kann, wenn er nicht das Zeichen hat ...“. Den Handel durch digitale „Zeichen“ zu reglementieren, sei bereits heute Stand der Technik.

Marcus Mockler

Reinhard Haupt,
Stephan Schmitz (Hg.):
Digitalisierung: Datenhype
mit Werteverlust?
Ethische Perspektiven
für eine Schlüsseltechnologie.

205 Seiten
9,99 Euro
SCM Hänssler (Holzgerlingen)
2020

Mit dabei:

Horst Schulze
Gründer Hotelketten
Ritz-Carlton und Capella

Daniel Hoster
BNP Paribas,
Geschäftsleitung Wealth
Management Deutschland

Andreas Malessa
Journalist und Autor

MUT 2020

» WAS WILL GOTT FÜR DICH, DEINE FIRMA UND UNSERE GESELLSCHAFT? «

Ein christlicher Kongress für Entmutigte, Mutmacher und alle dazwischen

02.-04.10.

SCHWÄBISCH GMÜND **SCHÖNBLICK**

Unter anderem mit (Stand November 2019):
Maike Behn, Prof. Dr. Harald Bolsinger, Klaus Daubmann, Wilfried Franz, Joe Hartung, Uwe Heimowski, Daniel Hoster, Samuel Jersak, Sarah Kaiser, Titus Lindl, Andreas Malessa, Nina-Kristin Meyer, Susanne und Marcus Mockler, Prof. Elija Morgan, Horst Schulze, Andi Weiss und Michael Zettl.

Jetzt informieren und anmelden!
www.mut2020.de

CiW Christen in der Wirtschaft · FBG · FGB MF · Christ Jurist · GOD@WORK – GERMANY – · Gesprächs FORUM Leben+Glauben · WCG Bewegt · Begeistert · Begleitet Menschen in Verantwortung · AEU Arbeitskreis Evangelischer Unternehmer in Deutschland e.V. · akademiker smd · momentum europe · cjd