

Corporate Citizenship: Klare Schwerpunkte setzen

Von Michael Wedell



Auch für einen Corporate Citizen ist Professionalität oberstes Gebot. Das Gießkannenprinzip ist daher bei der Dresdner Bank schon längst abgeschafft worden, so Michael Wedell. Vielmehr baut die Großbank auf zwei klare Schwerpunkte: Förderung junger talentierter Menschen und Unterstützung für die Stadt Dresden. Zudem setzt sich das Institut mit seiner Vergangenheit im Nationalsozialismus auseinander und engagiert sich mit dem Victor-Klemperer-Jugendpreis für Toleranz und Völkerverständigung. Red.

Natürlich ist es das primäre Ziel der Dresdner Bank ein wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen zu sein, das überdurchschnittlich wächst und Werte schafft. Die Großbank will ihre Kunden durch Kompetenz, Engagement und Seriosität überzeugen. Sie will aber nicht nur in ökonomischer Hinsicht Maßstäbe setzen. In allem, was die Bank tut, soll deutlich werden, dass sie auf der festen Grundlage von Werten wie Fairness, Exzellenzstreben und Verantwortung steht und arbeitet. Deshalb wird im Unternehmen ganz bewusst über den Tellerrand der geschäftlichen Tätigkeit im engeren Sinne hinaus gesehen – zahlreiche Projekte aus den Bereichen Bildung, Wissenschaft, Sport und Kultur werden unterstützt.

Dieses Engagement ist nicht vorwiegend von altruistischen Motiven getragen, sondern soll auch das Vertrauen der Kunden in die Marke erhöhen. Damit ist es Bestandteil der unternehmerischen Strategie. Vertrauensbildung baut heute mehr denn je auf Reputation und Image auf. Reputation stammt zuallererst aus der Qualität der Produkte und Dienstleistungen; sie wird aber zunehmend vom Bild des Unternehmens in der Öffentlichkeit bestimmt, das von dem Unternehmen nur indirekt gesteuert werden kann.

Image kann nur indirekt gesteuert werden

Das diffus erzeugte „Image“ ist wesentlicher Bestandteil des Unternehmenswertes. Reputation und damit Vertrauen aufzubauen ist harte Arbeit, sie zu zerstören manchmal nur das Ergebnis eines einzigen Zeitungsberichts. Die Dresdner Bank sieht ihr Engagement als Beitrag zur langfristigen Vertrauensbildung.

Dabei orientiert sich die Bank am Konzept Corporate Citizenship (CC), womit das

Zum Autor

Michael Wedell ist Leiter Corporate Affairs der Dresdner Bank AG, Frankfurt am Main.

bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen gemeint ist. Für das Kreditinstitut heißt das, eine langfristige unternehmerische Strategie auf der Basis verantwortungsvollen Handelns zu entwickeln und zu verfolgen und sich so für die lokale und überregionale Zivilgesellschaft zu engagieren. Dahinter steht die Überzeugung, dass es eine Art geänderten Gesellschaftsvertrag geben muss, der neu austariert, welche Aufgaben der Staat, die Unternehmen und die Zivilgesellschaft übernehmen.

Das Wort Corporate Citizenship hat seine Wurzeln im angelsächsischen Raum. Danach ist Corporate Citizenship eine Win-Win-Strategie für Gesellschaft, Staat und Unternehmen. Die große Resonanz, die das Konzept inzwischen auch in Deutschland findet, hat unter anderem damit zu tun, dass es an sehr lebendige Traditionen mäzenatischen Engagements von Unternehmen anknüpfen kann.

Unternehmen tragen zur Vielfalt der Bürgergesellschaft bei

Hinter Corporate Citizenship der Dresdner Bank steht unter anderem die Einsicht, dass der Staat an die Grenzen seiner Möglichkeiten gestoßen ist; unser demokratisches Gemeinwesen steht vor Aufgaben, die mit Routinepolitik nicht zu bewältigen sind. Erschüttert ist die Vorstellung, alle Einzelinteressen fügten sich harmonisch zum Gemeinwohl, überließe man sie nur

der unsichtbaren Hand des Marktes oder der sichtbaren Hand des Staates. Seit Jahren wird nun intensiv diskutiert, was zu tun ist und die Verantwortung dafür wird vorzugsweise „der Politik“ zugewiesen. Nicht nur, aber insbesondere Unternehmen springen längst in die Bresche und übernehmen mehr Verantwortung. Stichworte sind hier beispielsweise Bildung und Kultur. Einem großen Unternehmen wie der Dresdner Bank ist es nicht gleichgültig, wie es um unser Land steht und in welche Richtung es sich entwickelt.

Dabei geht es aber keineswegs darum, nur als Lückenbüßer zu fungieren. Bürgergesellschaftliches Engagement ist schon deshalb unverzichtbar, weil ein vitales Gemeinwesen davon lebt, dass sich viele mit ihren unterschiedlichen Begabungen, Erfahrungen und Möglichkeiten einbringen. Wie viel ärmer wären wir, wenn es ein solches Engagement von Bürgern, Organisationen und Unternehmen nicht gäbe!

Sie alle leisten einen unverzichtbaren Beitrag zur Fortentwicklung und Stärkung unserer Zivilgesellschaft und tragen so zu ihrer Zukunftsfähigkeit bei. Tatsächlich zeigt sich immer wieder, dass eine überzeugend gelebte Corporate Citizenship erhebliches Potenzial besitzt, wenn es darum geht, gesellschaftliche Defizite zu

beheben, wichtige Impulse zu vermitteln und die Bürgergesellschaft insgesamt zu vitalisieren.

Engagement motiviert Mitarbeiter und bindet Kunden

Darüber hinaus hat Corporate Citizenship allerdings auch das Potenzial, zu einem strategischen Erfolgsfaktor für das Unternehmen selbst zu werden und sich im wahrsten Sinne des Wortes auszuzahlen. Es geht also nicht um abgehobenen Idealismus oder reine Selbstlosigkeit. Die Bank engagiert sich auch deshalb, weil sie sich davon einen positiven Effekt für unser Unternehmen und einen Return on Investment verspricht. Dabei kann es sich um die Verbesserung von Image und Wahrnehmung handeln oder auch um eine stärkere Identifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit „ihrem“ Unternehmen.

Wie die Erfahrung zeigt, arbeiten Menschen lieber für engagierte Unternehmen, die sich nicht abkapseln, sondern einen weiten Horizont haben und den Begriff „Wert“ nicht allein als Profit definieren. Auf diese Weise kann die Förderung von überzeugenden Projekten zum Beispiel im Bildungsbereich ausgesprochen positiv ins

Unternehmen zurückstrahlen und dem eigenen Anspruch, wertorientiert zu handeln, zusätzliche Glaubwürdigkeit verleihen.

Darüber hinaus stärkt diese Form von Engagement die Kundenbindung. In letzter Zeit lässt sich immer häufiger beobachten, dass Kunden nicht nur auf gute Konditionen und professionelle Beratung achten. Sie wollen auch wissen, wie sich ein Unternehmen selbst versteht, an welchen Werten es sich orientiert und ob soziale und ökologische Standards ernst genommen werden. Dazu gehört auch, dass es sich für gesellschaftlich relevante Anliegen öffnet und im Gemeinwesen aktiv wird.

In der von Prof. Michael Schwaiger von der Universität München erstellten Studie über die Wirkung von Kultursponsoring, die vom Arbeitskreis Kultursponsoring des Kulturkreises der Deutschen Wirtschaft in Auftrag gegeben wurde, konnte beispielsweise bei Bankkunden, die über das kulturelle Engagement ihrer Bank informiert waren, eine signifikant höhere Kundenbindung nachgewiesen werden.

Dieses Engagement ist ein Vertrauens-thema – ohne Vertrauen gibt es keinen dauerhaften Erfolg. Voraussetzung ist, dass ein Unternehmen beim Thema Corporate Citizenship authentisch bleibt und nicht in Widerspruch zu seinen Unternehmenszielen gerät. Hier für die nötige Kongruenz zu sorgen, ist letztlich eine Frage von Seriosität und Glaubwürdigkeit.

Verabschiedung vom Gießkannenprinzip

Um die Ziele, die mit der Idee von Corporate Citizenship verbunden sind, auch tatsächlich zu erreichen, kommt es heute mehr denn je darauf an, auch in diesem Bereich mit der nötigen Professionalität vorzugehen. In Sachen Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle werden dieselben strengen Qualitätskriterien wie im Kerngeschäft angelegt, denn CC soll im Selbstverständnis zum Kerngeschäft gehören. Die Dresdner Bank achtet auf Kon-



Die Dresdner Bank sammelte mit der Aktion „Stifterbriefe“ rund 70 Millionen Euro für den Wiederaufbau der Frauenkirche in Dresden ein.



tinuität und Durchhaltevermögen, was die organisatorischen und finanziellen Aspekte eines solchen Engagements angeht.

Konsequenterweise hat sich die Bank auch schon lange vom Gießkannenprinzip bei Spenden, Sponsoring und Projektförderung verabschiedet. Auch hier gibt es ein klares strategisches Konzept mit einer eindeutigen Schwerpunktbildung. Die Projekte sollen auf ihre Weise verdeutlichen, dass die Dresdner Bank für ganz spezifische Werte wie Exzellenz und Leistungsbereitschaft, Weltoffenheit, Toleranz und Nachhaltigkeit steht. Kurz, sie müssen zur Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft beitragen.

Förderschwerpunkt Talent Invest

Vor diesem Hintergrund ist es sicherlich nicht schwer zu verstehen, warum einer der beiden Förderschwerpunkte Talent Invest lautet; die Förderung von talentierten Menschen zieht sich wie ein roter Faden durch das ganze Corporate Citizenship-Engagement der Dresdner Bank und ihrer Stiftungen. Dabei handelt es sich um die systematische Förderung von begabten Jugendlichen und jungen Erwachsenen in den unterschiedlichsten Bereichen.

Durch finanzielle Unterstützung, aber auch individuelle Beratung oder die Bereitstellung von Ausstellungs- und Konzertmöglichkeiten will das Unternehmen dabei mithelfen, dass sie ihre Talente zur vollen Entfaltung bringen. Das ist deshalb so wichtig, weil jede Gesellschaft Menschen braucht, die Überdurchschnittliches leisten und entscheidende Impulse für die Weiterentwicklung unserer Gesellschaft geben. Ein gutes Beispiel für den Schwerpunkt Talent Invest ist die Internatsschule Schloss Hansenberg, Deutschlands einzige Schule, die als Public Private Partnership betrieben wird. Als Partner des Landes Hessen war die Dresdner Bank mit anderen Unternehmen Mitinitiatorin dieses Schulprojektes. Hier gilt das Prinzip „fordern und fördern“.

In diesem Oberstufengymnasium werden leistungsstarke und hochmotivierte Schülerinnen und Schüler durch die enge Verzahnung von Praxis und Theorie optimal auf die Herausforderungen der globalisierten Wirtschaft vorbereitet. Wer hier lernen will, muss aber auch ein Teamplayer sein und sich nicht nur durch gute Noten, sondern auch durch Eigenverantwortung, Kreativität und Integrationsfähigkeit auszeichnen.

Bei diesem pädagogischen Modellprojekt stellt das Kreditinstitut neben finanziellen Mitteln den Schülerinnen und Schülern Praktikumsplätze an unseren Auslandsstandorten zur Verfügung. Für insgesamt vier Wochen haben sie die Möglichkeit, beispielsweise in Shanghai oder Miami das Bankgeschäft kennen zu lernen. Zur Förderung gehört aber auch die Vermittlung von Know-how – sei es, dass Mitarbeiter der Bank Vorträge halten oder Muttersprachler der Dresdner Bank-Akademie Wochenendkurse in Business-Englisch geben.

In Sachen Talent Invest setzt die Jürgen Ponto-Stiftung, die 1977 von Irges Ponto und der Dresdner Bank gegründet wurde, nun schon seit Jahrzehnten Akzente. Die Stiftung unterstützt die musischen Aktivitäten junger Menschen und fördert hochtalentierten Musiker, bildende Künstler und Schriftsteller mit Stipendien, Förderpreisen und Workshops. Außerdem hilft sie ihnen dabei, Erfahrungen bei öffentlichen Auftritten zu sammeln und Marketing in eigener Sache zu betreiben. So vermittelt die Stiftung ihren Musikstipendiaten jährlich rund 50 Konzerte im Rahmen von Musikfestivals oder Kammermusikreihen.

Interdisziplinäre Forschungseinrichtung unterstützt

Neben dem schulischen Bereich fördert die Dresdner Bank auch die Wissenschaften. Über den Stiftungsfonds der Dresdner Bank im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft unterstützen wir gezielt Forschungs-

einrichtungen, deren Arbeit für die Bank von Interesse ist. Dazu zählt das Institute for Law and Finance an der Universität Frankfurt, das integraler Bestandteil des House of Finance wird; unter dessen Dach werden eine ganze Reihe von Spitzeninstituten aus den Bereichen Rechts- und Finanzwissenschaften zusammengefasst.

Die Dresdner Bank gehört zu den Initiatoren dieser interdisziplinären Einrichtung. Angeboten wird ein zweisemestriger, englischsprachiger Aufbaustudiengang mit dem Abschluss LL.M. (Finance). So wird das Engagement für eine exzellente, praxisbezogene Ausbildung unterstrichen.

Der zweite Schwerpunkt des Engagements liegt in Dresden. Nach dem Fall der Mauer haben wir in der sächsischen Landeshauptstadt wieder Flagge gezeigt und 1991 eine Stiftung mit dem Ziel ins Leben gerufen, Kunst, Kultur, Wissenschaft und Städtebau auf hohem Niveau in der Stadt zu fördern, in der die Dresdner Bank 1872 gegründet worden war. Ziel der Stiftung ist es, mit ihrer Arbeit einen Beitrag zur Förderung der kulturellen Identität Dresdens zu leisten, wobei vor allem der Aspekt der Jugendförderung im Vordergrund steht.

Wiederaufbau der Frauenkirche

Die Stiftung versteht sich dabei nicht nur als Sponsor, sondern vor allem als Partner der geförderten Einrichtungen, zu denen neben den Hochschulen für Musik, Bildende Künste und Tanz in Dresden auch wichtige „Kulturbotschafter“ der Stadt zählen wie zum Beispiel die Staatlichen Kunstsammlungen oder die Sächsische Staatskapelle. Durch den regelmäßigen Austausch der Stiftung mit den kulturellen Einrichtungen ist ein Netzwerk entstanden, das den Stipendiaten unterschiedlicher Projekte zugute kommt.

Das mit weitem Abstand wichtigste Projekt im Bereich der städtebaulichen Förderung in Dresden war und ist die Frauenkirche, deren Wiederaufbau zu einem einzigar-

tigen Symbol für Frieden, Versöhnung und bürgerschaftliches Engagement wurde. Über die Stiftung Frauenkirche hat die Dresdner Bank maßgeblich zur Finanzierung dieses faszinierenden Großprojekts beigetragen und von den für den Wiederaufbau benötigten 131 Millionen Euro mehr als 70 Millionen Euro Spenden gesammelt und sieben Millionen Euro selbst gespendet.

Keine Zukunft ohne Vergangenheit

Ein weiteres herausragendes Projekt des Corporate Citizen Dresdner Bank ist der Victor-Klemperer-Jugendwettbewerb, der einen Beitrag zur Sicherung eines friedlichen Miteinanders durch Aufklärung, Toleranz und Völkerverständigung leisten will. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Geschichte der Bank in der Zeit des Nationalsozialismus und als Antwort auf extremistische Ausschreitungen und Gewalttaten in Deutschland haben wir zusammen mit anderen im Jahr 2000 diesen Jugendwettbewerb ins Leben gerufen, an dem sich inzwischen bereits über 90 000 Jugendliche in Deutschland mit Projekten beteiligt haben.

Die Bank engagiert sich hier auch deshalb so stark, weil im Unternehmen die konstruktive Zusammenarbeit über alle Schranken von Rassen, Religionen und kulturellen Eigenheiten hinweg längst alltägliche Praxis ist und die Mitarbeiter davon überzeugt sind, dass gelebte Werte wie Toleranz, Demokratie und Weltoffenheit unverzichtbar sind: Sie tragen ganz wesentlich zur Zukunftsfähigkeit einer Gesellschaft bei.

So ist der Victor-Klemperer-Jugendwettbewerb ein gutes Beispiel dafür, worum es der Dresdner Bank bei ihrem gesellschaftlichen Engagement geht und warum auch in Zukunft in den unterschiedlichsten Bereichen deutliche Akzente gesetzt und kräftige Impulse gegeben werden sollen.

Fragen und Infos:
corporate.affairs@dresdner-bank.com