

Soziale Nachhaltigkeit zahlt sich aus

Jedes Unternehmen trägt Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und Kunden. Diese Verantwortung wirkungsvoll nach aussen zu tragen, verbindet wirtschaftliches und soziales Handeln und schafft damit einen nachhaltigen Mehrwert für das Unternehmen.

VON MARKUS SIEGFRIED*

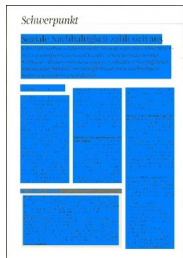
Eine Partnerschaft, die über ein übliches Charity-Engagement hinaus geht, bietet auch einem KMU langfristige Erfolge. Einmalige, spontan entschiedene Spenden sind zwar wertvoll und helfen, die Projektarbeit eines Hilfswerkes zu unterstützen. Doch eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe bietet mehr. Denn: Eine vertraglich vereinbarte, im besten Fall langjährige Partnerschaft wird von aussen wie von innen viel stärker wahrgenommen. Dies umso mehr, wenn sie als Teil einer Geschäftsleitungs-Strategie aufgenommen und aktiv gegenüber den Stakeholdern kommuniziert wird. Die reine Charity wird abgelöst von einer Partnerschaft mit Mehrwert. Mit einem spannenden Projekt, emotionalen Inhalten und einem ganzheitlichen Ansatz erzielen beide Partner multiplikatorische und mediale Aufmerksamkeit.

Jedes Unternehmen hat ganz individuelle Bedürfnisse, sich zu engagieren und das wird auch berücksichtigt. Je langfristiger eine Partnerschaft angestrebt wird, desto eher können die gemeinsamen Werte, Bedürfnisse und Aktionen in eine für beide Organisationen passende Planung einbezogen werden. Schon ab dem zweiten Jahr können Erfahrungswerte für die wei-

tere Zusammenarbeit miteinbezogen werden. Das soziale Engagement wird Bestandteil einer gelebten Unternehmenskultur.

Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Unternehmen. Die Stiftung SOS-Kinderdorf Schweiz hat grosse Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Firmen, seien es engagierte KMU oder Grossunternehmen wie die SWISS International Air Lines oder Swisscom. Partnerschaftsformen sind verschieden und werden auf individuelle Bedürfnisse zugeschnitten. Der Firmenpartner evaluiert gemeinsam mit SOS-Kinderdorf, zu welchem Geschäftszweig die geplante Spendenaktion passt. Ob Mitarbeitenden-Engagement, Spende pro verkauftes Produkt oder philanthropische Spende – wichtig ist immer, dass vom Unternehmen zum SOS-Kinderdorf-Projekt eine Brücke geschlagen wird, die das Engagement unterstreicht und aufwertet.

Klassische Unterstützungsmöglichkeiten. Neben den klassischen Spendenformen wie dem Aufstellen von Spendenboxen, Spenden statt Weihnachtsgeschenken, Glückwunschkarten oder Tombola-Spenden erarbeitet SOS-Kinderdorf vermehrt digitale Unter-



stützungskonzepte mit den beteiligten Partnerfirmen. Dank der Kommunikation über die sozialen Medien lassen sich in kürzester Zeit emotionale Botschaften für Kunden und Spender zur Verfügung stellen. SOS-Kinderdorf stellt sich bei Anlässen für Referate über die unterstützten Projekte zur Verfügung.

Innovative HR-Massnahmen. Die Förderung und das Engagement von Mitarbeitenden wird immer wichtiger und zunehmend zum Erfolgsfaktor eines Unternehmens. Beispiele von innova-

tiven HR-Massnahmen können wie folgt aussehen:

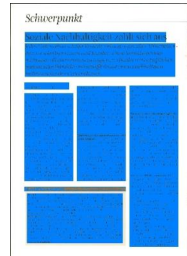
- > Für jedes neu angeworbene Talent (Mitarbeitende) spendet das Unternehmen den Gegenwert eines Ausbildungsplatzes in einem Entwicklungsland. Dieses Engagement verbindet HR und Corporate Social Responsibility.
- > Mitarbeiterpatenschaft für neue Mitarbeitende, offeriert durch die Firma bei Eintritt ins Unternehmen.
- > Freiwilliges Lohnprozent des Kaders und des Verwaltungsrates zugunsten eines SOS-Kinderdorf-Projektes.

70 JAHRE SOS-KINDERDORF

Die Stiftung SOS-Kinderdorf arbeitet mit verschiedenen Partnern zusammen, um Familien bei der Betreuung ihrer Kinder zu unterstützen oder eine alternative Betreuung in einer liebevollen familiären Umgebung anzubieten. SOS-Kinderdorf feiert in diesem Jahr das 70-Jahr-Jubiläum. Die Organisation ist heute in 135 Ländern aktiv. In jedem dieser Länder wird SOS-Kinderdorf lokal geführt, ist verwurzelt, aber dennoch global vernetzt. Keine andere Organisation teilt diesen einzigartigen Fokus, direkt mit Kindern und Jugendlichen zu arbeiten, die die elterliche Betreuung verloren haben oder Gefahr laufen, sie zu verlieren.

Die Erfahrung zeigt, dass der Markenwert von SOS-Kinderdorf neben der Zewo-Zertifizierung in der Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen wichtig ist. Die weltweite Anerkennung der SOS-Kinderdorf-Projekte stellt eine solide Basis für die Zusammenarbeit dar. Als unabhängige und überkonfessionelle Organisation setzt sich SOS-Kinderdorf nicht nur für die Rechte von Kindern in Not ein, sondern unterstützt mit den präventiven Familienstärkungsprogrammen ganze Gemeinden. Dank einem liebevollen Zuhause, einem individuellen Entwicklungsplan und Bildungsmöglichkeiten für Kinder wie für Erwachsene bereitet die Stiftung Kinder und Jugendliche auf ihre Zukunft vor – eine Herausforderung, die jedes Unternehmen mit Auszubildenden selber kennt.

www.sos-kinderdorf.ch



SOS-Kinderdorf bietet langfristig praktische Unterstützung an, damit Kinder und Jugendliche beständige Beziehungen aufbauen und die künftigen Herausforderungen des Lebens meistern können.

Weitere Beispiele von KMU. Mit dem Ziel, notleidenden Kindern zu helfen, entwickelte Hermann Bühlmann, CEO der Format 12 AG, mit seinem Team die Idee zu einer Plakat-Hilfsaktion. Jede Firma, die Ende 2018 eine Werbefläche buchte, war während vier Wochen an attraktiven Standorten auf den Mega-Plakaten mit dem Firmenlogo präsent und unterstützte mit der Buchung gleichzeitig die Projekte von SOS-Kinderdorf.

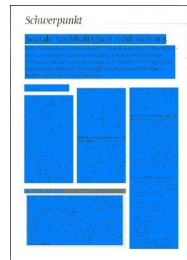
Anfang März 2019 erhielten die unterstützenden Firmen und neue Partner eine Einladung zu einem exklusiven Unternehmer-Apéro mit inspirierenden Input-Vorträgen und der Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen. Ein Referat und ein Kurzfilm gewährten Einblicke in die Projekte von SOS-Kinderdorf. Radiomoderator Marc Jäggi (Radio Z) moderierte den Anlass und stellte Fragen. Aufgrund des positiven

Echos werden die Spendenaktion und der Unternehmeranlass jährlich wiederholt.

Das Unternehmen Menu and More AG wiederum hat sich seit dem Jubiläumsjahr 2014 für eine mehrjährige Partnerschaft mit verschiedenen Kommunikationsmassnahmen entschieden und beweist damit, dass auch für KMU die reine Spende nicht der einzige Weg ist, sich zu engagieren.

Schülerinnen und Schüler der Sportschule Rapperswil-Jona schliesslich hatten sich mit Schülerinnen und Schülern eines SOS-Kinderdorfs in Indien virtuell zum Mittagessen verabredet. Ein bleibendes Erlebnis für alle Beteiligten über geografische Grenzen hinweg.

Multiplikatoreffekt. Der branchenübergreifende unabhängige Kaderverband SKO (Schweizer Kaderorganisation) bietet ein aktives, nationales und



regionales Kontakt- und Beziehungsnetz, vertritt die wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Interessen der Führungskräfte in der Schweiz und empfiehlt seinen Mitgliedern, sich als Unternehmenspartner für SOS-Kinderdorf einzusetzen.



MARKUS SIEGFRIED

ist verantwortlich für Unternehmenspartnerschaften mit Schwerpunkt KMU bei der Stiftung SOS-Kinderdorf Schweiz.

[www.sos-kinderdorf.ch/
unternehmen](http://www.sos-kinderdorf.ch/unternehmen)