Zeitschrift: Zeitschrift für Sozialhilfe : ZESO

Herausgeber: Schweizerische Konferenz für Sozialhilfe SKOS

Band: 94 (1997)

Heft: 6

Artikel: Wie sozial soll ein Unternehmen sein? : Studie untersucht freiwilliges internes Sozialengagement

Autor: Martin, Gerlind

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-840394

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Wie sozial soll ein Unternehmen sein?

Studie untersucht freiwilliges internes Sozialengagement

Noch verhalten sich mittlere und grosse Schweizer Unternehmen und Staatsverwaltungen sozial: Dies zeigt eine Studie, welche das freiwillige interne Sozialengagement verschiedener Firmen unter die Lupe nimmt. In Zukunft müssen die Kader selber allerdings die soziokulturellen Probleme der Angestellten bewusst wahrnehmen. Firmen sollen gemeinsam und zusammen mit externen sozialen Organisationen und Fachleuten Lösungen suchen – Investitionen, die sich auch auf dem Markt positiv auswirken werden. Das empfiehlt Dieter Pfister, Autor der von der Fondation Renaissance veranlassten Studie. Wirtschaftliches Handeln verursacht soziokulturelle Schäden, doch mit Prävention können die Leiden der ArbeitnehmerInnen verringert und teilweise verhindert werden, hält der Autor fest.

Welche Rolle spielen Unternehmen und Staatsverwaltungen bei der Entstehung und Bewältigung sozialer Probleme? Gibt es Möglichkeiten, diese Probleme gemeinsam zu lösen? Diese Fragen untersuchte Dieter Pfister im letzten Jahr bei elf grossen und mittleren Unternehmen in der Schweiz.[1] In seiner nicht repräsentativen Studie kommt Pfister zum Schluss: Es wird nach wie vor viel getan beim freiwilligen internen Sozialengagement. «Die diesbezüglichen Aufwendungen in der Schweiz bewegen sich wohl jährlich auf dreistelliger Millionenhöhe», hält Pfister fest. Dass er eine derart grobe Schätzung versucht, hängt mit einer Besonderheit im ökonomischen Verhalten der Unternehmen zusammen: Zahlen sind laut Pfister weitgehend unbekannt, sie würden oft gar nicht berechnet. Dafür nennt er mehrere Gründe: Einmal ist da die Angst, ausgewiesene Ausgaben der Sozialkosten könnten im Unternehmen zu Grundsatzdebatten führen und gekürzt werden. Kommt dazu, dass die Unternehmen ihr internes Sozialengagement tabuisieren – und damit gleichzeitig das Vorhandensein sozialer Probleme in ihrem Betrieb. Die Wirtschaft sieht sich laut Pfister nicht als Verursacherin von Sozialproblemen. Dementsprechend wollten Unternehmensführungen solche Probleme oft nicht wahrnehmen. Im Selbstverständnis eines Unternehmens sei «die Blickrichtung immer einseitiger aussenorientiert»; gegenüber der Öffentlichkeit, gegenüber Kundschaft und potentiellen ArbeitnehmerInnen möchten sich die Unternehmen «hochglänzend präsentieren». Dieses Verhalten bezeichnet der Autor als veraltete Vorstellung von Public Relations (PR) mit allerdings weitreichenden Folgen: «Die bewusst gepflegte Intransparenz der Kosten des internen Sozialengagements führte dazu, dass man nicht gezwungen war,

[1] Dieter Pfister: Wie sozial soll ein Unternehmen sein? Internes Sozialengagement von Unternehmen und Staatsverwaltungen in der Schweiz. Basel 1997. 60 Seiten, ca. Fr. 26.– .
In Auftrag gegeben wurde diese Studie von der Fondation Renaissance in Delémont. LeiterInnen des Personalwesens und/oder Sozialdienstes sowie ein Werksarzt folgender Firmen wurden für diese Studie interviewt: ABB Schweiz, Baden, Berner Kantonalbank, Bern, ciba, Basel, Eidg. Personalverwaltung, Bern, Mc Donald's Schweiz, Crissier, Migros Bern, Bern, Omega SA, Biel, Schweiz, Bankverein, Basel, Rieter Holding, Winterthur, von Roll Isola, Breitenbach, Winterthur-Versicherungen, Winterthur.

über die Gründe und Konsequenzen des sich langsam verschlechternden sozialen Klimas nachzudenken.» Statt die Probleme zu lösen, versuchten die Unternehmen, die Symptome zu bekämpfen und merkten nicht, «dass man durch bestimmte Massnahmen wie Frühpensionierungen, Abbau von Nischenarbeitsplätzen etc. neue, teure Probleme schafft und auch seine Glaubwürdigkeit als Unternehmen und Wirtschaftssystem mit der Zeit aufs Spiel setzt». Dieter Pfister plädiert demgegenüber für Offenlegung und bewusstes agieren statt blosses reagieren. «Ziel des freiwilligen Sozialengagements von Unternehmen und Staatsverwaltungen ist es somit, durch Prävention und Lösung soziokultureller Probleme das Ausmass an ‹Beschädigungen› (Leiden) bei Menschen zu vermindern und dadurch die Sozialkosten im monetären und immateriellen Sinne zu senken.» Doch bevor gezeigt wird, wie der Autor sich die Umsetzung dieses Ziels vorstellt, seien im Folgenden zuerst die anfallenden soziokulturellen Probleme, ihre Gründe und die heute praktizierten Lösungen kurz beschrieben.

Schädigungen durch den Arbeitsprozess

«Physische oder psychophysische Schädigungen sind v.a. dadurch gekennzeichnet, dass sie objektiv feststellbar, in den normalen Erholzeiten nicht regenierbar und zumindest behandlungsbedürftig sind...» «Beeinträchtigungen des psychosozialen Wohlbefindens sind häufig weniger gut objektivierbar und bestimmten Arbeitsbedingungen zurechenbar. Beispiele sind etwa: Gefühl von Hetze und Arbeitsdruck als Folge des Lohnsystems, in dem die Leistungsqualität eine grosse Rolle spielt – depressive Verstimmung als Folge sozialer Isolation bei längerdauernder Tätigkeit in der Anlagenüberwachung – Verkürzung der sozialen Perspektiven und Verarmung der Rollenstruktur als Folge langjähriger Schichtarbeit.

Bleiben psychosoziale Beeinträchtigungen über längere Zeit bestehen, ohne dass die Betroffenen in der Lage sind, darauf einzuwirken, so können psychosomatische Schädigungen entstehen.»

E. Ulrich: Arbeitspsychologie, Zürich 1994; zitiert nach D. Pfister: Wie sozial soll ein Unternehmen sein?

Unternehmen verursachen soziokulturelle Schäden

«Im Blick auf Sozialprobleme gilt grundsätzlich, dass Organisationen der Wirtschaft und des Staates Probleme verursachen, verstärken, stabilisieren und/oder lösen können», hält Dieter Pfister als eine der Grundvoraussetzungen seiner Studie fest. Seit den 70er Jahren ist bekannt und akzeptiert, dass die Wirtschaft ökologische Schäden verursacht. Als Verursacherin muss sie für die Kosten aufkommen. Dieser Mechanismus soll ebenso für die Bewältigung soziokultureller Schäden gelten.

Darüber hinaus bewertet Pfister freiwilliges internes Sozialengagement zunehmend als Wettbewerbsvorteil in einem Markt voller sich ähnlicher Produkte. «Soziokulturelles, ethisch begründetes Engagement ist die Basis für die Glaubwürdigkeit unternehmerischen Handelns, beantwortet Sinnfragen, ‹bringt› Orga-

nisationen Identifikationskraft und fördert damit die MitarbeiterInnenzufriedenheit als Grundlage der KundInnenzufriedenheit.» Mit solchen Argumenten lasse sich freiwilliges internes Sozialengagement sinnvoll begründen, findet der Autor und nennt einen weiteren, sozialpolitischen Grund für entsprechende Anstrengungen von Firmenleitungen: Sozialengagement verhindere, dass die Wirtschaft Lücken in der Rahmenordnung zur Aushöhlung des Sozialstaates missbrauche. «Externalisierung der sozialen Kosten bringt zwar einer Betriebswirtschaft kurzfristig Entlastung, ist aber langfristig ein Selbstbetrug.»

Häufigste soziale Probleme

Die Studie liefert Hinweise auf die häufigsten sozialen Probleme, unter denen ArbeitnehmerInnen in mittleren und grossen Unternehmen/Organisationen leiden. Erhoben wurden sie durch Befragungen von ExpertInnen. Sie lassen sich demnach in fünf Bereiche einteilen:

Psychisch: Selbstzweifel und Ängste gefährden das innere Gleichgewicht der Menschen, was die Starken oft motiviert, die Geschwächten hingegen weiter verunsichert.

Symptome: Stress, Nervosität, Aggressivität, Demotivation beispielsweise in Form der inneren Kündigung (oft ab 35jährig) und des Burn out (ab 45).

Interpersonell: Die komplexere und hektischere Zusammenarbeit zwischen allen Hierarchiestufen und Funktionen kann vermehrt Konfliktsituationen verursachen. Bei psychisch geschwächten Menschen führen sie häufig zu interpersonellen Problemen.

Symptome: erhöhte Aggressivität, Ungeduld, offene Konflikte, Mobbing mit negativen Auswirkungen auf Partnerschaft und Erziehungsaufgabe.

Kulturell: Fördert die Unternehmenskultur Effizienz, Geschwindigkeit der Arbeitsabläufe und des sozialen Wandels und fordert sie von den Angestellten verstärkt perfektes Funktionieren (Qualitätsmanagement), dann geraten diejenigen Personen vermehrt unter Druck, die von dieser Unternehmenskultur abweichen: Personen beispielsweise mit Identitätsproblemen, Sprachproblemen, ohne aktualisierte Ausbildung, mit eingeschränkter Lernfähigkeit.

Symptome: Verständnisschwierigkeiten, Langsamkeit, Artikulationsprobleme, Rückzug.

Physisch: Die Studie beschränkt sich auf Krankheiten, welche insbesondere durch die bereits genannten Problembereiche verursacht werden. Suchtprobleme (Alkohol, Drogen, etc.) werden demnach zunehmend wichtiger; bedeutsam ist das Problem der Co-Süchte: Nach Schätzungen haben zwei von drei AlkoholikerInnen drogensüchtige Kinder. Es könne bis zu 15 Jahre dauern, bevor ein Alkoholproblem eines Mitarbeiters/einer Mitarbeiterin für ein Unternehmen akut werde.

Symptome: erhöhter Kurzabsentismus, Alkoholkonsum vor und während der Arbeitszeit.

Materiell: Finanzprobleme nehmen zu, und zwar wegen zu geringer Einkommen (working poors), wegen Steuer- oder Kreditkartenschulden und Schulden als Folgen einer Scheidung.

Symptome: Konsumreduktion, Sparen beim Essen, Schwarzarbeit etc.

Die Gründe für all diese sozialen Probleme von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern liegen laut Studie sowohl ausserhalb als auch innerhalb der Unternehmen/Organisationen. Extern sind

vereinfacht gesagt die wirtschaftlichen Entwicklungen (z.B. Globalisierung) sowie die gesellschaftlichen Veränderungen. Besonders prägend erscheint Dieter Pfister die «gesteigerte Individualisierung» der letzten Jahrzehnte. Er stimmt überein mit dem Soziologen Ulrich Beck, der diesen Prozess ebenfalls beobachtet und beschrieben hat: «‹Individualisierung› meint *erstens* die *Auflösung* und zweitens die *Ablösung* industriegesellschaftlicher Lebensformen durch andre, in denen die Einzelnen ihre Biographie selbst herstellen, inszenieren, zusammenflickschustern müssen. (...) Beides ... erfolgt nicht zufällig, nicht individuell, nicht freiwillig, nicht durch verschiedenartige historische Bedingungen, sondern in eins, und zwar unter den sozialstaatlichen Rahmenbedingungen (...) Schlicht gesagt meint ‹Individualisierung›: den Zerfall industriegesellschaftlicher Selbstverständlichkeiten sowie den Zwang, ohne Selbstverständlichkeit für sich selbst und miteinander neue ‹Selbstverständlichkeiten› zu finden und zu erfinden.»[2] Ein Individuum, das den Anforderungen der Marktwirtschaft gerecht werden und

Selbstverantwortung und Überforderung

«Leidet ein Mitarbeiter unter einer längerfristigen Erkrankung, ist es optimal, mit dem Unternehmen und den Sozialversicherungen Lösungen für eine adäquate Einsetzbarkeit und Weiterbeschäftigung des Betroffenen zu finden. Diese Möglichkeit ist jedoch im Zeitalter des Lean Management nur noch beschränkt möglich. Die Divisionalisierung der Unternehmen mit eigener Autonomie, die schlanke Produktion mit personell immer kleiner werdenden Profit Centers und die verminderte Zusammenarbeit überdivisionler Personalabteilungen verunmöglichen die firmeninterne Versetzung von bedingt einsetzbaren MitarbeiterInnen in Grossbetrieben zunehmend.

Die Schaffung von firmeninternen Strukturen, die die Verantwortung für diese für die Gesellschaft und die betroffenen Individuen wichtige Funktion übernehmen, ist eine gesamtwirtschaftlich sehr kostensparende Massnahme. Neben korrigierenden Massnahmen gilt es, auch präventive Massnahmen zu fördern, um Ausgrenzungen von MitarbeiterInnengruppen (z.B. Suchtkranke, psychisch und körperlich vermindert Leistungsfähige) zu verhindern, und deren Abgleiten in die Arbeitslosigkeit oder die Krankheit abzuwenden. Der Stress am Arbeitsplatz, bedingt durch Mehrleistung von immer weniger Verbleibenden, Existenzangst im globalen und firmeneigenen Umfeld muss thematisiert werden. Die Forderung der Unternehmen nach Eigeninitiative der MitarbeiterInnen und Wahrung der Eigenverantwortung muss durch inner- und ausserbetriebliche Weiterbildungsangebote, Beratungsstellen und Umschulungsmöglichkeiten unterstützt werden.»

Dieter Kissling, Dr. med., Betriebsarzt/Institut für Arbeitsmedizin, Baden[3]

[2] Ulrich Beck: Die Erfindung des Politischen. Zu einer Theorie reflexiver Modernisierung. Frankfurt a.M. 1993. Zitiert nach D. Pfister: Wie sozial soll ein Unternehmen sein?

[3] Dieter Kissling: Selbstverantwortung übernehmen: Aber wie behandeln wir die Überforderten? Schriftlich abgegebene Zusammenfassung des Referats, gehalten am 22. April 1997 in Bern an der Tagung «Wie sozial soll ein Unternehmen sein?».

seinen Status halten will, gerät heute unter grossen Druck. Diese Personen müssen gleichzeitig ihre soziale Kompetenz erhöhen, ihre Verantwortung in den primären Netzen (Familien, FreundInnen usw.) vermehrt wahrnehmen, im Unternehmen mehr leisten, ohne dafür mehr zu erhalten, und gleichviel konsumieren wie früher. «Dadurch geraten heute viele Individuen in eine Zerreissprobe», hält Pfister fest. Seiner Ansicht nach kommen wichtige Elemente im Leben der meisten heutigen ArbeitnehmerInnen zu kurz, als da wären: Lebensplanung, bewusste Regeneration der Kräfte, Weiterbildung über das Normalmass hinaus, Erhaltung der Kreativität, haushälterischer Umgang mit Zeit und Kräften.

Es versteht sich von selbst, dass die Unternehmen auf wirtschaftlichen Druck von aussen reagieren und ihn an die ArbeitnehmerInnen weitergeben. Stichworte dazu sind etwa Lean- und Prozessmanagement. Dazu kommt neuer Druck von Seiten der KundInnen, die heute wieder KönigInnen sind: Die Unternehmen reagieren mit erhöhter Kundenorientierung und verlangen von ihren MitarbeiterInnen verbesserte Dienstleistungsqualität. Die internen Gründe für Sozialprobleme sind also zum Teil direkte Folgen der Entwicklungen ausserhalb eines Unternehmens.

Prävention in Unternehmen

Bereits heute kennt das freiwillige interne Sozialengagement der Unternehmen verschiedene Angebote zur Lösung von Problemen. Die vom Autor der Studie dazu befragten Fachleute gliedern diese in drei Arten von Prävention:

Die *primäre Prävention* hat die Sensibilisierung für mögliche Probleme zum Ziel und soll deren Entstehung verhindern. Bei den untersuchten Firmen reichen die Beispiele von Lehrlingslagern, in denen Lebensfragen diskutiert werden, über Vorgesetztenbeurteilung durch MitarbeiterInnen bis zur Suchtprävention und Gesundheitsförderung für Führungskräfte und Personalverantwortliche.

Die *sekundäre Prävention* soll auf negative Entwicklungen (z.B. Unzufriedenheit) reagieren, Probleme lösen und verhindern, dass sie akut werden. Als einziges Beispiel nennt die Studie dafür das Projekt KLM (Keine Lehre möglich): Eine Firma schult jährlich 200 Lehrlinge, die aus soziokulturellen Gründen keine normale Lehre absolvieren können.

Gelingt die Lösung eines Problems nicht (die Person beginnt z.B. unter Depressionen zu leiden), wird mit einer *Intervention* – laut Pfister meist in der Bedeutung von Symptombekämpfung – reagiert: Gefragt ist rasche Stabilisierung. In den befragten Firmen wird interveniert mit: zuhören, Coaching, Unterstützung in persönlichen Fragen.

Die *tertiäre Prävention* soll Folgeschäden (z.B. Isolation) bekämpfen und verhindern. Beispiele aus der Studie: Über 60jährige BeraterInnen, ehemalige Führungspersönlichkeiten, arbeiten in den Bereichen temporäres Management, Coaching, Projektleitung nach individueller Einsatzintensität, damit ihr Wissen weiterhin genutzt werden kann; das Projekt «integra» bietet ehemals Drogenabhängigen die Möglichkeit zum Wiedereinstieg in die Arbeitswelt («integra» wird mitgetragen vom kirchlichen Amt für Drogenfragen, Kanton Bern); Ni-

schenarbeitsplätze für Strafgefangene: ihre Löhne werden aus einem zentralen Fonds des Unternehmens bezahlt.

In jedem der erwähnten Präventionsbereiche machen auch externe Organisationen und Projekte Angebote. In der Studie werden zur *primären Prävention* u.a. erwähnt: Kurse der Volkshochschulen, Migros Klubschulen und von sozialen Organisationen zu Persönlichkeitsentwicklung, Lebensplanung, Ernährungsfragen etc. oder das Projekt Seiten Wechsel der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft, Zürich: MitarbeiterInnen arbeiten innerhalb der firmeneigenen Weiterbildung ein bis zwei Wochen lang in sozialen Organisationen und Institutionen (Alters- und Drogenheimen, Gefängnissen etc.). Sie erhalten dadurch Einblicke in soziale Problemlagen und können ihre soziale Kompetenz und Verantwortung schulen. Zur *sekundären Prävention* gehören beispielsweise die Pensionierungsvorbereitungskurse der Pro Senectute sowie Kurse verschiedener Anbieter zu Konfliktbewältigung. Externe *Interventions*-Angebote sind beispielsweise Alkoholentziehungskuren.

Wert des primären Netzes

Dieter Pfister stellt nach seiner Befragung von Verantwortlichen der elf Firmen und von ExpertInnen unter anderem fest, die meisten der genannten Präventions- und Interventionsangebote seien reaktiv und passiv. Oft sei für das Engagement der Firma das persönliche Engagement der Betroffenen Voraussetzung. Er sieht seine eigene, bereits in einer früheren Publikation aufgestellte These bestätigt, wonach die Prävention «noch nicht die ihr angemessene Rolle» spiele. Viel erreicht wäre seiner Ansicht nach bereits mit einer Umlagerung: Die Massnahmen zur Symptombekämpfung sollten zu Gunsten der Prävention reduziert werden. Das Unternehmen soll seine MitarbeiterInnen darüber aufklären, inwieweit die Arbeitswelt ihre Gesundheit gefährdet und sich negativ auswirken kann auf die soziokulturellen Aspekte ihres Lebens. Dazu gehört etwa, dass MitarbeiterInnen häufig die Pflege ihres primären sozialen Netzes vernachlässigen. «Mehr Zeit und Geld» müssen ArbeitnehmerInnen laut Pfister investieren in ihre primären Netze (Partnerschaft, Familie, Freundes- und Bekanntenkreis) in die «physische, psychische und kulturelle Substanzerweiterung oder -erhaltung». Ausserdem verlangt er «mehr Geist» für die Lebensplanung und die Beantwortung von Sinnfragen. Er plädiert dafür, dass sich die «noch nicht stark geschädigten Betroffenen» finanziell an gewissen Präventionsmassnahmen beteiligen, und zwar «im Sinne der wieder auszubauenden Selbstverantwortung». «Im gleichen Sinne, wie man den Körper durch Sport trainiert und sich dazu viel Zeit nimmt, müsste die Beschäftigung mit den soziokulturellen Themen (Lebensplanung, Sinnfragen, Pflege der zwischenmenschlichen Beziehungen etc.) erhöhte Prioriät erhalten.» Die Rolle der Unternehmen besteht laut Pfister unter anderem darin, diese soziokulturellen Themen «auf die Agenda zu setzen», das heisst, die MitarbeiterInnen rechtzeitig zu entsprechenden Aktivitäten zu animieren. «Die Firmenleitung müsste sich bewusst bleiben, dass Führen zwar Fördern und Fordern, nicht aber dauerhaftes Überfordern bedeutet», mahnt der Autor. Betont er auch die Verantwortung der ArbeitnehmerInnen für ihre Lebensplanung, so bleibt für ihn doch gleichzeitig die Stützung

der Menschen wichtig, die nicht über die gleichen Möglichkeiten verfügen wie die «Problemlosen», die Starken: «Bei den Geschwächten und Randgruppen ist Integration weiterhin als oberstes Ziel anzustreben. Hier muss der Lean-Management-Ansatz durch eine soziale Komponente ergänzt werden. In der Schweiz gibt es nämlich viel zu wenig Nischenarbeitsplätze.»

Mit «Social Marketing» zur Trendwende

Zum Abschluss seiner Untersuchung skizziert der Autor Zukunftsperspektiven mit dem Ziel, den «weiteren Anstieg von unternehmensrelevanten soziokulturellen Problemen zu verhindern». Dieter Pfister geht davon aus, dass ein generelles Umdenken notwendig ist und stellt in diesem Zusammenhang das Konzept des «Social Marketing» vor, «eine Strategie zur Veränderung von Verhaltensweisen». Um sozialen Wandel herbeizuführen, braucht es nach diesem Konzept «genügend Leidensdruck, Übereinstimmung bei der Lagebeurteilung und klare Vorstellungen von den relevanten Marktsegmenten und Zielgruppen sowie MittlerInnen und Methoden des Wandels». Zum Beispiel können KäuferInnen Druck auf Unternehmen ausüben, indem diese nämlich das soziokulturelle Engagement von Unternehmen und Organisationen als Bewertungskriterium für den Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung ebenso berücksichtigen wie den Preis oder die Art und Weise der Herstellung (ökologische Kriterien). «Neben Akteuren wie ‹Greenpeace› bräuchte es also noch solche für ‹Socialpeace›», meint der Autor. Eine Organisation somit, die durch gezielte, themen- und firmenbezogene Aktionen zum Umdenken auffordert und bis zum Konsumboykott gehen könnte. Wichtige AkteurInnen im «Social Marketing» sind die «MittlerInnen» des Wandels, unter ihnen beispielsweise Geschäftsleitung und Kader: «Soziokulturelle Aufgaben müssen künftig aus dem ‹Ghetto› der Personal- und Sozialdienste, der WerksärztInnen und PsychologInnen herausgenommen und auf die oberste Führungsebene gebracht werden», fordert der Autor – unter anderem mit der Begründung, dass bei jeder Überzeugungsarbeit zunächst die ÜberzeugerInnen überzeugt sein müssten. Entsprechend differenziert sollten diese angesprochen werden. «Bei allen Zielgruppen ist jedoch Einigkeit darüber zu erreichen, dass das Unternehmen als Verursacher von soziokulturellen Schäden gerade gegenüber einem schlanker werdenden Staat seine soziale Verantwortung bewusster übernehmen muss und als Führungsaufgabe sozialen Wandel mitgestalten soll.»

Ein Markstein auf dem Weg zu einem generellen Umdenken bei sozialen Organisationen, Unternehmen und Staatsverwaltungen wäre nach Meinung des Autors ferner, wenn diese die Trennung in Profit- und Non-Profit-Bereiche überwinden würden und gemeinsam Angebote entwickeln und professionell vermarkten würden. Skeptisch beurteilt er in diesem Zusammenhang das «New Public Management», das den Staat als Unternehmen definiert und mit wirtschaftlichen Managementideen führen will. Einerseits müssten die sozialen Organisationen und Hilfswerke nun nach dem Vorbild der Wirtschaft «ihre Zielgruppen und Angebote immer genauer definieren, ihr Marketing und ihre Verkaufsanstrengungen immer mehr aus-

bauen». Das wäre an sich problemlos, meint der Autor, «wenn sie dadurch nicht – viel klarer als bisher – das Verursacherprinzip beachten müssten und sich in gewissen Fällen nicht mehr engagieren dürfen, weil sie in der neuen Marktlogik dafür nicht bezahlt werden». Dieser Vorgang bewirke andererseits und gleichzeitig, dass die Unternehmen soziale Aufgaben und Probleme nicht mehr beliebig externalisieren und dem Staat überbinden könnten mit der Begründung, genau dafür würden sie ja Steuern bezahlen. «Der Tag der Wahrheit kommt also – ähnlich wie beim Thema ‹Ökologie› – auch hier auf die Unternehmen zu, wenn der Staat seinerseits zu externalisieren beginnt – er nennt das reprivatisieren!» Prävention ist hier geradezu das Zauberwort: Wie Dieter Pfister in seiner Untersuchung belegt, lässt sich durch gelungene Prävention nämlich Geld sparen. Wichtig für den Autor ist in diesem Zusammenhang, dass soziale Organisationen die firmeninternen Märkte und den Markt der Unternehmenskulturen besser kennenlernen und mit gezielten Angeboten bedienen. Denn soziale Organisationen verfügten reichlich über «soziale Kompetenz und das Wissen um die Entstehungsgründe und den Verlauf von negativen Karrieren». Die Empfehlungen des Autors in Sachen Kooperation gehen überraschend weit: Nicht nur sollen Unternehmen bei der Verhinderung und Lösung interner soziokultureller Probleme vermehrt zusammenarbeiten, vor allem in konzeptionellen Fragen – auch eine Zusammenarbeit mit den Kirchen empfiehlt Dieter Pfister den Unternehmen beispielsweise: «Bei Wertfragen zum Beispiel sind die Kirchen gefragt. Es wäre also auch ein Zeichen sozialer Gesamtverantwortung von Firmen, wenn

Sozialkosten

In seiner Studie definiert Dieter Pfister als *Sozialkosten* in einem Unternehmen alle diejenigen Kosten, «welche die strukturellen, kulturellen, strategischen und materiellen Voraussetzungen schaffen, um das soziokulturelle Wohlbefinden der eigenen MitarbeiterInnen zu gewährleisten und soziokulturelle Schäden bei MitarbeiterInnen und ihrem Umfeld zu verhindern oder beheben».

Konkret fallen unter die *freiwilligen Sozialkosten* Ausgaben für Fürsorgemassnahmen, berufliche Aus- und Weiterbildung, kulturelle und sportliche Einrichtungen, Zuschüsse zum Fahrgeld, Trennungsentschädigungen, Outplacement, Umzugsvergütungen, Jubiläumsgeschenke, hygienische Einrichtungen, etc.

In einem Unternehmen, das versucht, interne soziokulturelle Probleme zu verhindern oder zu lösen fallen Sozialkosten in den Bereichen Prävention und Intervention an. *Präventionskosten* sind beispielsweise: Zeitaufwand der Linienverantwortlichen für z.B. Sitzungen, MitarbeiterInnengespräche; Kosten des Sozial- und des Personaldienstes; Aus- und Weiterbildung für sozialrelevante Themen; Nischenarbeitsplätze; soziales Engagement der MitarbeiterInnen während der Arbeitszeit für interne Projekte/Institutionen; Beratungskosten/Coaching durch externe SpezialistInnen.

Interventionskosten sind beispielsweise: Sozialleistungen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus, Suchtentzugsprogramme, Kosten des Absentismus aus psychosomatischen Gründen.

sie den Dialog mit den Kirchen suchen würden, diese aufforderten, wichtige Botschaften wie die Bedeutung der primären Netze, der Solidarität etc. verstärkt zu thematisieren.» Dabei kann es dem Autor nicht um billige Harmonisierungen gehen, hält er an anderer Stelle doch mit Bezug auf soziale Organisationen fest: «Eine wichtige Aufgabe wäre es auch, mit klareren Worten als bisher auf soziale Missstände in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik aufmerksam zu machen. Das braucht Mut, kostet vielleicht einige Spendenfranken von verärgerten Unternehmern und Einzelpersonen.»

Gerlind Martin

Neu: Versicherungsschutz bei Tod und Invalidität für Erwerbslose

Beitragssatz wird regelmässig überprüft

Das revidierte Arbeitslosengesetz sieht in der 2. Säule einen minimalen Versicherungsschutz (bei Tod und Invalidität) für Arbeitslose vor. Die entsprechende neue Verordnung des Bundesrates tritt am 1. Juli in Kraft.

Arbeitslosenkasse und Arbeitslose tragen den Beitrag dieser neuen Versicherung für Erwerbslose je zur Hälfte. Der Bundesrat legte den Beitragssatz auf 5,28 Prozent des koordinierten Tageslohnes[1] fest, je 2,64 Prozent also für Erwerbslose und Kasse. Gemessen am effektiven Arbeitslosentaggeld entspricht dieser Anteil einem Beitragssatz von zwischen 0,3 und 1,76 Prozent, abhängig von der Höhe des Taggeldes. Bei den Berechnungen konnte nicht vollumfänglich auf statistische Erfahrungswerte abgestellt werden, da die Versicherung neu ist. Die Auffangeinrichtung BVG muss dem BIGA mindestens jährlich darüber Bericht erstatten, ob der Beitragssatz den effektiven Kosten der Versicherung entspricht. Sie kann dem BIGA zuhanden des Bundesrates Antrag auf Anpassung stellen.

Diese separate Verordnung innerhalb des Bundesgesetzes über die berufliche Alters-, Hinterlassenen- und Invalidenvorsorge (BVG) ist eine Folge des revidierten Arbeitslosengesetzes. Diese Risikoabdeckung durch die 2. Säule besteht für Erwerbslose so lange, als sie gegenüber der Arbeitslosenkasse anspruchsberechtigt sind. Die Verordnung bestimmt neben dem zu versichernden Personenkreis die Grundlagen für die über das BVG zu versichernden Leistungen (Berücksichtigung von Arbeitslosentaggeld, Zwischenverdiensten, Einkünften aus Teilzeitbeschäftigung und Beschäftigungsprogrammen).

pd/gem

[1] Koordinierter Tageslohn: Arbeitslosentaggeld abzüglich des auf einen Tag umgerechneten BVG-Koordinationsabzuges.