

Wenn der Bürger mit der Firma Abenteuerspielplätze baut ... - Endlich erschienen: Ein Handbuch über Corporate Citizenship und Bürgergesellschaft

Handbücher neigen dazu, bei ihren Besitzern mehr Nutzwarterwartungen zu wecken, als sie dann tatsächlich halten können. So stehen sie dann vor allem im Regal und stauben vor sich hin. Zugriff auf Wissen zu haben ist ja praktisch - aber ein endloser Definitionswust plus ein Sammelsurium von Tabellen? Das ist dann doch kein echtes Lesevergnügen. Zum Glück gibt es Ausnahmen. Zu denen gehört sicherlich der Band:

Diethelm Damm/Reinhard Lang/UPJ-Bundesinitiative: Handbuch Unternehmenskooperation. Erfahrungen mit Corporate Citizenship in Deutschland, Bonn/Hamburg, 2. Aufl. 2002, Verlag: Stiftung Mitarbeit, Preis: 8,- Euro, ISBN-NR: 3-928053-75-2, 220 S.

Das Nachschlagewerk wendet sich an Jugend- und Sozialarbeiter, an Bürgerinitiativen und Unternehmen gleichermaßen. Es will Wege aufzeigen zu *Win-Win-Konstellationen*, wie das im Managerdeutsch heißt, zu Situationen also, von denen alle profitieren: Kinder und Jugendliche, Organisationen und Unternehmen und nicht zuletzt das Gemeinwesen an sich. Dabei ist es so geschrieben, dass das Lesen Spaß macht, man oft nicht nur die gesuchten Referenzinformationen zur Kenntnis nimmt, sondern zu blättern beginnt, und sich nach und ins Lesen vertieft.

Neben klassischer *'thick description'* von unternehmerischem und bürgerschaftlichem Engagement für das Gemeinwesen finden sich in dem Buch fast einhundert Projektbeschreibungen, die gespickt sind mit Adressen von potenziellen Partnern und Geldgebern - die Palette reicht von Daimler-Chrysler bis hin zu Produzenten schaumweinähnlicher Hervorbringungen. Denn natürlich wissen auch die Autoren, die in der Bundesinitiative *'Unternehmen: Partner der Jugend'* (UPJ) engagiert sind, dass es für gewöhnlich schwieriger ist, Ressourcen zugunsten kranker Kleinkinder lateinamerikanischer Prostituierten im Frankfurter Rotlichtmilieu einzuwerben als Gelder für ein nettes Lehrlingsheim komplett mit Disco und schniekem Multi-Media-Center aufzutreiben. Gesicherte Informationen sind da der beste Weg zum Erfolg.

Doch es ist eine Sache, die Berührungsängste des gemeinen Sozialarbeiters angesichts des listig zu umgarnenden Unternehmens abzubauen. Eine andere Sache ist die Notwendigkeit, zunächst einmal im eigenen Kopf Klarheit darüber zu schaffen, was man selbst von der anderen Seite eigentlich will.

Diesem Problem widmet sich das stellenweise ein bisschen gestelzt daher kommende Kapitel über die zehn unumgänglichen „Arbeitsschritte zur Unternehmenskooperation“. Diese vermitteln nicht nur die üblichen Tipps („Fasse dich kurz!“), sondern verweisen eindringlich auf die Notwendigkeit der brutalstmöglichen Selbstprüfung zwecks Erstellung einer nüchternen und ungeschminkten Analyse des gegenseitigen Nutzens eines Projekts. Wer das für sich selber schafft, dem winken unmittelbare *Synergieeffekte*. Dass inzwischen offenbar „eine Reihe von Jugend- und Sozialarbeitsträgern verduzt zur Kenntnis genommen hat, dass manche Unternehmen zunächst keine Öffentlichkeitsarbeit wünschen“ zeigt, dass auch von der Warte der Sozialarbeiter aus gelegentlich neues Denken gefordert wird.

Abgerufen am: 16.10.2026