

Mehrwert für Mitarbeiter

Vermessungsingenieur Udo Bertels schärft den Blick für Corporate Social Responsibility – und zugleich sein Profil als Arbeitgeber.

Wir sind als Vermessungsingenieure eher auf Zahlen und Zeichnungen fokussiert als auf die weichen Faktoren der Unternehmensstrategie wie CSR“, sagt Udo Bertels. Das hält den Geschäftsführer der Ingenieurbüro Bertels GmbH nicht davon ab, immer wieder über den Monitorrand zu blicken, um Ziele für das soziale Engagement seiner Firma ausfindig zu machen. Das Unternehmen, das in den Bereichen Bauvermessung und Ingenieurvermessung tätig ist und in Münster sowie in Berlin 24 Mitarbeiter beschäftigt, unterstützt beispielsweise „Ärzte ohne Grenzen“ und den „Bunten Kreis Münsterland“, ein Verein, der Familien mit chronisch, schwer kranken sowie früh- und risikogeborenen Kindern betreut.

Erst Akzeptanz schaffen

Jetzt hat Bertels den Plan gefasst, Corporate Social Responsibility innerhalb des eigenen Betriebs noch fester zu verankern. Wohin die Reise gehen soll, legt sein unternehmerisches Credo fest. „Mein Bestreben ist seit jeher, Mitarbeiter fair zu behandeln, um gemeinsam dauerhaft Erfolg zu haben“, versichert er. In einem Ingenieurbüro sei das Team schließlich „die Ressource Nummer eins“. Und vorweisen kann er in dieser Hinsicht als Arbeitgeber schon einiges: flexible Arbeitszeiten, die auf die Anforderungen der Kinderbetreuung abgestimmt sind, Arbeitszeitkonten, ein offener und persönlicher Führungsstil. Doch was Bertels fehlt, ist ein konzeptionelles Raster, in das er Maßnahmen einhängen kann. Um das zu entwickeln, hat er das



Leitbild in Arbeit: Vermessungsingenieur Udo Bertels will Corporate Social Responsibility in seinem Unternehmen fest verankern und so die Arbeitgebermarke stärken.

Foto: Grundmann/IHK

CSR-Kompetenzzentrum Münsterland ins Boot geholt. Bertels kennt seine Grenzen: „Weiche Faktoren lassen sich leider nicht mit den Mitteln der Ingenieurwissenschaft messen.“

Zu den ersten Maßnahmen im Auftaktworkshop gehörte die Gründung eines CSR-Teams aus Mitarbeitern. Es soll Know-how und Botschaften ins Unternehmen tragen und auf diese Weise Akzeptanz für CSR-Maßnahmen schaf-

fen. Im zweiten Schritt analysierten die Mitarbeiter mit ihrem Chef und Mitarbeitern des Kompetenzzentrums systematisch, wo die Hebel am besten anzusetzen sind. Ein wesentlicher Punkt: die Entwicklung eines Leitbildes mit Handlungshinweisen – zum einen, um Philosophie und Werte des Unternehmens transparent darzustellen, zum anderen als Grundlage für die Integration des Themas CSR in den Arbeitsalltag. Im April soll diese Arbeit abgeschlossen sein. Aus dem Leitbild sollen dann Betriebsvereinbarungen abgeleitet werden.

Auch erste Ideen sind im Workshop geschmiedet worden. Geplant ist beispielsweise ein Weiterbildungskalender. Sind bisher die Qualifikationsmaßnahmen von Bertels selbst vorgeschlagen worden, sollen bald Mitarbeiter und Projektteams ihre Wünsche eintragen können. Das Instrument passt sehr gut zu zwei Grundsätzen, die Bertels verfolgt: die Bedürfnisse der Mitarbeiter zu kennen und zu berücksichtigen sowie das Team zu fördern, aber nicht zu überfordern.

Weiterer Effekt des Kalenders: Er kurbelt die Kommunikation an. Und genau an diesem Punkt, das hat die Selbstbewertung im ersten CSR-Workshops gezeigt, kann im Ingenieurbüro noch etwas gefeilt werden. „Wir alle laufen, wie gesagt, manchmal Gefahr, uns in Zahlen zu verlieren“, ist sich Bertels bewusst.

Er will gegensteuern. Diverse Maßnahmen sind bereits beschlossen, darunter fest verankerte Gesprächsrunden, ein Stammtisch für Auszubildende und

regelmäßige Videokonferenzen der Teams in Münster und Berlin. „Es geht dabei auch darum, allen den Blick auf das Ganze zu ermöglichen“, erklärt Bertels. Wie ernst er es damit meint, zeigt ein 3-D-Druckmodell eines Brückenfundaments, das er hat anfertigen lassen, nur um die Leistung eines Projektteams für alle Mitarbeiter sichtbar zu machen.



Serie:

Mittelstand übernimmt Verantwortung

Corporate Social Responsibility (CSR) ist kein Vorrecht großer Konzerne. Wie kleine und mittlere Unternehmen aus Nord-Westfalen gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, zeigt der Wirtschaftsspiegel in einer Artikelserie beispielhaft auf. In der Juli-Ausgabe wurde der CSR-Prozess im Druckhaus Cramer, Dülmen, beschrieben. In dieser Ausgabe: Ingenieurbüro Bertels GmbH, Münster

Arbeitgebermarke stärken

Die Steigerung der Arbeitsplatzqualität und damit die Stärkung von Motivation, Zufriedenheit und Gesundheit der Mitarbeiter sind die primären Ziele der CSR-Maßnahmen, die bei Bertels umgesetzt werden. Dass der Unternehmer zugleich die Arbeitgebermarke fördert und die Chancen im Wettbewerb um Fachkräfte verbessert, ist für ihn ein willkommener Zusatznutzen. „Es muss zwischen gesell-

schäftlich verantwortungsvollem und betriebswirtschaftlichem Handeln auch gar kein Widerspruch bestehen“, kommentiert Dr. Udo Westermann, Leiter des CSR-Kompetenzzentrums. Im Gegenteil: Es gehe vielmehr um die Verbindung eines wertorientierten Handelns mit dem Business Case.

Im Ingenieurbüro Bertels werden zurzeit weitere Ideen entwickelt – auch von

den Mitarbeitern. „Wir stehen noch am Anfang, haben aber schon jetzt erreicht, dass sie das Thema CSR sehr gut aufgenommen haben“, sagt Geschäftsführer Bertels. Spätestens im kommenden Jahr werden weitere Effekte der CSR-Offensive im Ingenieurbüro spürbar sein, ist sich Bertels sicher. „Vielleicht sogar messbar“, fügt er hinzu.

DOMINIK DOPHEIDE

IHK-Magazine

Erneut Reichweitensieger!

TOP 1 von 26 untersuchten Titeln

• IHK-Magazine	44,9%
• Focus	19,6%
• Der Spiegel	18,9%
• Die Zeit	13,8%
• Stern	13,7%
• Manager Magazin	10,8%
• Welt am Sonntag	7,4%

...

Quelle: Ranking Leser pro Ausgabe in NRW lt. Reichweitenstudie „Entscheider im Mittelstand 2018“ KANTAR TNS, i. A. des DIHK u.a.

Entscheider lesen die IHK-Magazine

Wenn Sie vom Reichweitensieger profitieren wollen, sprechen Sie uns an!

Aschendorff Medien GmbH & Co. KG · 48135 Münster
E-Mail: zeitschriften@aschendorff.de

Ihr Vermarkter des IHK Wirtschaftsspiegels und der IHK Kombi West.