

INTERVIEW

„Nachhaltigkeit ist mehr als Glühlampen zu tauschen.“



Für Arno Kunert ist das Thema Nachhaltigkeit auch etwas für NGOs

Arno Kunert ist Rechtsanwalt und Leiter des Programmbereichs Unternehmen beim NWB Verlag in Herne. Er verantwortet ein Produkt des Verlags, das auch für Non-Profit-Organisationen ein nützliches Tool sein könnte – den N-Kompass. Ein Nachhaltigkeitsmanagement-Werkzeug für Unternehmen. Wir sprachen mit ihm über den N-Kompass und über die Kooperation mit der Fundraising Akademie.

NGO-Dialog: Was genau ist denn der N-Kompass?

Arno Kunert: N-Kompass ist eine Nachhaltigkeits-Management-Lösung um sich als Unternehmen oder auch NGO nachhaltig auszurichten. Die Methodik besteht aus drei Basiselementen. Erstens die Analyse, um eine Standortbestimmung zum Thema Nachhaltigkeit vorzunehmen, zweitens Umsetzungshilfen, die dabei unterstützen die Nachhaltigkeit des Unternehmens systematisch zu verbessern, und drittens ist das Thema Reporting. Um das auch deutschlandweit zu verbreiten, haben wir ein Beraternetzwerk aus Experten zum Thema Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeit versammelt, das uns dabei unterstützt und interessierte Unternehmen und NGOs bei den ersten Schritten begleitet.

NGO-Dialog: Sie geben auch Fachliteratur zu dem Thema heraus?

Arno Kunert: Ja, das N-Kompass Magazin und mehr als 80 Fachdossiers zu den wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen. Über 40 Fachautoren schreiben hier bereits für uns und haben sozusagen den

„Informationsunterbau“ für den N-Kompass gebildet. Wir verfügen jetzt über eine große Datenbank zu allen relevanten Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Hier finden Sie praxisnahe Leitfäden, Dossiers und Fallstudien zum Thema. Die aktuelle Ausgabe des Magazins beschäftigt sich übrigens mit dem Thema [Storytelling](#). Über das Magazin kam es auch zum Kontakt zur Akademie, denn der Studienleiter des CSR-Kurses an der Fundraising-Akademie ist auch unser Herausgeber Hugo Pettendrup.

NGO-Dialog: Wie sieht denn die Kooperation mit der Fundraising-Akademie aus?

Arno Kunert: Der Gedanke war: Wenn wir überzeugen und mit dem Thema Nachhaltigkeit begeistern wollen, müssen wir auch mit verschiedenen Veranstaltungsformaten sichtbar werden. Deshalb haben wir Anfang des Jahres die N-Kompass-Akademie gegründet, um zu aktuellen Themen auch Workshops oder Seminare anzubieten. Für uns lag es auf der Hand, dass ein starker Partner wie die Fundraising Akademie, die im Bereich Fortbildung etabliert ist, selbst Nachhaltigkeitsthemen bearbeitet und die nötige Infrastruktur und Erfahrung für die Organisation solcher Weiterbildungsangebote besitzt, der passende Partner für unsere Akademie ist.

NGO-Dialog: Das heißt, das Thema Nachhaltigkeit ist auf den Non-Profit-Sektor ohne Weiteres übertragbar?

Arno Kunert: Absolut! Auch in der CSR-Manager-Ausbildung, die von der Fundraising Akademie angeboten wird, setzt sich die Teilnehmerzahl ja in der Regel zur Hälfte aus Non-Profit und zur Hälfte aus Unternehmen zusammen. Wir merken, dass das Interesse am Thema Nachhaltigkeit insgesamt deutlich zunimmt – nicht zuletzt im Non-Profit-Bereich.

NGO-Dialog: Oft hat man den Eindruck, dass sich Unternehmen mit dem Thema Nachhaltigkeit nur schmücken wollen. Was empfehlen Sie Ihren Kunden?

Arno Kunert: Der N-Kompass basiert darauf, dass Nachhaltigkeit nur funktioniert, wenn man es ganzheitlich betrachtet. Wir erleben es ganz oft, dass Unternehmen auf Veranstaltungen zum Beispiel sagen: „Wir sind schon super unterwegs, wir fördern den lokalen Sportverein und haben ein tolles Mitarbeiterprogramm, das reicht uns.“ Aber der Ansatz von N-Kompass ist, mit wenig Zeitaufwand zu klären, welche Themenfelder die Nachhaltigkeit eigentlich umfasst. Das ist nämlich viel mehr. Wir schauen auf alle drei Dimensionen: Ökonomie, Ökologie und Soziales und gleichzeitig auch, fast schon als vierte Dimension zu nennen, das Nachhaltigkeitsmanagement. Da stehen dann Fragen wie „Wie stark habe ich das Thema schon strategisch im Unternehmen verankert?“ oder „Wie gut habe ich meine Stakeholder und meine Kommunikation mit ihnen eigentlich im Griff?“. Das untersuchen wir zum Einstieg mit einem Online-Fragbogen, den der Nutzer ausfüllen muss, und damit öffnen wir schon vielen die Augen, weil sie dann merken: Oh, Nachhaltigkeit ist ja deutlich mehr als Glühlampen zu tauschen und Mitarbeiter gut zu behandeln.

NGO-Dialog: Reicht denn schon eine Basis-Analyse, wie sie von Ihnen angeboten wird aus, oder braucht man das gesamte Paket? Sie wissen ja, bei Non-Profits ist das Hemd immer etwas kürzer.

Arno Kunert: Die Basis-Analyse ist ja ein Einstieg, sozusagen ein Ausschnitt aus dem großen Fragebogen, der ungefähr 110 Fragen enthält. Die Basis-Analyse beinhaltet etwa 30 Fragen zu allen zehn Handlungsfeldern in den genannten vier Dimensionen, und man bekommt so zumindest einen groben Überblick, in welchen Feldern man sich überhaupt bewegt und wie wichtig diese Felder für das Unternehmen oder den Verein sind. Ich empfehle sicherlich dann den zweiten Schritt, um den Gesamtblick zu schärfen und konkretere Handlungsanleitungen zu erhalten. Aber die Basisanalyse ist kostenlos und unverbindlich. Danach kann man sich immer noch in einem Webinar weiter orientieren, was der N-Kompass für einen leisten kann.

NGO-Dialog: Haben Sie noch weitere Informationsangebote?

Arno Kunert: Für den Einstieg haben wir auch noch eine Buchreihe konzipiert. Hier kann ich gezielt zu einzelnen Themen, die mich interessieren, Informationen bekommen, etwa zur Lieferkette oder zur nachhaltigen Beschaffung und Nachhaltigkeitskommunikation. Ein schlanker und praktischer Einstieg ins Thema.

NGO-Dialog: Sie haben den Stakeholder-Dialog angesprochen. Ein sehr wichtiges Thema für NGOs im Bereich der Spenderbindung und des Vertrauensaufbaus. Werden Sie da mit der Akademie ein passgenaues Angebot entwickeln?

Arno Kunert: Ja, warum nicht. Da ist vieles denkbar. Noch sind wir aber in den ersten Schritten mit der Fundraising Akademie, haben aber vor, den Non-Profit-Bereich mit einzubeziehen. Das Thema Stakeholder-Management haben wir in verschiedenen Kursen schon dabei. Für NGOs hat das ja zwei Perspektiven, einmal in den Dialog mit den eigenen Stakeholdern zu treten und andererseits für Unternehmen Stakeholder zu sein und auch da einen guten Dialog zu gestalten, von dem beide profitieren. So führt das Thema Nachhaltigkeit beide Märkte zusammen.

(Bild: privat)

Einen Kommentar schreiben