



## BEISPIELHAFT: ASG SOZIAL ENGAGIERT!

Fr, Jun 19, 2009

CSR & Corporate Citizenship

von Antje Kümme

Die ASG AssecuranzServiceGesellschaft mbH & Co. KG besteht seit 12 Jahren als Servicegesellschaft für freie Vertriebe. Zunächst im Umfeld eines großen Versicherers gegründet, kann die ASG in der zwölfjährigen Historie auf viele Erfolge zurückblicken. Die Entwicklung des Unternehmens ist konstant positiv.

Doch anstatt sich auf den Lorbeeren auszuruhen, engagieren sich Geschäftsleitung und Mitarbeiter sowie auch einige der Partner für behinderte und chronisch kranke Kinder. Seit 2006 gibt es daher an Stelle von den üblichen Weihnachtspräsenten für die Geschäftspartner, finanzielle Unterstützung für den gemeinnützigen Verein Zwerg Nase e.V. - und weit darüber hinaus.

Das Kinderhaus in Wiesbaden schließt eine Lücke in der notwendigen und qualifizierten Rundumversorgung behinderter und chronisch kranker Kinder. Der Zwerg Nase Verein kümmert sich um die Entlastung der Eltern. Seit Ende 2005 ist das dreistöckige, vom Verein finanzierte Haus in Betrieb. Es erlaubt die tage- oder wochenweise Betreuung behinderter Kinder in direkter Nachbarschaft zur Kinderklinik der Dr.-Horst-Schmidt-Kliniken (HSK) in Wiesbaden. Auch zwölf dauerbeatmete Kinder finden bei Zwerg Nase ihr Zuhause - rundum ein bundesweit einmaliges Projekt.



Mehr und mehr Unternehmen sind sich der Notwendigkeit bewußt, daß sie sowohl intern als auch extern gesellschaftliche Verantwortung übernehmen müssen. Corporate Social Responsibility wird zukünftig ein sehr wichtiges Thema bleiben und damit auch die Attraktivität der Unternehmen in Deutschland maßgeblich beeinflussen. Dem immer noch bestehendem Vorurteil, dass Finanzdienstleistungsunternehmen nicht zu echtem sozialen Engagement bereit wären, sei mit der ASG und dem Zwerg Nase e.V. ein gutes Beispiel von Tatkraft und Willen entgegengesetzt.

Wir sprachen mit Walter Klein, Geschäftsführender Gesellschafter der ASG AssecuranzService GmbH & Co. KG, und Erhard Stahl, Fundraiser und Eventmanager für Zwerg Nase e.V. über ihre Kooperation, die Notwendigkeit von sozialem, nachhaltigen Engagement und das Thema Corporate Social Responsibility.

### Antje Kümme: Aus welchen Beweggründen heraus entstand das soziale Engagement für das Wiesbadener Projekt Zwerg Nase e.V.?



*Walter Klein:* Die ASG war 2006 auf der Suche nach einem Spendenzweck. Thorsten Hass und ich, als Inhaber des Unternehmens, hatten uns entschlossen, auf die üblichen Weihnachtspräsenten für unsere Geschäftsfreunde zu verzichten und das Geld stattdessen einem sozialen Projekt zur Verfügung zu stellen. Wir beauftragten unsere Marketingabteilung nach einem geeigneten Projekt Ausschau zu halten.

### AK: So kamen Sie zu Zwerg Nase e.V.?

*Walter Klein:* Wir haben uns für Zwerg Nase entschieden, weil uns dort ehrenamtlich Aktive persönlich bekannt sind und wir uns sicher sein konnten, dass die Spende auch dort landet, wo sie hin soll. Ohne vorher erst einmal durch Administrationskosten und anderes geschmälert zu werden. Die geografische Nähe hat auch eine Rolle gespielt: wir wollten sehen können, was mit unseren Geld- und Sachspenden passiert.

### AK: Entspricht das Engagement einer Motivation, die auch in anderen Bereichen, beispielsweise Mitarbeiter, gelebt und auch von deren Seite wiedergegeben wird?

*Walter Klein:* Die ursprüngliche Motivation bestand zunächst vor allem darin, die zu investierende Summe einem sinnvolleren Zweck zuzuführen als Geschenken mit kurzer Lebensdauer. Wir haben aber schnell festgestellt, dass viele unserer Mitarbeiter, die ASG-Vertriebspartner und auch die Produktpartner sehr positiv auf unsere Entscheidung reagiert haben.

Anlässlich unseres Firmen-Jubiläums hat ein Produktpartner aus der Versicherungsbranche ebenfalls an Zwerg Nase gespendet. Insofern hat unser Engagement auch Effekte in der Wahrnehmung in unserem direkten Umfeld, was uns natürlich sehr freut.

### AK: Was wird im Detail seitens der ASG für das Zwerg-Nase-Haus getan und in welcher Form besteht die Verbindung?

*Walter Klein:* Wir spenden seit drei Jahren einen festen Betrag zu Weihnachten beziehungsweise zum Jahresbeginn. Diese Spende wird jeweils ergänzt durch die Beträge, die wir mit den Spendendosen, die bei uns prominent im Eingangsbereich stehen, erzielen.

Wir helfen Zwerg Nase auch ein wenig personell, zum Beispiel, wenn es um das Erstellen von Werbematerialien geht. Unsere Mediengestalterin hat über die Jahre das ein oder andere Druckstück gestaltet und unser Marketing unterstützt mit PR-Arbeit.

### AK: Inwieweit engagieren sich die angeschlossenen Vertriebspartner? Kommunizieren Sie Ihr Engagement mit ihnen?

*Walter Klein:* Wir haben einen Vertriebsleiter, der für Zwerg Nase gemeinsam mit seinen Sportkollegen aus dem Fußballverein ein großes Benefiz-Fußball-Turnier auf die Beine gestellt hat. Das geschah völlig eigeninitiativ und hat uns sehr gefreut. Zurückzuführen ist dies auch auf die Kommunikation in die Vertriebsorganisation hinein. Wir berichten über unsere Aktivitäten regelmäßig auf unseren Jahresauftaktveranstaltungen und auch im Online-Newsletter, den alle Vertriebspartner erhalten.

### AK: Worin sehen Sie Notwendigkeiten, dass sich auch Finanz- und Versicherungsunternehmen Unternehmen ihrer sozialen Gesellschaftsverantwortung bewusst sind?

*Walter Klein:* Im Übrigen sollte man sich von dem Vorurteil, dass in der Finanzdienstleistungsbranche kein Interesse an echtem, sozialen Engagement besteht, auch verabschieden. Viele der Vertriebs-Führungskräfte sind in Vereinen aktiv oder spenden regelmäßig an lokale Projekte. Aber all dies Engagement geht eben „leise“ ohne große Werbetrommel und mit einer gewissen Selbstverständlichkeit über die Bühne.

Soziales Engagement in jeder Form muss für Unternehmen ein fester Teil der Unternehmenskultur sein. Allerdings kann dieses Engagement verschiedene Ausprägungen haben, ein Unternehmen unterhält Firmenkinderärten und macht es berufstätigen Frauen somit leicht, ein nächstes macht tolle Nachwuchsarbeit, ein anderes sucht sich ein Projekt, hinter dem man steht und dass man unterstützt.

All dies trägt in der Summe dazu bei soziale Verantwortung in der Gesellschaft zu übernehmen und nachhaltig etwas im eigenen Umfeld zu verändern. Eine Beurteilung anderer Finanz- und Versicherungsunternehmen ist vor diesem Hintergrund also gar nicht möglich, wir wissen ja nicht alles über deren Engagement in unterschiedlichen Bereichen.



### AK: Sehen Sie CSR und Nachhaltigkeit als zukunftsweisende Möglichkeiten, sowohl das eigene Unternehmen zu stärken, als auch generell der Branche innovativen Wind zu geben?

*Walter Klein:* Das kommt vor allem darauf an, was man unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ versteht beziehungsweise verstehen möchte. Assoziiert man damit Werte wie Verlässlichkeit und Dauerhaftigkeit, dann ist dies zwar nicht unbedingt ein frischer „Branchenwind“, jedoch macht man deutlich wofür man bei seinen Mandanten, Vertriebspartnern oder auch dem Wettbewerb steht.

Das Thema Corporate Social Responsibility wird immer wichtiger werden und gerade bei jüngeren Zielgruppen ein Bewertungskriterium, ob ein Unternehmen attraktiv ist oder nicht. Aber CSR ist nicht starr und fest definiert, sondern ist durchaus dynamisch und als Prozess zu verstehen. Impulse hiervon gehen also auf jeden Fall aus.

### AK: Herr Stahl, bitte beschreiben Sie mir den Kontakt zur ASG, den Mitarbeitern und deren Engagement aus Ihrer Sicht!



*Erhard Stahl:* Das Konzept des Zwerg Nase Hauses ist bundesweit bislang einmalig: Sozialpädiatrisches Zentrum, eine ambulante Beratungsstelle, Kurzzeitpflege und Betreuung von zwölf dauerbeatmeten Kindern sind unter einem Dach untergebracht. Bei der ASG fand Zwerg Nase dann recht schnell Gehör und seitdem ist Herr Klein ja auch schon einige Male bei uns im Haus gewesen. Er kennt die Arbeit mit und für die Kinder und ihre Familie, die wir leisten.

Das ASG-Engagement hat viele Anschaffungen unterstützt, beispielsweise einen Notfallkoffer, Betten, den Umbau einer Treppe und den Zwerg Nase Fonds. Aus diesem Fonds wird finanzschwachen Eltern der Aufenthalt ihrer Kinder bezahlt, wenn das Budget der Krankenkasse aufgebraucht ist.

### AK: Was soll in Zukunft folgen?

*Erhard Stahl:* Wir freuen uns sehr über so verlässliche Partner wie ASG, die uns immer wieder unterstützen. Der Erhalt dieser Partnerschaft liegt uns sehr am Herzen. Es ist schön, wenn das Thema dauerbeatmeter Kinder und Kinder mit Behinderung sowie die Entlastung betroffener Familien einmal in den Mittelpunkt gerückt werden. Besondere gemeinsame Pläne gibt es nicht, allein den Wunsch, dass man sich auch weiter dauerhaft verbunden bleibt – das ist heute schon sehr ungewöhnlich und besonders genug. Es lohnt sich immer, sich Zeit zu nehmen und zu entdecken, wie andere unser Leben bereichern und erfüllter gemacht haben. Wir sind dankbar für solche Partner wie ASG, die helfen und beschenken. ASG hat uns sehr wertvolle Hilfe zukommen lassen, die uns in einer nicht immer leichten Zeit Mut macht.



### EINE ANTWORT VERFASSEN

Name (Pflichtfeld)

Mail (wird nicht veröffentlicht) (Pflichtfeld)

Website