



## BT-Wahl 2002: Danach muss vieles besser werden

*Fehlzeiten: Niedrigster Stand seit der Wiedervereinigung  
Gesundheitsreform: Vorschläge aus Bayern*

54. Jahrgang  
G 1347 D

9

# DER ARBEITGEBER

Das BDA-Magazin zur unternehmerischen Sozialpolitik • September 2002

Dieter Hundt

# Entschlossenheit und Mut

Am 22.9. endet ein Sommer, der nur zeitweise einer war, und eine Legislaturperiode, die wenig Hochs und viele Tiefs verzeichnete. Mit einem nüchternen Rückblick, einer klaren Bestandsanalyse der letzten vier Jahre und den daraus folgenden Konsequenzen haben sich die wahlkämpfenden Parteien nur wenig befasst. Zuende geht ein Wahlkampf, der die Prioritäten auf den Kopf stellte: Wo steht Deutschland, wo will es hin und vor allem wie geht es weiter? Fragen, wie wir den Knoten der steigenden Arbeitslosigkeit, der ungebremst ansteigenden Sozialabgaben durchschlagen und wie wir endlich wieder aus dem Stimmungs- und Konsumtief der Arbeitgeber und Arbeitnehmer kommen, blieben unbeantwortet.

Als ob das alles keine Bedeutung hätte, bespiegelte sich dieser Wahlkampf egozentrisch selbst und lud zur permanenten Betriebsbesichtigung der Kampas, der Wahlkampfmobile sowie der Ideenschmieden der politischen Berater und der PR-Verantwortlichen ein. Ganz oben auf der Themen-Skala fanden sich die „Macher und ihre Strategien“, danach diejenigen, für die diese eigentlich arbeiten, die Kandidaten. Erst an dritter Stelle folgte die „Sache“. Wenn Sachthemen einmal zum Zuge kamen, dann als krisen- und sprunghafte Phänomene – von der Auseinandersetzung zwischen Möllemann und Friedmann, über die Vorgänge bei der Telekom, der Hunzinger- bis zur Flugmeilen-Affäre.

Mehr Inhalt versprach der Start der Hartz-Kommission. Es klang verheißungsvoll nach einem Aufbruch für den völlig verfahrenen Arbeitsmarkt in Deutschland und nach Hoffnung für viele Arbeitslose. Letztlich geriet die Arbeit der Kommission aber doch unter die Räder des Wahlkampfes. Die Ergebnisse der Tätigkeit der Hartz-Kommission jedenfalls sind dürftig, die Empfehlungen auf über 340 Seiten ändern nichts Entscheidendes an den grundlegenden Schwächen des deutschen Arbeitsmarktes. Das ist zu wenig, wenn zwei Millionen Arbeitslose neue Jobs finden sollen, und das ist zu wenig angesichts der aktuellen Situation auf dem deutschen Arbeitsmarkt. Mit 4,05 Mio. lag die Zahl der Arbeitslosen im Juli um 250.000 über der desselben Monats im Jahr zuvor. Zur Erinnerung: Die Arbeitslo-

sigkeit auf 3,5 Millionen zu senken, war ein ausdrückliches Kanzlerziel. Doch wie soll ein solches Ziel erreicht werden, wenn der Arbeitsmarkt durch ein Übermaß von Bürokratie erdrückt wird, wenn eine viel zu hohe Steuer- und Abgabenbelastung, vor allem des Mittelstandes und der Arbeitnehmer, die Arbeit so verteuert, dass sich Neueinstellungen nicht lohnen.

Die Sozialversicherungsbeiträge insgesamt unter 40 % abzusenken, heißt das Ziel aller im Bundestag vertretenen Parteien mit Ausnahme der PDS. Eine Wiederholung, denn genau dies hatte sich die rot-grüne Bundesregierung bis zum Ende der Legislaturperiode vorgenommen, und ist damit leider gescheitert. Damit wäre immerhin eine Entlastung von 20 Mrd. Euro pro Jahr für die Arbeitnehmer und Arbeitgeber gegenüber 1998 entstanden. Unübersehbar ist die Lücke, die zwischen Wahlversprechen und Wirklichkeit mit weit über den „offiziellen“ 41,3 % klafft, und die nicht von weltwirtschaftlichen Einflüssen zu verantworten ist, sondern von der Bundesregierung.

Die neue Bundesregierung, wer immer sie bilden wird, muss alle Hemmnisse für mehr Wachstum,

Beschäftigungsdynamik und den Abbau der Arbeitslosigkeit schnellstmöglich beseitigen. Jenseits der Empfehlungen der Hartz-Kommission, die immer noch viel zu sehr auf den starken Staat setzen, müssen wir endlich der überwuchernden Bürokratie und den ausufernden Abgaben Herr werden. Wir müssen dem zubetonierten Arbeitsrecht wieder Luft verschaffen und das marode Bildungssystem auf Vordermann bringen.

Über die Zukunft entscheiden nicht die Versprechen des Wahlkampfes, sondern die Entschlossenheit, der Mut und die Handlungsfähigkeit der Politik sowie ganz besonders die Unterstützung durch die Gesellschaft, die vor allem aus der Akzeptanz der politischen Entscheidungen resultiert. Entschlossenheit und Mut nehmen erfahrungsgemäß im Laufe einer Legislaturperiode ab. Wer nach dem 22.9. regiert, darf sich nicht bange machen lassen, nicht eine Minute zaudern, sondern muss unverzüglich handeln. Nach 100 Tagen werden wir wissen, ob und wie schnell unser Land endlich wieder aus dem Tief in ein Hoch kommt.



**„ Wer nach dem 22.9. regiert, darf sich nicht bange machen lassen, nicht eine Minute zaudern, sondern muss unverzüglich handeln „**

**Der Arbeitgeber** ist das Monatsmagazin der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände zur unternehmerischen Sozialpolitik. ■ Herausgeber und Redaktion fühlen sich der Idee der Sozialen Marktwirtschaft verpflichtet. ■ Unternehmerisches Handeln zu fördern und unternehmerische Positionen publizistisch zu vertreten, sind die wichtigsten Zielsetzungen. ■ **Der Arbeitgeber** will Orientierung zu gesellschaftspolitischen Themen bieten und versteht sich als zukunftsorientiertes Dialogmedium. ■

## Thema des Monats

Egal wer nach der **Bundestwagswahl** am 22. September in Deutschland regiert – die Regierungsparteien werden an umfassenden Reformen nicht vorbeikommen, soll die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes D nicht noch weiter abnehmen. Vor allem auf dem Arbeitsmarkt und in der sozialen Sicherung besteht dringender Handlungsbedarf. Die deutschen Arbeitgeber haben Konzepte entwickelt, wie die Krise zu meistern ist.

Seite 18 bis 28



## MAGAZIN

Die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) hat im Rahmen ihrer Bildungskampagne ein neues Positionspapier veröffentlicht. Es trägt den Titel „Bildungsauftrag **Werteerziehung** – selbstständig denken, verantwortlich handeln“. Eine der Schlußfolgerungen lautet: Die Schule muss ihren Bildungs- und Erziehungsauftrag in jeder Hinsicht besser wahrnehmen als bisher.

Seite 10 bis 12

## LÄNDERREPORT BAYERN

Die Finanzierung der **Gesetzlichen Krankenversicherung** steht schon heute vor einem, wenn nicht gar mitten in einem Kollaps. Die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft hat Vorschläge erarbeitet, die dazu beitragen sollen, das Gesundheitswesen zu modernisieren und auch bezahlbar zu machen. Ein Beitrag von **Randolf Rodenstock**.

Seite 30 bis 53



## EDITORIAL

Arbeitgeberpräsident Dieter Hundt zur Situation vor der Bundestagswahl

## MAGAZIN

Flutkatastrophe:  
BDA und BDI appellieren an Solidarität

Die Entwicklung bei den Arbeitsplätzen

Arbeitsbeziehungen:  
Internationalisierung hat zugenommen

Sponsoring:  
Sport als entscheidendes Kommunikationsumfeld

Rekordschaden durch Insolvenzen

Beschäftigungsranking 2002:  
Deutschland nur auf dem 16. Platz

Werteerziehung:  
Keine Bildung ohne Erziehung

Fehlzeiten:  
Geringster Stand seit der Wiedervereinigung

EU-Konvent:  
„Phase des Zuhörens“ abgeschlossen

## THEMA DES MONATS

### Bundestagswahl

Arbeitsmarkt und Soziale Sicherung:  
Die Aufgaben für die neue Legislaturperiode **18**

Die Rezepte der Parteien **20**

Pflegeversicherung:  
Bereits in wenigen Jahren vor dem Aus **25**

Steuerpolitik:  
Licht und Schatten in den Parteiprogrammen **28**

## LÄNDERREPORT Bayern

GKV:  
„Das Notwendige auch wirklich tun!“ **32**

Bildung:  
Win-Win-Situation zwischen Schule und Wirtschaft **33**

## BRANCHENREPORT FRANCHISING

Roland Koch Schirmherr der Franchise-Messe **35**

Samsonite führt Franchise-Konzept ein **35**

## CORPORATE CITIZENSHIP (TEIL 5)

Henkel KGaA Düsseldorf:  
Mit dem Mikroskop auf's Dach der Welt **36**

## SERVICE

Marketing-Leasing **40**

Arbeitsrechtstagung in Hannover **40**

Existenzgründung auf Staatskosten **40**

Ausbildung zum Technischen Betriebswirt **41**

Ausbildung zum Betriebskaufmann **41**

Bücher **42**

Personallen **44**

Impressum **46**

Termine **46**

DGFP-Nachrichten **47**

## CARTOON **48**

## MODELLE

Fachkräftemangel:  
Keine Schwarzmalerei in der Optik **49**

Henkel KGaA Düsseldorf

## Mit dem Mikroskop auf's Dach der Welt

*„Gemeinschaften können nur funktionieren, wenn alle Gruppen bereit sind, Verantwortung zu übernehmen – Staat, Wirtschaft, aber auch die einzelnen Bürger, in vollem Rollenbewusstsein, ohne Rollenvermischung.“ Davon ist Dr. Ulrich Lehner, Vorsitzender der Geschäftsführung der Henkel-Gruppe, überzeugt. Henkel setzt sich seit seinem mehr als 125-jährigen Bestehen in vielfältiger Weise kulturell, karitativ und sozial, aber auch für die Förderung von Wissenschaft und Sport ein. Eine der damit verbundenen Zielstellungen besteht nach Ansicht des Henkel-Chefs darin, das weltweite gesellschaftliche Engagement der Henkel-Mitarbeiter auch für andere Unternehmen als eine Ermutigung zu ähnlichem Handeln zu verstehen.*

Susanne Lücker ist mit Urlaubsvorbereitungen beschäftigt. Der Inhalt ihrer Koffer allerdings unterscheidet sich prinzipiell vom Gepäck anderer Urlauber. Wo sonst Badehose und Sonnencreme Platz finden, hat die Düsseldorferin Desinfektionsmittel, Verbandzeug, Magensonden, aber auch Bettwäsche, Handtücher, Shampoo, Duschgel, Zahncreme und Zahnbürsten, außerdem Kinderkleidung und Spielzeug eingepackt – insgesamt fast eine Tonne. Zuoberst liegt ein großes, sehr wertvolles Mikroskop. Auch ihr Reiseziel ist ungewöhnlich. Sie fliegt nach Kathmandu, der Hauptstadt Nepals.

Susanne Lücker, seit 1989 als Medizinisch-Technische Assistentin in der Forschungsabteilung von Henkel Düsseldorf beschäftigt, reist schon seit 13 Jahren gemeinsam mit ihrer Freundin, einer Kinderärztin aus Amsterdam, durch verschiedene Länder der Dritten Welt. Abseits touristisch ausgetretener



*Susanne Lücker ist eine von vielen Henkel-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern, die sich ehrenamtlich im Jubiläumsjahr 2001 bei Kinderprojekten in aller Welt engagieren*

Pfade betreut sie während der landauf, landab so genannten schönsten Wochen des Jahres die verschiedensten Sozialprojekte. Bereits zweimal war sie auf dem Dach der Welt und lernte in der nepalesischen Hauptstadt Kathmandu das Kanti Children's Hospital kennen.

Sie fand geradezu unbeschreibliche Zustände vor. Das einzige Kinderkrankenhaus des Landes kann maximal 170 von insgesamt mehr als 10 Millionen Kindern in Nepal helfen. Hunger, unzureichende Hygiene und mangelnde medizinische Versorgung fordern ihren

Tribut vor allem unter den Jüngsten: 118 von 1.000 Kindern im Himalaja-Staat sterben, bevor sie ihr fünftes Lebensjahr erreichen. Durchfallerkrankungen und Infektionskrankheiten aller Art enden hier, wo Medikamente meist unerschwinglich sind, sehr oft tödlich.

Im Kanti Children's Hospital werden jährlich etwa 60.000 Kinder ambulant, rund 21.000 als Notfallpatienten und 5.700 stationär von etwa 50 Ärzten versorgt, so gut es eben geht. Besonders bei den Kindern kommt es häufig zu schweren Verbrennungen. Die Ursache

## Hohe Ehrung für Henkel-Pensionärin

Die Henkel-Pensionärin *Elisabeth Nellen* engagiert sich seit vielen Jahren in der Aids-Hilfe und leitet den von ihr gegründeten Verein A.I.D.S. (Alle im Dienst solidarisch). Am 8. Juli 2002 wurde sie dafür mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. Die Unterstützung der Kinderinfektionsstation in der Schlossmann-Klinik, dem Zentrum für Kinderheilkunde der Düsseldorfer Universitätskliniken, ist ein Schwerpunkt der Vereinsarbeit. Der Verein finanziert bereits zum zweiten Mal die für den Stationsbetrieb notwendige Stelle eines Arztes im Praktikum (AIP), weil die öffentliche Hand, die Kommune, dazu nicht in der Lage ist. Henkel fördert die Aktivitäten seit Jahren mit großzügigen Spenden. Im vergangenen Jahr trug das Unternehmen mit rund 12.500 Euro dazu bei, das Gehalt für die AIP-Stelle in der Kinderinfektionsstation aufzubringen.

liegt im weit verbreiteten Gebrauch von Kerosinkochern oder offenen Feuerstellen. Gerade im Umgang mit Kerosin ist die Explosions- und damit die Unfallgefahr sehr hoch. Zwar ist Susanne Lücker das Problem bekannt, jedoch zwangsläufig eben nur theoretisch. „Der Anblick der Brandopfer erfordert ein Höchstmaß an Willenskraft. Die entstellten Gesichter und Körper verfolgen einen bis in die Träume. Es geht gar nicht anders. Man muss einfach helfen.“

Doch wie kann Hilfe, die ein Einzelner leistet, etwas anderes darstellen als den berühmten Tropfen auf den heißen Stein? Noch dazu, wenn die Hilfe um den halben Globus in eine der abgelegensten Regionen der Erde führen soll! „Ohne Henkel wäre meine Hilfe nicht annähernd so intensiv“, berichtet Susanne Lücker. „Die Dimension ist einfach anders dadurch.“ Das beginnt schon mit der Papierschlacht um die Zollgenehmigungen. Ohne einen Kommentar, dafür aber mit der Gewissenhaftigkeit und Zähigkeit, die eine solche Aufgabe erfordert, erledigt die Exportabteilung des weltweit agierenden Unternehmens sämtliche Export- und Zollformalitäten für den Hilfstransport nach Nepal.

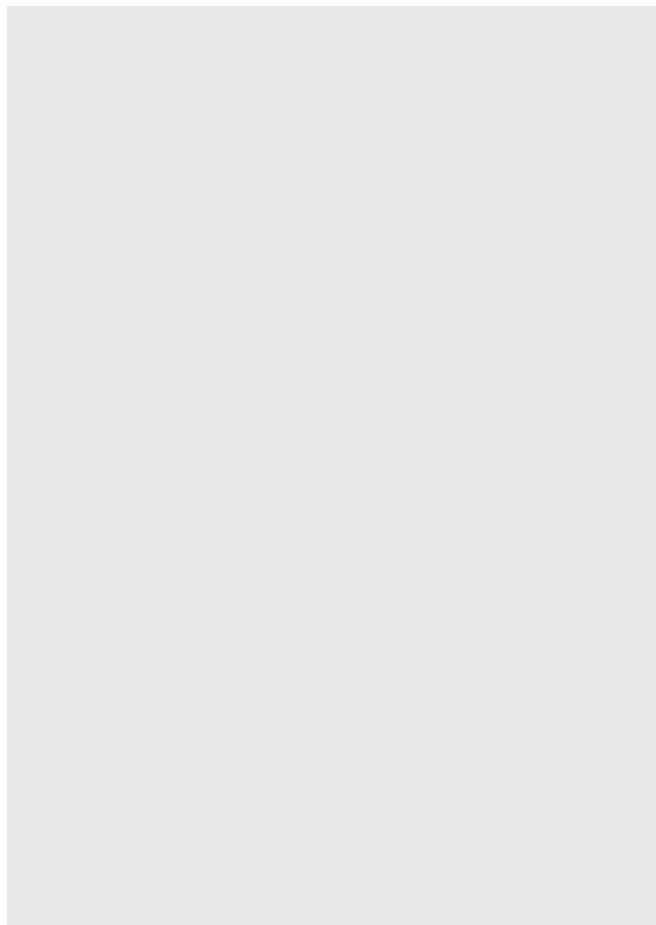
„Unsere Vision, führend mit Marken und Technologien zu sein, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen, bedeutet auch, das Leben der Kinder dieser Welt lebenswert zu machen“, sagt Dr. *Ulrich Lehner*, Vorsitzender der Geschäftsführung von Henkel. Um diesen unternehmerischen Anspruch umzusetzen und mit Leben zu erfüllen, wurde bei der Henkel KGaA in Düsseldorf bereits 1998

die MIT-Initiative gegründet. Seitdem steht sie für ein Miteinander-Im-Team und unterstützt gezielt das ehrenamtliche Engagement der Mitarbeiter und Pensionäre des Unternehmens. Damit ist sie ein wichtiger Baustein im Corporate-Citizenship-Programm des Unternehmens mit einer vielfältigen Förderung sozialer, ökologischer, wissenschaftlicher, kultureller und sportlicher Aufgaben.

So verknüpft Henkel seine Spendenaktivitäten mit dem persönlichen Engagement seiner Mitarbeiter. Die klaren Vorteile dieses Systems: Henkel setzt die Spenden gezielt, wirkungsvoll und transparent ein. Das Unternehmen folgt dem Rat seiner Mitarbeiter und ihrer Kompetenz, ihrem Wissen über den Hilfsbedarf. Es signalisiert ihnen damit die Anerkennung ihres sozialen Engagements. Gleichzeitig werden die ehrenamtlich tätigen Mitarbeiter in ihrem Handeln wirkungsvoll unterstützt und damit noch

besser motiviert. Ihre Identifikation mit dem Unternehmen wächst. Gewinner sind also nicht allein das Unternehmen selbst sowie seine Mitarbeiter, sondern auch noch eine soziale Einrichtungen, in der Regel also bedürftige Menschen.

Die Entscheidung über die Vergabe von Förderungen obliegt dem MIT-Komitee, das sich aus Vertretern unterschiedlicher Aufgabengebiete im Unternehmen zusammensetzt. Das Gremium tagt vierteljährlich und bearbeitet dann jeweils zwischen 30 und 50 Projektanträge auf finanzielle Förderung oder Freistellung. Anträge, die mit Sachleistungen bedacht werden, werden durch Corporate Donations separat behandelt. Priorität bei der Vergabe einer Förderung ist die Intensität des Engagements eines Mitarbeiters. Je intensiver, zeit- oder auch kostenaufwändiger ein konkretes soziales Engagement von einem Henkel-Mitarbeiter oder einem Pensionär betrieben wird, um so eher ist das Unternehmen bereit, sich daran zu beteiligen. Neben der konkreten Hilfestellung, so der Gedan-





*Werner Gottschling bei der Vorbereitung einer elektronischen Schaltung am Arbeitsplatz eines Azubis in der Henkel-Werkstatt*

ke, kann damit die gesellschaftliche Verantwortung des Einzelnen am besten gestärkt werden. Er erfährt Unterstützung und Anerkennung.

Die Förderung der MIT-Projekte ist stets als Starthilfe gedacht und soll keine Dauerlösung sein. Nicht die Alimenterung einer förderungswürdigen Idee ist der Grundgedanke des Konzeptes, sondern eine kurzfristige Hilfestellung. Sie kann aus Geld- oder Sachspenden, in Einzelfällen auch in der Freistellung von der Arbeit bestehen. Vom Start der MIT-Initiative im Jahr 1998 bis Ende 2001 wurden bereits mehr als 600 Projekte weltweit unterstützt, darunter 125 Kinderprojekte, die Henkel anlässlich seines 125jährigen Bestehens im vergangenen Jahr gefördert hat. Allein für die 125 Kinderprojekte in 52 Ländern der Welt stellte das Unternehmen 1,25 Millionen Euro bereit. Weitere 260 Projekte für deutsche Ehrenamtler wurden 2001 mit 200.000 Euro gefördert. Dazu kamen Sachleistungen in Form diverser Henkel-Produkte. Allein 44 Tonnen Waschmittel sind für soziale ehrenamtliche Engagements der Mitarbeiter in Staaten Ost- und Südosteuropas bereit gestellt worden. Drei Mitarbeiter wurden zur Unterstützung ihrer ehrenamtlichen Arbeit für insgesamt 12 Arbeitstage freigestellt.

Auch in diesem Jahr stehen eine Million Euro für weltweite Kinderprojekte der Henkel-Mitarbeiter zur Verfügung.

Aber längst nicht alle Förderprojekte sind so spektakulär wie die Hilfe für Kinder im fernen Nepal. Ganz im Stillen und in unmittelbarer Nachbarschaft ist

Hilfe ebenso nötig. Werner Gottschling ist Ausbilder im gewerblich-technischen Bereich des Unternehmens und seit 1963 bei Henkel in Düsseldorf. Im benachbarten Monheim ist er nicht nur zu Hause, sondern wird als kirchlich engagierter Nachbar bekannt und geschätzt.

Eines der vielen Hilfsprojekte, an denen sich der umtriebige Henkel-Mitarbeiter beteiligt, ist der Aufbau des Cafés „Gut drauf“ als Begegnungsstätte von geistig und körperlich Behinderten mit ihren Nachbarn. Sein Unternehmen sponserte das Vorhaben, hier vier speziell für die Bedürfnisse Behinderter gestaltete PC-Arbeitsplätze einzurichten. Mit Hilfe weiterer Spenden kamen schließlich rund 40.000 Euro zusammen, um das Ziel zu erreichen.

Anfangs hatte Werner Gottschling schon einige Hemmungen, sich um eine Fördersumme im Rahmen der MIT-Initiative zu bemühen. Klinken putzen, sagt er, wer macht das schon gern. Doch schließlich fasste er sich ein Herz:

## Was denken Europäer über das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen?

### Zustimmung zu folgenden Aussagen (in %)

	F	D	I	UK
Generell sollten große Unternehmen einen Teil ihrer Mittel auf die Lösung gesellschaftlicher Probleme verwenden (z.B. Arbeitslosigkeit, Medizin und Gesundheitswesen, Armut, Umwelt)	78	91	88	89
Wenn ein Unternehmen seine Produkte in Ihrem Land verkauft, sollte es auch Mittel dafür einsetzen, gesellschaftliche Probleme in Ihrem Land zu lösen.	78	87	83	84
Zu wissen, dass ein Unternehmen sich für Aktivitäten engagiert, die die Gesellschaft verbessern, oder dass das Unternehmen solche Aktivitäten unterstützt, würde es mir leichter machen, dessen Produkte zu kaufen.	86	91	82	83
Zu wissen, dass das Unternehmen, bei dem ich arbeite, sich für Aktivitäten engagiert, die die Gesellschaft verbessern, oder dass das Unternehmen solche Aktivitäten unterstützt, würde meine Loyalität zum Unternehmen steigern bzw. tut dies bereits.	83	93	85	85
Ich vertraue eher einem Unternehmen, das eine echte Selbstverpflichtung demonstriert, gesellschaftliche Probleme wie Arbeitslosigkeit, Gesundheitsfragen, Armut oder Umweltfragen lösen zu helfen.	84	94	84	91
Durchschnittliche Zustimmung zum bürgerschaftlichen Engagement von Unternehmen	81,8	91,2	84,4	86,4

Quelle: Studie von Fleishman-Hillard; befragt wurden im Mai 1999 insgesamt 4030 repräsentativ ausgewählte Erwachsene (1006 in Frankreich, 1024 in Deutschland, 1000 in Italien, 1000 in Großbritannien)

„Der Name Henkel steht schließlich schon seit der Gründung des Unternehmens stellvertretend für soziales Engagement“, erklärt er. Bereits Firmengründer *Fritz Henkel* habe allen seinen Mitarbeitern ein kostenloses warmes Essen pro Tag finanziert: „Es war eine gute Tat und hat gleichzeitig geholfen, die Arbeitskraft seiner Leute zu erhalten.“

Warum aber bescheiden sich Susanne Lücker, Werner Gottschling und all die anderen sozial engagierten Henkel-Beschäftigten nicht damit, sich nach Feierabend gemütlich vor dem Fernseher zurück zu lehnen und ihre Arbeitskraft zu reproduzieren? Die Antwort ist die gleiche, ganz egal, wen man fragt. Susanne Lücker: „Mir geht es gut, privat und auch beruflich. Ich bezeichne mich als glücklichen Menschen. Und davon möchte ich etwas abgeben, weil es nicht überall auf der Welt glückliche Menschen gibt.“ – Werner Gottschling: „Uns geht es gut. Gleichzeitig wissen wir, dass es viel mehr ärmere Menschen gibt, als man denkt. Und da ich kirchlich geprägt bin, ist Nächstenliebe für mich kein abstrakter Begriff.“

Längst noch nicht alle Henkel-Mitarbeiter, die sich in der einen oder anderen Form bürgerschaftlich engagieren, haben wie Werner Gottschling ihre Hemmschwelle überwunden und handeln nach dem Motto: Tu' Gutes und sprich auch darüber. Um dem gestiegenen Wunsch nach mehr Informationen laufender Projekte entgegen zu kommen, wurde inzwischen das MIT-Netzwerk aufgebaut. Diesem Netzwerk gehören Mitarbeiter an, die selbst ehrenamtliche Arbeit leisten und deren Einsatz bereits vom Unternehmen gefördert wurde. Sie stellen anderen Henkel-Mitarbeitern zum einen ihre Erfahrungen beispielsweise im Umgang mit Behörden oder der Presse zur Verfügung. Zum anderen leisten sie ideelle Hilfe.

Daraus entstand vor zwei Jahren ein Informationsnetzwerk in Form einer Datenbank, die allen Mitarbeitern des Unternehmens zur Verfügung steht. Jeder findet hier Anregungen, Rat und Hilfestellungen. Die Datenbank gibt Auskunft über Ansprechpartner, Hilfsmittel, laufende Aktionen und bietet auch eine organisatorische Beratung

## Soziales Engagement von Unternehmen bringt wirtschaftlichen Nutzen

Einen für Deutschland einzigartigen Einblick in Konzepte und Instrumente zur Kommunikation und Bewertung des sozialen Engagements von Unternehmen bietet der soeben erschienene Band „Soziale Verantwortung und wirtschaftlicher Nutzen“ der Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ) ([www.upj-online.de](http://www.upj-online.de)) mit den Beiträgen u.a. von *Reinhold Kopp* von der Volkswagen AG, von *Tom Sommerlatte* von Arthur D. Little, von *Elena Bonfiglioli* vom europäischen Unternehmensnetzwerk „CSR Europe“, von *Peter Truesdale* von der London Benchmarking Group, von *Kirein Franck* vom Institut für Markt, Umwelt und Gesellschaft und von *Alois Flatz* vom Dow Jones Sustainability Group Index. Dokumentiert werden nicht nur diese Beiträge zu einem Expertenhearing des letzten Jahres. Zusätzlich bietet die Publikation eine Übersicht zu ausgewählten Informationsquellen zu Richtlinien, Standards, Bewertungsinstrumenten, Berichterstattung und etischem Investment sowie Kurzbeiträge zum sozialen Engagement von Siemens, der Aluminiumindustrie, Be-

tapharm, Axel Springer Verlag und D2 Vodafone. Damit erhält der Leser die nötigen Hintergrundinformationen zur wachsenden Diskussion um Corporate Citizenship in der deutschen Wirtschaft.



Barbara Braun, Peter Kromminga (Hg.)

„Soziale Verantwortung und wirtschaftlicher Nutzen“

Konzepte und Instrumente zur Kommunikation und Bewertung von Corporate Citizenship und Corporate Social Responsibility  
112 S., Hamburg 2002  
ISBN 3-00-009059-2  
Preis: Euro 10,00

Bezug per Mail oder Fax über:  
Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ)  
Amandastr. 60, D-20357 Hamburg  
Fon: 040-434274  
Fax: 040-434284  
Mail: [info@upj-online.de](mailto:info@upj-online.de)  
Web: [www.upj-online.de](http://www.upj-online.de)

an. *Christa Büchler*, Leiterin Corporate Donations, ist sicher, dass noch viele unentdeckte Förderer im Verborgenen wickeln: „Denen wollen wir helfen, ihre Projekte rascher und wirkungsvoller umzusetzen.“ Im Rahmen des Corporate-Citizenship-Programms von Henkel wurden bisher die Projekte von rund 800 Mitarbeitern und Senioren in der einen oder anderen Form gefördert. *Christa Büchler* schätzt, dass sich in den deutschen Henkel-Standorten mit ihren rund 11.000 Beschäftigten aber noch mehr als doppelt so viele Beschäftigte und Pensionäre gesellschaftlich engagieren.

Die Suche nach Reserven konzentriert sich aber auch auf eine andere Richtung. „Wir laden andere Unternehmen der Region ein, gemeinsam mit uns ein Netzwerk des sozialen Engagements zu bilden.“ So *Michael Rolf Fischer*, Leiter Corporate Citizenship bei Henkel. Dabei soll es um die Frage ge-

hen, wie man durch Abstimmung laufender Projekte bestehende Förderungen optimieren kann, um Vorteile im Interesse aller Beteiligten zu erreichen. Hier ist Henkel erst am Anfang. Der Weg aber ist bereits deutlich erkennbar.

Und wenn Susanne Lücker Ende September zum dritten Mal nach Nepal startet, dann profitieren nicht mehr allein die Kinder im Kinderkrankenhaus vom Engagement der jungen Frau und der Unterstützung durch ihren Arbeitgeber. Die Hilfsgüter reichen aus, um auch in einem Waisenhaus und in einer Schule für Gefängnis-kinder in Kathmandu verteilt zu werden. Ein Grund dafür: Die Düsseldorfer Spedition Kühne & Nagel erfuhr von der Aktion und machte einen Sonderpreis für den Transport der Hilfsaktion. Für weniger Geld können so mehr Hilfsgüter für die Kinder von Nepal befördert werden.

Reinhard Myritz

Fehlzeiten

# Niedrigster Stand seit der Wiedervereinigung

Im Jahr 2000 hatte sich nach der jüngsten Krankheitsartenstatistik des Bundesverbandes der Betriebskrankenkassen (BKK) – auf gesamtdeutscher Ebene – jeder Pflichtversicherte im Durchschnitt 14,8 Tage, also über zwei Wochen, krank gemeldet. Das ist der niedrigste Stand seit 1990. 1999 waren es demgegenüber noch 16,4 Tage. In dieser Gesamtzahl sind dabei sowohl Arbeits- als auch Wochenend- und Feiertage enthalten.

Ein Arbeitsunfähigkeitsfall dauerte im Mittel 13,0 Tage, verglichen mit 13,6 Tagen im Jahr zuvor. Auf jeden Pflichtversicherten entfielen demnach 1,14 Fälle pro Jahr. Das entspricht dem Vorjahreswert. Im Ergebnis hat damit die Zahl der Arbeitsunfähigkeitstage je BKK-Pflichtmitglied – nach kurzer Unterbrechung des positiven Abwärtstrends in 1999 – weiter abgenommen, und zwar sowohl in West- als auch in Ostdeutschland.

Für die alten Bundesländer wurden folgende Durchschnittswerte ermittelt:

- 14,8 Arbeitsunfähigkeitstage je Pflichtmitglied (1999 = 16,6 Tage),
- 12,8 Tage je Fall (1999 = 13,5 Tage) und
- 1,15 Fälle pro Person (1999 = 1,23 Fälle).

Die entsprechenden Mittelwerte für die neuen Bundesländer lauten:

- 14,7 Arbeitsunfähigkeitstage je Pflichtmitglied (1999 = 15,4 Tage),
- 13,7 Tage je Fall (1999 = 14,4 Tage) und
- 1,07 Fälle pro Person (1999 = 1,07 Fälle).

Insgesamt und über einen längeren Zeitraum betrachtet, bestätigt auch die jüngste Entwicklung den Trend einer kontinuierlichen Annäherung der Ostwerte an das Westniveau.

## Freiwillig Versicherte fehlen seltener und kürzer

Werden als Vergleichsgruppen nur die beschäftigten Mitglieder der Betriebskrankenkassen herangezogen, dann ergeben sich auf Bundesebene für 2000 folgende Werte und Vergleichszahlen zwischen Pflicht- und freiwilligen Mitgliedern:

Beschäftigte Pflichtmitglieder:

- 14,8 Arbeitsunfähigkeitstage je Mitglied (1999 = 16,0 Tage),
- 12,5 Tage je Fall (1999 = 13,0 Tage) und
- 1,19 Fälle pro Person (1999 = 1,24 Fälle).

Beschäftigte freiwillige Mitglieder:

- 7,8 Arbeitsunfähigkeitstage je Mitglied (1999 = 8,1 Tage),
- 11,0 Tage je Fall (1999 = 11,5 Tage) und
- 0,71 Fälle pro Person (1999 = 0,71 Fälle).

Das bedeutet bei der Zahl der Arbeitsunfähigkeitstage ein Minus von 7,0 Tagen bzw.

47,3 %, bei der Falldauer ein Minus von 1,5 Tagen bzw. 12,0 % und bei der Fallzahl pro Person ein Minus von 0,48 bzw. 59,7 %

jeweils zugunsten der beschäftigten freiwilligen Mitglieder. Mit anderen Worten: Die Fehlzeiten variieren erheblich mit der beruflichen Stellung.

Bezogen auf die beschäftigten BKK-Pflichtmitglieder machte der Anteil der Arbeitsunfähigkeitsfälle, die nur 1 bis 3 Tage dauerten, im Berichtsjahr 32,2 % der Gesamtheit aus. 60,8 % der Fälle dauerten höchstens 1 Woche. Auf diese „Kurzzeiterkrankungen“ entfielen dabei 5,2 bzw. 16,7 % aller Arbeitsunfähigkeitstage. Auf der anderen Seite

machten die „Langzeiterkrankungen“ mit einer Dauer von über 6 Wochen zwar nur 4,1 % aller Arbeitsunfähigkeitsfälle, aber 38,7 % aller Arbeitsunfähigkeitstage aus. In 2000 wurden hierbei von allen Arbeitsunfähigkeitsfällen lediglich 3,5 % durch Arbeitsunfälle verursacht (1999 = 3,6 %).

Datengrundlage der Krankheitsartenstatistik sind die Leistungsmeldungen der Betriebskrankenkassen für über 7,0 Mio. BKK-Mitglieder. Das entspricht einer Einbeziehung von fast 95,0 % aller Mitglieder dieser Kassenart. Im einzelnen wurden mehr als 4,1 Mio. Pflichtmitglieder, knapp 1,0 Mio. freiwillige Mitglieder und rund 1,9 Mio. Rentner erfasst. Hinzu kommen daneben über 3,0 Mio. mitversicherte Angehörige. Auf Westdeutschland entfielen 88,7 % aller Mitglieder bzw. 87,7 % der Pflichtmitglieder, 93,5 % der freiwilligen Mitglieder und 88,3 % der Rentner. Für die neuen Bundesländer beliefen sich die entsprechenden Anteilswerte dem-

nach auf 11,3 % bzw. auf 12,3 und 6,5 sowie 11,7 %.

Die Zahl der beschäftigten Mitglieder der Betriebskrankenkassen lag im Berichtsjahr bei ins-

gesamt nahezu 4,5 Mio., d.h. bei knapp 3,9 Mio. in West- und fast 0,6 Mio. in Ostdeutschland. Von der Gesamtzahl waren etwa 3,8 Mio. Pflichtmitglieder sowie rund 0,7 Mio. freiwillige Mitglieder.

## Im Branchenvergleich erhebliche Schwankungen

Aufgegliedert nach Wirtschaftsgruppen zeigt sich auch für 2000 bei den Arbeitsunfähigkeitstagen je beschäftigtem BKK-Pflichtmitglied eine große

**Die Fehlzeiten variieren erheblich mit der beruflichen Stellung**

Schwankungsbreite um den bundesdeutschen Mittelwert von 14,8 Tagen. Sie reicht von 9,8 bis zu 23,4 Tagen. Im Einzelnen ergeben sich folgende Daten:

- 23,4 Tage in der Abfallbeseitigung (1999 = 27,9 Tage),
- 20,7 Tage im Verkehrsbereich (1999 = 21,3 Tage),
- 20,2 Tage im Bereich Post/Kurierdienste (1999 = 23,9 Tage),
- 19,9 Tage in der Öffentlichen Verwaltung (1999 = 23,5 Tage),
- 17,5 Tage in der Metallherzeugung (1999 = 18,8 Tage),
- 17,5 Tage im Telekommunikationsbereich (1999 = 18,7 Tage),
- 16,4 Tage im Bereich Glas/Keramik/Steine/Erden (1999 = 18,4 Tage),
- 15,9 Tage im Bereich Textil/Bekleidung/Leder (1999 = 17,3 Tage),
- 15,4 Tage in der Metallverarbeitung (1999 = 16,7 Tage),
- 15,2 Tage im Chemiebereich (1999 = 16,0 Tage),
- 14,6 Tage im Bereich Nahrung/Genuss (1999 = 15,2 Tage),
- 14,6 Tage im Bereich Energie/Wasser (1999 = 16,1 Tage),
- • 14,0 Tage im Baugewerbe (1999 = 15,2 Tage),
- 13,3 Tage im Bereich Holz/Papier/Druck/Verlage (1999 = 14,5 Tage),
- 13,1 Tage in der Land- und Forstwirtschaft (1999 = 14,4 Tage),
- 12,3 Tage im Handel (1999 = 12,3 Tage),
- 12,2 Tage im Gesundheits- und Sozialwesen (1999 = 13,0 Tage),
- 12,0 Tage im Dienstleistungsbereich (1999 = 11,8 Tage) sowie
- 9,8 Tage im Bereich Banken/Versicherungen (1999 = 10,4 Tage).

Die extrem hohen Ausfallzeiten in den Sektoren „Abfallbeseitigung“, „Verkehr“, „Post und Kurierdienste“ sowie „Öffentliche Verwaltung“ werden vom Bundesverband der Betriebskrankenkassen vor allem damit begründet, dass die dort beschäftigten Pflichtmitglieder häufig unter besonders belastenden Bedingungen, wie Schichtarbeit, Arbeiten im Freien, körperliche Anstrengungen durch Heben und Tragen, arbeiteten. Im Bereich der „Öf-

fentlichen Verwaltung“ – u.a. auch Heime, Pflegeeinrichtungen, Bildung, Sport, Organisationen, Körperschaften und Hygienische Einrichtungen, wie z.B. Müllabfuhr, Straßenreinigung und Friedhofsgärtnereien – komme hinzu, dass hier gegenüber anderen Branchen der Altersdurchschnitt der Beschäftigten höher sei, chronisch oder Langzeitkranke einen besseren Kündigungsschutz genießen würden und relativ mehr Schwerbehinderte beschäftigt wären. Nicht in diesem Sektor erfasst werden die Beamten und die meisten höheren Angestellten, die bei privaten Versicherungsunternehmen oder als freiwillig Versicherte in der gesetzlichen Krankenversicherung versichert sind.

Von den 19 in die Betrachtung einbezogenen Branchen weisen 17 einen Rückgang der Arbeitsunfähigkeitstage je beschäftigten Pflichtmitglied aus. Dagegen ist es nur in einem Sektor zu einem Anstieg gekommen. In einem weiteren Wirtschaftszweig blieben die Ausfallzeiten unverändert. Dabei ist bemerkenswert, dass in den drei Branchen, die 1999 an der Spitze der Rangskala standen, die Zahl der Arbeitsunfähigkeitstage je beschäftigten Pflichtmitglied am stärksten zurückging, d.h. um 4,5 Tage bzw. 16,1 % in der „Abfallbeseitigung“, um 3,7 Tage bzw. 15,4 % im Bereich „Post und Kurierdienste“ sowie um 3,6 Tage bzw. 15,3 % in der „Öffentlichen Verwaltung“.

An der sektoralen Rangfolge hat sich in 2000 gegenüber dem Vorjahr nur wenig geändert. Während der „Verkehrsbereich“ in negativer Hinsicht von Platz 4 auf 2 aufgestiegen ist, hat sich der Wirtschaftszweig „Energie und Wasser“ von Platz 10 auf 12 verbessert. Die Sektoren „Handel“ sowie „Gesundheits- und Sozialwesen“ haben ihre Plätze 16 und 17 getauscht.

Auch bei der Unterteilung nach Bundesländern zeigt sich bei den Arbeitsunfähigkeitstagen je BKK-Pflichtmitglied ein sehr differenziertes Bild mit starken Abweichungen von den gesamtdeutschen bzw. west- und ostdeutschen Mittelwerten. Die Schwankungsbreite um den bundesdeutschen Durchschnittswert von 14,8 Tagen reicht von 12,8 bis zu 20,9 Tagen! Gegenüber 1999 gingen die

Fehlzeiten in allen Bundesländern zurück. Im Einzelnen wurden nach dem Wohnort der Versicherten folgende Werte ermittelt:

- 20,9 Tage in Berlin (1999 = 24,5 Tage),
- 18,6 Tage in Hamburg (1999 = 21,0 Tage),
- 16,9 Tage in Bremen (1999 = 18,4 Tage),
- 15,4 Tage in Brandenburg (1999 = 16,5 Tage),
- 15,3 Tage in Sachsen-Anhalt (1999 = 15,8 Tage),
- 14,7 Tage in Mecklenburg-Vorpommern (1999 = 15,6 Tage),
- 14,7 Tage in Rheinland-Pfalz (1999 = 16,2 Tage),
- 14,6 Tage in Nordrhein-Westfalen (1999 = 16,9 Tage),
- 14,6 Tage im Saarland (1999 = 16,3 Tage),
- 14,3 Tage in Bayern (1999 = 15,6 Tage),
- 14,3 Tage in Sachsen (1999 = 14,9 Tage),
- 14,2 Tage in Hessen (1999 = 15,9 Tage),
- 13,8 Tage in Niedersachsen (1999 = 15,2 Tage),
- 13,6 Tage in Thüringen (1999 = 14,3 Tage),
- 13,5 Tage in Schleswig-Holstein (1999 = 15,5 Tage) sowie
- 12,8 Tage in Baden-Württemberg (1999 = 14,4 Tage)

Für Westdeutschland belief sich der Durchschnittswert auf 14,8 Tage (1999 = 16,6 Tage) und für Ostdeutschland auf 14,7 Tage (1999 = 15,4 Tage). Die größten Rückgänge bei den Arbeitsunfähigkeitstagen je BKK-Pflichtmitglied weisen Berlin (- 3,6 Tage), Hamburg (- 2,4 Tage) und Nordrhein-Westfalen (- 2,3 Tage) auf, bezogen auf die Stadtstaaten allerdings von einem vormals deutlich überdurchschnittlichen Ausgangsniveau, wobei Berlin und Hamburg auf im Berichtsjahr weiter an der Spitze der Rangskala stehen. Daneben ist bemerkenswert, dass mit Blick auf Gesamtdeutschland ein deutliches Nord-Süd-Gefälle sowie – unter Ausschluss der

Stadtstaaten – auch ein merkliches Ost-West-Gefälle besteht.

### Ausfallkosten noch immer zu hoch

Die – nach kurzer Unterbrechung im Vorjahr – auch in 2000 weiterhin positive Entwicklung darf kein Anlass sein, in den Anstrengungen zur Verringerung der Arbeitsunfähigkeitstage nachzulassen. Positive Trends, und das belegen die Erfahrungen aus der Vergangenheit, können nicht einfach fortgeschrieben werden. So folgte in den alten Bundesländern dem deutlichen Rückgang der Fehlzeiten von rund 26 auf 22 Tage Anfang der 80er Jahre wieder eine ebenso kräftige Zunahme auf rund 25 Tage in 1990.

Zudem stellen die Entgeltfortzahlungskosten und arbeitgeberanteiligen Krankengeldkosten nach wie vor eine erdrückende Last für die Betriebe dar. Hinzu kommen die indirekten Belastungen aus den Fehlzeiten, z.B. in Form von Produktionsausfällen sowie durch das Vorhalten von Ersatzarbeitkräften, das Fahren von Überstunden und Anpassungen in der Ablauforganisation. Gefordert sind hierbei sowohl der Gesetzgeber als auch die Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Überhöhte Krankenstände und Ausfallzeiten – und dessen müssen sich alle Beteiligten bewusst sein – verteuern die Arbeitskosten und sind damit standort- und beschäftigungspolitisch kontraproduktiv.

In den letzten 10 Jahren haben sich die Aufwendungen für die Entgeltfortzahlung – in Abhängigkeit von der jeweiligen Beschäftigungs-, Lohn-, Krankenstands- und Beitragsatzentwicklung – wie folgt entwickelt:

- 1992 = 31,984 Mrd. Euro,
- 1993 = 31,378 Mrd. Euro,
- 1994 = 30,970 Mrd. Euro,
- 1995 = 34,261 Mrd. Euro,
- 1996 = 31,107 Mrd. Euro,
- 1997 = 27,957 Mrd. Euro,
- 1998 = 27,978 Mrd. Euro,
- 1999 = 31,283 Mrd. Euro,
- 2000 = 32,020 Mrd. Euro
- 2001 = 32,655 Mrd. Euro.

Der hälftige Arbeitgeberanteil am Krankengeld der gesetzlichen Krankenversicherung belief sich auf 3,541 Mrd. Euro in 2000 und auf 3,856 Mrd. Euro in 2001. Das bedeutet: Kranke bzw. krankgemeldete Mitarbeiter kosten pro Jahr 36,511 Mrd. Euro! Für 2000 ergibt sich für die gesamten Lohnersatzleistungen der Betriebe ein Betrag von 35,561 Mrd. Euro. Von der Entgeltfortzahlungssumme in 2001 entfielen dabei 22,957 Mrd. Euro

auf Leistungen bei Krankheit und Heilverfahren (70,3 %), 5,836 Mrd. Euro auf die Arbeitgeberbeiträge zur Sozialversicherung (17,9 %), 1,475 Mrd. Euro auf Leistungen bei Mutterschaft bzw. den Zuschuss zum Mutterschaftsgeld (4,5 %) und 2,387 Mrd. Euro auf sonstige Leistungen (7,3 %).

Im Zeitraum 1992 bis 2001 haben sich die Aufwendungen der privaten und öffentlichen Arbeitgeber für die Entgeltfortzahlung um insgesamt 0,671 Mrd. Euro erhöht. Der deutliche Rückgang nach 1995 erklärt sich vor allem aus dem in den letzten Jahren nahezu kontinuierlich gesunkenen Krankenstand sowie aus den ökosteuerfinanzierten Beitragssatzsenkungen in der Rentenversicherung der Arbeiter

und der Angestellten von 20,3 % in 1997 auf 19,1 % in 2001, also aus Belastungsumschichtungen von den Beitragszahlern auf die Steuerzahler. Hierdurch konnten die „norma-

len“ lohn- und beschäftigungsbedingten Kostensteigerungen teilweise sogar überkompensiert, zumindest aber verringert werden.

Dr. Volker Hansen, BDA

**„Überhöhte Krankenstände und Ausfallzeiten verteuern die Arbeitskosten und sind damit standort- und beschäftigungspolitisch kontraproduktiv.“**