

Wirkungsnachweise statt Zahlenfriedhöfe

VON STEFFEN MÜLLER UND
ANDREA STRATMANN



Steffen Müller ist Pressesprecher und Leiter der Unternehmenskommunikation der Gemeinnützigen Werkstätten und Wohnstätten GmbH Sindelfingen (GWW).



Andrea Stratmann ist approbierte Diplom-Psychotherapeutin, Betriebswirtin und Geschäftsführerin der Gemeinnützigen Werkstätten und Wohnstätten GmbH Sindelfingen, Vorstand der Stiftung Zenit und Vorstandsmitglied der Bundesarbeitsgemeinschaft der Werkstätten für Menschen mit Behinderung.
www.gww-netz.de

Jahresberichte kosten bei der Erstellung viel Zeit und werden oft wenig gelesen. Ein Träger der Eingliederungshilfe in Baden-Württemberg geht deshalb andere Wege und legt »Wirkungsberichte« vor.

Soziale Unternehmen stehen schon lange im Fokus verschiedener Interessensgruppen. Und nicht alle schauen auf die gleichen Inhalte. Haben die einen die Zuschüsse und öffentlichen Gelder im Blick, liegt der Schwerpunkt bei anderen auf dem Umfang der erbrachten Dienstleistung, der Begleitung und Pflege von Familienangehörigen. Während Wirtschaftskunden wiederum eher die Zuverlässigkeit und die Qualität der Produkte des Unternehmens bewerten, betrachten Banken die finanziellen Ergebnisse und Compliance-Themen, um die Kreditwürdigkeit zu beurteilen.

Diese Interessen in einem Jahresbericht zu bedienen, ist uns immer wieder sehr schwer gefallen. Dazu kommt, dass wir mit zwei weiteren Unternehmen und einer Stiftung in partnerschaftlicher Kooperation mehrere Ziele bei der Inklusion von Menschen mit Nachteilen im Alltag gemeinsam umsetzen. Daher entschieden wir, unser gemeinsames Wirken in einem Bericht darzustellen, in dem die einzelnen Firmen trotzdem gesondert und eigenständig präsentiert werden.

Mit dem Format des Social Reporting Standards (SRS) der Social Reporting Initiative e. V. konnten wir unsere Idee strukturiert umsetzen. Ein anpassungsfähiges Inhaltsraster führte uns beim Erstellen des Berichts zum nachvollziehbaren Ergebnis unseres Wirkens. Die anschließende Umsetzung des Berichts im passenden Design konnte danach zügig durchgeführt werden.

Zu Beginn des Prozesses haben wir uns abgestimmt, welche Inhalte im Wirkungsbericht transportiert werden sollten. Dabei war es sinnvoll, mögliche

Themen aus Blickwinkel der verschiedenen Interessensgruppen unserer Unternehmen zu betrachten.

Die GWW-Gemeinnützige Werkstätten und Wohnstätten GmbH ist ein Unternehmen der Eingliederungshilfe für Menschen mit Behinderung. In ihren Geschäftsfeldern bietet sie Bildung, Arbeit, Wohnangebote und Tagesbetreuung für erwachsene Menschen mit Behinderung. Die beiden Unternehmen Femos gGmbH und 1a Zugang Beratungsgesellschaft sind beides Inklusionsbetriebe unter dem Dach der Stiftung Zenit. Die Stiftung Zenit führt Projekte durch zur Integration von Menschen mit Nachteilen.

Letztendlich arbeiten alle vier Organisationen zusammen am Ziel, Barrieren für Menschen mit Behinderung oder anderen Nachteilen durch passende Angebote zu reduzieren und die gleichberechtigte und selbstbestimmte Teilhabe im Alltag zu fördern.

Bei unserem Wirkungsbericht entschieden wir uns, drei Themenfelder vorzustellen: Teilhabe durch Qualifizierung von Menschen, Teilhabe am Arbeitsleben/Karriere und das Themenfeld Wohnformen und Senioren. In allen drei Bereichen konnten wir so unsere gemeinsamen Bemühungen durch verschiedene Projekte und Beispiele im Bericht darstellen.

Der Bericht teilt sich in drei Teile. In der Einleitung wird in wenigen Absätzen die Idee des Wirkungsberichts und dessen Aufbau erklärt. Anschließend folgen die Wirkungsfelder. Die Diskussion über die Reduzierung der Inhalte auf drei prägnante Themen (oder auch weniger) kostet während der Konzeptionsphase Kraft,

zahlt sich aber bei der Umsetzung und der verständlichen Verbreitung konkreter Wirkungsinhalte aus. Im letzten der drei Berichtsteile werden die einzelnen Unternehmen vorgestellt. Hier finden sich die üblichen Kennzahlen und Berichtsinhalte eines Jahresberichts wieder. Dieser Teil kann sehr knapp ausfallen und ist in unserem Fall weitgehend tabellarisch aufgebaut.

»Schlüssige Messgrößen – ob quantitativ oder qualitativ – sind für einen Wirkungsbericht unabdingbar«

Aufbau und Inhalt des Kernteils

Der zentrale Bereich des Berichts ist die Darstellung der Wirkung unserer Geschäftstätigkeit. Zur besseren Verständlichkeit haben wir die drei Wirkungsbereiche klar getrennt voneinander betrachtet. Um die Wirkung unseres Handelns analysieren und darstellen zu können, betrachten wir als Erstes die Situation, wie sie sich ohne unsere Aktivitäten zeigt. Darauf aufbauen schildern wir die gewünschte Situation nach unserer Initiative und mit welchen Prozessen, Mitteln und Ressourcen wir dieses Ziel erreichen möchten. Dabei beschreiben wir auch die erwartete Veränderung bei der Zielgruppe, in unserem Fall der betroffenen Menschen mit Behinderungen und anderen Nachteilen. Wir können in diesem Zusammenhang auch die erwartete Wirkung im Umfeld dieser Menschen beschreiben. Denn wenn wir erwarten, dass sich die unmittelbare Situation der Menschen sich verändert, müssen wir davon ausgehen, dass sich mittelbar im Umfeld der Personen ebenfalls Veränderungen zeigen.

Es ist von großem Vorteil sich klar zu machen, woran man diese Entwicklungen erkennen und messen kann. Einerseits hilft es im Alltag genauer auf die Prozesse zu schauen, andererseits hilft es bei der Beschreibung der erreichten Ergebnisse, diese im Idealfall mit Messgrößen zu belegen. Dabei können die Messgrößen quantitativ, aber auch qualitativ angelegt sein. Sie sind auf jeden Fall nötig, um die Wirkung des eigenen Handelns in irgendeiner Form belegen zu können. In der Darstellung der Wirkung können

darüber hinaus Zitate von Betroffenen, Angehörigen, Kunden, Unterstützern zur Unterstützung der Aussagen einfließen. Damit man einen vollständigen Eindruck des Ergebnisses erhält, werden an dieser Stelle auch die Ressourcen berichtet, die eingesetzt wurden, um genau dieses Ziel zu erreichen.

Der Ausblick, wie es mit dem gewählten Thema weitergeht, rundet die

Wirkungsdarstellung ab. An dieser Stelle können auch erkannte Risiken und Chancen einfließen und wie darauf gegebenenfalls reagiert werden wird. Waren, wie in unserem Fall, mehrere Unternehmen gemeinsam an einem Thema tätig, ist es abschließend wichtig es zu erwähnen. Es hilft dem Leser die Zusammenhänge und Mitteleinsätze strukturiert wahrzunehmen.

Der dritte Teil des Berichts geht auf die Profile des Unternehmens ein. Sollten mehrere Unternehmen am Bericht beteiligt sein, erhält hier jedes Unternehmen eine klar getrennte eigenständige Darstellung. Hier werden die Unternehmensfakten berichtet: Name

»Schon im laufenden Jahr sollten Zahlen, Fotos und Zitate systematisch gesammelt werden«

und Sitz des Unternehmens, Leitungs- und Führungsorgane, interne Kontrollsysteme, Finanzen und Rechnungslegung und eine knappe Bewertung der finanziellen Situation.

Die Umsetzung des Berichts gelingt aufgrund der klaren und nachvollziehbaren Struktur sehr gut. Da es sich um die Darstellung der Wirkung des Unternehmens handelt, eignet sich das Ergebnis hervorragend, um das ganze folgende Jahr einen positiven Nachweis des eigenen Handelns zeigen zu können. Bei einem gut gestalteten Wirkungsbericht handelt es sich um eine vielseitig einsetzbare Imagebroschüre des Unternehmens.

Voraussetzung ist allerdings, dass man sich schon im Vorjahr überlegt, was man im Folgejahr berichten möchten, um dann während des Jahresverlaufs die entsprechenden Messgrößen festzuhalten, passendes Bildmaterial zu besorgen und unterstützende Zitate zu sammeln. Denn es ist nicht immer leicht, die Daten im Nachhinein zusammenzutragen.

Resümee

Mit der Ergebnisdarstellung in Form des Wirkungsberichts nach Social Reporting Standard haben wir gute Erfahrungen gemacht. Wir erhalten positive Rückmeldungen von Lesern, die den Zusammenhang und die Wirkweisen der einzelnen Geschäftstätigkeiten besser verstehen und somit auch für sich besser bewerten können.

Damit auch unsere internen Kunden – Menschen mit Behinderung – den Wirkungsbericht lesen können, haben wir die Inhalte in Leichte Sprache übersetzt und im Rahmen des Berichts ebenfalls dargestellt. Durch Anreicherung mit Fotos und Tabellen erreichen wir mit dem Bericht eine große Zahl unserer Interessensgruppen.

Der Aufwand den Bericht zu erstellen, ist ähnlich zu einem traditionellen Geschäftsbericht, der Einsatz und der Effekt des Wirkungsberichts sind unserer Erfahrung nach aber ungleich höher.

Die »Wirkungsberichte« der Gemeinnützigen Werkstätten und Wohnstätten GmbH Sindelfingen stehen auf der Webseite der Organisation zum Herunterladen zur Verfügung (Suchbegriff: Wirkungsbericht).

www.gww-netz.de ■