

Rhein-Main

FRANKFURTER ZEITUNG

Die Flucht aus dem Erfahrungsgefängnis

Die Idee entstand schon lange vor der Krise. Common Purpose will Führungskräften Verantwortung für die Gesellschaft vermitteln.
 Von Mechthild Harting

Eine genaue Vorstellung, was sie in den nächsten acht Monaten erwarten würde, hatte keiner von ihnen. Weder Henning Stumpp, langjähriger kaufmännischer Leiter des Fischer Verlags, noch Jens Manglkammer, Verantwortlich im Risikomanagement bei der ABN Amro-Bank. „Common Purpose“ war nur der promovierten Kunsthistorikerin Chantal Eschenfelder ein Begriff. Die Leiterin für Fortbildung und Museumspädagogik im Frankfurter Städel und Liebieghaus war bereits einmal als Referentin für die gemeinnützige Organisation tätig.

Im vergangenen Jahr nahm sie selbst am „Programm“ teil, am Fortbildungsangebot, das sich an Führungskräfte in Wirtschaft, öffentlicher Verwaltung und im Sozialsektor wendet. Sie sollen „mit der Gesellschaft“ konfrontiert werden, die Abläufe in der Politik verstehen lernen, oder damit, wie in der Wirtschaft Geld verdient wird. „Wir wollen der mittleren Führungsebene, den Arbeitstieren, aufzeigen, wie sie sich in die Gesellschaft einbringen können, ihnen aber auch helfen, den Blick zu erweitern, ihnen Wissen über gesellschaftliche Zusammenhänge vermitteln“, sagt Renate Krol, zuständig für das Programm der Frankfurt Sektion von Common Purpose, der 2003 nach britischem Vorbild gegründeten ersten deutschen Dependence. Bis heute haben 160 Personen an den Programmen teilgenommen, in der vergangenen Woche begann der sechste Jahrgang mit 38 Teilnehmern.

Nicht länger im eigenen „Erfahrungsgefängnis festhängen“, nennt es Jens Manglkammer. Das Zusammentreffen mit Lehrern, Unternehmensberatern, Stadtplanern, mit Menschen, die verantwortlich sind für die Abfallentsorgung, die Leitung eines Krankenhauses, empfand Manglkammer interessant. Sehr beeindruckt hat ihn dann deren Art, Probleme zu lösen. Im Kursus, als etwa der Wochenplan für Ganztagsunterricht an einer Grundschule aufgestellt werden sollte, „gab es plötzlich ganz viele Ideen und unterschiedliche Herangehensweisen“, erinnert er sich. Da habe sich für ihn gezeigt, wie schnell man „betriebsblind“ werden könne. Heute, sagt er von sich, sei er offener und wisse, man müsse darüber nachdenken, Dinge anders zu machen. „Man verliert die Angst vor Veränderungen.“

Und er hat den Schwung „nach draußen“ mitgenommen: Er engagiert sich mittlerweile in der Schule seiner Kinder, hat mitgewirkt bei



Manglkammer



Stumpp



Illustration Jörg Mühl/Laborproben

„Wenn jeder nur seinen Job gut macht, verändert sich nichts“

Renate Krol, Programmdirektorin von Common Purpose Frankfurt, zur Arbeit der Organisation in der Wirtschaftskrise

Es gibt Common Purpose seit 2003 in dieser Stadt. Warum ist es so wenig bekannt?
 Wir wollen in die Gesellschaft, aber nicht durch Marketingkonzepte und Anzeigen. Wir richten uns an Führungskräfte, sprechen gezielt Unternehmen, Institutionen, Verwaltungen an. Besonders die 160 Absolventen unserer bisherigen Programme sind wichtige Botschafter. Je mehr es werden, umso stärker wird sich die Dynamik auf lokale Veränderungsprozesse auswirken.

Ihre Initiative will aus Führungskräften „Verantwortungsträger für die Gesellschaft“ machen, heißt es auf der Homepage. Die Krise zeigt, dass dies bisher nicht der Fall war. Haben Sie versagt?

Nein. Im Gegenteil. Die Krise ist für Common Purpose – was übersetzt übrigens gemeinsame Sache heißt – eine Riesenchance. Unser Ansatz, dass jeder zu sehr in seinem Sparten denken verhaftet bleibt, nur versucht, seine eigenen Bereiche zu optimieren, anstatt nachhaltige Lösungen zu finden, mit dem Blick aufs Ganze, ist mittlerweile Common Sense.

Sie haben also sehr viele Anmeldungen?

Wir merken eine Aufbruchstimmung. Jeder sagt uns, ja, genau das brauchen wir. Wenn wir allerdings anbieten, dass Führungskräfte in unsere Programme kommen, zeigen die großen Firmen derzeit alle nur einen Reflex: Ausgabenstopp.

Das muss Sie doch entmutigen.

ANZEIGE

SCHLUND
 Schmuckkultur seit 1796
 Steinweg 7 (Passage) 60313 Frankfurt

NIESSING

Nur bedingt. Schon vor der Krise haben viele die Signale erkannt, gesagt, hier muss etwas geschehen, und ihre Verantwortungsträger zu uns entsandt. Es bleibt spannend, zu sehen, wer sich antizyklisch verhält, die Krise für einen Aufbruch nutzt.

Wie wollen Sie Führungskräfte zu dieser Verhaltensänderung motivieren?

Wenn wir nicht rauskommen aus unseren Büroräumen, wenn wir jeden Tag mit dem Auto aus dem Taunus in die Tiefgaragen unserer Büros fahren, dann verändert sich der Blick aus unseren Fenstern nie. Und ähnlich gehen wir wahrscheinlich an unsere Entscheidungen heran. Wir müssen also diejenigen, die entscheiden, rausholen, ihnen die Gesellschaft vermitteln und mit diesen Erfahrungen wieder zurücklassen an ihre Arbeit. Die Zeiten sind vorbei, in denen wir in unseren Büros allein erfolgreich sein konnten. Wenn jeder nur seinen Job gut macht, verändert sich nichts.

Wie funktioniert das konkret?

Wir stellen Begegnungen mit aktuellen Entscheidungsträgern her und arbeiten exemplarisch an brisanten Themen: Wie kann die Stadt Entscheidungsträger zum Energiesparen motivieren? Wie können fitte Kopftuchträgerinnen an Arbeitgeber vermittelt werden? Und wir gehen raus, haben etwa mit der Führungsriege eines Jugendgefängnisses zusammengearbeitet. Plötzlich

standen nicht mehr die Kriminalität, sondern die gesellschaftlichen Themen Bildung und Integration im Mittelpunkt. Denn mehr als 50 Prozent der Insassen stammen aus Einwandererfamilien, mehr als 80 Prozent haben keine Schulabschließung. Und da ist wieder die Gesellschaft gefordert. Die Frage ist für uns dann, erkennen die Führungskräfte ihre Mitverantwortung? Das wäre unser Ziel.

Die Fragen stellte Mechthild Harting.



Kämpferisch: Renate Krol Foto Helmut Fricke

der Einführung von „Social Days“ in seinem Unternehmen und nimmt zum ersten Mal, seit er in Frankfurt arbeitet, Stadt und Umland bewusst wahr: „Meine Einstellung zu Frankfurt hat sich völlig verändert.“ Er sei dem Bild der Stadt aus den achtziger Jahren verhaftet gewesen. Zunächst sei er gar nicht begeistert gewesen, als er zu Beginn der neunziger Jahre aus der Großstadt Hamburg in die „Provinz“ Frankfurt haben ziehen müssen, erinnert er sich. Jetzt sehe er viel stärker die Qualitäten von Stadt und Region. Sein Resümee: Das Geheimnis von Common Purpose sei, mit den Dingen „direkt konfrontiert zu werden“ – ein Jugendgefängnis, die Krebsstation eines Krankenhauses aufzusuchen, mit Stadtplanern ihre Ideen zu diskutieren.

„Ich bin aus jedem Tag anders raus- als reingegangen“, formuliert es Henning Stumpp, promovierter Volkswirt. Er habe einen ganz anderen Blick auf die Dinge gelernt. Am meisten verblüfte ihn die unterschiedliche Methodik: Vertreter der Privatwirtschaft wie er hätten die nach rationalen Gesichtspunkten beste Lösung umsetzen wollen. Die von der Politik Geprägten seien auf der Suche nach dem Weg gewesen, der am besten durchzusetzen sei, und jene aus dem „Non-Profit-Bereich“ hätten das Emotionale ins Spiel gebracht: Wie kommt es bei den Menschen an. „Das war bei mir nicht im Kalkül.“

Beeindruckt hat Stumpp, „wie schnell durch die unterschiedliche Art, Fragen zu stellen, die Komplexität eines Problems deutlich wurde“. Und dabei habe man sich an den jeweiligen Programmtagen eher kleinen, überschaubaren Aufgaben gewidmet, nicht dem Weltfrieden oder dem Klimawandel. Doch es sei deutlich geworden, man könne in der Gesellschaft etwas verändern, zum Beispiel indem man Schulen Bücher spendet. Stumpp hat im Anschluss an Common Purpose sogar eine „AG Offenbach“ gegründet, um sich in der Stadt, in der er derzeit lebt, etwa durch die Gestaltung eines Platzes zu engagieren. Und er ist dankbar über die Kontakte zu anderen Führungskräften, er ist überzeugt, „manches bleibt“.

Die Kunsthistorikerin Chantal Eschenfelder ist überzeugt, durch Common Purpose nicht nur „tolle“ Menschen getroffen zu haben, sondern solchen, „denen ich im normalen Leben nie begegnet wäre“. Vermutlich wird sie das Netzwerk auch für ihre Arbeit im Museum nutzen können, sie wisse nun, wie sie an die richtigen Ansprechpartner komme, die Hürde, etwa in einer Bank anzurufen, sei gefallen. Imponiert hat allen das Niveau der Referenten, die straffe Organisation, „da gibt es keine Rumschwätzerei“, sagt Eschenfelder. Vor allem gelte, dass aus den Gesprächen nichts nach außen dringe, Common Purpose sei ein geschützter Raum. Ob in den Gesprächen mit den Referenten, „draußen“ oder untereinander, es gelte: Kritische Fragen würden offen beantwortet. So könne man auch eigene Probleme unverkrampt einbringen. Eschenfelder ist überzeugt, dass die 4500 Euro, Gebühren für die zehn Programmtage „gut angelegtes Geld sind“. Für den Arbeitgeber, der es zahlt, wie für die Gesellschaft.



Eschenfelder

FILMGEDÄCHTNIS Die Arbeit der Murnau-Stiftung, Seite 3

WEINGESCHICHTE In den Katakomben von Deidesheim, Seite 5

20 JAHRE TIGERPALAST. GROSSE SHOW ZU KLEINEN PREISEN.

20 Jahre Tigerpalast. 20 Jahre Weltklasse am Main.

Eintrittskarten zur neuen Jubiläumsshow ab € 29,50

Gültig vom 5. bis 26. April 2009, nach Verfügbarkeit.
 Show-Tickets: 069-92 00 22 0

1988

2008

MAGISCHE MOMENTE IM TIGERPALAST.

THE WESTIN
 GRAND
 FRANKFURT