

Jahresbericht 2009

der Geschäftsführung der „Fairness-Stiftung gemeinnützige GmbH“

1. Grundsätzlich: Auftrag und Aufgaben

Die konkreten Ziele der im Jahr 2000 gegründeten Fairness-Stiftung werden in fünf Bereichen realisiert: Information, Prävention, Hilfe zur Selbsthilfe, Führungskompetenz und Entwicklung von Unternehmens- und Organisationskultur:

- Fairness-Bewusstsein in Wirtschaft, Gesellschaft, Politik, Kultur, Sport und Medien exponieren durch Öffentlichkeits- und Medienarbeit (Homepage, Datenbank, Events, Publikationen, Fairness-Partner).
- Unfairness, soziale und personale Risiken identifizieren, bewältigen und ihnen vorbeugen helfen durch Explorationen vor Ort, Gutachten, Perspektiventwicklung, Dialoggruppen.
- Menschen in verantwortlichen haupt- und ehrenamtlichen Positionen sowie als Selbständige im Rahmen des Fairness-Service beraten und begleiten, um das Fairness-Potenzial der Führung und des Unternehmens / der Organisation dauerhaft zu sichern und zu entfalten (vgl. auch Fairness-Partner). Es geht um:
 - 4,14 Millionen Selbstständige (Mikrozensus des Stat. Bundesamt 2008)
 - 4,90 Millionen Beschäftigte in Führungspositionen (Mikrozensus des Stat. Bundesamt 2004)
 - 2,80 Millionen Ehrenamtliche in Führungspositionen (geschätzt 2008).Insgesamt also um 11,84 Millionen Menschen mit besonderer Verantwortung.

- Fort- und Weiterbildung durch Förderung von professioneller Fairness-Kompetenz in offenen Seminaren, Trainings, Workshops, Coaching, Mediation sowie Fortbildungen zum zertifizierten Fairness-Coach und – Trainer sowie zum Fairness-Scout (Fairness-Service, Fairness-Akademie).
- An Fairness orientierte Persönlichkeiten und Profis miteinander zu vernetzen und mit aktuellen Informationen auszustatten (Fairness-Association, Fairness-Experten-Netzwerk, fairnessreport).

Hinter der Fairness-Stiftung stehen über dreißig Jahre Expertise. Sie umfasst alle Fragen und Lösungen, die die Führung von Personen und Organisationen betreffen. Das Kuratorium begleitet die Arbeit der Fairness-Stiftung im Geist der Fairness-Charta. Es benennt die jeweiligen Fairness-Preisträger und trägt Sorge für die satzungsgerechte Umsetzung der Ziele.

Gründer und geschäftsführender Direktor der Stiftung ist Dr. phil. Dipl. Theol. Norbert Copray, M.A., B.A..

Die Fairness-Stiftung entwickelt unter anderem aus wissenschaftlichen und praktischen Kontexten heraus Modelle, Instrumente, Methoden und Praxislösungen für die Anwendung professioneller Fairness. Fairness-Professionalität erschließt in der Führungs- und Unternehmenskultur erhebliche Kooperations-, Prozess-, Remotivations- und Imagegewinne, nicht zuletzt auch in und nach Krisen.

Wozu Fairness im Business?

Fairness ist ein unerlässlicher Erfolgsfaktor für Kooperation, Qualität und Verständigung sowie für wirtschaftlichen, sozialen und humanen Fortschritt. Und das gilt gleichermaßen im Wechselverhältnis von Unternehmensführung und Mitarbeitern, von Unternehmen, Lieferanten und Kunden, Behörden und Bürgern, soziale und kirchliche Organisationen in Bezug auf ihre Mitarbeiter und ihre Klienten, Verbände und ihre Mitglieder, Parteien, Politiker und Wähler. Anspruchsvolle Situationen und ein gewisses Maß an Führungsverantwortung lassen mangelhaft eingestielte Fairness-Versuche nicht zu. Persönliche Fairness-Kompetenz, die in professionellem Fairness-Handeln Unternehmen, Organisationen und Initiativen mit hoher Fairnesskompetenz ausstattet, ist qualitativ notwendig. Je mehr Unternehmen und Organisationen bereit sind, die eigene Fairness-Kompetenz auszubauen und zu praktizieren, desto mehr wird die Fairness-Qualität in der Gesamtgesellschaft vorangebracht. Die Fairness-Stiftung berät und unterstützt Best

2. Beratung und Information

Die Beratungsfrequenz ist seit ca. 3 Jahren in den Hot- und Helplines in etwa konstant; im Jahr 2009 gab es 428 Beratungsvorgänge.

Die kostenlosen Beratungen dauern im Schnitt zwischen 50 und 90 Minuten, weil die in Rede stehenden Situationen komplex und anspruchsvoll sind. Face to face-Beratungen in der Geschäftsstelle haben leicht zugenommen. Diese Vorgänge umfassen eine Arbeitszeit von 1.082 Stunden, die zu 78 % kostenfrei erbracht werden. Zu 80 %

Practice von Fairness-Professionalität, um den Erfolg und die Anerkennung der Fach- und Führungskompetenzen in Unternehmen, Organisationen und Initiativen bei Kunden, Adressaten, Mitarbeitern und in der Öffentlichkeit sichtbar zu machen und nachhaltig zu sichern.

In der Satzung heißt es unter § 2: Gegenstand „ist die psychologische und soziale Beratung und Begleitung für Menschen, die im Beruf oder im Rahmen ihrer beruflichen Aktivitäten in seelische Bedrängnis geraten sind (Personen i.S.d. § 53 Ziff. 1 AO), insbesondere von Menschen, die in Organisationen, Unternehmen, Verbänden, Institutionen, in Wirtschaft, Gesellschaft, Politik und Kultur Verantwortung tragen, weiter die Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit für Fairness und fairen Umgang miteinander und gegen Mobbing, üble Nachrede und andere Persönlichkeitsverletzungen sowie die Förderung von fairer Verständigung und Kooperation in Organisationen.“

werden die gemeinnützigen Beratungen durch ehrenamtliche, geschulte und regelmäßig supervidierte Beraterinnen und Berater durchgeführt. Die Supervisionen durch die Geschäftsführung betragen in 2009 120 Arbeitsstunden; 38 Stunden wurden für die Bearbeitung von Beratungsfolgen (Recherche von Adressen usw.) aufgewendet.

Die Homepage der Fairness-Stiftung www.fairness-stiftung.de wird zwischen 7.000 und 10.000-mal pro Woche aufgesucht

(Visits), knapp 45.000 mal pro Monat. Sie wurde um 32 Seiten erweitert. Die meist aufgerufene Site ist die für User kostenlose und sehr aufwändig zu pflegende Urteilsdatenbank im Themenbereich unfaire Attacken und Praktiken, die nach wie vor die umfangreichste in Deutschland ist. Viele große Zeitungen, Magazine, Radio- und TV-Sender, Jobbörsen und Institutionen haben auf diese Site verlinkt, darunter das Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Familie und Frauen in Rheinland-Pfalz und die Bundesagentur für Arbeit. An zweiter Stelle der meist aufgerufenen Site steht der Fairness-Blog von Dr. Norbert Copray, der aktuelle Informationen zum Thema Fairness und Kommentare zu aktuellen Vorgängen aus der Perspektive der Fairness enthält.. Auf diese Weise werden aktuelle Erkenntnisse sehr schnell verständlich aufbereitet und der Allgemeinheit zur Verfügung gestellt. Für die Pflege der Urteilsdatenbank und die kosten-

frei zugänglichen Internetseiten wurden ca. 2.210 Arbeitsstunden in 2009 seitens der Fairness-Stiftung gemeinnützig erbracht.

Durch die von der Fairness-Stiftung betriebenen Sites www.mobbingscout.de (hier finden Betroffene alles, was sie brauchen, auf dem jeweils aktuellen Stand, denn die Site wird quartalsweise geprüft, ergänzt, überarbeitet und aktualisiert), www.fairnessbarometer.de, www.faire-telefonwerbung.de und www.fairnesspartner.de konnten zusätzliche 1.000 Visits pro Woche, etwa 4.300 pro Monat verzeichnet werden. Die Site www.faire-telefonwerbung.de schaffte es als einzige Site aller denkbaren Portale auf die ARD-Site von plusminus an prominente Stelle zum Thema Werbeanrufe. Für diese gemeinnützigen Zusatzseiten mit hohem Nutzwert für User wurden 1.760 Arbeitsstunden seitens der Fairness-Stiftung aufgewendet.

3. Kontakte zur Presse / Öffentlichkeitsarbeit

Per Einzelbrief (Versand von Informationsunterlagen) und Beilagen (Einladungsflyer zur Verleihung Deutscher Fairness Preis und Int. Fairness-Forum z.B. in ArteMagazin) wurden über 320.000 Kontakte bedient. Dabei wurde auch die Adressensammlung inhaltlich und technisch auf den neustens Stand gebracht. Das kostete 640 Arbeitsstunden.

Die Presseberichterstattung über die Fairness-Stiftung hat 2009 gegenüber 2008 leicht zugenommen, obwohl es schwieriger geworden ist, grundsätzliche Fairness-Themen in den Medien unterzubringen. Im Schnitt fanden alle 4 Wochen ein Pressehin-

tergrundgespräch oder ein Interview statt. Dabei wurden insgesamt jährlich 200 Arbeitsstunden erbracht, so dass Vorfälle oder Grundinformationen korrekt und mit Hintergrund der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt bzw. vermittelt werden.

Besonders erwähnenswerte Presseberichte sind

- [Schlechtes Arbeitsklima](#)
(aus: Lebensmittel Zeitung vom 11.12.2009)
- [Nabenhauer Verpackungen ist Fairness-Partner](#)
(aus: meat-n-more vom 04.12.2009)

- [COREMEDIA AG](#)
[Für Fairness ausgezeichnet](#)
(aus: Internet World BUSINESS vom 26.10.2009)
- [Enterprise 2.0 und Fairness](#)
(aus: doubleYUU vom 09.10.2009)
- [CoreMedia AG](#)
(aus: Hamburger Morgenpost vom 07.10.2009)
- [Sören Stamer \(CoreMedia AG\) erhält Deutschen Fairness Preis 2009](#)
(aus: wallstreet:online vom 06.10.2009)
- [Deutscher Fairness Preis 2009 an Sören Stamer](#)
(aus: Stiftung & Sponsoring vom 06.10.2009)
- [Sören Stamer \(CoreMedia AG\) erhält Deutschen Fairness Preis 2009](#)
(aus: Bankkaufmann!com vom 06.10.2009)
- [Sören Stamer \(CoreMedia AG\) erhält Deutschen Fairness Preis 2009](#)
(aus: studenten.de vom 06.10.2009)
- [SMA Solar Technology AG](#)
(aus: Hessen-Champions 2009)
- [Wer wagt, gewinnt! Interview zum Thema](#)
(aus: StadtGespräch)
- [Wie mutig sollen wir sein?](#)
(aus: Die Presse am Sonntag vom 20.09.2009)
- [Zivilcourage: Wie mutig sollen wir sein?](#)
(aus: Die Presse.com vom 19.09.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009](#)
(aus: ExtremNews vom 14.05.2009)
- [Fairness in der Gesellschaft](#)
(aus: Infratest dimap vom 06.05.2009)
- [Viele Deutsche halten Unternehmen für fair](#)
(aus: all4finance vom 06.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009 / Kritik an ...](#) (aus: Telelino vom 06.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009 - Kritik an Arbeitgebern und Lob für Unternehmen](#)
(aus: Märkische Allgemeine vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009 / Kritik an Arbeitgebern und Lob für Unternehmen](#)
(aus: FinanzNachrichten.de vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009 / Kritik an Arbeitgebern und Lob für Unternehmen](#)
(aus: PresseEcho.de vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009 - Kritik an Arbeitgebern und Lob für Unternehmen](#)
(aus: stockwatch.de vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009](#)
(aus: P2News vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009](#)
(aus: finanzinform.de vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009 / Kritik an Arbeitgebern und Lob für Unternehmen](#)
(aus: Bankkaufmann.com vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009 - Kritik an Arbeitgebern und Lob für Unternehmen](#)
(aus: 4investors vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009](#)
(aus: Volksbanken Raiffeisenbanken vom 05.05.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009](#)
(aus: news aktuell Presseportal vom 05.05.2009)
- [Wie fair ist Deutschland?](#)
(aus: Publik-Forum vom 24.04.2009)
- [Das Fairness-Barometer 2009](#)
(aus: Verlag Dashöfer vom 07.04.2009)
- [Ohne Deckung. Wer kriminelle Machenschaften in seiner Firma enthüllt, muss sich warm anziehen.](#)
(aus: greenpeace magazin 2.09)
- [Thema "Kritisieren ohne zu verletzen"](#)
(aus: Wochenanzeiger Herford vom 19.02.2009)
- [Ring frei, Kollege!](#)
(aus: WirtschaftsWoche Nr. 7 vom 09.02.2009)

4. Vorträge / Seminare / Explorationen / Expertisen

Nach wie vor werden Vorträge bei der Fairness-Stiftung nachgefragt und durchgeführt. Sie finden meistens vor Führungskräften, Seminare finden mit Führungskräften statt, da sie in erster Linie für eine faire Organisations- und Führungskultur verantwortlich sind. In 2009 wurden insgesamt 29 Veranstaltungen (Vorträge, Workshops und Seminare) mit zusammen 43 Veranstaltungstagen durchgeführt.

Die Nachfrage nach Explorationsleistungen bei konflikträchtigen, komplexen, von Be-

schwerden begleiteten Situation in Unternehmen und Institutionen hat leicht zugenommen. Dazu wird eine Art Fairness-Audit durchgeführt, bei dem die Fairness-Qualität von Strukturen, Prozessen, Leitlinien-Umsetzungen und Kompetenzen geprüft sowie die Anteile an Konfliktsituationen von Mitarbeitern transparent gemacht werden. Im Ergebnis wird eine Expertise angefertigt, die im Schlussteil Empfehlungen enthält. Insgesamt wurden für den gesamten Tätigkeitsbereich 1.100 Arbeitsstunden aufgewendet.

5. Aktion Faire Telefonwerbung

Die Aktion Faire Telefonwerbung dient der Fairness im Verhältnis der Telefonmarketing treibenden Unternehmen bzw. deren Auftragnehmern wie Call Center zu Kunden bzw. potenziellen Kunden. Dieser Werbeweg stand und steht durch das Verhalten zahlreicher Werbeanrufer in der (öffentlichen) Kritik und ist zugleich für viele Unternehmen eine unverzichtbare Kundenkontaktmöglichkeit.

Das Portal dazu versammelt alle relevanten Informationen, gesetzliche Bestimmungen sowie Beschwerdewege und darüber hinaus die Eintragungsmöglichkeit in eine B2B-Werbeanrufer-Stopp-Liste, die bislang einmalig in Deutschland ist.

Das Portal und die entsprechende „Aktion Faire Telefonwerbung“ wird zu 50 % von Call Center frequentiert, die vor allem die derzeit gültigen Bestimmungen nachschlagen,

den Ethik-Kodex runterladen und sich die Beschwerdeformulare anschauen. Leider hat diese Frequentierung bislang nicht zu entsprechender Zunahme an Aktionspartner geführt, was u.a. daran liegt, dass die TM-Auftraggeber den Call Centern keine Nachweise für ihre ordnungsgemäße und hohe Fairness-Qualität der Werbeanrufer abverlangen. Hier sollte es Standard seriöser Auftraggeber werden, nur solche Call Center und TM-Agenturen zu beauftragen, die den Ethik-Kodex der „Aktion Faire Telefonwerbung“ anwenden und sich der Aktion als Partner anschließen.

Die Möglichkeit, sich neben Informationen im Portal auch des Beschwerdezentrum mit Formular auch für B2B-Werbeanrufer-Stopp zu bedienen, nehmen durchschnittlich sechs User im Monat wahr.

Der Arbeitsaufwand für das Portal, die Aktionsinhalte und die Bearbeitung der Anrufer

und Mails betrug in 2009 170 Arbeitsstunden. Hinzukommen werbliche Aktivitäten für

das Aktionsportal und die Beschwerdemöglichkeiten.

6. Fairness-Partner

Mit dem Projekt „Fairness-Partner“ will die Fairness-Stiftung Unternehmen und Organisationen animieren, sich dem Fairness-Feedback ihrer Kunden, Klienten, Mitarbeiter, Lieferanten und Dienstleister zu stellen. Und ihre Fairness-Qualität, die für Kunden und Öffentlichkeit immer wichtiger wird, unabhängig und manipulationsfrei im Urteil der Stakeholder nachzuweisen.

sensiblen Kunden zu tun haben oder zu tun bekommen.

Insgesamt sind fünf Unternehmen bislang Fairness-Partner; mit zehn weiteren laufen Gespräche und Abstimmungen dazu. Im Jahr 2009 hat die Fairness-Stiftung zu 43 Unternehmen Kontakt aufgenommen, von denen sich dreizehn interessiert gezeigt haben; bei drei ist es zu Vereinbarungen gekommen.

Vor allem jene Unternehmen und Organisationen werden angesprochen, die Fairness als Qualitätsauszeichnung und -nachweis für Produkte oder Dienstleistungen auf ihre Fahne schreiben. Oder mit diesbezüglichen

Die Fairness-Stiftung hat bislang vier Mal Fairness-Mindeststandards geprüft und über 16.000 Mal Fairness-Feedbacks in drei Firmen ermöglicht.

7. Gemeinnütziges Engagement der Fairness-Stiftung in anderen gemeinnützigen Organisationen

Engagiert war die Fairness-Stiftung auch im Jahr 2009 durch Dr. Norbert Copray gemeinnützig in der Jury der Erich Fromm-Gesellschaft für den Erich Fromm-Preis (2009 vergeben an RA Gerhart Baum). Außerdem durch die ehrenamtliche Tätigkeit als Herausgeber und Gesellschafter von

„Publik-Forum“ für die „Leserinitiative Publik e.V.“. Ferner engagierte sich Dr. Norbert Copray ehrenamtlich im Kuratorium der Deutschen Methoden Instituts (DMI) sowie im Deutschen Kniggeerat und als Mitglied im Deutschen Spendenrat e.V.. Der Einsatz umfasste ca. 430 Arbeitsstunden.

8. Fortbildung

In der 4. Fortbildungsgruppe zum zertifizierten Fairness-Coach und –Trainer wurden am 1.11.2009 nach Abschluss der Projektarbeiten und deren Präsentation an fünf Absolventen die Zertifikate „Fairness-Coach und

Fairness-Trainer“ übergeben. Die imposanten, gemeinnützigen Projekte reichten von Fairness-Workshops für Führungskräfte eines großen kommunalen Verkehrsträgers (Busse und Bahnen) bis hin zu Führungskräf-

ten und behinderten Mitarbeitern einer großen Einrichtung für Menschen mit Behinderungen, die auf den ersten Arbeitsmarkt vorbereitet werden.

Für die Fortbildung wurden insgesamt 380 Arbeitsstunden aufgewendet.

9. Deutscher Fairness Preis

Eine große Resonanz rief in 2009 die Vergabe des Deutschen Fairness Preises (German Fairness Award) an den Gründer, Gesellschafter und Vorstandsvorsitzenden (1996-2009) der CoreMedia AG aus Hamburg hervor.

Mit dem Deutschen Fairness Preis 2009 würdigen das Kuratorium und Direktorium der Fairness-Stiftung Sören Stamer, den Gründer, Gesellschafter und Vorstandsvorsitzenden von 1996-2009 der CoreMedia AG für seine Verdienste um eine faire Unternehmens- und Personalführung der CoreMedia AG. Vor über 340 Gästen wurde Herrn Sören Stamer der Preis in Frankfurt am Main am 27.10.2007 in feierlichem Rahmen überreicht.

Den musikalischen Rahmen des Festaktes gestaltete das Flötentrio des Ensembles „Flötenspektakel“. Dr. Norbert Copray, geschäftsführender Direktor der Fairness-Stiftung, begrüßte den Preisträger und die Gäste. Er führte unter anderem aus: „Es ist erschreckend, über wie viele Unternehmen und Organisationen nahezu täglich die Medien berichten, in denen und durch die Fairness mit Füßen getreten und humane Kooperation erschwert oder blockiert wird. Eigentlich liegt es auf der Hand: Wer selbständige, verantwortlich und kooperativ handelnde Mitarbeiter braucht, um situationsbezogen, kundenorientiert und kreativ zu

agieren, kann auf eine faire Unternehmens- und Führungskultur nicht verzichten. Gleichwohl stellt sich dann immer noch die Frage: Wie geht das? Wie gestaltet man eine Unternehmens- und Führungskultur, die fair und transparent ist? Welche Grundentscheidungen sind dafür wichtig, welche Schritte, welche Werkzeuge?“ Dass es möglich und realisierbar ist, beweise die heutige Vergabe des Deutschen Fairness Preises.

Frau Rechtsanwältin Irene Thiele-Mühlhan, stellvertretende Vorsitzende des Kuratoriums der Fairness-Stiftung, erläuterte den Kontext und die Bedeutung des Deutschen Fairness Preises. Sie stellte besonders die Verbindung zwischen dem Deutschen Fairness Preis und der Fairness-Charta der Fairness-Stiftung her und wies darauf hin, dass der Preis vor allem die Verantwortung aktiver Persönlichkeiten in herausgehobenen Positionen für eine faire Führungskultur dokumentiere.

Der Vorsitzende des Kuratoriums, Prof. Dr. Karl-Heinz Brodbeck, verlas die Preisurkunde mit der Begründung der Preisverleihung. Darin heißt es unter anderem: „Bei CoreMedia arbeiten heute über 150 Mitarbeiter für über 200 Großkunden auf allen fünf Kontinenten, darunter ARD, ARTE, Barmer, DAK, Daimler, debitel, Deutsche Telekom, NEC, Nokia, Motorola, Sky, Samsung, SEAT, Sony Ericsson, SWR, Vodafone, ZDF

sowie die Deutsche Bundesregierung mit über 80 öffentliche Verwaltungen und Behörden.

Dieser Erfolg ist eng verbunden mit einer fairen, kooperativen und transparenten Unternehmens- und Führungskultur. Die Mitarbeiter werden im Rahmen einer flachen Hierarchie aktiv in Entscheidungs- und Strategieprozesse eingebunden. Es gibt eine permanente aktive Anstrengung, Fragen und Probleme im gemeinsamen Gespräch zu lösen und nicht durch Anweisung.

Dabei spielt das Produkt bzw. die Dienstleistung von CoreMedia eine herausragende Rolle: Software und Dienste rund um Web 2.0 und Enterprise 2.0 – Instrumente und Portale für virtuelle Kommunikation. Konsequenterweise wird innerhalb des Unternehmens und mit den Kunden offen und transparent miteinander kommuniziert, so dass in nahezu jedem Fall die Mitwirkung an fairen Vorgängen und Ergebnissen besteht.

Dabei zeigte sich, dass alles, was Transparenz schafft oder sie verbessert, von besonderem Wert ist, sofern sie nicht die persönliche Sphäre, Urheberrechte und den Respekt verletzt. Sören Stamer hat dies erkannt und widmet sich verstärkt der Fairness im Internet und im Web 2.0.

Sören Stamer stellte sich direkten und persönlichen Anfragen, setzte sich aktiv und stets entwicklungsbereit damit auseinander, fairnesskompetenter zu führen und das Unternehmen weiter zu entwickeln. Er ermöglichte dadurch eine dezidierte Vertrauenskultur und beschritt neue Wege der Unternehmensführung unter Einbeziehung moderner Kommunikationssysteme. Er förderte damit die Selbstorganisation seiner Mitarbeiter und ihre Entwicklung als autonome Per-

sönlichkeiten durch die systematische Nutzung von Web 2.0- und Enterprise 2.0-Konzepten.“

Sören Stamer nahm die von Kuratoriumsmitglied Dr. Johannes Hans A. Nickel geschaffene Preismedaille des Deutschen Fairness Preises 2009 aus den Händen des Kuratoriumsvorsitzenden der Fairness-Stiftung Prof. Dr. Karl-Heinz Brodbeck entgegen.

In seiner Laudatio würdigte Prof. Dr. Joachim W. Schmidt die besonderen Verdienste von Sören Stamer. Er sagte unter anderem: „Für Dich, lieber Sören, ist ein Unternehmen zum einen eine weitgehend logisch, fast formal definierte Entität. In dieser Sicht besteht Dein Unternehmensmodell, wie es sich für den besten BWLer seines Jahrgangs schließlich gehört, aus komplexen, aber gut verstandenen Regelsystemen, Abhängigkeitsgraphen, Prozessmodellen, Zahlenkolonnen, etc. : Geschäftsmodell, Pflichtenheft, Quartalszahlen, Aktienrecht, Geschäftsordnung, Vorstandsvertrag usw. Du nimmst ein Unternehmen wahr als *aliena res*, als ein nüchternes Ding, ganz im Sinne von Ernst Cassirers „Dingwahrnehmung“ mit dem Ziel, per formaler Abstraktion und Theoriebildung zu mathematisch-logischen Formen zu kommen, mit denen man rechnen und die man letztlich optimieren kann. Im Bereich der Naturwissenschaften hat sich diese Art der Modellierung überaus bewährt – und als guter Betriebswirtschaftler beherrscht Du diese Art der Modellbildung nach den gängigen ökonomischen Verfahren natürlich bestens.

Zum anderen, und damit kommen wir zum Kern meiner heutigen kurzen Betrachtungen, nimmst Du, und auch darin folgst Du Ernst

Cassirer, ein Unternehmen auch und vor allem wahr, versteht und gestaltet es als eine kulturelle Entität. Du siehst im Unternehmen zuerst und vor allem das alter ego, die Gesamtheit der Einzelnen, im Sinne einer gemeinsamen Zielsetzung handelnder Mitmenschen. Und für das tägliche Handeln dieser Einzelnen - Dich eingeschlossen -, für den Unternehmensalltag, werden nun mit einmal die kleinen Münzen ganz wichtig, und Du, als der Verantwortliche, stehst damit vor der folgenden entscheidenden Aufgabe:

Wenn faires Handeln durch die Nutzung von Gestaltungsspielräumen jenseits strikter Regelwerke entsteht, von Spielräumen, die es dem Einzelnen – Dir und Deinen Mitarbeitern - erlauben, sich als alter ego einzubringen in das Bemühen um eine gemeinsame Zielerreichung, dann ist es ganz entscheidend, solche Gestaltungsspielräume erst einmal in genügender Zahl zu schaffen, sie geeignet auszugestalten und ihre Nutzung zu fördern.

Im Sport - und daher kommt ja schließlich der englische Begriff der „fairness“ – hat der einzelne Spieler derartige Spielräume; er kann sie nutzen, wie etwa jener Tischtennispieler, welcher ein Match entscheidend dadurch gestaltet, dass er jenseits des Regelsystems eine Tatsachenentscheidung des Schiedsrichters zu seinem Nachteil korrigiert, dann zwar Spiel und Titel verliert, aber seinem Sport zu gesteigertem Ansehen verhilft (und dafür 2007 den Fair-Play-Preis des Bundesinnenministers erhält und in China zum attraktivsten Sportler der Welt gewählt wird).

Und über diese Gestaltungsspielräume verfügen Mitarbeiter in klassischen, hierarchisch strukturierten Unternehmen eben

nicht in hinreichendem Maße. Ein hierarchisches „System von Kontrolle und Macht“, wie David Weinberger es nennt, repräsentiert viel mehr einen Konkurrenzkontext im Sinne eines concurrere, eines Parallellaufens zwar emsiger, wohldefinierter, gut kontrollierbarer und optimierbarer Prozesse – es reduziert aber doch das alter ego auf starre Rollen, enge Ziele, feste Schemata.

Als CEO arbeitete Sören also in den letzten Jahren mit zunehmender Intensität daran, die Struktur seines Unternehmens so auszugestalten, dass dessen Kommunikationskanäle und Entscheidungswege, sein Informationsfluss und seine feedback-Schleifen, seine Verfahren zur Zieldefinition und -revision etc. den Einzelnen in Gestaltungs- und Verantwortungsspielräume stellte, die dieser, wie Du in der Praxis bewiesen hast, in zunehmendem Maße sehr zum Nutzen des Unternehmens ins Spiel brachte.“

In seine Dankesrede unterstrich Sören Stamer die tiefe Dankbarkeit für den Deutschen Fairness Preis, aber auch die Verpflichtung, die er für die Zukunft empfinde und die er durch seine nächsten Unternehmungen unter Beweis stellen wolle. Er wies daraufhin, dass er seine starke Orientierung auf Fairness hin dem Elternhaus und seiner Herkunftsfamilie als bäuerliche Familie auf dem Hamburger Land verdanke, wo die Alltagsbewältigung ohne Kooperation und Fairness nicht möglich gewesen wäre. Er setzt große Hoffnung darauf, dass sich durch die Transparenz, die Web 2.0 und Enterprise 2.0 mit sich bringen, Fairness weltweit voranbringen und zugleich die Wahrung von Schutzrechten realisieren lässt. Jedenfalls will er sich diesem Anliegen verstärkt widmen.

Mit seinem Schlusswort dankte Dr. Norbert Copray dem Preisträger, dem Laudator, den Kuratoriumsmitgliedern, den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der Fairness-Stiftung sowie den Gästen für Ihre Teilnahme. Besonders hob er das Sponsoring durch die Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG und das Engagement ihres Alleinvorstands Hel-

mut Graf hervor, wodurch die Preisfeier finanziell und ideell ermöglicht wurde. Für die Vorbereitung (Kandidatenselektion und –prüfung etc.), Durchführung und Nachbereitung der Verleihung des Deutschen Fairness Preises 2009 wurden insgesamt 540 Arbeitsstunden aufgewendet.

10. Internationales Fairness-Forum

Das Internationale Fairness-Forum vermittelt bei kostenfreiem Eintritt wichtige empirische Erkenntnisse und wertorientierte Reflexionen zur Fairness in Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur und Medien. Dabei sollen neue Einsichten aus der Forschung und aus der Praxis zum Zuge kommen.

Im Jahr 2009 war das Internationale Fairness-Forum dem Thema gewidmet „Durch Fairness zur sozialen Gerechtigkeit?“.

Dr. Norbert Copray führte nach seiner Begrüßung in das Thema unter anderem wie folgt ein: „Überraschend offen und kritisch hat vor wenigen Monaten Bundespräsident Dr. Horst Köhler in einer öffentlichen Rede das Thema in der aktuellen Situation angesprochen. Er sagte:

„Die internationale Finanzkrise hat gezeigt, was geschieht, wenn mächtige wirtschaftliche Akteure den Blick fürs Ganze und den Blick über den Tag hinaus verlieren. Das wirft zwei grundsätzliche Fragen auf:

Erstens: Dürfen sich die Völker der Welt eigentlich einfach darauf verlassen, dass die Akteure auf den Märkten den nötigen Blick für das Gemeinwohl und für nachhaltiges Wirtschaften haben? Antwort: Nein, das dürfen die Nationen nicht. Die Krise hat be-

wiesen: Im Wirtschafts- und Finanzleben ist eine energische staatliche und zwischenstaatliche Ordnungspolitik unentbehrlich. Die ordnungspolitischen Vordenker unserer Sozialen Marktwirtschaft haben Recht behalten: Der Markt alleine richtet nicht alles zum Guten. Wir brauchen wirtschaftspolitisch weltweit "einen starken Staat, einen Staat oberhalb der Wirtschaft, oberhalb der Interessenten". Das hat Alexander Rüstow gesagt, einer der Wegbereiter der Sozialen Marktwirtschaft. Stark ist ein Staat, der dem Marktgeschehen klare und wirksame Regeln und Grenzen setzt. Und stark ist gerade auch ein Sozialstaat, der keine Versprechungen macht, die er nicht einlösen kann.

Die zweite Frage lautet: Lässt sich die Wirtschaft so gestalten, dass sie mehr verfolgt als bloße Eigeninteressen, dass die an ihr Beteiligten immer auch das Gemeinwohl und die Erfordernisse nachhaltigen Wirtschaftens im Blick behalten? Antwort: Ja, und dafür sind vor allem drei Faktoren gut - soziale Teilhabe, ein kooperatives Klima in den Arbeitsbeziehungen und eine Kultur der Mitbestimmung.“

Mit diesen Worten des Bundespräsidenten sind wir mitten im Thema dieses Nachmittags gelandet. Er definiert drei Faktoren, die da-

für stehen, eine Gemeinwohl orientierte Vorstellung von sozialer Gerechtigkeit im Gegensatz zu einer einzelnen Lobbies und Gruppen verpflichteten Gerechtigkeitsvorstellung zu ihren Gunsten zu entwickeln. Der Bundespräsident sagte in der gleichen Rede etwas später:

„Es geht mir darum, dass wir anderen Entwicklungen in unseren Gesellschaften - "Jenseits von Angebot und Nachfrage" (Wilhelm Röpke) - mehr Aufmerksamkeit widmen; dass wir genauer hinschauen. Die OECD weist mit Recht darauf hin, dass es bei der Suche nach den Maßeinheiten für Lebensqualität auch um politische Kontrolle geht: Wir müssen besser beschreiben und messen lernen, was eine gute Gesellschaft ausmacht, damit die Wähler Politiker und die Ergebnisse ihrer Politik genauer beurteilen können. Der Mensch ist nicht allein Konsument oder Produzent - so wichtig das auch ist. Er ist auch Bürgerin oder Bürger, Nachbar, Mutter, Vater oder Kind. Er hat Wünsche und Träume und er trägt Verantwortung - für seine Mitmenschen, die Schöpfung und auch für künftige Generationen. Haben wir das schon ausreichend im Blick? Haben wir die richtigen Maßstäbe dafür? Geben wir der Diskussion um die richtigen Maßstäbe genügend Zeit?“

Als hätte der Bundespräsident von unserem Vorhaben gewusst, heute und hier eben das auszuloten. Entscheidend für das Gelingen sozialer Gerechtigkeit ist zuvorderst, dass die Grundsätze der Gerechtigkeit in einer fairen Auseinandersetzung diskutiert, gefunden und später auch beschlossen und umgesetzt werden. Findet eine solche faire Auseinandersetzung, Beratung und Suche in der Ge-

sellschaft statt? Sind dazu alle möglichen und nötigen Maßnahmen ergriffen, um eine faire Ausgangssituation für eine solche Beratung und Diskussion zu schaffen und dann durchzuhalten? Oder werden bereits im Vorfeld Umstände erzeugt und Maßnahmen ergriffen, die kein faires Befinden darüber ermöglichen, was gesamtgesellschaftlich soziale Gerechtigkeit bedeuten und sein soll? Ist eventuell die behauptete Sozialität einer Marktwirtschaft oder die vermeintliche Teilhabe in der Demokratie nach dem heutigen Stand zu schwach ausgebildet, damit man durch Fairness zur sozialen Gerechtigkeit kommen kann? Und was geschieht seitens bestimmter gesellschaftlicher Akteure, die die Fairness einer gesellschaftlichen Diskurses und Beschließens über soziale Gerechtigkeit und ihre konkreten Ausprägungen möglicherweise aushebeln?“

Prof. Dr. Birger Priddat, Lehrstuhlinhaber an der Universität Witten/Herdecke, zeigte an Hand von „Vertrag und Vertragserfüllung“ die „Ökonomie unfaier Beziehungen“ auf. Ohne die faire Herstellung einer Gemeinsamkeit des Interesses und des Zieles für beide Seiten komme kein nachhaltiger Vertrag zustande, was wiederum Fairness in der Weise voraussetzt, das jeder Partner auf die Interessen das anderen Rücksicht nimmt und sie in einem gemeinsamen Vertrag zu Geltung kommen lässt. Verträge, die dies nicht beachten, kommen entweder nicht zustande oder setzen sich wegen Übervorteilung nicht weiter fort. Wo einseitige Machtasymmetrie herrsche, bedürfe es daher eines starken Ausgleichs, damit Vertragspartner auf Augenhöhe auch Partner sein. In Anwendung auf Arbeitsverhältnisse und Arbeitsverträge konnte Prof. Priddat verdeutlichen, wie

maßgeblich daher Fairness ist, um zu seiner Situation zu kommen, die von allen Partner als sozial gerecht beurteilt wird.

Jutta Ditfurth, Diplom Sozialwissenschaftlerin, Journalistin, Buchautorin und politische Aktivistin vornehmlich im außerparlamentarischen Bereich, bestritt eine sinnvolle Funktion der Fairness in kapitalistischen Wirtschaftssystemen. Über ein bloßes Nettsein zur Verschleierung von Ausbeutungsverhältnissen gehe die Fairness selten hinaus und hätte daher oftmals die Funktion eines Feigenblattes. Demgegenüber gelte es, Machtverhältnisse zu Ausbeutungszwecken sichtbar zu machen und Voraussetzungen zu schaffen, dass sie überwunden würden. Daher komme man durch Fairness nicht zur sozialen Gerechtigkeit, sondern nur durch radikale Infragestellung der aktuell gültigen Wirtschaftsweise.

Prof. Dr. Norbert Walter, Chefvolkswirt der Deutschen Bank und Geschäftsführer von Deutsche Bank Research, untersuchte die Frage: „Wie finden wir das richtige Maß für soziale Gerechtigkeit?“ Er stellte besonders heraus, dass zweierlei entscheidend sei: 1. eine persönliche Verankerung in einem Wertesystem, das den anderen jeweils zugestehen, was man für sich in Anspruch nehmen, und durch entsprechendes, vorbildliches Verhalten belegt werde, 2. dass wir nicht von Einzelinteressen oder ihrer bloßen Addition

die Maßstäbe für Gerechtigkeit ableiteten, sondern im Blick auf das Wohl aller und des Ganzen, was nicht in jedem Fall das Gleiche sei.

Das sehr lebendige Podiumsgespräch griff die von den Rednern vertretenen Thesen auf, ehe sich die Phase der Publikumsfragen anschloss. Wichtiges Thema war unter anderem, inwieweit Fairness nur Nettsein bedeutet oder nicht vielmehr konstitutiv ist für die Lösung der Gerechtigkeitsfrage, auch für diejenigen, die das Wirtschaftssystem radikal in Frage stellen.

In seinem Schlusswort dankte Dr. Norbert Copray den Rednern für ihr Engagement und ihre profunden Beiträge beim Internationalen Fairness-Forum. Er würdigte insbesondere das finanzielle Engagement der Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG sowie das ideelle und ehrenamtliche Engagement ihres Alleinvorstands Helmut Graf für diese Veranstaltung und die Fairness-Stiftung. Und lud anlässlich des 10jährigen der Fairness-Stiftung zum Internationalen Fairness-Forum 2010 nach Frankfurt am Main für den 30.10.2010 ein.

Für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung des Internationalen Fairness-Forums wurden in 2009 320 Arbeitsstunden aufgewendet.

11. Fairness-Netzwerk und Mitgliedschaften

Das Fairness-Netzwerk mit der regelmäßigen Herausgabe des fairnessreports als virtuelles Magazin (pdf-file), besonders im Bereich des Fairness-Experten-Netzwerkes, entwickelt sich stabil und fundiert. Hier sind in 2009 210 Arbeitsstunden angefallen.

Die Fairness-Stiftung ist Mitglied im Deutschen Spendenrat e.V., im Bundesverband Deutscher Stiftungen sowie im Bundesver-

band Wirtschaft und Außenhandel (BWA). Gute Kontakte gibt es zum Bundesministerium des Innern in Bezug auf Fairness und Dopingbekämpfung. Die Fairness-Stiftung ist mit eigenen Angeboten in der IAS-Stiftung zu den Themen Fairness, Antidiskriminierung und Mobbingbewältigung vertreten. Darüber hinaus ist sie Partner der Mobbinghotline NRW.

12. Finanzielle Situation

2009 konnte die Einnahmesituation der Fairness-Stiftung aus Spenden- und Sponsormitteln sowie aus Gebühren gegenüber 2008 leicht verbessert werden; abzüglich des Sondereffekts durch einen Nachlass ergibt sich ein Rückgang der Einnahmen.

Die finanzielle Lage weist Indikatoren für eine Stagnation in 2010, bedingt durch die Finanz- und Wirtschaftskrise, auf. So kann zwar für 2009 die gemeinnützige Tätigkeit der Fairness-Stiftung als finanziell abgesichert gelten, aber darüber hinaus ist die finanzielle Lage hinsichtlich der Einnahmenseite ungewiss, da ein Anstieg der Einnahmen tendenziell unwahrscheinlich ist.

Verbindliche, mündliche Zusagen von Spenden in Höhe von 6.000 und 15.000 € wurden nicht eingelöst.

Für die Projekte bzw. Veranstaltungen Deutscher Fairness Preis und Internationales Fairness-Forum wurden in 2009 22.190,39 € (ohne Personal- und Honorarkosten) ausge-

geben; der Personalkostenanteil inkl. Honorarkosten und Aushilfskräften beträgt 25.920 €. Von den Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit muss ein Anteil von 24.000 € für die Bekanntmachung und Bewerbung der Veranstaltungen hinzugerechnet werden.

Bereiche, in denen Provisionen oder Erfolgsbeteiligungen gezahlt wurden, hat es nicht gegeben. Projektgebundene Spenden galten der Internetwerbung für den Mobbingscout sowie dem Fairness-Barometer und der Aktion Faire Telefonwerbung.

Einen Sondereffekt gab es 2009 durch eine Summe aus einem Nachlass für die Fairness-Stiftung in Höhe von 51.941,31 €.

Diese Summe ist für 2010 für die Web-Pflege, für das 10jährige Jubiläum, für das Fairness-Barometer 2010 sowie für den Ausbau der Fairness-Partnerschaft und die Öffentlichkeitsarbeit projektiert worden.

Im Detail ist hier auf den Jahresabschluss, die Jahresbilanz und das Ergebnis der Wirt-

schaftsprüfung zur Verwendung der Spenden- und Sponsorengelder im Sinne der

Selbstverpflichtung des Deutschen Spendenrates e.V. verwiesen.

13. Personalsituation

In der Fairness-Stiftung arbeiten anderthalb hauptamtliche Mitarbeiter (davon ein Geschäftsführer in Vollzeit), eine Honorarkraft (Dipl. Päd. und M.A.phil.), sieben ehrenamtliche Kuratoriumsmitglieder zuzüglich einem

Ehrenmitglied und acht ehrenamtliche Berater in der Hot- und Helpline mit. Hinzu kommen fallweise für Projekte zwölf Honorarmitarbeiter mit akademischen Abschlüssen und langjähriger Berufserfahrung.

Dr. Norbert Copray
Geschäftsführung
16. März 2010