

Ein Tag nicht wie jeder andere,

eine Tagung, schon gar nicht, wie jede andere. Plötzlich war sie da und ebenso plötzlich war sie Gesprächsthema Nummer eins – die soziale Verantwortung. Irgendwie war sie quicklebendig geworden und es schien so, als hätten nahezu alle im Konferenzsaal des Hilton in München darauf gewartet. Die Initialzündung dazu gab am 22. November d. J. Hans-Theo Baumgärtel in seiner Eigenschaft als Vorstand des Dialoges Textil-Bekleidung als er eine Laudatio für die Seele des Vereins Anita Nieß vortrug. Darin hiess es:

„Wenn man das Konzept von besonders erfolgreichen Unternehmen und Organisationen analysiert, stellt man fest, dass meist eine zündende Idee und eine durchsetzungsstarke Persönlichkeit ist Anita Nieß, seit 27 Jahren prägt sie den Dialog mit vielseitiger Sachkenntnis und großer Intelligenz. Ungewöhnliche Zielstrebigkeit und Offenheit gegenüber neuem Gedankengut sind nur zwei ihrer Stärken. Sie hat den Mut Neues anzupacken und unkonventionelles durchzuführen.

Aber das wertvollste an ihren außergewöhnlichen Charaktereigenschaften ist ihre soziale Verantwortung, die bei ihrem Handeln immer im Vordergrund steht.

Ich erinnere mich an die vielen Gespräche, die wir über strategische Ausrichtungen des DTB geführt haben. Eine ihre mesit ausgesprochenen Forderungen ist: wir müssen die Menschen mitnehmen. Im Zugang zu Menschen, ebenso wie in der Diskussion um Dinge, die ihr am Herzen liegen, kennt sie keine Umwege. Kein ängstliches Kalkulieren, sondern die direkte Ansprache.

Sie hat sich nie verbiegen lassen und

ist ihrer Geradlinigkeit und Unbestechlichkeit immer treu geblieben.

Den Dialog zum Erfolg zu führen, war kein Selbstläufer. Am Anfang gab es viele Anfeindungen, aber im Laufe der



Anita Nieß

Zeit hat Anita mit ihrem unverwechselbaren Charme und ihre Zielstrebigkeit daraus Kooperationen und freundliche Beziehungen geschaffen. Anita hat die wundervolle Gabe, Menschen zusammen zu führen, für eine Idee zu begeistern und erfolgreich ihre Dialogfähigkeit herauszufordern, getreu dem Motto von Henry Ford:

„Zusammenkommen ist ein Anfang, Zusammenbleiben ist ein Fortschritt, Zusammenarbeiten ist ein Erfolg.“

Systematisch mit Fleiß und Zähigkeit hat sie ein einmaliges Kompetenznetzwerk des DTB geschaffen. Dieses Netzwerk ist zur Erfolgsplattform geworden.

Wer soviel zu bieten hat, dessen Rat ist sehr gefragt. Anita ist in vielen nationalen und internationalen Gremien tätig, immer im Interesse unserer Branchen Textil und Bekleidung. Sie hat Forschungsprojekte angestoßen, die mit ihrem außergewöhnlichen Engagement erfolgreich abgeschlossen werden konnten.“

Zurück im KLAR-TEXT:

Dass im DTB viel und hart gearbeitet wird, haben wir in den vergangenen Jahren immer und immer wieder beschrieben, so können wir es uns heute leisten, einmal ausschliesslich über die soziale Komponente nachzudenken, die unseren Umgang mit der Resource Mensch im Istzustand betrifft. Wer an Geschäfte gleich welcher Art denkt, denkt zunächst an Gewinn, will sagen, Gewinnmaximierung um jeden Preis, das liegt nun mal in der Natur der Sache und ist im Prinzip auch richtig so. Wer sich unter Preis verkauft, geht pleite. Doch wie ich das Ziel der Gewinnmaximierung erreiche hat viele Facetten und da sollte an erster Stelle der Mensch, der Mitarbeiter, der Kollege, mechanisch ausgedrückt, das Zahnrad im Getriebe stehen. Wie gehe ich damit um, welchen Stellenwert hat der Mensch mit all seinen Stärken, Schwächen, Marotten, Charakteren etc. im Unternehmen. Nun ist ja die loyale, persönliche, feste Bindung an den Arbeitsplatz auch gerade in Deutschland mit ca. 20% nicht besonders hoch. Das könnte sich mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit durch eine sozialere Einstellung insgesamt zum Besseren ändern. Eine Unternehmenskultur, die das begriffen hat, verdient diesen Status zuerst. Der DTB als Verein macht es vor, er vereint im Respekt vor den Menschen, Unternehmen verschiedenster Coleurs, oft mit gegenteiligen Interessen in einem

IMPRESSUM

Herausgeber
»Das Klar'sche Textilarchiv GmbH«
Thann 28 • 83098 Brannenburg
Tel.: 0 80 34/86 86
Fax: 0 80 34/80 01
e-Mail: info@klartext.de
Internet: www.klartext.de

Redaktion:
Sybille Rapp,
Eugen Rapp
Moritz Rapp
Attila von Stein

Modeberichte:
Ruth Haber

Textverarbeitung:
Simone Wydra
Recherche:
Sabine Lausser
Regina Götze

Journalistenoffice:
Monica von Wrede

Vervielfältigung von Texten (auch auszugsweise) nur nach Genehmigung durch den Verlag. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos übernehmen Verlag und Redaktion keine Haftung.

harmonischen Arbeitsklima. Zur Zeit sind es 200 Mitglieder aus der gesamten textilen Kette mit einem Umsatzvolumen von ca. 30 Mrd. Euro, aus sieben europäischen Ländern kommend. Die diversen Arbeitskreise arbeiten schwerpunktmässig an den Geschäftsfeldern – Qualitätswesen/Ökologie – Beschaffung und Produktion – Supply Chain Management – Seminare/Workshops. Zitieren wir zum Schluss noch einmal Hans-Theo Baumgärtel:

„Wie kann man eine so komplexe Organisation, die so viele unterschiedliche Mitglieder hat, wirksam motivieren und wie in einer Großfamilie zusammenhalten? Unsere Experten haben es ausformuliert:

Der DTB ist das flexible, kompetente Wissensnetzwerk von Akteuren der textilen Wertschöpfungskette mit dem Ziel Wissen zu erwerben und zu teilen. Durch einen offenen und konstruktiven Dialog werden nachhaltig Partnerschaften kreiert und gefestigt, das ist das Herzstück des DTB, die Seele des Dialogs, Anita, bist du.

Ich möchte mich bei dir für 27 Jahre erfolgreiche Vorstandsarbeit bedanken und ich ziehe den Hut vor deinem Lebenswerk DTB!“

Zurück im KLAR-TEXT:

Zum Thema der sozialen Verantwortung haben die Veranstalter einen Referenten eingeladen, der es auf den Punkt bringt. Eine extravagante Kombination aus protestantischem Pastor und Unternehmer indischer Abstammung, vereint sich in der Person von Johnson Eliezer-Jensen aus der Schweiz. Zusammen mit seiner dänischen Frau betreibt Eliezer in Bern und Zürich, neben seiner seelsorgerischen Mission, drei Einzelhandelsgeschäfte für Bekleidung. Von den drei Töchtern, die die beiden haben, studiert eine bereits wiederum Theologie, der Vater von Johnson-Eliezer war auch schon Theologe. Eine Kurzfassung dieses Vortrages speziell für den KLAR-TEXT angefertigt, geben wir hier wieder:

1. TEIL

Mensch zu sein, heisst Fragen zu stellen.

Die Frage, die viele nach der Finanzkrise stellten war: „Wann wird diese Krise vorbei sein?“ Die Stossrichtung der Fra-

ge ist offensichtlich: Wann können wir so schnell wie möglich zur Normalität zurückkehren? Erstaunlich angesichts der Tatsache, dass das Status Quo die Welt an den Rand des Abgrunds gebracht hat: Der Glaube an die ‚unsichtbare Hand‘ des Marktes, die alles zum Besten wendet. Dieser Glaube brach zusammen mit dem Einbruch der Finanzkrise.

Die Frage „Wann wird diese Krise vorbei sein?“ war und ist falsch. Wir sollten vielmehr fragen: Wie wird diese Krise uns verändern? Drei Dinge sind klar:

1. Wir kommen nicht darum herum den Markt neu zu ordnen. Da sind die Mächtigen dieser Welt dran.

2. Wir kommen nicht darum herum den Sinn und den Zweck eines Unternehmens neu zu definieren. Ist der Sinn allein die Vermehrung des Geldes, dann wird es so kommen, dass die Revolution ihre eigenen Kinder frisst.

3. Wer sind wir? Wir sind ja unendlich mehr als einfach ein Teil einer Produktionskette und mehr als unsere Arbeit. Wir kommen nicht darum herum dem Menschsein mehr Beachtung zu schenken in unseren Unternehmen.

2. TEIL

Menschen, die andere Menschen führen, sind in besonderer Weise dazu berufen, sich mit den Fragen des Menschseins auseinanderzusetzen.

Alle Reflektion muss mit der menschlichen Vergänglichkeit beginnen. Denn neben der Geburt ist der Tod die einzig gültige Wahrheit über den Menschen.

Du bist endlich, deine Macht ist begrenzt.

Schon im Mutterleib hat der Tod unsere Hände signiert, sagten die Römer. Es ist allein der Tod, der uns hilft das grosse Paradoxon der Macht zu verstehen: Der einzige Grund, Macht anzustreben, ist der, sie zu verlieren, sie abzugeben.

Du bist endlich, welche Geschichte lebst Du?

Wir leben nicht ewig. Und darum ist entscheidend heraus zu finden, was man macht mit der Lebenszeit, die man hat. Alasdair MacIntyre, der Philosoph sagt, dass nur Geschichten auf die Frage „was soll ich leben/tun“ eine Antwort geben können. Unsere Welt hält uns eine unüberschaubare Zahl an Ge-

schichten, aus welchen wir auswählen können, bereit. Einfachheitshalber teile ich sie in zwei Genres ein.

Das erste lebt den amerikanischen Traum, wie die amerikanische Verfassung sie festgehalten hat: Das Recht auf Jagd nach dem persönlichen Glück. Diese narzisstische Narrative, deren Inhalt Geld, Macht und Vergnügen sind, beherrscht unsere Gesellschaft heute und baut auf Persönlichkeit. Wie antike Darsteller, die eine Persona, eine Maske tragen, tragen wir Persönlichkeit. Je nach Situation eine andere. Das verlangt die egozentrische Glückssuche, die vom Zusammenhang der Dinge und der Menschen nichts mehr weiß.

Im zweiten Genre geht es stets um Geschichte, in der es um die Prüfung und die Stärkung eines Menschen Charakter geht. Das Wort Charakter ist praktisch aus unserem Wortschatz verschwunden, weil Charakter ein ethisches Konzept ist,

und weil unsere heutige Psychologie mit einem solchen Begriff nichts anfangen kann. Charakter entwickelt und offenbart sich in dem, was wir entscheiden und tun. In unseren Unternehmen und in unserer Gesellschaft entstehen die grössten Probleme, weil Menschen nicht mehr wissen, was es heisst einen guten Charakter zu haben: Was es heisst ehrlich und selbstlos und loyal und barmherzig und couragiert und gehorsam und dankbar zu sein.

Zu aller, allerletzt: Lassen wir den Tod die Prioritäten bestimmen

Werden Sie auf Ihrem Sterbebett sagen, ich wünschte, ich hätte mehr Zeit verbracht im Büro und weniger mit der Familie? Oder ich wünschte, ich hätte mehr Zeit aufgewendet um Geld zu verdienen, als für die anderen da zu sein? Oder: ich wünschte, ich hätte mehr Zeit aufgebracht nach der Weisheit, als nach dem Wissen zu suchen.

In den Psalmen heisst es: Lehre mich bedenken, dass ich sterben muss, damit ich weise werde!

Zurück im KLAR-TEXT:

Zum guten Schluss unseren Tagungseindruck: Der DTB beschäftigt sich in den Arbeitskreisen nicht nur mit Qualität – der DTB ist Qualität.