

Dr. Oliver van Laak ist nicht nur promovierter Mathematiker, sondern auch Partner bei Cassini Consulting. Nachdem er als IT-Berater in einem amerikanischen Start-up bis zum Business Unit-Leiter Karriere gemacht hatte, gründete er Mitte 2006 gemeinsam mit einigen Kollegen die Management- und Technologieberatung. Im Interview erläutert er, was hinter dem nachhaltigen Engagement bei Cassini steckt.

Interview

Nachhaltigkeit by Cassini – das steckt dahinter.



Dr. van Laak, zunächst eine Frage zu Ihrer Vergangenheit: Wie kamen Sie eigentlich in die Unternehmensberatung? Haben Sie sich schon immer mit Informations- oder Kommunikationsthemen beschäftigt?
Ganz einfach: Im Unterschied zu klassischen Unternehmensberatungen wollte ich immer schon technologische Projekte begleiten, an deren Ende ein konkretes, anfassbares Ergebnis steht, bei denen man also sozusagen einen Knopf drücken kann und dann funktioniert's.

Wie würden Sie beschreiben, was Ihr Unternehmen macht?
Cassini initiiert und begleitet Transformationsprozesse, die die Richtung in Unternehmen und Organisationen verändern. Das klingt jetzt sehr groß. Wenn man aber bedenkt, dass etwa 90% der heutigen Veränderungsprozesse technologiegetrieben sind, können Sie sich vorstellen, dass das eine ebenso spannende wie maßgebliche Aufgabe ist. Wir sind hierfür mit 140 hochkompetenten Beraterinnen und Beratern an sechs Metropolen-Standorten bestens aufgestellt.

Wie würden Sie beschreiben, was Sie bei Cassini machen?
Ich habe mehrere Identitäten, Aufgabenfelder und Verantwortlichkeiten. Ich bin einerseits direktiv Cassini Vorstand, dann aber auch operativ tätig als Geschäftsführer in Frankfurt. Außerdem bin ich verantwortlich fürs Marketing und gemeinsam mit meinen Kollegen zuständig für den Bereich Corporate Social Responsibility. Aber keine Angst: Ich mache das gerne.

Ist das typisch für Ihr Unternehmen?
Bei Cassini haben wir glücklicherweise viele motivierte Mitarbeiter, die sich Freiräume erarbeiten, um sich individuell zu entfalten und etwas Neues zu gestalten. Oft stoßen sie eine Initiative an, die sie danach

selbst begleiten. So kommt es, dass sie manchmal zwei oder drei Projekte gleichzeitig vorantreiben und verantworten. Übrigens ohne den Druck, es machen zu müssen. Sondern, weil sie es wirklich wollen.

Was zeichnet Cassini im Markt besonders aus?
Ich denke, dass Charakter und Qualität der Menschen hier einzigartig sind. Die Mitarbeiter verstehen wirklich ihr Geschäft. Das heißt: Sie überzeugen durch ihre Fähigkeit, komplexe Prozesse zu begreifen und gleichzeitig hochwertige Beratung anzubieten. Das ist in dieser Form und Ausprägung schon etwas Besonderes – und das schätzen auch unsere Klienten.

Wenn wir uns nun mit Nachhaltigkeit beschäftigen, welche Begriffe fallen Ihnen da ein?
In erster Linie: Verantwortung. In diesem Zusammenhang auch ein etwas altmodisch klingendes, aber sehr treffendes Wort wie Anstand. Nachhaltiges Denken und Handeln entsprechen einfach auch unserem Selbstverständnis. Das vergleiche ich gerne mit einem guten Handwerker, dessen Berufsethos es nicht zulässt, dass er nachlässig ist und Fehler macht.

Wo glauben Sie, sich als Management- und Technologieberatungsunternehmen in puncto Nachhaltigkeit profilieren zu können bzw. zu müssen?
Nachhaltigkeit ist einfach in jedem Bereich unserer Wirtschaft und Gesellschaft notwendig, das geht nicht mehr ohne. Wie Sie aber wissen, sind wir ein Beratungsunternehmen und kein Industriekonzern. Bei uns gibt es also naturgemäß ordentliche Gehälter, keine Kinderarbeit und kaum Abfall und Verschmutzung. Auch unser CO2-Fußab-

druck ist akzeptabel, wiewohl wir versuchen, ihn noch weiter zu verbessern. Aber wie Sie sehen, haben wir beim Thema Umweltschutz nur begrenzte Gestaltungs- und Verbesserungsmöglichkeiten. Der Bereich, der uns besonders am Herzen liegt, ist das soziale Engagement. Hier entdecken wir viele Möglichkeiten, wie wir die Gesellschaft bereichern können. Das machen wir immer der Sache halber – und es wird von allen hier im Unternehmen mitgetragen.

In wie weit trifft Ihr Beratungsansatz ‚Guiding Ahead‘ auch im Bereich Ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen zu?

Wie ich eben schon angedeutet habe, können wir im Gesamtkomplex der Nachhaltigkeit keine Führungsposition anstreben. Aber: Im Rahmen dessen, was wir machen können, wollen wir Perfektion erreichen. Und in diesen Bereichen trifft ‚Guiding ahead‘ durchaus zu. Hier wollen wir mit gutem Beispiel vorangehen.

Wie haben Sie sich anfänglich der Aufgabe genähert, Nachhaltigkeitsprinzipien zu erstellen?

Es begann mit einer Analyse, was wir bei Cassini bereits machen und der Erstellung einer Art ‚big picture‘, also einem übergeordneten Bild von dem, was wir tun wollten. Wir haben hierzu eine kleine Projektgruppe von drei Mann gebildet. Dann haben wir uns eine CSR- und Umwelt-Strategie überlegt und konkrete Maßnahmenpakete beschlossen – von der Mülltrennung über natürliches Mineralwasser bis zu Ökostrom und CO₂-Kompensation. Und natürlich haben wir soziale Projekte gesucht und gefunden. Ganz konzentriert und effizient. Denn um es klar zu sagen: Bei allem Engagement investieren wir lieber in ein Projekt als in zusätzliche Bürokratie.

Warum kümmern Sie sich um die Belange der Gesellschaft? Steckt eine Mission dahinter?

Nein, wir sehen uns nicht als große Weltverbesserer. Als ‚Good Corporate Citizen‘ entspricht es mehr unserem Selbstverständnis als einem politischen Leitmotiv oder Fingerzeig.

Ist das soziale Engagement bei Cassini auch ein strategischer Schritt zur attraktiven Arbeitgebermarke?

Soziale Projekte machen wir nicht, um unser Image im HR-Bereich zu polieren. Aber klar ist auch, dass es dem einen oder anderen Bewerber gefällt, was wir hier machen – unseren Kunden übrigens auch.

Wie findet denn der Prozess der Themen- und Ideenfindung statt?

Die Themen und Ideen finden und beschließen wir gemeinsam. Wenn jemand eine Idee hat, trägt er sie vor. Das läuft bei uns sehr eigenverantwortlich. Wissen Sie, Verantwortung ist nicht delegierbar. Da kommt uns wieder der Charakter unserer Mitarbeiter zugute. Denn gute und engagierte Berater wollen gestalten, nicht verwalten.

Wie wichtig ist Ihnen persönlich und geschäftlich das Thema Umweltschutz?

Mir persönlich ist das sehr wichtig. Und auch wir als Unternehmen machen da, was wir können. Also alles, was ökologisch sinnvoll und ökonomisch vertretbar ist.

Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen noch Potenzial in Sachen Nachhaltigkeit – auch in der Beratung Ihrer Kunden?

Wir werden noch einiges bewegen bei den sozialen Themen, aber wir haben nicht so allzu viel Potenzial, Ressourcen und Energien einzusparen. Und auch wenn wir da stark engagiert sind, CSR ist nicht Gegenstand unserer Beratung beim Kunden. Das Thema ‚Green IT‘ versuchen wir aber im Rahmen unserer Projekte immer wieder voranzutreiben, was uns auch schon ganz gut gelingt.

Lohnt es sich eigentlich für Sie, in Nachhaltigkeit zu investieren?

Man muss sich das schon leisten können. Bei der Ökologie mag es auch energetische und monetäre Einspar-effekte geben, aber wenn wir in CSR investieren, kostet uns das erst einmal Geld. Keine Frage, das ist es uns auch wert. Immerhin gelingt es uns immer wieder, einige unserer Klienten davon zu überzeugen mitzumachen.

Was ist Ihre Haltung zum Thema Transparenz gegenüber den Kunden?

Das wird von unseren Klienten inzwischen stark eingefordert. Wir bieten volle Transparenz über alle Prozesse, Leistungen und zeitlichen Einsätze. Wir sagen klar, wer was macht. Natürlich gibt es Vertraulichkeitsgrenzen. Das kommt auch immer auf den jeweiligen Kunden und seine Compliance-Richtlinien an.

Wenn Sie ein Fazit Ihrer bisherigen Nachhaltigkeits-Bemühungen ziehen, wie fällt das aus?

Klar, man kann immer noch mehr machen, aber die positiven Überraschungen überwiegen bei weitem. Unsere Weihnachtsaktionen haben bei unseren Kunden ein super Feedback ausgelöst. Und auch die Mitarbeiter selbst haben Spaß daran, sind fordernd, stoßen Dinge an. Erstaunlich war für mich, wie viele von ihnen ehrenamtlich im Dienste einer guten Sache stehen, die Dinge in die Hand nehmen und weiter-treiben. Das ist wirklich toll.

Herr Dr. van Laak, herzlichen Dank für das Gespräch. Und gutes Gelingen für die Zukunft.

Gute und engagierte Berater wollen gestalten, nicht verwalten.