

Corporate Volunteering

Unternehmen und Unternehmer, die sich für gesellschaftliche Anliegen engagieren, entdecken zunehmend eine nutzbringende Alternative zum rein finanziellen Engagement (Spenden, Sponsoring): Sie geben nicht mehr einfach Geld, sondern die Kompetenz und Arbeitskraft des Unternehmens und seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im angelsächsischen Raum wird diese Form des gesellschaftlichen Engagements „Corporate Volunteering“ genannt und unter dieser Bezeichnung auch in Deutschland diskutiert und praktiziert.

Nutzen

Ein Engagement des Unternehmens und seiner Mitarbeiter/innen im Sinne des Corporate Volunteering bietet einen vielfältig erfahrbaren Nutzen: Gemeinnützige Organisationen erfahren eine Kompetenzsteigerung und praktische Unterstützung, die weiter reicht als eine entsprechende Geldspende. Die mitwirkenden Mitarbeiter/innen erhalten wichtige Impulse für ihre persönliche, berufliche und fachliche Entwicklung. Das Unternehmen erfährt eine positive öffentliche Resonanz, die mit Socialsponsoring oft so nicht zu erreichen ist. Unternehmen mit einer systematischen und kontinuierlichen Corporate Volunteering-Praxis beobachten eine Verbesserung bzw. Stärkung der Unternehmenskultur, positiven Effekten in der Personalentwicklung (etwa hinsichtlich Führungs-, Team-, Projektmanagement- oder auch Fachkompetenz), einen sinkenden Krankenstand und andere nützliche Wirkungen.

Engagementformen

Corporate Volunteering kann insbesondere folgende Formen (und Kombinationen hieraus) annehmen. Hierbei kann das Engagement der Mitarbeiter/innen im Rahmen der bezahlten Arbeitszeit stattfinden (Corporate Volunteering im engeren Sinne) oder das Unternehmen das in der Freizeit stattfindende Mitarbeiterengagement unterstützen.

Mitarbeitergruppen von drei bis hundert und mehr Personen erledigen innerhalb von ein oder zwei Tagen vor allem handwerkliche Aufgaben, die die gemeinnützige Einrichtung aus eigenen Kräften und Mitteln nicht bewältigen kann: Renovierung von Einrichtungsräumen, Gartenarbeiten, Bau von Spielgeräten für einen Kinderspielplatz etc.

Einzelne Mitarbeiter/innen oder kleinere Mitarbeitergruppen sind für einen bestimmten Zeitraum (einmal eine Woche, einmal wöchentlich eine Stunde über ein halbes Jahr usw.) für Klientinnen und Klienten sozialer Arbeit tätig als Gesprächspartner, Begleiter u.ä.m.: Sie arbeiten eine Woche in der Bahnhofsmision mit, trainieren mit sozial benachteiligten Jugendlichen eine Sportart, besuchen einen alten Menschen im Altersheim, organisieren einen Ausflug mit Heimkindern in den Zoo etc.

Teams oder einzelne Mitarbeiter/innen entwickeln mit ihrer (ggf. noch zu vertiefenden) fachlichen Kompetenz Projekte oder Konzepte für gemeinnützige Einrichtungen in einem fest umrissenen Zeitraum: Öffentlichkeitsarbeit für eine bestimmte soziale Maßnahme, Controlling- oder Qualitätsmanagementsystem vorbereiten oder einrichten, ein Spendenkonzept entwickeln, Einsatz von Informationstechnologie planen oder optimieren etc.

Junge oder erfahrene Führungskräfte übernehmen in einem begrenzten Umfang Managementverantwortung für eine gemeinnützige Organisation oder begleiten Leitungskräfte dieser Organisation z. B. im Sinne eines Coachings.

Das Unternehmen anerkennt und unterstützt das in der Freizeit stattfindende soziale Engagement ihrer Mitarbeiter/innen: Den Mitarbeitern/innen wird mit einer flexiblen Arbeitszeitgestaltung die Vereinbarung von Beruf und Engagement ermöglicht. Geldspenden des Unternehmens werden an die gemeinnützigen Organisationen gegeben, bei denen sich Mitarbeiter/innen engagieren etc.

Mit Corporate Volunteering anfangen – ein paar Tipps

Praxisinformationen einholen: Informieren Sie sich über gelungene Corporate Volunteering-Projekte und -Programme anderer Unternehmen.

Tauschen Sie sich mit anderen Unternehmen aus. Nutzen Sie bestehende Kontakte oder schließen Sie sich einem Netzwerk an. Informieren Sie sich bei auf Corporate Volunteering spezialisierten Mittlerorganisationen über Engagementmöglichkeiten an Ihrem Standort.

Interne Rahmenbedingungen klären: Klären Sie in einem nächsten Schritt die Rahmenbedingungen Ihres Engagements. Die folgenden Fragen helfen Ihnen dabei:

- Welche Form von Corporate Volunteering kommt für Ihr Unternehmen in Frage? (Einzel- oder Gruppenprojekt? Einmalige Aktion oder dauerhafte Partnerschaft?)
- Welche Art von Unterstützung können / wollen Sie geben? (Personalzeit, Personalkompetenzen, Finanzielles etc.?) Welche Kernkompetenzen können Sie einbringen?
- Welche Beschränkungen gibt es bezüglich Zeit, Geld und Örtlichkeiten?
- Hat Ihr Unternehmen eine spezifische Philosophie, der das Engagement folgen soll bzw. eine Kultur, in welche sich die Aktivität einfügen lässt?
- Welche Motive hat Ihr Unternehmen für das Engagement?
- Welche Ziele möchten Sie mit einem Corporate Volunteering-Engagement erreichen?
- Möchten Sie den Erfolg Ihrer Aktivitäten messen? Wenn ja, woran und wie? Legen Sie hierfür im Vorfeld Erfolgskriterien fest. (Manche Mittler können Ihnen hierbei evtl. behilflich sein.)
- Wer koordiniert die Aktivitäten in Ihrem Unternehmen?
- Trägt die Unternehmensleitung das Engagement? Verankern Sie Corporate Volunteering im Vorstand bzw. der Geschäftsführung und in den einzelnen Fachabteilungen.

Den richtigen Partner im Gemeinwesen finden: Wenn Sie die internen Rahmenbedingungen geklärt haben, beginnt die Suche nach dem richtigen Partner im Gemeinwesen bzw. dem geeigneten Projekt. Beantworten Sie im Vorfeld folgende Fragen:

- Was geschieht bereits innerhalb der Belegschaft? Fragen Sie Ihre Mitarbeiter, wo sie sich bereits engagieren und ob es bevorzugte Anliegen gibt, die sie unterstützen möchten.
- Welche Partner passen zu Ihrem Unternehmen, Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern?
- Auf welche besonderen lokalen Erfordernisse wollen Sie sich konzentrieren?

- Welche Erwartungen richten Sie an den gemeinnützigen Partner? Suchen Sie entweder selbst einen geeigneten Partner im Gemeinwesen und kontaktieren ihn oder nehmen Sie die Hilfe von Vermittlungsagenturen in Anspruch.
- Lassen Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Entscheidungsfindung für das Projekt teilhaben.
- Identifizieren Sie engagierte Mitarbeiter auf allen Organisationsebenen. Sie können gute Botschafter für das Engagement sein und Kolleginnen und Kollegen dafür begeistern.
- Informieren Sie Angestellte und Führungsgremien und veröffentlichen Sie das Vorhaben in den Hausmitteilungen.

Das Projekt realisieren: Beauftragen Sie eine erfahrende Projektentwicklungs- bzw. Mittleragentur oder beginnen Sie selbst mit der Projektplanung. Erstellen Sie eine Checkliste zum Projektablauf, die insbesondere folgende Punkte berücksichtigt:

- Erwartungen und Zielsetzungen der Projektpartner
- Zahl der voraussichtlich am Projekt teilnehmenden Personen
- Zu bearbeitende Aufgaben
- Erforderliche Vorbereitungen (z.B. Bereitstellung von Materialien zur Einarbeitung, Besorgung von Material etc.)
- Träger der evtl. anfallenden (Material)Kosten
- Zur Verfügung stehender Zeitrahmen und Projektfrist
- Erforderliche Versorgung (bei Tagesaktionen) und Verantwortung bzw. Kostenträgerschaft hierfür
- Versicherung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (über die Berufsgenossenschaft, den Projektpartner etc.)
- Sofern gewünscht: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (durch das Unternehmen, den Projektpartner oder den Mittler)

Das Projekt abschließen und auswerten: Ihr Projekt wurde realisiert. Nehmen Sie sich die Zeit, das Projekt mit den Beteiligten auszuwerten.

- Haben Sie erreicht, was Sie erreichen wollten? Wie und wann werden Sie die Ergebnisse bekannt geben?
- Wie werden Sie den beteiligten Personen danken und den Erfolg des Projektes würdigen?
- Lässt sich das Programm wiederholen?
- Wollen Sie die Partnerschaft mit der gemeinnützigen Organisation fortführen?

Literatur, Links:

Schöffmann, Dieter (Hrsg.): Wenn alle gewinnen. Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen, Hamburg 2001.

www.bmfsfj.de - unter: „Publikationen“ / Politikbereich: „Freiwilliges Engagement“

www.visavis-agentur.de - unter: „Service“

Autor:

Dieter Schöffmann

Redaktion:

Reinhild Hugenroth, Universität Duisburg-Essen

Gefördert von:

Projekt Ruhr GmbH, Ministerium für Wirtschaft und Arbeit in Nordrhein-Westfalen
und dem Europäischen Sozialfonds

Kontakt:

Centrum für bürgerschaftliches Engagement (CBE)

Friedrichstraße 9

45468 Mülheim an der Ruhr

Tel.: 02 08 / 4 44 74 35

E-mail: cbe-muelheim@t-online.de

www.cbe-muelheim.de

Wir unterstützen Sie bei der Suche nach Referenten!