



Engagement - Von Mensch zu Mensch

Des einen Instrument - des anderen Hilfe -
in der Summe aller Gewinn!

Ein Leitfaden zum Engagement zwischen Wirtschaft und Gemeinnutz

Ein paar Worte vorweg

Ob im Fernsehen, Internet oder Zeitung- in allen Medien ist oft und gern die Rede von der drohenden Spaltung der Gesellschaft, der zunehmenden Entsolidarisierung, ja der Abkoppelung ganzer Gruppen sozial Benachteiligter. Engagierte Bürger, einige Politiker und Unternehmer haben erkannt, dass soziale Verantwortung nicht dadurch verschwindet, dass man sie ignoriert oder anderen zuschiebt. Vielmehr muss sie wahrgenommen werden. So wichtig die Wahrnehmung, das Erkennen und Beschreiben dieser Prozesse ist und auch die politischen Willensbekundungen sind: etwas Konstruktives zu tun, ist weitaus wichtiger.

In welcher Form sich Unternehmen beteiligen können und wer die Ansprechpartner dazu sind, darüber können sich Interessierte hier genauer informieren. In einigen Jahren Tätigkeit der Freiwilligenagentur gibt es inzwischen auch einige Mut machende Beispiele, auf die wir im Folgenden gern verweisen.

ÜBERSICHT

Bürgerschaftliches Engagement - Neue Chancen für Cottbuser Unternehmen	3
Der Nutzen eines Engagements	4
Charakter und Art des Engagements: 5 Kriterien	5
Unterschiedliche Wege in ein Engagement	6
Ein möglicher Weg: Marktplatz „Gute Geschäfte Cottbus“	7
Praxisbeispiele: Suche und Biete	8
Wie können Unternehmen sich engagieren?	9
Engagement für 1 Tag - der Freiwilligentag	10
Der erste Schritt	11
Die Freiwilligenagentur Cottbus als Mittler	11
Kontakt	11
Stimmen von vergangenen Marktplatztagen	12
Literaturverzeichnis, Partner, Links	12

IMPRESSUM
Freiwilligenagentur Cottbus
Der PARITÄTISCHE Landesverband Brandenburg e.V.
Red.: FreiwilligenAgentur, Karen Wichmann
Fotos: FreiwilligenAgentur
Kontakt: Zielona-Gora-Str. 16, 03048 Cottbus
Tel (0355) 488 86 65 / Fax (0355) 488 86 64
info@freiwilligenagentur-cottbus.de
www.freiwilligenagentur-cottbus.de
April 2010

Bürgerschaftliches Engagement – Neue Chancen für Cottbuser Unternehmen

Traditionell engagieren sich Unternehmen im Gemeinwesen meist mit Spenden und Sponsoring. Not macht bekanntlich erfindersch. So muss es aber nicht immer erst eine große Not geben, manchmal ist es auch eine Unzufriedenheit, welche nach Veränderung ruft. Der Kreativität der Menschen sind hier keine Grenzen gesetzt und sie eröffnet letztendlich eine Vielzahl an Möglichkeiten und damit verbundene Chancen des gesellschaftlichen Miteinanders.

Gleichzeitig möchten Unternehmen immer öfter aus der relativ anonymen Rolle des Spenders heraus und suchen nach anderen Möglichkeiten, Probleme zu lösen. Mit diesem Bestreben gewinnen sie die Chance, Probleme zu lösen und ihre Ressourcen in Kooperationen zu investieren. Sie schlagen damit die sprichwörtlichen zwei Fliegen mit einer Klappe; denn sie investieren gleichzeitig in Strategien zur Lösung der Probleme ihrer eigenen Mitarbeiter.

Denkt man nur an Fragen der Kinderbetreuung oder Bildungsunterstützung - Empathie und Fürsorge sind zum Gradmesser bei Personalentwicklung und Nachwuchsgewinnung geworden. Marketingfachleute der großen Firmen kennen das sogenannte „Corporate Citizenship“ bereits als ein wichtiger werdendes Instrument im Marketing-Mix und der Personalentwicklung.

Soziales Engagement heißt heute mitgestalten.

Das Wort „Engagement“ bekommt dadurch einen neuen Wert: Einen der gelebt wird und die Menschen einbezieht. Die sozialen Probleme sind komplex und bedürfen komplexer Lösungen. Gefragt sind unterschiedliche Kompetenzen aus allen gesellschaftlichen Bereichen: Wirtschaft, Gemeinnutz und Staat.



Das bietet einen interessanten Ansatz:

Unternehmen engagieren nicht ausschließlich mit Geld, sondern mit all ihren Ressourcen und Kompetenzen: Zeit, Know-how, Sachmittel, Dienstleistungen, Unternehmenslogistik, Kontakten und profitieren ebenso wie die von ihnen unterstützten Projekte. Das Instrument des Unternehmens wird zur Hilfe für Gemeinnützige und am Ende zum Gewinn für die gesamte Gesellschaft.

Der Nutzen eines Engagements Einige Argumente und Hilfen...

Aus der Sicht der Unternehmen

Mit Sorgfalt und spitzem Stift treffen Unternehmen heute ihre Standortentscheidungen. Meist bevor sie sich für hohe Bauinvestitionen entscheiden. Ebenso selbstverständlich sollte ein Teil des laufenden Engagements anschließend der Pflege dieses Standorts gewidmet sein. Dafür gibt es überzeugende Gründe: Ein attraktives Umfeld bindet Nachwuchskräfte und damit den personellen Grundstock für Firmenwachstum. Gefragtes Personal orientiert sich mehr und mehr am kulturellen und sozialen Umfeld, wenn es sich für eine Stelle entscheidet.

Familienfreundlichkeit meint heute mehr als nur eine bezahlbare Kita in der Nähe sondern vielmehr die emotionale und persönliche Bindung der Mitarbeiter. Sind die Mitarbeiter in das soziale und kulturelle Leben am Standort eingebunden, steigt auch ihre eigene soziale Kompetenz. Andersherum können Mitarbeiter direkt zum positiven Image des Unternehmens beitragen.

Kurz: Eine lebenswerte Stadt ist auch das Resultat kluger und über die Firma hinaus ausstrahlender Standortpolitik von Unternehmensleitungen.

Der Nutzen für die gemeinnützigen Partner

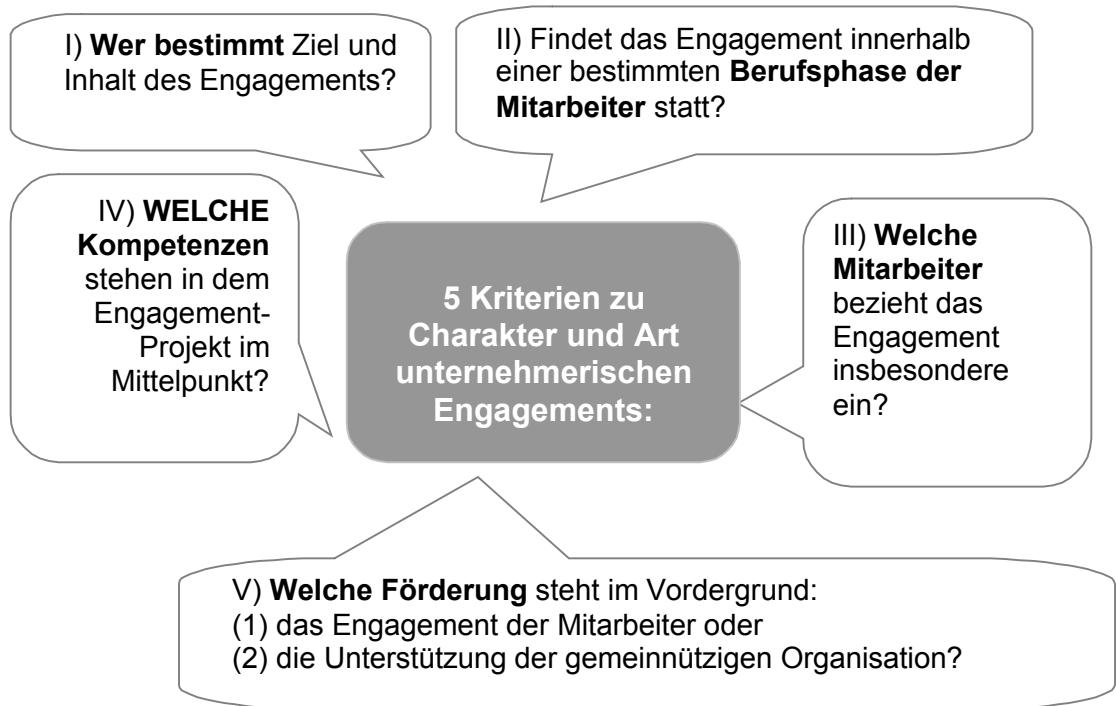
Der liegt auf der Hand: Sie bekommen Hilfe, geraten aber nicht in die Rolle des Bittstellers, sondern können ihren Partnern ihre speziellen Kompetenzen zur Verfügung stellen und sie damit auch wirksam unterstreichen. Viele ihrer Projekte erfahren eine öffentlichkeitswirksame Unterstützung und Umsetzung. Ein Plus wiederum für beide Seiten.

Soll das Engagement des Unternehmens strategisch in die Unternehmensziele integriert werden?

Zu Orientierung und Herangehensweise können konkrete Kriterien helfen. Nicht jede Engagementform passt zu jedem Unternehmen. Sie ermöglichen eine Übersicht über Charakter und Art möglicher Engagements.

Die Kölner Kommunikationsagentur VIS a VIS GmbH betrachtete bundesweit Praxisbeispiele unternehmerischen Bürgerengagements mittels Personaleinsatz bis zu Projekteinsätzen in sozialen Aufgabenfeldern. Daraus sind diese fünf Kriterien herausgearbeitet worden:

Charakter und Art des Engagements: 5 Kriterien



Quelle: Dokumentation, der Kommunikationsagentur VIS a VIS GmbH, für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, betrachtet bundesweit Praxisbeispiele unternehmerischen Bürgerengagements mittels Personaleinsatz bis zu Projekteinsätzen in sozialen Aufgabenfeldern.

Unterschiedliche Wege in ein Engagement

Egal ob man sich als Unternehmen mit Zeit, Know-how, seinen Mitarbeitern, Dienstleistungen oder anderen Ressourcen im Gemeinwesen einbringen will, es bedarf verschiedener Instrumente und Wege. Die Freiwilligenagentur Cottbus versteht sich hier als Mittler zwischen Wirtschaft und Gemeinnutz und berät auch Unternehmen, ein passendes Engagement zu finden.

Folgende grundsätzliche Fragen gehören zu den ersten strategischen Überlegungen, um das Engagement langfristig in ein Unternehmen zu integrieren:

- Welche Möglichkeiten unternehmerischen Engagements gibt es?
- Mit welchen Instrumenten kann das Unternehmen arbeiten, welche Ressourcen hat es?
- Wer benötigt Unterstützung?
- Wie knüpft man den ersten Kontakt?
- Wie können wir unsere Aktivitäten kommunizieren?



Ein möglicher Weg zum Engagement

Marktplatz „Gute Geschäfte Cottbus“ für Unternehmen und Gemeinnützige



Der Marktplatz „Gute Geschäfte Cottbus“ bietet einen einfachen ersten Schritt in ein Engagement. Hier treffen Unternehmen auf gemeinnützige Organisationen und Vereine, die nach einem passenden Partner aus der Wirtschaft Ausschau halten. Das Spektrum der Gemeinnützigen ist so groß und breit gefächert, das eine erste Orientierung sehr hilfreich sein kann. Die Vereine aus den Bereichen Soziales, Sport, und Kultur haben sich gezielt im Vorfeld vorbereitet, um mit den Unternehmen ins Gespräch zu kommen und zu verhandeln.

Das Wort „Verhandeln“ ist hier wörtlich zu nehmen. Denn das Besondere am Marktplatz ist: Beide Seiten sind Geber und Nehmer. Die Gemeinnützigen bieten den Unternehmen für deren Engagement etwas aus ihrem Arbeitsumfeld an, so z.B. aus der hauseigenen Töpferwerkstatt weihnachtliche Dekorationen für das Büro oder als Präsent für Geschäftskunden.

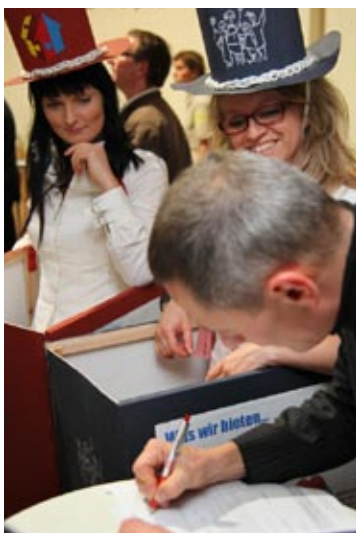
Seit 2007 findet jährlich der Marktplatz „Gute Geschäfte Cottbus“ in der Alten Chemiefabrik statt. Die gute Idee stammt aus den Niederlanden: Hier lernen sich in knapp 2 Stunden auf sehr unterhaltsame Weise Unternehmen und gemeinnützige Organisationen kennen. Ziel ist es, konkrete Engagement-Vereinbarungen zu treffen. Der erste Kontakt zwischen Wirtschaft und Gemeinnutz wird hier leicht gemacht. Eine Regel auf dem Marktplatz lautet: Alles darf verhandelt werden, die Frage nach Geld ist Tabu!

Das Resultat: In drei Jahren haben 40 Unternehmen sowie 53 gemeinnützige Organisationen und Vereine teilgenommen. Es wurden 197 Vereinbarungen geschlossen.

Gute Beispiele: Hilfe beim Renovieren wird vergütet mit der Ausleihe der Streetsocceranlage fürs Firmenfest, die Firmensammlung für die Kleiderkammer mit einem Auftritt des Tanzensembles, Kostüme mit kostenlosen Modells für eine Modenschau oder die Hilfe bei der Homepage wird vergütet mit dem Bereitstellen von Räumen.

Ausführliche Informationen und Beispiele der Vereinbarungen finden Sie unter:

www.gute-geschaefte-cottbus.de



Praxisbeispiele: SUCHE - BIETE

Konkretes aus dem bisherigen Marktplatzgeschehen,
gesucht wurde auf dem Marktplatz 2009 von gemeinnützigen Vereinen:

Unterstützung und Know-how für ...

- die Öffentlichkeitsarbeit bei der Gestaltung eines Flyers
- eine Veranstaltung eines Benefizkonzerts
- die Einrichtung eines PC-Arbeitsplatzes mit Internetzugang

oder auch **Mitarbeiterengagement** für ...

- den Bau einer Balancierstrecke für ein Kinderaktionshaus
- den Aufbau eines Gartenhauses im Seniorenheim
- das Renovieren in der Kita
- sowie tatkräftige Hilfe für das Familienkaffee

Geboten wurden den Unternehmen dafür:

Kulturauftritte Tanz und Gesang, jahreszeitliche Dekorationen,
Fotoausstellungen, Kinderprogramme,
Keramik aus der hauseigenen Kreativwerkstatt,
selbstgebackener Kuchen, ein besonderes Frühstück oder ein Kochevent,
Geschenke aus der Kerzenmanufaktur,
geschmückte Weihnachtsbäume für das Firmenfoyer, ein Trommelworkshop,
Räumlichkeiten für Seminare und Feiern, einen Freiwilligentag in der Familienkita, Osterbas-
telei mit Kindern uvm.

www.gute-geschaefte-cottbus.de



Wie können sich Unternehmen engagieren? Engagementformen

Die folgende Übersicht beschreibt die Möglichkeiten unternehmerischen Engagements im Gemeinwesen. Schnell wird ersichtlich, dass die Ressourcen die Unternehmen zur Verfügung stellen, sehr vielfältig sein können.

Engagementformen – einsetzbare Ressourcen und Kompetenzen

Zeit, Know-how und Wissen der Mitarbeiter	-	Unterstützung des Engagements der MitarbeiterInnen in deren Freizeit
	-	Freistellung in der Arbeitszeit
	-	Engagement-Einsätze von Teams oder der Belegschaft
	-	Entsenden von Führungskräften in Vorstände von gemeinnützigen Vereinen, Fördervereinen
	-	Beratung/ Schulung/ Qualifizierung sozialer Organisationen z.B. im Bereich IT, Controlling, PR etc.
Kontakte und Netzwerke	-	Vermittlung von Kontakten
	-	Lobbyarbeit für ein Anliegen im Gemeinwesen
	-	Fundraising für Organisationen
Logistik, Dienstleitungen und Sachmittel	-	Nutzung von Räumen, Werkzeuge, Fahrzeuge, Kopiergeräte, Werkstätten, Werbeflächen etc.
	-	Bereitstellung zusätzlicher Praktikums-, Beschäftigungs-, Qualifizierungsmöglichkeiten z.B. für Behinderte oder benachteiligte Jugendliche
	-	Kostenlose Dienstleitungen
	-	Sachmittel in Form von Sammlungen für die Kleiderkammer
	-	Baustoffe, Büromaterial, Drucker etc.
Finanzmittel	-	Geldspenden, z.B. an Organisationen, in den MitarbeiterInnen sich engagieren
	-	Sponsoring, Förderpreise etc.
	-	

Quelle: Felix Dresewski - Corporate Citizenship,;
Ein Leitfaden für soziales Engagement mittelständischer Unternehmen

Ein guter Test und ein Anfang für MEHR kann auch gemacht werden, wenn ein Tag im Jahr dem bürgerschaftlichen Engagement der Mitarbeiter gewidmet ist. Dann empfiehlt sich das ...

Engagement für einen Tag - Der Freiwilligentag

Der Freiwilligentag bietet eine gute Möglichkeit für einen Betrieb, sich mit seinen Mitarbeitern in einem zeitlich absehbarem Rahmen zu engagieren.

Die Freiwilligenagentur hat beispielsweise 2009 die Aktion „Engagement für einen Tag“ organisiert. Dafür hat sie mögliche Einsatzfelder recherchiert und in Unternehmen zur Teilnahme geworben.

Die envia SERVICE GmbH war sofort bereit, das Experiment zu wagen. Über 20 Mitarbeiter des Unternehmens, Trommler der Gruppe LOS Peppinos sowie Mitarbeiter des Jugendhilfe Cottbus e.V. waren in die Freizeit- und Begegnungsstätte Strombad gekommen. Sie haben an einem Samstag gemeinsam zu Harke, Spaten und Schubkarre gegriffen, um Wege zu verlegen und die Grünanlagen frühjahrsfit zu machen.

Ihre Motivation:

Teamarbeit ist heute selbstverständlich. Aber Teamarbeit in sozialen Projekten auszuprobieren, ist etwas Neues. Teamgeist neu ausprobieren und soziale Kompetenzen entwickelt war hier die Idee. Die Mitarbeiter haben das gute Gefühl und das Erlebnis an ihren Arbeitsplatz getragen.

Engagement nutzt auch dem Unternehmen – und darf es auch.



Der erste Schritt ...

Wenn Sie die Chance für Ihr Unternehmen nutzen möchten, die Freiwilligenagentur unterstützt Sie kostenlos dabei, ein passendes Engagement zu finden, gemeinsam zu entwickeln und auszuprobieren, z.B. einen Freiwilligentag.

Für eine Beratung zur Teilnahme am Marktplatz oder eigene Ideen und Kontaktwünsche sowie Informationen nehmen Sie am besten Kontakt zur Freiwilligenagentur auf.

Die Freiwilligenagentur Cottbus

Plattform für Bürgerschaftliches Engagement - Mittler zwischen Wirtschaft und Gemeinnutz

Seit 2001 stehen die Beratung und Vermittlung Cottbuser Bürger in ein passendes Engagement im Mittelpunkt unserer Tätigkeiten. Wir als Agentur, mit Sitz in Sachsendorf, kooperieren dabei mit ca. 80 sozialen, ökologischen und kulturellen Organisationen in Cottbus.

Unsere Angebote werden von Menschen aller Altersgruppen, vielen Vereinen und gemeinnützigen Organisationen, Schulen und inzwischen auch Wirtschaftsunternehmen genutzt. Die Aufgabenfelder der Agentur, in Trägerschaft des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes Brandenburg, sind im Laufe der Zeit vielfältiger geworden, neue Projekte und Netzwerke sind entstanden.

Einige Projekte haben sich im Laufe der Jahre etabliert und sind fest in der Hand ehrenamtlicher Projektleiter, z.B. die Vorleseinitiative Lesefuchs, die Schmökerhöhle im Carl-Thiem-Klinikum, der Wunschgroßeltern-Dienst, die Seniortrainer mit Gedächtnistraining, Englischkursen und Fitnessangeboten.

Ein erfolgreiches und völlig andersartiges Begegnungsprojekt zwischen gemeinnützigen Vereinen und der Unternehmerschaft ist seit 2007 der Marktplatz „Gute Geschäfte Cottbus“. Dieser wurde innerhalb des Projektes Corporate Citizenship etabliert und finanziert mittels Fördermitteln des Modelprogrammes „Soziale Stadt“ der Stadt Cottbus.



Kontakt

Freiwilligenagentur Cottbus,
Zielona-Gora-Str. 16, 03048 Cottbus
Leiterin: Ramona Franze-Hartmann
Ansprechpartner: Unternehmensengagement
Karen Wichmann - Tel (0355) 4 88 86 65
E-Mail: wichmann@freiwilligenagentur-cottbus.de

www.freiwilligenagentur-cottbus.de
www.gute-geschaefte-cottbus.de

Stimmen von vergangenen Marktplatztagen

„Wir boten Tipps zu Bewerbungsunterlagen und konnten nebenbei zeigen, welche Berufe man in der Energiewirtschaft ergreifen kann!“

Uwe Pohl, envia Therm GmbH

„Interessant ist dabei, dass es nicht Hilferufe der Vereine nach reinem Sponsoring sind, sondern Wünsche mit konkreten Gegenangeboten.“

Wolfgang Wenzke, BVMW

„Warum nicht Mal gute Geschäfte ohne Geld machen? Das führt meines Erachtens dazu, dass sich Gemeinnützige und Unternehmen gegenseitig akzeptieren und unterstützen!“

Elke Magdon, BWA

„Es läuft besser, als wir gedacht haben. Man muss ein bisschen über seinen Schatten springen und das Prinzip verstehen, dann kommen gute Geschäfte zustande.“

Dr. Martina Münch, damals Stadtverordnete, heute Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kultur



Quellen/ Literaturtipps:

vis a vis GmbH, Praxisbeispiele unternehmerischen Bürgerengagements mittels Personaleinsatz
Felix Dresewski, Corporate Citizenship -
Ein Leitfaden für soziales Engagement mittelständischer Unternehmen 2004

Partner Netzwerk Corporate Citizenship:

Bundesnetzwerk Unternehmen Partner der Jugend UPJ e.V. - www.upj.de
Bertelsmann Stiftung - www.gute-geschaefte.com