

Employee Volunteering als wirkungsvolles Instrument zur Förderung von Beschäftigungsfähigkeit und sozialer Integration

Moritz Blanke

Beschäftigung ist ein Schlüssel für gesellschaftliche Teilhabe. Migranten, behinderte Menschen, Langzeitarbeitslose, die Generation 55+ oder jugendliche Schulabbrecher – viele Menschen stehen vor zum Teil erheblichen Hürden, wenn es darum geht, am Berufsleben teilzuhaben. Zunehmende soziale Ausgrenzung und Armut sind nicht zuletzt eine Folge der Arbeitslosigkeit von der aktuell deutlich über 20 Millionen Frauen und Männern in Europa betroffen sind.

Besonders beunruhigend fällt dabei der Blick auf die Jugendarbeitslosigkeit aus, die in vielen europäischen Ländern, angefeuert durch die Wirtschaftskrise, mittlerweile dramatische Ausmaße angenommen hat. Die seit Monaten andauernden Massenproteste in Spanien oder auch die gewalttätigen Ausschreitungen in Großbritannien zeigen die Perspektivlosigkeit vieler junger Menschen. Und auch wenn Deutschland mit die niedrigste Jugendarbeitslosigkeit der EU-Staaten hat und die Zahlen mittlerweile sogar unter dem Niveau aus Zeiten vor der Wirtschaftskrise liegen, sind auch hierzulande junge Menschen deutliche häufiger mit Erwerbslosigkeit konfrontiert als die Gesamtbevölkerung. Zudem haben sich in den letzten Jahren die Anforderungen in weiten Teilen der Wirtschaft stark gewandelt: So entspricht die Ausbildung, die Vorbereitung von Auszubildenden auf ihre Tätigkeit, in Schule und Berufsschule häufig nicht mehr den heutigen Ansprüchen des Arbeitsmarkts. Gleichzeitig stehen viele Unternehmen und ihre Beschäftigten vor der Herausforderung, bestehende Kompetenzen weiterzuentwickeln sowie neue Kompetenzen aufzubauen.

European Employee Volunteering Awards – Eine Sammlung von guten Beispielen

Ob in Frankfurt, Paris oder Belgrad, überall in Europa engagieren sich Unternehmen in Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen und der öffentlichen Verwaltung im Gemeinwesen. Als besonders effektiv und wirkungsvoll haben sich dabei die Einbeziehung der Mitarbeiter/innen in die unternehmerischen Aktivitäten im Gemeinwesen sowie die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements der Mitarbeiter/innen erwiesen. Durch Employee Volunteering können Unternehmen einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, Hürden zum Arbeitsmarkt für benachteiligte Menschen abzubauen und dabei gleichzeitig den eigenen Mitarbeiter/innen die Möglichkeit zu geben, selbst wertvolle Erfahrungen zu sammeln und ihre Handlungskompetenzen zu erweitern. (1)

Erstmalig wurden in diesem Jahr national in 22 Ländern sowie europaweit die European Employee Volunteering Awards vergeben, um Unternehmen auszuzeichnen, die das bürgerschaftliche Engagement ihrer Mitarbei-

ter/innen fördern. Gesucht wurden Initiativen, die Menschen beim Kompetenzerwerb unterstützen und ihre Beschäftigungsfähigkeit verbessern. Zudem wurden öffentliche Verwaltungen prämiert, die auf lokaler und regionaler Ebene das Engagement von Unternehmensmitarbeiter/innen fördern. Ins Leben gerufen und durchgeführt wurde der Wettbewerb durch ein internationales Partnerkonsortium von erfahrenen Organisationen, die an der Schnittstelle von Wirtschaft und Gesellschaft arbeiten – darunter u. a. Business in the Community aus Großbritannien und UPJ aus Deutschland.

Aus über 250 Bewerbungen von Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen konnte eine bisher einmalige, europaweite Sammlung von Good Practice-Beispielen gewonnen werden, die verdeutlicht, wie wirkungsvoll das Instrument Employee Volunteering Beschäftigungsfähigkeit und soziale Integration fördern kann. In diesem Sinne stellt der Wettbewerb nicht nur einen wichtigen Beitrag zum Europäischen Jahr der Freiwilligentätigkeit 2011 dar, sondern gibt auch darüber hinaus einen starken Impuls, um bürgerschaftliches Engagements von Unternehmensmitarbeiter/innen weiter voranzubringen. (2)

Was ist Employee Volunteering ?

Employee Volunteering (in Deutschland wird häufig auch der Begriff Corporate Volunteering verwendet) »bezeichnet das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen durch die Investition von Zeit, Know-how und Wissen ihrer Mitarbeiter sowie die Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements von Mitarbeitern in und außerhalb der Arbeitszeit«. (3) Erfolgte Employee Volunteering in der Vergangenheit häufig eher ungerichtet aus einer wohlthätigen Giving-Back-Motivation heraus, verstehen es Unternehmen heute zunehmend als eine gezielte, an der Kernstrategie des Unternehmens ausgerichtete Investition in gesellschaftlichen Fortschritt, die Wirkung erzielen soll und auch im eigenen wirtschaftlichen Interesse erfolgt.

In diesem Sinne ist Employee Volunteering ein Bestandteil einer verantwortlichen Unternehmensführung bzw. der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility). Corporate Social Responsibility ist dabei als übergreifendes Konzept einer Unternehmensführung zu verstehen, die sich durch die Wahrnehmung ökonomischer, ökologischer und sozialer Verantwortung in allen Bereichen der Unternehmenstätigkeit auszeichnet: von der eigentlichen Wertschöpfung bis hin zu den Austauschbeziehungen mit Mitarbeitern, Zulieferern, Kunden und dem Gemeinwesen. (4) Es können zwei übergeordnete Formen von Employee Volunteering unterschieden werden:

- Skills-based Volunteering: Bei dieser Form steht das Engagement der MitarbeiterInnen mit ihren Kern-Kompetenzen und ihrem beruflichen Fachwissen im Vordergrund.
- Hands-on Volunteering: Bei dieser Form stehen Begegnungen zwischen Unternehmensmitarbeiterinnen bzw. -mitarbeitern und den Adressaten gemeinnütziger Organisationen sowie handwerkliche Tätigkeiten im Vordergrund.

Insbesondere das Skills-based Volunteering hat sich als wirkungsvoll erwiesen. Dies gilt sowohl für die Wirkung bei den gemeinnützigen Organisationen und ihren Adressaten, als auch für die informellen Lernerfahrungen der Unternehmensmitarbeiter/innen durch die Erlebnisse in ungewohnten Handlungskontexten.

Aber auch Hands-on Volunteering kann sehr wertvolle Wirkungen erzielen, die mit anderen Mitteln nur schwer zu erreichen sind. Zudem sind den Skills-based Volunteering-Programmen auch Grenzen gesetzt – sie erfordern häufig z. B. eine gewisse Volunteering-Vorerfahrung der Unternehmens- sowie der Organisationsmitarbeiter/innen, haben oft einen längerfristigen Fokus, sind schwierig auf große Teile der Belegschaft eines Unternehmens zu skalieren und viele Mitarbeiter/innen suchen zudem bewusst nach einem Engagementfeld, das eben nicht ihrem täglichen Aufgabenbereich entspricht. Die Diskussion Skills-based vs. Hands-on greift deshalb zu kurz. Vielmehr geht es darum, einen richtigen Mix der beiden Volunteering-Formen zu entwickeln, der den individuellen Volunteering-Zielen des Unternehmens und den realen gesellschaftlichen Bedarfen entspricht. Dies wird auch in der Betrachtung der nationalen und europaweiten Preisträger der European Employee Volunteering Awards deutlich.

Preisträger der Generali European Employee Volunteering Awards - Deutschland

Die Preisverleihung der Generali European Employee Volunteering Awards – Deutschland fand im Rahmen der nationalen Auftaktveranstaltung des Europäischen Jahres der Freiwilligkeit im Beisein von Bundesfamilienministerin Dr. Kristina Schröder statt. Eine unabhängige Jury mit Expert/innen aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Verwaltung hatte zuvor die Preisträger in fünf Kategorien ermittelt.

Als Gewinner in der Kategorie »Großunternehmen« wurden die Unternehmen Citigroup, Deutsche Börse, Fidelity International, Freshfields Bruckhaus Deringer und Linklaters ausgezeichnet. Mit der Initiative ENGAGE fördern die Mitarbeiter/innen der Unternehmen Jugendliche an der Schwelle zwischen Schule und Berufswelt. In 1:1-Beziehungen geben die Mitarbeiter/innen Jugendlichen in Frankfurt am Main, die trotz Hauptschulabschluss noch keine Ausbildungsstelle finden konnten, praktische Hilfestellung beim Start in die Arbeitswelt, vermitteln Sicherheit im Bewerbungsverfahren und helfen den Jugendlichen, ihr Selbstwertgefühl zu steigern. Insbesondere das gemeinsame Vorgehen der Unternehmensgruppe sowie die enge Zusammenarbeit mit Akteuren aus Zivilgesellschaft und Verwaltung sind beispielhaft. Die beteiligten Unternehmen bündeln ihre Kräfte in der Initiative und engagieren sich mit ihren Kernressourcen, Zeit, Erfahrung und Kompetenz der Beschäftigten, für die Bewältigung von zwei zentralen gesellschaftlichen Problemen in ihrer Region – Jugendarbeitslosigkeit und Integration. Dabei baut die Initiative in allen Phasen – von der Konzeption über die Umsetzung bis hin zur regelmäßigen Evaluation – auf die Einbindung aller Beteiligten aus Schule und dem Jugendbildungsbereich und stellt so sicher, dass die Initiative den Bedürfnissen der Zielgruppe gerecht wird und gesellschaftliche Wirkung entfaltet.

In der Kategorie »Kleine und mittlere Unternehmen« setzte sich die bplUSD Agenturgruppe aus Köln durch. Jedes Jahr organisieren die bplUSD-Mitarbeiter/innen zehntägige Ferienfreizeiten für Kinder aus Familien, die sich aus familiären oder finanziellen Gründen keinen Urlaub leisten können. Ziel der seit 1997 jährlich stattfindenden Ferienfreizeiten ist es, den Kindern zu ermöglichen, unbeschwert neue Erfahrungen sowie soziale Kompetenzen zu sammeln und sich selbst in einem positiven Kontext erleben zu können. Die Freizeiten werden in enger Kooperation mit den Jugendzentren der Stadt Köln durchgeführt. Die Mitarbeiter/innen tragen dabei

nicht nur einen Großteil der Reisekosten, sondern übernehmen insbesondere auch die gesamte Organisation der Initiative. Gezielt wird auf die unterschiedlichen fachlichen Spezialisierungen der Beschäftigten aus den verschiedenen Units der Agenturgruppe zurückgegriffen, um die Kompetenzen in der Unit-übergreifenden Initiative zusammenzuführen.

Für ihr Engagement an einer Schaltstelle von gesellschaftlichen Veränderungsprozessen im Programm Partners in Leadership würdigte die Jury die Deutsche Bank, KPMG und Herlitz PBS als Gewinner in der Kategorie »Innovation«. Die Rolle von Schulleitungen erfährt derzeit einen paradigmatischen Wandel, denn die Veränderungen innerhalb des Bildungssystems verlangen nach zielgerichteten, teamorientierten und innovativen Führungspersönlichkeiten. Im Programm Partners in Leadership stärken Führungskräfte der beteiligten Unternehmen Schulleitungen in der Umsetzung ihrer Führungsaufgaben und tauschen sich zu allen Themen rund um die Leitung und Weiterentwicklung der Organisation Schule aus, damit sie den neuen Herausforderungen an die Institution Schule effektiver begegnen können. Gemeinsam erarbeiten Schulleitungen und Führungskräfte Strategien und Konzepte, um die jeweils einzelne Schule zukunftsfähig zu gestalten. Gleichzeitig übernehmen die Führungskräfte dabei eine wichtige Vorbildfunktion und tragend entscheidend dazu bei, bürgerschaftliches Engagement von Mitarbeiter/innen in ihren jeweiligen Unternehmen voranzubringen.

Für die nachahmenswerte Verankerung bürgerschaftlichen Engagements in die Ausbildung von Nachwuchsführungskräften wurde BMW als Gewinner der Kategorie »Newcomer« gekürt. Im Jahr 2010 hat BMW ein soziales Teamprojekt als festen und gleichwertigen Baustein in den Ablauf des Traineeprogramms BMW Group Graduate Programme verankert. Fünf bis sieben Tage investiert jeder Trainee während der Programmlaufzeit in ein soziales Teamprojekt und unterstützt dabei eine gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Bildung, Mentoring, Talentförderung und Ausbildungschancen beim Kompetenzaufbau und der Organisationsentwicklung gezielt mit seinem fachlichen Know-how. Insbesondere der äußerst klar strukturierte Ablauf und die zielgerichtete Steuerung der noch jungen Initiative sind bereits heute sehr überzeugend.

Als Gewinner in der Kategorie »Öffentliche Verwaltungen« wurde der Magistrat der Landeshauptstadt Wiesbaden – Amt für Soziale Arbeit für die Entwicklung einer Corporate Citizenship-Strategie für Wiesbaden und deren Umsetzung durch ein Servicebüro ausgezeichnet. Das Servicebüro hat in den letzten Jahren verschiedene aufeinander abgestimmte Angebote für Unternehmen entwickelt und umgesetzt – vom niedrighwelligen Einstieg im Rahmen eines jährlichen Unternehmensaktionstages, über ein langfristiges Mentoring-Programm im Bereich Integration, bis hin zu einer Auszeichnung von engagierten Unternehmen zur Etablierung einer lokalen Anerkennungskultur. Das gelungene Gesamtkonzept der Initiative, von der Verankerung bürgerschaftlichen Engagements von Unternehmen als festem Arbeitsbereich über die Konzeption der einzelnen, zielgruppengerechten Aktivitäten bis hin zu den Ergebnissen hat Vorbildcharakter für andere Kommunen. Bis heute haben rund 290 Unternehmen und 3.500 Beschäftigte in Wiesbaden durch die Projekte des Servicebüros einen Zugang zu bürgerschaftlichem Engagement gefunden und 50.000 Menschen haben von den Ergebnissen der Projekte profitiert.

Herausragende europäische Preisträger mit Vorbildcharakter

Alle nationalen Gewinner nahmen automatisch an der Entscheidung über die europäischen Gesamtsieger teil. Gleich zwei Teilnehmer aus Deutschland konnten eine der begehrten Auszeichnungen bei der Preisverleihung in London entgegennehmen. KPMG, Herlitz PBS und die Deutsche Bank wurden in der Kategorie »Innovation« als »Highly commended« gewürdigt. Der Magistrat der Landeshauptstadt Wiesbaden wurde gar als europaweiter Gewinner in der Kategorie »Öffentliche Verwaltungen« ausgezeichnet. Sue Bird, Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Integration, betonte in ihrer Laudatio: »This was a professional, long term strategy with short as well as long term offers to business to engage in the community thus fostering a culture of employee volunteering in a German Municipality and being really a role model for public authorities all over Europe«.

Europäischer Preisträger in der Kategorie »Großunternehmen« wurde das türkische Unternehmen Koç. Hohe Jugendarbeitslosigkeit und unzureichende berufliche Bildung sind zwei Hürden für die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung der Türkei. Um das Bewusstsein für die Bedeutung beruflicher Ausbildung zu steigern und duale Ausbildungsmodelle zu fördern hat Koç das landesweite Programm »Vocational Education: A Crucial Matter for the Nation« initiiert und 8.000 Jugendliche aus 264 Schulen in 81 Städten mit 21 Unternehmen und 350 Volunteers in Verbindung gebracht. Norsys aus Frankreich erhielt die Auszeichnung in der Kategorie »Kleine und mittlere Unternehmen«. In eintägigen Workshops führen die Mitarbeiter/innen des Betriebs Bewerbungstrainings mit Arbeitssuchenden durch, die in der Vergangenheit bei ihrer Jobsuche benachteiligt und diskriminiert wurden. Bisher haben 250 Personen, an dem Programm des 220 Mitarbeiter/innen starken Betriebs teilgenommen.

Als Preisträger in der Kategorie »Innovation« setzte sich die Mitie Group aus England und Schottland mit dem Programm »Real Apprentice« durch. Im Rahmen des zehnwöchigen Programms werden Langzeitarbeitslose sowie Menschen mit geistiger oder körperlicher Behinderung bei ihrem (Wieder-)Einstieg in die Arbeitswelt durch Trainings und Praktika bei der Mitie Group und ihren Kunden unterstützt. Mitarbeiter/innen des Unternehmens begleiten die Teilnehmer dabei als persönliche Mentorinnen und Mentoren. Über die Hälfte der Teilnehmer erhielt nach Abschluss des Programms eine feste Anstellung bei Mitie oder einem anderem Unternehmen. Das irische Unternehmen Abbott gewann in der Kategorie »Newcomer«. Als Reaktion auf das abnehmende Interesse junger Menschen an einem natur- und ingenieurwissenschaftlichen Studium hat das Unternehmen die Programme »Family Science« und »Operation Discovery« entwickelt. »Family Science« bringt Grundschüler/innen, Eltern und Lehrkräfte aus benachteiligten Gegenden mit Abbott-Volunteers zusammen, um spielerisch grundlegende wissenschaftliche Kompetenzen zu vermitteln. Bei der »Operation Discovery« besuchen ältere Schüler und ihre Lehrkräfte Abbott-Mitarbeiter/innen an ihrem Arbeitsplatz, um gemeinsam in Kleingruppen wissenschaftliches Arbeiten in der Praxis kennenzulernen. In nur 13 Monaten haben landesweit bereits 990 Schüler, 487 Eltern und 60 Lehrkräfte aus 18 Schulen an den beiden Programmen teilgenommen. Ausführliche Profile aller nationalen und europäischen Gewinner werden in einem Bericht zu den European Employee Volunteering Awards präsentiert. (5)

Anmerkungen

(1) vgl. ENGAGE (2008): Employee Community Engagement: An Effective Way of Improving the Skills Essential for Employment amongst Disadvantaged and Socially Excluded Groups of People within the EU. ENGAGE: London.

(2) Ausführliche Hintergrundinformationen zu den European Employee Volunteering Awards unter: www.upj.de/eeva2011.

(3) Blanke, Moritz / Lang, Reinhard (2010): Soziales Engagement von Unternehmen als strategische Investition in das Gemeinwesen, in Hardtke, Arnd / Kleinfeld, Annette (Hrsg.): Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Von der Idee der Corporate Social Responsibility zur erfolgreichen Umsetzung. Wiesbaden: Gabler, S. 251.

(4) vgl. Dresewski, Felix (2007): Verantwortliche Unternehmensführung. Corporate Social Responsibility (CSR) im Mittelstand. UPJ: Berlin; vgl. auch Europäische Kommission (Hrsg.) (2011): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR). Europäische Kommission: Brüssel.

(5) vgl. Business in the Community (BITC) (2011): European Employee Volunteering Awards - Case Study Report. Increasing the Employability Skills of People Facing Barriers to Work. BITC: London.
www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/Aktuelles/Nachrichten/eeva_cs_report_2011.pdf

Autor

Moritz Blanke ist Projektmanager bei der UPJ-Bundesinitiative, dem Netzwerk engagierter Unternehmen und gemeinnütziger Mittlerorganisationen in Deutschland. Im Rahmen seiner Tätigkeit koordiniert er u. a. die Aktivitäten des bundesweiten UPJ-Unternehmensnetzwerks und verantwortet verschiedene Projekte im Feld CSR. Die European Employee Volunteering Awards wurden durch ihn mitinitiiert und –entwickelt sowie unter seiner Leitung in Deutschland durchgeführt.

Kontakt:

Moritz Blanke

UPJ e.V.

Brunnenstr. 181

10119 Berlin

Telefon: +49 30 2787 406-13

E-Mail: moritz.blanke@upj.de

www.upj.de, <http://twitter.com/UPJ>

Redaktion Newsletter

Stiftung MITARBEIT
Wegweiser Bürgergesellschaft
Redaktion Newsletter
Bornheimer Str. 37
53111 Bonn
E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de