



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Unternehmen und Gesellschaft

Praxisbeispiele
vom unternehmerischen
Bürgerengagement
mittels Personaleinsatz
bis zu Projekteinsätzen in
sozialen Aufgabenfeldern als
Teil der Personalentwicklung

Dokumentation im Auftrag des
Bundesministeriums
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Stand: 29. November 2002



Inhalt

Inhalt	1
Vorwort	3
Einleitung	4
Dokumentation	6
I. Unternehmen	6
Übersichtsraster Unternehmen	7
Die Angaben der Unternehmen - Erläuterungen	11
<i>ABB AG, Mannheim</i>	12
<i>AOL Deutschland, Hamburg</i>	14
<i>Arthur D. Little GmbH</i>	18
<i>A.T. Kearney GmbH, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart</i>	21
<i>AXA Konzern AG, Köln</i>	23
<i>Bayer AG, Leverkusen</i>	25
<i>betapharm Arzneimittel GmbH, Augsburg</i>	27
<i>Boehringer Ingelheim Pharma KG, Biberach/Riss</i>	29
<i>BOV AG, Essen</i>	32
<i>b+d promotions GmbH, Köln</i>	34
<i>Citibank Privatkunden AG, Düsseldorf</i>	37
<i>DaimlerChrysler AG, Stuttgart</i>	39
<i>Deutsche Bahn AG, Berlin</i>	43
<i>Deutsche Bank AG, Frankfurt/M.</i>	44
<i>Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt</i>	46
<i>Deutsche Telekom AG, Bonn</i>	50
<i>Ford-Werke AG, Köln</i>	51
<i>General Electric, München</i>	53
<i>Gerling-Konzern, Köln</i>	56
<i>Henkel KGaA, Düsseldorf</i>	58
<i>McDonald's Deutschland Inc., München</i>	60
<i>McKinsey & Company, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart</i>	62
<i>Mercer Management Consulting, München, Frankfurt/Main, Zürich</i>	64
<i>Merck KGaA, Darmstadt</i>	66
<i>Metro AG, Düsseldorf</i>	68
<i>Neckarwerke Stuttgart AG, Stuttgart</i>	70
<i>NIKETOWN, Berlin</i>	72
<i>NOKIA GmbH, Bochum</i>	74
<i>OTIS GmbH & Co. OHG</i>	77
<i>Quelle AG, Fürth</i>	79
<i>Schneider Electric GmbH, Ratingen</i>	81
<i>Siemens AG, München</i>	84
<i>Siemens Management Consulting, München</i>	86
<i>THE BODY SHOP, Deutschland</i>	88
<i>The Boston Consulting Group, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart</i>	90
<i>Timberland World Trading GmbH, München</i>	93

<i>UKV - Union Krankenversicherung AG, Saarbrücken</i>	95
<i>Valeo Wischersysteme GmbH, Bietigheim-Bissingen</i>	97
<i>VICTORIA Versicherung AG, Düsseldorf</i>	99
<i>Viessmann Werke, Allendorf</i>	101
<i>VIVENDI UNIVERSAL, F-Paris</i>	103
<i>VNG - Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft, Leipzig</i>	105
<i>Wachter GmbH, Schwaig</i>	108
.....	
II. Dienstleister und Angebote	111
Übersichtsraster Dienstleister	111
Die Angaben der Dienstleister - Erläuterungen	113
<i>agens 27 Gesellschaft für Kunst, Medien und Kommunikation mbH</i>	114
<i>Barton Training Trust Ltd.</i>	116
<i>Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ)</i>	118
<i>change - Agentur für Sozialmarketing</i>	121
<i>Community Partnership Consultants</i>	123
<i>Easy Event GmbH</i>	125
<i>Ein-Sichten</i>	127
<i>Grün.Dorando.Zellermann</i>	129
<i>Hammerbacher GmbH Beratungsgesellschaft</i>	131
<i>Kölner Freiwilligen Agentur e.V.</i>	132
<i>mehrwert - Agentur für Soziales Lernen gGmbH</i>	134
<i>Münchener Institut für Sozialforschung (MISS)</i>	136
<i>Neulands AddVenture AG</i>	138
<i>Patriotische Gesellschaft von 1765, SeitenWechsel®</i>	140
<i>RESPONS - Agentur für soziale Fragen</i>	143
<i>Sozialreferat der Landeshauptstadt München, switch - die andere Seite®</i>	144
<i>Stiftung mitLeidenschaft</i>	146
<i>Stiftungsplan Beratungs- und Servicegesellschaft mbH</i>	148
<i>VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH</i>	150
<i>zeitweise - Freiwilligen-Agentur Bremen, TRansfer - Lernen in sozialen Arbeitswelten</i>	152
.....	
Weiterführende Informationsquellen	153
Netzwerke und Institutionen	153
Literatur	156

Vorwort

Im Zuge einer nachhaltigen Entwicklung und Modernisierung steht Deutschland vor Zukunftsaufgaben, die ein neues Verhältnis von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft erfordern: Eine Bürgergesellschaft, die nicht nur freiwillige, gemeinnützige Organisationen umfasst, sondern von der Zusammenarbeit zwischen Drittem Sektor, Unternehmen und dem Staat lebt. Bürgerschaftliches Engagement bedeutet auch mehr Eigenverantwortung, die zu einer neuen Qualität von Gemeinwohl führt.

Auch die Wirtschaft soll ihren Beitrag zu einer Bürgergesellschaft leisten: Die Förderung bürgerschaftlichen Engagements und die Unterstützung sozialer Projekte sollte zum selbstverständlichen Bestandteil jeder Unternehmenskultur werden. Investitionen ins lokale Gemeinwesen bilden „soziales Kapital“, Netzwerke von Vertrauen und Zusammenarbeit, von denen langfristig auch das Unternehmen profitiert. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich bürgerschaftlich engagieren, bringen neue Kompetenzen und Erfahrungen in die Berufstätigkeit und damit ins Unternehmen ein. Ich kann mir vorstellen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher zukünftig verstärkt dem Hersteller den Vorzug geben, der auch ein guter „corporate citizen“ ist.

In der Öffentlichkeit ist nicht zuletzt durch die Aktivitäten im Internationalen Jahr der Freiwilligen 2001 und durch die Arbeit der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ das Bewusstsein für die Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements gestärkt worden. Die Bundesinitiative „Unternehmen – Partner der Jugend“ (UPJ) hat die Idee von „Corporate Citizenship“ gerade bei kleinen und mittelständischen Unternehmen vorangebracht und unterstützt engagementbereite Unternehmen tatkräftig. Viele Bürgerinnen und Bürger, viele Unternehmen sind bereit, sich zu engagieren und Verantwortung in der Bürgergesellschaft mit zu tragen.

Die vorliegende Dokumentation zeigt interessante Beispiele zivilgesellschaftlicher Unternehmenskultur. Sie soll als Anregung dienen und Beispiele guter Praxis und vorbildlicher Unternehmenskultur bekannt machen. Weitere Beispiele entwickeln sich in der täglichen Praxis; sie sind für die nächste Auflage herzlich willkommen.



Renate Schmidt
Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Einleitung

Der lange Titel dieser Dokumentation von Praxisbeispielen deutet es schon an: Das Thema und die entsprechende Unternehmenspraxis sind nicht einfach auf einen schlichten Punkt zu bringen.

Ein Teil der dokumentierten Unternehmenspraktiken lässt sich als „gesellschaftliches Engagement von Unternehmen durch Personaleinsatz“ (im angelsächsischen Sprachraum: Corporate Volunteering) überschreiben. Das Unternehmen versteht sich nicht nur als Marktakteur, sondern als engagierter Bürger, der nicht nur Geld, sondern auch Zeit und Kompetenz für soziale, kulturelle und andere Anliegen spenden kann. In diesem Falle sind es also die Unternehmen, die sich "ehrenamtlich" engagieren und nicht das Personal, das für seinen Einsatz z.B. in einer sozialen Organisation bezahlt wird.

Ein weiterer Teil der dokumentierten Unternehmenspraktiken lässt sich als „gemeinsames gesellschaftliches Engagement von Unternehmen und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“ überschreiben. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich aus eigenem Antrieb und auf eigene Kosten (also in ihrer Freizeit) für ein gemeinnütziges Anliegen, und das Unternehmen beteiligt sich an diesem Engagement, indem es z.B. Geld an die gemeinnützigen Einrichtungen spendet, bei denen sich ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren. Oder das Unternehmen unterstützt das Engagement durch die Erlaubnis, hierfür auf entsprechende Ressourcen des Unternehmens (während der Arbeitszeit) zurückgreifen zu können: Telefon, Kopierer, Räume für Veranstaltungen u.a.m..

Für manche Praxisbeispiele ist die Überschrift „Allianzen für das Gemeinwohl“ zutreffend. Hier haben ein Unternehmen und eine gemeinnützige Organisation zu einer langfristig tragenden Partnerschaft zum gegenseitigen Nutzen zusammengefunden. Finanzielle und personelle Ressourcen sowie je eigene Kompetenzen fließen in ein gemeinsames Projekt oder eine gemeinsame Unternehmung, die der Kompetenzerweiterung, Leistungsverbesserung, Imageprofilierung oder verbesserten Marktpositionierung der beteiligten Partner dient.

Schließlich können einige Praxisbeispiele mit dem Titel „Projekteinsätze in sozialen Aufgabenfeldern für eine verbesserte Personal- und Teamentwicklung“ überschrieben werden. Unternehmensmitarbeiterinnen und -mitarbeiter arbeiten alleine oder im Team für wenige Tage, Wochen oder auch Monate in einer gemeinnützigen Organisation mit, um so fachliche, soziale und kommunikative Kompetenzen – also vor allem die weichen Schlüsselkompetenzen – zu erlangen bzw. zu vertiefen. Hier geht es vordergründig nur um eine interessante Alternative zu bekannten Instrumenten der Personalentwicklung, wie z.B. Outdoortraining, Action learning oder Job rotation. Trotzdem gehören auch diese Beispiele in diese Dokumentation. Denn: Einschlägige Erfahrungen zeigen, dass 60 und mehr Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an dieser Art von Personalentwicklungsmaßnahme anschließend den Kontakt zur gemeinnützigen Einrichtung halten, sich dort also später bürgerschaftlich engagieren.

In diese Dokumentation von Beispielen aus der Unternehmenspraxis sind insbesondere Daten und Erkenntnisse aus der Marketing- und Machbarkeitsstudie ‚Corporate Volunteering in Deutschland‘ eingeflossen, die von der Körber-Stiftung (Hamburg) finanziert und im Oktober 2001 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde.¹ Die Zahl und der Facettenreichtum des in Deutschland tatsächlich verbreiteten Unternehmens- und Mitarbeiterengagements übersteigt aber mit Sicherheit die hier dokumentierten Praxisbeispiele. So fehlen die Unternehmen, die aus unterschiedlichen Gründen ihr derartiges Engagement mit Personaleinsatz nicht öffentlich kommunizieren wollen – etwa weil sie vermeiden möchten, dass sich ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als „PR-Futter“ missbraucht fühlen. Und es fehlen all' die Unternehmen, die wir bei unseren Recherchen noch nicht entdeckt haben. Wenn Sie also Ihr Unternehmen in dieser Dokumentation vermissen, dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf, so dass Ihr Praxisbeispiel die nächste Auflage bereichern kann.

Die vorliegende vierte Auflage der Praxisdokumentation wurde um weitere Unternehmensbeispiele sowie Angebote von Dienstleistern erweitert. Auch in der Rubrik der Dienstleister waren und sind wir bemüht, alle uns bekannten aufzunehmen. Sollten Sie aber feststellen, dass Sie mit Ihrem Angebot fehlen, dann nehmen auch Sie Kontakt mit uns auf, so dass wir diesen Mangel mit der nächsten Auflage beheben können.

Köln, im November 2002

Dieter Schöffmann & Anika Lietzke

VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

¹ Marketing- und Machbarkeitsstudie „Corporate Volunteering in Deutschland und Köln“ durchgeführt von VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH in Zusammenarbeit mit Kölner Freiwilligen Agentur e.V. Ergebnisse. Köln 2001 (DIN A4, 74 Seiten), 25,56 EUR.

Vor allem die inhaltlichen und konzeptionellen Ergebnisse der Studie sind neben weiteren Beiträgen veröffentlicht in: Dieter Schöffmann (Hrsg.): Wenn alle gewinnen. Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen. Hamburg 2001 (162 Seiten), 15 EUR.

Dokumentation

I. Unternehmen

Die Praxisbeispiele stammen von folgenden Unternehmen:

- ABB AG
- ⇒ AOL Deutschland
- Arthur D. Little GmbH
- A.T. Kearney
- AXA Konzern AG
- ⇒ Bayer AG
- betapharm Arzneimittel GmbH
- Boehringer Ingelheim Pharma KG
- BOV AG
- b+d promotions GmbH
- ⇒ Citibank Privatkunden AG
- DaimlerChrysler AG
- Deutsche Bahn AG
- Deutsche Bank AG
- Deutsche Lufthansa AG
- Deutsche Telekom AG
- Ford-Werke AG
- General Electric
- Gerling-Konzern
- Henkel KGaA
- McDonald's Deutschland Inc.
- McKinsey & Company
- ⇒ Mercer Management Consulting
- Merck KGaA
- Metro AG
- Neckarwerke Stuttgart AG
- NIKETOWN Berlin
- NOKIA GmbH
- OTIS GmbH & Co. OHG
- Quelle AG
- ⇒ Schneider Electric GmbH
- Siemens AG
- Siemens Management Consulting
- THE BODY SHOP
- The Boston Consulting Group
- Timberland World Trading GmbH
- UKV - Union Krankenversicherung AG
- Valeo Auto-Electric, Wischer und Motoren GmbH
- ⇒ VICTORIA Versicherung AG
- Viessmann Werke
- VIVENDI UNIVERSAL
- ⇒ VNG - Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft
- Wachter GmbH

⇒ = Neu in dieser Auflage

Übersichtsraster Unternehmen

Das folgende Raster ermöglicht eine schnelle Übersicht über Charakter und Art der einzelnen Unternehmensbeispiele.

Die Charakterisierung erfolgt nach bestimmten Zuordnungskriterien, sofern entsprechende Informationen den Unternehmensdarstellungen entnommen werden können (daher kein Anspruch auf Vollständigkeit):

- **Ebenen:** Wer bestimmt Ziel, Inhalt und Dynamik des Engagements?
 - Ebene 1: Bürgerengagement der Mitarbeiter/innen wird vom Unternehmen informell anerkannt und unterstützt
 - Ebene 2: Bürgerengagement der Mitarbeiter/innen wird vom Unternehmen in formalisierter Weise gewürdigt und unterstützt
 - Ebene 3: Leitlinien und Aktionen, die die Mitarbeiter/innen zum Bürgerengagement ermuntern
 - Ebene 4: Aktive Zusammenarbeit mit Gemeinwohlorganisationen zur Anregung des Bürgerengagements der Mitarbeiter/innen
 - Ebene 5: Unternehmens- und Arbeitnehmerengagement
(Unternehmensinteressen, -ziele und -strategien sind Ausgangspunkt, Orientierung und Rahmen für die zu unterstützenden bzw. anzuregenden Aktivitäten)
 - Ebene 6: Personaleinsatz in Gemeinwohlprojekten als Instrument der Personal- und Teamentwicklung
- **Berufsphase:** Kommt das Projekt/ Programm in einer bestimmten Berufsphase der Mitarbeiter/innen zum tragen?
- **Mitarbeiterzielgruppe:** Auf wen fokussiert das Programm bzw. wen bezieht es insbesondere ein?
- **Kompetenzeinsatz / -erweiterung / -vertiefung:** Um welche Kompetenzfelder dreht sich das Engagementprogramm/ -projekt insbesondere?
- **Förderung:** Steht die Förderung/ Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements der Mitarbeiter/innen (außerhalb des Unternehmens) bzw. die Unterstützung einer Gemeinwohlorganisation im Mittelpunkt?

Praxisbeispiele
vom unternehmerischen Bürgerengagement mittels Personaleinsatz
bis zum Projekteinsatz in sozialen Aufgabenfeldern als Teil der Personalentwicklung

8

Unternehmen	Ebenen						Berufsphase					Mitarbeiter-Zielgruppe			Kompetenzeinsatz / -erwerb / -vertiefung					Förderung		
	I	II	III	IV	V	VI	Ausbildung	Berufsanfang	Berufsmittle	Berufsende	Ruhestand	Einzelne	Teams / Gruppen	Belegschaft	Sozial / pers. Komm.	Fach	Leiten & Führen	PMM	Team	Bürgereng. v. MA	Gemeinwohlorg./ Gemeinwesen	
ABB AG					X		X	X	X	X				X	X				X	X		
AOL Deutschland Projekt 1: Straßenkinder					X		X	X	X		X				X	X	X					X
AOL Deutschland Projekt 2: Schülerfirma					X			X	X		X					X	X					X
Arthur D. Little GmbH					X			X	X		X					X		X				X
A.T. Kearney					X			X	X		X					X		X				X
AXA Konzern AG				X			X	X	X	X	X				X						X	
Bayer AG			X				X	X	X	X				X	X				X			X
betapharm Arzneimittel GmbH					X			X	X	X				X		X		X				X
Boehringer Ingelheim Pharma KG						X	X					X			X				X	X		
BOV AG						X	X	X	X			X			X	X	X	X	X			X
b+d promotions GmbH					X		X	X	X	X			X		X			X	X			X
Citibank Privatkunden AG																						
DaimlerChrysler AG Projekt 1: Musikensembles					X			X	X	X		X							X			X
DaimlerChrysler AG Projekt 2: startsocial					X			X	X		X				X			X				X
DaimlerChrysler AG Projekt 3: Brücke Berlin-New York					X			X	X		X	X		X								X
Deutsche Bahn AG		X					X	X	X	X	X				X						X	
Deutsche Bank AG „Initiative plus“				X				X	X	X	X				X						X	

Praxisbeispiele
vom unternehmerischen Bürgerengagement mittels Personaleinsatz
bis zum Projekteinsatz in sozialen Aufgabenfeldern als Teil der Personalentwicklung

9

Unternehmen	Ebenen						Berufsphase					Mitarbeiter-Zielgruppe			Kompetenzeinsatz / -erwerb / -vertiefung					Förderung		
	I	II	III	IV	V	VI	Ausbildung	Berufsanfang	Berufsmitte	Berufsende	Ruhestand	Einzelne	Teams / Gruppen	Belegschaft	Sozial / pers. Komm.	Fach	Leiten & Führen	PMM	Team	Bürgereng. v. MA	Gemeinwohlorg./ Gemeinwesen	
Deutsche Bank AG „Jugend-Schule-Wirtschaft“					X				X	X		X				X	X					X
Deutsche Lufthansa AG „Wir für Rhein-Main“				X			X	X	X	X		X			X						X	
Deutsche Lufthansa AG „Explorers“						X		X				X			X	X	X	X	X			X
Deutsche Telekom AG					X			X	X			X				X	X					X
Ford-Werke AG				X			X	X	X	X	(X)	X			X			X			X	
General Electric			X					X	X	X	X	X			X			X	X	X	X	
Gerling-Konzern					X			X	X			X				X						X
Henkel KGaA				X			X	X	X	X	X				X						X	
McDonald's Deutschland Inc.					X			X	X	X			X		X							X
McKinsey & Company					X			X	X			X	X			X	X	X	X			X
Mercer Management Consulting					X			X	X			X				X	X	X	X			X
Merck KGaA			X					X	X	X		X			X		X	X	X	X	X	
Metro AG: Projekt 1 Auszubildende: Sozialprojekt						X	X					X			X					X	X	
Metro AG: Projekt 2 „Schulpartnerschaften“					X				X	X		X				X	X					X
Neckarwerke Stuttgart AG						X	X					X			X				X	X		
NIKETOWN Berlin					X			X	X			X			X		X					X
NOKIA GmbH					X			X	X	X		X			X							X
OTIS GmbH & Co. OHG					X		X	X	X	X			X	X				X	X	X	X	
Quelle AG				X			X	X	X	X			X						X	X		

Praxisbeispiele
vom unternehmerischen Bürgerengagement mittels Personaleinsatz
bis zum Projekteinsatz in sozialen Aufgabenfeldern als Teil der Personalentwicklung

10

Unternehmen	Ebenen						Berufsphase					Mitarbeiter-Zielgruppe			Kompetenzeinsatz / -erwerb / -vertiefung					Förderung		
	I	II	III	IV	V	VI	Ausbildung	Berufsanfang	Berufsmittle	Berufsende	Ruhestand	Einzelne	Teams / Gruppen	Belegschaft	Sozial / pers. Komm.	Fach	Leiten & Führen	PMM	Team	Bürgereng. v. MA	Gemeinwohlorg./ Gemeinwesen	
Schneider Electric GmbH Projekt 1: Schulpartnersch.					X				X	X		X				X	X					X
Schneider Electric GmbH Projekt 2: Special Olympics					X			X	X	X			X	X				X	X	X		
Siemens AG					X				X	X		X	X			X	X					X
Siemens Management Consulting					X			X	X				X						X			X
THE BODY SHOP				X				X	X				X						X	X		
The Boston Consulting Group					X			X	X			X	X		X	X	X	X	X			X
Timberland World Trading GmbH					X			X	X	X		X	X		X			X	X	X		
UKV - Union Krankenversicherung AG					X			X	X	X			X						X			X
Valeo Auto-Electric, Wischer und Motoren GmbH						X	X					X		X					X	X		
VICTORIA Versicherung Projekt „Seitenwechsel“				X					X	X		X				X	X					X
Viessmann Werke					X				X	X		X				X	X					X
VIVENDI UNIVERSAL		X						X	X	X		X	X		X						X	
VNG - Verbundnetz Gas AG					X		X	X	X	X		X		X							X	
Wachter GmbH					X				X	X		X							X			X

Die Angaben der Unternehmen – Erläuterungen

Die Praxisbeispiele sind in folgender Weise aufgebaut:

FIRMA, SITZ, BRANCHE UND MITARBEITERZAHL (IN DEUTSCHLAND)

- DAS PROJEKT / PROGRAMM
 - KURZBESCHREIBUNG
Kurztext zur Beschreibung des Praxisbeispiels
 - TEILNEHMERSTRUKTUR
Angaben zu Art und Umfang der Personalbeteiligung (Einzelne, Teams, die gesamte Belegschaft ...)
- WEITERE INFORMATIONEN
Veröffentlichungen zu dem Praxisbeispiel, die allgemein zugänglich sind (mit Bezugshinweisen)
- GESCHICHTE / HINTERGRUND
Wie ist das Programm zustande gekommen und woher kam der Impuls usw.?
- MOTIVE / NUTZEN
Stichworte zu den wesentlichen Motiven und erwarteten bzw. erfahrenen Nutzen der Programme oder Projekte
 - ... FÜR DAS UNTERNEHMEN
 - ... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN
 - ... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN
- ÜBERTRAGBAR AUF
Inwieweit ist das Beispiel auf kleine und mittelständische Unternehmen oder Großbetriebe übertragbar?
- ANSPRECHPARTNER/INNEN
Angaben zu Kontaktpersonen, die weitere Auskünfte erteilen können
 - ... IM UNTERNEHMEN
 - ... IN DER BELEGSCHAFT
 - ... BEI DER PARTNERORGANISATION

Die Angaben beruhen jeweils auf den Selbstausskünften der Unternehmen.

ABB AG, Mannheim

Elektroindustrie, ca. 21.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die ABB AG engagiert sich im Rahmen der Special Olympics-Bewegung (Olympische Spiele für Menschen mit geistigen Behinderungen). Über 300 Mitarbeiter/innen waren vom 5. bis 8. September 2000 bei den Spielen in Berlin vor Ort und halfen im Bereich der Organisation und Betreuung der behinderten Sportler/innen. Auszubildende der ABB AG waren ebenfalls beteiligt: zum einen unmittelbar in Berlin, zum anderen auch bei der Vorbereitung, da sie die olympische Fackel und die Flammuschale gefertigt hatten. Für das Engagement stellten die Mitarbeiter/innen ihre Zeit zur Verfügung, die ABB AG finanzierte Anreise und Unterkunft.

Das Engagement im Rahmen der Special Olympics-Bewegung soll auch im Jahr 2001 bei den Winterspielen fortgesetzt werden.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Alle Mitarbeiter/innen der ABB AG sind aufgerufen sich zu beteiligen. Sie helfen in eigens zusammengestellten Teams vor Ort.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

./.

GESCHICHTE / HINTERGRUND

ABB USA engagiert sich schon seit längerem in dieser Richtung. Eine Mitarbeiterin der Unternehmenskommunikation hat dieses Engagement vor Ort kennen gelernt und es nach Deutschland gebracht. Die Unternehmenskommunikation ist weiterhin für die Steuerung der Aktivitäten zuständig.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Teamentwicklung
- Betriebskultur
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz
- Bindung an das Unternehmen durch soziales Engagement

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

./.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

./.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Asea Brown Boveri AG, Gottlieb-Daimler-Str. 8, 68165 Mannheim

- ➔ Christiane Cloos, Marketing und Vertrieb, Öffentlichkeitsarbeit (MVE/O)
Tel. 0621/4381-464 (Durchwahl), Fax. 0621/4381-474, Email: christiane.cloos@de.abb.com
- ➔ Jacqueline Franz, Marketing und Vertrieb, Öffentlichkeitsarbeit (MVE/O)
Tel. 0621/4381-453 (Durchwahl), Fax. 0621/4381-278, Email: jacqueline.franz@de.abb.com

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei ABB AG erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Special Olympics Deutschland e.V. c/o Institut für Sportwissenschaften der Universität Würzburg,
Judenbühlweg 11, 97082 Würzburg

- ➔ Nives Ebert
Tel. 0931/86010 (Durchwahl), Fax. 0931/84390,
Email: special_olympics@mail.uni-wuerzburg.de

AOL Deutschland, Hamburg

Online-Dienst, ca. 550 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Projekt 1:

Über das Mitarbeiterspendenprogramm DonateYourCents unterstützen Mitarbeiter/innen von AOL Deutschland zwei Projekte für Straßenkinder: a) „Straßenkids“ in Hamburg, getragen von Basis e.V., b) „Jugendpension JUP“ in München, getragen von Wohnhilfe e.V.. Die Cent-Beträge der monatlichen Nettoeinkommen werden automatisiert an die Partnerprojekte überwiesen, AOL verdoppelt die Spendenbeiträge seiner Mitarbeiter/innen.

Dieses finanzielle Engagement ist Teil einer weitergehenden Partnerschaft mit den beiden Straßenkinder-Projekten. Es wurden über Online-Versteigerungen Rechner beschafft und Internet-Schulungen für die Sozialarbeiter/innen durchgeführt. Die Neuen Medien werden in die bestehenden Vorhaben zur Reintegration der Straßenkids involviert. Im Standort München werden zudem ab 2003 Freizeitaktivitäten der JUP-Bewohner/innen von AOL-Mitarbeitern/innen ehrenamtlich begleitet.

Projekt 2:

Um die Arbeit eines Informatikleistungskurses zu unterstützen, wurde bei AOL ein Programmierauftrag erfragt, der im Herbst/Winter 2002 von den Schülern/innen des Kurses als „Schülerfirma“ umgesetzt wird. In einer ersten Phase wurden die Anforderungen aus den verschiedenen Unternehmensbereichen an die gewünschte Datenbank erhoben. In der zweiten Phase erfolgt ihre Entwicklung. Die beiden „Geschäftsführer“ der Schülerfirma stehen dabei in engem Kontakt zur Leitung der bei AOL involvierten Projektgruppe. Begleitet wird das Vorhaben auf Schulseite vom Kursleiter und dem CSR-Verantwortlichen bei AOL sowie dem Zentrum Schule und Wirtschaft.

Das Projekt „Schülerfirma“ ist Bestandteil eines umfassenderen Engagements von AOL Deutschland, um die Berufsorientierung von Schülern/innen zu fördern. Eine feste Gruppe von AOL-Ambassadoren besucht im Rahmen von Berufsorientierungseinheiten Schulklassen im Raum Hamburg und München und informiert über die IT-Branche, Berufsanforderungen und Ausbildungsmöglichkeiten. Diese Aktivitäten sind eingebettet in das bundesweite Ambassadorprogramm der Initiative D21.

Die gezielte Förderung von Hauptschulabgängern/innen erfolgt im Rahmen von Beratungsleistungen, die Hamburg-weit durch das Projekt „Netzwerk Hamburg“ der Initiative für Arbeit und Beschäftigung koordiniert werden. Ausgewählte AOL-Mitarbeiter/innen (vor allem aus dem Personalwesen) beraten einzelne Hauptschüler/innen individuell und in Abstimmung mit Schule und Behörden bei der Auswahl von Ausbildungsstellen und beim Verfassen von Bewerbungen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Projekt 1:

Alle Mitarbeiter/innen an den beiden AOL-Standorten Hamburg und München sind aufgerufen sich zu beteiligen. Für die Durchführung von Schulungen und die Begleitung von Freizeitaktivitäten wurde vorab das Interesse bei AOL-Mitarbeitern/innen abgefragt.

Projekt 2:

Schülerfirma: AOL-Projektgruppe mit 5-6 Mitarbeitern/innen aus verschiedenen Unternehmensbereichen nach vorheriger freier Ausschreibung im Unternehmen.

Ambassador-Programm: Ausschreibung an alle Mitarbeiter/innen. Derzeit 15-20 AOL-Ambassadoren in Hamburg und München. Umfang: ca. 1 Einsatz pro Mitarbeiter/in und Halbjahr.

Hauptschüler/innen-Beratung: 3 Mitarbeiter/innen, v.a. aus dem HR-Bereich (interne Auswahl)

Projekt 1/2:

Alle Aktivitäten werden vom Bereich Corporate Responsibility begleitet und in das Unternehmenskonzept zu CSR und Freiwilligenarbeit integriert. Die Kooperationen sind langfristig angelegt.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

Projekt 1/2:

Berichte im Mitarbeiter-Newsletter, in internationalen Reports zu AOL Time Warner und in Fachpublikationen sowie im Intranet und auf der Unternehmens-Website und den Publikationen der Partner.

[www.aol.de/unternehmen \(http://portal.aol.de/unternehmen/publicpolicy/grundsaeetze/index.jsp\)](http://portal.aol.de/unternehmen/publicpolicy/grundsaeetze/index.jsp)

Projekt 2:

- www.gymnasium-allee.de
- www.initiated21.de/ambassador
- www.hamburg.de/Umwelt/HIAA/projekte/jugend/berufsorientierung_hs.htm

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Projekt 1:

Als internationales Unternehmen engagiert sich AOL und auch der Gesamtkonzern AOL Time Warner seit Jahren im Bereich Corporate Citizenship / Corporate Social Responsibility. Ein Großteil der Aktivitäten wird dabei über die AOL Time Warner Stiftung (www.aoltwfoundation.org) koordiniert. Ein Hauptziel der Aktivitäten ist die Förderung bürgerschaftlichen Engagements. In diesem Zusammenhang verleiht die Stiftung jährlich den Andrew-Heiskill-Award an besonders aktive AOL Time Warner-Mitarbeiter/innen. Darüber hinaus werden in regelmäßigen Abständen ECHO-Grants an gemeinnützige Projekte vergeben, in denen sich Mitarbeiter/innen engagieren.

Projekt 2:

Ein weiteres Ziel der Aktivitäten ist es, junge Menschen dabei zu unterstützen die notwendigen Kompetenzen für das 21. Jahrhundert aufzubauen. Entsprechend fördert auch AOL Deutschland das Freiwilligenengagement der Mitarbeiter/innen, indem ihnen Arbeitszeit zur Verfügung gestellt wird.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Projekt 1/2:

- Gesteigerte Mitarbeitermotivation und Identifikation mit dem Unternehmen
- Positives Unternehmensimage
- Generierung PR-relevanter Projekte
- Unternehmenskultur
- Vernetzung an den Unternehmensstandorten

Projekt 2:

- Bessere und klar interessierte Bewerberinnen und Bewerber

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Projekt 1:

- Würdigung gemeinnützigen Engagements
- z.T. Freistellung durch das Unternehmen

- Mitarbeiterentwicklung / Kompetenzaufbau

Projekt 2:

- Freistellung durch das Unternehmen
- Mitarbeiterentwicklung / Kompetenzaufbau
- Spaß / Kontakt zu jungen Menschen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Projekt 1/2:

- Geld /Sachleistungen
- Internet-Know-how
- Know-how aus der Unternehmenswelt
- Personalressourcen

ÜBERTRAGBAR AUF

Projekt 1:

Mittelbetriebe - Großbetriebe

Projekt 2:

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Projekt 1/2:

AOL Deutschland, Millerntorplatz 1, 20359 Hamburg

- ☛ Dr. Norbert Taubken, Head of Corporate Responsibility,
Tel. 040/36159-8308, Email: norberttaubken@aol.com

... IN DER BELEGSCHAFT

Projekt 1:

./.

Projekt 2:

AOL Deutschland, Millerntorplatz 1, 20359 Hamburg

- ☛ Ingo Jäger, Teamleiter Webmaster, Tel. 040/36159-8508, Email: jaegeringo@aol.com

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Projekt 1:

Basis e.V., Knorrestrasse 5, 20099 Hamburg

- ☛ Thomas Nebel, Geschäftsführer, Tel. 040/249694, Email: basisprojekt@t-online.de

Wohnhilfe e.V., Nockherstr. 60, 81571 München

- ☛ Helmut Berger, Geschäftsführer, Tel. 089/43662911, Email: wohnhilfe2000@t-online.de

Projekt 2:

Gymnasium Allee, Max-Brauer-Allee 83, 22765 Hamburg

- ☛ Bernt Grabow, stellv. Schulleiter, Tel. 040/4288806-31, Email: Bernt_Grabow@freenet.de

Zentrum Schule Wirtschaft, Schwenckestraße 91-93, 20255 Hamburg

- ☛ Klaus Hahne, Tel. 040/42801-2585, Email: hahne@ifl-hamburg.de

Initiative D21 e.V., Ernst-Reuter-Platz 2, 10587 Berlin

- ☛ Monika Danner, Tel. 030/27576-145, Email: monika.danner@initiated21.de

Praxisbeispiele
vom unternehmerischen Bürgerengagement mittels Personaleinsatz
bis zum Projekteinsatz in sozialen Aufgabenfeldern als Teil der Personalentwicklung

17

Koordinierungsstelle bei der Arbeitsstiftung Hamburg, Adenauerallee 2, 20097 Hamburg

➔ Michael Goedeke, Projektmanagement

Tel. 040/68946-181, Email: goedeke@arbeitsstiftung.de

Arthur D. Little GmbH

Unternehmensberatung, ca. 335 Mitarbeiter/innen im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz)

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

UPJ (Unternehmen: Partner der Jugend) ist eine Bundesinitiative, die Kinder und Jugendliche mit Unternehmen zusammenbringt, damit sie sich gegenseitig mit ihren jeweiligen Kompetenzen unterstützen. UPJ hat in fast jedem Bundesland ein Büro, so auch in Hessens Hauptstadt Wiesbaden. Um die UPJ-Idee in Wiesbaden öffentlich zu machen und für zunächst zehn überwiegend ehrenamtlich arbeitende Jugendarbeitsprojekte Unternehmenspartner/innen zu suchen, organisierte die Wiesbadener Jugendförderung ein lokales UPJ-Forum. Als Mentor und Kooperationspartner gewann die Abteilungsleiterin H. Rech den Chairman der in Wiesbaden ansässigen Unternehmensberatung Arthur D. Little (ADL), Dr. Tom Sommerlatte. „Auf die Idee ihn anzusprechen, kam ich, als ich hörte, dass er selbst elf Kinder hat. So jemand muss doch ein Partner der Jugend sein“, so H. Rech. H. Rech hatte Recht. Gemeinsam mit ADL wurde die Veranstaltung vorbereitet und erfolgreich durchgeführt. 15 Unternehmen nahmen teil, weitere 12 bekundeten Interesse. Alle lokalen und zwei überregionale Zeitungen berichteten mehrspaltig. In Folge entstanden über ein Dutzend Kooperationsprojekte mit Unternehmen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Beteiligung Träger:

Das Jugendamt lud 17 Jugendinitiativen ein und informierte sie in Kooperation mit dem UPJ-Regionalbüro über UPJ und die Idee eines lokalen UPJ-Forums. Es koordinierte und moderierte die Vorbereitung und Durchführung. Ein beteiligtes Jugend- und Kulturzentrum stellte Räumlichkeiten, Technik, Bühne etc. und kümmerte sich um originelle Raumgestaltung, ansprechendes Buffet etc..

Eine vom Jugendamt koordinierte Vorbereitungsgruppe bestehend aus Jugendamts-, ADL- und UPJ-Regionalbüro-Mitarbeiter/innen nahmen zu einer Vielzahl der schriftlich eingeladenen Unternehmer/innen vor der Veranstaltung persönlich Kontakt auf. Alle Unternehmenskooperationen suchenden Initiativen präsentierten ihre Arbeit jeweils in einer 6-Minuten-Einlage z.B. per Comedy, break-dance, Kinderzirkus etc. und standen anschließend an Ständen Rede und Antwort.

Beteiligung Unternehmen:

Die ADL-Beraterin Carina Blödorn erarbeitete mit den Mitarbeitern/innen der Jugendinitiativen in mehreren Workshops deren Präsentation beim UPJ-Forum, beriet die Veranstaltungsplanung und Dramaturgie und übernahm gemeinsam mit H. Rech die Moderation. Sie lud ADL-Kunden, u.a. Unternehmen, die zu den Kooperationswünschen der Jugendinitiativen passten persönlich zum Forum ein, entwickelte eine Folien-Präsentation von UPJ, wertete die Veranstaltung gemeinsam mit der Vorbereitungsgruppe und den Initiativen aus und berichtete über Forum und UPJ-Idee in mehreren Unternehmenszeitschriften.

Dr. Tom Sommerlatte unterzeichnete mit dem Wiesbadener Sozialdezernenten die Veranstaltungseinladung, hielt das Eröffnungsreferat und erläuterte die UPJ-Idee. Zudem stellte ADL ca. einhundert aufwändig gestaltete Broschüren dieser Präsentation für die UPJ-Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung.

Die zunächst nur für das UPJ-Forum im Mai 2000 vereinbarte Kooperation zwischen Jugendamt und ADL wurde auch im Anschluss daran fortgesetzt. Zunächst begleitete und qualifizierte ADL-Beraterin Janina Bäder die lokale UPJ-Planungsgruppe und die Jugendprojekte. Inzwischen wurde diese Arbeit von Dr. Eleonore Traenckner und Stephan C. Koch übernommen. Dabei werden von den ADL-Beraterinnen und -Beratern bspw. die Treffen der Wiesbadener UPJ-Unternehmen moderiert, Tagesworkshops „Der richtige Umgang mit Unternehmen“ und Kommunikationstrainings durchgeführt sowie UPJ-Treffen zwischen Jugendamt und anderen städtischen Bereichen, wie dem Wirtschaftsdezernat, moderiert und begleitet. Auch auf Bundesebene unterstützt das ADL-Team UPJ durch kreative Ideen und Initiativen; darüber hinaus fungiert Dr. Tom Sommerlatte als UPJ-Botschafter.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

auf Anfrage (Kontakte s.u.)

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Öffentlichkeitswirksamer Auftritt von ADL am Firmensitz
- Erweiterung des Horizonts der Berater/innen
- „Übung“ der Unternehmensleistungen bei einer anderen Art von Kunden (z.B. Work-shop-Moderation bei Jugendinitiativen) und des bedarfsgerechten Angebots (i.S. einer Auftragsklärung)
- Demonstration sozialer Verantwortung und Verbindung von ADL mit jugendlicher Kreativität – Dr. Tom Sommerlatte: „Arthur D. Little engagiert sich als Partner der Jugend, weil wir als erfolgreiches Unternehmen eine soziale Verantwortung haben und uns zugleich durch die Kreativität und Energie bereichert fühlen, die diese jungen Leute ausstrahlen. Wir freuen uns, wenn wir ihren Ideen ein Stück mehr Raum geben können – Jugend ist Zukunft, und Zukunft ist unser Geschäft“
- Motivation und Bindung der eigenen Mitarbeiter/innen – C. Blödorn: „Die Arbeit mit den Jugendinitiativen hat mir große Freude gemacht. Eine willkommene Abwechslung im Berateralltag und eine dankbare Aufgabe. Ich kann mir vorstellen, dass Unternehmen, die ihren Mitarbeitern Freiräume für die Arbeit in sozialen Projekten geben und diese unterstützen, auch als Arbeitgeber attraktiver sind.“
- Schließlich hält ADL als schnell wachsendes Dienstleistungsunternehmen die Gewinnung junger Mitarbeiter/innen für besonders wichtig, wofür die Auseinandersetzung mit jungen Menschen als sehr nützlich angesehen wird.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Jugendinitiativen- und Träger: Qualifizierung in Fragen der Unternehmenskooperation und Veranstaltungsorganisation durch Unternehmensberaterin
- Effizient und professionell vorbereitete und durchgeführte Veranstaltung mit großer Öffentlichkeitswirksamkeit
- Imagegewinn durch Kooperation mit international renommiertem Unternehmen und Unternehmern
- Besserer Zugang zu anderen Unternehmen
- Gut gestaltete Öffentlichkeitsarbeits-Materialien
- UPJ-PR in Unternehmens-Zeitschriften durch ADL
- Qualifizierung bei eigener Präsentation und Öffentlichkeitsarbeit
- Neue Partner, Perspektiven und Ressourcen für eigene Vorhaben

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Arthur D. Little GmbH, Gustav-Stresemann-Ring 1, 65189 Wiesbaden, Tel. 0611/7148-0

➔ Dr. Eleonore Traenckner
Email: traenckner.eleonore@adlittle.com

➔ Stephan C. Koch
Email: koch.stephan@adlittle.com

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Amt für Soziale Arbeit, Abteilung Jugendarbeit: UPJ-Partnerbüro, Dotzheimer Str. 99, 65197
Wiesbaden

➔ Alexandra Waldmann
Tel. 0611/313598 (Durchwahl), Email: alexandra.waldmann@kulturvorort.de

A.T. Kearney GmbH, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart

Unternehmensberatung, ca. 450 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Entwicklung und Umsetzung eines Fundraising-Konzeptes für das Konzerthaus am Gendarmenmarkt in Berlin.

Zielsetzung des Projektes ist die Positionierung des Konzerthauses als künstlerisch-gesellschaftliches Zentrum von Berlin im Bereich qualitativ anspruchsvoller Konzerte.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Mitarbeiter/innen von A.T. Kearney, Konzerthaus, Berliner Senat, Staatsminister für Kultur

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

./.

GESCHICHTE / HINTERGRUND / MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Die Verankerung von A.T. Kearney in der Gesellschaft ist seit der Gründung 1926 ein wichtiger Grundpfeiler des Beratungsansatzes. Der lokale Bezug ist dabei von besonderer Bedeutung, um die Verbundenheit mit dem Standort Berlin zu dokumentieren. Wichtigstes Motiv für den Aufbau des Fundraisings für das Konzerthaus war, einer herausragenden Kulturinstitution zu helfen, sich bestmöglich in der Kulturlandschaft zu positionieren.

Die erhöhte Wahrnehmung und stärkere gesellschaftliche Verankerung von A.T. Kearney in Berlin sind die positiven Ergebnisse für A.T. Kearney.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Die Mitwirkung an der Entwicklung und Umsetzung eines Fundraising-Konzeptes hat den Erfahrungshorizont der Mitarbeiter/innen deutlich erweitert. Der Bezug zum Konzerthaus und der dort vermittelten Konzertkultur hat sich deutlich verstärkt.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Die gemeinsame Entwicklung und Umsetzung des Fundraising-Konzeptes hat zur Generierung von zusätzlichen Finanzmitteln für besondere Konzerte, qualitativ hochwertige Instrumente und insgesamt eine bessere Positionierung in der Konzert-Landschaft in Berlin geführt.

Es wird als ein Modell-Projekt angesehen, das auch für andere Regionen und Institutionen Vorbildcharakter hat.

ÜBERTRAGBAR AUF

./.

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

A.T. Kearney GmbH, Lenbachplatz 5, 80333 München

☞ Dr. Hartmut Maaßen

Tel. 089/5156-8419 (Durchwahl), Email: hartmut.maassen@atkearney.com

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Zukunft Konzerthaus e.V. , Gendarmenmarkt 2, 10117 Berlin, Tel. 030/203092344

- Prof. Dr. Frank Schneider, Intendant
- Heike Siebel, Geschäftsführerin
Email: h.siebel@konzerthaus.de

AXA Konzern AG, Köln

Versicherung und Finanzdienstleistung, 13.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die AXA Konzern AG möchte mit dem gemeinnützigen Verein „AXA von Herz zu Herz e.V.“ interessierte Mitarbeiter/innen aus allen Teilen der AXA zusammenführen, um sich ehrenamtlich zu engagieren. Der Verein unterstützt soziale und karitative Initiativen in vier Bereichen: geistige und körperliche Behinderung, HIV-Infektion bzw. AIDS-Erkrankung, sozial schwache Gruppen sowie Alten- und Hospizbetreuung.

Die Initiative verfolgt den Gedanken, das Wertvollste der AXA-Gruppe - ihre Mitarbeiter/innen - für ein ehrenamtliches Engagement zu gewinnen, um hilfsbedürftigen Menschen Unterstützung und Zuwendung zu geben.

Finanziert wird AXA von Herz zu Herz vom AXA Konzern.

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Alle Mitarbeiter/innen der AXA Konzern AG und ihre Familienangehörigen
- Ausschließungsvermittler/innen, deren Mitarbeiter/innen sowie Familienangehörige
- Makler/innen sowie deren Familienangehörige

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Informationsbroschüre zu beziehen über AXA von Herz zu Herz e.V. (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

AXA von Herz zu Herz gründet auf einer Idee von Claude Bébéar, der die Initiative 1991 unter dem Namen AXA Atout Coeur ins Leben gerufen hat. Heute hat jede größere Gesellschaft der AXA-Gruppe ihre eigene Initiative, die sich an den sozialen Notwendigkeiten des jeweiligen Landes orientiert.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Personalabbau
- Teamentwicklung
- Management
- Betriebskultur
- Dienstleistungsqualität
- Kundenbeziehung
- Personalrekrutierung
- Standortbeziehung
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- mehr Motivation am Arbeitsplatz
- befriedigender Ausgleich im Privaten
- Entwicklungschancen im Unternehmen
- Kennenlernen neuer Kolleginnen und Kollegen

- Selbstvertrauen
- Stolz auf das Unternehmen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Im Konzern eingebetteter Verein als Partner statt Individuum
- Informationstechnik
- Vereinsbudget
- Bessere Organisationsmöglichkeiten
- Persönliches und berufliches Know-how der Mitglieder

ÜBERTRAGBAR AUF

./.

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

AXA von Herz zu Herz e.V., Gereonstr. 71, 50670 Köln

- ☞ Marita Hillbrenner, Geschäftsführerin
Tel. 0221/148-32901 (Durchwahl), Fax. 0221/148-32927,
Email: marita.hillbrenner@axa.de

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Ca. 40 Partnerorganisationen, bitte bei AXA von Herz zu Herz e.V. erfragen (Kontakt s.o.)

Bayer AG, Leverkusen

Pharmazeutisch-chemische Industrie, ca. 123.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

In einer Vielzahl der über 150 Länder, in denen Bayer aktiv ist, engagiert sich das Unternehmen mit gesellschaftlichen Projekten, insgesamt mehrere hundert.

Jüngstes Beispiel in Deutschland: In einer Solidaritätsaktion bisher nicht gekanntes Ausmaßes haben der Bayer-Konzern und seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Geldspenden, Sachmitteln und Hilfsleistungen in Höhe von insgesamt rund 3,3 Millionen EUR dazu beigetragen, die Schäden der Überschwemmungskatastrophe in der Region Bitterfeld zu bewältigen. Bereits unmittelbar nach Hereinbrechen der Flut hatte die Bayer Bitterfeld GmbH mehr als 500 Helfer/innen rund um die gefährdete Region verköstigt. Im Rahmen einer vom Betriebsrat und der Unternehmensleitung initiierten Aktion "Kollegen helfen Kollegen" meldeten sich fast 400 Mitarbeiter/innen aus allen Bayerwerken und Gesellschaften, um die Katastrophenhelfer vor Ort für einige Tage zu unterstützen. 220 von ihnen wurden vom Dienst freigestellt und in insgesamt fünf Hilfstrupps für einen Einsatz zugeteilt. Sie schleppten Sandsäcke, schippten Schlamm, räumten nassen Dreck und Müll aus Wohnungen und Kellern – und das über viele Stunden bis an den Rand der Erschöpfung. Auch in finanzieller Hinsicht zeigten sich die Bayer-Mitarbeiter/innen solidarisch: In einer von Betriebsrat und Sprecherausschuss der Leitenden Angestellten sowie der Unternehmensleitung initiierten Spendenaktion zahlten Bayer-Beschäftigte insgesamt 413.630 EUR auf ein extra eingerichtetes Spendenkonto ein. Diesen Betrag hat Bayer auf 828.000 EUR verdoppelt, die den Flutopfern der Region Bitterfeld zur Verfügung gestellt wurden. Die Belegschaft der Bayer-Tochter Wolff Walsrode spendete weitere 80.000 EUR.

Neben der beispielhaften Solidaritätsaktion für die Flutopfer verfügt das Unternehmen in Deutschland über zahlreiche weitere Projekte, vor allem über 67 unternehmenseigene Vereine mit über 60.000 Mitgliedern in den Bereichen Sport, Kultur und Hobby.

Ein weiteres Beispiel: Die Bayer AG pflegt seit vielen Jahren regelmäßige Kontakte zu Lehrern/innen und Schülern/innen aus dem Umfeld der Standorte Leverkusen, Dormagen, Wuppertal-Elberfeld, Krefeld-Uerdingen, Brunsbüttel und Bitterfeld. Das Unternehmen will damit u.a. das Verständnis für Chemie und Naturwissenschaften wecken und die Akzeptanz dieses wichtigen Wirtschaftszweiges unseres Landes steigern sowie Berufsbilder vorstellen. Hierzu bietet die Bayer AG zielgruppen- und bedarfsorientierte Programme für Lehrer/innen und Schüler/innen aller Jahrgangsstufen und Schulformen an.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Alle Mitarbeiter/innen des Bayer-Konzerns waren aufgerufen, sich an der Aktion "Kollegen helfen Kollegen" zu beteiligen.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- www.bayer.de
- www.bayer.de/de/bayer/gesellschaft.php

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Die technische und wirtschaftliche Kompetenz von Bayer ist für uns mit der Verantwortung verbunden, zum Nutzen der Menschen zu arbeiten und unseren Beitrag für eine dauerhafte und umweltgerechte Entwicklung zu leisten. Dabei ist unser Ziel, den Unternehmenswert nachhaltig zu

steigern und im Interesse der Aktionäre, der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der gesamten Gesellschaft in allen Ländern, in denen wir vertreten sind, eine hohe Wertschöpfung zu erwirtschaften. In diese Zielsetzung ist auch unser gesellschaftliches Engagement eingebunden und leistet einen wertvollen Beitrag zum Erfolg unseres Unternehmens. Es ist für uns kein Selbstzweck, denn neben der Förderung des Allgemeinwohls verfolgen wir dabei auch unternehmerische Ziele und das bereits seit Ende des 19. Jahrhunderts. Auch deshalb gehört ein intensiver Einsatz für gesellschaftliche Belange vor allem an unseren Standorten zu den elementaren Bestandteilen einer gelebten Unternehmenskultur und Unternehmensphilosophie.

Mit dem Engagement in der Hochwasserregion Bitterfeld sollte schnell, wirkungsvoll und unbürokratisch geholfen werden.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Unabhängig von dem hier vorgestellten konkreten Projekt leistet das gesellschaftliche Engagement allgemein:

- Beitrag zur Steigerung des Unternehmenswertes durch die Aufnahme in die Portfolios von Investment- und Pensionsfonds, die sich an ethischen Grundsätzen und Nachhaltigkeitskriterien orientieren.
- Unterstützung der Kundenbindung
- Stabiles unternehmerisches Umfeld, Sicherung der Legitimation und der Handlungsberechtigung des Unternehmens, Stärkung des Vertrauens breiter gesellschaftlicher Gruppen in das verantwortungsbewusste Handeln des Unternehmens
- Steigerung der Attraktivität bei potenziellen, hochqualifizierten Bewerberinnen und Bewerbern
- Intern: positive Beeinflussung des Selbstbildes und des Zusammengehörigkeits-Gefühls
- Extern: Stärkung des Unternehmensimages und des Erscheinungsbildes

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Konkret im Fall der Hilfsaktion Bitterfeld:

- Steigerung der sozialen Kompetenz
- Steigerung von Teamgeist
- Steigerung von Selbstbewusstsein
- Positive Rückwirkung auf Freude an der Arbeit
- Gutes Gefühl, bei Bayer zu arbeiten

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Im konkreten Fall:

- Schnelle und unbürokratische Hilfe in der Chemieregion Bitterfeld

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNERINNEN

... IM UNTERNEHMEN

Bayer AG, Geb. W11, 51368 Leverkusen

- ☞ Dr. Thomas Portz, Referatsleiter Gesellschaftspolitik
Tel. 0214/30-29908 (Durchwahl), Fax. 0214/30-58923, Email: thomas.portz.tp@bayer-ag.de

... IN DER BELEGSCHAFT UND ... BEI DER PARTNERORGANISATION

./.

betapharm Arzneimittel GmbH, Augsburg

Pharma, ca. 300 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die betapharm Arzneimittel GmbH übernimmt soziale Verantwortung auch außerhalb des Unternehmens, indem sie sich für das Augsburger Nachsorgemodell „Der Bunte Kreis“, ein innovatives Pilotprojekt speziell für chronisch, krebs- und schwerstkranke Kinder und ihre Familien, engagiert. Dies geschieht im Rahmen eines direkten Sponsoring sowie durch die Gründung der betapharm Nachsorgestiftung und des beta Instituts für sozialmedizinische Forschung und Entwicklung, eine gemeinnützige GmbH. Dieses von führenden Mitarbeitern/innen des Bunten Kreises e.V. und der betapharm Arzneimittel GmbH gegründete betapharm Institut stellt das in der Praxis entstandene Augsburger Nachsorgemodell auf eine wissenschaftliche Basis und ermöglicht den Wissenstransfer auf Einrichtungen in anderen Regionen und Bereichen. Neben der Vorbereitung und Durchführung des 2-jährlich stattfindenden Nachsorgesymposiums, wobei ca. 30 Mitarbeiter/innen helfen, bringt die betapharm Arzneimittel GmbH Publikationen für dieses Projekt heraus, kümmert sich um die überregionale Pressearbeit und ist Ansprechpartner für Fragen rund um das Modell „Der Bunte Kreis“. Darüber hinaus thematisiert die betapharm Arzneimittel GmbH mit über 300 Mitarbeitern/innen bundesweit Aspekte rund um die Kernfragestellung des betapharm Instituts „Was braucht der Mensch, um Krankheit ganzheitlich zu bewältigen, über Arzneimittel und Hightech-Medizin hinaus?“ Beispiele sind die Informationsdienste für soziale Fragen im Gesundheitswesen „betaListe“ und „betafon“.

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Zwei Mitarbeiterinnen sind speziell für die Kommunikation und die Koordination des gemeinnützigen Engagements der betapharm Arzneimittel GmbH zuständig
- Ein bestehendes Team hilft bei der Vorbereitung des Symposiums (ca. 10 Mitarbeiter/innen)
- Ein eigens zusammengestelltes Team hilft am Tag des Symposiums (ca. 30 Mitarbeiter/innen)
- 300 Mitarbeiter/innen kommunizieren kontinuierlich die aus dem beta Institut entstandenen Nutzenanwendungen wie das „betafon“, die „betaListe“ oder ein Weiterbildungsprogramm

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Umfangreiche Pressemappe, Presseartikel, Broschüren, Print-Dokumentationen, Videofilm (zu beziehen über betapharm Arzneimittel GmbH, Kontakt s.u.)
- Internet: www.betapharm.de

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Das gemeinnützige Engagement für psychosoziale Projekte besteht seit Ende 1998 und wurde vom Geschäftsführer initiiert. Hintergrund ist die Überzeugung, dass auch ethisches Handeln wirtschaftlichen Erfolg bringt. Soziale Verantwortung ist ein Wert, den die betapharm Arzneimittel GmbH in neues Handeln umsetzt. Die Aktivitäten werden weiterhin vom Geschäftsführer und der Verantwortlichen für Unternehmenskommunikation gesteuert.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Betriebskultur
- Kundenbeziehung

- Marktchancen
- Shareholdervalue
- Standortbeziehung
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Spaß, Sinnhaftigkeit der Arbeit, Identifikation, Innovation

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Ermöglicht dem „Bunten Kreis“ einen größeren Aktionskreis und Zugriff auf professionelles Management-Wissen
- Schafft mit dem beta Institut eine Plattform für Begleitforschung zum Augsburger Nachsorge-Modell und den überregionalen Wissenstransfer
- Leistet einen sinngebenden Beitrag im Gesundheitswesen

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNERINNEN

... IM UNTERNEHMEN

betapharm Arzneimittel GmbH, Kobelweg 95, 86156 Augsburg

- ➔ Petra Kinzl, Mitglied der Geschäftsleitung und Stiftungsbeauftragte
Tel. 0821/7488-10, Fax. 0821/7488-120, Email: pkinzl@betapharm.de

... IN DER BELEGSCHAFT

s.o.

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Der Bunte Kreis e.V., Stenglinstr. 2, 86156 Augsburg

- ➔ Cornelia Spilger, Öffentlichkeitsarbeit
Tel. 0821/4004848 (Durchwahl), Fax. 0821/4004849

beta Institut, Kobelweg 95, 86156 Augsburg

- ➔ Dr. Bettina Ensslin, Projektkoordination und PR
Tel. 0821/450540 (Durchwahl), Fax. 0821/45054100,
Email: bettina.ensslin@betapharm-institut.de

Boehringer Ingelheim Pharma KG, Biberach/Riss

Pharmazeutische Industrie, 7.356 Mitarbeiter/innen (in Biberach: 3.300 Mitarbeiter/innen)

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Im Rahmen des Sozialpädagogischen Konzeptes der Berufsausbildung bei Boehringer Ingelheim erhalten die Auszubildenden die Möglichkeit, auf freiwilliger Basis eine Woche im Rahmen des Projektes „Soziales Lernen“ in sozialen Einrichtungen mitzuarbeiten, um für sie ungewohnte und fremde Lebenswelten durch eigenes Mitarbeiten hautnah zu erleben.

Helfen soll dieses Projekt, sich mit ungewohnten Realitäten zu befassen, Verständnis und Akzeptanz für Menschen in diesen und anderen Lebenslagen entwickeln zu können, aber auch Vorurteile abzubauen. Konkrete Erfahrungen erlauben, eigene Einstellungen zu hinterfragen und Wertvorstellungen, soweit notwendig, zu korrigieren.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Das Programm richtet sich an kaufmännische, naturwissenschaftliche und technische Auszubildende des 2. Ausbildungsjahres. Insgesamt hat Boehringer Ingelheim am Standort Biberach 212 Auszubildende, die auf freiwilliger Basis an dem Projekt teilnehmen können.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- Veröffentlichungen in Tagespresse und BI-Werkszeitung, Erfahrungsberichte.
- Unterlagen der Agentur "mehrwert", Stuttgart (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Ausbildungsziel von Boehringer Ingelheim ist es, nicht nur das fachliche Wissen im jeweiligen Ausbildungsberuf zu vermitteln, sondern auch die methodischen und sozialen Kompetenzen der jungen Mitarbeiter/innen zu fördern. Sie sollen lernen, mit neuen Situationen zielgerecht umgehen zu können, Verantwortung zu übernehmen und eigenverantwortlich Entscheidungen zu treffen. Daher ist das Sozialpädagogische Konzept ein wichtiger Baustein der Ausbildung. Teamfähigkeit entwickeln, Kommunikationsfähigkeit verbessern, lernen, für sich selbst und für andere verantwortlich zu sein, aber auch Entscheidungs- und Problemlösungsvermögen zu entwickeln, sind wichtige Ziele dieses Konzeptes.

In zwei, jeweils einwöchigen, zu Beginn und in der Mitte der Ausbildung stattfindenden Sozialpädagogischen Kursen werden diese Inhalte und deren Bedeutung für den Einzelnen und das Team erarbeitet, wobei weniger die rein theoretische Betrachtung, sondern mehr das Erleben durch eigenes Handeln und die bewusste Reflexion im Vordergrund stehen.

Aus den Erfahrungen mit den Sozialpädagogischen Kursen und der Überzeugung, dass Lernerlebnisse in der Begegnung mit menschlichen Grenzsituationen als Erfahrung im weiteren Leben nützlich sind, hat das Unternehmen im Frühjahr 1998 in Zusammenarbeit mit dem Diakonischen Werk Württemberg das Projekt "Soziales Lernen" in der Ausbildung als Pilotprojekt implementiert. Nach den ersten beiden, sowohl von den teilnehmenden Auszubildenden als auch vom Unternehmen und den beteiligten Institutionen sehr positiv erlebten Projektwochen, hat man sich bei Boehringer dazu entschlossen, dieses Projekt als festen Baustein des "Sozialpädagogischen Konzeptes" aufzunehmen.

Die "mehrwert – Agentur für Soziales Lernen gGmbH" unterstützt das Unternehmen bei der Organisation und Durchführung dieser Woche.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Teamentwicklung
- Betriebskultur

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN BZW. FÜR DIE AUSZUBILDENDEN

- Soziale Lernerfahrungen in konkreten Handlungsfeldern machen
- Lernen, mit neuen und ungewöhnlichen Situationen umzugehen
- Sich der Problematik von ungleichen Lebenschancen bewusst werden und daraus Fragen nach solidarischem Handeln ableiten
- Verständnis für die Lebenssituation der Menschen und Gruppen, die am Rande unserer Gesellschaft stehen, entwickeln und durch persönlichen Kontakt Vorurteile abbauen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Über diesen Weg kommen verschiedene Institutionen an einen Tisch
- Vernetzung von Institutionen und teilnehmenden Firmen
- Blick über den eigenen, vom Alltag geprägten, Horizont hinaus
- Anregung der Teilnehmer/innen zu einer über die Woche hinausgehenden freiwilligen Mitarbeit in der jeweiligen Institution
- Abbau von Berührungsängsten, Unsicherheiten und Vorurteilen gegenüber den Menschen, aber auch gegenüber den Institutionen

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Boehringer Ingelheim Pharma KG, Birkendorfer Str. 65, 88397 Biberach an der Riss

- ➔ Eugen Kienzler, Abtlg. Personal GFB, Aus- und Weiterbildung
Tel. 07351/54-7578 (Durchwahl), Fax. 07351/54-2182,
Email: eugen.kienzler@bc.boehringer-ingelheim.com

... IN DER BELEGSCHAFT

- ➔ Carinna Heckenberger, Betriebsrat, JAV
Tel. 07351/54-97803 (Durchwahl)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Heggbacher Einrichtungen, 88437 Maselheim

☛ Frau Hannak
Tel. 07353/81-206 (Durchwahl)

Kinderheim Ingerkingen, 88433

Schemmerhofen-Ingerkingen

☛ Herr Golubowic
Tel. 07356/303-181 (Durchwahl)

Rosa-Bauer-Haus, Berthold-Hupmann-Str. 20,
88400 Biberach

☛ Herr Mergele
Tel. 07351/1825-10 (Durchwahl)

Zentrum für Psychiatrie, 88427 Bad Schussenried

☛ Frau Dr. Lahode / Herr von dem Berge
Tel. 07583/33-1318 (Durchwahl)

Dornahof, 88361 Altshausen

☛ Herr Weil
Tel. 07584/925-100 (Durchwahl)

... PROJEKT SOZIALES LERNEN

mehrwert - Agentur für Soziales Lernen gGmbH,
Firnhaberstr. 14, 70174 Stuttgart

☛ Herr Wolfram Keppler
Tel. 0711/222 966-38 (Durchwahl), Fax. -56,
Email: keppler@agentur-mehrwert.de

BOV AG, Essen

Informationstechnologie, ca. 370 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Als ungewöhnliches Personalentwicklungskonzept sollen Mitarbeiter/innen durch ihre zeitlich begrenzte Mitwirkung in sozialen Projekten in den unterschiedlichsten Bereichen, wie z.B. Prozessmanagement, Training, Projektmanagement und Teamarbeit mit gesellschaftlich benachteiligten Gruppen und in nicht alltäglichen Situationen Erfahrungen sammeln, die eine fachliche Bereicherung darstellen und die Persönlichkeitsentwicklung fördern. Im Unterschied zu Weiterbildungsseminaren werden hierbei keine Lernfelder konstruiert, sondern Konfrontationen mit realen Situationen erlebt und sinnvolle Ergebnisse erzielt.

Bisherige Projekte:

- Computerschulungen für Flüchtlingskinder sowie alleinerziehende Sozialhilfeempfängerinnen
- Gestaltung und Programmierung des Webauftritts eines Essener Kinderhauses (www.kinderhaus-essen-ev.de)
- Entwicklung einer Internetplattform für / mit Parkinsonerkrankte(n) (www.parkinson-netz.de)
- Aufbau von IT-Bildungszentren mit integrierten Internetcafés in regionalen Institutionen in Essen (Parkschule für lernbehinderte Kinder, Kinderheim Funkestiftung) und im Nordosten Brasiliens, in Piauí/Brasilien. Hier konnte das Zentrum sogar in die kommunale Schule integriert werden. Das von BOV/FAIRNETZEN entwickelte und übertragbare Modell des „IT-Bildungszentrums“ wurde 2001 als Agenda 21 Projekt ausgezeichnet.
- Errichtung und Betrieb eines Kindergartens / Gemeindehauses sowie die Ausbildung von Fachpersonal im Hinterland von Piauí/Brasilien mit einhergehender Übergabe an kommunale Träger
- Unterstützung von arbeitslosen Jugendlichen aus NRW auf dem Weg ins Berufsleben durch ehrenamtliche Mentorinnen und Mentoren aus der BOV mittels Job-Patenschaften via Internet.
- Durchführung eines Bildungsprojektes mit einem Berufsausbildungszentrum der Salesianer Don Boscos in Kenia, Afrika. Multiplikatorenschulungen in den Bereichen Computer und Kraftfahrzeugmechaniker als Weiterbildungsmaßnahme für Lehrer/innen und Ausbilder/innen.
- Initiierung und Durchführung eines Bildungs- und Stadtteilprojektes in Essen-Vogelheim, einem stark von Arbeitslosigkeit und hoher Sozialhilfequote betroffenen Viertel. Zusammen mit regionalen Partnern wird die Ausbildung von Multiplikatoren sowie der Bau und die Einrichtung einer Computerschule/eines Internetcafés mit integriertem Stadtteilbüro für Kinder, Jugendliche und interessierte Bürger/innen des Quartiers erreicht. Die Einrichtung wird im Frühjahr 2003 eröffnet.

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Anzahl der beteiligten Mitarbeiter/innen: ca. 50.
- Beteiligte Abteilungen und Unternehmensbereiche: Vorstand, Innendienst, Marketing, PR, PE: Training; IT-Infrastruktur; technologische Administration und Auszubildende
- Anzahl der externen Kooperationspartner/innen: insgesamt 17 Organisationen, Unternehmen, Stiftungen, Geschäftspartner/innen und Privatpersonen

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- www.bov.de
- www.fairnetzen.org

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Schon lange vor der Firmengründung, 1992, haben sich Kay Mühlenbruch und Stefan Wiesenberg Gedanken darüber gemacht, wie die Situation der Menschen, die am Rande der Gesellschaft leben, verbessert werden kann. Heute, als Unternehmer, haben sie die Chance, ihren wirtschaftlichen Erfolg auch außerhalb ihres Unternehmens wirken zu lassen.

Mit verschiedenen Projekten zeigen die Geschäftsführer, dass sich soziale Verantwortung und Wirtschaftlichkeit nicht widersprechen müssen. Bisheriger Höhepunkt dieser Philosophie: Die Gründung der gemeinnützigen Stiftung „FAIRNETZEN“ im Dezember 2000. FAIRNETZEN koordiniert Kooperationen und Partnerschaften zwischen Unternehmen und sozialen Organisationen.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Erhöhte Mitarbeiterbindung und -motivation sowie Imagegewinn nach innen und außen und der damit einhergehende Marketingeffekt sind zu beobachten.

Das soziale Engagement der BOV-Mitarbeiter/innen wird von Anfang an auch als ein Instrument zur Personalentwicklung eingesetzt, das in erster Linie die Persönlichkeitsentwicklung fördern soll. Für die Mitarbeiter/innen bietet es außerdem eine ideale Identifikation über das Kerngeschäft hinaus.

Die Arbeit an sozialen Projekten wird von der Öffentlichkeit als fester Bestandteil des Images von BOV wahrgenommen. Im Sinne klassischer Öffentlichkeitsarbeit erhöht das soziale Engagement den Bekanntheitsgrad des Unternehmens und baut ein positives Image auf. Durch die bereits realisierten Projekte sind andere Wirtschaftsunternehmen und soziale Institutionen auf BOV aufmerksam geworden. So sind Kontakte zu Großunternehmen ebenso entstanden, wie zu öffentlichen Institutionen oder mittelständischen Betrieben.

Die Akzeptanz in der Öffentlichkeit beruht maßgeblich auf drei Aspekten: der inhaltlichen Fokussierung auf Wissens-Transfer, dem Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“ und der konsequent ehrenamtlichen Struktur.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Primärer Anreiz für jeden einzelnen ist das Kennenlernen völlig anderer Lebenswelten. BOV fördert den Kontakt und das Engagement durch die Integration dieses Engagements in die persönliche Zielvereinbarung jeder Mitarbeiterin/jedes Mitarbeiter. Die Förderung einzelner Mitarbeiter/innen hinsichtlich sozialer Kompetenz ist Bestandteil des Personalentwicklungskonzepts von BOV. Für die Auszubildenden bedeutet jeder Projekteinsatz z.B. auch die Probe für eine spätere Arbeitssituation in einem Kundenunternehmen. Die Mitarbeiter/innen haben über die Erlangung sozialer und kommunikativer Kompetenzen hinaus die Gelegenheit, weitere Qualifizierungen, wie die Steigerung der technischen Skills oder die Erlernung der Sprache des Projektlandes, zu erlangen. Außerdem lernen sie, mit realen Konflikten umzugehen, Krisensituationen Stand zu halten und ihre Potenziale und Schwächen zu erkennen.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

BOV versteht alle initiierten Projekte als „Hilfe zur Selbsthilfe“. Den Kooperationspartnern/innen soll der Anstoß für eine Entwicklung gegeben werden, die eigenverantwortlich fortgeführt wird. Involvierte Unternehmen bieten ehrenamtliche Personalressourcen, eventuell sogar finanzielle Unterstützung und bringen Management-Know-how in die Organisation ein. Weitere positive Effekte ergeben sich durch die Einbringung von projektspezifischer Fachkompetenz. Darüber hinaus wird das Entstehen langfristiger Partnerschaften zwischen Wirtschaft und Sozialwesen gefördert.

Beobachtete Effekte der Projekte für das Gemeinwesen sind: Allgemeine Verbesserung der Infrastruktur im Umfeld der Projektstandorte, Verbesserung der Arbeitsplatzsituation, höhere Investitionen der Behörden in Bildungsmaßnahmen sowie Motivationsanstieg bei den Betroffenen durch verbesserte Bildungschancen oder auch die Verringerung der Abwanderungstendenz in strukturschwachen Regionen.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

BOV AG, Alfredstr. 279, 45133 Essen

- ➔ Michael Kemper, Personalentwicklung
Tel. 0201/4513-3 (Durchwahl), Fax. 0201/4513-200, Email: michael.kemper@bov.de
- ➔ Peter Melzer, Coach
Tel. 0201/4513-3 (Durchwahl), Fax. 0201/4513-200, Email: peter.melzer@bov.de
- ➔ Janina Krüger, Geschäftsführung FAIRNETZEN
Tel. 0201/4513-3 (Durchwahl), Fax. 0201/4513-200, Email: janina.krueger@bov.de

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei BOV AG erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Verschiedene, bitte bei BOV AG erfragen (Kontakt s.o.)

b+d promotions GmbH, Köln

Werbeagentur, ca. 200 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Vor fünf Jahren gründete die Kölner Agentur b+d den Verein „1000 Tage Urlaub für Kinder“. Der Verein ermöglicht Sprösslingen sozial schwacher Familien aus Köln die Teilnahme an einer Ferienfreizeit. Rund 100 Kindern, deren Eltern sich aus familiären oder finanziellen Gründen keinen Urlaub leisten können, finanziert der Verein einen zehntägigen Sommerurlaub (100 Kinder mal 10 Tage ergibt zusammen 1000 Tage Urlaub für Kinder, daher der Name des eingetragenen Vereins!). Der Urlaub soll den Kindern einen Tapetenwechsel ermöglichen, um den oftmals trüben Familienalltag eine Zeit lang zu vergessen. In der Ferienfreizeit, die zuletzt auf die Insel Föhr führte, erwartet die Kinder jede Menge Abwechslung, Spaß und Abenteuer.

Der Verein sowie Mitarbeiter/innen von b+d übernehmen dabei die komplette Organisation und die Kosten der Reise. Oftmals beteiligen sich auch Geschäftsfreunde oder Kunden von b+d mit Sach- und Geldleistungen. So übernahm die M. Zimmer-Stiftung, Hilfe für notleidende Kinder (initiiert von der Corpus Immobiliengruppe, Köln) die gesamten Kosten für das Schullandheim auf der Insel Föhr. Schirmherr der Stiftung ist der Kölner Oberbürgermeister Fritz Schramma.

Die Familien werden in Zusammenarbeit mit dem Jugendamt der Stadt Köln ausgewählt. Die Altersspanne der Kinder liegt zwischen 5 und 11 Jahren. Mitarbeiter/innen der Agentur und Betreuer/innen des Jugendamtes begleiten die Fahrten.

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Vereinsmitglieder und Mitarbeiter/innen von b+d haben die Möglichkeit, sich freiwillig für die Organisation des Projektes zu engagieren oder die Kinder vor Ort zu betreuen
- Kundinnen und Kunden von b+d können Waren von Promotionaktionen spenden (z.B. Mineralwasser, Süßigkeiten)

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

Zu beziehen über:

Jugendzentren der Stadt Köln, Frau Neises, Christianstr. 82, 50825 Köln, Tel. 0221/54600373

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Die Gründung des Vereins entstand anlässlich des 10jährigen Firmenjubiläums von b+d im Jahre 1996. Anstelle einer Feier entschloss sich b+d, das Geld einem guten Zweck zu spenden und bat Mitarbeiter/innen sowie Kundinnen und Kunden sich zu beteiligen. Dass das Geld ausgerechnet Kindern zu Gute kommen sollte, lag u.a. an dem reichen Kindersegen der Geschäftsführer/-in: Die vier sind Eltern von insgesamt neun kleinen Kindern. In Anlehnung an die in Agenturen üblichen „Manntage“, die bei Kundenprojekten anfallen, kam b+d auf die Idee der „Kindertage“.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Stärkung der Agentur-Philosophie „Der Mensch steht im Mittelpunkt“

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Teamgeist fördern
- Soziale Verantwortung übernehmen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Kindern den Einstieg ins Leben verschönern

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNERINNEN

... IM UNTERNEHMEN

b+d promotions GmbH, Kitschburger Str. 1, 50937 Köln

☛ Bernd Mannhardt

Tel. 0221/943676-521 (Durchwahl), Fax. 0221/4303016, Email: mannhardt@bplusd.de

... IN DER BELEGSCHAFT

☛ Frank Wegner

Tel. 0221/943676-513 (Durchwahl), Fax. 0221/4303016, Email: wegner@bplusd.de

☛ Daniela Zumkeller

Tel. 0221/943676-530 (Durchwahl), Fax. 0221/4303016, Email: zumkeller@bplusd.de

... BEI DER PARTNERORGANISATION

1000 Tage Urlaub für Kinder e.V., Max-Bruch-Str. 4, 50935 Köln

☛ Dr. Wilhelm Zimmermann, Vereinsvorsitzender

Tel. 0221/943676-519, Fax. 0221/4303016

M. Zimmer-Stiftung, c/o Corpus Immobiliengruppe GmbH & Co. KG, Hohenstaufenring 29-37,
50674 Köln

☛ Tel. 0221/2025103, Fax. 0221/2025399

Citibank Privatkunden AG, Düsseldorf

Privatkundenbank, 5.400 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Das Programm lehrt Schülern/innen der 8. und 9. Klassen die Grundzüge der Wirtschaft und des Marktes, unterstützt die Schülerinnen und Schüler bei ihrer Karrierefindung und -entwicklung und hilft beim Umgang mit ihren persönlichen Finanzen. Dadurch bildet „fit für die wirtschaft“ eine Brücke zwischen dem Klassenzimmer und der realen Welt. Das Programm ist konzipiert als Ergänzung zum bestehenden Curriculum. Es bietet den Schülern/innen einen ersten Einblick in die Arbeits- und Wirtschaftswelt und hilft, bei der Persönlichkeitsentwicklung Stärken und Schwächen zu erkennen. Durch den interaktiven Ansatz sind die Unterrichtsstunden von „fit für die wirtschaft“ praxisorientiert und dynamisch.

Pilotregionen sind:

- Berlin
- NRW – Raum Köln / Düsseldorf
- NRW – Raum Duisburg / Essen

Partner des Projekts „fit für die wirtschaft“ ist Junior (Junge Unternehmen initiieren – organisieren – realisieren), das vom Institut der deutschen Wirtschaft, Köln, getragen wird. Junior bietet seit acht Jahren Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, praxisnah wirtschaftliche Zusammenhänge und Funktionsweisen kennen zu lernen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Teilnehmer/innen sind 8. und 9. Klassen aller Schularten in Deutschland. Einzigartig an diesem Programm ist, dass die Schüler/innen von geschulten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Citibank unterrichtet werden. Als Wirtschaftstrainer/innen nehmen sie sich die Zeit, die Schüler/innen in rund zehn Unterrichtsstunden (à 45min.) an ihren persönlichen Erfahrungen aus dem Berufsleben teilhaben zu lassen.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

./.

GESCHICHTE / HINTERGRUND

„fit für die wirtschaft“ wird bereits weltweit erfolgreich durchgeführt.

Charles V. Raymond, Präsident der Citigroup Foundation in New York, sagte: „Ein wesentliches Ziel unserer Stiftung ist es, unternehmerische Kenntnisse zu fördern. Gerne unterstützen wir daher ein Projekt, durch das Schüler/innen wesentliches über wirtschaftliche Zusammenhänge erfahren und sich für die eigene Zukunft fit machen können.“ Christine Licci, Vorstandsvorsitzende der Citibank Privatkunden AG, ergänzt: „Mit fit für die wirtschaft stärken unsere Mitarbeiter/innen auf unterhaltsame und nachhaltige Weise die Fähigkeit junger Leute mit Geld umzugehen.“

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Das Projekt bietet der Citibank eine hervorragende Gelegenheit, längerfristig gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Gleichzeitig kann damit der Bekanntheitsgrad der Citibank erhöht werden. Mit diesem bundesweiten Projekt fördert die Citibank Schulen im Bereich Wirtschaft und

Gesellschaftskunde. Das gesellschaftliche Engagement der Citibank Filialen wird gestärkt, das Kundeninteresse wird geweckt und die Kundenbindung erhöht.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Mit der Einbindung der Mitarbeiter/innen werden die Arbeitsmotivation und Loyalität gegenüber der Bank erhöht und die soziale Kompetenz und Teambereitschaft gefördert. Die Wirtschaftstrainerinnen und -trainer haben die Möglichkeit, Freundschaften zu schließen und dabei die Bedürfnisse jüngerer Menschen kennen zu lernen.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Für Junior bildet dieses Programm eine große Plattform. So erhält Junior die Möglichkeit, auch seine Ziele mit dem professionellen Know-how einer Großbank, – sowohl in finanzieller Hinsicht als auch mit dem persönlichen Einsatz der Angestellten – zu erreichen. Auf diese Weise fördert die Citibank mit der Partnerorganisation die jüngere Generation bei der Vermittlung des ABC's der Finanzwelt.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe – Mittelbetriebe – Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Citibank Privatkunden AG, Corporate Communications
Kasernenstr. 10, 40213 Düsseldorf

- Astrid Thomessen, Senior Project Manager
Corporate Citizenship, Sponsoring (inkl. Citigroup & Citibank Stiftung)
Tel. 0211/8984-123, Fax. 0211/8984-164, Email: astrid.thomessen@citicorp.com
- Gundula Miehe, Project Manager
Tel. 0211/8984-161, Fax. 0211/8984-164, Email: gundula.miehe@citicorp.com

... IN DER BELEGSCHAFT

s.o.

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Bundesarbeitsgemeinschaft Schule Wirtschaft, Gustav-Heinemann-Ufer 84-88, 50986 Köln

- Marion Hächtermann, Geschäftsführerin
Tel. 0221/4981-722, Fax. 0221/4981-799, Email: huechtermann@iwkoeln.de

DaimlerChrysler AG, Stuttgart

Automobilindustrie, ca. 191.000 Mitarbeiter/innen in Deutschland (370.000 weltweit)

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Projekt 1:

Musik bereitet Freude, Musik hilft - Unter diesem Motto stand die Benefizveranstaltung der DaimlerChrysler AG am 27. Oktober 2001 zugunsten der World Childhood Foundation. 13 DaimlerChrysler-Musikensembles musizierten an 11 deutschen Standorten, alle am selben Tag, zur selben Stunde, für denselben humanitären Zweck. Der Erlös der Konzerte in einer Höhe von DM 140.000 ging an die Stiftung der schwedischen Königin Silvia, die Kindern weltweit aus der größten Not helfen und ihnen ein menschenwürdiges Dasein ermöglichen soll. Schirmherren der Veranstaltung waren DaimlerChrysler-Vorstandsvorsitzender Jürgen Schrempp, Personalvorstand Günther Fleig und der Vorsitzende des Gesamtbetriebsrats, Erich Klemm. Die Konzerte wurden aufeinander abgestimmt moderiert und in einem gemeinsamen Programmheft präsentiert. Musiker und Programm spiegelten die ganze Vielfalt der musikalischen Aktivitäten im Konzern. Der Erfolg der wohlätigen Aktion macht eine Fortsetzung wahrscheinlich.

Projekt 2:

DaimlerChrysler unterstützt den Wettbewerb startsocial auf vielfältige Weise. Neben Personal stellt das Unternehmen auch Drucksachen zur Verfügung und betreut die Regionen Stuttgart und Dresden.

Ziel von startsocial ist es, engagierte Menschen, Projekte und Initiativen durch professionelle Beratung und Hilfestellung bei der Lösung sozialer und gesellschaftlicher Probleme zu unterstützen. Unter dem Motto „Hilfe braucht Helfer“ werden neue Ideen identifiziert und im Aufbau unterstützt, laufende Projekte gefördert und weiter verbreitet. Der Wettbewerbsgedanke tritt hinter dem Ziel zurück, möglichst viele Menschen und Organisationen zu vernetzen, Inhalte zu vermitteln und Teilnehmer/innen zu beraten.

Projekt 3:

Nach den schrecklichen Ereignissen der Terroranschläge vom 11. September 2001 war DaimlerChrysler als deutsch-amerikanisches Unternehmen besonders gefordert. Das Unternehmen initiierte zwei Projekte:

Help the Children Fund

DaimlerChrysler legte einen mit zehn Millionen Dollar ausgestatteten „Help the Children Fund“ auf, der die Opfer und Familien der Terroranschläge in New York und Washington DC unterstützt. Zusätzlich spendeten Mitarbeiter/innen des Unternehmens, Freunde, Händler und Zulieferer in den ersten Wochen nach dem grauenvollen Ereignis im Rahmen einer großen Solidaritätsaktion noch weitere 380.000 EUR, die Anfang Februar 2002 der Deutschen Botschaft für Opfer, Hinterbliebene und Betroffene der Terroranschläge übergeben wurden.

The Bridge New York - Berlin

Am 9. Oktober 2001 besuchte Bundeskanzler Gerhard Schröder „Ground Zero“. Unter dem Eindruck der Terroranschläge des 11. September bot er dem damaligen Bürgermeister von New York, Rudolph Guiliani, spontan an, 1.000 New Yorker Schüler/innen nach Deutschland einzuladen. Bürgermeister Guiliani gab sein Einverständnis und DaimlerChrysler gründete auf Initiative von Jürgen E. Schrempp den Verein „Die Brücke New York-Berlin e.V.“. Unter dem Vorsitz von Matthias Kleinert, Leiter Politik und Außenbeziehungen im Konzern, organisiert und koordiniert der Verein das Besuchsprogramm. Weitere 16 große deutsche Unternehmen schlossen sich der Solidaritätsaktion an.

Mittlerweile haben mehrere hundert Schüler/innen aus New York Deutschland besucht. Sie trafen u.a. Bundeskanzler Schröder und Innenminister Schily, besuchten das Kanzleramt, den Reichstag, das Auswärtige Amt, verschiedene Gymnasien und Museen in Berlin sowie Schloss Sanssouci. Zahlreiche Einladungen lagen für sie vor aus der Wirtschaft, von Verbänden, Sportinstitutionen, Universitäten, von Städten und Gemeinden, Firmen und Familien aus allen Teilen Deutschlands. Die New Yorker – jeweils aufgeteilt in vier Gruppen – besuchten unter anderem Berlin, Bonn, Dortmund, Hamburg, Heidelberg, Jena, Lübeck, München, Stuttgart, Wolfsburg, Zwickau sowie die Zugspitze und Schloss Neuschwanstein.

Während des Besuchsprogramms ist als bleibender „Brückenbaustein“ das Kunstprojekt „Brücke zu Hoffnung und Frieden“ entstanden. Gemeinsam mit der Berliner Künstlerin Christine Haberstock wurde dieses aus 15 Bildwänden bestehende Werk von allen bisher am „Brücke“-Programm beteiligten New Yorker Schülerinnen und Schülern gestaltet und bereits verschiedentlich ausgestellt.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Projekt 1:

Insgesamt 13 Musikgruppen – vom Streicherquartett bis zur Jazz-Big-Band und Chören – mit rund 600 Musikerinnen und Musikern verschiedener Standorte in Deutschland waren an der Benefizveranstaltung beteiligt.

Projekt 2:

DaimlerChrysler stellt für startsocial Personal zur Verfügung.

Projekt 3:

An der Spendenaktion beteiligten sich Mitarbeiter/innen, Zulieferer, Händler und sonstige Freunde des Unternehmens.

Die Aufenthalte und Besuchprogramme für die Jugendlichen aus New York wurden von DaimlerChrysler federführend mit eigenen Managementkapazitäten koordiniert und organisiert. Die Finanzpartner unterstützen die Aufenthaltsprogramme mit einzelnen Veranstaltungen oder Programmpunkten. Mitarbeiter/innen, die sich zahlreich bereit erklärt haben mitzuwirken, werden zur Unterstützung der Programmdurchführung mit einbezogen.

Finanzpartner: Allianz AG, Bertelsmann AG, Robert Bosch GmbH, DaimlerChrysler AG, Deutsche Bahn AG, Deutsche Bank AG, Deutsche Lufthansa AG, Deutsche Post AG, Deutsche Telekom AG, EnBW AG, IBM, Porsche AG, Siemens AG, ThyssenKrupp AG, VOITH AG und Volkswagen AG. Weitere Firmen und Organisationen unterstützen das Projekt mit Geld- und Sachleistungen.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

Projekt 1:

- Die umfangreiche Programmbroschüre zu den Benefizkonzerten mit Informationen zu den DaimlerChrysler-Musikgruppen und der World Childhood Foundation ist kostenlos per Email zu beziehen über: michael.leifert@daimlerchrysler.com

Projekt 2:

- www.startsocial.de

Projekt 3:

- www.daimlerchrysler.com (siehe auch: DaimlerChrysler Bericht „Verantwortung in der Gesellschaft – Verpflichtung für die Zukunft“)
- www.germany-info.org
- www.nycboe.net

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Projekt 1:

Einzelne DaimlerChrysler-Ensembles hatten bereits zuvor zahlreiche Benefizkonzerte veranstaltet. 2001 jedoch sollte der wohltätige Zweck mit einem ganz besonderen Gemeinschaftsgefühl verbunden werden. Auf Anregung des DaimlerChrysler-Personalvorstandes, Günter Fleig, kam so das Projekt zustande, das von Siegfried Benz, Leiter des DaimlerChrysler Bildungszentrums, mit großem persönlichen Einsatz koordiniert wurde. Die erfolgreiche Umsetzung ist dem Engagement der Musikgruppen-Leiter und -Organisatoren, sowie allen beteiligten Musikerinnen und Musikern zu verdanken.

Projekt 2:

Um das freiwillige Bürgerengagement im sozialen Bereich aktiv voranzutreiben, haben ProSieben-Sat1 Media AG, Deutsche Post World Net, Gerling Versicherungs-Beteiligungs AG, McKinsey & Company und DaimlerChrysler AG einen Wettbewerb für soziale Ideen und Projekte ins Leben gerufen. Schirmherr der Initiative ist Bundeskanzler Gerhard Schröder.

Projekt 3:

Hintergrund beider Projekte sind die Terroranschläge vom 11. September 2001. Der „Help the Children Fund“ ermöglichte eine schnelle und unkomplizierte Hilfe für die Opfer. Die Zielsetzung der Initiative „Brücke New York – Berlin“ geht darüber noch hinaus. Neben dem ausdrücklichen Zeichen der Solidarität mit den Opfern ist es Ziel des Projektes, das gegenseitige Verständnis zwischen den USA und Deutschland, die deutsch-amerikanische Freundschaft, zu fördern, um dadurch Toleranz und Zusammengehörigkeitsgefühl zu vermitteln.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Projekt 1:

- Übernahme sozialer und gesellschaftspolitischer Verantwortung
- Unternehmenskultur
- Unternehmensidentität und -image

Projekt 2:

DaimlerChrysler ist eines der führenden Automobil-, Transport- und Dienstleistungsunternehmen und beschäftigt weltweit um 400.000 Mitarbeiter/innen. Gesellschaftliches Engagement wird als eine Selbstverständlichkeit für verantwortungsvoll handelnde Unternehmen betrachtet. Ein Unternehmen profitiert von der Gesellschaft und ihren Ressourcen; es muss daher auch zu deren Erhaltung und Entwicklung beitragen. Nur ein intaktes gesellschaftliches Umfeld kann letztlich den Erfolg und das Bestehen eines Unternehmens gewährleisten. DaimlerChrysler ist bestrebt, Projekte nicht nur über Finanzmittel zu fördern, sondern gerade über das Einbringen von Know-how und Sachmitteln einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen zu leisten.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Projekt 1:

- Soziales Engagement
- Ehrenamtlicher Einsatz
- Gemeinschaftsgefühl
- Musikgenuss

Projekt 2:

s.o.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

./.

... FÜR DAS UNTERNEHMEN / DIE ARBEITNEHMER/INNEN / DAS GEMEINWESEN

Projekt 3:

Die Motive und der Nutzen liegen

- in der Förderung der deutsch-amerikanischen Freundschaft,
- in der Möglichkeit sich gegenseitig kennen zu lernen, um dadurch ein besseres interkulturelles Verständnis auf beiden Seiten aufzubauen.

ÜBERTRAGBAR AUF

Projekt 1/2/3: Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Projekt 1/3:

DaimlerChrysler AG, HPC 1114, 70546 Stuttgart

- ➔ Ursula Mertzig-Stein, Corporate Communications (COM/C)
Tel. 0711/17-93315 (Durchwahl), Fax. 0711/17-94531

Projekt 2:

DaimlerChrysler AG, HPC 1026, 70546 Stuttgart

- ➔ Dr. Uli Kostenbader, Leiter Sponsoring
Tel. 0711/17-93420 (Durchwahl), Fax. 0711/17-94532

Projekt 3:

DaimlerChrysler AG, HPC 1134, 70546 Stuttgart

- ➔ Matthias Kleinert
Tel. 0711/17-92710 (Durchwahl)

... IN DER BELEGSCHAFT

Projekt 1:

DaimlerChrysler AG, HPC Z235, 70546 Stuttgart

- ➔ Wilfried Porth, Executive Management Development (EMD)
Tel. 0711/17-91717 (Durchwahl), Fax. 0711/17-96967

Projekt 3:

DaimlerChrysler AG, HPC 1114, 70546 Stuttgart

- ➔ Ursula Mertzig-Stein, Corporate Communications
Tel. 0711/17-93315 (Durchwahl)

Projekt 3:

DaimlerChrysler AG, HPC 1134, 70546 Stuttgart

- ➔ Maria Harder
Tel. 0711/17-92708 (Durchwahl)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Projekt 1:

World Childhood Foundation, Deutsches Kuratorium

- ➔ Matthias Kleinert
Tel. 0711/17-92710 (Durchwahl)

Projekt 2:

Saltico Management & Marketing GmbH, Bleichstr. 12, 73033 Göppingen

- ➔ Ibrahim Günler
Tel. 07161/96594030 (Durchwahl), Fax. 07161/96594099, Email. saltico@t-online.de

Deutsche Bahn AG, Berlin

Dienstleistungsunternehmen, ca. 240.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Im Rahmen der Initiative "Mitarbeiter helfen" unterstützt die Deutsche Bahn AG das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter/innen. In jeder Ausgabe der Mitarbeiterzeitung wird ein konkretes Beispiel vorgestellt, wie Unternehmensmitarbeiter/innen in ihrer Freizeit im sozialen Bereich ehrenamtlich tätig werden. Die jeweilige Mitarbeiterin/der jeweilige Mitarbeiter erhält als Anerkennung 3.000 DM zur Unterstützung eines Projekts ihrer/seiner Wahl.

TEILNEHMERSTRUKTUR

An der Initiative können sich alle ca. 240.000 Mitarbeiter/innen der Deutschen Bahn AG beteiligen, indem Sie sich bei der Mitarbeiterzeitung mit ihrem Engagement bewerben.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

Berichterstattung über die Mitarbeiterzeitung „Bahnzeit. Die Zeitung der Bahn AG“ (einzelne Exemplare zu beziehen über Deutsche Bahn AG, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Das Projekt "Mitarbeiter helfen" wurde in der Abteilung für Kommunikation entwickelt, um die Mitarbeiter/innen für ihre ehrenamtliche Arbeit zu motivieren und dieses Engagement zu würdigen.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Betriebskultur
- Unternehmensidentität & -image

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Durch die Veröffentlichung in der Mitarbeiterzeitung erfährt die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter eine ideelle Unterstützung. Ihr/sein ehrenamtliches Engagement wird publik gemacht und gewürdigt.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Die gemeinnützige Einrichtung, für die der Unternehmensmitarbeiter/die Unternehmensmitarbeiterin tätig ist, bekommt eine finanzielle Unterstützung.

ÜBERTRAGBAR AUF

Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Deutsche Bahn AG, Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin

☛ Holk Knöppel, Kommunikation

Tel. 030/297-62125 (Durchwahl), Fax. 030/297-62126, Email: holk.knoeppel@bku.db.de

... IN DER BELEGSCHAFT

Ansprechpartner/in in der Belegschaft wird, wenn möglich, individuell vermittelt (Kontakt s.o.)

Deutsche Bank AG, Frankfurt/M.

Finanzdienstleistung, ca. 85.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Als „corporate citizen“ engagiert sich die Deutsche Bank AG weltweit in Kunst und Kultur, Soziales, Wissenschaft, Gesellschaft, Umwelt und Sport. In 2003 liegt der Fokus der Deutschen Bank für Corporate Citizenship-Programme auf den Themen „Bildung“ und „Europa“. Das Thema „Europa“ hat die Alfred Herrhausen Gesellschaft für Internationalen Dialog auf Grund der Aktualität (Osterweiterung, Europäischer Konvent etc.) erarbeitet und wird es in diversen Veranstaltungen umgesetzt. Unter diesem Motto finden zahlreiche Initiativen und Veranstaltungen statt.

VERANSTALTUNGEN

- 24./25. Januar 2003 in Potsdam: Diskussionsveranstaltung „Realizing Europe“ in Zusammenarbeit mit dem Einstein-Forum, Potsdam
- 13./14. Juni 2003 in Berlin: XI. Jahreskolloquium 25. Februar 2002 in Hamburg: Auftaktveranstaltung zum Jahresthema

INITIATIVEN

In dem Projekt „Initiative plus“ engagieren sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Bank ehrenamtlich in Bildungsinstitutionen für Kinder und Jugendliche in Nord- und Südamerika, Südafrika und einem Großteil Europas. Projektthemen an deutschen Schulen und gemeinnützigen Einrichtungen sind z.B. Umweltschutz, Drogenprävention, Einführung des EURO oder Toleranz in unserer Gesellschaft. Die Deutsche Bank fördert diese Projekte nach Bewerbung ihrer Mitarbeiter/innen finanziell.

Das Projekt „Jugend-Schule-Wirtschaft“, initiiert von der Deutschen Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe, hat zum Ziel, praxisnahes Wirtschaftswissen an Schulen zu vermitteln. Schülerinnen und Schüler recherchieren zu Wirtschaftsthemen und verfassen Facharbeiten. Betreut werden sie dabei von Lehrern/innen, Redakteuren/innen und ehrenamtlichen Mitarbeitern/innen der Deutschen Bank. Das Projekt läuft seit 1998 an insgesamt 500 Schulen und hat bis heute rund 10.000 Schülerinnen und Schüler erreicht. Wichtige Kooperationspartner/innen des Projektes sind: 19 Tageszeitungen in Polen, Tschechien, Ungarn und Deutschland, das IZOP-Institut-Aachen, und die Kultusministerkonferenz Deutschland.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Initiative plus: weltweite Koordination in Frankfurt (Zentrale); regionale Ansprechpartner/innen; weltweit ca. 1.200 Teilnehmer/innen in 2001 und ca. 1.100 in 2002.

Jugend-Schule-Wirtschaft: Projektträgerschaft: Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe; 64 ehrenamtliche Mitarbeiter/innen der Deutschen Bank.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Verschiedene Berichte und Broschüren (zu beziehen über Deutsche Bank AG, Kontakt s.u. oder über: www.deutsche-bank.de/pa/deu)
- Informationen zu „Jugend-Schule-Wirtschaft“: Jugend-Schule-Wirtschaft-Brief; Dokumentation der Preisverleihung; Jahrbuch der Deutschen Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe (zu beziehen über Deutsche Bank Stiftung, Kontakt s.u. oder über: www.deutsche-bank-stiftung.de)

GESCHICHTE/ HINTERGRUND

Seit ihrer Gründung 1870 in Berlin engagiert sich die Deutsche Bank im gesellschaftlichen Umfeld und tut das heute als „global player“ auch weltweit. Lokal, regional, global unterstützt die Bank zusammen mit Partnern/innen aus Kultur, Politik, Wissenschaft, Ökologie, Sport und der Gesellschaft oder gemeinsam mit Stiftungen aus dem Umfeld der Bank zahlreiche Initiativen.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Gesellschaftliches Engagement als Teil der Unternehmensstrategie: Die Deutsche Bank berücksichtigt die Interessen ihrer Aktionäre/innen, Kunden/innen, Mitarbeiter/innen und der Gesellschaft in gleichem Maße.
- Das gesellschaftliche Engagement trägt zur Steigerung der Akzeptanz, Reputation und des Unternehmenswertes bei (shareholder value).
- Unternehmensidentität, Unternehmenskultur, Innovation und Teamgeist
- Multiplikation der „Corporate-Citizenship-Aktivitäten“ des Konzerns über ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter/innen

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich mit großer Begeisterung im sozialen Bereich. Die Deutsche Bank AG gibt mit ihren Mitarbeiter/innenprogrammen hier neue Impulse und Ideen, wie sich dieses Engagement gestalten lässt.
- Ehrenamtliches Engagement trägt zur Weiterentwicklung sozialer Kompetenzen und des Teamgeistes bei.
- Ein Unternehmen, das sich gesellschaftlich engagiert und das ehrenamtliche Engagement seiner Mitarbeiter/innen fördert, ist als Arbeitgeber attraktiv (Employer of Choice).

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- „Initiative plus“: Bildungseinrichtungen weltweit können mit dem ehrenamtlichen Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Bank AG ihr Bildungsangebot verbessern; Kinder und Jugendliche werden in ihrer Entwicklung gefördert.
- „Jugend-Schule-Wirtschaft“: Die beteiligten Jugendlichen, Eltern und Lehrer/innen profitieren von dem Projekt, indem das Wirtschaftswissen der Schüler/innen gestärkt wird und sie sich beruflich orientieren können.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Deutsche Bank AG, Taunusanlage 12, 60323 Frankfurt/M.

- ➔ Corporate Citizenship generell und „Initiative plus“:
Hanns Michael Hölz, Global Head of Public Affairs and Sustainable Development
Tel. 069/910-43845 (Durchwahl), Fax. 069/910-43843, Email: hanns-michael.hoelz@db.com

Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe, 60262 Frankfurt/M.

- ➔ „Jugend-Schule-Wirtschaft“:
Christian J. Stronk, Vorsitzender der Geschäftsführung
Tel. 069/910-35925 (Durchwahl), Fax. 069/910-38836, Email: christian.stronk@db.com

Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt

Luftfahrt, 88.000 Mitarbeiter/innen (Konzern weltweit)

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Projekt 1:

Im Rahmen der Botschafterinitiative „Wir für Rhein/Main“ der Deutschen Lufthansa AG können Mitarbeiter/innen soziale und kulturelle Projekte aus der Nachbarschaft des Frankfurter Flughafens vorstellen, die sie für besonders förderungswürdig halten und für die sie die Patenschaft übernehmen möchten. Der Mitarbeiter/die Mitarbeiterin klärt als Botschafter/in die Chancen für die Umsetzbarkeit vor Ort, ist interner Ansprechpartner/interne Ansprechpartnerin. Lufthansa stellt die finanziellen Mittel für die ausgewählten Projekte zur Verfügung, unterstützt bei der Organisation und koordiniert die einzelnen Projekte.

Das Botschafterprojekt soll 2003 auf jeden Fall weitergeführt werden.

(Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere Förderprojekte bei der Lufthansa AG.)

Projekt 2:

Nachwuchskräfte der Lufthansa und ihrer Star Alliance Partner widmeten sich 1999/2000 innerhalb der internationalen Personalentwicklungsinitiative Explorers21 ein Jahr lang neben den schon vorher etablierten Themenfeldern „Personal Excellence“ und „Business Excellence“ zum ersten Mal auch dem Thema „Societal Excellence“ oder „Corporate Citizenship“.

Ziel war es, auf veränderte Rahmenbedingungen wirtschaftlicher, persönlicher und sozialer Art flexibel und zum Wohle des Unternehmens reagieren zu können. Darüber hinaus sollten Netzwerk- bildung sowie Wandel- und Changemanagement gefördert werden.

Die „Societal Excellence“-Projekte wurden Sprach-, Kultur- und Ländergrenzen überschreitend realisiert, förderten und forderten interkulturelles Verständnis, funktionierendes Teamwork und soziale Kompetenz. In intensiver Projektarbeit entwickelten und realisierten die Explorers kreative Konzepte, die in unterschiedlicher Weise ein Commitment der Lufthansa und ihrer Mitarbeiter/innen zum Thema „Societal Excellence/Corporate Citizenship“ darstellen. So konnte unter anderem ein Waisenhaus in Addis Abeba mit notwendigen Materialspenden versorgt werden, Realschüler/innen in Neu-Isenburg genossen ein Online-Bewerbungsseminar, Kinder aus einem SOS-Kinderdorf erkundeten mit ihrem Explorers21-Team Flughafen, Flugzeugwerft und die Dresdener Innenstadt, innovative Meilenspendekonzepte wurden entwickelt und totkranken Kindern Herzenswünsche erfüllt.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Projekt 1:

Einzelne Mitarbeiter/innen treten als Botschafter/innen auf. Pro Jahr gibt es rund 30 solcher Projekte.

Projekt 2:

Die 210 Teilnehmer/innen der Explorers 21 rekrutieren sich aus engagiertem Nachwuchskräften der Lufthansa und Partnern der Star Alliance, die international und interdisziplinär durch die Personalentwicklung nominiert werden. Die Explorers konzipieren und operationalisierten in zehn heterogen zusammengestellten Teams á 21 Teilnehmern/innen Projekte zu den Excellence Themenfeldern. Die Teams arbeiten „on the job“ wobei das Action Learning durch drei Plattformveranstaltungen unterstützt und vorangetrieben wurde.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

Projekt 1:

- Presseberichte
- „Balance“ - Lufthansa Journal für Luftverkehr, Umwelt und Nachhaltigkeit (erscheint jährlich)

Zu beziehen über:

Deutsche Lufthansa AG, FRA CI, 60546 Frankfurt/Main

Projekt 2:

Es gibt Präsentationen, Artikel sowie eine Magisterarbeit über Explorers 21 (zu beziehen über Deutsche Lufthansa AG, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Projekt 1:

Ausgangspunkt für die Nachbarschaftsinitiative war die Feststellung, dass die Deutsche Lufthansa AG in ihrer Rolle als größter und verantwortungsbewusster Arbeitgeber der Region Rhein-Main nicht ausreichend wahrgenommen wurde. Zusammen mit einer Agentur wurde das Projekt entwickelt, um unter dem Motto „Wir für Rhein/Main“ die Verbundenheit zum Standort Frankfurt zu unterstreichen. Die Initiative ging von der Abteilung „Koordination Flughäfen und Kapazitätserweiterung Frankfurt“ aus und wird weiterhin von dort gesteuert.

Projekt 2:

Ausgelöst durch das wachsende Bewusstsein, dass Corporate Citizenship für ein global-agierendes Unternehmen von zunehmender Bedeutung ist, integrierte die Lufthansa „Societal Excellence“ 1999 zum ersten Mal als drittes Themenfeld in der Personalentwicklungsinitiative Explorers 21. Die Übernahme sozialer Verantwortung soll das unternehmerische Handeln der Lufthansa legitimieren und dazu führen, dass das Unternehmen und seine Mitarbeiter gewappnet in das neue Jahrtausend gehen.

Die Explorers 21 zeichnen sich traditionsgemäß als „Change Agents“ verantwortlich, entwickeln und realisieren neue Ideen. Durch die Beschäftigung der Explorer mit dem Thema „Societal Excellence“ oder „Corporate Citizenship“ tragen sie dazu bei, unternehmerische soziale Verantwortung Bottom-Up innerhalb der Lufthansa zu verankern.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Projekt 1:

- Wahrnehmung der sozialen Verantwortung als größter Arbeitgeber am Standort
- Standortbekenntnis
- Schafft Vertrauen und Akzeptanz in der Bevölkerung
- Bildet eine positive Unternehmensidentität
- Fördert die persönliche Entwicklung der Mitarbeiter/innen
- Fördert die Unternehmenskultur

Projekt 2:

- Personalentwicklung
- Personalgewinnung und -bindung
- Teamentwicklung
- Betriebskultur
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz
- Stakeholder Value

- Ansprache neuer Zielgruppen
- Kundenbeziehungen
- Öffentlichkeit
- Übernahme sozialer Verantwortung

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Projekt 1:

- Ausdruck von Verbundenheit mit der Heimatgemeinde
- Entwicklung und Förderung sozialer Kompetenz
- Stärkere Identifikation mit dem eigenen Unternehmen
- Eröffnet neue Möglichkeiten der aktiven Mitgestaltung neben der eigentlichen beruflichen Tätigkeit

Projekt 2:

- Entwicklung von Soft Skills
- Abbau von vorherrschenden Vorurteilen untereinander
- Verbesserung der eigenen Qualifizierung im Sinne von „Employability“
- Sinnstiftende Projektarbeit

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Projekt 1:

- Schnelle und unbürokratische Hilfe

Projekt 2:

- Spenden notwendiger Ressourcen wie Geld, Sachmittel, Zeit
- Realisierung von Projekten, die ansonsten nicht zustande gekommen wären
- Öffentlichkeit
- Teilweise kontinuierliche Unterstützung
- Für das Gemeinwesen: sozial kompetente Bürger/innen, die sich in verschiedener Weise für das Gemeinwesen engagieren

ÜBERTRAGBAR AUF

Projekt 1/2:

Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Projekt 1:

Deutsche Lufthansa AG, FRA VA/F, Lufthansa Basis, 60546 Frankfurt am Main

- ➔ Rita Diede-Stützel, Leiterin Koordination Flughäfen und Kapazitätserweiterung Frankfurt
Tel. 069/696-5116 (Durchwahl), Fax. 069/696-92203
Email: rita.diede-stuetzel@dlh.de

Projekt 2:

Deutsche Lufthansa AG, Konzern Personalmarketing/Personalgewinnung, FRA PB/A,
60546 Frankfurt am Main

- ➔ Doris Krüger, Daniela Forciniti
Tel. 069/696-58062, Email: daniela.forciniti@dlh.de

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Projekt 2:

Deepalaya, 46 Institutional Area, D Block, Janak-
puri, New Delhi 110 058 Indien

☎ Tel. 0091/11/5590347,
Email: support@deepalaya.org

Hamburger Kinderwünsche

☎ Frau Heike Jacobi
Fax. 040/4101985

Albert-Schweitzer-Kinderdorf Hessen e.V., Salzstr.
32, 63450 Hanau

☎ Tel. 06181/270919 oder 270914
Email: info@kinderdorf-hessen.de

Frankfurter Tafel, Hanauer Landstr. 208-216,
60314 Frankfurt

☎ Tel. 069/4980825, Fax. 069/435085

Abedech Gobena Orphange, Addis Abeba, Ethiopia,
P.O.Box 24998

☎ Tel. 0012/73/72553622

Deutsche Telekom AG, Bonn

Telekommunikation, ca. 126.500 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Im Rahmen des Projektes „T@School“ bekommen alle deutschen Schulen einen kostenfreien Internetzugang zur Verfügung gestellt; zudem wurden den Schulen 20.000 Computer überlassen. Eine weitere Facette von „T@School“ ist das Projekt „Team@School“, in dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Telekom AG den Schulen bei der Installation der Rechner helfen. Mitarbeiter/innen, die sich in ihrer Freizeit engagieren möchten, werden während ihrer Arbeitszeit in einem zweitägigen Seminar geschult und bieten in ihrer Freizeit Schnupperseminare für Lehrerinnen und Lehrer an. Insgesamt wurden knapp 50.000 Lehrer/innen geschult. Geplant sind langfristige Partnerschaften zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Deutschen Telekom AG und den unterstützten Lehrerinnen und Lehrern.

TEILNEHMERSTRUKTUR:

einzelne Mitarbeiter/innen

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

./.

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Das Projekt „Team@School“ ist eine Facette von „T@School“ und wurde Anfang 2000 von Herrn Dr. Sommer ins Leben gerufen.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Die Deutsche Telekom AG stellt sich mit diesem Projekt gerne ihrer gesellschaftlichen Verantwortung, gemeinsam mit der Bundesregierung die Internet-Kompetenz junger Menschen zu fördern.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Identifikation mit dem Unternehmen
- Soziales Engagement

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Abbauen von Hemmschwellen gegenüber dem Internet bei der angesprochenen Zielgruppe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Deutsche Telekom AG, Godesberger Allee 87-91, 53175 Bonn

☞ Internet: www.telekom.de/t@school

☞ Ræid Meri, Projekt "T@School"

Tel. 0228/181-61711 (Durchwahl), Fax. 0228/181-61719, Email: raeid.meri@telekom.de

Ford-Werke AG, Köln

Automobilindustrie, ca. 30.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Im Rahmen des „Community Involvement“ der Ford-Werke AG werden Mitarbeiter/innen für 16 Stunden pro Jahr freigestellt, um in einer gemeinnützigen Institution zu arbeiten. Bei standortbezogenen Projekten werden die Mitarbeiter/innen gezielt aktiv und bringen ihre Arbeitskraft ein. Das Engagement der Mitarbeiter/innen bezieht sich auf die Bereiche:

- Bildung und Wissenschaft
- Gesundheit und Soziales
- Umwelt und Naturschutz
- Kunst und Kultur
- Sport
- Hilfs- und Rettungsdienste

Die Formen des Engagements sind vielfältig: Nachhilfeunterricht, Berufsberatung für Schüler/innen, Pflege von Grünflächen oder Reinigung von Gewässern sind einige Felder, in denen sich Mitarbeiter/innen engagieren.

Ein weiteres Beispiel: Im Frühjahr 2000 renovierten vier leitende Angestellte an zwei Tagen eine Einrichtung der Behindertenhilfe.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens können sich am „Community Involvement“ beteiligen. Der Fokus des Programms liegt auf Teamprojekten. Dies können bestehende Teams oder auch eine Anzahl Mitarbeiter/innen aus ganz verschiedenen Abteilungen sein, die sich zusammenfinden, weil sie ein bestimmtes Projekt verwirklichen möchten.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

auf Anfrage (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Der Mutterkonzern in den USA engagiert sich seit längerem in dieser Richtung. Seit dem Jahr 2000 werden Mitarbeiter/innen in Köln und Valencia gezielt für die Programme Umweltschutz und Ausbildung im Rahmen von „Community Involvement“ freigestellt. Die Erfahrungen, die die Mitarbeiter/innen dort sammeln, sollen in ein Programm für alle europäischen Standorte einfließen.

Initiator ist der Präsident von Ford of Europe. Die Aktivitäten werden vom Vize Präsident Ford of Europe für Rechtsangelegenheiten, Regierungskontakte und Umweltschutz und gleichzeitig Vorstandsmitglied der Ford-Werke AG, Herrn Dr. Wolfgang Schneider, verantwortlich betreut.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Teamentwicklung
- Management
- Betriebskultur
- Dienstleistungsqualität

- Kundenbeziehung
- Marktchancen
- Shareholdervalue
- Personalrekrutierung
- Know how & Innovation
- Standortbeziehung
- Qualitätsmanagement
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz
- Soziale Verantwortung

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Bildung von Teams, die sich weiter ehrenamtlich engagieren
- Arbeitskollegen in einer anderen Situation kennen lernen
- Neue Erfahrungen außerhalb der Arbeits- und Privatwelt
- Erfolgserlebnisse

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Praktische Hilfen
- Bildung von Partnerschaften
- Kennen lernen der Industrie

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Ford-Werke AG, Henry-Ford-Str. 1, 50735 Köln

➔ Norbert Krüger, Leiter Corporate Citizenship

Tel. 0221/90-15850 (Durchwahl), Fax. 0221/90-12919, Email: nkrueger@ford.com

General Electric, München

Mischkonzern, 8.570 Mitarbeiter/innen in insgesamt 41 GE-Tochtergesellschaften (weltweit 340.000 Mitarbeiter/innen)

DIE PROJEKTE

GE Elfund, eine ehrenamtlich tätige Organisation von aktiven bzw. pensionierten GE Mitarbeitern/innen, initiiert jährlich mehr als 1.000 gemeinnützige Projekte in aller Welt – vom Anlegen von Spielplätzen, über den Bau von Kindergärten, bis hin zur Säuberung von Parkanlagen und Flüssen. Die GE Mitarbeiter/innen setzen dafür Jahr für Jahr über eine Million freiwilliger Arbeitsstunden ein, die in der regulären Arbeitszeit geleistet werden.

Am 17. September 2001 wurde ELFUND Deutschland e.V. (www.elfund.de) gegründet. Der Verein setzt sich aus ehrenamtlichen GE-Mitarbeitern/innen verschiedener Standorte und Tochterfirmen zusammen, die sich aktiv an Projekten in ihrem sozialem Umfeld beteiligen. GE unterstützt Elfund-Projekte finanziell, stellt aber insbesondere Mitarbeiterressourcen während der Arbeitszeit bereit.

Fidelio-Park – General Electric renoviert Kinderspielplatz bei München, 07.-10.11.2001:
Anfang Oktober renovierten über 30 Mitarbeiter/innen von General Electric (GE) den Kinderspielplatz im Fidelio-Park bei München. Im Rahmen dieser Aktion wurden Spielgeräte neu gestrichen, über 300 Tonnen Sand ausgetauscht, zusätzliche Schaukelpferde gekauft und installiert sowie Bäume gepflanzt.

Don-Bosco-Club, Köln, 17.10.2001:

Einsatzort war die katholische Jugendeinrichtung Don-Bosco-Club in Köln-Mülheim, wo sich am arbeitsfreien Samstag rund 40 GE Mitarbeiter/innen ehrenamtlich dafür engagierten, die Rahmenbedingungen der größten Kinder-Freizeit-Stätte im Umkreis zu verbessern und für die Kinder und Jugendlichen neue und bessere Spiel- und Lernvoraussetzungen zu schaffen. „Das Ehrenamt wird immer wichtiger“, erklärt hierzu Daniel Könen, Pressesprecher des Don-Bosco-Clubs. "Die aktuellen Sparmaßnahmen sind gerade für den Don-Bosco-Club sehr bitter. Darum freuen wir uns um so mehr, dass ein Unternehmen wie General Electric sich anbietet, uns durch diese Aktion wirkungsvoll unter die Arme zu greifen".

Kindergartenbau, Vaterstetten, 08.11.2001:

Elfund Deutschland hat in mehrtägiger Arbeit den evangelischen Kindergarten im Katharina-von-Bora-Haus erneuert und ausgebaut. Dabei hat Elfund das bestehende 11-Jahre alte Container-System durch neue Lösungen des Unternehmens GE Modular Space ersetzt und die Inneneinrichtung durch Mitarbeiter/innen von GE Deutschland, GE Modular Space, GE CompuNet und GE Frankona re erneuert. Von der neuen Wandverkleidung bis hin zum Eichenparkett haben die Elfund Mitglieder in mehrtägiger Arbeit einen neuen Gruppenraum geschaffen, der für 26 Kinder Platz bietet. Normalerweise hätte die Stadt wegen des baulichen Zustandes eine Gruppe geschlossen. Damit wären in der Großgemeinde ab dem Herbst 2002 ganze 26 Kindergartenplätze ersatzlos weggefallen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Elfund Projekte werden von GE Mitarbeitern/innen organisiert und auch aktiv begleitet. Alle Mitarbeiter/innen der 41 GE Tochtergesellschaften in Deutschland können sich an Elfund Projekten beteiligen. Da ein Projekt immer standortgebunden ist, nehmen im Durchschnitt 30-50 Mitarbeiter/innen aus den ansässigen GE Unternehmen teil.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- www.elfun.de (unter den Menüpunkten *News* und *Projekte* werden alle Pressestimmen zu den Projekten verwaltet).
- www.elfun.org (Informationen zu dem weltweiten Efun Programm)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Efun (zusammengesetzt aus „Electrical Funds“) wurde 1928 ursprünglich als Organisation zur Förderung von GE Führungsqualitäten gegründet. In den ersten 50 Jahren konzentrierte sich Efun vorwiegend auf Investitionsvorhaben und Entwicklung des Führungsnachwuchses. Die Mitgliedschaft galt als der Schritt zum Senior Management in der General Electric Company. Erst in den 80er Jahren begann Efun, die Türen für einen breiteren Mitgliederkreis durch Förderung sozial engagierter Projekte im Umfeld von GE Standorten zu öffnen. Heute hat Efun mehr als 46.113 Mitglieder – sowohl aktive als auch pensionierte Mitarbeiter/innen von GE – organisiert in 121 Efun Vereinen weltweit.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN, DIE ARBEITNEHMER/INNEN, DAS GEMEINWESEN

Für ein multinationales Unternehmen wie General Electric ist es selbstverständlich, sich dieser Aufgabe zu stellen. Wir sind uns dieser Verantwortung in jeder Hinsicht bewusst, und wir leisten auch unseren Beitrag – häufig leider noch allein auf weiter Flur. Corporate Citizenship ist bei GE als Querschnittsaufgabe definiert, die jeden Mitarbeiter/jede Mitarbeiterin angeht. Tag für Tag leisten GE Mitarbeiter/innen ihren freiwilligen Beitrag zur Verbesserung des kommunalen Umfeldes – und dies an quasi allen GE Standorten weltweit. Der organisatorische Rahmen dafür ist mit GE Fund und mit GE Efun geschaffen.

Corporate Citizenship geht über die eigentliche Geschäftstätigkeit des Unternehmens weit hinaus. Es ist der Versuch, eine möglichst enge und positive Verknüpfung mit dem Gemeinwesen zu erreichen, in dem das Unternehmen tätig ist. Der Aktionsradius kann dabei sehr weit gefasst sein: Er reicht von der Gemeinde am Unternehmensstandort bis hin zu globalen Dimensionen. Geleitet wird das ganze von dem Ziel, einen aktiven und nicht nur materiellen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme zu leisten.

ÜBERTRAGBAR AUF

Das Efun Modell ist auf alle Betriebe übertragbar. Die aktive Teilnahme der Mitarbeiter/innen steht im Vordergrund. Ob 5 oder 50.000 Mitarbeiter/innen – jeder kann in seinem sozialen Umfeld Aufgaben übernehmen.

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

GE Deutschland, Maria-Theresia-Str. 35, 81675 München

- ☞ Bernhard C. Fink, CEO GE Deutschland
Tel. 089/9228-1200, Fax. 089/9228-7202

... IN DER BELEGSCHAFT

- ☞ Jennifer Patterman, GE Frankona RE, Maria-Theresia-Str. 35, 81675 München
Tel. 089/9228-1797, Email: jennifer.patterman@ercgroup.com
- ☞ Gerard Gumprecht, GE Deutschland, Martin-Behaim-Str. 10, 63263 Neu-Isenburg
Tel. 06102/3622-60, Fax. 06102/3623-27, Email: gerard.gumprecht@ge.corporate.com

... BEI DER PARTNERORGANISATION

GE Elfun Deutschland, Maria-Theresia-Str. 35, 81675 München

- ➔ Thomas Limberger, Vorstandsvorsitzender GE Elfun Deutschland
Tel. 089/9228-1732, Fax. 089/9228-7202, Email: thomas.limberger@ercgroup.com
- ➔ Andreas Widl, stellv. Vorstandsvorsitzender GE Elfun Deutschland
Tel. 089/9228-1346, Fax. 089/9228-7202, Email: andreas.widl@ercgroup.com

Gerling-Konzern, Köln

Dienstleistung: Versicherungs- und Finanzdienstleistungen, ca. 12.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die Gerling Versicherungs-Beteiligungs-AG fördert den Wettbewerb Startsocial. An diesem Wettbewerb kann jeder teilnehmen, der eine Idee oder ein Konzept für ein soziales Projekt hat oder dessen Projekt sich in der Anfangsphase der Umsetzung befindet. Besonders originelle und vielversprechende Projektideen können einen Förderpreis erhalten.

In jedem Fall bekommen die Projekte, die an dem Wettbewerb teilnehmen, einen Coach bzw. Mentor, der gemeinsam mit dem Projekt die Idee oder das Konzept weiterentwickelt, es auf seine Realisierungschancen prüft und es in der Umsetzungsphase berät. So haben auch solche Projekte, die keine finanzielle Förderung erhalten, die Chance, sich professionell beraten zu lassen. Ziel des Wettbewerbes ist es, soziales Engagement organisatorisch und betriebswirtschaftlich effizient zu gestalten.

Gerling-Mitarbeiter/innen, die Projekte beraten, bekommen von Seiten des Unternehmens Unterstützung.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Startsocial ist ein offener bundesweiter Wettbewerb. Gerling-Mitarbeiter/innen können Projekte einreichen oder sich als Coach bzw. Mentor zur Verfügung stellen

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- Abschlussdokumentationen Startsocial 2001
- www.startsocial.de

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Die Idee zu einem Wettbewerb sozialer Projekte entstand im Rahmen einer Einladung des Bundeskanzlers für die ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer der Tafeln. Die Wettbewerbsidee wurde von der Unternehmensberatung McKinsey entwickelt, die auch die Durchführung des Wettbewerbs maßgeblich organisiert.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Unternehmenskultur
- Personalentwicklung
- Standortbeziehung
- Mitarbeiterbindung

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Bildung interner Netzwerke
- Erweiterung des Erfahrungshorizontes
- Positive Bindung an das Unternehmen
- Neue Verantwortung

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Professionelle Beratung
- Eventuell finanzielle Förderung
- Kontaktvermittlung, Netzwerkbildung
- Förderung des ehrenamtlichen Engagements

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Gerling Versicherungs-Beteiligungs-AG, 50670 Köln

- ➔ Dr. Hermann Schulte-Vennbur
Tel. 0221/144-63557 (Durchwahl), Fax. 0221/144-6063557,
Email: hermann.schulte-vennbur@gerling.de

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Projektbüro Startsocial

McKinsey & Company, Prinzregentenstr. 22, 80538 München

- ➔ Dr. Bernd Irmer
Tel. 089/5594-8232 (Durchwahl), Fax. 089/5594-8233, Email: bernd_irmer@mckinsey.com

Henkel KGaA, Düsseldorf

Konsumgüterindustrie, 46.219 Mitarbeiter/innen (Ende 2002), davon 10.534 in Deutschland

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Projekt 1:

Unter dem Titel „MIT-Initiative“ fördert das Unternehmen Henkel das ehrenamtliche Engagement seiner Mitarbeiter/innen und Pensionäre/innen, das diese im privaten Bereich begonnen haben. Das MIT-Komitee entscheidet über die Art der Unterstützung: Geld- oder Sachspende, Expertenrat oder die Freistellung von der Arbeit. Von 1998 bis Ende 2002 hat das MIT-Komitee über 900 Projektanträge von Mitarbeitern/innen und Pensionären/innen positiv bewertet. Das von Mitarbeitern/innen ins Leben gerufene MIT-Netzwerk bietet zusätzlich Rat und Hilfe für alle Mitarbeiter/innen, die sich ehrenamtlich engagieren und/oder zukünftig engagieren wollen.

Projekt 2:

2001 startete Henkel auf Basis der MIT-Initiative einen internationalen Roll-out: 125 Kinderprojekte von Mitarbeitern/innen in 52 Ländern. Henkel förderte diese Projekte mit 1.25 Mio EUR. Wegen des großen Erfolges wurde die Förderung von Kinderprojekten im Jahr 2002 weltweit fortgesetzt: 120 Projekte mit insgesamt 1 Mio EUR.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Alle 46.219 Mitarbeiter/innen sowie die Pensionäre/innen der Henkel-Gruppe weltweit können Anträge zur MIT-Initiative wie auch zu den Kinderprojekten einreichen.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Mitarbeiterzeitung „Henkel Life“
- Nachbarschaftszeitung „Seitenblicke“
- Presseinformationen
- Druckmedien, Hörfunk, TV, Video, CD-ROM
- Internet: www.citizenship.henkel.de

Weitere Informationen auf Anfrage zu beziehen über Henkel KGaA (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Hilfe ist nach Ansicht von Henkel besonders bei solchen Projekten wirkungsvoll, bei denen sich die Mitarbeiter/innen persönlich einbringen. Aus diesem Grund wurde 1998 die MIT-Initiative gegründet, die das unternehmerische Engagement zur gesellschaftlichen Verantwortung mit dem der Mitarbeiter/innen verknüpft.

Initiator: Vorstandsmitglied, angeregt durch Idee aus den USA

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Teamentwicklung
- Unternehmenskultur
- Dienstleistungsqualität
- Standortbeziehung
- Unternehmensidentität & -image

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Begeisterung, „Rücken stärken“
- Er/Sie merkt, dass er/sie mehr erreichen kann, als er/sie dachte
- Er/Sie kann etwas bewegen / verändern
- Förderung der sozialen Kompetenz
- Steigerung der Loyalität, der Motivation
- Neu-Einschätzung der eigenen Fähigkeiten bei Eintritt in den Ruhestand

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Partnerorganisation erhält Starthilfe im Sinne einer "Hilfe zu Selbsthilfe"
- Soforthilfe, unbürokratische Hilfe

... FÜR ALLE

- Schaffung einer Win-Win-Win-Situation (Mitarbeiter/in - Institution - Unternehmen)

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Henkel KGaA, 40191 Düsseldorf

- ➔ Christa Büchler, Spendenmanagement / MIT-Initiative
Tel. 0211/797-9042 (Durchwahl), Fax. 0211/798-2434
Email: christa.buechler@henkel.de
- ➔ Michael Rolf Fischer, Corporate Communications / Corporate Citizenship
Tel. 0211/797-4191 (Durchwahl), Fax. 0211/798-4040
Email: michael-rolf.fischer@henkel.de
- ➔ Janine Arnold, Corporate Communications / Corporate Citizenship
Tel. 0211/797-8586 (Durchwahl), Fax. 0211/798-4040
Email: janine.arnold@henke.de

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei Frau Büchler erfragen (Kontakt s.o.)

McDonald's Deutschland Inc., München

Restaurantkette, 55.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die „McDonald's-Kinderhilfe“ gGmbH wurde 1987 in Deutschland gegründet. Sie baut und betreibt Ronald McDonald Häuser in Aachen, Berlin, Erlangen, Hamburg, Jena, Kiel, Lübeck, Oldenburg, München (2), Bad Oeynhausen und Leipzig. Häuser in Cottbus, Homburg und Essen sind derzeit in Planung.

Ein Ronald McDonald Haus bietet Angehörigen von schwerkranken Kindern ein Zuhause auf Zeit in unmittelbarer Nähe von Spezialkliniken. Die Angehörigen wohnen in einem Apartment, das mit Dusche und Telefon ausgestattet ist. Großzügige Gemeinschaftsküchen, Wohnzimmer, Spielzimmer, sowie Waschmaschinen und Trockner helfen dabei, dass die Angehörigen, die oft über Wochen und Monate bleiben müssen, ein nahezu normales Leben führen können. Die Kosten für das Apartment in Höhe von 15 EUR pro Nacht werden in der Regel von den Krankenkassen übernommen. In den Ronald McDonald Häusern finden Angehörige die Ruhe, den Rat und die Kraft, die sie benötigen, um ihren schwerkranken Kindern zur Seite zu stehen. Je 2 Hausleiterinnen und viele freiwillige Helfer/innen stehen als Ansprechpartner/innen zur Verfügung und sorgen mit vielfältigen Aktivitäten dafür, dass die Angehörigen sich in der Gruppe von Betroffenen gegenseitig unterstützen und Hilfe geben können.

Der Großteil der Spenden sowie sämtliche Verwaltungskosten der „McDonald's-Kinderhilfe“ gGmbH werden von McDonald's Deutschland Inc. und seinen Franchisenehmer/innen getragen. Auf diese Weise kommt jeder weitere Spendeneuro direkt schwerkranken Kindern und deren Angehörigen zu Gute.

Die „McDonald's-Kinderhilfe“ gGmbH ist Teil der Ronald McDonald House Charity (s.u.).

TEILNEHMERSTRUKTUR

- 1000 Führungskräfte sowie 240 Franchisenehmer/innen von McDonald's Deutschland Inc. durch Fundraising-Aktivitäten, persönliche Mitarbeit und Hilfe vor Ort in den Ronald McDonald Häusern; 55.000 Mitarbeiter/innen der McDonald's Deutschland Inc. z.B. durch Betreuung der Spendenhäuser. Die Mitarbeiter/innen werden durch Beilagen bei der Gehaltsabrechnung laufend informiert und tragen zum Erfolg der „McDonald's-Kinderhilfe“ bei.
- Freiwillige jeden Alters, die sich freiwillig, ehrenamtlich in den Ronald McDonald Häusern in der Elternbetreuung, Hausorganisation, Spendenakquise und bei Veranstaltungen engagieren.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- www.mcdonalds-kinderhilfe.org
- Informationsmaterial zur „McDonald's-Kinderhilfe“ (zu beziehen über McDonald's Kinderhilfe, Kontakt s.u.)
- Informationsmaterial zu den einzelnen Ronald McDonald Häusern (zu beziehen über McDonald's Kinderhilfe, Kontakt s.u.)
- Informationsmaterialien außerdem an den Spendenhäusern in jedem McDonald's Restaurant

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Die Ronald McDonald House Charity wurde im Jahr 1974 vom Gründer der Restaurantkette McDonald's Ray Kroc gegründet. Mit dem Credo „Gebt der Gemeinschaft, in der Ihr lebt, etwas von dem zurück, was sie Euch gibt“ wurden weltweit mittlerweile 208 Ronald McDonald Häuser gebaut

und weitere Hilfsprojekte initiiert und unterstützt. Die Ronald McDonald House Charity ist in 32 Ländern der Erde vertreten.

Die Deutsche „McDonald's-Kinderhilfe“ gGmbH wurde 1987 gegründet und bietet derzeit in 12 Ronald McDonald Häusern mehr als 182 Apartments. Allein im Jahr 2001 haben über 3.900 Familien aus Deutschland und der ganzen Welt in den Häusern gewohnt. Die Verweildauer reicht von 2 Tagen bis hin zu einem Jahr. Die durchschnittliche Auslastung in Höhe von 83,4 Prozent zeigt, wie wichtig und notwendig der Bau von weiteren Ronald McDonald Häusern ist.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Motivation
- Identifikation
- Wahrnehmung sozialer Verantwortung

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Motivation
- Identifikation
- Gestaltung gesellschaftlichen Lebens

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Dienstleistung für die Kliniken
- Hilfe und Entlastung für die betroffenen Familien
- Vernetzung und Nachsorge für die Betroffenen

ÜBERTRAGBAR AUF

./.

ANSPRECHPARTNER

... IM UNTERNEHMEN

„McDonald's-Kinderhilfe“ gGmbH, Max-Lebsche-Platz 15, 81377 München

☛ Manfred Welzel, Geschäftsführer

Tel. 089/740066-0, Fax. 089/740066-74, Email: info@mcdonalds-kinderhilfe.org

McKinsey & Company, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart

Unternehmensberatung, ca. 1.400 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

McKinsey & Company berät im Rahmen von so genannten „Pro-bono-Projekten“ unentgeltlich nicht gewinnorientierte Organisationen im sozialen, kulturellen, sportlichen oder im Bildungsbereich. In den letzten 15 Jahren hat das deutsche McKinsey-Büro allein über 40 solcher Organisationen unterstützt, so zum Beispiel die Staatsgalerie Baden-Württemberg in Stuttgart, die Handelshochschule Leipzig, die deutsche Tafelbewegung oder das rumänische Kinderdorf Poiana Soarelui. Weltweit gibt es pro Jahr etwa 100 solcher „Pro-bono-Projekte“, die zumeist regional ausgerichtet sind.

Der Grundgedanke des Engagements ist es, den gemeinnützigen Sektor nicht in erster Linie mit Spenden zu unterstützen. Geleitet von der Vorstellung, dass jeder das beitragen sollte, was er am besten kann, werden gemeinnützige Organisationen mit dem unterstützt, wofür McKinsey weltweit steht: erstklassige Strategie- und Organisationsberatung.

TEILNEHMERSTRUKTUR

„Pro-bono-Projekte“ werden in der Regel durch einen Partner oder eine Mitarbeiterin/einen Mitarbeiter des Unternehmens initiiert. Für die Projekte werden Beraterteams gebildet, welche oft mehrere Monate tätig sind. Die Teams setzen sich aus Consultants zusammen, die sich im Hinblick auf ihren akademischen Hintergrund und ihre Erfahrung ergänzen. Sie erarbeiten vor Ort gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der gemeinnützigen Organisation Lösungsansätze und unterstützen deren Umsetzung.

Die Zusammenstellung der Beraterteams für die Projektarbeit vor Ort ist ebenso wie die interne Unterstützung durch die Kolleginnen und Kollegen in den Büros völlig identisch mit anderen Klientenprojekten – und selbstverständlich sind auch die Qualitätsstandards dieselben.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

Wie bei der Klientenarbeit gibt es auch bei den unentgeltlichen „Pro-bono-Projekten“ keine von McKinsey & Company veranlasste Öffentlichkeitsarbeit. Kommt es zu einer detaillierteren Veröffentlichung über etwaige Projektergebnisse in den Medien, dann geht dies auf eine Initiative der beratenen Organisation selbst zurück.

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Als 1926 in den USA gegründete und heute weltweit verwurzelte Firma folgt McKinsey & Company der amerikanischen Tradition der „community work“ und des „local citizenship“ von Unternehmen. Der Wunsch, zum Bestehen der Gesellschaft, in der das Unternehmen mit seinen Mitarbeiter/innen lebt und arbeitet, beizutragen, ist somit fester Bestandteil der Firmenkultur. In der Firmengeschichte wird durchweg mit Nonprofit-Organisationen, Stiftungen und öffentlichen Stellen zusammengearbeitet, in erster Linie auf Pro-bono-Basis.

Die sieben deutschen McKinsey-Büros führen diese Tradition seit mehr als zwanzig Jahren bewusst fort. In Deutschland werden im Schnitt etwa zwei bis drei ausgewählte Projekte pro Jahr durchgeführt; teilweise entwickelt sich aus der Projektphase eine langfristige Beziehung.

So arbeitet McKinsey zum Beispiel schon seit sechs Jahren immer wieder mit der Tafelbewegung und dem Bundesverband des „Deutsche Tafel e.V.“ zusammen.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

McKinsey & Company formuliert die Motivation für die Pro-bono-Arbeit folgendermaßen:

„To have extraordinary impact in communities worldwide through efforts that will shape the nonprofit sector and excite, inspire, and develop our people as a core part of their McKinsey experience.“

Die Hauptmotive für das Pro-bono-Engagement sind somit zum einen das starke Verantwortungsgefühl für das eigene Gemeinwesen und zum anderen die Motivation der Mitarbeiter/innen. Dabei steht die regionale Verankerung der Pro-bono-Arbeit im Vordergrund, nicht zuletzt auch, weil sich die Ideen für Projekte oft aus lokalen Kontakten ergeben.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Niemand ist verpflichtet, in einem „Pro-bono-Projekt“ mitzuarbeiten. Viele der McKinsey-Berater/innen waren allerdings in ihrer Ausbildungs- bzw. Studienzeit in den verschiedensten Bereichen ehrenamtlich engagiert. Schon deswegen interessieren sich viele von ihnen dafür, im kulturellen oder sozialen Umfeld tätig zu sein.

Für die Beraterin/den Berater unterscheidet sich die Arbeit mit gemeinnützigen Organisationen zwar nicht grundsätzlich von der Klientenarbeit – auch hier dominieren Themen wie Strategie, Marketing/Vertrieb, Organisation und Abläufe. Allerdings haben pro bono geleistete Projekte sehr wohl einen anderen Charakter und ergänzen somit den Erfahrungshorizont der Mitarbeiter/innen auf eine wertvolle Weise: gemeinnützige Organisationen sind eben nicht gewinnorientiert und „Leistung“ ist oft nicht in Zahlen auszudrücken.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

„Pro-bono-Projekte“ entstehen durch persönliche Kontakte: McKinsey wird darauf aufmerksam, dass in einer gemeinnützigen Organisation ein Bedarf besteht oder wird direkt um Hilfe gebeten. Professionelle Managementberatung und langfristige Projektarbeit können so helfen, zukunftsweisende Themen – oft auch existentielle Probleme – gemeinnütziger Organisationen in enger Zusammenarbeit mit den Klienten nachhaltig anzugehen und zu lösen.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe – Mittelbetriebe – Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

McKinsey & Company, Königsallee 60c, 40027 Düsseldorf

☎ Rolf Antrecht, Pressesprecher
Tel. 0211/1364632 (Durchwahl)

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei McKinsey & Company erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Verschiedene, bitte bei McKinsey & Company erfragen (Kontakt s.o.)

Mercer Management Consulting, München, Frankfurt/Main, Zürich

Unternehmensberatung, ca. 350 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Mercer hat international eine lange Tradition im Bereich von Pro-Bono-Projekten. Beispielhaft soll für den deutschen Markt ein aktuelles vorgestellt werden:

Die Stiftung der Bayerischen Staatsregierung "Bündnis für Kinder – gegen Gewalt" wurde im Frühsommer des Jahres 2001 gegründet. Ziel ist die Schaffung einer breiten Plattform zur Verbindung der Interessen von Förderungswilligen und Förderungsempfängern für gewaltpräventive Projekte zum Schutze von Kindern.

Da Stiftungen den gleichen Marktanforderungen im Sinne des Wettbewerbs unterliegen wie Unternehmen, galt es, eine klare Strategiedefinition vorzunehmen. Hier erklärte sich Mercer Management Consulting im Herbst 2001 bereit, seine strategischen und organisatorischen Kernkompetenzen als internationale Unternehmensberatung zur Verfügung zu stellen und die Stiftung bei der Erarbeitung der Strategie sowie eines funktionsfähigen Geschäftsmodells nachhaltig zu unterstützen.

In mehreren Workshops wurden das Leitbild, die Vision und die Ziele, sowie eine konkrete Aktivitätsplanung der Stiftung erarbeitet. Hierzu wurden die Stiftungsmärkte in Deutschland, Europa und USA analysiert und Rückschlüsse abgeleitet sowie Empfehlungen gegeben. Es wurden technische, rechtliche und operative Rahmenbedingungen berücksichtigt, um aus den definierten Zielen den Aktivitätsfokus der Stiftung ableiten zu können. Diese Aktivitäten wurden mit den notwendigen aufbau- und ablauforganisatorisch relevanten Standards untermauert, um das strategisch richtig positionierte und funktionsfähige Geschäftsmodell der Stiftung zu beschreiben. Hierzu wurden Fragen beantwortet, wie die Stiftung technisch funktioniert, wie die Projektantragsstellung und Genehmigung erfolgen soll, bis hin zur Zielgruppen-, Regions- und Projektartendefinition etc.. Eine wesentliche flankierende Maßnahme war die Kommunikationsstrategie, die die Öffentlichkeits- und Presse-Maßnahmen der Stiftung über die Aufbauphase bis hin zu ihrem Tagesgeschäft beschrieben hat.

Mercer hat Ende des ersten Quartals 2002 die vollständige Konzeption eines Geschäftsmodells an den Vorstand der Stiftung übergeben und jeweils vor dem Vorstand und dem Stiftungsrat präsentiert. Gleichzeitig erhielt Mercer vom Vorstand und Stiftungsrat den Auftrag, die Stiftung bei der Implementierung bis ins Jahr 2003 zu unterstützen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Mercer Management Consulting stellte für die Zeit von November 2001 bis Mai 2002 ein achtköpfiges Beraterteam kostenfrei und ehrenamtlich zur Verfügung. Zudem waren die Geschäftsführerin der Stiftung Frau Barbara Ammer, sowie die Geschäftsführerin der Firma Kunstmanagement Betzler GmbH, Frau Judith Betzler beteiligt.

Coaching und Advising in der Implementierungsphase mit einem Partner und einem Berater.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

Weitere Informationen über das aktuell beschriebene Pro-bono-Projekt finden Sie unter:

- www.mercermc.de und www.mercermc.com
- www.Buendnis-fuer-Kinder.de

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Mercer ist Teil des weltweit operierenden Marsh & McLennan-Konzerns, New York. Das gesellschaftlich-soziale Engagement von Unternehmen hat in den USA eine lange Tradition. Bei Mercer ist dies wesentlicher Bestandteil der Firmenkultur und hat eine sehr hohe Bedeutung bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in allen Büros. Identifizieren daher Mercer-Berater/innen Pro-Bono-Projekte oder werden solche von außen an Mercer herangetragen, so werden diese nach Beschluss im Partnerkreis von den Beraterinnen und Beratern durchgeführt.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Traditionell werden Pro-Bono-Projekte bei Mercer weltweit initiiert und durchgeführt. Die Pro-Bono-Projektarbeit erfolgt fast ausschließlich neben der regulären Arbeitszeit und auf freiwilliger Basis der Beraterinnen und Berater. Mercer versteht diese Projekte als seinen Beitrag zur sozialen und gemeinnützigen Verantwortung der Firma an sich sowie der Berater/innen für eine lebenswerte und humane Gesellschaft.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Basierend auf den klassischen Beratungsfeldern der Strategie-, Organisations-, Changemangement- und Reengineeringberatung finden sich in gemeinnützigen Organisationen die gleichen Beratungsansätze wie in den Unternehmen aller Industrien, die auch zum Zielfokus von Mercer gehören. Folglich ergeben sich bei Pro-Bono-Engagements für die Beraterinnen und Berater alternative Tätigkeitsfelder, die es ihnen erlauben, sich neben ihrer regulären Beratungstätigkeit für eine gemeinnützige und gesellschaftliche Sache zu engagieren.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Professionelle Managementberatung ist 1:1 auf gemeinnützige Organisationen übertragbar und hilft diesen bei der Lösung aktueller strategischer, struktureller oder ablauftechnischer Probleme und Aufgabenstellungen. Gemeinsam mit den Verantwortlichen werden die Organisationen durch die Pro-Bono-Engagements von Mercer effizienter aufgestellt und können im gemeinnützigen Wettbewerbsumfeld, das ohne Frage existiert, gestärkt auftreten.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Mercer Management Consulting, Stefan George Ring 2, 81929 München

- ☛ Pierre Deraëd, Leiter Corporate Communications
Tel. 089/93949-599 (Durchwahl), Email: pierre.deraed@mercermc.com

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei Mercer Management Consulting erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Verschiedene, bitte bei Mercer Management Consulting erfragen (Kontakt s.o.)

Merck KGaA, Darmstadt

Chemie - Pharma, ca. 8.200 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die Merck KGaA unterstützt die ehrenamtlichen Aktivitäten der Mitarbeiter/innen in Form von finanzieller, materieller oder organisatorischer Hilfe. Dabei geht die Initiative immer von den Mitarbeitern/innen aus, d.h. das Unternehmen entwickelt in der Regel keine eigenen Projekte, an denen sich die Mitarbeiter/innen ehrenamtlich beteiligen, sondern reagiert auf Anregungen aus der Belegschaft.

Beispielsweise organisiert eine Gruppe von Mitarbeitern/innen alle zwei Jahre ein Benefiz-Konzert, dessen Erlös jedes Mal einer sozialen Organisation gespendet wird. Das Unternehmen stellt die gesamte Infrastruktur für das Konzert zur Verfügung.

Zudem organisieren Mitarbeiter/innen der Merck KGaA jedes Jahr in Zusammenarbeit mit dem Sportamt der Stadt Darmstadt ein Kinderfest oder planen Hilfstransporte in Krisenregionen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Es werden Teams von Mitarbeitern/innen unterstützt, die sich für ein bestimmtes Projekt zusammenfinden.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Broschüre „Netzwerk“ (zu beziehen über Merck KGaA, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Merck engagiert sich traditionell in der Region seit mehreren Generationen.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Standortbeziehung
- Akzeptanz

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Unterstützung ihrer sozialen Anliegen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Geld-, Sach- und Dienstleistung

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Merck KGaA, Frankfurter Str.25, 64293 Darmstadt

☞ Isabel Merkle, PR

Tel. 06151/72-7240 (Durchwahl), Fax. 06151/72-8793, Email: isabel.merkle@merck.de

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei Merck KGaA erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Verschiedene, bitte bei Merck KGaA erfragen (Kontakt s.o.)

Metro AG, Düsseldorf

Handel, ca. 230.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Projekt 1

Jährlich stattfindende Aktion mit ca. 25 leistungsstarken Auszubildenden aus den Vertriebslinien der METRO AG. Die Auszubildenden führen ein in der Regel zweitägiges Projekt durch, das das soziale Engagement der Jugendlichen fördern soll. 1999 renovierten die Auszubildenden einen Berufsschulhof in Köln (Errichtung von Car Ports, Renovierung der Wände und Zäune, Anlegen von Blumenbeeten, Errichten von Bänken und Tischen, ...) Im Dezember 2000 organisierten die Auszubildenden einen Weihnachtsmarkt (Waffelbäckerei, Würstchenstand, Basar, Kinderschminken,...), dessen Erlös und eine zusätzliche Spende der METRO AG dem Arbeiter-Samariter-Bund zugunsten der Straßenkinder in St. Petersburg zugute kam.

Im Oktober 2001 betreuten die Auszubildenden unter Anleitung fachkundiger Mitarbeiter/innen des Arbeiter-Samariter-Bundes Bergisch Gladbach zwei Tage 24 Rollstuhlfahrer/innen und ermöglichten ihnen u.a. den Besuch von Warner Bros. Movie World in Bottrop-Kirchhellen. Die Gespräche über die unterschiedlichen Lebensperspektiven, die notwendige intensive Betreuung der Behinderten und die zu überwindenden alltäglichen Hindernisse in unserer „normalen“ Gesellschaft boten den Jugendlichen Erfahrungen, durch die der Stellenwert des sozialen Engagements völlig neu definiert wurde. Die METRO AG unterstützte das Projekt u.a. durch die Spende eines neuen behindertengerechten Busses mit hydraulischer Hebebühne für Rollstuhlfahrer/innen.

In 2002 bauten 26 Auszubildende in Halle-Dölau auf dem großflächigen Außengelände der mit 90 Plätzen gut besuchten integrativen Kindertagesstätte „Spatzennest“ des Arbeiter-Samariter-Bundes, Landesverband Sachsen-Anhalt, ein Klettergerüst, einen Pavillon, ein Gerätehaus, einen Fahrrad-Port, Bänke, Tische und Fußballtore auf und sanierten vier Sandkästen, zwei Vordächer und sämtliche Geländer. Die METRO AG unterstrich den Stellenwert des Sozialengagements durch eine Spende in Höhe von 50.000 EUR, wovon auch noch weitere Geräteanschaffungen möglich waren.

Projekt 2

Die METRO AG ist Partner vom Institut Unternehmen Schule in Bornheim, der Nachfolgegesellschaft von „Industrie und Schule GmbH“, deren Ziel der Aufbau von Lernpartnerschaften zwischen Schule und Wirtschaft ist. Es bestehen Kooperationsverträge mit Hauptschulen, Realschulen und Gymnasien in verschiedenen Städten in NRW. Im Rahmen dieser Lernpartnerschaften nehmen Fachlehrer/innen und Schüler/innen an Betriebspraktika und Erkundungen teil und gestalten Mitarbeiter/innen der METRO-Vertriebslinien Unterrichtsmaterial und einzelne Unterrichtsstunden in verschiedenen Fächern der Partnerschulen (z.B. zu Umweltschutz, Gesellschaftspolitik, Arbeitsrecht, Marketing,...).

TEILNEHMERSTRUKTUR

Projekt 1: Zusammengestelltes Team aus ausgewählten Auszubildenden.

Projekt 2. Fachlich versierte Mitarbeiter/innen aus Linien- und Stabsstellen.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

Projekt 1: Informationsflyer zu beziehen über Metro AG, Herrn Mayer (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Die Auszubildenden-Projekte wurden von Herrn Mayer (METRO AG, Personalentwicklung) initiiert, organisiert und betreut.

Die Schulkooperationen wurden ebenfalls von Herrn Mayer initiiert und werden von Kaufhof in Köln und Metro Großhandelsgesellschaft in Düsseldorf betreut.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Teamentwicklung
- Know how & Innovation
- Marktchancen
- Personalrekrutierung
- Standortbeziehung
- Unternehmensidentität & -image

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN BZW. FÜR DIE AUSZUBILDENDEN

- Projekt 1: Bildung von Netzwerken, Teamgeist und Selbstvertrauen bei Auszubildenden
- Projekt 2: Herstellung von Kontakten zum Gemeinwesen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Projekt 1: Finanzielle Unterstützung
- Projekt 2. Tatkräftige Hilfe, Verknüpfung von Theorie und Praxis

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Metro AG, Metro-Straße 1, 40237 Düsseldorf

- ☞ Hans Friedrich Mayer, Personalentwicklung
Tel. 0211/6886-1301 (Durchwahl), Fax. -1300, Email: hans-friedrich.mayer@metro.de

... IN DER BELEGSCHAFT

Kaufhof Warenhaus AG Leonhard-Tietz-Straße 1, 50676 Köln

- ☞ Waltraud Schild, Personalentwicklung
Tel. 0221/223-3647 (Durchwahl), Fax. -1476, Email: waltraud.schild@kaufhof.de

Metro Großhandels GmbH, Schlüterstraße 3, 40235 Düsseldorf

- ☞ Rolf Peter Jeske, Personalentwicklung
Tel. 0211/9692708 (Durchwahl), Fax. 0211/9694902708,
Email: rolpeter.jeske@mgh.metro-ag.de

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Martin-Luther-King-Hauptschule, Ostlandstr. 39, 50858 Köln-Weiden-Lövenich

- ☞ Heinz Klein, Schulleiter
Tel. 02234/409619, Fax. 02234/409669, Email: mlkweiden@gmx.de

Gymnasium, Rückertstraße 6, 40470 Düsseldorf-Rath

- ☞ Gerd Längen, Kooperationsbetreuer
Tel. 0211/6412177

Neckarwerke Stuttgart AG, Stuttgart

Energieversorgung, ca. 4.400 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die Neckarwerke Stuttgart AG und das Berufsbildungswerk der Nikolauspflge, eine Einrichtung für blinde und sehbehinderte Jugendliche, kooperieren im Bereich der Ausbildung. Im Rahmen des Projekts „Soziales Lernen“ finden sowohl im gewerblichen als auch im technischen Bereich Begegnungen zwischen sehbehinderten Auszubildenden der Nikolauspflge und sehenden Auszubildenden der Neckarwerke Stuttgart statt. Gemeinsam managten sie z.B. bereits einen Verkaufsstand, arbeiteten an computergesteuerten Maschinen und erlebten gemeinsam eine Computerschulung, um so den jeweiligen Ausbildungsalltag des anderen kennenzulernen. Die Auszubildenden werden durch aktives Erleben in die Erfahrungswelt des anderen eingeführt und erfahren viel über den Lebensalltag des anderen. Am Ende steht das Ziel eines normalen Umgangs miteinander.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Die Neckarwerke Stuttgart AG hat ca. 220 Auszubildende. An dem Projekt selbst ist jedoch nur eine kleine Gruppe der Auszubildenden beteiligt. Die Teilnehmer/innen sind zwischen 16 und 20 Jahre alt. Sie erlernen sowohl technische als auch kaufmännische Berufe. Das Bildungsniveau ist breit gestreut - von Hauptschule bis Abitur.

Von Seiten der Nikolauspflge nehmen blinde und sehbehinderte Auszubildende aus den Bereichen Metall (Metallwerker, Zerspanungsmechaniker), Kaufleute für Bürokommunikation und Bürokaufleute teil.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

Artikel und Informationen (zu beziehen über Berufsbildungswerk der Nikolauspflge Stuttgart, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Die seit 1996 bestehende Kooperation zwischen den Neckarwerken und der Nikolauspflge Stuttgart hat eine lange Vorgeschichte: Diese begann 1993, als sich auf Anregung des Diakonischen Werkes Württemberg und des Evangelischen Landesjugendpfarramtes eine landesweite Arbeitsgruppe in Baden-Württemberg zusammenfand. Diese brachte schließlich ein dreijähriges Modellprojekt „Soziales Lernen“ auf den Weg. Im Rahmen dieses Projektes wurden auch die Neckarwerke Stuttgart und die Nikolauspflge angesprochen. Beide Einrichtungen erklärten sich bereit, den Berufsschüler/innen Begegnungen bzw. Zusammenarbeit während der Ausbildung zu ermöglichen, um die Sozialkompetenz der Jugendlichen zu formen.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Teamentwicklung
- Sozialkompetenz

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN BWZ. FÜR DIE AUSZUBILDENDEN

./.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Öffnen des Berufsbildungswerkes als Lernort für Auszubildende der freien Wirtschaft zum Thema „soziales Lernen“
- Schaffen von Begegnungsmöglichkeiten
- Abbau von Vorurteilen und Unsicherheiten
- Vergleichen der Leistungsfähigkeiten und Möglichkeiten
- Teamentwicklung, Erwerb von Sozialkompetenz

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Neckarwerke Stuttgart AG, Stöckachstr. 48, 70199 Stuttgart

- ➔ Evelyn Sindermann, Kaufmännische Ausbildungsleiterin
Tel. 0711/289-47887 (Durchwahl), Email: evelyn.sindermann@mail.nws-ag.de

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Berufsbildungswerk der Nikolauspflanze Stuttgart, Am Kräherwald 271, 70193 Stuttgart

- ➔ Alexander Baumann, Ausbildungsleiter
Tel. 0711/6564160 (Durchwahl), Fax. 0711/6564254,
Email: alexander.baumann@nikolauspflanze.de

... PROJEKT SOZIALES LERNEN

mehrwert - Agentur für Soziales Lernen gGmbH, Firnhaberstr. 14, 70174 Stuttgart

Tel. 0711/222 966-35 (Durchwahl), Fax. 0711/222 966-56, Email: info@agentur-mehrwert.de

NIKETOWN, Berlin

Sportartikel - Herstellung und Handel, ca. 100 Mitarbeiter/innen in Berlin

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Im Rahmen des Freiwilligen Einsatzprogramms von NIKETOWN Berlin werden Mitarbeiter/innen für 2 ½ Stunden pro Woche vom Unternehmen freigestellt, um sich freiwillig für Berliner Kinder und Jugendliche in sozialen Brennpunkten zu engagieren. Im Rahmen der Pilotphase, die bis zum Sommer 2000 dauerte, haben sich 8 Mitarbeiter/innen in drei verschiedenen sportnahen Projekten engagiert: sie gaben Trainingsstunden und organisierten Turniere für Fuß-, Volley- und Basketball.

Für das Jahr 2001 werden weitere 16 Mitarbeiter/innen für soziale Programme oder Initiativen vom Unternehmen freigestellt. Gleichzeitig ist für 2001 ein so genannter Day of Caring geplant, bei dem alle Mitarbeiter/innen von NIKETOWN Berlin beteiligt sein werden.

NIKETOWN Berlin befindet sich im Stadtzentrum; großes Showroom-Gebäude, hauptsächlich Verkauf von Sportkleidung und -artikel. Die Mitarbeiter/innen arbeiten in den Projekten über die gesamte Stadt verteilt. Die Standorte sind soziale Brennpunkte, die durch hohe Jugendarbeitslosigkeit, Armut und wenige Angebote für Kinder und Jugendliche gekennzeichnet sind.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Alle Mitarbeiter/innen von NIKETOWN Berlin haben die Möglichkeit, sich im Rahmen dieses Freiwilligenprogramms zu engagieren.

Sie werden in Zweier-Teams eingesetzt.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

Schriftliche Dokumentation und Abschlussberichte, Video-Film, Fotos, Statistiken, Fragebögen, Qualipass (zu beziehen über agens27, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Vor dem Hintergrund der Aktivitäten von NIKE hinsichtlich Corporate Citizenship, besonders an den Standorten in den USA, England und Holland, hat sich NIKE Deutschland entschlossen, sogenannte „volunteer programs“ auch an den Standorten in Deutschland zu etablieren. Eine Machbarkeitsstudie für eine Pilot-Phase wurde von der Firma agens27 Gesellschaft für Kunst, Medien und Kommunikation mbH konzipiert und umgesetzt. Die agens27 GmbH ist eine Tochtergesellschaft des JugendKunst- und Kulturzentrums Schlesische 27 in Berlin-Kreuzberg und bringt als Voraussetzung für die Realisierung eines solchen Programms spezifisches Know-how im Bereich sozialer Brennpunkte und Interkulturalität mit. Die Pilot-Phase verlief optimal und NIKE Deutschland und NIKETOWN Berlin werden gemeinsam mit der Firma agens27 GmbH das Programm fortsetzen. Die Finanzierung der Organisation läuft über NIKE International, die Personalkosten trägt NIKETOWN Berlin selbst. NIKE sucht mit dem Programm keine spezifische Öffentlichkeit, steht aber für Informationen zur Verfügung.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Teamentwicklung
- Betriebskultur

- Dienstleistungsqualität
- Marktchancen
- Shareholdervalue
- Personalrekrutierung
- Know-how & Innovation
- Standortbeziehung
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz
- Personalaufbau

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Erwerb von Qualifikationen in den Bereichen Planung / Organisation, Sozialkompetenz, Akquisition und Kommunikation "Lernende Organisation und lernende Mitarbeiter/innen"
- Wahrnehmung von Handlungsfeldern für soziales Engagement
- Ideen und Innovationen im Bereich Sportkleidung und Kaufverhalten "Was ist IN, was ist OUT?"
- Erhöhung des Umsatzes in den einzelnen Abteilungen der Mitarbeiter/innen durch verstärktes Engagement für das Unternehmen
- Hoher Identifikationsfaktor

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Konkrete Projekte für Kinder und Jugendliche. Diese finden es toll, dass sich ein so "großes" Unternehmen um sie kümmert.
- Konkrete Entlastung in spezifischen Bereichen für die Partnerorganisation
- Zugang zu Handlungspartnern über Kooperationen (Spenden, Sponsoring)
- Öffentlichkeit
- Eindeutiger Know-how-Transfer
- Da die Projekte auch auf Freiwilligkeit der Kinder und Jugendlichen beruhen, hoher Wertetransfer und hohe Bereitschaft zu lernen

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER

... IM UNTERNEHMEN - BEI AGENTUR, DIE MIT PROJEKTBEGLEITUNG BEAUFTRAGT IST:

agens 27 - Gesellschaft für Kunst, Medien und Kommunikation mbH, Derfflinger Str. 6,
10785 Berlin

☞ Izaskun Hernanz

Tel. 030/26557741 (Durchwahl), Fax. 030/61284596, Email: i.hernanz@agens27.net

... IN DER BELEGSCHAFT

NIKETOWN Berlin, Taentzienstr. 7B/C, 10789 Berlin

☞ Redouan Krosing, General Manager

Tel. 030/2507-0, Email: redouan.krosing@nike.com

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Verschiedene, bitte bei agens27 GmbH erfragen (Kontakt s.o.)

NOKIA GmbH, Bochum

Telekommunikationskonzern, 3.892 Mitarbeiter/innen (Ende 2001)

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Generations- und familienübergreifende Patenschaften außerhalb von Familie und Freundeskreis sollen Kinder und Jugendliche in ihrer Entwicklung zu verantwortungsbewussten Menschen unterstützen. Kindern und Jugendlichen, den sogenannten „Youngsters“, zwischen 10 und 16 Jahren wird so eine Orientierungshilfe beim Übergang zwischen Kindheit, Jugend und Erwachsenwerden gegeben. Dabei stehen den Youngsters als Paten die sogenannten „Big Friends“, Erwachsene im Alter von 18 bis 70 Jahren, zur Seite, die ihnen Vertrauen, Freundschaft und Zeit schenken. Kinder und Jugendliche erfahren so, dass die Gesellschaft sie mit ihren Fragen, Unsicherheiten und Ängsten ernst nimmt und unterstützt. Charakteristisch für das Programm ist außerdem, dass es Erwachsenen die Möglichkeit gibt, ihre Erfahrungen weitergeben zu können und als Freund/Freundin und „Lebensberater/in“ gebraucht zu werden. Die Ansprache der Big Friends beschränkt sich nicht alleine auf die Mitarbeiter/innen von NOKIA, vielmehr ist es ein Programm, das sich an alle Teile der Bevölkerung richtet. Die Auswahl und Zusammenführung der Paten mit den Jugendlichen erfolgt durch intensive fachlich-psychologische Betreuung/Interviews, um geeignete Patenschaften zu ermöglichen. BIFFY wird in Deutschland zur Zeit in sieben Städten, Berlin, Bochum, Falkensee, Leipzig, Ulm, Wismar und Wolfenbüttel, angeboten. Die Schirmherrschaft für das Programm hat Prof. Dr. Rita Süßmuth, Bundestagspräsidentin a.D., übernommen.

Ein weiteres Projekt des Unternehmens:

"Nokia Helping Hands" ist eine globale Mitarbeiterinitiative, in der sich Nokia Mitarbeiter/innen ehrenamtlich in gemeinnützigen Organisationen, Initiativen und sozialen Projekten engagieren. In der Regel bildet sich ein Team innerhalb bestehender Unternehmensbereiche, das für ein paar Stunden einmalig, unentgeltlich und unbürokratisch zum Beispiel in der Nachbarschaft bei kleineren Tätigkeiten hilft, Klassenzimmer streicht oder Parks säubert. Diese Art der freiwilligen Hilfe, auch "Volunteering" genannt, wird unter anderem in den USA bereits seit längerem praktiziert.

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Mitarbeiter/innen der NOKIA GmbH sowie deren Familienangehörige
- Bürgerinnen und Bürger, die sich von der Idee des freiwilligen sozialen Engagements angesprochen fühlen und ihre Freizeit mit einem jungen Menschen verbringen möchten

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- www.biffy.de
- www.makeaconnection.org
- Informationsbroschüren auf Anfrage zu beziehen über NOKIA GmbH (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Bereits seit 100 Jahren gibt es in den USA die Idee der Patenschaft zwischen Jung und Alt. Diese Form des freiwilligen sozialen Engagements wird dort von weiten Teilen der Bevölkerung unterstützt. Seit April 2000 fördert NOKIA im Rahmen des Engagements für Jugend und Bildung weltweit die Initiative „Make a Connection“, die von NOKIA zusammen mit der „International Youth Foundation“ (IYF) ins Leben gerufen wurde. Basierend auf dieser Initiative hat NOKIA in Deutschland zusammen mit der Dt. Kinder und Jugendstiftung, dem deutschen Partner der IYF, das

Programm „Big Friends for Youngsters“ entwickelt, um freiwilliges soziales bürgerliches Engagement zu fördern.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

NOKIA glaubt an die Inhalte, für die der Begriff „Corporate Citizenship“ steht und lebt diese. Als Unternehmen ist sich NOKIA seiner gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung bewusst und sieht es als seine Pflicht, dieser Verantwortung gerecht zu werden. Dabei soll es nicht nur ein bloßes Lippenbekenntnis sein, sondern Bestandteil einer gelebten Unternehmenskultur, der sich jede Mitarbeiterin/jeder Mitarbeiter im Unternehmen verpflichtet fühlt.

Das Engagement im Bereich Bildung und Jugend ist für NOKIA als Hersteller zukunftsorientierter Anwendungen und Technologien, neben anderem sozialen Engagement, eine logische Konsequenz. Das Projekt „Big Friends for Youngsters“ steht im besonderen Maße für die Unternehmenswerte „Continuous Learning“, „Respect for the Individual“ und „Achievement“. „Continuous Learning“, das lebenslange Lernen – nicht nur von Fakten, sondern auch voneinander – ist die Basis dieses Patenschaftsprogrammes. Es ist Grundvoraussetzung für eine Welt, in der offenes und kreatives Denken unabdingbar sein wird.

Das Unternehmen möchte sich dort, wo es tätig ist, als verantwortungsvolles Mitglied der Gesellschaft bewähren und einen Beitrag zum sozialen Umfeld leisten. Die Überzeugung, dass Vorsorge immer noch am besten ist, führt zu einem Engagement in langfristigen Projekten, die jungen Leuten helfen sollen, sich eine solide Grundlage zu schaffen und ihren Platz in der Welt zu finden.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Das Projekt BIFFY basiert auf freiwilligem sozialen Engagement. Dies gilt natürlich auch für die Mitarbeiter/innen der NOKIA GmbH. Dennoch sind soziale Kompetenz und Verantwortung des Einzelnen Eigenschaften, auf die innerhalb des Unternehmens sehr großen Wert gelegt wird und die bereits im Rahmen von Einstellungsverfahren/-gesprächen wichtige Kriterien sind. Mit BIFFY haben die Mitarbeiter/innen die Möglichkeit, die Unternehmenswerte mittels eines konkreten Projektes auch nach außen zu leben. Gleichzeitig trägt ein ehrenamtliches Engagement wie BIFFY dazu bei, den persönlichen Erfahrungshorizont zu erweitern.

Mit BIFFY signalisiert NOKIA seinen Mitarbeitern/innen, dass die Unternehmenswerte auch durch das Unternehmen selbst nach außen getragen werden und, dass das Unternehmen sich als Gesamtheit engagiert. Den Mitarbeitern/innen wird bewusst, dass ihr soziales Engagement nach außen getragen und dort auch wahrgenommen wird. Im diesem Sinne dient es einer Bewusstseins-schaffung sowie der Mitarbeitermotivation und –bindung.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Für die Dt. Kinder und Jugendstiftung ist die Kooperation mit der NOKIA GmbH eine neue Form der Programmfinanzierung und Kooperation mit Firmen aus der Wirtschaft. Zugleich ist es ein in Deutschland bis dato einmaliges Modell für generationsübergreifende Patenschaften. Mit BIFFY besteht die Möglichkeit, neue Zielgruppen in Jugendprogramme einzubinden, die bisher nicht angesprochen wurden. Nicht zuletzt bietet die Einbindung der NOKIA-Mitarbeiter/innen in das Programm den Jugendlichen auch die Chance, von deren Erfahrungen zu profitieren.

ÜBERTRAGBAR AUF

./.

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

NOKIA GmbH, Opitzstr. 12, 40470 Düsseldorf

- Minna-Kaisa Mäkinen, Unternehmenskommunikation
Tel. 0211/90895-715 (Durchwahl), Fax. -710, Email: minna-kaisa.makinen@nokia.com

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, Chausseestr. 29, 10115 Berlin

- Andreas Zieske
Tel. 030/2807000, Fax. 030/2832202, Email: andreas.zieske@dkjs.de

OTIS GmbH & Co. OHG

Aufzugs- und Fahrtreppenbranche, ca. 4.300 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Mitarbeiter/innen der OTIS GmbH & Co. OHG engagieren sich im Rahmen der weltweiten Special Olympics Bewegung (Olympische Spiele für Menschen mit geistiger Behinderung). In der Zeit vom 5. bis 8. September 2000 waren Mitarbeiter/innen von OTIS bei den National Games in Berlin vor Ort, um bei der Organisation und Betreuung der behinderten Sportler/innen zu helfen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Alle Mitarbeiter/innen können sich an den Aktivitäten beteiligen und im Team bei den Special Olympics vor Ort mithelfen.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

Geschäftsbericht, Mitarbeiter- und Kundenzzeitung (zu beziehen über OTIS GmbH & Co. OHG, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Das Engagement des Mutterkonzerns in den USA hat zu Überlegungen geführt, sich auch in Deutschland in dieser Richtung zu engagieren. Die Aktivitäten werden von der Abteilung für Marketing gesteuert.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Teamentwicklung
- Betriebskultur

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Soziales Engagement
- Viele Mitarbeiter/innen haben den Wunsch, sich sozial zu betätigen, wissen aber nicht, an wen sie sich wenden können. OTIS schafft für diese Mitarbeiter/innen eine Möglichkeit, sich in einer bestimmten Weise zu engagieren.
- Besseres Kennenlernen der Mitarbeiter/innen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Organisation von Teilen der Veranstaltung durch OTIS-Mitarbeiter/innen
- Finanzielle Unterstützung
- Integration von Behinderten wird gefördert

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

OTIS GmbH & Co. OHG, Otisstr. 33, 13507 Berlin

- ➔ Corinna Jähn, Marketing
Tel. 030/4304-2581 (Durchwahl), Email: jaehnc@berlinhq.otis.com

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei OTIS GmbH & Co. OHG erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Special Olympics, Wotanstr. 18, 10365 Berlin

- ➔ Gernot Buhrt, Vorstandsmitglied
Tel. 0178/5588068

Quelle AG, Fürth

Handel, ca. 20.000 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die Quelle AG unterhält seit 1995 eine Kooperation mit der Sielmannstiftung, in deren Rahmen Umweltschutzprojekte durchgeführt werden. Zuletzt pflanzten 400 Mitarbeiter/innen im Rahmen eines Programms zur Wiederaufforstung an einem Samstag 30.000 Bäume. Die Quelle AG kam für die Finanzierung und die Bereitstellung der Materialien und Verpflegung auf, die Mitarbeiter/innen stellten ihre Zeit und ihre Arbeitskraft zur Verfügung.

TEILNEHMERSTRUKTUR

An diesen Umweltschutzprojekten können die rund 12.000 Mitarbeiter/innen der Quelle AG an den Standorten Nürnberg, Fürth und Leipzig (ca. 12.000 Mitarbeiter/innen) sowie deren Familien und Freunde teilnehmen.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

auf Anfrage (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Das Projekt wurde 1996 von der Abteilung Umwelt initiiert und wird weiterhin von dort gesteuert.

Die Motivation für dieses Engagement war der Wunsch, außerhalb der betrieblichen Abläufe ein Projekt durchzuführen, das alle Mitarbeiter/innen des Unternehmens erreicht, anspricht und für das Thema Umwelt motiviert.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Teamentwicklung
- Betriebskultur
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz
- Mitarbeitermotivation allgemein und für den Umweltschutz

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Gemeinsames Erlebnis
- Arbeitnehmer/innen können Kontakte zu Mitarbeitern/innen an anderen Standorten knüpfen (Mitarbeiter/innen aus Leipzig und Fürth/Nürnberg arbeiten gemeinsam an diesem Projekt)

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- kostenlose Wiederaufforstung von brachliegenden Flächen

ÜBERTRAGBAR AUF

Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Quelle AG, Wittekindstr. 26, 90762 Nürnberg

☛ Stefan Küst, Umweltbeauftragter

Tel. 0911/14-27896 (Durchwahl), Email: stefan.kuest@quelle.de

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei Quelle AG erfragen (Kontakt s.o.)

Schneider Electric GmbH, Ratingen

Elektroindustrie, ca. 700 Mitarbeiter/innen in Deutschland (ca. 70.000 weltweit)

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Projekt 1:

Im Rahmen von Partnerschaften mit Schulen übernehmen Mitarbeiter/innen und Führungskräfte von Schneider Electric die Patenschaft für diverse Schulprojekte. Gemeinsam mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) wurden zwei Schulen besucht, die einen Schülerclub mit Schülerfirma in sozial schwächeren Gegenden errichtet haben und so zur maßgeblichen Integration von Kindern und Jugendlichen beitragen. Diese Schulen, Hauptschule Central in Solingen und eine Hauptschule in Mülheim, liegen in unmittelbarer Umgebung des Unternehmens. So kann das Engagement der Schulen auf vielfältige Weise unterstützt werden. Neben einer finanziellen Unterstützung, die zum Ausbau der Schülerclubs/-firmen und für Studienfahrten benötigt wird, ist eine weitere Intensivierung der Beziehungen in Richtung "Spiegelabteilungen" geplant.

Dabei übernehmen Mitarbeiter/innen und Führungskräfte von Schneider Electric eine Patenschaft für die einzelnen Projekte. Jeder Bereich eines Unternehmens (z. B. Einkauf, Personal, Öffentlichkeitsarbeit,...) wird als "Mini-Abteilung" auf die Schule übertragen. Die Schüler/innen lernen so Aufgaben- und Berufsfelder in den einzelnen Abteilungen kennen. Das ist insbesondere für die spätere Berufsfindung wichtig, hilft jedoch auch bei der Organisation der Schülerfirmen, die eigenständig Produkte z. B. Kalender, Poster, CD's und T-Shirts drucken und vertreiben. Auch hierfür ist ein Basiswissen über Bereiche wie Marketing und Buchhaltung gefragt.

Praktika, Bewerbungsvorbereitung und -gespräche sollen die Schüler/innen fit für ihre berufliche Laufbahn machen. Jeweils ein "Pate" / eine „Patin" des Unternehmens übernimmt dabei die Verantwortung für das Projekt und erarbeitet die Lerninhalte gemeinsam mit den Lehrern/innen und Schülern/innen.

Projekt 2:

Schneider Electric unterstützt auf europäischer Ebene die „Special Olympics 2003" (Olympische Spiele für Menschen mit geistiger Behinderung) in Irland. Dieses Projekt wird gemeinsam von Deutschland und Irland geleitet; die anderen europäischen Niederlassungen nehmen ebenso daran teil. Dabei werden Mitarbeiter/innen - mit und ohne Führungsverantwortung - die Organisation der Special Olympics auf vielfältige Art unterstützen und die Betreuung der behinderten Sportler/innen übernehmen. Es gibt unterschiedliche Einsatzgebiete - von Dolmetschen über die Betreuung am Flughafen bis zur Vor-Ort-Betreuung - in denen die Mitarbeiter/innen ihr Know-how ehrenamtlich zur Verfügung stellen können. Schneider Electric übernimmt die Kosten für Anreise und Unterkunft.

Weitere Aktivitäten des Unternehmens:

Neben dem weltweiten Engagement unterstützt Schneider Electric auch ganz gezielt lokale Organisationen in Deutschland. Durch Hinweise der Mitarbeiter/innen ist das Unternehmen auf das Engagement des Dunkelziffer e.V. in Hamburg für sexuell missbrauchte Kinder aufmerksam geworden. Durch einen Spendenaufruf konnte ein Theaterprojekt und dessen Aufführung an Schulen mitfinanziert werden, das die Aufklärung von Kindern auf spielerische Art übernimmt.

Nach der Flutkatastrophe in Deutschland wurde gemeinsam mit den Mitarbeitern/innen und der "Schneider Electric"-Stiftung eine Spendenaktion ins Leben gerufen. Durch die spontane Unterstützung der Mitarbeiter/innen, der Schneider Electric Stiftung und mit Sachmitteln von Schneider

Electric werden betroffene soziale Einrichtungen für Kinder und Jugendliche in Ostdeutschland gezielt wieder aufgebaut.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Alle Mitarbeiter/innen sind aufgerufen, an diesen Projekten teilzunehmen. Dabei werden die Führungskräfte ganz gezielt auf die Teilnahme an sozialen Projekten und die Übernahme von Verantwortung angesprochen. Das soziale Engagement wird auch ein Schwerpunkt der Personalentwicklung und jährlicher Zielgespräche sein.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Über das soziale Engagement im Internet: www.schneider-electric.de
- Über die Stiftung von Schneider Electric GmbH (engl.):
www.foundation.schneider-electric.com/index_frameset.htm

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Schneider Electric übernimmt als weltweit aktiver Konzern seit Jahren Verantwortung für die Integration von Kindern und Jugendlichen – durch den Aufbau von Kinderdörfern und die Verbesserung von Gesundheit und Bildung. Um diese Förderung zu intensivieren, wurde 1998 die Schneider Electric-Stiftung zur Integration junger Menschen ins Leben gerufen, die die vom Unternehmen und den Mitarbeitern/innen, z. B. im Rahmen der "Stunde für die Kinder der Welt", aufgebrauchten Spenden gezielt an Projekte in der Umgebung von Industriestandorten des Unternehmens verteilt.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Know-how-Transfer
- Erhöhte Mitarbeiterbindung und -motivation durch Imagegewinn nach innen und außen
- Teamentwicklung
- Übernahme von sozialer Verantwortung als Teil der Unternehmenskultur

"Soziale Verantwortung zu übernehmen bedeutet für uns als Unternehmen, vor allem Kinder und Jugendliche auf ihrem Weg ins Leben aktiv zu begleiten. Denn sie sind diejenigen, die für unsere Zukunft verantwortlich sein werden", lautet die Botschaft unseres Geschäftsführers Dominique Bellot. Sie spiegelt das Bewusstsein und die Bereitschaft zur Übernahme sozialer Verantwortung wider.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Kennenlernen anderer Lebenswelten und Meinungsaustausch mit jungen Menschen
- Diskussion und Engagement über das tägliche Arbeitsumfeld und die eigene "Erfahrungswelt" hinaus

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Know-how-Transfer
- Berufsfindung und -orientierung für junge Menschen
- Selbstständigkeit und Professionalität der Schülerfirmen werden unterstützt

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe – Mittelbetriebe – Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Schneider Electric GmbH, Gothaer Str. 29, 40880 Ratingen

- ➔ Daniel Rook, Direktor Personal / Organisation
Tel. 0201/404-9281
- ➔ Klaudia Suilmann, Referentin Interne Kommunikation
Tel. 0201/404-9443

... IN DER BELEGSCHAFT

Schneider Electric GmbH, Gothaer Str. 29, 40880 Ratingen

- ➔ Siegfried Schwering
Tel. 0201/404-9451
- ➔ Liane Wetjen
Tel. 0201/404-9413

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), Berlin

- ➔ Katrin Hukal, Kommunikation & Fundraising
Tel. 030/2807000

Dunkelziffer e.V., Hamburg

- ➔ Frau Falck, Geschäftsführerin
Tel. 040/48-4884

Siemens AG, München

Elektro, Elektronik, ca. 185.000 Mitarbeiter/innen in Deutschland (ca. 450.000 Mitarbeiter/innen weltweit)

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Siemens Partner- und Namensträgerschulen

„Eine systematische Vernetzung von Schulen mit wissenschaftlichen Institutionen, wirtschaftlichen Organisationen oder sozialen Einrichtungen könnte die schulische Lebenswelt um neue lebenspraktische Dimensionen bereichern und den Schulen zusätzliche Ressourcen erschließen“ (Prof. Dr. Brockmeyer).

Deshalb pflegt Siemens bereits seit Beginn des letzten Jahrhunderts Partnerschaften mit Schulen. Inzwischen sind es über 150 in Deutschland. Für jedes Schuljahr wird mit der jeweiligen Schule ein individueller Maßnahmenkatalog vereinbart, wobei in den gemeinsam durchgeführten Projekten die Themenschwerpunkte auf Technik, Neuen Medien, Wirtschaftswissen sowie sozialer Kompetenz liegen und der Bezug zur Praxis im Vordergrund steht.

Eine Besonderheit stellen die sogenannten Siemens Namensträgerschulen dar. Insgesamt gibt es 36 solcher Schulen, deren Namenspatrone in einer Verbindung zur Firma Siemens stehen. Die meisten Schulen nannten sich nach Werner von Siemens, dem Gründer der heutigen Siemens AG. Aber auch seine beiden Söhne, Wilhelm und Carl Friedrich von Siemens, die seine Nachfolge angetreten haben, sowie seine beiden Partner, Johann Georg Halske und Sigmund Schuckert, wurden von Schulen als Namensgeber ausgewählt. Wie ein Blick auf ihre Historie zeigt, besitzen die Namensträgerschulen eine lange Tradition. So wurde bereits 1903 die erste „Werner von Siemens Schule“ in Berlin-Schöneberg gegründet. Seitdem werden in einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Siemens gemeinsam Projekte realisiert mit dem Ziel, das Gefüge von Wirtschaft, Technik und Gesellschaft verständlich zu machen. In dieser Kooperation steht aber nicht nur die Vermittlung von theoretischem Wissen und praktischen Fähigkeiten im Vordergrund – die Schulen und Schüler können sich an den Leistungen und Idealen ihrer Namensgeber orientieren. In ihnen finden sie Vorbilder für eine selbst bestimmte und zugleich verantwortungsbewusste Gestaltung ihres Lebens.

switch – die andere Seite®:

siehe: Sozialreferat der Landeshauptstadt München in der Rubrik Dienstleister

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Siemens Mitarbeiter/innen als Fachreferenten für Vorträge, Podiumsdiskussionen etc. (u. a. D21-Ambassadore)
- Siemens Auszubildende und ihre Ausbilder/innen für Kooperationsprojekte, Berufsinformationstage etc.
- Siemens Mitarbeiter/innen als Ansprechpartner/innen für die Schulen (Siemens Schulbetreuer/innen)
- SiemensForen in München, Berlin und Erlangen
- Siemens Standorte mit Aspekterkundungen, Seminaren etc.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- www.siemens.de/knowledge-zone/de/aktionen/partnerschulen/schulen.htm
- www.siemens.de/knowledge-zone/de/aktionen/namenstraegerschulen/start.htm
- Broschüre „Jugend und Wissen“ (zu bestellen über: www.siemens.de/knowledge-zone/de/info/kontakt/bestell.htm)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Tradition verpflichtet

Firmengründer Werner von Siemens erkannte schon früh die wachsenden Ausbildungsanforderungen und legte besonderen Wert auf die bisher kaum berücksichtigte Verknüpfung von theoretischem Wissen und dessen Umsetzung in der Praxis. Mit der Initiative, seinen Lehrlingen neben anwendungsbezogenen Lehrinhalten auch theoretischen Unterricht zu vermitteln, war er anderen Unternehmern seiner Zeit weit voraus und bildungspolitisch wegweisend.

Diese bildungspolitische Tradition des Hauses Siemens wird bis heute mit zahlreichen Aktivitäten fortgesetzt. Seit 1997 gibt es ein spezielles Förderprogramm für Schulen in Deutschland: „Jugend und Wissen“. In zahlreichen Projekten können Schülerinnen und Schüler ihre Fähigkeiten und Talente einsetzen und ihr Wissen auf- und ausbauen. Schülerwettbewerbe wie Join Multimedia oder EMC-Cup, eine interaktive Wanderausstellung oder das Lehrerfortbildungsseminar ZuWAS vermitteln Wissen in den beiden Themenschwerpunkten Medienkompetenz und Wirtschaftswissen.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- „Wir tragen gesellschaftliche Verantwortung“ (Unternehmens-Leitbild)
- Unsere zukünftigen Kundinnen/Kunden und Mitarbeiter/innen müssen mit den neuen Technologien umgehen können
- Siemens braucht auch in Zukunft gute Mitarbeiter/innen und Führungskräfte
- Wir wollen uns als innovatives, kompetentes Unternehmen zeigen (Image-Gewinn)

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Gesellschaftliches Engagement (Erfahrung der eigenen Schulzeit)
- Freude am Weitergeben von Wissen
- Sozialkompetenz (über den Tellerrand hinausschauen)

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Fachkompetente Mitarbeiter/innen aus der Arbeitswelt stehen den Schulen zum Know-how-Transfer zur Verfügung
- Schüler/innen werden besser auf die heutigen Anforderungen des Berufslebens vorbereitet
- Ungewöhnliche Projekte lockern den Schulalltag auf – mehr Motivation für die Schüler/innen
- Lehrkräfte erhalten aktuelle Informationen aus der Arbeitswelt
- Schüler/innen können Schlüsselqualifikationen (Teamarbeit, selbstständiges Lernen etc.) üben

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNERINNEN

... IM UNTERNEHMEN

Siemens AG, Wittelsbacherplatz 2, 80333 München

- ➔ Maria Schumm-Tschauder, Corporate Communications Public Relations (CC PR)
Tel. 089/636-83581 (Durchwahl), Fax. -81979, Email: maria.schumm-tschauder@siemens.com

Für *switch* - die andere Seite®:

Siemens AG, Wittelsbacherplatz 2, 80333 München

- ➔ Brigitte Zeier, Fachleitung Betriebliche Sozialarbeit
Tel. 089/636-324145 (Durchwahl), Fax. 089/636-33431, Email: brigitte.zeier@zp.siemens.de

Siemens Management Consulting, München

Unternehmensberatung, 170 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Mit der Active Help Kinderfonds Stiftung hilft die Siemens Management Consulting notleidenden Kindern schnell, konkret und unbürokratisch. Dazu werden zum einen effektive Hilfsprojekte finanziell unterstützt, zum anderen wird alle zwei Jahre ein besonders anspruchsvolles Sozialprojekt zugunsten benachteiligter Kinder und Jugendlicher vorbereitet und selbst umgesetzt. „Um nicht nur finanziell, sondern aktiv und vor Ort zu helfen, führen wir mit Hilfe unserer eigenen Active Help Kinderfonds Stiftung alle zwei Jahre ein solches Aktiv-Projekt durch“, sagt Albrecht Wild als Projektverantwortlicher von Siemens Management Consulting zu dieser Aktion.

Bereits 1998 sanierte das Unternehmen einen Münchner Abenteuerspielplatz von Grund auf, und im Jahr 2000 baute das SMC-Team auf dem Gelände eines tschechischen Kinderhofs ein komplettes Feriencamp für Heimkinder auf.

Am 11.10.2002 wurde das dritte Aktiv Projekt durchgeführt: Ein internationales Team von über 170 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Siemens Management Consulting errichtete auf dem Gelände des Don Bosco Jugendwerks in Bamberg innerhalb von nur einem Tag einen kompletten Hochseilgarten mit Team-Parcour. Der Hochseilgarten wurde anschließend dem Don Bosco Jugendwerk zur Nutzung übergeben und steht künftig für die Kinder und Jugendlichen aus ganz Bayern zur Verfügung.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Nahezu alle Mitarbeiter/innen der Siemens Management Consulting waren bei den bisherigen Projekten beteiligt.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- www.kinderfonds.org/siemens.html
- www.smc.siemens.de

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Verschiedene Wurzeln:

- Anknüpfung an traditionelles Sozialengagement
- Beispiele aus USA
- Wunsch, etwas Nachhaltiges zu schaffen

Initiatoren: Mitglieder des Managements der Siemens Management Consulting

Steuerung: Albrecht Wild, Kaufmännischer Leiter

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Teamentwicklung
- Betriebskultur
- Personalrekrutierung
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Teamerlebnis
- Spaß
- Arbeitskollegen/-kolleginnen außerhalb der eigentlichen Arbeit besser kennen lernen
- etwas von bleibendem Wert schaffen
- Hierarchie übergreifende Gruppenarbeiten

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Realisierung von Projekten, die sonst nicht zustande gekommen wären

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER

... IM UNTERNEHMEN

Siemens Management Consulting, St.-Martin-Str. 76, 81541 München

- ➔ Albrecht Wild, Kaufmännischer Leiter
Tel. 089/636-83817 (Durchwahl), Fax. 089/636-81762, Email: albrecht.wild@siemens.com

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei Siemens Management Consulting erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

ABIX Hasenberg, Weitlstr. 125, 80935 München

- ➔ Volker Böhm
Tel, Fax. 089/3141145

Brochier Stiftung, Wattastr. 1, 81479 München

- ➔ Philipp Hof
Tel. 089/744200-280 (Durchwahl), Fax. 089/744200-300

THE BODY SHOP, Deutschland

Kosmetik, ca. 702 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Im Rahmen des Projektes „Get active!“ engagieren sich alle Mitarbeiter/innen des Unternehmens innerhalb ihrer Arbeitszeit vier Stunden im Monat ehrenamtlich. Dabei sucht sich jede einzelne The Body Shop-Filiale ein soziales Projekt vor Ort, das zur individuellen Situation des Shops am besten passt. Entscheidend dabei ist die Arbeit im Team und die Langfristigkeit des Engagements.

Die Projekte sind sehr vielfältig. Sie reichen vom Einsatz für den örtlichen Kindergarten über Schminkaktionen in Heimen für behinderte Menschen bis hin zur Arbeit in einem Hospiz. Oft setzt sich das Engagement der Mitarbeiter/innen für ihr Projekt in der Freizeit fort, und es entstehen langfristige Bindungen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Das Programm richtet sich an alle Mitarbeiter/innen von The Body Shop Deutschland.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Roddick, Anita: Die Body Shop Story. Die Version einer außergewöhnlichen Unternehmerin. München 2001 (Econ-Verlag).
- www.the-body-shop.com

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Das Unternehmen The Body Shop setzt sich von Anfang an für eine Wirtschaft mit sozialer Verantwortung und einen gewissenhaften Umgang mit der Umwelt ein. Das beinhaltet den Einsatz gegen Tierversuche und den Aufbau langfristiger und fairer Handelsbeziehungen zu benachteiligten Gemeinden auf der ganzen Welt („Hilfe durch Handel“-Programm). Mit großangelegten Kampagnen zu Sozial- und Umweltthemen und der regelmäßigen Verleihung eines hochdotierten Menschenrechts-Preises engagiert sich das Unternehmen aktiv für die Gemeinschaft. Dazu trägt auch die gemeinnützige Arbeit jeder einzelnen Mitarbeiterin/jedes einzelnen Mitarbeiters bei. In Großbritannien, dem Sitz der Unternehmenszentrale, ist das Programm „Get active!“ bereits in allen Filialen umgesetzt worden. Auch in Deutschland engagiert sich bereits ein großer Teil der Läden; an der vollständigen Umsetzung wird zur Zeit verstärkt gearbeitet.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Für The Body Shop ist Corporate Volunteering ein unbedingter Bestandteil der Unternehmenskultur. Deshalb ist es wichtig, dass jede Mitarbeiterin/jeder Mitarbeiter hinter diesem Prinzip steht. Die lokale Gebundenheit der Projekte verbessert die Beziehung der Läden zum Standort und schafft ein Verantwortungsbewusstsein der Mitarbeiter/innen für das eigene Gemeinwesen. Das gemeinsame Engagement für eine Sache wirkt sich außerordentlich positiv auf den Teamgeist und die Motivation der Mitarbeiter/innen aus und fördert deren Fähigkeit zur Selbstständigkeit.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Viele Sozialprojekte kommen über persönliche Kontakte der Mitarbeiter/innen zustande.
Das soziale Verantwortungsbewusstsein des Unternehmens und das gemeinsame Engagement trägt sehr zur Identifikation der Mitarbeiter/innen mit dem Unternehmen bei. Es wirkt inspirierend und kreativitätsfördernd und macht, nicht zuletzt, Spaß.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Neben tatkräftiger Unterstützung erhalten die Partnerorganisationen oft auch finanzielle Hilfe.
Dabei können sie sich auf eine langfristige Beziehung verlassen, was für das gegenseitige Vertrauen sehr förderlich ist.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER

... IM UNTERNEHMEN

THE BODY SHOP Deutschland, Cosmo Trading GmbH, Graf-Landsberg-Str. 1 H-K, 41460 Neuss

☛ Elisabeth Weyermann, Corporate Communication Managerin

Tel. 02131/954-6 (Durchwahl), Fax. 02131/954-701, Email: eweyermann@the-body-shop.de

The Boston Consulting Group, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart

Unternehmensberatung, ca. 1.300 Mitarbeiter/innen in Deutschland

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

The Boston Consulting Group (BCG) berät im Rahmen von Pro-Bono-Projekten sowohl Wirtschaftsunternehmen als auch Organisationen, die ohne Gewinnorientierung wissenschaftliche, kulturelle oder soziale Zwecke verfolgen.

BCG hat seit 1994 rund 200 Pro-Bono-Projekte weltweit durchgeführt. Die unterschiedlichen Institutionen, für die BCG dabei tätig ist, verdeutlichen die thematische Vielfalt des Engagements. BCG ist in der Förderung von Bildung und Wissenschaft ebenso aktiv wie in der medizinischen Forschung oder im sozialen Bereich und dabei unmittelbar vor Ort wie auf einer globalen Ebene tätig. So unterstützt BCG in den USA die Rockefeller Foundation bei der Tuberkuloseforschung. Mit dem „World Business Council for Sustainable Development“ und Sony hat BCG in einem Projekt zu dem Thema „Sustainable Development Through Digital Bridges“ zusammengearbeitet. All diese unterschiedlichen Aktivitäten unterstützt BCG durch die Einbringung und Vermittlung seiner Kernkompetenzen, um so messbaren Mehrwert für die betreuten Organisationen zu schaffen. Mit großem Enthusiasmus und aufgrund jahrzehntelanger Kenntnis der wirtschaftlichen Realität verhilft BCG den unterstützten Organisationen zu einem Gewinn an intellektueller Energie, zu neuen strategischen Einsichten und schließlich zu der organisatorischen Kompetenz, um die für richtig befundene Strategie auch tatsächlich umzusetzen.

Flagschiff der Pro-Bono-Projekte im deutschsprachigen Raum ist das Projekt *business@school*, mit dem die zunehmende Distanz zwischen wirtschaftlicher Realität und der schulischen Ausbildung überwunden wird. Die Initiative *business@school* wurde 1998 von 5 Mitarbeitern/innen ins Leben gerufen, um eine Brücke der Verständigung zwischen Schulen und Wirtschaftsleben zu schlagen. *business@school* vermittelt Schülern/innen durch eine enge Orientierung an der Praxis Wissen über die grundsätzlichen Zusammenhänge und Abläufe in der Wirtschaft. Das Herzstück von *business@school* ist ein bundesweiter Wettbewerb zwischen gymnasialen Oberstufen, an dessen Ende die Schüler/innen nach Analyse von Großunternehmen und lokalen Firmen eine eigene Geschäftsidee mit entsprechendem Business-Plan entwickeln und präsentieren. So verhilft BCG den Schülern/innen zu einer besseren Kenntnis des Wirtschaftslebens und zu einer bewussteren Entscheidung über ihre weitere Ausbildung und ihre zukünftigen Berufsziele. Betreut werden die Schüler/innen vor Ort von BCG-Mitarbeitern/innen, die ehrenamtlich eine Schulpatenschaft übernehmen und in enger Anlehnung an ihre eigene Tätigkeit den Schülerinnen und Schülern auch methodisches Wissen, wie z.B. Präsentations- und Projektmanagement vermitteln. Im Schuljahr 2002/2003 werden über 1.100 Schüler/innen an rund fünfzig bundesdeutschen Gymnasien an dem Projekt teilnehmen. 1999 wurde der Verein *business@school* e.V. gegründet, der als gemeinnützig anerkannt ist. Darüber hinaus ist es BCG gemeinsam mit der Bertelsmann Stiftung erstmals gelungen, durch die Initiative Netzwerkshop (www.networkshop.de) die Aktivitäten von über 50 Initiativen im Bereich der Kooperation von Schule und Wirtschaft zu koordinieren.

Ein weiteres aktuelles Pro-Bono-Projekt ist das Reformprojekt an der Johann Wolfgang Goethe-Universität in Frankfurt am Main. Ziel dieses Projekts ist es, das akademische Profil der Universität im wissenschaftlichen Wettbewerb zu schärfen und interne Abläufe und Strukturen leistungsfähiger zu gestalten. Bei diesem Pro-Bono-Projekt versteht sich BCG als ein Ideengeber, der auch wissenschaftlichen Institutionen Anstöße geben kann, wie Ressourcen effizienter einzusetzen sind.

Gemeinsam mit den Entscheidungsgremien der Universität arbeitet BCG daran, Lösungen zu finden, die für alle Beteiligten nachvollziehbar und akzeptabel sind. Am Beginn des Projektes steht die umfassende Analyse der wesentlichen Problemstellungen. In themenbezogenen Workshops werden gemeinsam mit den Betroffenen Lösungsansätze und Verbesserungsvorschläge erarbeitet, die dann den universitären Entscheidungsgremien vorgestellt werden.

Schließlich sei noch ein drittes Pro-Bono-Projekt im deutschsprachigen Raum erwähnt: Durch die Unterstützung von BCG entwickelte sich 1991 aus einer Privatinitiative die Deutsche Knochenmarkspenderdatei (DKMS), die heute mit rund 800.000 Spendern/innen die weltweit größte Datenbank ihrer Art ist. Im vorigen Jahr hat BCG die DKMS wiederum in Form einer Strategiestudie bezüglich des Marktumfeldes, des Aktivitätenportfolios und der organisatorischen Abläufe begleitet.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Bei Pro-Bono-Projekten von BCG engagieren sich Mitarbeiter/innen aller Ebenen. So wird etwa das Projekt `business@school` in Deutschland von über 110 Beraterinnen und Beratern unterstützt.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

Weitere Informationen über die Pro-Bono Projekte finden Sie unter:

- http://www.bcg.de/bcg/mission/impact_4.asp
http://www.bcg.com/this_is_bcg/mission/contributing_to_community.asp
- www.business-at-school.de
- www.networkshop.de

GESCHICHTE / HINTERGRUND

In den USA ist der Gedanke einer unmittelbaren Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Gesellschaft unabhängig von staatlicher Unterstützung historisch und kulturell tief verwurzelt. Aufgrund seiner amerikanischen Wurzeln spielt daher gesellschaftliches Engagement für die Unternehmenskultur und die Mitarbeiter/innen von BCG eine außerordentlich große Rolle. Die einzelnen Pro-Bono-Projekte werden entweder von Mitarbeitern/innen oder Ehemaligen von BCG ins Leben gerufen oder von außen an BCG heran getragen. Die Bearbeitung erfolgt im Rahmen eines regulären Projektteams (z.B. DKMS) oder ist auf freiwilliges Engagement (z.B. `business@school`) gestützt.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Durch unsere Pro-Bono-Projekte tragen wir dazu bei, die sozialen und kulturellen Grundlagen für eine effiziente Marktwirtschaft zu erhalten. Dies wiederum nützt unseren Unternehmenszielen, denn nur in einer florierenden Marktwirtschaft entsteht Bedarf für eine strategische Unternehmensberatung.

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

Durch Pro-Bono-Projekte ergibt sich für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von BCG die Möglichkeit, Erkenntnisse aus der eigenen Ausbildung zu vermitteln und sich durch persönlichen Einsatz gesellschaftlich zu engagieren.

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

Die Beratungstätigkeit von BCG nützt vorwiegend natürlich den nicht-gewinnorientierten Organisationen und Institutionen, mit denen wir in Pro-Bono-Projekten kooperieren. Diese Organisationen können sich dank der strategischen Expertise von BCG neu orientieren und effizienter ihre eigenen Interessen verfolgen. Die Pro-Bono-Projekte von BCG wirken aber auch unmittelbar in die Gesellschaft hinein und tragen zur Förderung sozialer und kultureller Lebensqualität bei.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

The Boston Consulting Group, Ludwigstr. 21, 80539 München

➔ Maïke Zander, Press Relations Coordinator
Tel. 089/2317-4501 (Durchwahl)

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei BCG erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Verschiedene, bitte bei BCG erfragen (Kontakt s.o.)

Timberland World Trading GmbH, München

Hersteller von Schuhen, Bekleidung, ca. 100 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Timberland Deutschland unterhält seit 1998 eine Partnerschaft zu einer Kinder- und Jugendhilfeeinrichtung in Feldkirchen bei München. Mitarbeiter/innen von Timberland werden freigestellt, um die Einrichtung bei verschiedenen Projekten und Initiativen zu unterstützen (z.B. Umzüge, Fahrradwerkstatt, Nachhilfe, Vorbereitungen Sommerfest und Weihnachtsbasar, ...). Die Hilfe bewegt sich von handwerklichen, körperlichen und organisatorischen Arbeiten bis hin zu der unmittelbaren Arbeit mit den Kindern und Jugendlichen.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Alle 30 Mitarbeiter/innen am Standort München können sich an den einzelnen Projekten beteiligen. Sie werden entweder einzeln oder in Teams eingesetzt.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Pressemitteilung (zu beziehen über: Hansmann PR, München)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Der Mutterkonzern von Timberland in den USA engagiert sich seit mehreren Jahren im sozialen Bereich. So entstand die Idee, auch in Deutschland die Mitarbeiter/innen des Unternehmens für zwei volle Arbeitstage im Jahr freizustellen, damit sie sich für eine soziale Einrichtung engagieren können. Die Aktivitäten werden von der Abteilung Marketing / Unternehmenskommunikation gesteuert.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Betriebskultur

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Bewusstsein für soziale und ökologische Umwelt wird geschaffen
- Arbeitnehmer/innen lernen andere Bereiche kennen -> Aspekt der Mitarbeitermotivation

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Praktische Hilfen
- Neue Einblicke, Kontakte

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Timberland World Trading GmbH, Boschetsrieder Str. 67, 81379 München

➔ Almut Otto, Marketing, PR

Tel. 089/748838-52 (Durchwahl), Fax. 089/748838-88

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei Timberland World Trading GmbH erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Evangelische Kinder- und Jugendhilfe Feldkirchen, Hohenlindnerstr. 8, 85622 Feldkirchen

☛ Achim Weiss

Tel. 089/9919200 (Durchwahl), Fax. 089/99192026

UKV – Union Krankenversicherung AG, Saarbrücken

private Krankenversicherung, ca. 570 Mitarbeiter/innen

Die UKV – Union Krankenversicherung AG und die Bayerische Beamtenkrankenkasse AG (BK), München, sind die privaten Krankenversicherungen der öffentlichen Versicherer und der Sparkassen. Seit dem 01.01.2000 sind beide Unternehmen unter dem Holdingdach der Consal Beteiligungs AG, zu der seit 2001 auch die URV – Union Reiseversicherung AG gehört, zusammengeschlossen.

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Als erstes Unternehmen hat sich die UKV – Union Krankenversicherung AG in Saarbrücken an der saarlandweiten Kampagne „Ehrenamt und Wirtschaft – Gutes tun bringt Gewinn“, einer Initiative der Landesarbeitsgemeinschaft (LAG) Pro Ehrenamt, beteiligt. Die UKV hat den Bau eines Kinderspielplatzes in der Flüchtlingswohnanlage Homburg-Erbach v.a. mit einer sogenannten Zeitspende unterstützt, d.h. die freiwillig engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden während ihrer Arbeitszeit freigestellt und natürlich weiter von der UKV bezahlt. Sie spendeten so ihre Muskelkraft für einen guten Zweck.

Die Partner bei diesem Pilotprojekt waren neben der UKV der Landesverband Saarland des Deutschen Roten Kreuzes und die LAG Pro Ehrenamt.

Das Projekt wurde außerdem im Rahmen von „Saarland 21“, einer Aktion der saarländischen Landesregierung zur Förderung gesellschaftlichen Engagements, unter dem Leitthema „Neuland“ realisiert.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der UKV wurde das Projekt in einer Auftaktveranstaltung vorgestellt. Etwa 40 Personen erklärten sich spontan bereit, das Gemeinschaftsprojekt zu unterstützen.

Daraufhin wurde eine 10köpfige Planungsgruppe mit Vertretern/innen aller Projektpartner gegründet, in der auch 6 UKVler/innen mitarbeiteten.

Bei den insgesamt fünf Arbeitseinsätzen zum Bau des Spielplatzes waren rund 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der UKV als freiwillige Helfer/innen beteiligt.

Ende August 2001 konnte der Spielplatz nach dreimonatiger Planungszeit mit allen Beteiligten eingeweiht und übergeben werden.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- Diverse Veröffentlichungen in Presse und Hörfunk
- Veröffentlichungen auf verschiedenen Internetseiten, in den Zeitschriften von DRK und Pro Ehrenamt sowie in der Mitarbeiterzeitung von UKV und BK
- Videofilm

(zu beziehen über UKV – Union Krankenversicherung AG, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

„Gutes tun bringt Gewinn“ ist eine Projektidee der Landesarbeitsgemeinschaft (LAG) Pro Ehrenamt, der Dachorganisation aller ehrenamtlich Tätigen im Saarland.

Auf der Grundlage des in der Schweiz entwickelten Konzeptes des sogenannten „SeitenWechsels“ griff eine von der LAG Pro Ehrenamt intern eingesetzte Arbeitsgruppe dieses Konzept auf und rief die Initiative „Ehrenamt und Wirtschaft“ ins Leben. Einer der Vorschläge, mit denen Pro Ehrenamt bei den saarländischen Unternehmen Interesse für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit wecken wollte, war die Hilfe und Unterstützung von Flüchtlingskindern der Gemeinschaftsunterkunft in Homburg-Erbach. Über die Mitarbeiter/innen der Beratungsstelle des DRK-Landesverbandes Saarland, die in der Flüchtlingseinrichtung die Sozialbetreuung durchführen, war den Initiatorinnen und Initiatoren bei Pro Ehrenamt bekannt geworden, dass es für die rund 150 Kinder aus 13 Nationen dort keinerlei Spielmöglichkeit in der unmittelbaren Umgebung gab.

Die UKV erklärte sich sofort bereit, dieses Konzept in die Tat umzusetzen und den Bau eines Abenteuerspielplatzes in erster Linie mit einer Zeitspende zu unterstützen (s.o.). Mit diesem ehrenamtlichen Projekt hat auch die UKV Neuland betreten. Erstmals wurde eine gute Sache nicht durch reines Sponsoring bzw. eine Geldspende unterstützt, sondern das persönliche Engagement stand im Mittelpunkt.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN, DIE ARBEITNEHMER/INNEN, DIE PARTNERORGANISATION
Wirtschaft und Ehrenamt helfen einander und profitieren voneinander. Beide Seiten ziehen einen Gewinn daraus und unterstützen dabei die Gesellschaft in dieser sogenannten Win-Win-Situation.

Es gibt also zahlreiche Vorteile für ein Unternehmen in einer solchen Partnerschaft:

- *Image-Gewinn* durch soziales Engagement und intensive Öffentlichkeitsarbeit
- positive Auswirkungen auf das *Betriebsklima*, denn Führungskräfte mit sozialen Qualitäten prägen Betrieb und Klima
- Stärkung der *sozialen Kompetenz* der Mitarbeiter/innen
- *Auseinandersetzung* mit aktuellen gesellschaftlichen Problemen
- *Zufriedenheit* der Mitarbeiter/innen wird erhöht => verstärkte *Identifikation* mit dem Unternehmen und mit ihrer Arbeit
- Auswirkungen auf die *Personalentwicklung* => so z.B. durch Erhöhung der *Teamfähigkeit* in projektgebundenen Arbeitsgruppen, Steigerung der *Kommunikationsfähigkeit* und *Kreativität*.

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe – Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

UKV – Union Krankenversicherung AG, Peter-Zimmer-Straße 2, 66123 Saarbrücken

- ➔ Katja Kurtz, Pressereferentin
Tel. 0681/844-2042 (Durchwahl), Fax. 0681/844-2049, Email: katja.kurtz@ukv.de

UKV – Union Krankenversicherung AG, Richard-Reitzner-Allee 8, 85540 Haar

- ➔ Claudia Scheerer, Unternehmenskommunikation (Ltg.)
Tel. 089/2160-8651, Fax. 089/2160-9759, Email: claudia.scheerer@ukv.de

... BEI DER PARTNERORGANISATION

LAG Pro Ehrenamt e.V., Amselweg 6, 66399 Mandelbachtal

- ➔ Hans Joachim Müller, 1.Vorsitzender
Tel. 06893/1373, Fax. 06893/6447, Email: lag@pro-ehrenamt.de

Valeo Wischersysteme GmbH, Bietigheim-Bissingen

Automobilzubehör, ca. 2.500 Mitarbeiter/innen am Standort Bietigheim-Bissingen, ca. 75.000 Mitarbeiter/innen weltweit

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Zwischen der Firma Valeo Wischersysteme GmbH und der Werkstatt für Behinderte in Bietigheim besteht eine dauerhafte Kooperation. Für zwölf Auszubildende im dritten Lehrjahr bei Valeo wird die Ausbildung jeweils für einen Monat in die Werkstatt für Behinderte verlagert. Dort lernen sie den Produktionsalltag kennen und übernehmen Betreuungsfunktionen. In einem zweiten Schritt haben sie die Aufgabe, in Eigenverantwortung Produktionseinrichtungen noch besser an die spezifischen Bedürfnisse behinderter Menschen anzupassen (z.B. Umbau von Montagevorrichtungen, Anfertigen von Transporteinrichtungen).

Das Projekt findet im Rahmen des Lernbausteins „Soziales Lernen“ statt.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Das „Projekt Soziales Lernen“ ist fest in die Ausbildung integriert und richtet sich an alle Auszubildenden im Ausbildungsberuf Industriemechaniker Fachrichtung Produktionstechnik.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- Informationsflyer sind zu beziehen über Valeo Wischersysteme GmbH, Rudi Breitenberger (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Das Projekt besteht bei Valeo seit 1997. Es wurde angeregt durch den Verband der Metallindustrie, der die Initiative „Soziales Lernen“ fördern wollte. „Soziales Lernen“ entwickelte und begleitete als Modellprojekt des Diakonischen Werks Württemberg und des Evangelischen Landesjugendpfarramts Württemberg in den Jahren 1996–1998 Kooperationen zur Förderung sozialer Lernprozesse.

Angeregt durch diese Initiative etablierte der Ausbildungsleiter von Valeo den Lernbaustein „Soziales Lernen“ im Ausbildungsberuf des Industriemechanikers, Fachrichtung Produktionstechnik.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN BZW. FÜR DIE AUSZUBILDENDEN

- Auszubildende können sich unter besonderen Bedingungen bewähren
- Auszubildende erweitern ihre sozialen Kompetenzen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Fachliches Know how der Auszubildenden
- Valeo ist behilflich, Kontakte herzustellen und Aufträge an die Werkstatt für Behinderte zu vermitteln

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe – Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Valeo Wischersysteme GmbH, Postfach 1763, 74307 Bietigheim-Bissingen

☛ Rudi Breitenberger, Ausbildung

Tel. 07142/73-2319 (Durchwahl), Fax. 07142/73-2090, Email: rudi.breitenberger@Valeo.com

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei Valeo Wischersysteme GmbH erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Werkstatt für Behinderte, Asperger Str. 26, 74321 Bietigheim-Bissingen

Tel. 07142/961-0, Fax. 07142/961-221

... PROJEKT SOZIALES LERNEN

mehrwert - Agentur für Soziales Lernen gGmbH, Firnhaberstr. 14, 70174 Stuttgart

Tel. 0711/222 966-35 (Durchwahl), Fax. 0711/222 966-56, Email: info@agentur-mehrwert.de

VICTORIA Versicherung AG, Düsseldorf

Versicherung und Finanzdienstleistung, ca. 12.500 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Mit dem gemeinnützigen Verein "Victorianer helfen" unterstützen und helfen die Mitarbeiter/innen und das Unternehmen Menschen, schwerpunktmäßig Kindern und sozialen, caritativen Einrichtungen in verschiedensten Projekten. Die Mitarbeiter/innen des Innen- und Außendienstes unterstützen den Verein durch den Verzicht ihrer Centbeträge bei der Gehalts- und Provisionsabrechnung oder eine monatliche Spende von max. 1,50 EUR. Die Geschäftsführung legt bei den Projekten für jeden gespendeten Euro der Belegschaft zwei Euro dazu. So sind seit Gründung ca. 3. Mio. EUR in soziale Einrichtungen und die verschiedensten Projekte geflossen.

Beispiele aus der Projektarbeit:

In Zusammenarbeit mit den Ärzten/innen des Kammer Forum und dem Friedensdorf International Oberhausen werden beispielsweise durch Landminen schwerverletzte Kinder aus Afghanistan, Angola usw. nach Deutschland geholt. In bestimmten Krankenhäusern, wie das Evangelische Krankenhaus in Düsseldorf, werden die Kinder operiert, gepflegt, mit Prothesen versorgt und nach dem Heilungsprozess wieder in ihre Heimatländer zurückgebracht.

Weitere Projekte unterstützen die "Kinderarche Sachsen" in Crimmitschan. Hier werden Kinder von sozial schwachen Familien, an denen man sich auch sexuell vergangen hat, psychologisch und pädagogisch betreut und versorgt.

In Zusammenarbeit mit der AWO läuft das Projekt "Seitenwechsel". Leitende Angestellte aber auch andere Mitarbeiter/innen arbeiten in den Sozialeinrichtungen, und im Gegenzug arbeiten Mitarbeiter/innen der AWO im Bereich der VICTORIA.

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Alle Mitarbeiter/innen der VICTORIA-Versicherungs Gesellschaften
- Außendienstmitarbeiter/innen, Generalagenten/innen
- Pensionäre/innen

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

./.

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Der gemeinnützige Verein "Victorianer helfen" wurde nach dem Fall der Mauer im Februar 1990 von der Geschäftsleitung und dem Betriebsrat gegründet. Der damalige Anlass war, einer Gemeinde in Thüringen beim Wiederaufbau zu helfen. Die Mitarbeiter/innen verzichteten auf die Pfennige ihrer Gehalts-/Provisionsabrechnung und konnten darüber hinaus 3 DM spenden. Jede gespendete Mark wurde vom Unternehmen verdoppelt.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Unternehmenskultur
- Unternehmensidentität /-image
- Soziales Engagement Personalentwicklung

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN BZW. FÜR DIE AUSZUBILDENDEN

- Bindung an das Unternehmen durch soziales Engagement
- Teamentwicklung / Motivation

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

./.

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

VICTORIA Versicherung AG, Victoriaplatz 1, 40189 Düsseldorf

➔ Heike Poganaz, Abteilung Presse und Öffentlichkeitsarbeit (OE2)

Tel. 0211-477-3003, Fax. 0211-477-3113, Email: heike.poganaz@victoria.de

Viessmann Werke, Allendorf

Heiztechnik, ca. 4.000 Mitarbeiter/innen in Deutschland

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Gegenseitig voneinander lernen und Schule und Wirtschaft näher zusammenzubringen. Unter diesem Motto steht die Kooperationsvereinbarung, die zwischen den Viessmann Werken und dem Gymnasium Edertalschule in Frankenberg/Eder geschlossen wurde.

Grundidee des Projektes: Themen der Arbeitswelt und der Industrie werden stärker in den Lehrplänen berücksichtigt. Schüler/innen und Lehrer/innen befassen sich mit dem Unternehmen und seinem regionalen Umfeld. In verschiedenen Jahrgangsstufen lernen die Gymnasiasten/innen die Arbeitswelt, die Firmenphilosophie und Betriebsabläufe bei Viessmann kennen - ob bei Betriebsbesichtigungen und Unterricht im Unternehmen, bei Expertenvorträgen im Unterricht sowie bei der Beschaffung von Unterrichtsmaterial. Darüber hinaus nehmen Lehrer/innen zu ihrer Fortbildung an Seminaren der Viessmann Akademie teil, und das Unternehmen unterstützt Schülergruppen im Rahmen der Initiative „Jugend forscht“.

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Schüler/innen und Lehrer/innen der Jahrgangsstufen 9 - 13
- Mitarbeiter/innen verschiedener Fachabteilungen des Unternehmens

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- Veröffentlichungen in der regionalen und überregionalen Presse
- Viessmann Magazine "aktuell" und "aktuell intern"
- Unterrichtsmaterial des Kooperationsnetzwerkes Industrie - Schule

Informationen auf Anfrage zu beziehen über Viessmann Werke (Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Ausgangspunkt für das Projekt ist die Tatsache, dass das vorhandene Bildungssystem naturwissenschaftliche und technische Bildung häufig vernachlässigt und - gemessen an den Anforderungen der Arbeitswelt - Schulabgänger/innen meist ohne ausreichende Kenntnisse entlässt. Lehrer/innen und Schüler/innen haben meist unzureichende Kenntnisse über Industrie und Wirtschaft, und die gegenseitige Akzeptanz zwischen Schule und Wirtschaft, aber auch die Entscheidung für einen Ausbildungsberuf leiden darunter. Die Grundlagen für die zukünftige Entwicklung werden heute in den Schulen, in den Betrieben und in der Familie gelegt. Dabei spielt immer häufiger die Vernetzung von unterschiedlichen Lernorten und ein ganzheitliches Lernen über Fachgebietsgrenzen hinaus eine wichtige Rolle.

Da die Viessmann Werke den Kontakt zu den umliegenden Schulen schon immer als wichtig ansahen, lag dem Unternehmen daran, diese Zusammenarbeit zu institutionalisieren. Der Kontakt zu Prof. Dr. Günter Vollmer, Universität Düsseldorf, bot die Gelegenheit für den Aufbau eines Kooperationsnetzwerkes Schule - Wirtschaft.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Förderung von Unternehmensidentität & -image
- Personalrekrutierung

- Standortbeziehung
- Akzeptanz
- Soziale Verantwortung

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Kontakte zum Schulwesen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Vernetzung von Schule und Wirtschaft
- Unterstützung / Ausbau der Unterrichtsinhalte / Organisation
- Frühzeitige Kontakte zur Arbeitswelt
- Orientierung in der Berufswahl

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

Viessmann Werke, Viessmannstr., 35107 Allendorf

- ➔ Reiner Gnau, Personalentwicklung
Tel. 06452/70-2972 (Durchwahl), Email: gnr@viessmann.com

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Edertalschule Frankenberg/Eder, Geismarer Str. 24, 35066 Frankenberg

- ➔ Winfried Deichsel, Schulleiter
Tel. 06451/9027, Email: sl_team@edertalschule.de

VIVENDI UNIVERSAL, F-Paris

Dienstleistungsunternehmen in den Bereichen Umwelt und Kommunikation,
ca. 15.000 Mitarbeiter/innen in Deutschland

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Die Unternehmensgruppe gründete im Januar 2001 die Stiftung VIVENDI UNIVERSAL in Berlin mit der Zielstellung, gegen Arbeitslosigkeit und Ausgrenzung tätig zu werden. Durch die Unterstützung von Projekten im Bereich personennaher Dienstleistungen mit hohem sozialen Nutzen soll die Eingliederung arbeitsloser und insbesondere junger Menschen in den Beschäftigungsprozess gefördert werden.

Bei der Auswahl der Projekte sind die Ansiedlung im Dienstleistungsbereich, die Beschäftigungswirkung, der soziale Nutzen, der Neuigkeitswert und die Nachhaltigkeit des Vorhabens die entscheidenden Kriterien.

Kernelement der Stiftungsphilosophie ist die Einbindung von Mitarbeitern/innen der Unternehmensgruppe als Projektpaten/-patinnen, die der Arbeit der Stiftung ihren besonderen, sehr persönlichen Charakter verleiht. Der Pate/die Patin trägt zur Entscheidungsfindung über eine Förderung bei und steht dem Projekt mit seinen persönlichen und beruflichen Erfahrungen im Falle einer Förderung langfristig als Berater und zur Vermittlung von Kontakten zur Verfügung.

Auf diese Weise erhalten auf der einen Seite die Projekte über die finanzielle Förderung hinaus ganz konkrete persönliche Unterstützung. Auf der anderen Seite erfahren die Mitarbeiter/innen die soziale Welt ganz unmittelbar. Für beide Seiten ist diese Begegnung eine Bereicherung.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Jeder Mitarbeiter/jede Mitarbeiterin der Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften der Gruppe im Berliner Raum kann als Pate/Patin ein Projekt der Stiftung begleiten. Jährlich sind das derzeit etwa 40 Projekte in der Stadt, die jeweils von einem oder mehreren Mitarbeitern/innen betreut werden.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNLICHE INFORMATIONEN

- www.stiftung-vivendi-universal.de
- Veröffentlichungen der Stiftung und der Unternehmensgruppe (zu beziehen über Stiftung Vivendi Universal, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Vorbild für die im Januar 2001 in Berlin gegründete Stiftung VIVENDI UNIVERSAL war die seit mehr als 6 Jahren in Frankreich wirkende Fondation d'Entreprise VIVENDI UNIVERSAL. Die damalige Compagnie Générale des Eaux hatte als größter privater Arbeitgeber Frankreichs angesichts der angespannten Arbeitsmarktsituation eine besondere soziale Verantwortung, einen Beitrag zur Lösung dieses Problems zu leisten. So wurde eine Unternehmensstiftung geschaffen, um soziale Projekte im Dienstleistungsbereich zu unterstützen, die der Integration benachteiligter Menschen in den Beschäftigungsprozess dienen. Gerade der Dienstleistungsbereich, Kerngeschäft der Unternehmensgruppe, wurde als Zukunftspotenzial zur Schaffung dauerhafter Arbeitsplätze identifiziert. Die Bilanz nach 5 Jahren Stiftungsarbeit in Frankreich: 1.500 Projekte in ganz Frankreich, darunter viele Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit heraus, wurden gefördert. Auf diese Weise trug die Stiftung zur Schaffung bzw. Konsolidierung von mehr als 15.000 Arbeitsplätzen bei.

Die Stiftung VIVENDI UNIVERSAL verfügt über ein Fördermittelbudget von 300.000 Euro pro Jahr, das der Förderung von etwa 40 Berliner Projekten zugute kommt.

Für 2002 ist die Erweiterung auf die Stadt Görlitz geplant.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Soziales Engagement als wichtiges Element der Unternehmensphilosophie
- Zusammenhalt und Firmenidentität nach innen
- Akzeptanz und Glaubwürdigkeit nach außen

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Konkretes Erfahren sozialer Projekte, in die die Mitarbeiter/innen sich selbst aktiv einbringen können
- Weiterentwicklung von sozialen Kompetenzen und Teamgeist
- Vorschlagen von Projekten aus dem persönlichen Erfahrungsbereich

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Finanzielle und persönliche Unterstützung sozialer Projekte mit Beschäftigungswirkung
- Know-how-Transfer

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN BZW. IN DER STIFTUNG

Stiftung VIVENDI UNIVERSAL, Am Krögel 1, 10179 Berlin

☛ Sylke Freudenthal

Tel. 030/53658240, Fax. 030/53658241, Email: info@stiftung-vivendi-universal.de

... IN DER BELEGSCHAFT

Verschiedene, bitte bei Stiftung VIVENDI UNIVERSAL erfragen (Kontakt s.o.)

... BEI DER PARTNERORGANISATION

Verschiedene, bitte bei Stiftung VIVENDI UNIVERSAL erfragen (Kontakt s.o.)

VNG – Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft, Leipzig

Energiebranche, ca. 730 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Das Verbundnetz der Wärme ist eine langfristig angelegte ostdeutsche Initiative der VNG – Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft zur Popularisierung des Ehrenamtes. Es fördert Menschen, die Anderen im alltäglichen Miteinander Wärme schenken und sich für deren Bedürfnisse einsetzen. Engagierte Ehrenamtliche aus allen Berufs- und Altersgruppen sowie gesellschaftlichen Bereichen vereinen sich unter dem gemeinsamen Thema "Engagement zeigt Gesicht". Als Multiplikatoren/innen menschlicher Wärme geben sie so einander Rückhalt und Hilfe. Gleichzeitig haben sie durch das Verbundnetz der Wärme aber auch die Chance, sich und ihre Arbeit zu präsentieren und damit andere anzuregen, ebenfalls für die Gemeinschaft aktiv zu werden. Das Verbundnetz der Wärme bietet eine öffentliche Plattform für das Ehrenamt und verschafft dem Thema "Dasein für andere" mehr Aufmerksamkeit in unserer Gesellschaft und in den Medien.

Die aktive Mitarbeit von Angestellten der VNG in gemeinnützigen Einrichtungen wird dabei ausdrücklich unterstützt. Damit sollen einerseits das soziale Engagement, andererseits die Identifikation mit dem Unternehmen eine Förderung erhalten. So bekommt jeder VNG-Mitarbeiter/jede VNG-Mitarbeiterin pro Jahr einen Mehrarbeitsbonus von 10 Stunden, wenn er in seiner Freizeit an einem gemeinnützigen Projekt mitwirkt. Für die Arbeit im Verein können außerdem die vorhandenen technischen Einrichtungen (Telefon, Fax, Kopierer, Computer) der VNG genutzt werden.

TEILNEHMERSTRUKTUR

- Mitarbeiter/innen der Unternehmenskommunikation der VNG
- teamWERK GmbH – Gesellschaft für Public Relations und Gegenwartsmedien, als externer Partner, der für Kommunikation und Koordination des gesamten Projektes zuständig ist
- Mitglieder im Netzwerk sind Freiwillige aus ganz Ostdeutschland, die von ihren Stadt- und Gemeindeverwaltungen auf Grund ihres außerordentlichen ehrenamtlichen Engagements für eine Mitgliedschaft im Netzwerk vorgeschlagen werden
- Kunden/innen der VNG können an allen Veranstaltungen des Netzwerkes teilnehmen
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der VNG werden aufgefordert, sich ebenfalls in gemeinnützige Einrichtungen zu engagieren und können dabei auf die Unterstützung der VNG zählen

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Verschiedene Berichte und Broschüren (zu beziehen über das Verbundnetz der Wärme, Kontakt s.u.)
- Pressemitteilungen (zu beziehen über das Verbundnetz der Wärme, Kontakt s.u.)
- Beiträge in Druckmedien, Hörfunk und TV
- Kundenzeitschrift „Medium Gas“
- Internet: www.verbundnetz-der-waerme.de

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Die VNG ist ein wesentlicher Standortfaktor für Ostdeutschland. Im vergangenen Jahr war sie das umsatzstärkste eigenständige ostdeutsche Unternehmen. Die Geschäftstätigkeit des Energieversorgers erstreckt sich auf die neuen Bundesländer und Berlin. Hier ist sein Markt, deshalb ist die Region für ihn wichtig und interessant. Die VNG kennt die Menschen in Ostdeutschland und weiß somit auch um ihre Befindlichkeiten. Daraus erwächst eine Verantwortung, der sich die VNG stellt.

Das Unternehmen engagiert sich in erheblichem Maße für gemeinnützige Zwecke. Unter anderem ist es Förderer von Initiativen gegen Rechtsradikalismus und unterstützt Bewegungen, die diesen Leuten den Nährboden entziehen wollen. Die Liste der Spenden und Sponsoring-Aktivitäten der VNG ist ebenfalls sehr umfangreich: Sie reicht von der Unterstützung von Wissenschaftskooperationen, Kultur- und Sportsponsoring, über die Förderung sozialer Projekte bis hin zu Einzelspenden.

In diesem Zusammenhang entstand in der VNG die Idee der Ehrenamts-Initiative „Verbundnetz der Wärme“. Mit dem Ziel, soziale Netze wirkungsvoll aufzubauen und damit dem Ehrenamt zu mehr Anerkennung zu verhelfen, hat der Vorstandsvorsitzende der VNG, Dr. Klaus-Ewald Holst, in relativ kurzer Vorbereitungszeit und mit der Unterstützung der leider verstorbenen Dr. Regine Hildebrandt das Verbundnetz der Wärme gegründet.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Verbesserung der Reputation am Markt, bei Kunden, in den Medien und bei Entscheidungsträgern
- Standortbeziehung
- Soziale Nachhaltigkeit
- Gesellschaftliche Verantwortung übernehmen/Corporate Citizenship
- Stärkung von Unternehmensidentität und -image
- Mitarbeitermotivation

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Wahrnehmung von Handlungsfeldern für soziales Engagement
- Motivation
- Identifikation und damit positive Bindung an das Unternehmen
- Förderung und Weiterentwicklung der sozialen Kompetenzen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Vernetzung von öffentlichen Institutionen, Kunden/innen, Unternehmen und Bürgern/innen
- Abbau von Berührungängsten, Unsicherheiten und Vorurteilen der Mitglieder des Netzwerkes gegenüber den öffentlichen Institutionen
- Öffentlichkeit für die Mitglieder des Verbundnetzes der Wärme und ihr gemeinnütziges Engagement schaffen
- „Werbung“ für das Ehrenamt
- Menschen werden angeregt, selbst aktiv zu werden und Mitmenschlichkeit zu zeigen
- gemeinnütziges Engagement wird als wesentlicher Bestandteil der Zivilgesellschaft in Ostdeutschland gefördert

ÜBERTRAGBAR AUF

Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNER/INNEN

... IM UNTERNEHMEN

VNG – Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft, Braunstr. 7, 04347 Leipzig

- ➔ Dr. Achim Westebbe, Leiter der Unternehmenskommunikation
Tel. 0341/443-2020, Fax. 0341/443-2057, Email: achim.westebbe@vng.de

... BEI DER PARTNERORGANISATION

teamWERK GmbH, Güntzelstraße 4, 04571 Rötha

Tel. 034206/754-60, Fax. 034206/754-70, Email: info@teamwerk.com

... PROJEKT VERBUNDNETZ DER WÄRME

Verbundnetz der Wärme, Postfach 1332, 04570 Rötha

- ➔ Sylke Kunath, Projektleitung
Telefon: 034206/754-61, Fax: 034206/754-70, Email: info@verbundnetz-der-waerme.de
- ➔ Mitglieder des Netzwerkes, bitte bei Projektleitung erfragen (Kontakt s.o.)

Wachter GmbH, Schwaig

Nahrungsmittelindustrie, Direktvertrieb, ca. 100 Mitarbeiter/innen

DAS PROJEKT / PROGRAMM

KURZBESCHREIBUNG

Im Februar 2000 führte die Wachter GmbH zum ersten Mal eine Veranstaltung zum Thema „Gutes tun mit bestem Essen“ durch. Im Rahmen einer Fundraisingaktion lieferten sich vier Mannschaften aus Außendienstmitarbeitern/innen der Wachter GmbH Nahrungsmittelwerke ein Kochduell, dessen Reinerlös dem Epilepsiezentrum Kleinwachau zugute kam.

Parallel zum Kochduell fand eine Veranstaltung statt, bei der Vertreter/innen sozialer Einrichtungen, Unternehmer/innen und Politiker/innen in einem Forum die Frage diskutierten, ob soziales Engagement bei marktwirtschaftlicher Orientierung überhaupt möglich sei.

Für 2001 ist wieder eine ähnliche standortbezogene Veranstaltung geplant.

TEILNEHMERSTRUKTUR

Die Aktion richtet sich in erster Linie an die 40 Außendienstmitarbeiter/innen der Wachter GmbH.

WEITERE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHE INFORMATIONEN

- Berichterstattung in eigener Firmenzeitung (zu beziehen über Wachter GmbH, Kontakt s.u.)

GESCHICHTE / HINTERGRUND

Da die Wachter GmbH das Epilepsiezentrum bereits seit mehreren Jahren mit Nahrungsmitteln versorgt, war es naheliegend, die erste Aktion in dieser Richtung auch zugunsten dieser Einrichtung durchzuführen.

Initiator war der Vertriebsleiter Außendienst, Herr Bohl, der die Aktivität auch gesteuert hat.

MOTIVE / NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Teamentwicklung
- Betriebskultur
- Dienstleistungsqualität
- Kundenbeziehung
- Shareholdervalue
- Standortbeziehung
- Qualitätsmanagement
- Unternehmensidentität & -image
- Akzeptanz

... FÜR DIE ARBEITNEHMER/INNEN

- Persönliche Motivation, "Gutes getan zu haben"
- Teamarbeit / Zusammenarbeit, gemeinsam etwas zu bewegen

... FÜR DIE PARTNERORGANISATION / DAS GEMEINWESEN

- Spendengelder
- Werbung
- Motivation

ÜBERTRAGBAR AUF

Kleinbetriebe - Mittelbetriebe - Großbetriebe

ANSPRECHPARTNERIN

... IM UNTERNEHMEN

Wachter GmbH, Haimendorfer Str. 52, 90571 Schwaig

- ➔ Petra Ganzer, Vertriebsleitung Innendienst
Tel. 0911/95383-31 (Durchwahl), Fax. 0911/95393-66
Email: ganzerp@wachter-nahrungsmittel.de

... IN DER BELEGSCHAFT

s.o.

II. Dienstleister und Angebote

Folgende Dienstleister und Angebote sind aufgeführt:

- agens 27 Gesellschaft für Kunst, Medien und Kommunikation mbH
- ⇒ Barton Training Trust Ltd.
- Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ)
- change - Agentur für Sozialmarketing
- ⇒ Community Partnership Consultants
- Easy Event GmbH
- Ein-Sichten
- Grün.Dorando.Zellermann
- Hammerbacher GmbH Beratungsgesellschaft
- Kölner Freiwilligen Agentur e.V.
- *mehrwert* – Agentur für Soziales Lernen gGmbH
- Münchner Institut für Sozialforschung (MISS)
- ⇒ Neulands AddVenture AG
- Patriotische Gesellschaft von 1765, SeitenWechsel®
- RESPONS - Agentur für Soziale Fragen
- Sozialreferat der Landeshauptstadt München, *switch* - die andere Seite®
- Stiftung mitLeidenschaft
- ⇒ Stiftungsplan Beratungs- und Servicegesellschaft mbH
- VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH
- zeitweise - Freiwilligen-Agentur Bremen, TRansfer - Lernen in sozialen Arbeitswelten

⇒ = Neu in dieser Auflage

Übersichtsraster Dienstleister

Zuordnungskriterien, sofern entsprechende Informationen den Unternehmensdarstellungen entnommen werden können
(daher kein Anspruch auf Vollständigkeit)

Dienstleister	Einzugsgebiet				Dienstleistungsspektrum									Zielkunden		
	lokal	regional / landesweit	bundesweit	europaweit	Machbarkeitsstudie	Beratung / Konzeption	Recherche / Vermittlung	Projektmanagement	PR	Evaluation / Transfer	Projektmanagement	PR	Evaluation / Transfer	Unternehmen	Gemeinwohlorganisationen	Politik / öffentl. Verwaltung
agens 27 Gesellschaft für Kunst, Medien und Kommunikation mbH		X				X	X	X						X		
Barton Training Trust Ltd.				X						X		X	X			
Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ)			X			X	X	X	X					X	X	X
change - Agentur für Sozialmarketing			X			X	X	X	X					X	X	X
Community Partnership Consultants				X	X	X								X	X	X
Easy Event GmbH			X							X				X		
Ein-Sichten			X							X		X	X	X		
Grün.Dorando.Zellermann			X			X	X	X		X	X		X	X	X	X
Hammerbacher GmbH Beratungsgesellschaft			X			X	X	X		X		X	X	X	X	X
Kölner Freiwilligen Agentur e.V.	X									X	X	X	X	X	X	X
mehrwert - Agentur für soziales Lernen gGmbH		X								X	X	X	X			

Praxisbeispiele
vom unternehmerischen Bürgerengagement mittels Personaleinsatz
bis zum Projekteinsatz in sozialen Aufgabenfeldern als Teil der Personalentwicklung

112

Dienstleister	Einzugsgebiet				Dienstleistungsspektrum									Zielkunden			
	lokal	regional / landesweit	bundesweit	europaweit	Projektentwicklung						Spez. Produkt(e)			Unternehmen	Gemeinwohlo- rganisationen	Politik / öffentl. Verwaltung	
Machbarkeitsstudie					Beratung / Konzeption	Recherche / Vermittlung	Projektmanagement	PR	Evaluation / Transfer	Projektmanagement	PR	Evaluation / Transfer					
Münchner Institut für Sozialforschung (MISS)			X			X					X				X		
Neulands AddVenture AG			X									X		X	X		
Patriotische Gesellschaft von 1765			X									X	X	X	X		
RESPONS - Agentur für soziale Fragen		X			X	X	X	X	X	X					X		
Sozialreferat der Landeshauptstadt München	X										X				X		
Stiftung mitLeidenschaft	X										X		X		X		
Stiftungsplan Beratungs- und Servicegesellschaft mbH			X			X	X	X							X		
VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH			X		X	X	X	X	X	X					X	X	X
zeitweise - Freiwilligen-Agentur Bremen	X										X				X		

Die Angaben der Dienstleister – Erläuterungen

Die Beiträge der Dienstleister sind in folgender Weise aufgebaut:

Dienstleister/Anbieter, Angebot

- **DER DIENSTLEISTER/ANBIETER**
 - Kurztext zum Dienstleister (Gesellschaftsform, Mitarbeiterzahl, Gründungsjahr, allg. Beschreibung des Leistungsspektrums)
- **DAS ANGEBOT**
 - **KURZBESCHREIBUNG**
Kurztext zur Beschreibung des Angebots
 - **NUTZERSTRUKTUR**
Für wen ist das Programm geeignet? (Für einzelne oder für Gruppen? Für welche Hierarchieebene im Unternehmen, z.B. Führungskräfte oder Auszubildende?)
Wer nimmt das Angebot in Anspruch? (NPO's oder Unternehmen?)
- **WEITERE INFORMATIONEN**
 - Veröffentlichungen, die allgemein zugänglich sind (mit Bezugshinweisen)
 - Internetadresse
- **NUTZEN**
Stichworte zu den Nutzenversprechen des Angebots
 - ... FÜR DAS UNTERNEHMEN
 - ... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN
 - ... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION
- **ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER**
 - Angaben zu Kontaktpersonen, die weitere Auskünfte erteilen können

Die Angaben beruhen jeweils auf den Selbstauskünften der Dienstleister.

agens 27 Gesellschaft für Kunst, Medien und Kommunikation mbH

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

agens 27 Gesellschaft für Kunst, Medien und Kommunikation mbH ist das kommerzielle Tochterunternehmen des Internationalen Jugend-, Kunst- und Kulturzentrums Schlesische 27.

Wir sind Full-Service-Dienstleister im „Corporate Citizenship“-Bereich, für Unternehmen. Durch die enge Verbindung zur Schlesischen 27 sind wir idealer Dolmetscher zwischen Unternehmen und sozialer Einrichtung. Wir bringen beide Seiten zusammen und entwickeln Konzepte für eine langfristige Zusammenarbeit.

Im Jahr 1999 begann unsere Zusammenarbeit mit Niketown Berlin. Wir haben das Konzept für das Volunteer Program von Niketown erstellt und setzen dieses Programm nun bereits im 3. Jahr erfolgreich um.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Wir analysieren die innerbetriebliche Situation des Unternehmens und erarbeiten individuelle Konzepte.

Die Maßnahmen sind: Konzeption, Durchführung und Begleitung von Freiwilligendiensten.

Konzeption, Organisation und Durchführung von Teambuildingmaßnahmen wie z.B. Day of Caring.

WEITERE INFORMATIONEN

./.

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- **Personalentwicklung** – Aufbau sozialer Kompetenzen der Mitarbeiter/innen, Verbesserung der Motivation und Loyalität, Erweiterung der Identifikation mit dem Unternehmen
- **Stabilisierung des gesellschaftlichen Umfeldes** – Erschließung von Marktpotenzialen, Aufbau von Kontaktnetzwerken, Kommunale Wirkung auf kommunale Auftraggeber, Impulse für Innovationen, Informationsgewinnung über das gesellschaftliche Umfeld, Lösung von Ordnungsproblemen
- **Teamentwicklung** – einfache Form des sozialen Lernens für Unternehmen, Katalysator für Veränderungsprozesse, Verbesserung des Betriebsklimas, Stärkung des Zusammenhalts von Gruppen durch gemeinsame Erfahrungen, Stärkung der Problemlösungsfähigkeit von Teams
- **Imageaufbau** – Sympathischere Positionierung des Unternehmens, „Wir übernehmen gesellschaftliche Verantwortung“, Aufbau sozialer Reserven/Reputation im Gemeinwesen, Erweiterung der Identifikation mit dem Unternehmen

Außerdem:

- Verbesserung des Betriebsklimas
- Geringere Fluktuation der Mitarbeiter/innen
- Verringerung der Krankheitstage
- Steigerung der allgemeinen Produktivität durch Steigerung der Motivation und Identifikation mit dem Unternehmen

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Unterstützung, Zuwendung
- Sozialer Ausgleich
- Herstellung von Chancengleichheit
- Förderung Benachteiligter
- Verbesserung der sozialen Kompetenzen

... für das Gemeinwesen / die gemeinnützige Organisation

- Sie erhalten kompetente Unterstützung in Form von Know-how, men power und anderen dringend benötigten Ressourcen

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

agens27 – Gesellschaft für Kunst, Medien und Kommunikation mbH, Derfflingerstr. 6, 10785 Berlin
Tel. 030/26557741, Fax. 030/61284596, Email: corporate.citizenship@agens27.net

- ➔ Margit Middelmann, Projektmanagement
- ➔ Isazkun Hernanz, Projektmanagement
- ➔ Thomas Liljeberg, Geschäftsführer

Barton Training Trust Ltd.

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Das in England entwickelte Barton Training führt Kinder aus sozial benachteiligten Familien und Führungskräfte aus Unternehmen in einem sechstägigen Feriencamp zusammen. Seit 1990 haben über 2.000 Kinder und 600 Manager an Barton-Camps in Großbritannien, Irland und Kanada teilgenommen. Im Sommer 2003 plant Barton die erste Durchführung eines Trainingscamps in Deutschland. Barton ist Gewinner eines Stipendiums bei startsocial 2002, dem von der deutschen Wirtschaft unter der Schirmherrschaft des Bundeskanzlers initiierten Wettbewerb zur Förderung sozialer Projekte. In England hat Barton einen gemeinnützigen Status.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Die Manager organisieren unter Anleitung von Trainern/innen und Kinderpädagogen/innen das Feriencamp für eine Gruppe von dreißig Kindern im Alter von acht bis zwölf Jahren. In einer ersten Phase werden sie in den Grundlagen der Kinderbetreuung geschult. Nach Ankunft der Kinder am zweiten Tag sind sie vom Wecken bis zur Bettruhe für das Camp verantwortlich. Abends werden ihre Leistungen mit Hilfe der Trainer/innen ausgewertet. Im Anschluss planen sie die Aktivitäten für den darauf folgenden Tag.

Das Leiten eines Barton-Camps ist ein reales, unternehmerisches Projekt mit einer anspruchsvollen und unberechenbaren Kundengruppe. Es gibt keine Rollenspiele. Das Ziel der Manager ist es, innerhalb kürzester Zeit ein effizientes Team zu bilden, das den Kindern ein unvergessliches Ferienerlebnis bereitet. Der Erfolg der Unternehmung wird eng mit der Resonanz auf die eigene Leistung verbunden: Kinder sind von Natur aus sehr direkt. Sie geben Rückmeldung ohne Filter. Da die Leistung der Manager einer ständigen Beurteilung unterliegt, können Sie unmittelbar die Effizienz ihres Mitarbeiter-, Zeit- und Ressourcenmanagements erleben. Das Barton-Camp spiegelt die Komplexität und Dynamik im Unternehmen mit einer Mischung aus Kontrolle und Chaos, die für Arbeitssituationen charakteristisch ist. Es besteht in der Qualität und Intensität der Interaktion zwischen den teilnehmenden Kindern und Managern und fördert somit eine einzigartige Lernpartnerschaft.

NUTZERSTRUKTUR

Barton Trainingscamps werden als offene und firmeninterne Kurse angeboten. Sie können als Maßnahme in einem individuellen Entwicklungsplan, als Baustein in einem Führungskräfteprogramm oder zur Teamentwicklung eingesetzt werden. Das Barton Training eignet sich für alle Mitarbeiter/innen, die Führungs- und Projektverantwortung tragen oder auf diese vorbereitet werden sollen.

WEITERE INFORMATIONEN

- www.bartontraining.org

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Team- und Organisationsentwicklung, Netzworkebildung
- Stärkung der Identifikation von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit dem Unternehmen

- Imagegewinn in der Öffentlichkeit durch positive Medienberichte und Aufbau von langfristigen Partnerschaften zu sozialen Organisationen

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Projektplanung: Ressourcen- und Zeitmanagement, Kunden- und Ergebnisorientierung
- Teameffizienz: Teamführung und Teamfolge, Konfliktlösung und Entscheidungsfindung
- Persönliche Effizienz: Motivation und Überzeugungskraft, Diskussion und Feedback
- Netzwerkbildung
- Perspektivenwechsel und Horizonterweiterung

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Das Angebot richtet sich insbesondere an finanzschwache Familien. Die Teilnahme für die Kinder ist kostenlos, da das Camp ausschließlich über die Kursgebühren der teilnehmenden Unternehmen finanziert wird. Mehr als vierzig Prozent der Projekteinnahmen kommen direkt den Kindern zugute. Oft ist das Barton-Camp für die Kinder der einzige richtige Urlaub im Jahr.
- Barton arbeitet mit Kinder- und Jugendeinrichtungen zusammen, die besonders „bedürftige“ Kinder für eine Teilnahme auswählen: Die Kinder leben in schwierigen sozialen Verhältnissen. Manche weisen Defizite im sozialen Verhalten auf. Beim Barton-Camp profitieren sie vom Umgang mit den anderen Kindern und neuen Rollenvorbildern, die die teilnehmenden Manager ihnen vorleben.
- Imagegewinn in der Öffentlichkeit und Aufbau von langfristigen Partnerschaften zu Unternehmen.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Barton Training, Rollner Str. 37, 90408 Nürnberg

- ➔ Christoph Haas, Dipl.-Kfm.
Tel. 0911/9378657, Fax. 0911/9378658, Mobil. 0178/7871716
Email: christoph.haas@bartontraining.org

Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ)

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Die UPJ-Bundesinitiative ist bundesweiter Ansprechpartner und Mittler zu Corporate Citizenship in Deutschland mit praktischer Erfahrung in allen Handlungsbereichen, mit übertragbarem Wissen über die Initiierung von Kooperationsbeziehungen zwischen Unternehmen und Projekten der Jugend- und Sozialarbeit, mit Kontakten zu sozialen Organisationen und öffentlichen Verwaltungen, Unternehmen, Verbänden, CC-Netzwerken, Politik auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene und mit einem breiten Informations- und Beratungsangebot.

Das zentrale UPJ-Servicebüro steht großen bundesweit und international agierenden Unternehmen ebenso wie kleinen und mittelständischen Unternehmen als Ansprechpartner, Kompetenzzentrum, Mittler und Dienstleister zur Verfügung; die 13 Partnerorganisationen in 10 Bundesländern vermitteln und begleiten regional und lokal Partnerschaften von Unternehmen im Gemeinwesen. UPJ wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, verschiedenen Ländern, Kommunen und Stiftungen gefördert und u.a. unterstützt von der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Club of Rome.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

- Kompetenzzentrum zu Corporate Citizenship mit Informationen, Arbeitshilfen zum Download, Links, good-practice-Sammlung, etc., u.a. über www.upj-online.de
- Qualifizierung und Beratung von Unternehmen, Verwaltungen und Projektträgern
- Vermittlungstätigkeit für Unternehmen
- Spezielles Angebot:
Corporate Citizenship - Teambuilding in Kooperation mit Neulands Adventure AG:
Angeleitet durch erfahrene Trainer arbeitet das Team eines Unternehmens 1-3 Tage in einem gemeinnützigen Projekt der Jugend- und Sozialarbeit, das UPJ vermittelt (z.B. Sanierung eines Spielplatzes, Aufbau eines Sinnesparcours, Renovierung einer Kinder- oder Jugendeinrichtung etc.).

NUTZERSTRUKTUR

Bundesweit und über die regionalen Partner hat UPJ Kontakt zu mehr als 400 Unternehmen (in der Mehrzahl mittelständische). Die Zahl der Nutzer aus Organisationen des Dritten Sektors und Verwaltungen auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene geht weit darüber hinaus.

WEITERE INFORMATIONEN

- www.upj-online.de
- Handbuch Unternehmenskooperation. Erfahrungen mit Corporate Citizenship in Deutschland, 2001 (8 Euro) (zu beziehen über: info@upj-online.de)
- Soziale Verantwortung und wirtschaftlicher Nutzen. Konzepte und Instrumente zur Kommunikation und Bewertung von Corporate Citizenship und Corporate Social responsibility, 2002 (10 Euro) (zu beziehen über: info@upj-online.de)
- UPJ-Netzwerk (Kontakte s.u.)

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Know-how und Kompetenzerweiterung zu Corporate Citizenship und Corporate Social Responsibility
- Angebot übertragbarer Programme (Stiftungsfonds, Switch, Blickwechsel, Soziales Lernen, Corporate Volunteering, Day of Caring, Corporate-Citizenship-Teamtraining, regionale UPJ-Foren, Bürgerstiftungen etc.)
- Qualifizierte Partnervermittlung im Gemeinwesen bundesweit sowie regional und lokal und Einbindung öffentlicher Verwaltung
- Qualifizierte Projektbegleitung
- Kommunikation des Engagements über UPJ (Projekt des Monats, good-practice-Datenbank)
- Auszeichnung mit UPJ-Logo
- Veröffentlichung von Unternehmensberichterstattung zu CC/Nachhaltigkeit

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Teamentwicklung
- Erweiterung von Soft Skills
- Tätigkeit, die Sinn macht

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Erweiterung der Problemlösungspotenziale durch Einbindung von Unternehmen in Soziale Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen
- Zusätzliche Ressourcen
- Sinnvolle Erweiterung des Angebots
- Professionalisierung

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Unternehmen: Partner der Jugend, Amadastr. 60, 20357 Hamburg
Tel. 040/434274, Fax. 040/434284, Email: info@upj-online.de

- ➔ Peter Kromminga
- ➔ Susanne Frosch

DAS UPJ-NETZWERK (STAND: 21. NOVEMBER 2002):

UPJ-Partner in Baden-Württemberg:

Jugendstiftung Baden-Württemberg, Schloßstraße 23, 74370 Sersheim,
Tel. 07042/8317-0, Fax. 07042/8317-40, Email: info@jugendstiftung.de

- ➔ Wolfgang Antes

mehrwert gGmbH – Agentur für Soziales Lernen, Firnhaber Str. 14, 70174 Stuttgart
Tel. 0711/22296635, Fax. 0711/22296656, Email: info@agentur-mehrwert.de

- ➔ Gabriele Bartsch, Jürgen Ripplinger

UPJ-Partner in Bayern:

Sozialreferat München, Abt. Geschäftsleitung / Sozialplanung, Förderung von Bürgerschaftlichem Engagement / corporate citizenship, Orleansplatz 11, 81667 München

Tel. 089/233-21496, Fax. 089/23327877, Email: sabine.berner@muenchen.de

- ➔ Sabine Berner

Kinderfonds Stiftungsservice, Watteausr. 1, 81479 München,
Tel. 089/744200200, Fax. 089/744200300, Email: info@kinderfonds.de
➔ Phillip Hof

UPJ-Servicebüro Berlin-Brandenburg:
Paritätische Bundesakademie, Tucholskystraße 11, 10117 Berlin
Tel. 030/280495107, Fax. 030/28049529, Email: lang@akademie.org
➔ Dr. Reinhard Lang, Felix Dresewski

UPJ-Servicebüro Hamburg:
Verband Kinder- und Jugendarbeit Hamburg e.V., Amandastr. 60, 20357 Hamburg
Tel. 040/434274, Fax. 040/434284, Email: info@upj-online.de
➔ Peter Kromminga, Susanne Frosch

UPJ-Servicebüro Hessen:
Institut für Selbstorganisation (ISO), Wittelsbacher Allee 60, 60385 Frankfurt,
Tel. 069/439324, Fax. 069/438881, Email: iso-ffm@gmx.de
➔ Dr. Diethelm Damm, Dr. Harald Seehausen

UPJ-Servicebüro Wiesbaden:
Amt für Soziale Arbeit, Dotzheimer Str. 97 - 99, 65179 Wiesbaden
Tel. 0611/313598, Fax. 0611/313952, Email: alexandra.waldmann@kulturvorort.de
➔ Alexandra Waldmann

UPJ-Servicebüro Rheinland-Pfalz:
Bund der Deutschen Katholischen Jugend in der Diözese Mainz (BDKJ),
Am Fort Gonsenheim 54, 55122 Mainz
Tel. 06131/253659, Fax. 06131/253665, Email: daniela.schlosser@bistum-mainz.de
➔ Daniela Schlosser

UPJ-Servicebüro Sachsen:
Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten e.V. (AGJF), Uhlestraße 34, 09120 Chemnitz
Tel. 0371/5336412, Fax. 0371/5336426, Email: lass@agjf-sachsen.de
➔ Jürgen Böhme, Joachim Lass

UPJ-Partner in Schleswig-Holstein:
Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband, Landesverband Schleswig-Holstein
Beselerallee 57, 24105 Kiel
Tel. 0431/560220, Fax. 0431/560278, Email: achberger@paritaet-sh.org
➔ Christel Achberger, Holger Wittig-Koppe

UPJ-Servicebüro Thüringen:
Bürgerstiftung ZwischenRaum, Eigenheimweg 28, 07646 Stadtroda,
Tel. 036428/42954, Fax. 036428/51727, Email: buengerstiftung.zwischenraum@gmx.de
➔ Doris Voll

change - Agentur für Sozialmarketing

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

change - Agentur für Sozialmarketing, Gründungsjahr 1995, virtuelles Unternehmen mit Mitarbeitergruppen je nach Projekt von 1-7, Profilentwicklung, Projektentwicklung, Moderation zwischen unterschiedlichen Handlungsanliegen und Motivstrukturen, Erarbeitung und Umsetzung von Sozialmarketingstrategien.

Bei den oben ausgeführten vier Dienstleistungen ist es bedeutend, in klarer Struktur kreativ und offen gemeinsame Schnittmengen zwischen den Profitunternehmen und den gemeinwirtschaftlichen Organisationen zu erarbeiten. Hierbei steht sowohl die Effizienz und Effektivität als auch die unternehmerische Gesellschaftsverantwortung im Mittelpunkt unseres Agierens.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Ohne ein klares Profil besteht keine Chance Synergien herzustellen. Daher gilt es, in Form von zeitlich begrenzten Projekten innovativ als Brückenbauer zu agieren. So wird zwischen unterschiedlichen Interessen vermittelt, um jeweilige Sinn- und Nutzenprofile zu erarbeiten. Dieser mittelfristig angelegte Prozess ermöglicht es, Gemeinsamkeiten zu schaffen und Brücken gegenseitigen Verständnisses zu kreieren.

NUTZERSTRUKTUR

Vorrangig bemühen sich gegenwärtig Verbände mit deren diversen Einrichtungen (unabhängig ob marktwirtschaftlich oder gemeinwirtschaftlich strukturiert) um die angebotenen Dienste. Je nach Zielrichtung gilt es, die in der Geschäftsführungs- und Vorstandsebene strategische Ausrichtung mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern fortzuentwickeln.

WEITERE INFORMATIONEN

- z.B. Herausgeberschaften über „Beratung“ und „Qualität“
- M. Beilmann: „Sozialmarketing und Kommunikation“
- Buchbeitrag in Best Pattern of Marketing, diverse Zeitschriftenbeiträge
- www.change-profil.de

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Innovation; Systemklärungen zwischen Markt, Staat und Zivilgesellschaft; Visionskraft; Strukturkraft; Zukunftsfähigkeit zwischen Effizienz und ‚Ethik‘

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Klarheit, Flexibilität, Strukturhilfe, „Kopfsortierhilfen“ neue Impulse für die berufliche und private Weiterentwicklung

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Ernsthaftigkeit des freiwilligen Engagements, lokale Biotop werden belebt, Identifikation und Bedeutungszusammenhänge werden geklärt.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

change - Agentur für Sozialmarketing, Cyriax 10a, 51491 Overath bei Köln

➔ Michael Beilmann

Tel. 02206/912888 (Durchwahl), Mobil. 0172/2862373, Fax. 02206/912890,

Email: info@change-profil.de

Community Partnership Consultants

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Seit 1994 bietet Community Partnership Consultants Dienstleistungen an, die einen Beitrag zur sozialpolitischen Erneuerung leisten. Dazu gehören:

- Die Entwicklung neuer sozialer Partnerschaften von engagierten Bürgerinnen und Bürgern, Unternehmen und der öffentlichen Hand
- Internationale Forschung, Beratung, Projektmanagement und Wissenstransfer
- Bildungsprogramme und Studienreisen.

6 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterschiedlicher Nationalitäten und Ausbildung und mit verschiedenen Inhaltsschwerpunkten bilden das Team von Community Partnership Consultants. CPC hat seinen Sitz in Amsterdam und Mainz und hat Partner in mehreren Ländern. CPC ist Partner bei fundus Netz für Bürgerengagement und Cecile, einem internationalen Netzwerk.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

- Forschung:
 - Aufspüren innovativer Projekte und Methoden im In- und Ausland
 - Aktivierende und partizipierende Forschung, die auch die potenzielle Akzeptanz neuer Strukturen und politischer Maßnahmen erfasst.
- Wissenstransfer:
 - Die Expertise von CPC liegt in der Zusammenführung von Pionieren aus verschiedenen gesellschaftlichen Sektoren und aus unterschiedlichen Ländern zum Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer.
 - Management (internationaler) Projekte und gesellschaftlicher Kampagnen sowie der dazu nötigen Beschaffung finanzieller und anderer Mittel
- „Expert Events“:
 - Organisation internationaler Studienreisen, Konferenzen und anderer Formen von „Expert Events“
 - Workshops, Fortbildungen und Präsentationen durch das eigene Team und durch andere Fachkräfte

NUTZERSTRUKTUR

Unsere Kunden sind (internationale) Firmen (wie Rabobank, Akzo Nobel, Elsevier), Dachverbände (wie NOV, Humanitas) und die öffentliche Hand (EU, Regierungen und Kommunen).

WEITERE INFORMATIONEN

- www.community-partnership.net (D, GB, NL)

Artikel (auf deutsch):

- Allianzen zwischen Wirtschaftsunternehmen und dem gemeinnützigen Sektor; Henk Kinds in Neue Soziale Bewegungen, Berlin 2001
- Soziale Aktivierung von Langzeitarbeitslosen in den Niederlanden; Angelika Münz in Standpunkt: Sozial, Hamburg 2001

- Die Förderung Bürgerschaftlichen Engagements; Gesprächsunterlagen für die Zusammenkunft des deutschen Bundesratspräsidenten mit Vertretern/innen der niederländischen Regierung, NPO's und Unternehmen; Den Haag, 2001
- 1. Cecile Konferenz, Corporate Community Investment and Employee Involvement; Deutsche Verfassung von Silke Brauers, Rotterdam / Köln 2000

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

./.

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

./.

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

./.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Community Partnership Consultants (CPC), Huddestraat 3, 1018 HB Amsterdam
Tel. 0031/20/6261208, Fax. 0031/20/6261167, Email: info@community-partnership.net

- Henk Kinds, Geschäftsführer (NL)
- Angelika Münz, Forscherin (D)
- Idriss Nor, Projektleiter, Projektleiter Studienfahrten Deutschland (D)
- Rainer Neubauer (D, Mainz)
Email: rainer.neubauer@community-partnership.net

Easy Event GmbH

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Die Easy Event GmbH wurde 1990 gegründet.

Die 12 Mitarbeiter/innen schaffen für ihre Firmenkunden im Event- und Incentivebereich kreative, meist unkonventionelle Ideen und Lösungen.

Bei jeder Art von Event und Incentive ist Easy Event der Partner für Idee, Planung und Durchführung.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Die Idee von Easy Event ist es, die herkömmlichen Incentivereisen – ein Kontakt zu den Einheimischen, abgesehen vom „was möchten Sie trinken“ des Kellners findet kaum statt – zu verändern.

Nach dem Motto „Geben statt Nehmen“ hinterlässt die Gruppe bei einem Social Incentive nicht nur Geld, wie jeder Tourist, sondern leistet mit eigener Arbeit und Engagement einen kleinen Beitrag zur Verbesserung der Situation des Gastgeberlandes.

Die Zusammenarbeit der Teilnehmer/innen mit den Einheimischen vor Ort ist ein fester Bestandteil. Hand in Hand etwas zu leisten, soll ein Schritt zur Völkerverständigung sein und den Respekt und die gegenseitige Akzeptanz fördern.

Somit ist das übergreifende Ziel der Social Incentives, den bisher favorisierten Spaßfaktor um einen sozialen und persönlichen Sinnfaktor zu erweitern.

NUTZERSTRUKTUR

Das Social Incentive eignet sich grundsätzlich für alle Hierarchieebenen einer Firma. Besonders jedoch für Mitarbeiter/innen der Vertriebs- und Geschäftsleitung. Das Angebot wird sowohl von Unternehmen als auch von nicht kommerziellen Organisationen in Anspruch genommen. Das Gefühl, etwas Gutes getan zu haben, ist für jeden Teilnehmer/jede Teilnehmerin eine Bereicherung.

WEITERE INFORMATIONEN

- www.easy-event.de (unter den Punkten „Press Council“ und „Social Events“)

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Mit Social Incentives neue Wege gehen

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Nach Hause kommen mit dem Gefühl, etwas Gutes getan zu haben. Die Erfahrung, Kontakte mit anderen Kulturen zu knüpfen, die den eigenen Blickwinkel erweitern und die Erkenntnis, dass Menschen aus anderen Ländern doch nicht ganz so anders sind als wir.

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Das Entstehen interkultureller Kontakte, die weit über die Kontaktfunktion rein unterhaltssamer Veranstaltungen hinausgehen. Gerade zur heutigen Zeit ist das Abbauen von Vorurteilen

durch die Zusammenführung verschiedener Kulturen ein Weg, Missverständnisse und die daraus resultierende Ablehnung zu verhindern.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Easy Event GmbH, Diltheustr. 48, 41239 Mönchengladbach

- ➔ Miriam Colonna, PR
Tel. 02166/93047-21 (Durchwahl), Fax. 02166/935501, Email: miriam@easy-event.de
- ➔ Thomas P. Scholz, Medienberater
Tel. 0611/5000755, Fax. 0611/5000756, Email: tpscholz@t-online.de

Ein-Sichten

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Ein-Sichten ist eine Personalentwicklungsmaßnahme, die 1998 von Andrea Cleres, M.A. und Gabi TheBeling, Dipl.-Psych., entwickelt wurde. Ein-Sichten-Teilnehmer/innen werden individuell von professionellen PE-Beraterinnen und -Beratern mit Unternehmensefahrung begleitet und betreut.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Ein-Sichten-Teilnehmer/innen hospitieren bis zu einer Woche in einer sozialen Institution, z.B. einer Einrichtung für geistig Behinderte, für seelisch Erkrankte, für Suchtkranke, für Wohnungslose, für Flüchtlinge oder in einem Hospiz. Sie schulen und vertiefen ihre persönliche Sozialkompetenz, indem sie z.B.:

- Handlungsmotive anderer erkennen und steuern
- Eigene Motive und ihre Auswirkungen auf andere erkennen
- Empathie entwickeln, also die Fähigkeit, sich emotional auf andere einzustellen
- Die Bedürfnisse und Gefühle anderer erkennen und auf sie angemessen reagieren
- Eigene Grenzen definieren
- Die Teilnehmer/innen schulen und schärfen ihren Blick für inoffizielle Strukturen in Gruppen, für Einflussnahme, Konfliktlösung und verbales und nonverbales Verhalten.

Eine Ein-Sichten-Teilnahme umfasst zusätzlich:

- Die vorherige Definition eindeutiger Lernziele hinsichtlich der beruflichen Situation des Teilnehmenden und in Abstimmung mit seinem Vorgesetzten
- Die Auswahl einer sozialen Einrichtung entsprechend dieser Ziele
- Tägliche Gespräche des Teilnehmenden mit seinem Ein-Sichten-Betreuer
- Die Erarbeitung eines Transferkonzeptes mit dem Teilnehmenden für seinen beruflichen Alltag
- Controlling

NUTZERSTRUKTUR

Führungskräfte, Nachwuchskräfte, Projektleiter/innen, die

- ihre persönliche Effizienz verbessern wollen
- Reorganisationen in Unternehmen leiten
- sich auf berufliche Aufgaben im Ausland vorbereiten
- sich mit Fragen zu Führung, Macht und Sozialkompetenz auseinander setzen.

WEITERE INFORMATIONEN

- www.ein-sichten.de

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Ein-Sichten unterstützt Unternehmen bei der Förderung der personalen und der Führungskompetenz ihrer Mitarbeiter/innen.

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Die Teilnehmer/innen erwerben Handlungskompetenzen für ihren beruflichen Umgang mit komplexen Steuerungssituationen.

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Imagegewinn durch Pressearbeit seitens Ein-Sichten
- Direkte Vermittlung des Leistungsbeitrages der sozialen Institution zum Gemeinwohl an relevante Meinungsbildner
- Austausch zwischen Non-Profit- und Profitbereich
- Ggf. Möglichkeit, im Gegenzug in einem Wirtschaftsunternehmen zu hospitieren

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Ein-Sichten, Höhenstr. 12, 67574 Osthofen

☎ Andrea Cleres

Tel. 06242/901640 (Durchwahl), Fax 06242/901641, Email: cleres@ein-sichten.de

Grün.Dorando.Zellermann

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Beratungs- und Trainingsfirma als BGB-Gesellschaft mit breitem Kooperationsnetzwerk. Schwerpunkte sind Organisationsberatung, Personalentwicklung und Coaching/Supervision. Gründung: 1995. Kundenstamm: Industrie, öffentlicher Dienst und soziale Dienstleister.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

- „100 Stunden-Programme für Führungskräfte“, d.h. Mitarbeit in einer Sozialorganisation über 3 Monate verteilt, meist mit Übernahme eines Projektes verbunden
- „Kompaktwoche für Führungskräfte“, d.h. Übernahme von bzw. Teilnahme an Betreuungsaufgaben in einer sozialen oder karitativen Organisation
- „Projektaufträge zur Teamentwicklung“, d.h. Planung und Durchführung eines begrenzten Projektes in einer sozialen Organisation, gemeinsam mit einem Team – bzw. einer Arbeitsgruppe aus der Heimatorganisation

NUTZERSTRUKTUR

Diese Programme sind für Führungskräfte geeignet zur Förderung ihrer persönlichen und kommunikativen Kompetenz. Die Projektaufträge dienen der Teamentwicklung bzw. der Festigung von Kenntnissen aus dem Projektmanagement.

WEITERE INFORMATIONEN

- Dorando, Max; Schöffmann, Dieter: Business in the Community: Lernen in fremden Welten. Auch deutsche Unternehmen entdecken allmählich die Chancen der Personalentwicklung durch Projekteinsätze in sozialen Einrichtungen; in: Personalführung 11/2000, Seite 52-58
- Dorando, Max: Teamverfassung – ein Instrument der Teamentwicklung; in: Personalführung 5/1995
- www.g-d-z.de

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung in der Praxissituation
- Teamentwicklung mit realen Aufgaben
- Förderung der Identifikation mit dem Unternehmen

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Lernen als Erlebnis
- Bestätigung und konkrete Erfolgserlebnisse
- Intensiver sozialer Kontakt

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Verstärkung der Ressourcen
- Aufbau von Unterstützungsstrukturen
- Unterstützung des Selbstwertgefühls

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Grün.Dorando.Zellermann, Balthasarstr. 81, 50670 Köln

➔ Max Dorando

Tel. 0221/973130-10 (Durchwahl), Fax. 0221/973130-11, Email: max.dorando@g-d-z.de

Hammerbacher GmbH Beratungsgesellschaft

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Hammerbacher GmbH ist eine Beratungsgesellschaft mit dem Arbeitsschwerpunkt Kommunikation zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen. Die Gesellschaft hat sich aus der ursprünglich freiberuflichen Tätigkeit der Gründerin Ruth Hammerbacher seit 1990 entwickelt. Sie beschäftigt projektabhängig zwischen 7 und 10 Mitarbeiter/innen. Zusätzliche Kapazität ergibt sich aus einem Netz von kooperierenden Freiberufler/innen.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Hammerbacher bietet für Unternehmen, Verbände und öffentliche Verwaltungen die Konzipierung, Vorbereitung, Betreuung und Auswertung von Projekten zur Entwicklung des bürgerschaftlichen Engagements an.

Außerdem ist sie Kooperationspartnerin der Patriotischen Gesellschaft für SeitenWechsel® im Bereich Bremen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen-Nord.

NUTZERSTRUKTUR

Die Projekte werden auf die jeweiligen Situationen und Zielgruppen zugeschnitten.

WEITERE INFORMATIONEN UND NUTZEN

- www.hammerbacher.de
- www.hammerbacher.de/cecile

ANSPRECHPARTNERINNEN BEIM DIENSTLEISTER

Hammerbacher GmbH Beratungsgesellschaft, Seminarstr. 34, 49074 Osnabrück

- ➔ Ruth Hammerbacher
Tel. 0541-33882-10 (Durchwahl), Fax. 0541/33882-79, Email: mail@hammerbacher.de
- ➔ Corinna Wermke
Tel. 0541/33882-16 (Durchwahl), Fax. 0541/33882-79, Email: mail@hammerbacher.de

Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Die Kölner Freiwilligen Agentur ist ein gemeinnütziger Verein, der 1998 gegründet wurde und vier hauptamtliche Mitarbeiterinnen beschäftigt.

Schwerpunkte der Arbeit:

- Vermittlung von Freiwilligen
- Beratung von Non-Profit-Organisationen, die mit Freiwilligen zusammenarbeiten
- Beratung von Unternehmen und Non-Profit-Organisationen bei Corporate Volunteering-Projekten
- Internationaler Freiwilligendienst für Jugendliche

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

- Recherche und Präsentation von Einrichtungen und Projekten
- Projektmanagement
- Durchführung und Organisation von Großgruppenprojekten (Teamentwicklung)
- Weiterbildung für Führungskräfte (Personalentwicklung)
- Dokumentation

Spezifische Produkte:

- SeitenWechsel®(einwöchiges Sozialpraktikum für Führungskräfte aus Unternehmen, die für eine Woche in einer sozialen Einrichtung mitarbeiten)
- Team Projekt Tag (eine Gruppe von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern arbeitet für einen Tag in einer Gemeinwohlorganisation aus den Bereichen Soziales, Kunst und Kultur, Umwelt)
- Secondment (eine Mitarbeiterin/ein Mitarbeiter verlegt seinen Arbeitsplatz für einige Zeit in eine Gemeinwohlorganisation)
- Wirtschaft im Vorstand (Mitarbeiter/innen betätigen sich in Vorständen von Gemeinwohlorganisationen; „sanfter“ Übergang in den Ruhestand)

WEITERE INFORMATIONEN

- www.koeln-freiwillig.de
- Kölner Freiwilligen Agentur e.V.; VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH: Marketing- und Machbarkeitsstudie „Corporate Volunteering in Deutschland und Köln“. Ergebnisse. Köln 2001 (Bezug: Kölner Freiwilligen Agentur e.V., Kontakt s.u. oder VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH, Tel. 0221/954567-0).

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung (neue Kompetenzen erproben, Motivation stärken, Teams entwickeln)
- Imagegewinn (Entwicklung einer wertorientierten Corporate Identity, mehr „Sozialkapital“ als Wettbewerbs- und Standortfaktor)
- Verbesserung des Social Ratings

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Neue Impulse für die berufliche und private Weiterentwicklung
- Ideen für das eigene ehrenamtliche Engagement

- Herausforderungen, die den Mitarbeiter/die Mitarbeiterin als „Ganzes“ fordern und fördern
- Neue Sichtweise des Unternehmens als „guter Bürger“ innerhalb eines sozialen Netzwerkes

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Wissenstransfer (neue Impulse durch Kompetenzen und professionelles Know-how aus der Unternehmenswelt, z.B. für das Marketing oder die EDV)
- Imagegewinn durch Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen
- Networking (langfristige Partnerschaften entstehen, die auf vielfältige Weise nützlich sind, z.B. bei der Beschaffung von Praktikumsplätzen)

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Kölner Freiwilligen Agentur e.V., Clemensstr. 7, 50676 Köln
Tel. 0221/9233364, Fax. 0221/2103763, Email: info@koeln-freiwillig.de

- ☞ Ulla Eberhard
- ☞ Nanni Meißner

mehrwert – Agentur für Soziales Lernen gGmbH

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

mehrwert ist eine gemeinnützige Agentur für Soziales Lernen. Die Agentur verbindet Lebenswelten und vermittelt Auszubildenden und Führungskräften besondere Einblicke in soziale Einrichtungen. Dazu initiiert, begleitet und evaluiert sie Lernprojekte. *mehrwert* verfügt über langjährige Projekterfahrung.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

mehrwert bietet das Konzept „Lernen in fremden Lebenswelten“ in verschiedenen Varianten an:

key – Schlüsselqualifikationen für die betriebliche Ausbildung

Blickwechsel – ein innovatives Entwicklungsprogramm für Führungskräfte.

Auszubildende bzw. Führungskräfte wechseln in der Regel für eine Woche auf die Seite von behinderten, alten, obdachlosen oder kranken Menschen und lernen deren Lebens- und Arbeitsalltag kennen. Die Teilnehmenden werden gezielt – in der Gruppe und individuell – vorbereitet und vor Ort professionell angeleitet. Die Erfahrungen werden im Hinblick auf Transfer in die betriebliche Situation systematisch reflektiert.

Unternehmen, die mit der Agentur *mehrwert* zusammenarbeiten:

Blickwechsel – Angebot für Führungskräfte:

AGIS – Allianz Gesellschaft für Informationsservice (Stuttgart), TRUMPF GmbH + Co (Ditzingen), Wüstenrot & Württembergische AG.

Key – Angebot für Auszubildenden:

BASF Ludwigshafen, Bankhaus Ellwanger & Geiger (Stuttgart), Boehringer Ingelheim Pharma KG (Biberach), CreditPlus Bank AG (Stuttgart), Henkel Teroson GmbH (Heidelberg), Kreissparkasse Reutlingen, Landesbank Baden-Württemberg, Lotter Ludwigsburg, Mann + Hummel GmbH (Ludwigsburg), MVV Energie AG (Mannheim), Neckarwerke Stuttgart AG, Norgren-Herion Fluitronic GmbH & Co KG (Fellbach), Robert Bosch GmbH (Waiblingen), Roche Diagnostics (Mannheim), SSB – Stuttgarter Straßenbahnen AG, Stadt Stuttgart, Valeo Wischersysteme GmbH (Bietigheim), Volksbank in Stuttgart AG, Werzalit AG + Co KG (Oberstenfeld), Wüstenrot & Württembergische AG.

NUTZERSTRUKTUR

- Betriebliche Ausbildung: Ausbilder, Auszubildende
- Personalentwicklung: Personalmanager, Führungskräfte

WEITERE INFORMATIONEN

- Präsentation von *mehrwert* gGmbH, in: Corporate Volunteering – Unternehmen entdecken die Freiwilligenarbeit. Autoren: Renate Schubert, Sabina Littmann-Wernli, Philipp Tingler. Haupt-Verlag 2002.
- Lernen in fremden Lebenswelten. Personalentwicklung als Einstieg in das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen. In: Backhaus-Maul, Holger; Brühl, Hasso (Hrsg.). Bürgergesellschaft und Wirtschaft, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin 2002.
- www.agentur-mehrwert.de

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Nachhaltiges PE-Konzept
- Neue Kooperationen innerhalb des Gemeinwesens
- Neue Form der Öffentlichkeit

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Impuls für die Werteorientierung
- Förderung der Teamfähigkeit und Kundenorientierung (insbesondere für Auszubildende)
- Zugang und Kontakt zur eigenen Emotionalität
- Förderung der Führungskompetenzen

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Ungewöhnlicher „Input“ für die eigene Arbeit
- Gewinnung potenzieller Freiwilliger
- Neue Form der Öffentlichkeitsarbeit

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

mehrwert – Agentur für Soziales Lernen gGmbH, Firnhaberstr. 14, 70174 Stuttgart

- ➔ Gabriele Bartsch, Geschäftsführung
Tel. 0711/222966- 37 (Durchwahl), Fax. 0711/222966-56
Email: bartsch@agentur-mehrwert.de

Münchener Institut für Sozialforschung (MISS)

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Münchener Institut für Sozialforschung (MISS), interdisziplinär arbeitendes Forschungsinstitut zur Wirtschafts- und Arbeitssoziologie mit Standorten in München und Berlin.

Neben der Forschungstätigkeit in den Themenfeldern „Zukunft der Arbeit/ Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements, CSR/ Corporate Citizenship, Zivilgesellschaft und Soziales Kapital' bietet MISS die Entwicklung und Evaluation von CSR-Programmen an.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Das Angebot umfasst die Beratung und Entwicklung von Programmen des unternehmerischen bürgerschaftlichen Engagements, die im Hinblick auf die Leitkultur/ Unternehmensphilosophie der Unternehmen entwickelt werden. MISS hat sich auf nachhaltige Konzepte spezialisiert, wie beispielsweise Matching- oder Volunteer-Programme (wie etwa das Projekt switch). Angeboten wird zudem eine sozialwissenschaftliche Evaluation zu Nutzen und Wirkungsweise der Programme.

NUTZERSTRUKTUR

Je nach Bedarf der Unternehmen eignen sich die Programme zur Aktivierung der Beschäftigten (Teamentwicklung, Kooperationen, Projektmanagement, soziales Lernen usw.)

WEITERE INFORMATIONEN

Zahlreiche Veröffentlichungen können unter www.socialscience.de bezogen werden, darunter unter anderem:

- Mutz, Gerd; Korfmacher, Susanne: Das Projekt Switch. Ein ‚take off‘ für bürgerschaftliches Engagement. Voraussetzungen, Erfahrungen, Empfehlungen. Forschungsbericht an die Siemens AG. München 2000.
- Mutz, Gerd; Korfmacher, Susanne; Arnold, Karen: Corporate Citizenship in Deutschland. In: BMFSFJ, Deutscher Verein (Hrsg.): Internationales Jahr der Freiwilligen 2001. Freiwilliges Engagement. Selbsthilfe. Ehrenamt. Band 3. Frankfurt/M. 2002.

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Für die Unternehmen wird ein auf ihre Bedürfnisse angepasstes Programm konzipiert, das sowohl ihre Zielsetzung, ihre Mitarbeiterstruktur, als auch ihre Größe beachtet.
- CSR-Programme fördern die Kompetenzentwicklung, die Teamfähigkeit und die Mitarbeiterbindung. Sie ermöglichen es den Unternehmen, sich von anderen Anbietern am Markt abzusetzen.

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Die Teilnehmer/innen erhalten Einblicke in eine „andere Welt“ jenseits ihres beruflichen Alltags (Perspektivenverschränkung). Sie lernen, sich in diesen anderen Welten zurecht zu finden und entwickeln damit Fähigkeiten, die im Hinblick auf eine sich ständig verändernde flexible Arbeitswelt immer wichtiger werden.

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Das Gemeinwesen wird durch das Engagement der Unternehmen gestärkt, wenn neue soziale Partnerschaften etwa zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Einrichtungen entstehen.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Münchner Institut für Sozialforschung (MISS), Hohenzollernstr. 112, 80796 München

- ➔ Susanne Korfmacher
Tel. 089/398365, Fax. 089/34020207,
Email: susanne.korfmacher@sozialforschung.org

Neulands AddVenture AG

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Das Trainings Institut bietet im wirtschaftlichen Kontext Unternehmen Trainings aus den Bereichen Führung, Projektmanagement, Persönlichkeits- und Teamentwicklung an.

Der Fokus liegt hier auf:

- der Reflexion von Handlungsstrategien, Denkmodellen und vorhandenen Potenzialen.
- dem Verstehen der Wirkung und Wechselwirkung von Verhalten, Strukturen und Zielen in dynamischen Systemen.
- der Erarbeitung von Handlungsalternativen und der Erweiterung der nutzbaren Potenziale.

Die eingesetzten Methoden und Interventionen sind eigenwillig innovativ, sowie hartnäckig ziel- und transferorientiert. Die Trainer/innen arbeiten mit hoher inhaltlicher und methodischer Kompetenz, um den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Appetit auf die selbstständige Entdeckung und Entwicklung ihrer Potenziale zu machen. In den Trainings arbeitet Neulands AddVenture prozessual und schafft einen Rahmen, der den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die aktive Auseinandersetzung mit gewohnten Verhaltensmustern ermöglicht.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Die klassischen Inhalte und Ziele eines Teamtrainings, wie zum Beispiel soziale Kompetenz, Führungsstile oder Projektmanagement, werden in ein soziales Projekt eingebettet. Die durchgeführten Aktivitäten werden von Trainern/innen und Teilnehmern/innen reflektiert und gemeinsam nach Handlungsalternativen ausgewertet. Dabei ist das Feedback der Kooperationspartner aus den sozialen Projekten eine der wichtigsten Ressourcen. Anknüpfend an diese Rückmeldungen werden in dem folgenden Transferschritt Parallelen zum Arbeitsalltag gezogen. Gewünschte Verhaltensalternativen werden vorgestellt und ausprobiert.

Während des Trainings entstehen neben intensiven Kontakten mit anderen sozialen Gesellschaftsschichten für die sozialen Einrichtungen wichtige Elemente wie z.B. Jugendclubräume, Spielplätze, Spielgeräte, etc. die von bleibendem Wert sind. Wenn gewünscht, kann das soziale Engagement durch die Veröffentlichung in verschiedenen Medien zu Werbezwecken genutzt werden

NUTZERSTRUKTUR

Führungskräfte, (Projekt-)Teams, Netzwerke, virtuelle Teams und Abteilungen.
Spezielle Programme auch für Auszubildende sind denkbar.

WEITERE INFORMATIONEN

- Presseartikel in verschiedenen Tageszeitungen, Bilddokumentationen zum Pilotprojekt in Wiesbaden
- Veröffentlichungen im Firmenblatt der Lufthansa AG
- Broschüren und Flyer (zu beziehen über Neulands AddVenture AG, Kontakt s.u.)
- www.addventure.ag

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Hohe Motivation der Teilnehmer/innen
- Intensive Erlebnisse, die nachhaltig das Verhalten der Teilnehmer/innen im Sinne der Unternehmensziele beeinflussen
- (Projekt-)Teams, die ohne Reibungsverluste neue Aufgaben angehen
- Netzwerke, die auf kurzem Weg effektiv funktionieren
- Führungskräfte, die situativ und mitmenschengerecht führen
- Öffentlichkeitswirksames, soziales Engagement des Unternehmens
- ...

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Verbesserung der sozialen Kompetenzen, Stärkung des Einfühlungsvermögens
- Erweiterung des sozialen Bewusstseins
- Selbstbild- und Fremdbild-Abgleich und dadurch selbstbewussteres Auftreten
- Effektivere Arbeit im Team
- Netzwerkarbeit
- Orientierung zum persönlichen Führungsstil
- Stärkere Identifikation mit dem Unternehmen

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Praktische Unterstützung bei der Planung und Umsetzung von Projekten
- Finanzielle und materielle Unterstützung
- Längerfristige Beziehung zu einem Partner aus der Wirtschaft
- Bindung von ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Neulands AddVenture AG, Marienstraße 1, 36039 Fulda

☛ Volker Arndt

Tel. 0661/93414-44, Fax. 0661/93414-47, Email: arndt@addventure.ag

Patriotische Gesellschaft von 1765, SeitenWechsel®

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Die gemeinnützige, in Hamburg ansässige Patriotische Gesellschaft von 1765, oder auch Hamburgische Gesellschaft zur Beförderung der Künste und nützlichen Gewerbe genannt, ist eine traditionsreiche Bürgerassoziation und Kaufmannsvereinigung. Sie hat seit jeher auch Projekte im Berufungsfeld von Wirtschaft und sozialer Sphäre der Gesellschaft verwirklicht. So gründete sie die erste Sparkasse in Europa, kümmerte sich um Blitzableiter und die Armenfürsorge, rief einen Vorläufer des Arbeitsamtes ins Leben, gründete diverse Museen und Schulen und wirkt auch heute in ähnlichen Feldern. Themen sind heute z.B. Mikrokreditvergabe, Internet und Demokratie, Stadtentwicklung, Architektur, neben vielen ebenfalls betreuten kulturellen Projekten.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

SeitenWechsel® ist ein besonderes Weiterbildungsangebot für Führungskräfte aus Unternehmen. Dabei arbeiten Führungskräfte eine Woche lang individuell mit den Menschen in einer sozialen Einrichtung und lernen dabei den Alltag, die Herausforderung und die Vielfalt sozialer Arbeit kennen. Den Führungskräften werden bei einem SeitenWechsel®-Durchlauf grundsätzlich Einsatzorte aus folgenden Bereichen sozialer Arbeit angeboten: Strafvollzug, Behindertenhilfe, Flüchtlingshilfe, Schwerstkrankenbetreuung (Hospiz), Wohnungslosenhilfe, Sucht- und Drogenhilfe, Psychiatrie, Kinder- und Jugendhilfe.

NUTZERSTRUKTUR

Das Programm richtet sich an einzelne Führungskräfte des oberen Managements.

WEITERE INFORMATIONEN

- Nähere Informationen und Presseartikel zu beziehen über „Patriotische Gesellschaft von 1765“ (Kontakt s.u.)
- www.patriotische-gesellschaft.de
- www.seitenwechsel.com

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Richtungsweisende, moderne Personalentwicklung
- Ein Unternehmen, das sich auf dem Markt behaupten will, braucht Mitarbeiter/innen mit hoher sozialer Kompetenz.
- Führungskräfte mit SeitenWechsel®-Erfahrung prägen das soziale Klima einer Firma positiv mit.
- Die Identifikation der Mitarbeiter/innen mit dem Unternehmen wächst.
- Die Akzeptanz in der Öffentlichkeit wächst für Unternehmen, die soziale Verantwortung zeigen.

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Führungskräfte erweitern ihre Sozialkompetenz, ihr gesellschaftliches Bewusstsein und ihre Fähigkeit, mit zwischenmenschlichen Situationen sensibler und differenzierter umzugehen.
- Durch die ungewohnten Begegnungen gewinnen sie an Offenheit und persönlicher Stärke, steigern ihre Kommunikationsfähigkeit, ihre Flexibilität und ihr Improvisationsgeschick.

- Sie verbessern ihre Team- und Konfliktfähigkeit.

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Die sozialen Institutionen und Projekte profitieren vom unternehmerischen Know-how ihrer Gäste. Sie erhalten neben einer Aufwandsentschädigung die Gelegenheit, persönliche Kontakte zur Wirtschaft und somit zu potenziellen Sponsoren zu knüpfen. Außerdem versprechen sie sich davon mehr Anerkennung für ihre Arbeit und einen Imagegewinn.
- Nach den in der Schweiz gesammelten Erfahrungen halten 60 Prozent der „Mitarbeiter/innen auf Zeit“ auch nach ihrer „Fortbildung“ den Kontakt zu ihrer Einrichtung.
- Das Projekt fördert die Auseinandersetzung mit sozialen und gesellschaftlichen Fragen. Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit baut Vorurteile ab; sie dient der gegenseitigen Verständigung und der Besinnung auf die eigenen Werte.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Patriotische Gesellschaft von 1765, Trostbrücke 4-6, 20457 Hamburg

- ➔ Matthias Schwark, Geschäftsführer
Tel. 040/366619 , Fax. 040/378094, Email: schwark@patriotische-gesellschaft.de

SEITENWECHSEL®-KOOPERATIONSPARTNER (STAND: 29. APRIL 2002)

SeitenWechsel® Hamburg:

Patriotische Gesellschaft von 1765, Trostbrücke 4 - 6, 20457 Hamburg

- ➔ Doris Tito
Tel. 040/366619, Fax. 040/378094, Email: info@patriotische-gesellschaft.de

SeitenWechsel® Schleswig-Holstein:

Diakonisches Werk Schleswig-Holstein, Kanalufer 48, 24768 Rendsburg

- ➔ Bernd Agge
Tel. 04331/593188, Fax. 04331/593245, Email: agge@diakonie-sh.de

Partnerorganisationen:

Stiftung des Sparkassen- und Giroverbandes Schleswig-Holstein, Faluner Weg 6, 24109 Kiel

- ➔ Dr. Bernd Brandes-Druba
Tel. 0431/5335507, Fax. 0431/5335590, Email: seitenwechsel@sgvsh.de

IBAF gGmbH Institut für berufliche Aus- und Fortbildung, Kanalufer 48, 24768 Kiel

SeitenWechsel® Niedersachsen, Bremen und Nordrhein-Westfalen Nord:

Hammerbacher GmbH Beratungsgesellschaft, Seminarstraße 34, 49074 Osnabrück
Tel. 0541/3388210, Fax. 0541/3388279, Email: seitenwechsel@hammerbacher.de

- ➔ Ruth Hammerbacher, Corinna Wermke

SeitenWechsel® Nordrhein-Westfalen Süd:

Kölner Freiwilligenagentur e.V., Clemensstr. 7, 50676 Köln

Tel. 0221/9233364, Fax. 0221/2103763, Email: info@koeln-freiwillig.de

- ➔ Nanni Meißner

SeitenWechsel® Berlin und Brandenburg:

fundus – Netz für Bürgerengagement, fundus-Büro Berlin: Tucholskystraße 11, 10117 Berlin
Tel. 030/28047140, Fax. 030/28047732, Email: fundus.berlin@t-online.de

- ➔ Dr. Friedrich Haurert

SeitenWechsel® Hessen Nord:

Kobra Kassel, Hardenbergstraße 4, 34119 Kassel

Tel. 0561/770777, Fax. 0561/770776, Email: kobra-kassel@t-online.de

☛ Frank Huneck

SeitenWechsel® Hessen Süd, Rheinland-Pfalz:

Bildungswerk der Hessischen Wirtschaft e.V., Emil-von-Behring-Straße 4, 60439 Frankfurt/M.

☛ Cornelia Seitz

Tel. 069/95808285, Fax. 069/95808259, Email: seitz.cornelia@bwhw.de

SeitenWechsel® Baden-Württemberg:

Stellwerk, Am See 30, 88636 Illmensee

☛ Harald Wipfler

Tel. 07558/1392, Fax. 07558/939934, Email: haraldwipfler@aol.com

SeitenWechsel® Bayern:

pro.ethik – Institut „p+e“, Preysingplatz 1, 81667 München

☛ Dr. Thomas Zeilinger

Tel. 089/44119525, Fax. 089/4891409, Email: zeilinger@pro-ethik.de

pro.ethik – Institut „p+e“, An der Radrunde 111, 90455 Nürnberg

☛ Dr. Andreas Grabenstein

Tel. 0911/98119509, Fax. 0911/888225, Email: grabenstein@pro-ethik.de

Kirchlicher Dienst in der Arbeitswelt, Gudrunstraße 33, 90459 Nürnberg

☛ Hannah Kaltenhäuser

Tel. 0911/4304-223 oder -221, Email: kaltenhaeuser@kda-bay.de

Kirchlicher Dienst in der Arbeitswelt, Schwanthaler Straße 91, 80336 München

☛ Roland Pelikan

Tel. 089/53073732, Fax. 089/53073738, Email: kda.pelikan@kda-muenchen.de

RESPONS – Agentur für soziale Fragen

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

RESPONS – Agentur für soziale Fragen, Andreas Länge agiert als Einzelunternehmen seit dem Jahr 2000. Zusammen mit dem RESPONS Partner Reinhard Sick bieten wir fundierte Beratung rund um die verschiedenen Programmformen von Corporate Citizenship und Corporate Volunteering für Wirtschaftsunternehmen aus England und Deutschland (Schwerpunkt Südwest).

RESPONS Agentur für soziale Fragen heißt gemeinsam Antworten zu finden, die der wachsenden sozialen Verantwortung in Wirtschaft und Gesellschaft gerecht werden.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

- Präsentation
- Beratung
- Vermittlung
- Training
- Begleitung
- Auswertungstechnik
- Qualitätskontrolle
- Sozialberichte

NUTZERSTRUKTUR

Wirtschaftsunternehmen mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Einzel- und Gruppenangebote

WEITERE INFORMATIONEN

- www.respons-agentur.de
- www.fundus-netz.de

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Durch besseres Image
- Und besseres Personal

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Durch besseres Lernen und aktiveres Wissen

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Durch Ergänzung ihrer Ressourcen
- Durch besseres Image

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

RESPONS – Agentur für soziale Fragen, Alt-Württemberg-Allee 42, 71638 Ludwigsburg
Tel. 07141/2985666, 07141/2985667, Email: info@respons-agentur.de

➔ Andreas Länge

Sozialreferat der Landeshauptstadt München, switch – die andere Seite®

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Aufgabe des Sozialreferats München ist vor allem, Voraussetzungen für eine solidarische Stadtgesellschaft in Verantwortung aller zu schaffen und durch sein Tätigwerden und seine Dienstleistungen Menschen in ihren Fähigkeiten zu stärken, ihr Leben selbst zu gestalten. Dabei verstehen wir uns als eine lernende, sich verändernde Organisation.

Unser Leistungsspektrum umfasst beratende, pädagogische, betreuende, therapeutische Angebote sowie materielle und auch schützende Hilfeleistungen und planerische, verwaltende und steuernde Tätigkeiten.

Mitarbeiter/innen: derzeit ca. 3.800

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

switch – die andere Seite® bedeutet, neue Erkenntnisse in einer anderen Lebenswelt zu finden, soziale Arbeit hautnah und auf Zeit kennen zu lernen. Deshalb arbeiten Führungskräfte und Mitarbeiter/innen in Schlüsselfunktionen eine Woche lang in einer sozialen Einrichtung, sie "switchen" in einen völlig anderen Arbeitsalltag.

Bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern werden Prozesse und Denkanstöße in Gang gesetzt, die ihnen helfen, ihr Wissen unabhängig von ihrem Fachwissen zu erweitern, eigene Wertevorstellungen und Vorurteile zu hinterfragen und Berührungspunkte abzubauen. Sie entwickeln ihre Kompetenzen im Umgang mit menschlichen Problemen weiter, sie erhalten ein Erfahrungswissen und können damit ihren Berufsalltag effizienter und konstruktiver gestalten. Außerdem lernen sie soziale Arbeit kennen, und es wird das Interesse an freiwilligem sozialem Engagement geweckt und intensiviert.

Das Konzept zu *switch* – die andere Seite® wurde zusammen mit der Siemens AG entwickelt und ist auch auf klein- und mittelständische Firmen, sog. Non-Profit-Organisationen und öffentliche Arbeitgeber übertragbar.

Um für die Teilnehmer/innen den Einblick in den Umfang ehrenamtlicher Arbeit und die Unterstützung von freiwilligem Engagement zu gewährleisten, arbeiten wir nur mit Einrichtungen zusammen, die praktische Erfahrungen im Umgang mit Ehrenamtlichen haben. Das Sozialreferat München als Dienstleister ermöglicht eine Vernetzung im Sinne des ‚Private-public-partnership‘-Ansatzes. Außerdem garantieren wir aufgrund unserer kontinuierlichen Zusammenarbeit mit den sozialen Einrichtungen in München und unserer pädagogischen Kompetenz für eine hohe Qualität.

NUTZERSTRUKTUR

Führungskräfte und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Schlüsselfunktionen, die mindestens ein halbes Jahr in einer entsprechenden Stellung arbeiten. Es besteht keine Altersbeschränkung. Die Teilnahme erfolgt freiwillig.

WEITERE INFORMATIONEN

- Dokumentation zur Fachtagung „Bürgerschaftliches Engagement – eine interessante Herausforderung für Firmen“ (zu beziehen über: Landeshauptstadt München, Sozialreferat, Abt. Sozialplanung/Geschäftsleitung, Kontakt s.u.)

- Forschungsbericht an die Siemens AG: „Das Projekt Switch – Ein 'take off' für bürgerschaftliches Engagement" Herausgeber: Gerd Mutz, Susanne Korfmacher, Munich Institute for Social Science (MISS), München 2000 (zu beziehen über: MISS, Hohenzollernstr. 112, 80796 München)
- „Die Stadt und ihre Bürger – Neue Wege in der kommunalen Sozialpolitik – Grundlagen, Perspektiven, Beispiele" von Warnfried Dettling; Herausgeber: Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 2001
- „City and Enterprise – Corporate Social Responsibility in European and US Cities" von Prof. Leo van den Berg, Drs. Erik Braun, Drs Alexander H.J. Otgaar, Erasmus University Rotterdam, 2000

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Betriebskultur
- Marktchancen
- Know-how und Innovation
- Personalentwicklung
- Standortbeziehung
- Unternehmensidentität und -image
- Akzeptanz
- Übernahme sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Förderung der sozialen Kompetenz, Kreativität und Innovationsfähigkeit
- Erweiterung des Erfahrungshorizonts / Kennen lernen einer "fremden Welt"
- Entwicklung differenzierter Perspektiven für den eigenen Arbeitsplatz
- Teamfähigkeit in Arbeitsgruppen
- Aufnehmen und multiplizieren gesellschaftlich-politischer Themen des Gemeinwesens
- Kennenlernen von Möglichkeiten ehrenamtlichen Engagements und Wecken von Interesse dafür
- Emotionales Lernen in Sozialisationsprozessen
- Perspektivenwechsel zur Mediation von Konflikten

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Fachkompetenz aus einer anderen Arbeitswelt
- Anregungen und Impulse für die Arbeit in den sozialen Einrichtungen
- Aufwertung haupt- und ehrenamtlicher sozialer Arbeit
- Begegnung mit anderen Sichtweisen und Perspektiven
- Aktivierung der gemeinsamen Verantwortung für das Gemeinwohl
- Förderung freiwilligen sozialen Engagements

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Sozialreferat München, Bereich Zentrale Personalentwicklung
Orleansplatz 11, 81667 München

- Ellen Kuhn
Tel. 089/233-23339 (Durchwahl), Fax. 089/233-25672,
Email: personalentwicklung.soz@muenchen.de
- Sabine Berner
Tel. 089/233-21496 (Durchwahl), Fax. 089/233-25672,
Email: sabine.berner@muenchen.de

Stiftung mitLeidenschaft

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER, DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Das Evangelische Johanneswerk Bielefeld, eines der größten diakonischen Unternehmen in Europa, hat im Herbst 2001 ein Weiterbildungsprogramm der besonderen Art ins Leben gerufen: „mitLeidenschaft“. Führungskräfte aus Wirtschaftsunternehmen steigen dabei für eine Woche aus ihrem gewohnten Arbeitsalltag aus und tauchen ein in die unbekannte Arbeitswelt von sozialen Einrichtungen.

Da das Evangelische Johanneswerk mehr als 70 verschiedene psychosoziale und medizinische Einrichtungen betreibt, ist es in der Lage, interessierten Unternehmen eine umfassende Palette von Einrichtungen anbieten zu können. Die Teilnehmer/innen können sich für eine der folgenden Einrichtungen des Evangelischen Johanneswerkes Bielefeld entscheiden: Bahnhofsmission; Flüchtlingsberatung; Schulsozialarbeit; Altenzentrum oder Behindertenhilfe.

Um einen optimalen Nutzen des Projekteinsatzes herauszuarbeiten, findet eine ausführliche Vor- und Nachbereitung des Projekts statt.

Ziel dieses Projekts ist es, die Führungs- und Sozialkompetenz von Führungskräften zu erweitern und sie zu Managerinnen/Managern „mitLeidenschaft“ weiterzubilden.

NUTZERSTRUKTUR

Das Programm richtet sich an Fach- und Führungskräfte großer und mittelständischer Unternehmen; die Teilnahme ist freiwillig und nicht altersgebunden. Bisher haben folgende Unternehmen teilgenommen: Miele AG, Bertelsmann AG, Deutsche Telekom AG.

Des Weiteren ist ein ähnliches Projekt für Schüler/innen sowie Studentinnen und Studenten geplant.

WEITERE INFORMATIONEN

- Veröffentlichungen, Informationsbroschüre auf Anfrage zu beziehen über Stiftung mitLeidenschaft (Kontakt s.u.)
- www.mitleidenschaft.de

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

- Personalentwicklung
- Größere Identifikation der Mitarbeiter/innen mit dem Unternehmen
- Verbesserung des Images des Unternehmens
- Ausdruck einer gereiften Unternehmens-Persönlichkeit, die sich sowohl als (globaler) Marktakteur, als auch als (lokales) Gemeindemitglied sieht
- Qualifiziertere Führungskräfte mit erweiterter sozialer Kompetenz und emotionaler Intelligenz
- Größere Attraktivität für potenzielle Mitarbeiter/innen

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Horizonterweiterung und Steigerung der sozialen und kommunikativen Kompetenz
- Teilnehmer/innen erfahren sich und ihre Grenzen
- Gewinn an Offenheit
- Steigerung der Team- und Konfliktfähigkeit

- Emotionales Lernen, Erweiterung der emotionalen Intelligenz
- Steigerung der Flexibilität
- Stärkung der Wahrnehmungsfähigkeit sowie der Aufmerksamkeit
- Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbst- und Fremdbild
- Größere Sensibilität im Umgang mit Menschen

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Öffentliche Präsenz, Presseresonanz und vor allem Imagegewinn
- Die sozialen Einrichtungen erhalten Anregungen und Anstöße aus unternehmerischer Sicht
- Steigerung des Selbstwertgefühls durch die Aufmerksamkeit von außen
- Mögliche Aufrechterhaltung der Kontakte und dadurch Gewinn von ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Stiftung mitLeidenschaft, Schildescher Str. 101, 33611 Bielefeld

- Matthias Buntrock, Geschäftsführer
Tel. 0521/1364444 (Durchwahl), Fax. 0521/1364440,
Email: matthias-buntrock@johanneswerk.de

Stiftungsplan Beratungs- und Servicegesellschaft mbH

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Die Stiftungsplan Beratungs- und Servicegesellschaft mbH ist eine nonprofit orientierte Gesellschaft, die mit acht engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern professionellen Stiftungsservice zu günstigen Konditionen anbietet. Mit der Unterstützung von Stiftungsplan können Unternehmen einfach die Vorteile einer eigenen Stiftung für ihr gesellschaftliches Engagement nutzen. Das Full Service Angebot mit Beratung, Projektentwicklung und Verwaltung ermöglicht es Mitarbeitern/innen von Unternehmen, alle Tätigkeiten, die sie nicht abwickeln können oder wollen an Stiftungsplan zu delegieren. Aktuell betreut Stiftungsplan über 20 Unternehmen und Unternehmensbereiche bei der Lösung gesellschaftlicher Aufgaben u.a. die Allianz, Dresdner Bank, HypoVereinsbank, Siemens Management Consulting, Fackelmann, Der Beck.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Das Angebot von Stiftungsplan umfasst alle Stiftungsbereiche über die Projektarbeit bis zur Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising.

- **Beratung**
Stiftungsplan berät u.a. bei der Auswahl geeigneter Projekte, beim Aufbau eigener Projekte, bei der Einbindung von Mitarbeitern/innen in Projekte, bei der Erstellung von Informationsmaterialien oder bei der Planung und Abwicklung von Spendenaufrufen.
- **Entwicklung**
Auch eigene Stiftungsprojekte wie beispielsweise der Bau eines Jugendcamps durch Mitarbeiter/innen der Siemens Management Consulting im Jahr 2000 werden von Stiftungsplan entwickelt und begleitet.
- **Verwaltung**
Alle grundlegenden Verwaltungsleistungen wie die Erstellung von Spendenquittungen oder die Bearbeitung von Anfragen werden von Stiftungsplan erbracht.

NUTZERSTRUKTUR

Stiftungsplan unterstützt kontinuierlich über 90 Stiftungen aus ganz Deutschland. Darüber hinaus hat Stiftungsplan das Kinderfonds- und das Don Bosco Stiftungszentrum erfolgreich aufgebaut.

WEITERE INFORMATIONEN

- Stiftungsplan Broschüre (zu beziehen über Stiftungsplan Beratungs- und Servicegesellschaft, Kontakt s.u.)
- www.stiftungsplan.de

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Unternehmen, die sich gesellschaftlich engagieren, können mit Hilfe von Stiftungsplan einfach die Vorteile einer eigenen Stiftung nutzen. Neben dem Imagevorteilen einer Stiftung, können Steuervorteile genutzt werden oder engagierte Mitarbeiter/innen in Gremien der Stiftung einbezogen werden.

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

./.

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

Engagierte Unternehmen werden zu Partnern von gemeinnützigen Organisationen, die neben der eigenen Arbeitskraft und eigener Spender auch Spendengelder sammeln und verteilen können.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

Stiftungsplan Beratungs- und Servicegesellschaft mbH, Watteastr. 1, 81479 München

➤ Esther Kempf, Stiftungsberatung

Tel. 089/744200210, Fax. 089/744200300, Email: kempf@stiftungsplan.de

VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Die Agentur bietet ein Leistungsspektrum, das von der Corporate Identity- und Leitbildentwicklung über die Strategieberatung und Entwicklung des Dienstleistungs- und Finanzierungsmarketings bis hin zur Konzeption und Realisierung von Kommunikationsmedien und -maßnahmen einschließlich kompletter Kampagnen reicht.

Die Agenturkunden sind einerseits gewerbliche wie gemeinnützige Dienstleistungsunternehmen, Einrichtungen und Verbände sowie staatliche Institutionen, die in den Feldern Gesundheit, Soziales/Wohlfahrt oder Bildung tätig sind. Andererseits ist VIS a VIS für Unternehmen tätig, die sich als Corporate Citizen gesellschaftlich engagieren wollen und hierzu Strategien und Maßnahmen entwickeln möchten oder geeignete gemeinnützige Partner suchen.

VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH hat ihren Sitz in Köln und besteht - die Vorläufer eingerechnet - seit 1990. Vier feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie derzeit fünf Freie sind für die Agentur tätig. Mitsamt den Kooperationspartnern bietet VIS a VIS Fullservice und mehr.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

Im Themefeld „Corporate Citizenship & Volunteering“ berät und begleitet VIS a VIS Unternehmen bei der Entwicklung, Umsetzung, Evaluation, Dokumentation und Kommunikation ihres gesellschaftlichen Engagements. Die Agentur entwickelt strategische Maßnahmen und vermittelt die passenden gemeinnützigen oder kommunalen Partner hierfür. Zudem berät und unterstützt VIS a VIS gemeinnützige wie kommunale Einrichtungen bei der Entwicklung geeigneter Projekte und sucht passende Unternehmenspartner.

Die Corporate Citizenship- und Corporate Volunteering-Projekte und -Programme werden jeweils individuell auf das Unternehmen und seine spezifischen unternehmensstrategischen wie Kommunikations-, Marketing- bzw. Personalentwicklungserfordernisse zugeschnitten. Hierzu kann als eine erste Maßnahme eine Markt- und Machbarkeitsstudie durchgeführt werden, mit der das Unternehmen, seine Wettbewerber und deren Corporate Citizenship-Engagement, die Standortsituation u.a.m. beleuchtet werden. Auf dieser Grundlage werden strategische bis operative Empfehlungen für eine unternehmensspezifische profilierte Corporate Citizenship- / Corporate Volunteering-Programmatik formuliert.

Für international tätige Unternehmen können deren ausländische Programmatiken auf Deutschland übertragen bzw. deutsche Aktivitäten internationalisiert werden. Hierzu kann VIS a VIS auf kompetente Partner in Europa und darüber hinaus zurückgreifen, die - wie VIS a VIS - im CECILE-Netzwerk organisiert sind (www.cecile.net).

NUTZERSTRUKTUR

Unternehmen (einzelne Mitarbeiter/innen, Gruppen, bestehende Teams), gemeinnützige wie kommunale Einrichtungen

WEITERE INFORMATIONEN

- www.visavis-agentur.de
- Dieter Schöffmann (Hrsg.): Wenn alle gewinnen - Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen. edition Körber-Stiftung: Hamburg 2001. ISBN 3-89684-033-9.

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN UND ... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Shareholder- wie Stakeholdervalue werden gestärkt.
- Das Unternehmen wird zum Arbeitgeber der ersten Wahl im „Krieg um die High Potentials“
- Die Kundenbindung an die Marke bzw. das Unternehmen kann gestärkt werden.
- Die Produktivität der Arbeitnehmer/innen kann unter anderem durch eine gesteigerte Identifikation mit dem Unternehmen gesteigert werden.
- Mitarbeitende werden für die kulturelle und ethnische Vielfalt in unserer Gesellschaft sensibilisiert, wodurch das Diversity-Management verbessert wird.
- Personal- wie Teamentwicklung erhalten positive Impulse. Die Kommunikations- und Teamfähigkeit, Sozial- und Führungskompetenz sowie die Fähigkeit zum Management komplexer Situationen werden unterstützt.

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

Gemeinwohrg Organisationen erhalten praktische Unterstützung durch die Unternehmensmitarbeiterinnen und -mitarbeiter. Sie erfahren einen Kompetenz- und Informationstransfer und oft erschließen sich langfristig wirksame Beziehungen mit der Wirtschaftswelt. Sie erfahren produktive Irritationen.

Corporate Volunteering fördert die Reintegration der Wirtschaft in die Gesellschaft. Das bürgerschaftliche Engagement im und für das Gemeinwesen erhält neue und nachhaltige Impulse. Das qualitative wie quantitative Potenzial zur Lösung gesellschaftlicher Probleme nimmt zu. So wird die Wettbewerbssituation von Kommunen beim Ringen um Unternehmensansiedlungen gestärkt.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH, Stolberger Str. 3, 50933 Köln
Tel. 0221/954567-0, Fax. 0221/954567-5, Email: post@visavis-agentur.de

- Anika Lietzke
- Dieter Schöffmann (Geschäftsführer)

zeitweise – Freiwilligen-Agentur Bremen, TRansfer – Lernen in sozialen Arbeitswelten

DER DIENSTLEISTER/ANBIETER

KURZBESCHREIBUNG

Die Freiwilligen-Agentur Bremen fördert seit 1993 das bürgerschaftliche Engagement in der Hansestadt. Es geht uns um die Entwicklung von Organisationsressourcen zur adäquaten Gestaltung von Freiwilligentätigkeiten und um die Schaffung neuer Verbindungen zwischen Interessierten und gemeinnützigen Organisationen.

DAS ANGEBOT

KURZBESCHREIBUNG

TRansfer – Lernen in sozialen Arbeitswelten heißt die bremische Variante, das schweizerische Projekt SeitenWechsel zu realisieren. Die Grundidee lautet: Führungskräfte verbringen eine Woche aktiv in einer sozialen Institution und lernen dabei die Herausforderung und den Reichtum sozialer Arbeit kennen. Die Teilnehmer/innen erweitern auf diese Weise ihre Sozialkompetenz.

NUTZERSTRUKTUR

Führungskräfte aus Unternehmen. Anbieter dieser sog. „Lernorte“ sind gemeinnützige soziale Organisationen.

WEITERE INFORMATIONEN

- Heinz Janning: „Integrierte Sozialzeit“ – Wenn Schweizer Manager die Seite wechseln, in: „Sozialbericht des Bundesverbandes der AWO“, Bonn 2001
- Heinz Janning, Heinz Bartjes: Ehrenamt und Wirtschaft, 2000 (zu beziehen bei der Robert-Bosch-Stiftung)

NUTZEN

... FÜR DAS UNTERNEHMEN

Unter anderem:

- Erweiterung der Sozialkompetenz ihrer Führungskräfte
- Auseinandersetzung des Unternehmen mit sozialen Problemlagen innerhalb der Gesellschaft

... FÜR DIE TEILNEHMER/INNEN

- Erweiterung des gesellschaftlichen Bewusstseins.
- Stärkung des Einfühlvermögens und der Toleranz für Andere, Fremdes, Neues

... FÜR DAS GEMEINWESEN / DIE GEMEINNÜTZIGE ORGANISATION

- Akquisition von ca. 40 Std. freiwilliger Mitarbeit in der Organisation
- Öffentlichkeitswirksame Mitarbeit eines kompetenten Freiwilligen (Imagegewinn)
- Ggf. können die sozialen Institutionen vom "Know-How" des/der Freiwilligen profitieren.

ANSPRECHPARTNER/INNEN BEIM DIENSTLEISTER

zeitweise – Freiwilligen-Agentur Bremen, Dammweg 18-20, 28211 Bremen,
Tel. 0421/342080, Fax. 0421/344528, Email: info@zeitweise.info

- ➔ Heinz Janning
- ➔ Dr. Gerd Placke

Weiterführende Informationsquellen

Bei den im folgenden genannten Netzwerken, Institutionen und Literaturquellen sind weiterführende Informationen zum Thema und Kontakte zu Wirtschaftsunternehmen zu finden.

Netzwerke und Institutionen

bagfa - Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V.

Ansprechpartnerin: Kerstin Brandhorst

Torstraße 231, 10115 Berlin

Tel. 030/20453366, Fax. 030/28094699, Email: bagfa@snafu.de, Internet: www.bagfa.de

Vor einem Jahr haben sich interessierte Freiwilligenagenturen zur Arbeitsgruppe „Corporate Volunteering“ in der bagfa zusammen geschlossen. Vorrangige Ziele sind der Erfahrungsaustausch zum Thema, die Unterstützung von Freiwilligenagenturen bei der konkreten Umsetzung von Corporate Volunteering-Projekten und die Herausarbeitung erfolgreicher Lösungen für den Standort Deutschland.

BitC - Business in the Community

137 Shepherdess Walk, London N1 7RQ, Great Britain

Tel. 0044/870/6002482, Internet: www.bitc.org.uk

Business in the Community UK ist eine von 700 englischen Unternehmen getragene Organisation, die ihre Mitglieder in der Entwicklung je eigener Corporate Citizenship-Aktivitäten unterstützt bzw. ihnen eine Plattform für entsprechende gemeinsame Kampagnen bietet. BitC gehören unter anderem 70 Prozent der FTSE-notierten Unternehmen an.

CECILE - Coordinating Employee Community Involvement Links Europe

Deutscher Partner und Kontakt: fundus - Netz für Bürgerengagement (s.u.)

Internet: www.cecile.net

CECILE ist ein europäisches Netzwerk von Unternehmen, Unternehmensvereinigungen und Dienstleistern im Feld des gemeinnützigen Arbeitnehmerengagements (Employee Community Involvement / Corporate Volunteering).

Center for Corporate Citizenship e.V.

c/o Katholische Universität Eichstätt, Ostenstr. 26-28, 85072 Eichstätt

Email: kontakt@corporatecitizen.de, Internet: www.corporatecitizen.de

Das „Center for Corporate Citizenship e.V.“ (CCC) wurde zum Jahresbeginn 2000 als interdisziplinäres Forschungsnetzwerk gegründet. Ziel der in diesem Netzwerk organisierten Ökonomen, Sozialethiker, Politologen und Pädagogen ist es, neue Partnerschaften zwischen Wirtschaft und Gesellschaft zu unterstützen, um gesellschaftliche Probleme konkret anzugehen.

CSR Europe

Rue Defacqz, 78-80, Brussels 1050, Belgium

Tel. 0032/2/5028354, Fax. 0032/2/5028458, Email: info@csreurope.org,

Internet: www.csreurope.org

CSR Europe ist ein europäisches Unternehmensnetzwerk mit dem Ziel, Unternehmen zu helfen, Rentabilität und nachhaltiges Wachstum durch den Einsatz von „Corporate Social Responsibility“ (CSR) zu verbinden.

Freiheit und Verantwortung

Veranstaltungsforum der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck, Corporate Citizenship, Wallstraße 23/24, 10179 Berlin, Internet: www.freiheit-und-verantwortung.de

Begründet wird die Initiative von der WirtschaftsWoche und den Spitzenverbänden der Wirtschaft, dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), dem Deutschen Industrie- und Handelstag (DIHT) und dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH). Die Schirmherrschaft hat Bundespräsident Johannes Rau übernommen.

Mit ihrer Aktion wollen die Initiatoren einen Beitrag zur Stärkung der Sozialen Marktwirtschaft leisten. Ihre Kennzeichen sind unternehmerische Freiheit und soziale Verantwortung. Die deutsche Wirtschaft versteht sich in einer solchen Ordnung als tragendes Element einer aktiven Bürgergesellschaft. Zu diesem Zweck wird einmal jährlich ein Corporate Citizenship-Preis für kleine, mittlere und große Unternehmen vergeben.

fundus - Netz für Bürgerengagement

Internet: www.fundus-netz.de

fundus – Netz für Bürgerengagement ist ein Zusammenschluss bekannter Dienstleister und Experten in den Gebieten Corporate Citizenship, Corporate Volunteering, Fundraising, Bürgerengagement, Freiwilligen-Management, Organisationsentwicklung, Forschung im Gesundheits- und Sozialbereich, Marketing und Kommunikation. fundus lebt von den Aktivitäten seiner Mitglieder und ist über diese ansprechbar (siehe die fundus-Mitglieder in dieser Dokumentation unter der Rubrik „Dienstleister“: RESPONS – Agentur für Soziale Fragen, VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH sowie fundus-Büro Berlin, Dr. Friedrich Haurert: Tucholskystr. 11, 10117 Berlin, Tel. 030/28047140, Email: fundus.berlin@t-online.de). fundus ist deutscher Partner des europäischen CECILE-Netzwerkes (s.o.).

Unternehmen: Partner der Jugend

Ansprechpartner/innen: Peter Kromminga, Susanne Frosch

Amandastr. 60, 20357 Hamburg

Tel. 040/434274, Fax. 040/434284, Email: info@upj-online.de

Internet: www.upj-online.de

Die u.a. vom BMFSFJ geförderte Bundesinitiative Unternehmen: Partner der Jugend (UPJ) ist ein bundesweites Netzwerk zur Förderung von Corporate Citizenship mit Schwerpunkt in der Jugend- und Sozialarbeit. UPJ gibt Impulse und macht konkrete Vorschläge, wie sich Unternehmen im Gemeinwesen engagieren können (siehe die Rubrik „Dienstleister“ unter: Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“)

Unternehmensnetzwerke:

Arbeitsgemeinschaft Corporate Citizenship:

Kontakt: Siemens AG, CC CM

Ansprechpartner: Dr. Walter Conradi

Wittelsbacher Platz 2, 80333 München

Tel. 089/636-33548, Fax. 089/636-33844, Email: walter.conradi@siemens.com

Die Arbeitsgemeinschaft Corporate Citizenship wurde im Jahr 2000 von der Siemens AG initiiert. Es handelt sich dabei um eine lockere Arbeitsgemeinschaft von bisher 13 Großunternehmen (Allianz, Bayer, BASF, BMW, Deutsche Bank, Deutsche Telekom, Ford, Henkel, Lufthansa, Philip Morris, Münchener Rück, Siemens, Thyssen Krupp), die sich zwei- bis dreimal jährlich trifft. Bei den Treffen werden die Corporate Citizenship-Konzepte und -Programme der beteiligten Unternehmen sowie die Motivlagen und strategischen Zielsetzungen diskutiert.

Corporate Citizenship-Gesprächskreise Rhein-Ruhr und Rhein-Main:

Kontakt: VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

Ansprechpartner/innen: Anika Lietzke, Dieter Schöffmann

Stolberger Str. 3, 50933 Köln

Tel. 0221/954567-0, Fax. 0221/954567-5, Email: post@visavis-agentur.de

Gesprächskreise von Praktikern aus Unternehmen (v.a. Großunternehmen) mit Sitz in den Regionen Rhein-Ruhr bzw. Rhein-Main. Die Mitglieder treffen sich zwei- bzw. dreimal jährlich zum Erfahrungsaustausch hinsichtlich ihrer unternehmerischen Corporate Citizenship- bzw. Volunteering-Aktivitäten. Moderiert werden die Gesprächskreise von VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH und der Kölner Freiwilligen Agentur e.V. (Rhein-Ruhr).

Literatur

- Braun, Barbara; Kromminga, Peter (Hrsg.): Soziale Verantwortung und wirtschaftlicher Nutzen. Konzepte und Instrumente zur Kommunikation und Bewertung von Corporate Citizenship und Corporate Social Responsibility. UPJ-Bundesinitiative/ Hamburg-Mannheimer Stiftung „Jugend & Zukunft“: Hamburg 2002 (Bezug: info@upj-online.de).
- Damm, Diethelm; Lang, Reinhard: UPJ-Bundesinitiative: Handbuch Unternehmenskooperation. Erfahrungen mit Corporate Citizenship in Deutschland. Stiftung Mitarbeit/ UPJ-Bundesinitiative: Bonn/Hamburg 2002². ISBN 3-928053-75-2 (Bezug: info@upj-online.de).
- Dorando, Max; Schöffmann, Dieter: Für das Gemeinwohl und zum eigenen Nutzen. Immer mehr Unternehmen und ihre Mitarbeiter engagieren sich in sozialen Projekten; in: Die Welt, 26.03.2001.
- Dorando, Max; Schöffmann, Dieter: Business in the Community: Lernen in fremden Welten. Auch deutsche Unternehmen entdecken allmählich die Chancen der Personalentwicklung durch Projekteinsätze in sozialen Einrichtungen; in: Personalführung 11/2000, Seite 52-58.
- Habisch, André: Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland. Springer Verlag: Berlin/Heidelberg 2003.
- Halley, David: Employee Community Involvement - Gemeinnütziges Arbeitnehmerengagement. Ein vollständiger Leitfaden für Arbeitgeber, Arbeitnehmer und gemeinnützige Organisationen. Herausgegeben von fundus - Netz für Bürgerengagement. Köln 1999 (Bezug: fundus s.o.).
- Janning, Heinz; Bartjes, Heinz: Ehrenamt und Wirtschaft. Internationale Beispiele bürgerschaftlichen Engagements der Wirtschaft. Stuttgart 1999 (Bezug: Robert Bosch Stiftung GmbH, Heidehofstr. 31, 70184 Stuttgart, Tel. 0711/46084-0, Fax -1094, Email: rbsg@Bosch-Stiftung.de).
- Jochem, Dorothee: Mission des Mittelstands; in Markt und Mittelstand. Das Unternehmermagazin 12/2001, Seite 32-38.
- Schöffmann, Dieter: Corporate Volunteering. Unternehmen engagieren sich mit ihrem Personal für das Gemeinwohl; in: Stiftung & Sponsoring 5/2000, Seite 31 - 33.
- Schöffmann, Dieter: Bürgerschaftliches Engagement durch Unternehmen und ihr Personal - eine Chance für soziale Verbände und Einrichtungen. Teil 1, 2 und 3; in: BFS info - Informationen der Bank für Sozialwirtschaft 3, 4 und 5/2000 (Bezug: <http://www.sozialbank.de> unter Serviceleistungen, Aktuelle Fachbeiträge).
- Schöffmann, Dieter (Hrsg.): Wenn alle gewinnen - Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen. edition Körber-Stiftung: Hamburg 2001. ISBN 3-89684-033-9.
- Schubert, Renate; Littmann-Wernli, Sabina; Tingler, Philipp: Corporate Volunteering: Unternehmen entdecken die Freiwilligenarbeit. Haupt: Bern u.a. 2002. ISBN 3-258-06428-8.
- Seitz, Bernhard: Corporate Citizenship. Rechte und Pflichten der Unternehmung im Zeitalter der Globalität. Gabler Edition Wissenschaft: 2002. ISBN 3824475553.
- Stoessel, Annette: Corporate Volunteering. Einblick in eine fremde Welt; in: managerSeminare 1/2002, Seite 86-97.

- Unternehmen: Partner der Jugend (UPJ): Zwischen Shareholder Value und Corporate Citizenship. Dokumentation des bundesweiten Kongresses "Unternehmen: Zukunft der Jugend - Hamburger Ratschlag" am 6. Dezember 1999 in der Handelskammer Hamburg. Hamburg 2000 (Bezug: UPJ - s.o. oder www.upj-online.de)
- VIS a VIS Agentur für Kommunikation; Kölner Freiwilligen Agentur: Marketing- und Machbarkeitsstudie „Corporate Volunteering in Deutschland und Köln“. Ergebnisse. Köln 2001 (Bezug: VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH, Stolberger Str. 3, 50933 Köln, Tel. 0221/954567-0, Fax. -5, Email: post@visavis-agentur.de).

IMPRESSUM

Auftraggeber:

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
53123 Bonn, Rochusstr. 8-10

Konzept, Recherche und Ausarbeitung der Dokumentation:

Anika Lietzke, Dieter Schöffmann

VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

50933 Köln, Stolberger Str. 3

Tel. 0221/954567-0, Fax. -5, Email: post@visavis-agentur.de

Köln 2002, 4. überarbeitete Auflage

Bezugsstelle:

Bundesministerium

für Familie, Senioren, Frauen

und Jugend

53107 Bonn

Tel. 0180/5329329

Email: broschuerenstelle@bmfsfj.bund.de

Internet: www.bmfsfj.de