

Engagiert in Hessen

Informationen von Freiwilligen für Freiwillige

Schwerpunkt: „Engagierte Unternehmen - bieten mehr als nur Geld!“



Ausgabe 7
August 2008

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

„Um erfolgreich zu sein, steht man als Unternehmer und Unternehmensbürger auch vor der Frage, welche Spur bzw. welche Bilanz man für die nachkommenden Generationen hinterlässt.“ (Wolfgang Gutberlet, Vorstandsvorsitzender von tegut...Gutberlet Stiftung und Co.)

Die Begriffe Corporate Citizenship und Corporate Social Responsibility sind aus dem heutigen wirtschaftspolitischen Jargon nicht mehr wegzudenken. So bedeutet Engagement von Unternehmen im Gemeinwesen nicht mehr nur einen Nutzen für die Gesellschaft, sondern auch für die Unternehmensentwicklung.

In gemeinnützigen Aktionen und Projekten können die Mitarbeiter ihre Sozial- und Führungskompetenz verbessern. Die Zufriedenheit der Belegschaft und die Identifikation mit dem Unternehmen steigen und nicht zuletzt erhöht sich dadurch auch der Bekanntheitsgrad einer Firma und ihr Image verbessert sich. Letzteres ist vor allem bei kleinen und mittelständischen Unternehmen zur Positionierung am Standort ein wichtiger Faktor.

Es gibt viele Möglichkeiten sich als Unternehmen zu engagieren. Mit den nachfolgenden Beispielen möchten wir eine kleine Auswahl aus verschiedensten Wirtschaftsbranchen und Formen des Engagements vorstellen.

Zur Herangehensweise wie eine gemeinnützige Einrichtung, eine Freiwilligenagentur oder ein Verein ein Unternehmen für ein Projekt gewinnen kann, nimmt Harold Becker vom Paritätischen Wohlfahrtsverband in der Rubrik Fachbeitrag Stellung. Einen Überblick über die Kampagne „Engagiertes Unternehmen – Impulse für Hessen“ gibt Gabriele Engelmann von Mindspin.

Wir gehen davon aus, dass wir durch diese Ausgabe das eine oder andere Unternehmen anregen, sich als „engagiertes Unternehmen“ zu etablieren und gemeinnützigen Organisationen das Know-how für Kooperationsprojekte mit der Wirtschaft an die Hand geben.

Viel Spaß beim Lesen !

Andrea Befort

Inhaltsverzeichnis

- Editorial
- Aus der Politik
- Fachbeitrag
- Aus der Praxis
- Links
- Pinwand
- Vorschau
- Impressum

Impressum

Redaktionsteam:

Andrea Befort
Marianne Silbermann

Layout und Versand:

Christel Presber
LandesEhrenamtsagentur
Hessen

www.gemeinsam-aktiv.de

Kampagne „Engagiertes Unternehmen – Impulse für Hessen“

Unternehmen in Hessen übernehmen bereits an vielen Stellen Verantwortung für das Gemeinwohl. Doch die Möglichkeiten für Unternehmen sich bürgerschaftlich zu engagieren, sind noch längst nicht ausgeschöpft. Deswegen begleitet die Hessische Landesregierung das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen seit rund drei Jahren unter dem Titel „Engagiertes Unternehmen – Impulse für Hessen“, einer Teilkampagne unter dem Dach von „Gemeinsam Aktiv“.

Ein Hauptinstrument ist das Internetportal www.engagiertes-unternehmen.de.

Neben Informationen und Neuigkeiten zum Thema „Unternehmensengagement“ wird jeden Monat ein neues engagiertes Unternehmen aus Hessen vorgestellt.

Die Auszeichnung „Unternehmen des Monats“, mit der seit Oktober 2005 beispielhaft engagierte Unternehmen - vom Einzelunternehmer bis zum Großkonzern – gewürdigt werden, ist der wichtigste und ein überaus erfolgreicher Bestandteil dieser Webseite. Diese Auszeichnung macht nicht nur die Vielfalt des bürgerschaftlichen Engagements hessischer Unternehmen deutlich, sondern kommt diesen auch direkt zugute. Diese Unternehmen profitieren durch die mit der Auszeichnung verbundene öffentliche Wahrnehmung. So schrieb uns z.B. Franz Dörner, Pressesprecher der Caparol-Firmengruppe in Ober-Ramstadt: „Wir hatten aufgrund der Auszeichnung als „Unternehmen des Monats“ im Juni 2007 eine gute Resonanz. Die Meldung ist im Darmstädter Echo und anderen Lokalzeitungen erschienen. Der Landrat hat uns per Brief gratuliert, auch der Bürgermeister war begeistert. Von Bekannten wurde unsere Geschäftsleitung positiv auf die Geschichte angesprochen. Insgesamt war die Sache also hervorragend.“

Doch auch die Gemeinnützigen profitieren: Die Vereine und Organisationen, mit denen die ausgezeichneten Unternehmen zusammenarbeiten, erhalten einen Anerkennungsbeitrag von 500 €.

Alle bislang ausgezeichneten Unternehmen und weitere gute Unternehmensbürger aus Hessen werden mit ihrem Engagement auf der Webseite unter „**Gute Beispiele aus Hessen**“ ausführlich dargestellt.

In den beiden ersten Jahren lag der Schwerpunkt der Kampagne auf der Vermittlung von „Best Practice“ mittels Workshops. Für Unternehmen wurden unter Anderem verschiedene Workshops zum Thema „Jugendliche in Ausbildung bringen“ angeboten. Unternehmenspraktiker, die schon eigene gute Konzepte entwickelt hatten, wie B.Braun Melsungen AG oder Fraport, ließen andere Unternehmen an ihren Erfahrungen teilnehmen.

Auch Vertreter von Schulen waren zu diesen Workshops eingeladen. Ein weiteres Angebot – und zwar für Gemeinnützige – waren Workshops mit dem Titel: „Unternehmen haben mehr zu bieten als Geld“. Hier erfuhren Gemeinnützige, wie sie Unternehmen für langfristige Partnerschaften gewinnen können, statt zeitintensives Fundraising zu betreiben.

Kampagne besteht seit 2005

Auszeichnung „Unternehmen des Monats“ würdigt Engagement

Unternehmen profitieren durch öffentliche Wahrnehmung

Finanzielle Anerkennung für die Vereine und Organisationen

Workshops zu vielen Themen rund ums Unternehmensengagement

Seit geraumer Zeit ist die Werbung für die Marktplatzmethode und deren Umsetzung in ganz Hessen ein neuer Schwerpunkt der Kampagne. Ein Marktplatz für „Gute Geschäfte“ bietet eine Plattform, auf der Unternehmen aller Größen und Branchen und Gemeinwohlorganisationen sich auf Augenhöhe begegnen, um Geschäfte auf Gegenseitigkeit miteinander auszuhandeln. Die Unternehmen bieten ihre Unterstützung in Form von Arbeitskraft, Sachleistungen, Beratung oder Logistik an. Nur Geldleistungen sind ausgeschlossen. Die Gemeinnützigen vergüten das Engagement mit einem eindeutig definierten Nutzen für die Unternehmen, von denen sie unterstützt werden. Sei es in Form von Öffentlichkeitsarbeit, als Gelegenheit in anderen Lebenswelten zu lernen oder in Form von Dienstleistungen, die sie ohnehin anbieten.

Wir stellen landesweit die Marktplatzmethode bei Freiwilligenagenturen und kommunalen Stellen vor. Alle, die einen Marktplatz veranstalten wollen, beraten und begleiten wir dann dabei, diesen innovativen Weg zur Anbahnung neuer sozialer Partnerschaften zu gehen. Außer tatkräftiger Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit erhält jeder hessische Marktplatz von der Landesregierung eine Internetpräsenz, die nach entsprechender Schulung per Content-Management-System (CMS) selbst verwaltet und gestaltet werden kann.

Projektmanagement „Engagiertes Unternehmen – Impulse für Hessen“ Ansprechpartnerinnen:

Gabriele Engelmann, e-mail: gengelmann@mindspin.de

Marion Wögler, e-mail: mwoegler@mindspin.de

Fachbeitrag

Wie können Gemeinnützige erfolgreich mit engagierten Unternehmen zusammenarbeiten?

Die Zahl der Unternehmen steigt, denen daran gelegen ist, sich als „guter Unternehmensbürger“ zu zeigen, indem sie aktiv an der Gestaltung des Gemeinwesens mitwirken. Auf diese Weise tun Unternehmen nicht nur Gutes – sie leisten oft auch einen Beitrag zur Lösung drängender gesellschaftlicher Probleme. Dies gelingt Unternehmen häufig nur, wenn sie eng mit Non-Profit-Organisationen zusammenarbeiten.

Solche Kooperationen sind anspruchsvoll und voraussetzungsreich und aus der bisherigen Erfahrung lassen sich einige konkrete Erfolgsfaktoren für Gemeinnützige benennen:

- Sie müssen nicht nur von Ihrer Aufgabe überzeugt sein, sondern auch davon, dass für das gute Gelingen Ihres konkreten Projektes die Hilfe und Unterstützung eines (oder genau dieses von Ihnen angesprochenen) Unternehmens möglich und ganz wichtig ist.
Eine der erfolgreichsten Scheiterstrategien ist eine lasche Haltung, wie sie sich in der Bemerkungen eines Geschäftsführers einer sozialen Organisation ausdrückt: „Wenn alle von der Zusammenarbeit mit Unternehmen reden, dann sollten auch wir vielleicht einmal schauen, ob wir ein Unternehmen für unsere Zwecke dienstbar machen können...“.

„Gute Geschäfte“
zwischen
Unternehmen und
Gemeinnützigen

Politik begleitet und
berät Anbahnung
neuer sozialer
Partnerschaften

„Gute
Unternehmensbürger“
aktiv für das
Gemeinwesen

Konkrete Projekte
bekommen Hilfe und
Unterstützung

- Bereiten Sie sich rechtzeitig und gründlich auf die Kooperation vor. Erarbeiten Sie nicht nur charmante, sondern auch realitätstaugliche, machbare Projektideen – auch „auf Vorrat“.
- Beschreiben Sie Ihre Projekt konkret – bei größeren Vorhaben zerlegen Sie das Gesamtprojekt in kleinere ‚verdauliche‘ Pakete, die Sie dann auch verschiedenen Unternehmen anbieten können.
- Stellen Sie Ihre Projekte nach Möglichkeit in den Zusammenhang mit aktuellen lokalen/regionalen gesellschaftlichen Themen, Problemen oder Diskussionen. Damit steigern Sie das Interesse und erhöhen die Realisierungschancen. Gleichzeitig entwickeln Sie Ihr eigenes Image, denn Sie zeigen sich als soziale Organisation bereit und in der Lage, einen Beitrag zu einer guten kommunalen oder regionalen Entwicklung und zu sozialer Problemlösung zu leisten.
- Wählen Sie sorgfältig ein wirklich passendes und anschlussfähiges Unternehmen als möglichen Partner für Ihr Vorhaben aus. Schauen Sie sich den Auftritt des Unternehmens an und bringen Sie seine Unternehmensziele in Erfahrung. Wie sieht die Unternehmenskultur aus, wie die Produktpalette? Passt das Unternehmen zu Ihnen? Gibt es gute Anknüpfungspunkte? Gibt es gemeinsame Interessen? Kennen Sie Mitarbeiter des Unternehmens, die Ihnen Zugänge verschaffen können?
- Machen Sie sich Gedanken über den tatsächlichen konkreten zu erwartenden Nutzen für das ausgewählte und angesprochene Unternehmen. Ein allgemeiner Hinweis auf einen möglichen Imagegewinn oder gar nur einfach beigefügte Literatur zu dieser Frage reicht nicht.
- Arbeiten Sie neben dem Nutzen auch die Gemeinsamkeiten heraus: Obwohl das nicht immer einfach ist: Sie sollten bei Ihren Projekten immer einen Gewinn für beide bzw. alle Seiten anstreben.
- Schaffen Sie sich intern flexible Strukturen, die Sie zu schnellen Entscheidungen befähigen, denn Wirtschaftsunternehmen sind häufig deutlich schneller als soziale Organisationen.
- Schaffen Sie in Ihrer Organisation klare Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten. Stellen Sie umfassende Transparenz über den Einsatz und die Ziele Ihrer Aktivitäten her und kommunizieren Sie beides.
- Pflegen Sie eine möglichst intensive Gesprächskultur mit den handelnden Personen des Unternehmens und gehen Sie bewusst das ‚Risiko‘ ein, dass sich daraus ganz neue spannende gemeinsame Vorhaben entwickeln.
- Beziehen Sie „Ihr“ Unternehmen nach Möglichkeit schon früh in die Entwicklung der Projektidee ein – zumindest aber in die weitere Entwicklung nach dem Abschluss der Kooperationsvereinbarung.
- Betrachten Sie Unternehmen nicht als Ausfallbürgen für bisherige (in der Regel staatliche) Förderungen, denn das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen beruht auf freiwilliger Initiative. Dies bedeutet auch, dass Sie in aller Regel keine laufende dauerhafte Unterstützung erwarten können und sollten.
- Verbinden Sie Corporate Citizenship Projekte niemals mit (Stellen-) Einsparungen.

Projektideen „auf Vorrat“

Lokale gesellschaftliche Themen steigern das Interesse der Verhandlungspartner

Vorausschauend suchen nach dem passenden Unternehmen

Gemeinsamkeiten der Partner führen zum Erfolg

„Ihr“ Unternehmen ist Partner in der Entwicklung der Projektidee

Engagement auf freiwilliger Basis

- Verhalten Sie sich selbstbewusst nach dem Grundsatz: „Wir sind wer!“ Sie leisten gesellschaftlich wichtige soziale Arbeit für ein intaktes soziales Umfeld, ohne das die guten Geschäfte der Wirtschaftsbetriebe gar nicht möglich wären.
- Treten Sie deshalb Unternehmen gegenüber in diesem Zusammenhang nicht als Bittsteller auf, sondern bewegen Sie sich auf gleicher Augenhöhe als Partner.
- Zeigen Sie sich nicht nur als aktiver, sondern vor allem als verlässlicher Partner. Halten Sie die geschlossenen Vereinbarungen peinlich genau ein.
- Wenn Sie sich unsicher fühlen: Greifen Sie auf bestehende Angebote von Freiwilligenagenturen als Mittler und/oder Begleiter zurück.

**Harold Becker, Paritätischer Wohlfahrtsverband Hessen,
34117 Kassel e-mail: harold.becker@paritaet-hessen.org**

Aus der Praxis

Unternehmen unterstützt Lebenshilfe am Freiwilligentag

Unser nunmehr 60-jähriges Unternehmen beschäftigt 220 Mitarbeiter. Diese sind in erster Linie mit Tiefbau-, Erdbau- und Betonbauarbeiten sowie den dazugehörigen Dienstleistungs- und Verwaltungsarbeiten in Werkstatt, Bauhof und Innendienst betraut. Die allermeisten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind seit mehr als 10 Jahren in unserer Gesellschaft dabei – es gibt eine hohe Bindungsintensität zum Betrieb und zwischen den Mitarbeitern untereinander.

Als in Limburg ansässiges Unternehmen sind wir und unsere Mitarbeiter sehr eng mit der Heimat verbunden. Und so versuchen wir, an der einen oder anderen Stelle unsere Ideen, Kontakte und unser spezielles Know-how in verschiedene gesellschaftliche Anliegen in der Region einzubringen. Angeregt durch einen Zeitungsartikel zu den Aktivitäten des Freiwilligenzentrums Mittelhessen e.V., Wetzlar, haben wir vor zwei Jahren Kontakt mit der Lebenshilfe Limburg aufgenommen mit der Frage, ob ein geeignetes Projekt vorhanden sei, das mit unserer Hilfe verwirklicht werden könnte.

Natürlich war eine derartige Maßnahme schnell gefunden und so sollte eine lange geplante Zaunanlage an einer Wohnheim-Einrichtung im Limburger Stadtteil Blumenrod instand gesetzt werden.

Einer unserer Poliere, Harald Hannappel, ein Mann der Tat, konnte auch schnell eine Gruppe von 10 Mitarbeitern, ausgerüstet mit Bagger, LKW und Werkzeug, zusammenstellen. Neben einigen Fachkräften aus dem Baustellenbetrieb wurden auch Mitarbeiterinnen aus dem Einkauf, der Arbeitsvorbereitung sowie Betriebsrat und Geschäftsleitung im „Blaumann“ für das Projekt gewonnen – und den Polieren ist es dabei eine besondere Freude, wenn sie dem Geschäftsführer sagen können, was als nächstes zu tun ist und dass der Schubkarren möglichst „voll“ zu beladen ist – ein nicht unterschätzendes Element, wenn man an der Entwicklung des Betriebsklimas arbeitet. Und so ging man in der Frühe eines sommerlichen Samstags an die Arbeit und schon nachmittags um 15 Uhr war der Erfolg für alle sichtbar.

„Wir sind Wer“

Partner auf
Augenhöhe

Freiwilligenagenturen
als Mittler einbeziehen

Albert Weil AG bringt
sich in gesellschaftliche
Anliegen der
Region ein

Teilnahme am
Freiwilligentag mit
Mitarbeitern,
Betriebsrat und
Geschäftsleitung als
Team

Die notwendigen Geräte und Materialien wurden vom Unternehmen gestellt. Die Mitarbeiter haben ohne Entgelt ihre Freizeit in das Gelingen eingebracht. Die behinderten Menschen waren fasziniert, was sich so mit den Baumaschinen alles machen lässt. Sie haben mit großem Interesse zugeschaut und der eine oder andere hat dann schließlich auch mitgemacht.

Angeregt durch die Freude und die Genugtuung, die der erste Freiwilligentag hervorgerufen hat, waren im Jahr 2007 schon 22 Mitarbeiter „an Bord“ – wir konnten somit zwei Projekte in der Region unterstützen. Erneut hatte die Limburger Lebenshilfe ein Projekt für uns. An diesem Tag haben wir einen Grillplatz hergerichtet, der dann auch gleich zünftig eingeweiht wurde. Eine zweite Gruppe machte sich an einer Schule für „Praktisch Bildbare“, der Walderbachschule in Weilburg zu schaffen und errichtete hier einen Metallzaun.

Auch in diesem Jahr sind die Vorbereitungen für den nächsten „Freiwilligentag“ am 13. September bereits in vollem Gange und erneut ist die Lebenshilfe dabei. Der Kontakt zu der Lebenshilfe hat sich mit dem „Freiwilligentag“ verstetigt und so erhalten wir und unsere Mitarbeiter auch Einladungen für Grilltage und Festivitäten der Limburger Einrichtungen.

So wird der „Freiwilligentag“ mittlerweile zu einer festen Einrichtung in unserem Betrieb – der Anreiz und der Lohn für unsere Gruppe besteht in erster Linie darin, in so viele glückliche Gesichter schauen zu können, die sich über das unter ihren Augen entstehende Werk freuen.

Autor: Klaus Rohletter, Vorstand der Albert Weil AG Limburg
www.albertweil.de

„MOVE Unternehmer engagieren sich“

(Bf) MOVE ist ein Verein, der es sich zum Ziel gesetzt hat, Kontakte zwischen Jugendlichen und Unternehmen herzustellen, um sie in ihrer beruflichen Entwicklung und Ausbildung zu fördern. Man möchte etwas für die Jugendlichen bewegen; daher der Name „MOVE“.

Schülerinnen, Schüler und Unternehmen sollen sich bereits frühzeitig kennen lernen, um zu wissen, welche Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten die Region bietet.

Der Verein wurde im Jahr 2002 gegründet und besteht aus Firmen verschiedenster Branchen. Den Vorstand bilden Rüdiger Dönges von Dönges Druck + Medien GmbH in Dillenburg und Nikolaus Fleischhacker von ORANIER Heiz- und Kochtechnik GmbH in Gladenbach. Weitere Mitglieder sind z.B. ein Malerbetrieb, Rechtsanwaltskanzleien und ein Hotel (eine Auflistung befindet sich auf der Internetseite des Vereins).

Da ein Verein, der sich aus Mitgliedern verschiedener Unternehmensbranchen zusammensetzt, die Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft wesentlich besser und zielgenauer koordinieren kann als ein einzelnes Unternehmen, ist auch die Vielfalt der Projekte entsprechend breit gestreut:

Mitarbeiter und Behinderte arbeiten zusammen

Zwei Projekte wurden durchgeführt

Wiederholte Teilnahme am Freiwilligentag führt zu nachhaltigen Kontakten mit der Lebenshilfe

Frühzeitiger Kontakt zwischen Unternehmen und SchülerInnen

MOVE setzt sich aus Unternehmen verschiedener Branchen zusammen

So vermittelt man zum Beispiel gebrauchte Computer, Monitore, etc. an Schulen und bietet Praktikums- und Ausbildungsplätze an. Mit der Theodor-Heuss-Schule in Wetzlar finden regelmäßig Betriebserkundungen statt. Ferner wurden Unternehmens-Planspiele angeschafft, um die Welt der Wirtschaft für Schüler und Lehrer transparenter zu machen. Führungskräfte aus den Unternehmen halten Vorträge an Schulen und das Johanneum Gymnasium in Herborn erhielt finanzielle Unterstützung bei der Durchführung eines Eignungstests zur Berufswahl. Weitere Projekte beinhalteten Geld- und Sachspenden.

Insgesamt werden zehn Schulen (Haupt-, Realschulen und Gymnasien) von MOVE unterstützt.

Nicht zuletzt nützt den Unternehmen ihr Engagement auch: durch die Aktivitäten kann man Jugendliche für Praktika rekrutieren und an den Schulen für das eigene Unternehmen als Ausbildungsbetrieb werben. Und das hat in den letzten Jahren erfolgreich funktioniert.

Weitere Infos finden Sie unter www.move-hessen.de.

Wirtschaft trifft Soziales und Kultur auf einem Marktplatz

In den letzten zwei Jahren konnte man immer wieder in der Presse von „Marktplätzen“ lesen, Sie fanden z. B. zweimal in Frankfurt, zweimal in Kassel, einmal in Darmstadt und jetzt vor kurzem in Offenbach für die Stadt und den Kreis statt. Die Gemeinsamkeit: Von allen hörte man außerordentlich positive Nachrichten. Der Autor war Mitorganisator bei zwei Frankfurter Marktplätzen (2006 und 2007) und dem Offenbacher Marktplatz, der am 12. 6. 2008 laut, bunt, kreativ und zur höchsten Zufriedenheit aller Beteiligten stattgefunden hat.

Was ist ein Marktplatz?

Die Idee stammt aus den Niederlanden und wird hierzulande von der Bertelsmann Stiftung unterstützt: Auf dem Marktplatz treffen sich gemeinnützige Einrichtungen und Unternehmen. Sie treffen Vereinbarungen über beliebige Projekte wie Beratung, Sachleistungen oder sonstige Unterstützung. **Dabei ist Geld tabu!** Angebot und Nachfrage werden innerhalb von 2 Stunden Aug´ in Aug´ (und auf Augenhöhe) verhandelt. Nach zwei Stunden ist alles vorbei und die Teilnehmer können bei einem Glas Sekt oder Saft auf die erfolgreichen Geschäfte anstoßen und den Tag an einem Buffet ausklingen lassen.

Der besondere Charme

Auf die Inszenierung und die gute Vorbereitung kommt es an: Ein schallender Gong eröffnet die Veranstaltung, ein Moderator führt durch die 2 Stunden und sorgt für gute Laune, eine Reihe von Maklern unterstützt die Verhandlungspartner und „Notare“ sorgen dafür, dass die schriftlichen Vereinbarungen registriert werden und das Ergebnis nach verfolgt werden kann. Zur guten Vorbereitung gehören Workshops mit den Gemeinnützigen („was wünschen wir uns?“, „was bieten wir?“) und Informationsveranstaltungen für die Unternehmensvertreter.

Das Projekt und seine Entstehung

Der zeitliche Vorlauf beträgt ungefähr ein halbes Jahr, wobei zu diesem Zeitpunkt sich die Initiativ-Gruppe schon gefunden haben sollte. Beim jüngst vergangenen Marktplatz für Offenbach Stadt und Kreis kamen zum Freiwilligenzentrum der Stadt und der Freiwilligenagentur des Kreises noch folgende Organisationen dazu: Der Paritätische

Eine Vielzahl von Projekten und Maßnahmen wurde ins Leben gerufen

Durch Aktivitäten werben Unternehmen auch für sich

Immer mehr „Marktplätze“ in Hessen

Gemeinnützige Organisationen und Unternehmen treffen Vereinbarungen

Moderator führt mit guter Laune durch die Veranstaltung

Gute Vorbereitung durch Workshops

Ein halbes Jahr Vorbereitung für „den besonderen Tag“

Wohlfahrtsverband, das Seniorenbüro Winkelmühle und ProFund e.V (eine gemeinnützige Beratungsorganisation) Mit zwei Unternehmen, die gewonnen wurden, war das Projektteam vollständig. In Offenbach konnten wir auf zusätzliche Unterstützung von Unternehmen und Verbänden wie z. B. der IHK rechnen. Die schwierigste Aufgabe war genügend Unternehmen als Teilnehmer zu akquirieren. Es war sehr hilfreich ein Netzwerk von Personen und Organisationen vorzufinden, welches diese Aufgabe übernehmen konnte.

Das Ergebnis

Es wurden über 90 Vereinbarungen im Wert von über € 80.000.- getroffen (Informationen unter www.marktplatz-of.de)

Die 100 TeilnehmerInnen (Unternehmen und Gemeinnützige) gaben auf einem Feedbackbogen ihre Eindrücke des Tages wider und bestätigten, dass sie im nächsten Jahr wieder teilnehmen wollen.

Autor: Jörg Lutz, ehrenamtlicher Mitarbeiter bei ProFund e.V. Offenbach

Garten- und Grünanlagengestaltung Bastian Rafalzik

(Bf) Dass auch ein kleines Unternehmen sich vielfältig sozial engagieren kann, sieht man an dem Drei-Mann-Betrieb „Garten- und Grünanlagengestaltung Bastian Rafalzik“ in Dutenhofen bei Gießen.

Das junge Unternehmen, dessen Mitarbeiter alle nicht älter als Mitte zwanzig sind, war bereits wiederholt beim „Freiwilligentag“ des Freiwilligenzentrums Mittelhessen e.V., Wetzlar, tätig. So wurden im Hospiz in Wetzlar Wasserspiele gebaut, der Garten gepflegt und aufgrund eines privaten Kontakts Gartenarbeiten auf dem Gelände der Alzheimergesellschaft vorgenommen.

In diesem Zusammenhang wurden auch schon wiederholt geschäftliche Aufträge durch ehrenamtliche Einsätze weiter- bzw. zu Ende geführt. Zwischen den beiden Institutionen und der Firma hat sich im Laufe der Zeit eine nachhaltige Partnerschaft entwickelt.

Für den Inhaber, Bastian Rafalzik, ist es selbstverständlich, dass man sich sozial engagiert. Er selbst war schon mit 17 Jahren als Jugendbetreuer und –trainer, sowie einige Zeit als Mitglied der Space Party Crew ehrenamtlich aktiv. Auch die Motivation seiner Mitarbeiter stellte nie ein Problem dar. Das junge Team war und ist immer wieder bereit, hin und wieder ehrenamtliche „Sonderschichten“ einzulegen.

Abgesehen von der Freude und Begeisterung in den Augen der Menschen, die laut Bastian Rafalzik die schönste Anerkennung für das Engagement ist, ist es für den jungen Unternehmer natürlich auch wichtig Kontakte zu knüpfen und am Standort bekannt zu werden. Andere Firmen, Institutionen und Menschen, die sehen, was diese Firma über ihre geschäftlichen Aufträge hinaus erschafft, werden durch Empfehlungen und Mundpropaganda den einen oder anderen Auftrag für das Gartenbauunternehmen einbringen.

Weitere Informationen erteilt Bastian Rafalzik,

e-mail: gaertner@rafalzik.com

Projektteam setzt sich aus unterschiedlichen Partnern zusammen

Vereinbarungen im Wert von € 80.000 getroffen

Kleines Unternehmen zeigt großes Engagement

Verknüpfung von geschäftlichen Aufträgen und ehrenamtlichem Engagement

Motivation durch Begeisterung der Menschen und Positionierung am Standort

Initiative „Jugend hat Zukunft“ der Firma B.Braun AG Melsungen
(MaSi) Die Initiative „Jugend hat Zukunft“ wurde im Juni 2005 gegründet.

Die Mission:

- Die Berufsorientierung muss frühzeitig (7. Klasse) beginnen, um das notwendige Bewusstsein für Berufswahl und die individuellen Perspektiven ausbauen und festigen zu können.
- Aufbau regionaler Bildungsnetzwerke, die interdisziplinär und partnerschaftlich zusammenarbeiten, Jugendlichen Perspektiven aufzeigen und sie ihren Fähigkeiten entsprechend fördern und stärken.
- Mehr Sensibilität für die Situation, die Probleme und die Zukunftsängste der Jugendlichen entgegenbringen. Damit verbunden die Notwendigkeit, regionale Ressourcen zielgerichtet zu bündeln und bedarfsorientierte Projekte zu initiieren, zu unterstützen und voranzubringen.

Die Ziele:

- Stärkung des Selbstwertgefühls und damit die Eigenverantwortung der Jugendlichen
- Reduzierung der Schülerinnen und Schüler ohne Schulabschluss
- Verminderung der vorzeitigen Ausbildungsabbrüche aufgrund mangelnder Berufsorientierung
- Senkung der Quote der Schulabbrecher
- Ausbildungsreife verbessern, dokumentieren und zertifizieren
- Unter Berücksichtigung der demographischen Entwicklung, eine Region mit Perspektiven für junge Menschen zu entwickeln, die als Fachkräfte von morgen den Betrieben zur Verfügung stehen
- Zukunftsfähigkeit und Lebensqualität in der Region erhalten und fördern

Ursprünglich wurde die Initiative für die Zielgruppe HauptschülerInnen ins Leben gerufen. Heute ist die Zielgruppe um die RealschülerInnen erweitert worden, die in drei Projekten betreut werden.

Die Firma B.Braun AG arbeitet mit folgenden Partnern in einem Netzwerk zusammen:

- Gesamtschule Melsungen / Radko-Stöckl-Schule, Berufliche Schulen Melsungen
- Arbeitskreis *SchuleWirtschaft*
- regionale freie Bildungsträger
- Betriebe der Region aus Industrie / Handel / Handwerk
- Agentur für Arbeit / ARGE
- Industrie- und Handelskammer / Kreishandwerkerschaft
- Landkreis Schwalm-Eder / Stadt Melsungen
- Staatliches Schulamt
- Mentorenteam
- AKGG gemeinnützige GmbH Arbeitskreis Gemeindenahe Gesundheitsversorgung Melsungen (sozialpädagogische Begleitung)

Für die Durchführung des Programms wurde ein Mentorenteam (zurzeit 25 MentorInnen) aus Bürgern aus der Region und der Stadt Melsungen, Pensionären und Mitarbeitern der B. Braun Melsungen AG aufgebaut. Alle MentorInnen arbeiten aus eigenem Antrieb und aus Überzeugung mit. In der Regel erweitert sich das Mentorenteam durch ‚Mund-zu-Mund Propaganda‘. Der Aktivitätsgrad einer/s jeden Einzelnen ist unterschiedlich hoch und wechselt. Die MentorInnen sind dem Übergangsbüro Schule-Beruf dort von einer Trainerin gecoacht und weitergebildet.

Die Mentoren übernehmen Beratungs- und Vertrauensfunktion im Sinne einer Lern- und Lebensbegleitung (z.B. individuelles

Unterstützung der Hauptschüler beginnt in der 7. Klasse

Jugendlichen als Fachkräfte von morgen eine Perspektive geben

Erweiterung der Zielgruppe

Initiative arbeitet im Netzwerk

BürgerInnen, Pensionäre und Mitarbeiter sind ehrenamtliche MentorInnen

Bewerbungstraining, wenn erforderlich führen sie Elterngespräche) Sie verstehen sich als Partner des Jugendlichen und unterstützen ihn mit ihrer eigenen Lebens- und Berufserfahrung. Sie reflektieren das Verhalten und die persönliche Lebenssituation des Jugendlichen – machen Mut und zeigen neue Wege auf (z. B. Begleiten sie bei Vorstellungsgesprächen, Behördengängen, etc.). Sie sind: Kontaktinitiatoren und Mittler für Austausch zwischen Schule und Wirtschaft; Unterstützer/in von integrativer Berufsfindung, Begleitung kontinuierlicher Praxistage, Ausbildungsplatzlotsen für ihre Region. Dazu gehört auch die Vor- und Nachbereitung schulischer Praktika. Die Mentorinnen unterstützen und begleiten den individuellen Berufsfindungsprozess der SchülerInnen.

Folgende Erkenntnisse konnten bisher durch diesen Unternehmenseinsatz gewonnen werden:

- Jugendliche verfügen über Potenziale. Sie müssen entdeckt und entsprechend gefördert werden.
- Jugendliche benötigen ein klares Regelwerk und Vorbilder, die es einfordern und vorleben.
- Jugendliche brauchen Perspektiven. Wo keine sind, können keine entwickelt werden.
- Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist die Erkenntnis, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und eine gegenseitige Anerkennungskultur und Wertschätzung zu pflegen.
- Die öffentliche Wahrnehmung der beteiligten Akteure steigt.

Seit Gründung der Initiative haben sich die Partner immer stärker vernetzt und ihre Zusammenarbeit intensiviert, so dass die Initiative auch in Zukunft weiter Bestand haben wird. Damit junge Menschen über eine frühzeitige Berufsorientierung persönlich Perspektiven für sich entwickeln, darüber Lernanreize und –motive geschaffen werden, wird es weiterhin erforderlich sein, die Initiative aus dem Blickwinkel der Prävention fortzusetzen. Kay-Henric Engel meint dazu:

„Bei abnehmenden Schülerzahlen und einem zukünftigen Fachkräftebedarf, können wir uns keinen Qualitätsverlust oder sogar Qualitätsausfall bei den Schulabgängern leisten.“

Ansprechpartner: Kay-Henric Engel, B.Braun Melsungen AG, 34209 Melsungen, e-mail: kay-henric.engel@bbraun.com

Links

Hier finden Sie Anregungen, Leitfäden, Workshops u.v.m.

<http://www.sozialekooperation.de>

<http://www.upj-online.de>

<http://www.corporatecitizen.de>

http://www.dji.de/bibs/Lok_Buend_Praxisinfo/315_ZugangUnternehmen090205.pdf

<http://www.buendnis-fuer-familie.de/partner/wirtschaft.html>

[http://www.fundraising-](http://www.fundraising-factory.org/docs/AndreasSchiemenz_ExpertenTipp.pdf)

[factory.org/docs/AndreasSchiemenz_ExpertenTipp.pdf](http://www.fundraising-factory.org/docs/AndreasSchiemenz_ExpertenTipp.pdf)

[http://www.jaeger-](http://www.jaeger-direkt.com/we_de/inteam/aktuelle_news/pdf/GA_Unternehmen_Cooper.pdf)

[direkt.com/we_de/inteam/aktuelle_news/pdf/GA_Unternehmen_Cooper.pdf](http://www.jaeger-direkt.com/we_de/inteam/aktuelle_news/pdf/GA_Unternehmen_Cooper.pdf)

<http://www.unternehmen-fuer-die-region.de/>

<http://www.gute-geschaefte.org>

Beratungs- und Vertrauensfunktion im Sinne einer Lern- und Lebensbegleitung

Jugendliche verfügen über Potentiale, die gefördert werden müssen

Zukunft der Initiative ist gewährleistet

Informationen für Non-Profit-Organisationen und Unternehmen

<http://www.wir-tun-was.de/bilder/buergerkongresse/supplement-zukunftsmanifest.pdf>
<http://www.erfolgsfaktorfamilie.de/netzwerk>
<http://tuev-hessen.de>
<http://charity-label.com>
<http://www.bpb.de/publikationen/ZD5DHK,0,Corporate-Citizenship.html>
www.b.braun.de



Pinwand

Kongress in Paderborn vom 25.- 26. September 2008
„Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen“

Förderer sind: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration NRW.

Nähere Informationen:

www.b-b-e.de/unloads/media/nl12_flyer_tagung_paderborn.pdf

6. Social Day am 28. September 2008 in Frankfurt

Am Malteser Social Day entdeckt Frankfurts Wirtschaft eine neue Kultur der Hilfe. 500 Mitarbeiter aus 27 Unternehmen wollen rund 80 Projekte umsetzen.

Weitere Informationen erhalten Sie von Lioba Abel-Meister, Malteser Hilfsdienst Frankfurt, Tel. 069-7 10 33 77 0 oder www.socialday.de

Vorschau

Engagement für Natur und Umwelt

Natur und Umwelt brauchen den Einsatz von Ehrenamtlichen. Aktivitäten können in einem Verein stattfinden oder es gibt Initiativen, die sich dieses Themas annehmen. Liebe Leserin, lieber Leser, wenn Sie sich in diesen Bereichen engagieren, lassen Sie uns an Ihrem Engagement teilhaben, indem Sie uns darüber berichten. Redaktionsschluss ist der **01.Oktober 2008**.

Hilfen im Internet

Termine !!!

Die nächste Ausgabe
Thema „Engagement
und Umwelt“
erscheint im
November 2008

Impressum

(Die Redaktionsmitglieder arbeiten ehrenamtlich)

Redaktions-Team:



Andrea Befort (Bf)
Engagement-Lotsin
e-mail:
andreabefort@aol.com

zuständig für:
„Editorial „
„Aus der Praxis“
„Pinwand“
„Links“



Marianne Silbermann (MaSi)
SeniorTrainerIn und Engagement-Lotsin
e-mail:
marianne.silbermann@t-online.de

zuständig für:
„Editorial“
„Aus der Politik“,
„Fachbeitrag“,
„Aus der Praxis“
„Links“