



Corporate Volunteering in Deutschland Lernfeld Ehrenamt

In den USA und Großbritannien ist das Corporate Volunteering längst etabliert. Es ist ebenso Teil der gesellschaftlichen Verantwortung, der sich Unternehmen stellen, wie Element einer proaktiven Gestaltung des Images in der Öffentlichkeit. Inzwischen springen auch in Deutschland immer mehr Arbeitgeber auf den Zug auf. Einige Unternehmen und öffentliche Verwaltungen unterstützen das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter sogar mit umfassenden Programmen und Anreizsystemen. Die Motive sind unterschiedlich, die Formen vielfältig, die Erfahrungen durchweg positiv, wie Ute Schönefeldt bei ihren Gesprächen mit verschiedenen Verantwortlichen erfuhr.

Ute Schönefeldt ist freie Wirtschaftsjournalistin in Bielefeld.



Zu den Vorreitern in Sachen Corporate Volunteering zählt in Deutschland die Henkel AG & Co. KGaA. Sie unterstützt ihre Mitarbeiter bereits seit Januar 1998 im Rahmen des Programms „Miteinander im Team“ (MIT). Ausschlaggebend für die Initiierung dieses Programms war ein starker Anstieg der Spendenanfragen Mitte der 90er-Jahre. „Wir konnten nicht mehr allen Anfragen gerecht werden und haben nach einer Möglichkeit gesucht, zielgerichtet, flexibel und partnerschaftlich zu helfen. Dafür erschien uns das Corporate Volunteering besonders geeignet“, berichtet Christa Böhler, Leiterin Corporate Donations. Mit diesem Instrument stelle man sicher, dass die Hilfe auch wirklich vor Ort ankomme.

Seit 2001 werden auch bei der Deutschen Bank AG Corporate-Volunteering-Aktivitäten unterstützt. Seit 2008 genießt Corporate Volunteering dort eine strategische Bedeutung als eines von mehreren Handlungsfeldern im Rahmen der Corporate Social Responsibility (CSR). „Neben der Förderung des Gemeinwohls war das zentrale Motiv, dass wir in der Öffentlichkeit mit mehr als Geld identifiziert werden wollten. Zudem passt ehrenamtliches Engagement ideal zu unserem CSR-Leitgedanken ‚Soziales Kapital schaffen‘“, sagt Thomas Baumeister, Head of Volunteering für die Region Deutschland. Personalpolitische Überlegungen waren also ursprünglich weder bei Henkel noch bei der Deutschen Bank ausschlaggebend für das Engagement. Inzwischen wird die Bedeutung für das HR-Management allerdings durchaus gesehen.

Bei anderen Unternehmen war die personalpolitische Komponente von Corporate Volunteering von vornherein mitentscheidend für die Initiierung entsprechender Programme. Etwa bei der Stadt Köln und ihrem Programm „StadtAktiv“. „Die





Das Spektrum der geförderten CSR-Projekte ist groß. Feuerwehren, Sportvereine und Obdachlosenhilfe sind ‚Klassiker‘. Foto: Helfer der freiwilligen Feuerwehr Kandern, Baden-Württemberg.

Stadtverwaltung möchte sich mit ihren Beschäftigten für das Gemeinwohl, aber zugleich auch für die Schaffung und Erhaltung einer mitarbeiterfreundlichen Unternehmenskultur einsetzen“, erläutert Susanne Kunert von der Kommunalstelle FABE (Förderung und Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements) der Stadt Köln. Ähnliches ist von der E.ON AG zu hören. Hier steckt das Corporate Volunteering in Deutschland zwar noch in den Anfängen, soll aber forciert werden. „Wir steigern damit unsere Attraktivität als Arbeitgeber, die Mitarbeiter bilden sich weiter, und wir tragen etwas zum Wohl der Gemeinschaft bei“, formuliert Nick Lakin, Leiter Marketplace und Community, die Ziele.

Bei der Volkswagen AG wird das Projekt „Volkswagen pro Ehrenamt“ neben seiner Bedeutung für das Gemeinwohl sogar explizit als Personalthema eingeordnet, organisatorisch ist es daher der Personalabteilung zugeordnet. „Volkswagen pro Ehrenamt“ ist für das Management ein wirksames Instrument, um Wertschätzung gegenüber der ehrenamtlichen Tätigkeit der Mitarbeiter zum Ausdruck zu bringen. „Die öffentliche Wertschätzung ehrenamtlicher Tätigkeiten wird mehr denn je ein wichtiger Aspekt der Personalarbeit im Unternehmen“, erläutert Ralf Thomas, Geschäftsstellenleiter von „Pro Ehrenamt“. Thomas begründet seine Einschätzung mit dem Hinweis auf eine Studie



der Mercer Deutschland GmbH, wonach nicht etwa hohe Bonuszahlungen und Aufstiegschancen Mitarbeiter zu guten Leistungen motivieren, sondern Respekt und Anerkennung.





Von handwerklichen Arbeiten bis Wissensvermittlung

Das Spektrum der geförderten Maßnahmen ist bei allen befragten Unternehmen groß. Es kann sich um einzelne Maßnahmen handeln oder um längerfristiges Engagement, um handwerkliche Tätigkeiten oder um Wissenstransfer, um Projekte im direkten Umfeld des Unternehmens beziehungsweise der Aktiven oder um internationale Einsätze. So renovierten Ehrenamtliche der Stadt Köln unter anderem eine Jugendkunstschule oder veranstalteten Rallyes für körperbehinderte Erwachsene. Mitarbeiter der Deutschen Bank organisieren seit Jahren regelmäßige Begegnungen eines Kindergartens mit Bewohnern eines Altenheimes. Oder sie begleiten als Mentoren einzelne „Schützlinge“, beispielsweise bei der Suche nach einem Ausbildungs- oder Arbeitsplatz. Mitarbeiter von Henkel ermöglichen deutschen Grundschulern Projekte wie „Lernen unterm Zirkuszelt“ oder verhelfen Kindern in Bangladesch oder Peru zu einer Schulbildung.

Unterschiedlich ist der Umfang der Förderung. Er reicht von bezahlter Freistellung über Geld- und Sachspenden bis hin zu Organisationsleistungen. Bei der Stadt Köln werden Mitarbeiter maximal einen Tag freigestellt, um gemeinnützige Projekte zu unterstützen. „Materialkosten können nur in geringem Umfang übernommen werden, da im Vordergrund von Corporate Volunteering die Bereitstellung der Arbeitskraft und des Know-how der Mitarbeiter steht“, erläutert Susanne Kunert. Wesentlich größer hingegen ist der Spielraum für die Henkel-Mitarbeiter. Sie können im Jahr bis zu fünf Tage bezahlter Freistellung bekommen. Für Community-Projekte, zu denen soziales, kulturelles, karitatives und ökologisches Engagement zählen, werden maximal 5 000 Euro pro Projekt bewilligt, für Kinderprojekte sind es maximal 10 000 Euro. „Was dem einzelnen Mitarbeiter bewilligt wird, hängt ganz von seinem Engagement ab. Maßgebend sind die Zeit, der Einfluss und der Arbeitsumfang des Antragstellers im Projekt“, berichtet Christa Büchler. Über die Bewilligung entscheiden die MIT-Komitees, die an den einzelnen Standorten mehrmals jährlich tagen.

Gute Resonanz

Die Möglichkeiten werden von den Mitarbeitern gut angenommen. Dafür sprechen die Fakten. Henkel beispielsweise zählte bereits nach einem Jahr 59 durchgeführte Projekte. In diesem ersten Jahr beschränkte sich das Engagement noch auf den Standort Düsseldorf. 1999 er-



Immer mehr Unternehmen beginnen zu verstehen, dass ihr Image auch davon abhängt, ob und wie sie ihrer gesellschaftlichen Verpflichtung gerecht werden. Foto: Vattenfall Schulcup in Berlin.

folgte die Ausdehnung auf alle Henkel-Standorte, 2002 wurde MIT international. Inzwischen beläuft sich die Zahl der MIT-Projekte auf über 7 000. Dafür wurden Mitarbeiter insgesamt 620 Tage freigestellt. Die Fördersumme beläuft sich auf mehr als 13 Millionen Euro. „In Deutschland engagieren sich etwa 19 Prozent unserer Mitarbeiter“, berichtet Büchler. Bei der Deutschen Bank waren es im vergangenen Jahr 4 750 Beschäftigte, etwa 17 Prozent der Belegschaft. 2007 lag der Anteil bei zwölf Prozent. Dabei machten Mitarbeiter aller Geschäftsbereiche und Hierarchieebenen gleichermaßen mit.

Die Programme richten sich an alle aktiven Mitarbeiter, bei Henkel und VW auch an die Pensionäre. Diese standen bei „Volkswagen pro Ehrenamt“ sogar am Anfang der Überlegungen. Das Projekt startete im Dezember 2006. In diesem Zeitraum endete das Gesetz zur Altersteilzeit, und sukzessive begann die Rente mit 67. Ungefähr 7 000 Angestellte von Volkswagen Deutschland





waren von den Änderungen der Rahmenbedingungen zum Ausscheiden bei Volkswagen betroffen. Diese Mitarbeiter wollte das Unternehmen bei ihrem Ausstieg aus dem Job begleiten und die sinnstiftende Wirkung von Ehrenämtern aufzeigen. Vor dem Hintergrund, dass viele Mitarbeiter ohnehin schon ehrenamtlich aktiv sind, hat man das Projekt dann für alle VW-Mitarbeiter ins Leben gerufen. „Legt man gängige Statistiken zugrunde, müssten deutschlandweit schon 25 000 VW-Beschäftigte ehrenamtlich aktiv sein – ein Schatz, den niemand kennt. Wir heben ihn jetzt, indem wir das Engagement sichtbar machen und als Ergebnis eine Art Management-Tool entwickeln“, erklärt Ralf Thomas.

Zum Mitmachen motivieren

Um die Mitarbeiter als Corporate Volunteers zu gewinnen, nutzen die Unternehmen verschiedene Anreizsysteme. Schon allein die Möglichkeit, vom Arbeitgeber bei seiner ehrenamtlichen Tätigkeit unterstützt zu werden, ist für Beschäftigte oft Grund genug zum Mitmachen, insbesondere wenn sie sich ohnehin schon für das Gemeinwohl einsetzen. „Nur steht dieses Engagement oft nicht in Verbindung mit dem Unternehmen, weil das in Deutschland noch nicht so üblich ist. Wenn man dieses Mitarbeiterengagement jetzt aber systematisch unterstützt, ist eine gute Resonanz wahrscheinlich. Wir sehen das an unseren Steigerungsquoten“, unterstreicht Baumeister.

Engagement möglich zu machen, muss sich nicht nur auf bezahlte Freistellung, Geld- oder Sachspenden beschränken. Henkel beispielsweise hat mit seinem MIT-Netzwerk ganz neue Wege beschritten. Die Anregung dafür kam von den Volunteers selbst. Sie wünschten sich ein Forum, in dem sie Informationen und Erfahrungen austauschen und Synergien schöpfen konnten. Henkel hat dieses in Form

eines rege genutzten Internetforums bereitgestellt. „Wenn jemand Fragen im Rahmen von handwerklichen Projekten hat, bekommt er genauso Unterstützung wie jemand, der nach Informationen zum Amt des Schullehrsprechers sucht“, sagt Büchler. Die Vernetzung wird seit dem Sommer im Rahmen eines internationalen Teamprojektes sogar weltweit vorangetrieben.

Engagement wertschätzen

Ein weiterer wichtiger Baustein für die Mitarbeitermotivation ist die Wertschätzung. Die Stadt Köln hat ihre Mitarbeiter beispielsweise schon bei der Namensfindung einbezogen und dabei von Anfang an für eine hohe Identifikation der Beschäftigten mit dem Programm gesorgt. Dazu sagt Kunert: „Mit dem Begriff StadtAktiv wurde für die Stadtverwaltung ein eigener deutscher Name gefunden, der sich bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eingepreßt hat. Die Beschäftigten selbst haben diesen Begriff in einem Wettbewerb ermittelt.“

Auch mit verschiedenen Events drücken Unternehmen ihre Wertschätzung aus. So gibt es bei der Deutschen Bank einmal im Jahr ein großes Volunteering-Sommerfest, an dem mehrere Hundert Menschen teilnehmen, neben den Ehrenamtlichen auch ihre Non-Profit-Partner und Familienangehörigen. Henkel hat einen Runden Tisch eingeführt, zu dem einmal im Jahr ein Querschnitt der ehrenamtlich Aktiven eingeladen wird. Hinzu kommen immer ein Mitglied der Geschäftsleitung sowie der Familie Henkel, um sich bei den Mitarbeitern zu bedanken und ihren Einsatz zu würdigen.

Ein ganz bedeutender Aspekt ist darüber hinaus das Informieren über die Corporate-Volunteering-Programme und über die einzelnen Projekte. Dazu nutzen die Unternehmen neben externer Medienarbeit vor allem vielfältige interne Kanäle wie E-Mails, Newsletter, Mitarbeitermagazine oder Prä-



Was brauchen Projektmanager wirklich?

Finden Sie es heraus:
www.threon.com/HR



THREON

Threon GmbH

Tel.: +49 (0)8151 44688-0

Fax: +49 (0)8151 44688-29

E-Mail: info_de@threon.com





sentationen für Multiplikatoren. Häufig können die Mitarbeiter ihre Projekte auch im Intranet vorstellen. „Das sorgt nicht nur für Transparenz, sondern die Aktiven können auch mit einem Link auf ihr Projekt aufmerksam machen. Diese Möglichkeit wird gerne genutzt“, sagt Baumeister.

Henkel berichtet zudem jährlich in einer eigenen Zeitschrift über alle Projekte im Rahmen von „Henkel Smile“, dem unternehmerischen Engagement für die Gesellschaft. Den MIT-Projekten wird dabei großer Raum gewährt. Darüber hinaus gibt es jedes Jahr den MIT-Taschenkalender, in dem einzelne Projekte vorgestellt werden, und den MIT-Fotowettbewerb, bei dem Ehrenamtliche für ihr Projekt eine Sonderförderung gewinnen können.

Als sehr effektives internes Kommunikationsmittel hat sich Mundpropaganda erwiesen. „Zufriedene Volunteers sind die beste interne Werbemaßnahme“, bestätigt Baumeister. Das berichtet auch Susanne Kunert von der Stadt Köln. Daher sei es sehr wichtig, dass die Projekte gut vorbereitet seien und für die Beteiligten erfolgreich verliefen.

Give-aways für Freiwillige

Bei Volkswagen hat man viel Wert darauf gelegt, dem Management den förderlichen Zusammenhang zwischen Ehrenamt und Arbeitsplatz zu erläutern. „Wir haben zu diesem Thema inzwischen über 80 Vorträge in Führungskräfteunden gehalten, vom mittleren bis zum Topmanagement“, berichtet Rolf Thomas. Förderlich sei dieses Engagement vor allem, wenn man es sichtbar mache. Und dazu habe VW verschiedene „Give-aways“ wie Anstecknadeln, Ausweishalter und Schweißbänder entwickelt. Diese erhalten die Mitarbeiter von



Art und Umfang von CSR-Maßnahmen sind unterschiedlich. Sie reichen von bezahlter Freistellung über Geld- und Sachspenden bis zu Organisationsleistungen. Foto: Mitarbeiter der „Berliner Tafel“ kontrollieren gespendetes Obst.

ihren Vorgesetzten, wenn sie sich ehrenamtlich engagieren. Ob ein Mitarbeiter sich ehrenamtlich einsetzt, erfährt die Führungskraft von „Pro Ehrenamt“ oder inzwischen auch vom Betreffenden selbst. Damit wird zwischen beiden eine Kommunikation zu diesem Thema möglich, der Vorgesetzte kann dem Mitarbeiter Wertschätzung entgegenbringen, allein schon durch sein Interesse an dem Engagement, aber zum Beispiel auch durch flexible Arbeitszeitabsprachen.

Auch innerhalb der Belegschaft sind durch diese Give-aways ganz neue Netzwerke über Abteilungsgrenzen und Hierarchieebenen hinweg entstanden. Die Ehrenamtlichen erkennen sich anhand von Anstecknadeln und anderen Symbolen und gehen aufeinander zu. „Das hilft auch im betrieblichen Alltag“, erklärt Thomas.

Corporate Volunteering als besondere Form der Anerkennung und Förderung bietet die Deutsche Bank seit 2008 an. Mitarbeiter kön-

nen sich für die Teilnahme an einem inhaltlich anspruchsvollen Beratungsprojekt bewerben, bei dem sie für vier bis sechs Wochen in Entwicklungs- oder Schwellenländer gehen, um dort Mikrofinanzinstitute mit ihren beruflichen Fachkompetenzen zu beraten. Die Auswahl erfolgt in einem mehrstufigen Prozess. Vor Ort sind die Volunteers mit komplexen Anforderungen in einem fremden Umfeld konfrontiert, müssen aber relativ zügig Entscheidungen treffen. „Diese Lernerfahrungen kann ihnen keine Business School bieten“, betont Thomas Baumeister.

Konkrete Anstöße geben

Ein weiterer motivierender Aspekt beim Corporate Volunteering ist die Aktivierung der Mitarbeiter durch das Unternehmen. „Wir schlagen konkrete Projekte vor, und die sind immer ganz schnell ausgebucht“, berichtet Susanne Kunert (Kommunalstelle FABE). Al-





KONFERENZ

11.11.2009

8. AusbilderPraxistag

Betriebliche Ausbildung – Impulse aus der Praxis für die Praxis

Der 8. AusbilderPraxistag steht unter dem Motto: „Gewinnung und Auswahl von Auszubildenden der Generation Web2.0 - Web4.0“

Immer mehr webgestützte Instrumente halten Einzug in den Arbeitsalltag, so auch in die Gewinnung und Auswahl von Auszubildenden. In der Veranstaltung werden Ihnen verschiedenste Nutzungsformen präsentiert, die dem veränderten Kommunikationsverhalten junger Menschen Rechnung tragen und mit denen Sie Ihre Rekrutierung und Auswahl auf einen aktuellen Stand bringen.

Anhand zahlreicher Beispiele wird Ihnen gezeigt, wie man mit modernen Medien Auszubildende für das Unternehmen begeistern und ihnen die Berufsorientierung erleichtern kann. Darüber hinaus erhalten Sie einen aktuellen Überblick über geeignete analoge und virtuelle Auswahl- und Potenzialverfahren für Auszubildende. Deren Anwendung dient oft einer gezielteren Vorauswahl seitens der Unternehmen oder einer Selbstauswahl (SelfAssessment) durch den Bewerber. Wir informieren über zu beachtende Regeln und Einsatzgrenzen. Dass sich eine Investition in die nächste Generation lohnt, zeigt zur Abrundung

ein Praxisbeispiel mit ganzheitlichem Ansatz. Neben den Plenumsrunden haben Sie Gelegenheit für Ihre Fragen und einen aktiven Erfahrungsaustausch. Lassen Sie sich für Ihre eigene Praxis inspirieren und nutzen Sie das Get-Together am Vorabend zum Knüpfen wertvoller Kontakte.

Die Konferenz richtet sich an Ausbilder und Ausbildungsverantwortliche.

Termin

11.11.2009 in Leipzig
Get-together am 10.11.2009 ab 19.00 Uhr

Programm

11. November 2009 • 9.00 Uhr – 16.45 Uhr

Webgestützte Rekrutierung von Auszubildenden

Jochim Diercks, Geschäftsführer, CYQUEST GmbH, Hamburg

Praxisaustausch – moderierter Workshop

Annett Mrokwa
Leiterin der Regionalstelle, Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V., Leipzig

Auswahl und Potenzialanalyse bei Auszubildenden – Aktueller Überblick und Trends

Wolfgang Nett

Trainer und Berater, ZfM Zentrum für Management und Personalberatung Edmund Mastiaux & Partner GbR, Bonn

Wie sehen Dialogprozesse der jungen Generation von Internetnutzern, den sogenannten „Digital Natives“ aus?

Thomas Tannhäuser

Mitglied der Geschäftsleitung, TRANSCOM WorldWide AG, Halle/Saale



Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V.
Regionalstelle Leipzig
Nikolaistraße 39 – 45
04109 Leipzig

Anmeldung und weitere Informationen

Service- und Buchungscenter
Fon 0211 5978-0
Fax 0211 5978-149
E-Mail info@dgfp.de

2. Jahrestagung

Strategische HR-Steuerung und Personalcontrolling

Strategisches Personalcontrolling für unternehmensweite Planung und Steuerung von HR-Themen

Hilton Dusseldorf

Hilton Düsseldorf, 26. & 27. November 2009

Profitieren Sie u.a. von folgenden Themenschwerpunkten:

- Gezielte Steuerung von Personalkosten, Kapazitäten und Qualität
- Optimierung der Prozesse im internationalen Personalreporting
- Verknüpfung von strategischem Personalcontrolling und Talentmanagement
- Rolle des Personalcontrollings im Unternehmen
- Früherkennung und Steuerung von Personalrisiken
- Unterstützung der Unternehmensstrategie mit HR

Media Partner:

PERSONAL FUHRUNG
Für alle die Personalverantwortung tragen

Referieren werden u.a.:

Holger Kusmierz
Leiter Personalcontrolling
BARMER Ersatzkasse

Ulrike Bentlage
Director Corporate HR Strategy & Controlling
Bertelsmann AG

Nicole Kohler
Teilprojektleiterin Abbildung Zielstruktur
Zentralbereiche Neue Commerzbank
Commerzbank AG

Stefan Reißig
Leiter HR Controlling / Personalwirtschaft Passage
Deutsche Lufthansa AG

Dr. Dietmar Droste
Vice President HR Systems & Controlling
E.ON AG

Tino Oberthür
Leiter Personalcontrolling und Personalkommunikation
E.ON edis AG

Rudolf Wiesneth
Leiter Personalplanung und Personalcontrolling
Flughafen München GmbH

Dr. Michael Kauer
Leiter Personalcontrolling
Landesbank Baden-Württemberg

Susanna Steinle
Head International HR Controlling
Lanxess Deutschland GmbH

Sven Friedl
Personalmanagement
Pharmaserv GmbH & Co. KG

Alexander Petrowsky
Vice President HR Corporate
ProSiebenSat.1 Media AG

Michael Schmitz
Leiter Personalcontrolling / -strategie
RWE Power AG

marcusevans conferences

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an: **Sezgin Mentese**
E-mail: anzeigen@marcusevansde.com, Tel.: +49 30 890 61 240, Fax: +49 30 890 61 434
www.marcusevansde.com





lerdings freut sie sich über wachsende Eigeninitiative der Mitarbeiter bei der Projektfindung.

Doch nicht von allen Befragten wird die Aktivierung der Mitarbeiter durch das Unternehmen als adäquat betrachtet. Christa Böhler (Henkel) zum Beispiel sagt dazu: „Wir instrumentalisieren unsere Mitarbeiter nicht, sondern fragen sie, wo sie Hilfsbedarf sehen und an welchen Projekten ihr Herz hängt.“

Bei Volkswagen dagegen spielt die Aktivierung der Mitarbeiter für ehrenamtliche Tätigkeit eine große Rolle. Vor dem Start der Pilotprojekte in den Regionen Wolfsburg, Braunschweig und Salzgitter hat der Autobauer dort den Bedarf an ehrenamtlicher Unterstützung ermittelt. Dazu führten die Verantwortlichen Gespräche mit mehr als 350 Organisationen und mit vielen Bürgermeistern. Auf diese Weise wurden später weitere Standorte in das Projekt eingebunden.

Den so ermittelten Bedarf präsentiert „Pro Ehrenamt“ in einem eigenen Internetportal. Dort sind inzwischen über 1 500 Stellenangebote hinterlegt, vom Krankenhausbesuchsdienst über Lesepatenschaften bis hin zur Planung eines Seniorentreffs. Über eine Suchmaske können die Mitarbeiter sich schnell im Angebot orientieren. Inzwischen registriert das Portal, das neben den Stellen auch Informationen zum Projekt selbst und nützliche Infos für Ehrenamtliche bereitstellt, täglich fast 2 000 Klicks. Vom Start des Projektes Ende August 2007 bis Ende Mai 2009 konnte VW 500 ehrenamtliche Helfer vermitteln. Für Pensionäre, die in diesem Portal nicht fündig werden, bietet Volkswagen über eine Kooperation mit einem externen Partner (dem Senior Experten Service) weitere Stellen an, zum Beispiel in der Entwicklungshilfe.

Angesichts der empirisch belegten Strukturveränderungen beim bürgerschaftlichen Engagement haben diese Anreizsysteme gute Chancen, auf fruchtbaren Boden zu fallen. Unter anderem gewinnt die sogenannte biografische Passung an Bedeutung, also das Zusammentreffen von Motiv und Gelegenheit zu bürgerschaftlichem Engagement in einer bestimmten Lebensphase. Hier könnten Corporate-Volunteering-Programme als Initialzündung wirken.

Den Erfolg messen

Unternehmen, die Corporate Volunteering unterstützen, sind natürlich auch an der Wirksamkeit und Nachhaltigkeit der Projekte interessiert. Inzwischen gibt es erste Ansätze einer Erfolgskontrolle. Bei der Deutschen Bank ist das zentrale Steuerungskriterium für Corporate Volunteering die Zielerreichung in den Projekten. Nach einer repräsentativen Befragung bezeugen etwa 20 Prozent der Partnerorganisationen eine substantielle Verbesserung und weitere 30 Prozent eine deutliche Verbesserung in der Zielerreichung. Das zweite wichtige Erfolgskriterium ist die Beteiligung der Mitarbeiter. So waren 65 Prozent der Volunteers aus dem Jahr 2006 auch im folgenden Jahr wieder aktiv, von den Volunteers aus dem Jahr 2007 waren es sogar 68 Prozent. „Dies betrachten wir als eine gute Zwischenbilanz“, kommentiert Thomas Baummeister die Zahlen. Das MIT-Komitee von Henkel bittet die Geförderten immer um ein Feedback, unter anderem dazu, wie die Unterstützung genutzt wurde und inwiefern das Projekt davon profitiert hat. Als Belege sind beispielsweise Fotografien, selbstverfasste Berichte oder Zeitungsausschnitte erwünscht.

Inzwischen spielt Corporate Volunteering bereits im Recruiting eine Rolle, und zwar sowohl aus Sicht des Arbeitgebers als auch des Arbeitnehmers. „Bei Recruiting-Messen und HR-Events weisen wir Interessenten konkret auf unser Corporate-Volunteering-Programm hin. Aber auch umgekehrt werden wir von potenziellen Mitarbeitern danach gefragt“, erläutert Christa Böhler von Henkel. Ein relevantes Kriterium für die Einstellung ist es aber bei allen befragten Unternehmen nicht. Andererseits war das Henkel-Programm laut Böhler für einige Mitarbeiter durchaus ein Grund, zu dem Chemieriesen zu wechseln.

Summary

Corporate Volunteering in Germany

Corporate volunteering has long since become established in the USA and Great Britain. It is both a part of the social responsibility that companies assume as well as an element of proactive public corporate image design. Now, also in Germany, more and more employers are jumping on the bandwagon, not just large corporations but also even public sector employers. Corporate volunteering already plays a role doing recruiting both from the viewpoint of the employer as well as of the employee. Some companies and public administrations actually support the voluntary work of their employees with comprehensive programs and incentive systems. Their motives for doing so differ, the forms of support vary widely, and the experience made with these programs has been positive in every respect as Ute Schönefeldt learned during her discussions with different responsible managers.



KONFERENZ

08.12.2009

In dieser Konferenz erhalten Sie einen Überblick über aktuelle Herausforderungen der Personalarbeit in Kliniken. An Praxisbeispielen aus der Branche zeigen wir Ihnen aktuelle Handlungsfelder der Personalarbeit auf, die Sie selbst verantwortlich steuern oder beeinflussen können. Diskutieren Sie mit Experten und Kollegen die krankenhausspezifischen Konzepte und Lösungsansätze. Erkennen Sie Stärken und Defizite in Ihrer eigenen Organisation, um Ihren eigenen Arbeitsbereich aktiv ergebnis- und zukunftsorientiert gestalten zu können.

Mit dieser Veranstaltung wenden wir uns an Führungskräfte und Personalverantwortliche in Krankenhäusern und Kliniken.

Termin

08.12.2009 in Düsseldorf

Personalmanagement im Krankenhaus

Programm

Moderation

Prof. Dr. Margit Geiger, Lehrstuhl für Personalmanagement, Hochschule Bochum

Fachkräftemangel im Sozial- und Gesundheitswesen als Versorgungsrisiko?!

- Gründe für den Fachkräftemangel
- Boomender Markt und fehlende Attraktivität
- Was wir tun können!
- Ausblick

Gabriele Osing, Leiterin der Abteilung Soziale Dienste, Arbeiter-Samariter-Bund e.V., Köln

Personalbeschaffung. Ärzte gewinnen – kurzfristige Bedarfsdeckung oder langfristige Erfolgssicherung?

Dr. med. Patrick Frey, kaufmännischer Direktor, Marienhaus-Klinik GmbH, Bitburg

Personalentwicklung: erste Erfahrungen mit dem 360°-Feedback für Chefarzte und Oberärzte

- 360°-Feedback zur Evaluation chirurgischer Kompetenz
- Das „Chirurgische Qualitätssiegel (CQS)“ in Praxis und Klinik
- Motivation zur gezielten individuellen Fortbildung statt CME-Punktesammeln nach Gießkannenprinzip

Dr. med. Jörg Ansorg, Geschäftsführer, BDC Service GmbH, Berufsverband der Deutschen Chirurgen e.V., Berlin

Innovative Vergütungsregelungen im Krankenhausbereich

- Kriterien für innovative Vergütungskonzepte
- Praxisansätze und Lösungsbeispiele

Edgar Mergen, Personalleiter, Malteser St. Anna gGmbH, Duisburg (angefragt)

Tanja Kipping, Referentin für Personalentwicklung, Malteser St. Anna gGmbH, Duisburg (angefragt)

Change Management an einer Universitätsklinik am Beispiel aus dem nichtmedizinischen Bereich

- Reorganisation, Outplacement und Teambildung vereinen
- Führung für Fortgeschrittene: Fähige Fachleute führen
- Mut zur Durchsetzung (auch) unpopulärer Maßnahmen

Gert J. A. Reidl, Interim Manager der DGFP-Deutsche Gesellschaft für Personalführung mbH; CSCP AG, Hamburg

Aktuelle arbeitsrechtliche Herausforderungen im Krankenhaus

- Zeitarbeit rechtssicher gestalten
- Outsourcing
- Umgang mit befristeten Aufenthalts- und Arbeitsurlaubnissen

Dr. Frauke Biester, Fachanwältin für Arbeitsrecht, Röhrborn Biester Juli Arbeitsrecht, Düsseldorf

Dr. Stefan Röhrborn, Fachanwalt für Arbeitsrecht, Röhrborn Biester Juli Arbeitsrecht, Düsseldorf

Workshop 1: War for Talents

Prof. Dr. Margit Geiger

Workshop 2: Weiterbildung für Ärzte

Prof. Dr. Margit Geiger

Abschlussdiskussion und Fazit

Get-together zur Pflege von persönlichen Kontakten



Deutsche Gesellschaft für
Personalführung e.V.
Niederkasseler Lohweg 16
40547 Düsseldorf

Anmeldung und weitere Informationen

Service- und Buchungscenter
Fon 0211 5978-0
Fax 0211 5978-199
E-Mail info@dgfp.de