

CORPORATE VOLUNTEERING

Potentiale und Erfolgsfaktoren für die
unternehmerische Praxis



WAS IST CORPORATE VOLUNTEERING?

Unternehmen spielen eine wichtige Rolle wenn es darum geht, globale gesellschaftliche Herausforderungen zu bewältigen und eine lebenswerte Zukunft zu schaffen. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung wird daher zunehmend von ihnen eingefordert und Unternehmen werden verstärkt als „Corporate Citizen“ wahrgenommen.

Corporate Volunteering, das im Kerngeschäft verankert bzw. ein Bestandteil einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie ist, bietet die Möglichkeit für eine Win-Win-Win-Situation aller beteiligten Anspruchsgruppen: das Unternehmen, seine MitarbeiterInnen und das Unternehmensumfeld.

Welche Anreize gibt es für Unternehmen dazu und welche Erfolgsfaktoren und Tipps aus der Praxis können sie mitnehmen? Diese Broschüre möchte die zentralsten Fragen zum Thema Corporate Volunteering beantworten und einen Leitfaden für eine erfolgreiche Umsetzung bieten.

RESSOURCEN FÜR NPO	LEISTUNGSERBRINGUNG FÜR ADRESSATEN DER NPO	CAPACITY BUILDING/ORG. ENTWICKLUNG DER NPO			
HANDS-ON	1:1-BEGEGNUNG	KOMPETENZSPENDEN / SKILL-BASED VOLUNTEERING			
		KOMPETENZ- ERWERB	PRO BONO	KNOW-HOW- TRANSFER	INNOVATION
<div>➤ Bauen</div> <div>➤ Renovieren</div> <div>➤ Umzug/Veranstaltung unterstützen</div> <div>➤ u.v.m.</div>	<div>➤ Besondere Ausflüge; Veranstaltungen</div> <div>➤ Besuche</div> <div>➤ Vorlesen</div> <div>➤ Mentoring</div>	<div>➤ Bewerbungstraining</div> <div>➤ Financial literacy</div>	<div>➤ IT</div> <div>➤ Marketing</div> <div>➤ PR</div> <div>➤ Personal</div> <div>➤ Logistik</div> <div>➤ Recht</div>	<div>➤ Beratung</div> <div>➤ Coaching</div> <div>➤ Vorstandsentsendung</div> <div>➤ u.ä.</div>	<div>➤ Gemeinsame Entwicklung neuer</div> <div>➤ Lösungen</div> <div>➤ Kapazitäten</div> <div>➤ u.v.m.</div>
kurzfristig, viele MA, große Teams		<div></div>			
		längerfristig, wenige MA, kleine Teams			

WAS IST CORPORATE VOLUNTEERING?

Ein Unternehmen unterstützt seine MitarbeiterInnen über Zeitspenden bei ihrem freiwilligen Engagement oder bietet Anreize sich freiwillig zu engagieren: das ist Corporate Volunteering! Maßnahmen bzw. Programme sind vielfältig – und freiwillig. Sie verknüpfen Unternehmen, ihre MitarbeiterInnen und die Gesellschaft und können ein wichtiges Instrument im Bereich der Personalentwicklung (Leadership-Kompetenzerwerb) sein.

CORPORATE VOLUNTEERING IN ÖSTERREICH



28.6%
MENTORING

28.6%
SOZIALE PRAKTIKA

71%
PRO BONO-LEISTUNGEN

85.7%
AKTIONSTAGE

Quelle: Fundraising Verband Austria



Quelle: GfK Austria

VERNETZTE WELTEN

Die Plattform Vernetzte Welten bietet Informationen zu Zeitspenden mit Fokus auf Secondments.

➤ www.vernetzte-welten.at

COVO.AT

Plattform für Corporate Volunteering in Österreich; neben umfangreichen Informationen zu Corporate Volunteering finden sich neben einem Praxis-Blog auch Beschreibungen bereits umgesetzter österreichischer Corporate Volunteering Projekte.

➤ www.covo.at

NETZWERK VERANTWORTUNG ZEIGEN!

Seit 2008 verbindet das Unternehmensnetzwerk Verantwortung zeigen! namhafte Partner aus Wirtschaft und Gesellschaft im Süden Österreichs. Landesweite Projekte und Dialoge wie beispielsweise die VZ Engagementtage, die VZ Nachtschicht oder der VZ Adventkalender bieten Kontakte auf Augenhöhe, von denen beide Seiten profitieren.

➤ www.verantwortung-zeigen.at

FORMEN VON CORPORATE VOLUNTEERING

Corporate Volunteering kennt viele Formen – je nachdem wie viel Zeit zur Verfügung gestellt wird, welche bzw. wie viele MitarbeiterInnen sich beteiligen (und aus welcher Hierarchieebene) und abhängig vom Zielfokus des Engagements. Corporate Volunteering kann den größten Impact entfalten, wenn es an die strategische Geschäftsentwicklung gekoppelt wird – also „skillbased“ stattfindet. Allgemein kann nach folgenden Engagements unterschieden werden.

WO GEHT DIE REISE HIN?

Corporate Volunteering entwickelt sich immer mehr von hauptsächlich handwerklichen Projekten über Social Days bzw. Team-Events, hin zu „skillbased Corporate Volunteering“: Führungskräfte-Entwicklung, Koppelung mit strategischer Geschäftsentwicklung

HANDS-ON

MitarbeiterInnen eines Unternehmens engagieren sich innerhalb ihrer Arbeitszeit freiwillig in einer gemeinnützigen Organisation bzw. NPO. Dies kann einmalig an sogenannten Aktionstagen (Social Days) oder wiederkehrend passieren.

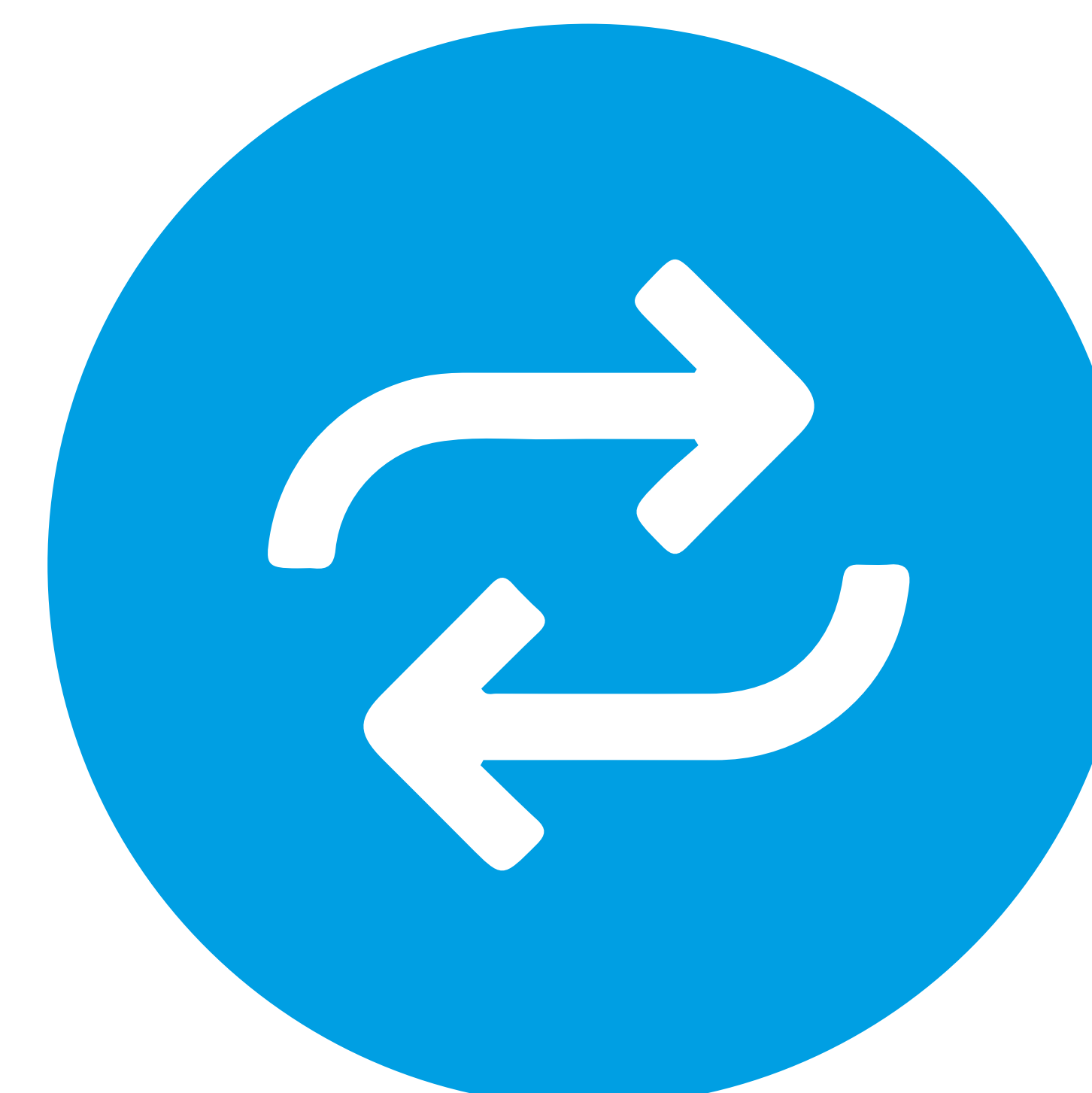


PRO-BONO- LEISTUNGEN

Ein Unternehmen stellt einer gemeinnützigen Organisation seine Dienstleistungen kostenfrei – pro bono – zur Verfügung.

TIME BANKS

Um MitarbeiterInnen stärker in die Auswahl von Volunteeringeinsätzen miteinzubeziehen, stellen viele Unternehmen über zusätzliche Urlaubstage den MitarbeiterInnen ein gewisses Zeitguthaben zur Verfügung (beispielsweise zwei Tage pro Jahr). Oft kann dieses Zeitguthaben stundenweise genutzt werden und eignet sich insbesondere für kurzfristig anfallende Tätigkeiten.



SKILL-BASED VOLUNTEERING

Besonders hohen Nutzen für NPOs, für die engagierten MitarbeiterInnen und Unternehmen haben Skill-based Volunteering Einsätze, die über einen längeren Zeitraum erbracht werden. Dies kann über fallweise Vermittlung von Fachwissen (z.B. Bewerbungstrainings in einer NPO die Jugendliche berät) aber auch durch Coaching von Führungskräften in NPOs erfolgen. Bei langfristigen Überlassungen von MitarbeiterInnen (Secondments) geht es häufig darum, die NPO mit spezifischem Fachwissen zu unterstützen (Know-how Transfer) bzw. MitarbeiterInnen sinnstiftend in einem anderen, neuen Bereich einzusetzen. Gerade im globalen Kontext (Schwellen- und Entwicklungsländer) werden diese häufiger eingesetzt.



NUTZEN UND POTENTIALE VON CORPORATE VOLUNTEERING

SCHON GEWUSST?

*Corporate Volunteering
ist für Unternehmen
von der Steuer absetzbar!*

*bmf.gv.at
www.wirtschaft-hilft.at*



STÄRKUNG DER BEZIEHUNG ZUR
UNTERNEHMENSUMGEBUNG
BZW. BESSERE INTEGRATION IN DIESE



IMAGE ALS GUTER ARBEITGEBER / EMPLOYER BRANDING
SICHTBARMACHUNG DES GESELLSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS DES UNTERNEHMENS
NUTZEN IM RECRUITING VON NACHWUCHSTALENTEN (GENERATION Y, MILLENNIALS)
GLAUBWÜRDIGKEIT NACH INNEN UND AUSSEN DURCH INTEGRATION IN GESAMTSTRATEGIE



CORPORATE VOLUNTEERING ALS INSTRUMENT DER PERSONAL- UND
KOMPETENZENTWICKLUNG DER MITARBEITERINNEN

NEUE MARKTKENNTNISSE
AUFBAUEN VON INTERKULTURELLEM VERSTÄNDNIS
ENTWICKLUNG VON LEADERSHIP-SKILLS



CORPORATE VOLUNTEERING ALS
MOTIVATIONSFAKTOR

TEAMFÄHIGKEIT
LOYALTÄT DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITERINNEN-BINDUNG
STÄRKUNG DER UNTERNEHMENSKULTUR UND DES BETRIEBSKLIMAS
IDENTIFIKATION DER EIGENEN WERTE MIT JENEN DES UNTERNEHMENS
STEIGERUNG DER MITARBEITERINNEN-ZUFRIEDENHEIT

ERFOLGS- FAKTOREN AUS DER PRAXIS

So verankern Sie Corporate Volunteering in Ihrem Unternehmen

Hands-on Projekte sind ein guter Einstieg, aber Skill-based-Volunteering wird immer wichtiger – Unternehmen achten zunehmend auf die Wirkung der Projekte und setzen Corporate Volunteering weniger als Betriebsausflugs-Ersatz ein. Das ist gut so, denn: Corporate Volunteering kann sein volles Potential nur als Bestandteil einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie entfalten bzw. hat dann den größten Impact. Folgende Tipps aus der Praxis helfen Ihnen dabei, Corporate Volunteering in Ihr Unternehmen zu integrieren:

PROJEKTMANAGEMENT

➤ PROJEKTAUSWAHL:

passend zum Kerngeschäft und integriert in eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie! Corporate Volunteering ist umso wirkungsvoller, je mehr es auf die Stärken und Kernkompetenzen des Unternehmens aufbaut. ***Tipp: Beziehen Sie Ihre MitarbeiterInnen nach Möglichkeit in die Projektauswahl mit ein - so steigt das Involvement und die Identifikation mit den Projekten.***

➤ PROJEKTPLANUNG:

Nehmen Sie sich Zeit für die Vorbereitung und stimmen Sie sich mit dem Projektpartner ab! Welche Ziele (und Erwartungshaltungen) haben beide Projektpartner? Welches Zeitkontingent steht zur Verfügung und welche Leistungen werden eingebracht (Zeit, Know-How, zusätzlich Finanzielles...)? Empfehlenswert ist ein durchdachter Zeitplan. Berücksichtigen Sie, dass beide Projektpartner Nutzen aus dem Engagement ziehen sollen (d.h. nicht einseitig)!

➤ PROJEKTEVALUATION:

Evaluieren Sie die Projektergebnisse und die Zusammenarbeit – intern und gemeinsam mit dem Projektpartner (offene Feedback-Kultur)!

KOMMUNIKATION

➤ ANSPRECHPARTNER IM UNTERNEHMEN BESTIMMEN:

MitarbeiterInnen müssen wissen, an wen sie sich wenden können – diese Person kommuniziert auch an die Geschäftsführung.

➤ KOMMUNIKATION DER PROJEKTE INTERN UND EXTERN:

Beziehen Sie Ihre MitarbeiterInnen ein, lassen Sie sie selbst innerhalb des Unternehmens ihre Erfahrungen und Erlebnisse weitergeben! Es ist wichtig, ihr Engagement sichtbar zu machen und zu honorieren. Die externe Kommunikation lässt Ihre Stakeholder wissen, wie sich das Unternehmen engagiert – und lässt auch NGOs wissen, welche Unternehmen Interesse an Corporate Volunteering Aktivitäten haben und potentielle Kooperationspartner sind. Zusätzlich können Corporate Volunteering Projekte ein Anreiz im Recruiting sein: BewerberInnen erfahren so von Ihren Werten und Ihrem Engagement und können sich identifizieren.

➤ OFFENE KOMMUNIKATION BEIDER SEITEN:

Die erfolgreiche Zusammenarbeit lebt von einem konstruktiven und offenen Austausch beider Projektpartner! Wichtig ist ein gegenseitiges Verständnis für die Arbeitsweise der Beteiligten (z.B. Peakzeiten)

WEITERE FAKTOREN

➤ EINBINDUNG DER FÜHRUNGSEBENE:

Auch die Chefs engagieren sich! Das vermittelt die Wichtigkeit der Thematik, macht das Engagement des Unternehmens für die eigenen MitarbeiterInnen authentisch und motiviert sie, mitzumachen.

➤ LANGFRISTIGES ENGAGEMENT:

Corporate Volunteering als Teil einer Gesamtstrategie hat einen höheren Wirkungsgrad und eine höhere interne wie externe Glaubwürdigkeit als ein einmaliges, punktuell stattfindendes Projekt.

➤ RECHTSFRAGEN UND RAHMENBEDINGUNGEN BERÜCKSICHTIGEN:

Versicherung, Genehmigungen, Haftung, Konzernvorgaben in die Planung miteinbeziehen – so kann Schwierigkeiten vorgebeugt werden.

FREIWILLIGE TÄTIGKEITEN KÖNNEN ALS WEITERBILDUNG UND BEI ZUKÜNFTIGEN BEWERBUNGEN VON BEDEUTUNG UND NUTZEN SEIN. BESONDERS NÜTZLICH FÜR FREIWILLIGE IST DAHER EIN NACHWEIS ÜBER DIE ERBRACHTE ZEIT, DIE ART DER TÄTIGKEIT UND ÜBER BESUCHTE FORTBILDUNGEN ODER ERWORBENE KOMPETENZEN.

**DAZU GIBT ES DEN ÖSTERREICHISCHEN FREIWILLIGENNACHWEIS/
FREIWILLIGENPASS SOWIE DAS KOMPETENZPORTFOLIO.**

WEITERFÜHRENDE LINKS

www.freiwilligenweb.at

www.zeitspende.at

Freiwilligennachweis:

<http://www.freiwilligenweb.at/de/nuetzliches/freiwilligennachweis>

Kompetenzportfolio:

ring.bildungswerke.at/pages/15/kompetenzportfolio-fuer-jugendliche-wiki

RESPACT

respACT – austrian business council for sustainable development ist die führende Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltige Entwicklung in Österreich. Der Verein zählt rund 290 Mitgliedsunternehmen die dabei unterstützt werden, ökologische und soziale Ziele ökonomisch und eigenverantwortlich zu erreichen.
- www.respect.at

FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA

Der Fundraising Verband Austria versteht sich als Plattform und Dienstleister für FundraiserInnen in Organisationen und Agenturen sowie für Berater des Non-Profit Sektors. Mit seinen 310 Mitgliederorganisationen ist er die größte Plattform für spendenwerbende Organisationen Österreichs. Der FVA beschäftigt sich zunehmend dem Bereich Zeit- und Sachspenden.
- www.fundraising.at



IMPRESSUM:

Die Produktion dieser Broschüre wurde im Rahmen des Projektes "Strategische Weiterentwicklung von Corporate Volunteering-Programmen als Instrument der Kompetenzentwicklung im Personalmanagement" abgewickelt. Dieses Projekt wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz gefördert. | Herausgeber: respACT – austrian business council for sustainable development, Wiedner Hauptstraße 24/11, 1040 Wien | Redaktion: Cornelia Forsthuber, BA BSc., MMag.a Catharina Freundl, Mag. Stephan Kropf | Grafik: Gebrüder Pixel