

CORPORATE

VOLUNTEERING-

GUT FÜR DIE GESELLSCHAFT

UND BOOSTER

FÜRS BUSINESS

BOBKAS BUSINESS – 05/2024**Corporate Volunteering –
Gut für die Gesellschaft
und Booster fürs Business.**

„Auf Veränderung zu hoffen, ohne selbst etwas zu tun, ist wie am Bahnhof zu stehen und auf ein Schiff zu warten.“

Einstein

Ob wir wollen oder nicht – unsere (Arbeits-) Welt verändert sich. Gerade für mittelständische Unternehmen werden die Herausforderungen garantiert nicht weniger. Immer mehr Unternehmer*innen und Geschäftsführer*innen sind mit dem Management von Krisen konfrontiert, die sie nicht verursacht haben: Inflation, Bürokratie und teilweise existenzbedrohender Mangel an Nachwuchs-, Fach- und Führungskräften. Und zunehmende geopolitische Konflikte, deren Eintritt weder präzise vorhersehbar noch die Auswirkungen annähernd prognostizierbar sind, erhöhen weiter die Dynamik. Am einfachsten wäre es, die Schuld der Politik, dem geopolitischen Treiben weniger Akteure oder etwa der „arbeitsunwilligeren“ GenZ zuzuschieben. Doch es wäre ein Trugschluss. Und brächte nicht die erhoffte Lösung.

Der bessere Weg: Die Realität anerkennen und sich darauf einlassen. Wir sind Teil einer rasant fortschreitenden und tiefgreifenden Wandlungsphase. Weil wir zu der Transformation gehören, können wir sie auch aktiv gestalten.

„Erfolg hat drei Buchstaben: T-U-N“

J.W. von Goethe

Es gibt viele Möglichkeiten, unternehmerische Verantwortung zu übernehmen und viele Lösungswege

– das Spenden für gemeinnützige Zwecke, der Aufbau nachhaltiger Lieferketten, uvm. Ein Konzept ist der Shooting Star und ergänzt diese Möglichkeiten. Es nimmt dabei gezielt die eigene Belegschaft in den Fokus: das **Corporate Volunteering**.



In diesem Whitepaper dreht sich deswegen alles um dieses zukunftsgerichtete Konzept des Corporate Volunteerings (kurz: CV) und ich zeige anschaulich, wie mittelständische Unternehmen besonders davon profitieren. Damit schließt sich der Kreis zum aktuellen Krisenmodus: Gemeinnütziges Engagement wird nicht nur in Bezug auf Nachhaltigkeit in Unternehmen immer wichtiger, um am Markt zu bestehen. Fakt ist auch, dass Mitarbeitende aufgrund des Fachkräftemangels hohe Erwartungen an Sie als Arbeitgeber stellen – einfach, weil sie es können. Leistungsträger im Betrieb zu halten ist die Zukunftsherausforderung. Denn Wechselmotive und Anreize finden sich schnell. Ein Grund mehr, dem frühzeitig wirksam entgegenzuwirken.

Ihre Arbeitgebermarke und eine erlebbar moderne Führung der eigenen Mannschaft spielen dabei eine zentrale Rolle. Die aktuelle Gallup-Studie zeigt, dass sich die emotionale Bindung und Loyalität zum Arbeitgeber auf dem tiefsten Stand seit 2012 befindet. Es ist Zeit, das zu ändern. Beide Aspekte – Arbeitgeberattraktivität und gute Führung lassen sich mit Corporate Volunteering sehr positiv entwickeln.

Corporate Volunteering als Teil der Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) meint die unternehmerische Verantwortung für die Gesellschaft. Das Konzept geht klar über die reine Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien hinaus, es bedeutet aktives Engagement eines Unternehmens in den Bereichen Umwelt, Soziales oder Arbeitnehmerbelange.

CSR-Maßnahmen – mehr als Greenwashing und Marketing

Unternehmen geraten heute schnell in den Verdacht, mit CSR-Programmen Greenwashing zu betreiben oder lediglich ihr Arbeitgeberimage aufzupolieren. Um bewusste Täuschung und ungerechtfertigte Anschuldigungen zu vermeiden, hat das EU-Parlament 2014 eine CSR-Richtlinie auf den Weg gebracht. Sie enthält die gesetzlichen Grundlagen für eine transparente Dokumentation der CSR-Programme.

Das Corporate Volunteering (CV) ist ein Aspekt der Corporate Social Responsibility, man kann auch von betrieblichem Freiwilligenprogramm sprechen. Dabei unterstützt das Unternehmen seine Mitarbeiter, sich für gemeinnützige Zwecke einzusetzen. Corporate Volunteering ist äußerst vielfältig. Die Maßnahmen unterscheiden sich vor allem in diesen beiden Aspekten:

- **zeitlicher Umfang:** von Aktionstagen und -wochen bis zu langfristigen Kooperationen
- **Einsatz von Ressourcen:** Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements der Mitarbeiter (flexible Arbeitszeiten), Freistellung von der Arbeit, Bereitstellung von Räumen und Arbeitsmaterial.

Woher kommt Corporate Volunteering ?

Corporate Volunteering entwickelte sich früh in den Vereinigten Staaten. Unternehmen und Organisationen gelten hier als Teil der Gesellschaft, daher stammt auch der Begriff „Corporate Citizenship“.

Salopp könnte man sagen: Die Menschen erwarten von Unternehmen, dass sie ihrer Verantwortung als „gute Bürger“ gerecht werden und sich für das Gemeinwohl einsetzen. In den 1990er Jahren fand das Konzept seinen Weg nach Westeuropa.

Auch in anderen Teilen der Welt werden Corporate Volunteering-Projekte vorangetrieben – von Mexiko und Brasilien bis Japan, Südkorea und Australien.

So spielen Corporate Social Responsibility (CSR) und Corporate Volunteering (CV) im Unternehmen zusammen

- CSR bildet den übergeordneten Rahmen für das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen.
- CV ist eine konkrete Maßnahme im Rahmen der CSR-Strategie.
- Durch die Einbindung von CV in die CSR-Strategie können Unternehmen ihr Engagement für die Gesellschaft glaubwürdig sichtbar und skalierbar machen.

Die multiplen Krisen und Herausforderungen heute können wir nur meistern, wenn alle Akteure der Gesellschaft – Regierung, Zivilgesellschaft und Wirtschaft – ihren Beitrag leisten.

Vorteile für mittelständische Unternehmen

„Man gibt wenig und bekommt so viel zurück.“

Corporate Volunteering ergänzt klassische Förder- und Sponsoring-Programme wie Bannerwerbung gegen ein neues Fußball-Trikot.

Warum profitiert gerade der Mittelstand von CV?

Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sind traditionell in ihrer Region stark verwurzelt. Diese Vernetzung trägt einerseits zur Resilienz der Betriebe bei und erhöht gleichzeitig die Chance, die innovativsten Köpfe der Region für sich zu gewinnen. Konkrete Projekte, wie ein Müllsammeltag oder ein Lese-Training für Grundschüler, fördern die Reputation und erzeugen gesellschaftliche Aufmerksamkeit.



Bild ©lorento #322069984 stock.adobe.com

Als Unternehmen zeigen Sie Gesicht, Sie wirken nahbar, persönlich – und sympathisch. Ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigt. Besonders bei jungen Nachwuchskräften der Generationen Y und Z stehen soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit hoch im Kurs. Mit Maßnahmen wie Vereinssponsoring erreichen Sie diese Gruppe nur unzureichend. Als für die Gesellschaft aktiv engagiertes Unternehmen

stärken Sie zusätzlich die Beziehung zu Kunden und Partnern. **Mit Ihnen macht man gerne Geschäfte.** Außerdem erhalten Sie Einblicke in Märkte und Ihre Mitarbeiter gewinnen neue Impulse und erwerben Kompetenzen, die im Team künftig unverzichtbar sind. Zusätzlich entwickelt sich die Mitarbeiterbindung in eine signifikant positivere Richtung: Sie bieten schließlich eine Unternehmenskultur, mit der sich Menschen gerne identifizieren.



Bild ©Geber86 #644277105 stock.adobe.com

Anders ausgedrückt: Wir sind aus unserem Selbstverständnis heraus eine Gemeinschaft von Menschen, die das Gemeinwohl aktiv mitgestaltet. Dadurch entstehen gegenseitige Wertschätzung und ein authentisches Miteinander. Das stärkt die Bindung zum Betrieb und sorgt für ein Mehr an Motivation und Zufriedenheit. Corporate Volunteering-Maßnahmen sind mit finanziellem Einsatz verbunden, darum stößt das Konzept besonders bei kleineren Betrieben auf Vorbehalte. Diesen Kosten muss der Schaden gegenübergestellt werden, der durch Fluktuation entsteht. Eine Studie von Deloitte zeigt, dass jede Neubesetzung selbst bei kleinen Betrieben mit rund 15.000 Euro zu Buche schlägt. Ehrenamtliche Projekte erweitern außerdem zielgerichtet den Horizont der Beteiligten und fördern die sozialen Fähigkeiten jedes Einzelnen. Allen voran die emotionale Intelligenz. Damit erfüllen Corporate Volunteering-Maßnahmen gleichzeitig die Funktion von Teambuilding und Soft-Skill-Trainings.



Unternehmen

- ✔ stärkt die Mitarbeiterbindung, -motivation und -produktivität.
- ✔ ermöglicht team-, abteilungs- und hierarchieübergreifende Kommunikation und erweitert den eigenen Denk- und Handlungshorizont.
- ✔ erhöht signifikant den Teamzusammenhalt.
- ✔ steigert Ihre Arbeitgeberattraktivität.
- ✔ erhöht Ihre Glaubwürdigkeit am Markt und positioniert Ihr Team als Problemlöser.

Gesellschaft

- ✔ fördert das insgesamt gesellschaftliche Engagement.
- ✔ zeigt eindrucksvoll, dass WIR GEMEINSAM mehr erreichen.

Mitarbeiter:innen

- ✔ bietet eine sinnstiftende und spannende Abwechslung.
- ✔ unterstützt die eigene Persönlichkeits- und Kompetenzentwicklung.
- ✔ fördert nachhaltig die Veränderungsbereitschaft und Offenheit gegenüber Neuem.

Non-Governmental Organisation/ Non-Profit Organization

- ✔ stellt zusätzliche Ressourcen und Kompetenzen bereit.
- ✔ unterstützt die Professionalisierung von Organisationen.
- ✔ generiert Sichtbarkeit für die eigenen Themen.

Was ist emotionale Intelligenz?

Emotionale Intelligenz ist die Fähigkeit, die eigenen und die Gefühle anderer wahrzunehmen, zu verstehen und zu beeinflussen.

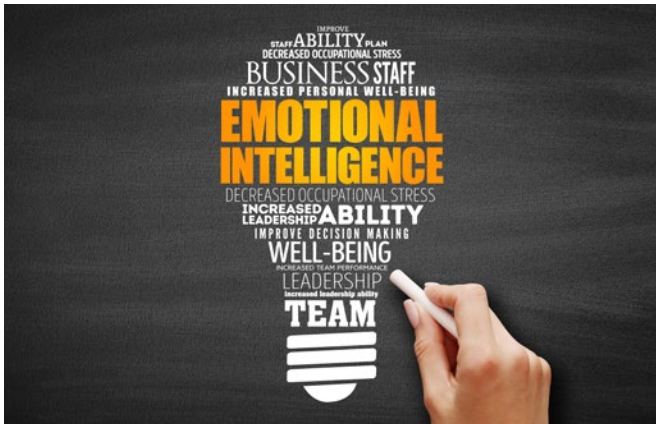


Bild ©dizain #315361444 stock.adobe.com

Sie besteht aus folgenden Komponenten:

- **Selbstwahrnehmung:** eigene Emotionen erkennen und verstehen.
- **Selbstregulation:** eigene Gefühle kontrollieren und angemessen äußern.
- **Motivation:** Die Fähigkeit, sich durch Emotionen zu motivieren, um die eigenen Ziele zu erreichen.
- **Empathie:** Emotionen anderer erkennen und verstehen.
- **Soziale Kompetenz:** Die Fähigkeit, Beziehungen zu anderen aufzubauen, andere zu motivieren und zu führen.

FAZIT: Mit Freiwilligenarbeit können Mitarbeitende wertvolle Zukunfts-Skills erwerben. Der Lerneffekt ist besonders nachhaltig, da das Lernen im Tun erfolgt und in einem ungewohnten Kontext stattfindet. Bei Mitarbeitern

mit Personalverantwortung oder Nachwuchskräften profitieren Unternehmen langfristig und mehrfach. Ihr Führungsstil beeinflusst maßgeblich die Entscheidung von Leistungsträgern, ob sie im Betrieb bleiben oder sich anderen Herausforderungen zuwenden. Davon abgesehen fördert die Möglichkeit für persönliches Wachstum auch die Bindung zum Unternehmen - das gilt für Führungs- und Nachwuchskräfte.

Corporate Volunteering: So gelingt die Integration in die Unternehmensstrategie

„Das ganze Meer verändert sich, wenn ein Stein hineingeworfen wird.“

Blaise Pascal



Bild ©1827photography #229799668 stock.adobe.com

1. Handlungsschritt: Am Anfang steht die Frage: Passt CV zu unserem Unternehmen?

Betriebliche Freiwilligenarbeit muss zur Unternehmenskultur passen oder kann im Rahmen einer Neuausrichtung adaptiert werden. Damit die Aktivitäten Wirkung zeigen, müssen die Mitarbeitenden die Projekte ehrlich mittragen. Ohne intrinsische Motivation bleibt der Erfolg auf der Strecke. Dabei reicht es, wenn sich eine kleine engagierte Truppe findet. Ihre Begeisterung wirkt nachweislich ansteckend.

Eine Möglichkeit zum Einstieg kann sein, eine Jury zu bilden, als auch die Belegschaft zu motivieren, Projektvorschläge für einen Social-Day einzureichen. Die besten Vorschläge werden prämiert und die Mitarbeiter können abstimmen, welchen der Favoriten sie realisieren.



Bild ©Nuchjaree #678754887 stock.adobe.com

2. Handlungsschritt: Wollen Sie eine eigene Maßnahme starten oder ein bestehendes Ehrenamt unterstützen?

Ihr Schnelleinstieg: Sie fördern Mitarbeitende, die bereits ehrenamtlich tätig sind, in ihrem Engagement. Ist einer Ihrer Mitarbeitenden im Ehrenamt in einem Verein tätig, können Sie Räume, Technik und Material zur Verfügung stellen. Sie können genauso die Kommunikation über Ihr Netzwerk unterstützen, wie auch Ihr Marketing wichtige Anschubunterstützung geben lassen. Oder Sie stellen Mitarbeitende stundenweise von der Arbeit frei, um regionales Engagement zu unterstützen. Informieren Sie vor allem zu Beginn Ihre gesamte Belegschaft zeitnah und umfassend über das geplante Engagement und die einzelnen Planungsschritte.

3. Handlungsschritt: Planung Ihrer CV-Maßnahmen.

Gehen Sie die Freiwilligenarbeit genauso professionell interessiert, aufgeschlossen wie strukturiert, an wie

jedes andere Business-Projekt. Das bedeutet: Sie brauchen ein Marktscreening, eine Bedarfsanalyse der Zielgruppe, um Ängste, Wünsche, Erwartungen, etc. greifen zu können, wie auch eine eindeutige Zielsetzung, einen Zeitplan und eine ernsthafte Umsetzungsplanung mit eindeutigen Verantwortlichkeiten.

4. Handlungsschritt: Das passende Format für strategisches CV.

Beantworten Sie für sich die Frage: Was können und wollen wir als Unternehmen leisten? Bleibt es bei einzelnen Aktionstagen, können wir ein Mentoring-Programm starten, Mitarbeitende in ein soziales Praktikum schicken oder einzelne Personen sogar länger für die Arbeit in einer Non-Profit-Organisation (NPO) freistellen? Handeln Sie nicht nach dem Motto: Je größer, umso besser. Sie können mit gut organisierten kleineren Projekten vor Ort viel für die Region und Ihren Betrieb erreichen.

5. Handlungsschritt: Das richtige Projekt finden.

Idealerweise finden Sie eine Maßnahme, die zu Ihrem Markenkern und Ihrer Vision passt. Als Einzelhändler im Bereich Bio-Lebensmittel können Sie zum Beispiel in ein Nachbarschaftshilfe-Projekt einsteigen, dort Ihr Wissen über gesunde Ernährung teilen und gemeinsames Kochen anbieten. Mit Wohlfahrtsverbänden wie Diakonie oder Caritas Kontakt aufzunehmen, bietet sich für eine erste Orientierung an. Auch das Deutsche Rote Kreuz oder Tierschutz-, wie auch Umweltorganisationen kommen dafür in Frage. Vielleicht haben Sie oder Ihre Mitarbeitende auch ein Herzensprojekt, zum Beispiel eine Jugendeinrichtung vor Ort zu unterstützen. Fragen Sie nach deren Bedarf und prüfen Sie, ob Sie über die benötigten Ressourcen verfügen. Das Credo lautet hier: **Einfach machen.**

Haben Sie's gewusst? Das Bundesministerium des Inneren (BMI) fördert ehrenamtliches Engagement auf verschiedenste Weise.

Erfolgsgeschichten aus dem Mittelstand: Eckes-Granini

Das Familienunternehmen Eckes-Granini produziert seit 160 Jahren Fruchtsäfte. Ihr Nachhaltigkeitsziel ist ambitioniert: Das Unternehmen möchte zum nachhaltigsten Saftproduzenten weltweit aufsteigen - und zwar bis 2030. Dieses Projekt ist ein Leuchtturm - es vereint unterschiedlichste Volunteering Beispiele und kann Ihnen einen Eindruck von gelungenem CV vermitteln. Nutzen Sie diese Geschichte gerne als Inspiration für Ihr Unternehmen.



Bild ©Sebastián Hernández #681310272 stock.adobe.com

Ihr Nachhaltigkeitsziel wird es nur mit gesunden, motivierten Mitarbeitern erreichen. Deshalb ist betriebliche Freiwilligenarbeit Teil der Unternehmensstrategie. Unter anderem organisiert das Unternehmen einmal jährlich einen Eckes-Granini Sustainability Day. Mitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen setzen sich einen Tag lang für Nachhaltigkeitsprojekt ein – und zwar regional an den jeweiligen Standorten. Im Mittelpunkt steht ein gemeinsames Herzensprojekt der Mitarbeitenden. Bei diesem Mitmach-Projekt entsteht nicht nur ein

greifbarer Outcome, sondern auch ein fühlbar starker Teamgeist. Im Jahr 2023 nahm Eckes-Granini das Wohlbefinden der Belegschaft in den Blick. Das Unternehmen begreift gesunde Mitarbeiter als Teil der Nachhaltigkeitsstrategie. Mit diesen Schwerpunkten und Aktionen wurde das Motto „Wohlbefinden“ umgesetzt:

- Mentale Gesundheit und Fitness mit konkreten Übungen
- Sicherheit am Arbeitsplatz: Üben von Erste-Hilfe-Maßnahmen und Prüfen der Sicherheitsprotokolle
- Sensibilisierung der Mitarbeiter dafür, wie gegenseitige Fürsorge in Notfällen und im Alltag den Teamgeist fördern
- Einblicke in regionale Naturlandschaften und deren Schutz
- Workshops zum Thema: Was ist Biodiversität, wieso ist sie so wichtig und wie können wir sie fördern?
- Baumpflanz-Aktion in einem Aufforstungsgebiet

Das Unternehmen veröffentlicht auf seiner Webseite den jährlichen Nachhaltigkeitsbericht, der sich an Stakeholder wendet. Es bekennt sich zu den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen und leitet die eigene Nachhaltigkeitsstrategie von diesen Vorgaben ab.

Fazit: Ein Unternehmen wie Eckes-Granini blickt auf eine lange Tradition von betrieblichem Engagement zurück und setzt sich hohe Ziele. Corporate Volunteering dient der Umsetzung der Unternehmensstrategie. Die Geschäftsführung weiß, wie wichtig konkretes Handeln

für Mitarbeitende, Unternehmen und Gesellschaft ist. Um dieses Projekt zu realisieren, setzte Eckes-Granini auf externe Unterstützung, die sich über einen längeren Zeitraum erstreckte.

Risiken bei der Implementierung von CV: So managen Sie die Herausforderungen

Bei der Planung Ihres sozialen Engagements sollten Sie unbedingt Experten-Rat einholen. Prüfen Sie zum Beispiel Fragen zur Haftung und zum Versicherungsschutz. Auch sollten nur Projekte unterstützt werden, deren Träger als gemeinnützig anerkannt sind.

CV-Maßnahmen und das Kerngeschäft des Unternehmens dürfen sich nicht gegenseitig blockieren.

Die Freistellung eines Mitarbeitenden oder die Anpassung der Arbeitszeit an den Bedarf eines Projekts muss mit den jeweiligen Teams abgestimmt sein. Nur wenn alle Betroffenen das Projekt unterstützen, werden die Ziele wirklich erreicht.

Der Staat unterstützt sogar gezielt betriebliches Engagement und hat dafür einen entsprechenden Rahmen gesetzt. Besonders kleineren Unternehmen können Förderungen helfen, trotz einem überschaubaren Budget aktiv zu werden. Möglich sind zum Beispiel finanzielle Zuschüsse oder Steuervergünstigungen. Teilweise existieren spezielle Weiterbildungsangebote, um das eigene Unternehmen noch besser mit dem Gemeinwohl zu verbinden. Transparenz entsteht auch durch Kommunikation. Erzählen Sie intern und nach außen von Ihrem Vorhaben und halten Sie alle interessierten Personen auf dem Laufenden. Und:

Erwähnen Sie auch die indirekt am Projekt Beteiligten. Das können zum Beispiel die Teams von engagierten Mitarbeitern sein, die dem Kollegen den Rücken freihalten.

Ethische Überlegungen und Umgang mit Konflikten

Ethische Fragestellungen werden im Verlauf des Corporate Volunteering auftauchen, möglicherweise entstehen daraus Konflikte. Bedenken Sie diesen Aspekt deshalb frühzeitig.

Das bedeutet: Sorgen Sie dafür, dass die Unternehmensinteressen und die Ziele der CV-Maßnahmen zueinander passen. An dieser Stelle ist Fingerspitzengefühl gefragt. Ein Unternehmen aus der Chemie-Branche kann zum Beispiel den Fokus auf die Unterstützung sozial benachteiligter Gruppen legen. Eine Zusammenarbeit mit Umweltverbänden könnte leicht als „Greenwashing“ missverstanden werden.

Als Arbeitgeber tragen Sie im Rahmen der CV-Aktivitäten Verantwortung für Ihre Mitarbeitenden. Deren freiwilliges Engagement verdient Respekt, sie investieren Energie und Zeit. Bei der Auswahl der Projekte oder von Kooperationspartnern gilt es deshalb sicherzustellen, dass Freiwillige nicht als billige Arbeitskräfte ausgebeutet werden.

Genauso wichtig ist die Betreuung der Helfenden. Fördern Sie beispielsweise Mitarbeitende, die sich in der Flüchtlingshilfe engagieren, ist folgender Aspekt relevant: Den Helfern wird viel Dankbarkeit, Vertrauen und auch Freundschaft entgegengebracht. Berichte über Fluchterlebnisse und die Auseinandersetzung

mit den bürokratischen Hürden können die Helfer jedoch belasten. Es ist wichtig, dass Freiwilligen eine Ansprechperson zur Verfügung steht, die sie im Umgang mit solchen Situationen berät.



Bild ©pressmaster #503371812 stock.adobe.com

Transparenz: Reporting und Erfolgsmessung

Die Wirkung betrieblicher Freiwilligenarbeit ist vielschichtig und komplex. Doch wie lässt sie sich messen?

Die Faktoren Output, Outcome und Impact ermöglichen eine transparente Darstellung von CV-Maßnahmen. Sie werden aus gesellschaftlicher Perspektive, von Unternehmensseite sowie aus der Sicht beteiligter NPO/NGO und Unternehmensmitarbeitern analysiert und abgebildet.

Bereits im Planungsprozess sollte Ihr Unternehmen die Faktoren als konkrete Ziele formulieren. Die Ziele werden im Verlauf der Maßnahme regelmäßig überprüft und nach Abschluss evaluiert und angepasst.

Beispiel: Lesepatenschaften für Kinder mit Lese-Rechtschreib-Schwäche.

Projekt: Zehn Mitarbeitende treffen sich während eines Schuljahres einmal pro Woche für eine Stunde mit ihrem Lese-Kind aus der zweiten Klasse und lesen gemeinsam eine Kurzgeschichte.

Perspektive: Zielgruppe „Kinder mit Lese-Rechtschreib-Schwäche“

Der **Output** ist die Voraussetzung, um Wirkung zu erzielen.

- Die Maßnahme findet planmäßig statt.

Beispiel: 1h/Woche

- Die Zielgruppe wurde informiert. Beispiel: Die örtliche Grundschule hat die Klassenlehrer informiert. Es wurden zehn Kinder ausgewählt und deren Eltern ebenfalls von dem Projekt in Kenntnis gesetzt.

- Das Angebot wird von den Zielpersonen angenommen. Beispiel: Eltern und Kinder nehmen das Angebot freudig an.

Im **Outcome** zeigt sich die Wirkung der Aktivitäten:

- Die Zielpersonen erwerben neue Fähigkeiten, neues Wissen oder verändern ihre Einstellung. Beispiel: Die Kinder finden einen neuen Zugang zum Lesen und ihre Lese-Leistung verbessert sich.

- Die Menschen verändern ihr Verhalten. Beispiel: Die Haltung der Kinder zum Lesen verändert sich leicht ins Positive.

Am Ende des Schuljahres stellen die Beteiligten fest: Das Engagement lohnt sich. Wir setzen das Projekt im nächsten Jahr fort.

Der **Impact** zeigt die langfristigen Folgen auf gesellschaftlicher Ebene. Beispiel: Die Kinder gehen selbstbewusster und erfolgreicher ihren Weg. Wer sich also heute über nicht ausreichende Rechtschreibung und fehlende soziale Interaktion künftiger Generationen sorgt, zudem mit aufrichtigem Interesse Nachwuchs langfristig fürs eigene Unternehmen sucht, der packt besser mit an und löst die Probleme an der Wurzel.

Das Reporting kann zum Beispiel die Auswertung der Leseleistung durch die Klassenlehrer*innen, eine persönliche Einschätzung der Kinder und die persönliche Entwicklung der Kinder aus Sicht der Eltern und Lehrer enthalten. Die Maßnahme kann in Mitarbeiterzeitschriften und Geschäftsberichten erscheinen. Beiträge in der regionalen Presse und auf der Unternehmenswebsite sowie Posts auf Social-Media-Kanälen sorgen ebenfalls für die gewünschte Aufmerksamkeit.

Betriebliche Freiwilligenarbeit – Netzwerken für den Erfolg

Die Umsetzung betrieblicher Freiwilligenprogramme kann herausfordernd sein. Und auch hier gilt: **Gemeinsam mehr erreichen.** Auf dem Markt finden Sie verschiedenste Lösungen, die Sie bei der Umsetzung Ihres betrieblichen Freiwilligenprogramms unterstützen.

Volunteering-Plattformen sind digitale Angebote, die Firmen mit gemeinnützigen Organisationen vernetzen. Die Dienstleister stellen Such- und Matching-Funktionen bereit, mit denen Sie gezielt Projekte finden, die zu Ihren Werten, Ressourcen und Fähigkeiten passen. Über Chatfunktionen und Kollaborationstools

können Sie sich mit anderen Unternehmen und sozialen Organisationen austauschen. Die Plattformen dienen auch zur internen Kommunikation. So können sich Mitarbeiter für ausgewählte Projekte anmelden und ihre Einsatzzeit dokumentieren. Sie als Unternehmen können den Projektfortschritt analysieren und weiterentwickeln.



Eine weitere Option sind Organisationen, die betriebliches Engagement fördern. Das Netzwerk ‚UnternehmenVerantwortung‘ in der Zentralschweiz ist ein Beispiel für strategisches CV. Hier finden regional verwurzelte mittelständische Unternehmen zusammen, um ihre Ressourcen zu bündeln und ihr Engagement für die Gemeinschaft voranzutreiben. Sie stehen als Unternehmen ganz am Anfang oder haben in Eigenregie bereits erste Erfolge erzielt und möchten Ihre CV-Strategie auf eine solide Basis stellen? Dann empfiehlt es sich aus Erfahrung, einen passgenauen Sparringspartner für Ihre Corporate Volunteering Vorhaben, im Rahmen Ihrer Corporate Social Responsibility Strategie, frühzeitig einzubinden. Die professionelle Expertise von außen steigert die

Effizienz in den Prozessen und sichert vor allem den Umsetzungserfolg Ihrer Corporate Volunteering Strategie ab.

Und das sind die wichtigsten **Erfolgsbausteine**:

- **Strategieentwicklung:** Festlegung von Zielen, Identifizierung relevanter gesellschaftlicher Themen, Auswahl passender gemeinnütziger Organisationen.
- **Programmgestaltung:** Festlegen des Formats (von Social Days bis zu langfristigen Kooperationen), Entwicklung von Schulungsprogrammen, Erstellung von Richtlinien.
- **Implementierung und Programmbetreuung:** Motivation der Mitarbeitenden, Organisation von Einsätzen und Kommunikation mit allen Akteuren.
- **Messung und Bewertung:** Externe Sparringspartner, bspw. C-Level Berater mit eigenem, profundem Background im ehrenamtlichen Engagement, verfügen über spezifisches Knowhow, um soziale Aktivitäten zu messen und ihre Wirksamkeit zu bewerten.

Corporate Volunteering – aus Weitsicht für Ihren Erfolg von morgen.

Warum das Rad selbst neu erfinden, wenn es die Abkürzung gibt?

Nutzen Sie lieber bequem meine Expertise als erfahrener Sparringspartner vieler C-Level-Entscheider*innen zum Thema Corporate Volunteering und profitieren Sie früher von den wertvollen Benefits, die Corporate Volunteering

– richtig umgesetzt – Ihnen garantiert. Gerne verrate ich Ihnen auch exklusive Insights zu Corporate Volunteering aus einem anderem spannenden Blickwinkel, nämlich in verantwortlicher Funktion als Vorstand verschiedener NGOs, für die ich mich, seit mehr als einem Jahrzehnt bereits, leidenschaftlich engagiere. Sie werden unter Garantie verblüfft sein, was alles möglich wird, wenn Corporate Volunteering seine Wirkung voll entfaltet.

Denken Sie an den berühmten Ausspruch von Marie von Ebner-Eschenbach:

„Nichts wird so oft unwiederbringlich versäumt wie eine Gelegenheit, die sich täglich bietet.“

Also, nutzen Sie die sich heute bietende Chance und lassen Sie uns im persönlichen Austausch über Ihre Wünsche, Ideen und erfolgserprobte Umsetzungsstrategien, wie vor allem auch die konkreten Vorteile für Ihr Unternehmen, sprechen. Und wenn Sie im Anschluss die Umsetzung nicht dem Zufall oder einer göttlichen Fügung überlassen wollen, sind Sie bei uns genau richtig. Unser Markenzeichen: Wir sind die **Umsetzungsprofis**. Die professionelle Anschub- und Umsetzungsunterstützung für Ihre Teams ist eine Investition, die sich schneller auszahlt, als hinlänglich vermutet. Das sagen übrigens nicht wir, sondern unsere über 450 Fürsprecher*innen und Referenzgebenden.

Ich freue mich auf unseren persönlichen Austausch zu Ihren Vorhaben.

**Ich bin bereit, Ihren Vorhaben
wirksam Vorschub zu leisten.
Sind Sie es auch?**



Ihr Tobias Bobka

**WER AUFHÖRT,
BESSER ZU WERDEN,
HAT AUFGEHÖRT,
GUT ZU SEIN.**

umsetzungsprofis.de ^{tb}