

Unternehmen als engagierte Bürger in der Kommune

Dieter Schöffmann

Immer mehr Kommunen entdecken das bürgerschaftliche Engagement und die Bürger als Ko-Produzenten für den Zusammenhalt und die Entwicklung des Gemeinwesens. Mit öffentlicher Anerkennung, Anregungen und Angeboten von Engagementgelegenheiten fördern sie das bürgerschaftliche Engagementpotenzial in ihrem Gebiet.

Relativ neu und noch eher vereinzelt ist die Entdeckung, Anregung und Nutzung des gemeinnützigen Engagements von Unternehmensbürgern. Der Deutsche Städtetag hat in seiner Hauptversammlung 2003 hierzu festgestellt, dass die »vorhandenen, vornehmlich interessenbestimmten Beziehungen zwischen Stadt, Bürgern und ortsansässigen Unternehmen [...] durch Einbeziehung unternehmerischen bürgerschaftlichen Engagements in gemeinwohl-orientierte Aufgabenstellungen um eine ideelle Komponente angereichert werden [können].« Daher wird den »Städten [...] empfohlen, Unternehmen und dort Beschäftigte zu gewinnen, sich durch aktive Mitgestaltung in das Gemeinwesen einzubringen und damit die örtliche Wirtschaft als Bestandteil der örtlichen Gemeinschaft zu festigen.« (1)

Was können nun Kommunen tun, um Unternehmen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ein bürgerschaftliches Engagement zu gewinnen? Ihnen stehen drei, miteinander kombinierbare, Handlungsansätze zur Verfügung, die ich im Folgenden kurz skizziere:

- Unternehmensengagement anerkennen und anregen
- Engagementpartnerschaften zwischen gemeinnützigen Einrichtungen und Unternehmen fördern
- Lokale strategische Problemlösungspartnerschaften initiieren

Unternehmensengagement anerkennen und anregen

Bei dem ersten Ansatz geht es vor allem darum, bei möglichst vielen in der Kommune ansässigen bzw. tätigen Klein-, Mittel- und Großbetrieben bereits stattfindendes bürgerschaftliches Engagement öffentlich anzuerkennen und hiermit weitere Unternehmen zur Nachahmung anzuregen. Mit der Auswahl der öffentlich anzuerkennenden Engagements und durch begleitende Impulse kann die Kommune darüber hinaus zu einer Modernisierung des Unternehmensengagements beitragen: Von der reinen Geldspende hin zum Engagement mit Unternehmenskompetenz und –personal oder auch hin zur intelligent Verknüpfung von Gemeinwohl und Eigennutz etwa im Rahmen der Personalentwicklung.

In diesem Sinne geeignete Maßnahmen können sein:

- Öffentliche Anerkennung des kommunalen Unternehmensengagements etwa durch Auslobung eines (symbolischen) Preises oder durch eine würdige Präsentation im Rahmen einer Veranstaltung. So verleiht die Stadt Köln seit einigen Jahren einen jährlichen Ehrenamtspreis auch an Unternehmen – in 2007 an die AXA Konzern AG. (www.stadt-koeln.de/stadtinitiativ/ehrenamt/ehrenamtspreis/artikel/10808/index.html)
- Öffentliche Veranstaltung(en) (z.B. Kooperation mit der IHK), mit denen interessierten Unternehmen praktikable Anregungen für ein für alle Beteiligten nutzbringendes Unternehmensengagement gegeben werden. Zum Beispiel veranstaltet das auf einen Ratsbeschluss gründende »Kölner Netzwerk Bürgerengagement« als Teil der Initiative »Unternehmen engagiert in Köln« jährlich eine Veranstaltung mit einem für Unternehmen interessanten fachlichen Fokus – in 2007: Mitarbeiterengagement und Personalentwicklung, 2008 (in Planung): Unternehmensengagement und (Fachkräfte-) Bildung (www.unternehmen.engagiert-in-koeln.de)
- Veröffentlichung guter Praxisbeispiele vor allem aus der lokalen Wirtschaft, praktischer Tipps für das Engagement oder auch von Ansprechpartnern und Beratern bzw. Unterstützern für den Einstieg ins Engagement – als Broschüre oder auf der städtischen Website. Wie zum Beispiel die von VIS a VIS herausgegebene und regelmäßig aktualisierte Praxisdokumentation »Unternehmen in der Gesellschaft – Engagement mit Kompetenz und Personal« (www.visavis-agentur.de/Corporate-Volunteeri.46.o.html) oder die von der Stadt Köln veröffentlichte Broschüre »Kölner

Unternehmen engagieren sich« mit Praxistipps, Ansprechpartnern und Kontaktdaten einschlägiger Dienstleister. (www.stadt-koeln.de/imperia/md/content/pdfdateien/ehrenamt/4.pdf)

Engagementpartnerschaften zwischen gemeinnützigen Einrichtungen und Unternehmen fördern

So manches Unternehmen würde sich gerne aktiv im Gemeinwesen engagiert, findet dazu aber nicht den geeigneten gemeinnützigen Partner. Gemeinnützige würden gerne mit Unternehmen praktisch kooperieren, wissen aber nicht, wie sie da vorgehen sollten. Gewerbliche Unternehmen und gemeinnützige Organisationen repräsentieren unterschiedliche Welten, die sich gegenseitig viel zu geben hätten und gemeinsam so manches bewegen könnten – wenn sie sich denn trafen und eine gemeinsame Sprache fänden.

Zur Entwicklung einer Engagementpartnerschaft auf Augenhöhe und zum gegenseitigen Nutzen, müssen beide Seiten ein solides Verständnis für das Gegenüber und seine Möglichkeiten wie Grenzen entwickeln. Dies ist leider noch nicht selbstverständlich.

Die Kommune kann u.a. auf folgenden Wegen zur Entwicklung dieses gegenseitigen Verständnisse und zu produktiven Begegnung zwischen der gewerblichen und der gemeinnützigen Welt beitragen:

- Qualifizierungsangebote für gemeinnützige Einrichtungen, so dass sie gemeinnützige Anliegen in für Unternehmen geeignete Engagementprojekte umsetzen, passende Unternehmen identifizieren und sie in erfolgreich ansprechen können.
Die niederländische, aus Lottomitteln gespeiste, Stiftung Doen z.B. bietet unter dem Titel »Goede Zaken« (gute Geschäfte) entsprechende mehrteilige Qualifizierungsmaßnahmen für Gemeinnützige, an deren Ende sie jeweils eine Unternehmen ansprechende Präsentation für ein gemeinsames Engagement erarbeitet haben. (www.doen.nl/web/show/id=58174)
- Einrichtung bzw. Unterstützung einer Mittleragentur, die Unternehmen wie gemeinnützige Einrichtungen ansprechen, beraten und zueinander vermitteln kann.
Entsprechend investiert z.B. die Stadt Mülheim an der Ruhr in das Centrum für Bürgerengagement (CBE), das in diesem Sinne in vielfältiger Weise tätig ist. (www.cbe-mh.de)
- (Mit-) Veranstaltung einer Begegnungs- und Vermittlungsbörse für interessierte Unternehmen und gemeinnützige Einrichtungen. Am Ende einer solchen Börse sind zahlreiche kleine, leicht zu realisierende En-

gagementprojekte vereinbart, die oftmals den Grund legen für eine längerfristige Partnerschaft.

Solche Börsen finden in mehr und mehr Städten unter dem Titel »Marktplatz – Gute Geschäfte« statt. In Köln z.B. zählt die Stadt zu den Mitveranstaltern. (www.gute-geschaefte-koeln.de)

- Öffentliche Anerkennung gelungener Kooperationen zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen etwa durch Auslobung eines (symbolischen) Preises oder durch eine würdige Präsentation im Rahmen einer Veranstaltung.

Der nordrhein-westfälische Unternehmenswettbewerb ENTERPreis 2007 hat solche Engagementpartnerschaften z.B. in der Kategorie »Gemeinsam bewegen« gewürdigt.

(www.engagiert.in.nrw.de/wettbewerbe/landeswettbewerb_ENTERPreis/ENTERPreis_2007/inhaltliche_schwerpunkte/index.php)

Lokale strategische Problemlösungspartnerschaften initiieren

Unternehmensengagement und Engagementpartnerschaften anzuerkennen, anzuregen und zu fördern bereitet den Boden für diesen dritten Aspekt, der für Kommunen von strategischem Interessen sein dürfte: Die Initiierung strategischer problemlösender Engagementpartnerschaften. Solche strategischen Partnerschaften geben dem kommunalen Unternehmensengagement Richtung und Rahmen. Sie widmen sich der nachhaltigen Verbesserung der sozialen Lage im Gemeinwesen: Chancen für Erwerbsarbeitslose, Integration von Migrantinnen und Migranten, sozialer Zusammenhalt, Zukunftsperspektiven für junge Menschen, Bildung und Qualifizierung bis hin zur Stadtentwicklung für eine »Kreative Stadt« mit starken Talent-, Technologie- und Toleranzpotenzialen können die Herausforderungen sein, zu denen sich strategische Problemlösungspartnerschaften bilden lassen. Das Besondere an diesen Partnerschaften ist, dass sie alle Akteure im Gemeinwesen grenzüberschreitend zu gemeinsamem Handeln bewegen: Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen und ihre Mitarbeiter, gemeinnützige Organisationen sowie die Kommunalverwaltung. Dabei bringt jeder Partner seine spezifischen Kompetenzen und Ressourcen ein, die dann in der Gesamtheit zur Verbesserung der Situation bzw. Lösung konkreter Probleme beitragen.

- Eine erste Maßnahme kann hier die Veranstaltung von Strategie- bzw. Entwicklungswerkstätten sein, in deren Rahmen interessierte Bürger, Unternehmen, gemeinnützige Organisation, Kommunalverwaltung und -politik Schlüsselprobleme identifizieren und gemeinsam lösungsorientierte Handlungskonzepte entwickeln, die insbesondere auf dem bürgerschaftlichen Engagement der beteiligten Akteure aufbauen.

Hieraus kann z.B. eine Charta der lokalen Wirtschaft für die Zukunftsfähigkeit der Kommune entstehen, mit der Unternehmen sich zum zielgerichteten gemeinnützigen Engagement verpflichten und zugleich Anregungen und Hinweise für sinnvolle Engagementprojekte erhalten. Ein gutes Beispiel hierzu ist die britische Stadt Birmingham mit ihrer »Better Together: Business Charter«.

(www.birmingham.gov.uk/GenerateContent?CONTENT_ITEM_ID=238&CONTENT_ITEM_TYPE=o&MENU_ID=263)

- Eine andere Maßnahme kann die Einrichtung eines stadtteil- oder stadt-bezogenen »Runden Tisches« sein, an dem öffentliche Einrichtungen, Kommunalverwaltung, Gemeinnützige und nicht zuletzt Unternehmen aus dem Einzugsgebiet regelmäßig zusammen kommen, um für aktuelle Probleme im Gemeinwesen praktische Lösungen zu entwickeln und gemeinsam zu realisieren.

Diesem Ansatz folgt z.B. der »Werstener Koordinierungskreis gegen Armut und Arbeitslosigkeit« im Düsseldorfer Stadtteil Wersten mit der Initiative »Mit Herz und Hand für Wersten«. (www.herz-und-hand-wersten.de)

(1) Deutscher Städtetag: 32. Hauptversammlung des Deutschen Städtetages vom 13. bis 15. Mai 2003. Forum A. Lokale Demokratie stärken. Die Stadt der Zukunft und ihre Bürgerinnen und Bürger.

<http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/schwerpunkte/hv2003/5.pdf>

Autor

Dieter Schöffmann ist Geschäftsführer von VIS a VIS – Agentur für Kommunikation GmbH, Köln. VIS a VIS hat als beauftragter Dienstleister bzw. als engagiertes Unternehmen einige der oben beschriebenen Maßnahmen konzipiert, realisiert oder begleitet und bietet entsprechende Dienstleistungen für Unternehmen und Kommunen.

Adresse:

VIS a VIS Agentur für Kommunikation
Neuenhöfer Allee 7
50937 Köln

Dieter Schöffmann: Unternehmen als engagierte Bürger in der Kommune

Newsletter Wegweiser Bürgergesellschaft 11/2008 vom 06.06.2008

Tel.: (02 21) 42 06 07 30

E-Mail: ds@visavis-agentur.de

www.visavis-wirkt.de

Redaktion Newsletter

Stiftung MITARBEIT

Wegweiser Bürgergesellschaft

Redaktion Newsletter

Bornheimer Str. 37

53111 Bonn

E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de