

Brigitta Wortmann

---

### **15 Jahre Woche Bürgerschaftliches Engagement - 15 Jahre Engagement von Unternehmen für die und in der Woche des Bürgerschaftlichen Engagements**

15 Jahre Aktionswoche Bürgerschaftliches Engagement bedeuten für BP auch 15 Jahre Dialog und Zusammenarbeit mit dem BBE. Die Unterstützung der Aktionswoche 2004 war unsere erste gemeinsame Aktion. Uns gefiel damals – und gefällt noch, dass in der Aktionswoche das Wirken der vielen Engagierten sichtbar gemacht wird und Anerkennung erfährt. Und uns gefällt, dass dabei die Engagementlandschaft in Deutschland in ihrer ganzen Vielfalt und Breite sichtbar wird, hinsichtlich Akteur\*innen und der Themenfelder. Dabei wird deutlich wie wichtig und gut es ist, wenn verschiedene Akteure im Engagement zusammenwirken und in unterschiedlicher Weise das Ziel verfolgen, bürgerschaftliches Engagement und die Bürgergesellschaft zu stärken.

»Diese Woche ist ein gelungenes Projekt«, lautete nach der ersten Aktionswoche das Resümee des damaligen Vorstandsvorsitzenden der Deutsche BP AG, Dr. Uwe Franke.

In den ersten Jahren haben wir als BP unsere Rolle vor allem darin gesehen, mit einem umfassenden finanziellen Sponsoring diesem Aktionsformat einen An Schub zu geben. Die Beteiligung an der ersten Aktionswoche war aber auch eine hervorragende Gelegenheit für BP und BBE sich kennen zu lernen. So konnten wir, als wir seitens BP im Jahr darauf einen Partner in der Zivilgesellschaft suchten mit dem wir gemeinsam ein neuartiges Trainingsprogramm aufsetzen konnten, bereits auf eine bewährte Zusammenarbeit zurückblicken. 2005 haben das BBE und BP dann in einer ersten Pilotphase die gemeinsame Civil Academy gestartet, in strategischer Partnerschaft, die darauf basiert, dass jeder Partner sich mit seinen ganz spezifischen, eigenen Kompetenzen, Stärken und Handlungsspielräumen einbringt. Auch die Civil Academy befindet sich heute im fünfzehnten Jahr ihres Bestehens. 650 junge Menschen, die etwas bewegen wollen, haben seither dort von Akteur\*innen aus dem gemeinnützigen Bereich und von BP Wissen und Instrumente an die Hand bekommen, mit denen sie ihre Projektideen erfolgreich realisieren konnten.

Für BP war die Aktionswoche der Einstieg in eine strategische Zusammenarbeit mit dem BBE, im Rahmen der Civil Academy und auch in der Übernahme von Verantwortung im Koordinierungsausschuss und seit vielen Jahren nun auch im Sprecher\*innenrat.

## **Nicht nur BP**

Von Anfang an haben sich in den vergangenen 16 Jahren Unternehmen für und in der Woche des bürgerschaftlichen Engagements engagiert. Und dies geht weit über ein finanzielles Sponsoring hinaus.

In der Aktionswoche spiegelt sich die Bandbreite der Formen wieder, mit denen sich Unternehmen gesellschaftlich engagieren. Ein Engagement, das auch in der Aktionswoche im Laufe der Jahre eine zunehmend strategische Tiefe erlangt hat.

Grob skizziert lässt sich dieses Engagement in drei Kategorien einteilen:

### **Der Klassiker: die finanzielle Unterstützung**

Die finanzielle Unterstützung, die Bereitstellung von Räumlichkeiten und die Übernahme beispielsweise von Catering-Kosten tragen wesentlich dazu bei, dass die Woche des bürgerschaftlichen Engagements in dieser Form – auch an so exponierten Orten – stattfinden kann, wie es inzwischen Standard ist. Und dass Unternehmen diese Ressourcen bereitstellen können, sollte nicht als Selbstverständlichkeit gesehen werden. Sponsoring beruht auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung und dabei die richtige Balance zu finden, sollte im Interesse aller Beteiligten sein.

Es darf jedoch nicht der Eindruck entstehen, dass Unternehmensvertreter\*innen nur dann mit inhaltlichen Beiträgen beteiligt werden, wenn sie auch einen finanziellen Beitrag leisten. Dies würde eine Haltung widerspiegeln, wie sie in früheren Jahren präsent war, im Sinne von »unterstützt mit Geld, aber haltet euch aus dem Inhaltlichen raus«.

Dies entspricht nicht dem Anspruch, den das BBE als sektorübergreifendes Netzwerk grundsätzlich hat. Unternehmensengagement ist weit mehr als eine Spende oder ein finanzielles Sponsoring. Gerade die Unternehmen, die sich in einem Netzwerk wie dem BBE engagieren, wollen nicht auf die Rolle von Geldgebern festgelegt werden.

### **Teil des Diskurses**

Im Laufe der letzten 16 Jahre gab es eine Vielzahl von inhaltlichen Beiträgen von einzelnen Unternehmen, Unternehmensgruppen wie der W.I.E. (Wirtschaft.Initiative.Engagement) und auch Mittlerorganisationen wie UPJ. Insbesondere die Einführung der Thementage und auch das Kampagnenmagazin, das für einige Jahre die Diskurse zu den Themenschwerpunkten der Wochen bereicherte, haben einen wichtigen Teil dazu beigetragen, dass sich Unternehmensvertreter\*innen an den inhaltlichen Diskursen beteiligt haben. Zum einen wurde das Engagement der Unternehmen thematisiert, so etwa im Zuge von Thementagen wie »Unternehmensengagement und Corporate Volunteering« (2012), »Unternehmensengagement: Partnerschaften – Netzwerke knüpfen – Gemeinwesen stärkte« (2013) und »Bildung und Unternehmen« (2015), in Beiträgen in den Medien und teilweise auch im Rahmen von BBE Mittagsgesprächen.

Zum anderen geschah dies auch über Beiträge in sektorübergreifenden Debatten z.B. zum Thema Inklusion und Digitalisierung, so dass die Diskurse von den unterschiedlichen Blickwinkeln und verschiedenen Erfahrungshorizonten der Mitglieder profitieren konnten.

Als BP haben wir – ein Jahr nach der Initiierung der Charta der Vielfalt – das Thema Diversity Management in einer gemeinsamen Veranstaltung »Vielfalt und Gesellschaft« mit dem BBE im Rahmen der damaligen Woche des bürgerschaftlichen Engagements auf die Agenda gesetzt. Spannend war dabei zu sehen, wo die Unterschiede und die Gemeinsamkeiten im Verständnis von Vielfalt lag und welche Handlungsmöglichkeiten in den einzelnen Bereichen Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Staat/ Verwaltung gesehen wurden. Das Besondere war, dass aus jedem Sektor gleich viele - nämlich 30 - Vertreter\*innen anwesend waren, so dass es in den Gesprächsgruppen zu einer wirklichen Durchmischung kommen konnte.

Die Unternehmensgruppe W.I.E., in der mehrere BBE Mitgliedsunternehmen aktiv sind, hatte im Rahmen einer Aktionswoche eine gemeinsame Corporate Volunteering Aktion gestartet. Mitarbeitende der beteiligten Unternehmen sowie des BMFSFJ konnten an den Aktivitäten der anderen Unternehmen teilnehmen.

### **Strategische Partnerschaften**

Mit der Woche des bürgerschaftlichen Engagements will das BBE eine Botschaft in die Gesellschaft tragen. Das gelingt umso besser, wenn es starke Partner hat. Die hat das BBE und das Kampagnenteam sowohl mit den zivilgesellschaftlichen Organisationen, den Medien wie den Anzeigenblättern und dem ZDF, in der Politik allen voran das BMFSFJ und auch die Wirtschaftsunternehmen sind dabei ein wichtiger Faktor.

Das Kampagnenteam nutzt diese Chance und schöpft aus dem breiten Fundus der Instrumente und Handlungslogiken seiner Mitglieder aus den unterschiedlichen Sektoren. Es gilt die Mitglieder mit ihren Stärken und Kompetenzen einzubeziehen. Diese strategischen Partnerschaften müssen individuell passen, sie müssen gelebt und verstanden werden. Aus Sicht der Unternehmen ist es wichtig, dass ihr Beitrag zu ihnen passt, thematisch und bezüglich ihrer Kompetenzen und denen ihrer Mitarbeitenden.

Engagement, bei dem die jeweiligen Stärken der Beteiligten im Vordergrund stehen, hat das Potential auf Langfristigkeit, denn hier geht es nicht nur um ein Lippenbekenntnis, sondern um ein ernsthaftes Interesse aneinander.

Dafür müssen die Partner\*innen sich kennen, im Austausch miteinander stehen, um dann gemeinsam herauszufinden, welche Bedarfe seitens der Aktionswoche da sind und wo die Schwerpunkte und Kompetenzen des Partners liegen, mit denen sie sich einbringen können. Man beschäftigt sich miteinander, entdeckt Gemeinsamkeiten oder auch Unterschiede und es stärkt ganz grundsätzlich die sektorübergreifende Kooperationsfähigkeit.

Ein tolles Beispiel ist das Engagement der Deutschen Telekom im Rahmen der Erstellung der neuen Webseite der Kampagne. Hier traf ein Beratungs- und Unterstützungsbedarf seitens des BBE auf das Interesse der Deutsche Telekom, Beiträge zur »sicheren und kompetenten

Mediennutzung« als Bestandteil ihrer Digitalisierungsstrategie zu leisten. Ein passgenauer Beitrag, bedarfsorientiert und passend zu den eigenen Kompetenzen.

Die IBM Deutschland bringt sich unter anderem mit ihren digitalen Kompetenzen und ihren Vernetzungspotenzialen ein. Mit ihrer Unterstützung der Fotoaktion »Engagement macht stark« und der Verlinkung dieser Aktion mit ihrem Partner, der AIDS Stiftung, haben sie dazu beigetragen, dass die Hitzahlen enorm gesteigert werden konnten und damit auch ein Beispiel zur Nachahmung geliefert. Das Unternehmen hat in den letzten Jahren mehrfach Werkstudent\*innen abgestellt, die bei IBM eine duale Ausbildung, sprich eine Kombination aus Studium und Unternehmenseinsatz absolvieren, um die Teams im BBE für mehrere Wochen zu verstärken. Davon konnte auch das Kampagnenteam profitieren. Für die Studierenden ist es eine hervorragende Möglichkeit, ihre Fähigkeiten im direkten Austausch mit einem »realen« Kunden zu testen. In mehrfacher Hinsicht ist dies eine Win-win-Situation, nicht nur für die Partner, sondern für auch für das Netzwerk BBE.

Das Besondere am BBE ist immer noch die sektorübergreifende Zusammensetzung dieses Netzwerkes – seine Trisektoralität -, die nicht nur durch die reine Präsenz im Netzwerk gegeben ist, sondern sich auch in der guten Kombination der Fähigkeiten und Handlungsspielräume der unterschiedlichen Mitglieder ausdrücken sollte.

Die in diesem Ansatz liegende Möglichkeiten sind bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Die Reise geht weiter. Ich wünsche der »Woche des bürgerschaftlichen Engagements«, dass sie auch in Zukunft in diesem Sinne weitere Potenziale hebt. Dies ist eine Chance für das BBE Impulsgeber\*in und Treiber\*in für neue Wege und Innovation zu sein.

### **Autorin**

***Brigitta Wortmann** ist seit 2009 gewähltes Mitglied im BBE-Koordinierungsausschuss, seit 2010 Mitglied des Sprecher\*innenrates des BBE und Senior Political Adviser im Bereich External Affairs des BBE Mitglied des BP Europa SE.*

**Kontakt:** [Brigitta.Wortmann@de.bp.com](mailto:Brigitta.Wortmann@de.bp.com)

### **Redaktion**

#### **BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland**

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Michaelkirchstr. 17/18

10179 Berlin

Tel: +49 30 62980-115

[newsletter@b-b-e.de](mailto:newsletter@b-b-e.de)

[www.b-b-e.de](http://www.b-b-e.de)