

Corporate Social Responsibility – Motive von Unternehmen für das Engagement im Katastrophenschutz

Was motiviert Unternehmen dazu, für eine Förderung des freiwilligen Engagements aktiv einzutreten? Welche Rolle spielen dabei möglicherweise die Größe, Lage und Branche von Unternehmen? Und wie sieht es konkret mit Aktivitäten von Unternehmen im Katastrophenschutz aus? Antworten auf diese Fragestellungen geben einerseits eine Befragung von Personalverantwortlichen in Unternehmen, die im vergangenen Jahr vom Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) durchgeführt wurde. Andererseits haben uns Unternehmen einen Einblick in ihre Aktivitäten des freiwilligen Engagements gewährt, die unternehmensseitig unter den Schlagworten „Corporate Social Responsibility“ oder „Corporate Volunteering“ angeboten werden. Das Fraunhofer IAO ist innerhalb des vom BMBF geförderten Projektes INKA – Professionelle Integration von freiwilligen Helfern in Krisenmanagement und Katastrophenschutz¹ in einen intensiven Dialog mit Unternehmen eingebunden und ist gemeinsam mit diesen, in einem fest installierten Arbeitskreis für Wirtschaftspartner, auf der Suche nach neuen Ansätzen und Konzepten, wie Unternehmen und Katastrophenschutzorganisationen als Win-Win-Partner kooperieren können. Konkret geht es darum, zu analysieren, unter welchen Bedingungen und in welcher Form freiwilliges Engagement im Katastrophenschutz als innovatives Instrument für das Personalmanagement genutzt und welche Schnittstellen zu intermediären Organisationen erschlossen werden können. Beide Quellen, Unternehmensbefragung sowie der Dialog mit Unternehmen des Arbeitskreises, lassen die Schlussfolgerung zu, dass Unternehmen vom Kleinstunternehmen, über den Mittelstand bis hin zu großen Konzernen ein weitaus höheres soziales Engagement zeigen als auf den ersten Blick zu vermuten wäre und das wohl mit steigender Tendenz. Diese Einschätzung lässt zumindest ein Ergebnis unserer Befragung zu, in welchen sich die daran beteiligten Unternehmen eindeutig und mehrheitlich dazu ausgesprochen haben, dass das Ansehen eines Unternehmens zukünftig nicht mehr nur durch seine wirtschaftlichen Erfolge, sondern zunehmend auch durch sein soziales Engagement geprägt sein wird. Je nach Unternehmensgröße sind jedoch Unterschiede in der Ausrichtung und Fokussierung des freiwilligen Engagements festzustellen, ebenso wie in deren innerbetrieblicher

¹ www.inka-sicherheitsforschung.de

Umsetzung. So verfügen größere Unternehmen und Konzerne meist entweder über einen eigen dafür zuständigen Corporate Social Responsibility Bereich oder der Personalbereich übernimmt diese Aufgaben mit. In kleineren Unternehmen liegt das soziale Engagement meist in den Händen des Geschäftsführers oder Unternehmensinhabers und richtet sich auf Aktivitäten mit hohem regionalen Bezug.

Betrachtet man weiterhin die Motive, welche Unternehmen für Engagement aktiv werden lassen, so ist anzunehmen, dass diese aus überwiegend gesellschaftlich-politischen, aus regional-strategischen oder aus personalwirtschaftlichen Gründen resultieren. Diese erste und noch eher hypothetische Schlussfolgerung legen unsere Befragungsergebnisse nahe. Einige interessante und aufschlussreiche Ergebnisse dazu haben wir nachfolgend zusammengestellt. Eine ausführlichere Dokumentation der Befragung findet sich auf der INKA-Website.²

Unternehmen engagieren sich! Gesellschaftspolitische und personalstrategische Motive

Wie bereits weiter oben schon kurz angeklungen, ist die Mehrheit der von uns befragten Unternehmen davon überzeugt, dass aufgrund von gesellschaftlichen Veränderungen Unternehmen heute mehr denn je dazu aufgefordert sind mehr gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, und dies auch über die eigenen Unternehmensgrenzen hinweg. Insofern kann das soziale Engagement von Unternehmen als ein wahrgenommenes und wichtiges Zukunftsthema eingeschätzt werden. Unternehmen sind der Auffassung, dass ihr Ansehen zukünftig wesentlich mehr von ihrem sozialen Engagement abhängt als von ihrem wirtschaftlichen Erfolg. Dennoch steht dieses Engagement für sie im Widerspruch zu einem zunehmenden Kosten- und Ertragsdruck. So überrascht es nicht, dass zwei Drittel der befragten Unternehmen der Auffassung sind, dass steuerliche Entlastungen wesentlich dazu beitragen könnten, das soziale Engagement noch stärker im Unternehmen zu verankern. Darüber hinaus wird von Unternehmensseite aber auch die Ansicht geteilt, dass durch das Engagement Aufgaben übernommen werden, die eigentlich Aufgaben der öffentlichen Hand sind.

Befragt danach, ob das soziale Engagement zukünftig darüber entscheiden wird, ob ein Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen wird oder nicht, zeigen die Ergebnisse, dass dieser Aspekt der Positionierung zwar von Bedeutung aber nicht mehrheitlich von den befragten Unternehmen geteilt wird. Damit steht das Potential von sozialem Engagement und Corporate Volunteering als

² <http://www.inka-sicherheitsforschung.de/fileadmin/Daten/pdf-Downloads/Unternehmensbefragung.pdf>

Rekrutierungsinstrument noch nicht prioritär im Blickfeld der Personalverantwortlichen oder Unternehmenseigentümer.

Als weitere Hemmnisse für eine stärkere Umsetzung von Corporate Volunteering-Aktivitäten benennen einige Unternehmen fehlende Personalressourcen als auch die Verschiebung von Arbeitsbelastungen und die Störung von Arbeitsabläufen sowie eine fehlende Passung mit der Unternehmensphilosophie. Interessanterweise zeigt sich bezüglich der fehlenden Passung ein Branchenunterschied. Während 27 Prozent der befragten Industrieunternehmen eine fehlende Passung zwischen Unternehmensphilosophie und freiwilligem Engagement wahrnehmen, ist dies mit 54 Prozent bei immerhin mehr als der Hälfte der befragten Dienstleistungsunternehmen der Fall.

Unternehmen engagieren sich! Motive des regionalen Bezugs und der Unternehmenssicherung im Katastrophenfall

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass viele Unternehmen dazu motiviert sind mit ihrem Engagement im Katastrophenschutz einen Beitrag zur regionalen Stabilität und Sicherheit zu leisten. So haben fast zwei Drittel der Unternehmen bereits Kontakte zu Organisationen aus dem Katastrophenschutz und der kommunalen Gefahrenabwehr. Als besonders wichtig wird das Engagement dann wahrgenommen, wenn Unternehmen aufgrund ihrer örtlichen Lage beispielsweise nahe an Flüssen mit Hochwassergefahr gelegen sind oder deren Produktionen und Anlagen ein besonderes Gefahrenpotential bergen. Diese Unternehmen haben ein starkes eigenes Interesse an einem funktionierenden Katastrophenschutz. Naheliegend ist, dass insbesondere für Industrieunternehmen das Engagement im Katastrophenschutz von hoher Bedeutung ist. Insofern schätzen 73 Prozent der befragten Industrieunternehmen im Vergleich zu 42 Prozent der Dienstleistungsunternehmen ein Engagement in diesem Bereich als attraktiv ein. Überraschenderweise sind Unternehmen bereit, ihre Beschäftigten für plötzliche Einsätze im Katastrophenfall freizustellen. Hier zeigt sich eine Bereitschaft zu unterstützen, wenn die Gefahr und Notwendigkeit akut sind. Jedoch ist die Bereitschaft zu Freistellungen für längere, nicht absehbare oder für regelmäßig wiederkehrende Einsätze nicht ganz so hoch.

Unternehmen engagieren sich! Personalwirtschaftliche Motive

Was bringen Ehrenamtliche – und insbesondere aus dem Katastrophenschutz mit – das sich positiv auf das Unternehmen auswirken kann? Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die Unternehmen davon ausgehen, dass Kompetenzen, die während der Freiwilligenarbeit erworben werden, auf Aufgabenstellungen im Unternehmen transferiert werden können. Ganz vorne stehen dabei für Unternehmen und für ihre

Ehrenamtlichen im Katastrophenschutz ihre Kenntnisse im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Interessanterweise wird der Erwerb von sozialen im Vergleich zu technischen Kompetenzen mit Abstand als der höchste Mehrwert von freiwilligem Engagement von Personalverantwortlichen eingeschätzt. 90 Prozent der befragten Unternehmen mit einer Beschäftigtenanzahl von mehr als 5.000 bestätigen hier einen deutlichen Mehrwert, während Personalverantwortliche aus Unternehmen anderer Größenklassen dem mit immerhin noch über 50 Prozent zustimmen. Hervorzuheben ist weiterhin, dass aus Sicht von Personalverantwortlichen die im Ehrenamt erworbenen Führungserfahrungen auf das Unternehmen übertragen werden können. Im Detail stimmen die meisten der befragten Unternehmen den vorgegebenen Aussagen der Befragung zu, dass sich die folgenden Aspekte des freiwilligen Engagements von Beschäftigten im Katastrophenschutz positiv auf das Unternehmen auswirken:

- Es werden regelmäßig Aspekte von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz bewusst gemacht, so dass ehrenamtlich Tätige hierzu eine Vorbildfunktion einnehmen.
- Sie arbeiten im Katastrophenschutz mit unterschiedlichsten Menschen aus allen Gesellschaftsbereichen und bringen Offenheit, Toleranz, Kommunikationsstärke und Konfliktlösungsfähigkeiten mit.
- Sie verfügen über ausgeprägte Eigenständigkeit, Pragmatismus und Einsatzbereitschaft.
- Führungserfahrungen aus Praxis und Lehrgängen in Katastrophenschutzorganisationen werden transferiert auf die Arbeit im Unternehmen.
- Ehrenamtliche im Zivil- und Katastrophenschutz müssen sich für Ihre Tätigkeit körperlich fit halten und regelmäßigen Gesundheitsuntersuchungen unterziehen.
- Durch Übungen zu Szenarien im Katastrophenschutz werden ein nervenstarker Umgang und das schnelle Setzen von Prioritäten trainiert, was auch der Bewältigung von Krisensituationen dient.

Fazit und Ausblick

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass gesellschaftliche Veränderungen auch ein „Mehr“ an sozialer Verantwortung von Unternehmensseite und auch über dessen Grenzen hinaus als eine zukünftige wichtige Aufgabe wahrgenommen werden. Dieser in der Befragung vorgegebenen Aussage stimmte die Mehrheit der Unternehmen zu. Weiterhin lässt sich festhalten, dass große Unternehmen mit einer

Beschäftigtenanzahl von mehr als 5.000 grundsätzlich die Zukunft für freiwilliges Engagement über alle Befragungssitems hinweg positiver einschätzen als Unternehmen mit einer kleineren Anzahl an Beschäftigten. In kleinen und mittelständischen Unternehmen scheint die Bedeutung von freiwilligem Engagement vor allem vom Engagement und den Interessen einzelner Beschäftigter und deren Führungskräften abhängig zu sein. Insgesamt stimmten die Befragten den folgenden Maßnahmen zu, wie das freiwillige Engagement zukünftig noch besser in Unternehmen verankert und aktiver umgesetzt werden kann.

Als sinnvolle Maßnahmen auf konkreter betrieblicher Ebene werden genannt:

- Etablierung einer Unternehmenskultur, in der freiwilliges Engagement und Corporate Volunteering wertgeschätzt und gelebt werden kann.
- Unterstützung des freiwilligen Engagements durch befristete Freistellungen.
- Klare Formulierungen der Erwartungen an die zu erbringenden Leistungen zu erwartenden Gegenleistungen als Basis einer Kooperation mit Organisationen des Katastrophenschutzes.

Folgende weitere allgemeine Maßnahmen würden einer verbesserten Verankerung von freiwilligem Engagement in Unternehmen dienen:

- Steuerliche Entlastungen.
- Bessere Verfügbarkeit von Best Practice Beispielen und Darstellung beispielhafter Aktivitäten in der/den Öffentlichkeit/Medien.
- Verbesserte Darstellung von Aktivitäten sowohl unternehmensintern als auch über die Unternehmensgrenzen hinweg durch eine entsprechende Kommunikation.
- Verbesserung einer klaren Zuordnung von Zuständigkeiten und Sichtbarkeit von Ansprechpartnern in Unternehmen.
- Konkrete und auf Unternehmensbranche zugeschnittene Ansprache von Organisationen des Katastrophenschutzes hinsichtlich gemeinsamer Projekte und Kooperationen.

Im Rahmen des Projektes werden diese und weitere Erkenntnisse zusammengetragen und in einem Handlungsleitfaden für Unternehmen festgehalten.

Karin Hamann und Simone Martinetz arbeiten am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) im Competence Center Dienstleistungsarbeit.

Kontakt: karin.hamann@iao.fraunhofer.de

simone.martinetz@iao.fraunhofer.de