

Dieter Schöffmann

---

### Unternehmen zwischen Förderung und Behinderung bürgerschaftlichen Engagements

Laut aktueller Erhebungen [BMFSFJ 2017, 165] „wünschen sich die Freiwilligen von Staat und Gesellschaft [unter anderem] bessere Informationen über die Möglichkeiten zum Engagement (59 %) [...], eine Anerkennung von ehrenamtlichen Tätigkeiten als Praktikum [...] (50 %) [oder auch eine] bessere Vereinbarkeit von Engagement und Beruf (53 %)“.

Mit diesen Wünschen könnten und sollten auch alle öffentlichen, gemeinnützigen und nicht zuletzt die gewerblichen Arbeitgeber konfrontiert werden. Sie könnten eine weitere Form engagementfördernder Infrastruktur darstellen – neben den Freiwilligenagenturen, Seniorenbüros, Selbsthilfekontaktstellen u. ä. m., auf die sich das Verständnis von Infrastrukturleistungen für das bürgerschaftliche Engagement bislang reduziert.

Im Folgenden werde ich kurz beleuchten, wo dies zwischen gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung und bürgerschaftlichem Unternehmensengagement zu verorten ist und welche Handlungsmöglichkeiten und -erfordernisse auf Unternehmensseite bestehen.

#### 1. Unternehmen zwischen Verantwortung und Engagement

Zunächst möchte ich der Frage nachgehen, wann Unternehmen in ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gefordert sind und wann sie einem freiwilligen, bürgerschaftlichen Engagement nachgehen – zwei unterschiedliche Handlungslogiken, die leider oft in einen Topf geworfen werden [hierzu ausführlicher: Schöffmann 2008].

„Gesellschaftliche Verantwortung“ („Corporate Social Responsibility“) von Unternehmen (und auch von allen anderen Körperschaften = „Corporates“) bedeutet nach Definitionen der EU-Kommission [EU 2017] und der DIN ISO-Norm 26000 [DIN 2010, 17] im Kern, dass sie für die gesellschaftlichen Auswirkungen ihres Handelns bzw. ihrer Geschäftstätigkeit verantwortlich sind – also für die Folgen ihrer Beschaffung, Produktion, Vertrieb, Investitionen u. a. m. Ein Unternehmen handelt unverantwortlich, wenn es mit weniger negativen Folgen handeln könnte und es handelt proaktiv mit besonderer, freiwillig übernommener gesellschaftlicher Verantwortung, wenn es z. B. mit eigenen Anstrengungen gesetzliche Vorgaben über- oder Grenzwerte unterbietet. Dies gilt entsprechend für die Charakterisierung als gesellschaftlich verantwortlicher Arbeitgeber und hier für die Beurteilung des Unternehmenshandelns bezüglich der Vereinbarkeit von Beruf und Engagement.

Das „bürgerschaftliche Engagement“ bzw. das „Corporate Citizenship“-Engagement eines Unternehmens ist dagegen – dem individuellen Bürgerengagement vergleichbar – aus dem Selbstverständnis als aktives Mitglied des Gemeinwesens abgeleitet und nicht aus der Verantwortlichkeit im geschäftlichen Handeln. Letzteres kann allerdings ein Treiber für die Zielrichtung und Ausgestaltung des Engagements sein. Wesentlich ist hier die Freiwilligkeit. Weder das finanzielle Engagement („Corporate Giving“) noch das Engagement mit Kompetenz und Personal („Corporate Volunteering“) folgen hier gesetzlichen oder anderen verpflichtenden Vorgaben. Anders als bei der gesellschaftlichen Verantwortung kann beim Engagement ein Nichthandeln nicht zum Skandal werden, sondern höchstens Bedauern auslösen. Die Anregung und Förderung des persönlichen bürgerschaftlichen Engagements der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter etwa durch die Organisation gemeinnütziger Aktionstage, durch Freistellungen oder durch Spenden an die Vereine, für die sich MitarbeiterInnen engagieren, gehören dementsprechend in die Handlungslogik des freiwilligen Unternehmensengagements.

## **2. Unternehmen als Förderer und Infrastruktur des Bürgerengagements**

In dem Maße, wie Unternehmen ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Wertschätzung für das Engagement in deren Freizeit entgegenbringen oder ihnen gar im Unternehmenskontext Gelegenheiten zum bürgerschaftlichen Engagement bieten, agieren sie auch als allgemeine Engagementförderer am Standort.

Und manche größere Unternehmen gehen hier noch einen Schritt weiter, wenn sie nicht nur sporadisch Aktivitäten durchführen, sondern dies systematisch, regelmäßig und längerfristig ausgerichtet tun – wie z.B. Ford [Ford 2017], Telekom [Telekom 2017] oder Deutsche Post DHL [Deutsche Post DHL 2017]. Mit Engagementdatenbanken im Intranet, mit vom Unternehmen organisierten bzw. vermittelten gemeinnützigen Aktionstagen bzw. einer Freistellung für's Engagement u. a. m. vermitteln sie ihre Wertschätzung für aktuelles Engagement und geben so mancher/m MitarbeiterIn erstmals die Gelegenheit, ein bürgerschaftliches Engagement zu beginnen, das dann auch außerhalb des Unternehmenskontextes fortgesetzt wird. Solche Unternehmen gehören in die Aufzählung der „engagementfördernden Infrastrukturen“. Von der Ausbildung über die jahrzehntelange Berufstätigkeit bis schließlich zur Vorbereitung auf den Ruhestand haben Unternehmen zahlreiche Möglichkeiten und vor allem direkte Zugänge, um ihre MitarbeiterInnen auf den Geschmack des Bürgerengagements zu bringen und hierin zu bestärken.

## **3. Unternehmen als Engagementbarriere**

Einer der kritischsten Faktoren für bürgerschaftliches Engagement ist die zur Verfügung stehende Zeit bzw. die Zeitkonkurrenz zwischen Beruf und Engagement. Zum Beispiel wurde bei einer Erhebung zur Förderung des Bürgerengagements in Wolfsburg darauf hingewiesen,

„dass die Flexibilisierung von beruflicher Arbeitszeit oder Schichtarbeit die Kontinuität im ehrenamtlichen Engagement erschwert.“ [VIS a VIS / FOGS 2015, 9]

Hier können Unternehmen, wie zuvor skizziert, im Rahmen ihres freiwilligen Engagements förderlich aktiv werden, was aber längst nicht alle Unternehmen tun.

Die „Vereinbarkeit von Beruf und Engagement“ ist aber nicht nur eine Frage des freiwilligen Engagements, sondern auch der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung im weiter oben definierten Sinne: Welche Folgen hat es für die Gesellschaft bzw. konkreter für das Gemeinwesen am Standort, wenn die Arbeitszeitgestaltung und -politik des Unternehmens seinen MitarbeiterInnen ein Engagement in ihrer Freizeit mehr und mehr erschwert? Wenn es zutrifft, dass die Quantität und Qualität des Engagements, das die Menschen vor Ort aufbringen, einen wesentlichen positiven Einfluss auf die Offenheit und den Zusammenhalt des Gemeinwesens, auf die Daseinsvorsorge (etwa durch den Einsatz der Hilfsorganisationen) und anderes mehr hat, dann kann das Arbeitgeberhandeln zum Nachteil des privaten Engagements letztendlich negative Folgen für die (Standort-)Gesellschaft haben. Und dann ist es die gesellschaftliche Verantwortung dieser Unternehmen, ein solches nachteiliges Gebaren zu unterlassen bzw. auf andere Weise dazu beizutragen, dass hier keine Engagementbarrieren aufgebaut werden. Hier dürfen sich Unternehmen auch nicht auf die Freiwilligkeit des Engagements zurückziehen, sondern müssen sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung stellen und in diesem Sinne praktisch wirksam handeln.

#### **4. Fazit**

Wo immer es um die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements und hierfür erforderliche Infrastrukturleistungen geht, sollten entsprechend engagierte Unternehmen wahrgenommen und wertgeschätzt werden. Und es sollten weitere Unternehmen motiviert werden, sich engagementförderlich zu engagieren.

Die Vereinbarkeit von Beruf und Engagement gerät durch zahlreiche Einflussfaktoren unter Druck (Flexibilisierung, prekäre Arbeitsverhältnisse u. a. m.), die von Unternehmen als Arbeitgeber verursacht werden oder zumindest von ihnen beeinflusst werden können. Hier haben sie eine gesellschaftliche Verantwortung, der sie sich nicht mit Verweisen auf „Freiwilligkeit“ entziehen dürfen. Ein solcher Verantwortungsdiskurs sollte innerhalb und außerhalb des BBE geführt werden.

#### **Autor**

**Dieter Schöffmann**, Inhaber des BBE-Mitglieds VIS a VIS Beratung – Konzepte – Projekte ([www.visavis-wirkt.de](http://www.visavis-wirkt.de)) und BBE-Themenpate für „Arbeit, Unternehmen und Engagement“.

**Kontakt:** [ds@visavis-wirkt.de](mailto:ds@visavis-wirkt.de)

## Quellen

BMFSFJ 2017: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): Zweiter Bericht über die Entwicklung des bürgerschaftlichen Engagements in der Bundesrepublik Deutschland – Bericht der Sachverständigenkommission an das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend für den Zweiten Engagementbericht „Demografischer Wandel und bürgerschaftliches Engagement: Der Beitrag des Engagements zur lokalen Entwicklung“ (2016). Berlin 2017.

DIN 2010: DIN Deutsches Institut für Normung e. V.: Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010).

Deutsche Post DHL 2017: <http://www.global-volunteer-day.com/> (Abruf: 31.10.2017).

EU 2017: [http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility\\_de](http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_de) (Abruf: 31.10.2017).

Ford 2017: [https://www.ford.de/content/dam/guxeu/de/documents/home/ueber%20ford/nachhaltigkeit/gesellschaftliche%20verantwortung/Ford\\_Community\\_Involvement.pdf](https://www.ford.de/content/dam/guxeu/de/documents/home/ueber%20ford/nachhaltigkeit/gesellschaftliche%20verantwortung/Ford_Community_Involvement.pdf) (Abruf: 31.10.2017).

Schöffmann 2008: Dieter Schöffmann: Unternehmensverantwortung und Unternehmensengagement in der Gesellschaft – Praktische Perspektiven; in: Ludger Heidbrink, Alfred Hirsch (Hrsg.): Verantwortung als marktwirtschaftliches Prinzip. Zum Verhältnis von Moral und Ökonomie. Frankfurt / New York (Campus) 2008, S. 351 ff.

Telekom 2017: <https://www.telekom.com/de/verantwortung/details/ehrenamt-337234> (Abruf: 31.10.2017).

VIS a VIS / FOGS 2015: VIS a VIS und FOGS GmbH: Ergebnisbericht „Förderkonzept für bürgerschaftliches Engagement in Wolfsburg“ im Auftrag der Stadt Wolfsburg. Köln 2015.

## 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)