

Frischlucht für fitte Firmen –

Was die Nationalen Naturlandschaften engagierten Unternehmen bieten

In den Nationalen Naturlandschaften – den Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservaten in Deutschland – fördert das Programm „Freiwillige in Parks“ seit 2003 das gemeinnützige Engagement von Einzelpersonen wie auch von Unternehmen. Träger des Freiwilligenprogramms ist EUROPARC Deutschland e.V., der bundesweite Dachverband der Nationalen Naturlandschaften. Als „Freiwillige in Parks“ sind Unternehmensmitarbeiterinnen und -mitarbeiter eingeladen, für vielfältige Naturschutzprojekte den Nadelstreifenanzug gegen Arbeitshandschuhe zu tauschen. Aber was passiert hinter den Kulissen? WIE organisiert man Frischluft-Einsätze für Unternehmen?

Geben muss man lernen – Nehmen auch

Das öffentliche Interesse richtet sich auf Unternehmen. Um ein „gutes“ Unternehmen zu sein, reicht es nicht aus, einfach zu bestehen, neue Geschäftsfelder zu eröffnen, Aktionäre zufrieden zu stellen, fair mit den Angestellten umzugehen, flexible Arbeitsmöglichkeiten einzurichten, Fitness-Programme für das Personal anzubieten, Kitzplätze für Mitarbeitende bereit zu stellen,...

Auch verantwortliches unternehmerisches Handeln, das einen relevanten Beitrag zu gesellschaftlichen Anliegen leistet, ist darüber hinaus fast schon ein Muss. Allerdings, es bedarf häufig jahrelanger Prozesse, in denen Corporate-Social-Responsibility (CSR) -Strategien entwickelt, interne Rahmenbedingungen geschaffen und Kooperationen aufgebaut werden, bis das gesellschaftliche Engagement eines Unternehmens nach außen sichtbar wird.

Ist ein Unternehmen schließlich im Bereich CSR professionell aufgestellt: Prima, her damit, mit der Verantwortung und dem Engagement der Unternehmen, denken sich die gemeinnützigen Vereine, Initiativen, sozialen Einrichtungen, Kulturprojekte, Sportverbände,... Aber stopp, das wäre zu einfach. Nicht nur Geben, auch Nehmen will gekonnt sein! Nicht nur auf Seiten der engagierten Unternehmen ist Professionalität gefragt, sondern auch auf Seiten der Empfänger.

Ein Blick ins Grüne – Praxisbeispiele aus den Nationalen Naturlandschaften

Viele Wege führen nach Rom, wenn es darum geht, kompetenter Partner von gesellschaftlich engagierten Unternehmen zu sein. Beispielhaft seien hier die Nationalen Naturlandschaften vorgestellt.

Sie sind reicher als jedes Unternehmen: die Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservate in Deutschland, die seit 2005 unter der gemeinsamen Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ auftreten. Sie sind reich an einzigartigen Natur- und Kulturlandschaften – von rauen Alpengipfeln und bewaldeten Mittelgebirgen, über einsame Seen- und Flusslandschaften, vielgestaltige Wiesen- und Feldfluren bis zu lieblichen oder auch wilden Küsten. Und die Nationalen Naturlandschaften mausern sich zunehmend zum attraktiven Partner von Unternehmen, die für Mensch und Natur im wahrsten Sinne des Wortes etwas bewegen wollen.

Nun stehen zunächst die Fragen: Welchem Ziel dienen Unternehmenseinsätze in diesen einzigartigen Landschaften? Welchen Nutzen können beide Seiten erwarten, welche Vorteile bieten sich ihnen?

Vorteile für Unternehmen	Vorteile für die Nationalen Naturlandschaften
<ul style="list-style-type: none"> - attraktives Umfeld für Personalentwicklung: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter trainieren während der Arbeitseinsätze soziale Kompetenzen, Teamarbeit, Umgang mit neuen Situationen etc. - Imageförderung für das Unternehmen durch positive öffentliche Aufmerksamkeit; abhängig von der Kooperationsform zusätzlich Werbung für das Unternehmen durch das jeweilige Schutzgebiet - Zugänge zu potentiellen Kundinnen und Kunden über das Schutzgebiet (z.B. Natur-Interessierte) - Möglichkeiten der Produktpräsentation z.B. in Besucherinfozentren, auf Aktionstagen etc. - Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an das Unternehmen 	<p>abhängig von der Kooperationsform</p> <ul style="list-style-type: none"> - praktische Unterstützung von Natur- und Umweltbildungsprojekten (Arbeitskraft, Fachwissen) - materielle Unterstützung (Sponsoring von Sachmitteln) oder finanzielle Unterstützung von Naturschutz- und Umweltbildungsprojekten - Zugang zu neuen Zielgruppen; Freiwilligeneinsatz nutzbar als Umweltbildungsmaßnahme

<p>und Motivation dadurch,</p> <ul style="list-style-type: none"> • dass diese das Engagement „ihres“ Unternehmens positiv bewerten bzw. speziell Freude an einem Arbeitseinsatz haben • dass sie (und ggf. ihre Familien) von Veranstaltungen in Parks profitieren, z.B. Betriebsausflüge und Kinderprogramme • dass sie, falls neu zugezogen, einen Zugang zur Region bekommen 	
---	--

(EUROPARC Deutschland 2009)

Sind sich beide Seiten ihres gegenseitigen Nutzens bewusst und dementsprechend auch bereit, nach ihren Möglichkeiten in die Kooperation zu investieren, wird es nun konkreter. Welche praktischen Engagementmöglichkeiten bieten die Nationalen Naturlandschaften Unternehmen? Wie können sich engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Wohl von Pflanzen und Tieren mal richtig matschig machen? Die Nationalen Naturlandschaften laden ein, in Corporate Volunteering-Aktivitäten z.B. schützenswerte Wiesen zu mähen, um den Lebensraum von seltenen Pflanzen, wie Orchideen, zu erhalten. Freiwillige können aufwachsende Gehölze aus Mooren entfernen, um deren Austrocknen vorzubeugen. Sie können Bäume an geschützten Bachufern oder auf regionaltypischen Obstwiesen pflanzen. Sie können überflüssig gewordene Zäune abbauen, Beschilderungen oder Sitzbänke an Wanderwegen instand setzen und, und, und.

Dabei sind Einsätze großer Teams genauso möglich wie die von kleineren Gruppen. Die konkreten Tätigkeiten können einmalig sein, einen Tag oder auch mehrere Tage dauern. Attraktiv für beide Seiten sind ebenso Patenschaften – für einen Teich, eine Feuchtwiese, einen Bach, eine Infohütte, einen Wanderweg oder auch ein Umweltbildungsprojekt – die den Rahmen für eine längerfristige Zusammenarbeit geben.

Der Rückblick auf vielfältige Einsätze mit Unternehmensbelegschaften in den Nationalen Naturlandschaften zeigt, wie zündende Ideen, individuelle Interessen, der Bedarf in den Schutzgebieten, Geschick im Umgang mit Menschen und Organisations-talent zu einem fruchtbaren Ergebnis kombiniert werden können: Hotelangestellte sammeln in einer jährlich wiederkehrenden Tagesaktion Müll, Azubis bessern im mehrwöchigen Einsatz Beschilderungen aus, ein „normaler“ Betriebsausflug wandelt

sich zur schweißtreibenden Teamarbeit im Wald mit der befriedigenden Gewissheit, gemeinsam einen Beitrag zum ökologischen Waldbau geleistet zu haben.

Erfahrung macht schlau

Ein analytischer Blick auf die bisherigen Erfahrungen mit Unternehmenseinsätzen in den Nationalen Naturlandschaften ergibt folgende Tipps für Empfänger von Corporate-Volunteering-Aktivitäten:

- Organisationsintern den Sinn und Zweck des Firmeneinsatzes genau klären: Ist es eine Aktion, die ein praktisches Ergebnis liefert, die „nur“ der Öffentlichkeitsarbeit dient, die als Einnahmequelle wichtig ist oder die – welchen? – anderen Zielen dient?
- Den organisatorischen Aufwand gegenüber dem „Ertrag“ einschätzen; ggf. Unterstützung, z.B. durch zusätzliche Freiwillige, nutzen
- Organisationsintern die personellen Zuständigkeiten verbindlich festlegen
- Den Einsatz inhaltlich und organisatorisch gut vorbereiten
- Mit dem Unternehmen den „Engagement-Auftrag“ (Tätigkeit, Umfang, Ziele etc.) genau klären und es mit entsprechenden Zielvorgaben und ergebnisorientiert einsetzen
- Für die Freiwilligen im Rahmen ihres Einsatzes Erfolgserlebnisse, „schöne Momente“ und „Dankeschön-Momente“ organisieren
- Durch Öffentlichkeitsarbeit die Werbewirksamkeit des Firmeneinsatzes verstärken
- Zusätzliche Leistungen der Firmen nutzen, z.B. bargeldlose Zahlungen wie die Bereitstellung von Geräten, Arbeitsmaterial etc.
- Bei Interesse an intensiverer Zusammenarbeit eine Reihe von Einsätzen über einen längeren Zeitraum etablieren
- Gegenbesuche im Unternehmen durchführen, um das gegenseitige Kennenlernen zu fördern und die gegenseitige Bindung zu stärken

Ausgehend von Erfahrungen, die die Nationalen Naturlandschaften in den vergangenen Jahren mit Unternehmenseinsätzen gesammelt haben, wurde im Programm „Freiwillige in Parks“ eine konzeptionelle Grundlage für die professionelle Zusammenarbeit mit Unternehmen im Bereich des Corporate Social Responsibility und Corporate Volunteering erarbeitet. Diese schließt praktische Arbeitseinsätze und Partnerschaften von Firmenbelegschaften in einzelnen Parks ebenso ein wie umfassendere Sponsoringaktivitäten für das Gesamtprogramm, etwa im Themenfeld Freiwilligen-Anerkennung.

Weitere Informationen

EUROPARC Deutschland (2009): „Freiwillige in Parks“ willkommen! Freiwilligenmanagement: Erfahrungsschätze und Ideenpool. Download: www.freiwillige-in-parks.de (Infothek, Downloads)

www.freiwillige-in-parks.de

www.nationale-naturlandschaften.de

Anne Schierenberg ist seit 2003 für EUROPARC Deutschland e.V. als Koordinatorin von „Freiwillige in Parks“ – des Freiwilligenprogramms in den Nationalen Naturlandschaften – tätig. EUROPARC Deutschland e.V. vertritt als bundesweiter Dachverband die Nationalen Naturlandschaften (Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservate in Deutschland).

Kontakt: anne.schierenberg@europarc-deutschland.de