

Engagiert



in Köln!

Kölner Netzwerk Bürgerengagement

Gesellschaftliches Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen

engagiert in koeln.de



Engagiert



in Köln!

Erfahrungen und Perspektiven in Köln

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,



sich freiwillig und ehrenamtlich zu engagieren, das ist für viele Menschen in Köln selbstverständlich. Aber auch das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen hat in Köln Tradition. Viele Firmen unterstützen soziale Einrichtungen, kulturelle Programme, sportliche Veranstaltungen oder ökologische Projekte. Sehr oft geschieht dies durch finanzielle Unterstützung.

Ein neuer Trend ist, dass immer mehr Unternehmen in Köln ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Bürgerengagement animieren und dass sie sich mit ihren Kompetenzen und ihrem Personal für den Zusammenhalt und die Lebensqualität in Köln engagieren.

Allen, die sich im Kölner Netzwerk Bürgerengagement und dessen Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ für diese positive Entwicklung eingesetzt haben, gilt mein herzlicher Dank.

Ich lade alle Unternehmen und ihre Beschäftigten ein, sich bürgerschaftlich engagiert in die Gestaltung unserer gemeinsamen Zukunft einzubringen und so auch zu attraktiven Standortbedingungen beizutragen.

Ihr
Jürgen Roters
Oberbürgermeister der Stadt Köln

A handwritten signature in black ink that reads "Jürgen Roters". The signature is written in a cursive style.



Inhaltsverzeichnis

- 6 Unternehmen in der Gesellschaft - engagierte Partner für das Gemeinwohl**
- 10 Unternehmen - engagiert in Köln**
- 14** Engagementversprechen und Signet "Unternehmen – engagiert in Köln"
- 15** Jahresevent und Würdigung engagierter Unternehmen
- 18** Info- und Werbekampagne
- 19** Sprechstunde
- 20** Clubabend
- 20** Themenabend
- 21** Gemeinsamer Aktionstag
- 22** **Erfolge und Erfahrungen. Ein Resümee**
- 26** **Unternehmen - engagiert in Köln. Ein Ausblick**
- 30** **Weiterführende Informationen**
- 31** **Preisträger**
- 35** **Chronologie**
- 39** **Impressum**

Unternehmen in der Gesellschaft - engagierte Partner für das Gemeinwohl

Zahlreiche Unternehmen in Köln übernehmen Verantwortung für die Gesellschaft im Allgemeinen und für das Kölner Gemeinwesen im Besonderen. Sie engagieren sich freiwillig mit Geld, Kompetenz, Zeit und Sachleistungen für das Gemeinwohl. Denn sie sind sich bewusst, dass sie nicht nur Teil eines Marktes sind, sondern auch einer Gesellschaft, von deren Zusammenhalt und Prosperität sie abhängen und profitieren.

Durch dieses Engagement erfahren gemeinnützige Organisationen in Handlungsfeldern wie Soziales, Bildung, Kultur, Umwelt und Sport wichtige Unterstützung und Impulse für die eigene Entwicklung sowie für die Menschen, für die sie tätig sind. Sie finden neue Partnerschaften zum nachhaltigen Nutzen für das Gemeinwohl.

Ebenso ziehen die Unternehmen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Gewinn aus diesen Engagements: Das Unternehmen wird öffentlich als engagierter Bürger wahrgenommen und erhält Impulse für die Unternehmenskultur und Personalentwicklung. Die Identifikation der beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen steigt. (Siehe S. 8 ff).

Schließlich gewinnt auch die Stadtgesellschaft durch das engagierte Zusammenwirken von Unternehmen und Gemeinwohlorganisationen. Brücken zwischen unterschiedlichen Milieus und Altersgruppen werden gebaut, der Zusammenhalt gestärkt und die Innovationskraft in der Bürgerschaft gemehrt – bis hin zur gemeinsam Lösung aktueller Probleme.

Engagiert



Ein solches gesellschaftliches Unternehmensengagement zu fördern und zu mehren war das Anliegen der Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ im Kölner Netzwerk Bürgerengagement. Dabei wollte die Arbeitsgruppe vor allem ein über das rein Finanzielle hinausgehende Engagement fördern: die „Kompetenz und Zeitspende“ des Unternehmens und seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Und sie wollte die Unternehmen darin bestärken, ihr Engagement mit ihren strategischen Unternehmenszielen in Einklang zu bringen. Die Entwicklung und Ergebnisse der Arbeitsgruppe werden auf den folgenden Seiten vorgestellt.



Unternehmensengagement mit Kompetenz und Personal: Gründe und Erfolgsfaktoren

Warum lohnt sich Corporate Volunteering auch für den Mittelstand?

„Corporate Volunteering“ – also das gesellschaftliche Unternehmensengagement mittels Personal und Kompetenz – ist eine Engagementform, die gerade auch für kleine und mittelständische Unternehmen interessante Möglichkeiten aufweist:

Mittelständische Unternehmen sind ihrem Standort nicht nur verbunden, sondern meist auch ohne Alternative an ihn gebunden. Lebendige positive Beziehungen zu Politikern, Multiplikatoren, Medien, Nachbarn u.a.m. sind hier von Vorteil. Trägt ein Unternehmen mit seinen Kernkompetenzen und der Leistungsfähigkeit sowie Engagementbereitschaft seiner Angestellten zur Lösung sozialer Probleme oder zur Stärkung gemeinnütziger Organisationen bei, kann es sich des allseitigen Respekts und einer anerkennenden öffentlichen Resonanz sicher sein.

Jeder Betrieb ist auf seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Kompetenz, Loyalität und Motivation angewiesen. Die Anerkennung des gesellschaftlichen Engagements der Mitarbeiter und ihre Einbindung in das Unternehmensengagement stärken den Mitarbeiterstolz auf das und die Loyalität gegenüber dem Unternehmen. Außerdem lässt sich immer wieder feststellen, dass die Teamfähigkeit, soziale und fachliche Kompetenz bis hin zur Kreativität der einzelnen Angestellten mit einem solchen Engagement wirksame Impulse erfährt. Zusammenhalt und Wir-Gefühl; Kooperationsbereitschaft zwischen Teams, Abteilungen, dem Innen und Außendienst u.a.m.; Arbeitszufriedenheit und Krankenstand – diese Ausprägungen einer starken und reichen Unternehmenskultur sind Erfolgskriterien eines kontinuierlichen Corporate Volunteering-Engagements. Denn ein solches

Engagiert



Engagement – systematisch entwickelt und langfristig ausgerichtet – trägt wesentlich zur Stärkung und Belebung der Organisationskultur des Unternehmens bei.

Wie kann man Corporate Volunteering-Projekte erfolgreich umsetzen?

Sie können das Corporate Volunteering-Engagement Ihres Unternehmens erfolgreich entwickeln, wenn Sie die folgenden Faktoren beachten:

Interessenintegration. Die Interessen des Unternehmens, der Mitarbeiter, der Gemeinwohlorganisation und des Gemeinwesens passen zueinander.

Top down-Motivation. Die Unternehmensleitung identifiziert sich mit dem Engagement und unterstützt es – auch durch persönlichen Einsatz als Vorbild.

Akzeptanz und Identifikation. Die Mitarbeiter verstehen und unterstützen das Engagement, weil es einem Konzept folgt und die Maßnahmen ihnen gemäß sind.

Kommunikation. Das Vorhaben wird rechtzeitig, glaubwürdig, aktiv und transparent nach innen und auch in angemessener Weise nach außen kommuniziert.

Koordination. Eine Person ist für die Koordination der Aktivitäten verantwortlich.

Budget. Ein Etat deckt die notwendigen Kosten bzw. zusätzlich notwendige Spenden.

Anerkennung. Insbesondere der Engagementbeitrag der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird gewürdigt.

Partnerschaft. Mit den Gemeinwohlorganisationen wird auf Augenhöhe zusammengearbeitet.

Bescheidenheit. Das Engagement wird moderat, mit leistbaren Schritten begonnen.

Evaluation. Auf der Grundlage vorher gesetzter Ziele werden die Aktivitäten nachbereitet. Die erreichten Ergebnisse werden anhand der Ziele und geleisteten Investitionen ausgewertet.

Vermittlung. Soweit erforderlich wird eine erfahrene Agentur hinzugezogen, die sowohl zwischen der Wirtschaftswelt und der gemeinnützigen Welt als auch passende Aktions- und Einsatzmöglichkeiten vermitteln kann.

Auszug aus: Dieter Schöffmann: Corporate Volunteering III; in: André Habisch u.a. (Hrsg.): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Berlin/Heidelberg 2008 (Springer), S. 259 ff.

Unternehmen - engagiert in Köln

Im Oktober 2003 beauftragte der Rat der Stadt Köln die Verwaltung, ein Konzept zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements in Köln zu entwickeln und ein Netzwerk aufzubauen, das bürgerschaftliches Engagement in Köln voranbringt. Hiermit sollten die Rahmenbedingungen für die zukünftige Entwicklung des Bürgerengagements verbessert werden.



Einen Schwerpunkt bildete die Anregung und Weiterentwicklung des gesellschaftlichen Engagements von Wirtschaftsunternehmen. So konstituierte sich 2004 im Kölner Netzwerk Bürgerengagement die Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement im Gemeinwesen“. In ihr wirkten Vertreterinnen und Vertreter großer wie kleiner Unternehmen, gemeinnütziger Organisationen und der Stadt Köln mit.

Schließlich legten sie ein Konzept vor, mit dem „private und öffentliche Arbeitgeber als Akteure der Bürgergesellschaft gestärkt“ werden sollten. Es umfasste mehrere Handlungsempfehlungen, mit denen weitere Unternehmen für ein gesellschaftliches Engagement gewonnen und Partnerschaften zwischen Unternehmen und Gemeinwohlorganisationen angeregt werden sollten.

Diese Empfehlungen wurden Teil des „Kölner Konzept zur Förderung bürgerschaftlichen Engagements“, das vom Rat der Stadt Köln am 1. Februar 2005 verabschiedet wurde. Der Rat läutete damit die nächste Runde der Netzwerkarbeit ein, die der Umsetzung der Handlungsempfehlungen dienen sollte.

Auf dieser Grundlage bildete sich im September 2005 die Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“, der fast ausschließlich engagierte Unternehmen aus Köln angehörten. Gemeinnützige Organisationen wurden nicht aufgenommen, um mit einer homogenen Zusammensetzung die Überzeugungskraft bei der Ansprache und Gewinnung weiterer interessierter Unternehmen zu stärken.

Mitwirkende in der Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“

Folgende Unternehmen und Organisationen haben jeweils über mehrere Jahre regelmäßig in der Arbeitsgruppe mitgewirkt:

ABEQ Akademie für Beratung und Qualifizierung GmbH
carasana Videoproduktion GmbH
dwconsult kommUNIKATION
encurio GmbH
FordWerke GmbH
Generali Deutschland Holding AG – Generali Zukunftsfonds
Handwerkskammer zu Köln
Industrie und Handelskammer zu Köln
Institut für Corporate Citizenship und Fundraising (ICCF)
Jutta Stüsgen Steuerberatung
Köln Marriott Hotel
KölnAgenda e.V.
Kölner Freiwilligen Agentur e.V.
macologne gmbh
milestones management consulting GmbH
Miller GbR Unternehmensberatung
Mommertz Unternehmensberatung
Porta Möbel Logistik GmbH & Co. KG für Rheinland
Randstad Deutschland GmbH & Co. KG
RheinErftAkademie GmbH
RWE RheinRuhr AG
Securitas Sicherheitsdienste GmbH & Co. KG
Sparkasse KölnBonn
The Boston Consulting Group GmbH business@school
TriNeos Akademie AG
Verband Deutscher Unternehmerinnen e.V.
VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH



Aus den vom Rat verabschiedeten Handlungsempfehlungen wählte die Arbeitsgruppe vier Maßnahmen aus, mit denen das Thema „bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen“ auf die unternehmensinterne wie auf die öffentliche Tagesordnung gesetzt werden sollte (siehe Kasten).

AG „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ Aktivitäten in der ersten Etappe:

Corporate Citizenship auf die unternehmensinterne Tagesordnung setzen

1. Mailing-Aktion

Betriebe werden durch eine einjährige Kampagne gezielt angesprochen, Corporate Citizenship auf die öffentliche Tagesordnung zu setzen.

2. Agenda-Setting

Im Rahmen einer einjährigen Informations und Aktivierungskampagne wird das Thema Corporate Citizenship über die Medien vermittelt und Fachkräfte und Entscheider in Kölner Unternehmen erreicht und für das Thema sensibilisiert.

3. Corporate Volunteering-Signet für Köln

Ein für Köln spezifisches Anerkennungssystem für Unternehmen wird eingeführt: ein Signet, das an Kölner Unternehmen verliehen wird, die sich bürgerschaftlich engagieren.

4. Jahresevent

Einmal jährlich lädt der Oberbürgermeister ins Rathaus zu einer Präsentations- und Infoveranstaltung „Corporate Volunteering in Köln“ ein.

In den folgenden Monaten entwickelte sie daraus ein Maßnahmenbündel, das im Juni 2006 erstmals an den Start ging: Engagementversprechen und Signet, Jahresevent mit Jury- und später auch Bürgerpreis, Info und Werbekampagne. Ab 2007 kamen dann weitere Aktivitäten hinzu, mit denen Unternehmen für ein gesellschaftliches Engagement motiviert bzw. anerkannt werden sollten: Sprechstunde, Clubabend und Themenabend. Alle Maßnahmen, die sich als erfolgreich erwiesen haben, werden auch zukünftig durchgeführt.

Engagementversprechen und Signet „Unternehmen – engagiert in Köln“

Unternehmen, die sich schon gesellschaftlich engagieren oder gerade erst damit beginnen wollen, werden ermutigt, dies zu veröffentlichen. Auf diese Weise sollen weitere Unternehmen motiviert werden, sich erstmalig zu engagieren bzw. ihr schon stattfindendes Engagement als gutes Beispiel für Andere zu präsentieren.

Mit dem öffentlich abgegebenen Versprechen, innerhalb der nächsten zwölf Monate ein gesellschaftliches Engagement zu realisieren, erhalten sie Aufmerksamkeit, indem sie

- in eine Liste der „Engagementversprechen“ im Internet (www.unternehmen.engagiert-in-koeln.de) aufgenommen werden;

The screenshot shows the website 'Engagiert in Köln' with the following elements:

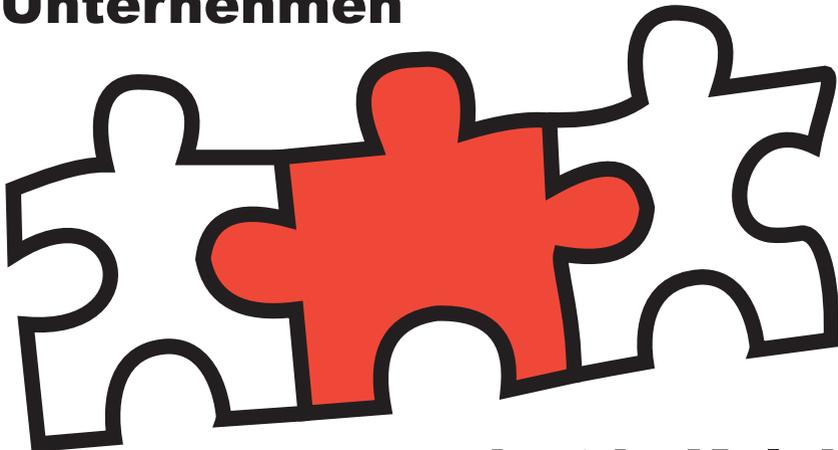
- Logo:** 'Engagiert in Köln' with the tagline 'Köln's Netzwerk Bürgerengagement' and a graphic of three interlocking puzzle pieces (two white, one red).
- Header Image:** A panoramic view of the Cologne skyline featuring the Cologne Cathedral.
- Navigation:** 'Unternehmen - engagiert in Köln', 'Startseite', 'Inhalt', 'Kontakt', 'Impressum', 'Datenschutzhinweis'.
- Breadcrumbs:** 'Sie sind hier: Startseite · Engagementversprechen 2010'.
- Main Content:**
 - Engagementversprechen 2010**
 - Zurzeit haben 11 Unternehmen versprochen ein freiwilliges gemeinnütziges Engagement umzusetzen:
 - Engagierte Unternehmen in Köln in alphabetischer Reihenfolge
- Left Sidebar:**
 - Aktuelles
 - Veranstaltungen und Aktionen
 - Das Signet
 - Engagementversprechen 2010**
 - Realisierte Versprechen
- Right Sidebar:**
 - Unternehmen interaktiv**
 - [Engagementversprechen 2010](#)
 - [Realisierte Versprechen](#)
 - [Registrierung](#)
 - Wechseln zu ...**

Engagiert



- für ein Jahr das Signet „Unternehmen – engagiert in Köln“ verwenden dürfen;
- die Chance der öffentlichen Verleihung eines Anerkennungspreises erhalten.

Unternehmen



engagiert in Köln!

Jahresevent und Würdigung engagierter Unternehmen

Den jährlichen Höhepunkt bildet der „Jahresevent“, mit dem jeweils ein Aspekt gesellschaftlichen Unternehmensengagements in die Öffentlichkeit getragen und bis dahin realisierte Engagements mit einem Jury- und seit 2008 auch mit einem Bürgerpreis gewürdigt werden. Bislang folgten jeweils zwei bis dreihundert Kölner Bürgerinnen und

Bürger aus der Unternehmerschaft und aus gemeinnützigen Organisationen der Einladung des Oberbürgermeisters ins Historische Rathaus und ließen sich jeweils von Praxisbeispielen des Unternehmensengagements und Impulsbeiträgen zu folgenden Themen inspirieren: „Engagementpartnerschaften“ (2006), „Corporate Volunteering und Personalentwicklung“ (2007), „Unternehmensengagement für Bildung“ (2008), „Zukunftsweisende Engagementpartnerschaften“ (2010).

Eine Fachjury aus den Bereichen Wirtschaft, Gemeinnützige, Stadt Köln und Medien wählte aus den realisierten Engagementversprechen in der Regel jeweils einen Preisträger aus. Bisher wurden die Rhein-Erft Akademie GmbH, die Jutta Stüsgen Steuerberatung, das Marriott Hotel Köln – Cologne MH Operating Company GmbH, der Handwerksbetrieb Lauterbach und Söhne und die FlowFact AG ausgezeichnet.

Auswahlkriterien für den Jurypreis „Unternehmen – engagiert in Köln“

Vorbildhafte Praxis: Die Engagementpraxis ist zur Nachahmung geeignet. Sie zeichnet sich durch ein besonders hohes Niveau, durch Qualität und Professionalität aus.

Hervorragende Wirkung: Mit dem Engagement wird eine wahrnehmbare Wirkung für das Gemeinwesen erzielt.

Besondere gesellschaftliche Relevanz: Das Engagement widmet sich gesellschaftlichen Problem bzw. Themenstellungen mit hoher Relevanz.

Nachhaltigkeit: Das Engagement ist hinsichtlich seiner Ausgestaltung bzw. Wirkung auf Nachhaltigkeit angelegt.



Seit 2008 wird zusätzlich der Bürgerpreis vergeben: Auf der Onlineplattform des Medienpartners Kölner StadtAnzeiger (www.ksta.de) werden die realisierten Unternehmensengagements vorgestellt. Tausende Kölner Bürgerinnen und Bürger nutzten bislang die Möglichkeit, mit ihrem Votum den Bürgerpreisträger zu bestimmen. Beim ersten Mal gab es in der Schlussphase ein so knappes Kopf-an-Kopf-Rennen, dass zwei Preise vergeben wurden. Die bisherigen Bürgerpreisträger sind: INTERSEROH Entsorgungsdienstleistungs GmbH, Köln, Das Kölner Dozententeam für Seminare + Coaching + Mediation und die Ford-Werke GmbH.



Info und Werbekampagne

Der Aufruf zur Abgabe eines Engagementversprechens bildete von 2006 bis 2009 jährlich aufs Neue den Ausgangspunkt und Kern einer (finanziell bescheiden ausgestatteten) Öffentlichkeitskampagne. Sie wurde mithilfe einer Kommunikationsagentur realisiert, die Unternehmen telefonisch, auf schriftlichem Wege und über Artikel in der Kölner Wirtschafts und Tagespresse auf die Initiative „Unternehmen – engagiert in Köln“ aufmerksam machte.

Betrieb und Praxis | Gesellschaftliches Engagement als Element der Personalentwicklung

Karriere mit Sinn

Vier von fünf Mittelständlern setzen sich für wohltätige Zwecke in ihrem Umfeld ein. Für immer mehr Unternehmen ist gesellschaftliches Engagement selbstverständlich. Neben der Frage, in wie weit sie an gemeinnützigen Projekten in der Personalentwicklung einbinden. Infolga erklärt, was Unternehmen davon haben.



„Zu jeder Personalwahl hat ein Unternehmen dabei, den Karriereentscheidenden besten Situationen zu überfrachten.“ – Dieter Schillmann, V&A, S. 65.

Sie erwecken kontinuierliche Werbebotschaften für ein Jugendheim. Sie unterstützen ein Spendenprojekt für ein Seniorenheim. Sie erörtern die Turnhalle eines Kinderheims. Immer mehr Unternehmen erkennen den Marktwert von Mitarbeiter:innen, sich für gemeinnützige Projekte einzusetzen. Nach Informationen des Bundesverbands Kompetenznetzwerk für Umweltökologische Unternehmensentwicklung (UUE) setzen sich 80 Prozent der mittelständlichen Unternehmen in Deutschland für wohltätige Zwecke in ihrem Umfeld ein – von einer kleinen Spende über personelles Engagement bis hin zu maßstabswirksamen Stiftungen. Einer Studie der

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young (EY) zufolge geben sogar 94 Prozent der befragten Unternehmen an, sich aktiv für die Lösung einer oder mehrerer sozialer oder ökologischer Fragen zu engagieren. Die Firmen sehen ihre soziale Verantwortung nicht nur in so weit, dass ihr Handeln Dinge nicht mehr allein auf wirtschaftlichen Erträgen ruht und die Öffentlichkeit darüber informiert auf Vordringliches gegen Menschen und Arbeitsorte oder den Ruf nach nachhaltigen Konsumverhalten reagiert. Doch gesellschaftliches Engagement dient nicht nur der Imagepflege. Ganz allgemein hilft es, „Blinden zu

erkennen, Verluste zu vermeiden, aber auch neue Probleme anzugehen oder interne Prozesse zu verbessern“, schreibt Roland Rüter, Partner bei Ernst & Young in Stuttgart. In einem Leitfaden für die Unternehmensführung „Business as Usual“.

Sinn als Mehrwert
Interne Prozesse verbessern – das ist eine klassische Aufgabe der Personalentwicklung. Wer nimmt mit seiner Abteilung bei Wand und Wasser im Outdoor-Camp oder der Zeit in Sachen Teamworkshops, Entscheidungsgewinnung, Umgang mit Krisensituationen einträge dazu? „So weit, so gut. Doch es geht noch bes-

ser“, weiß Dieter Schillmann. „Ob der Führungspersonale die Wahl eine Brücke hat oder die gleiche Zeit in einem Kinderheim verbringt – das kommt bei uns zunächst darauf“, so Schillmann. „Aber beim Kindergruppenprojekt kommt ein Sinn hinzu, während die Brücke am Ende des Tages wieder abgeräumt wird, damit das nächste Team ankommen kann.“

Seit 1995 beschäftigt sich Schillmann, Geschäftsführer der V&A UUE, Agentur für Kommunikation in Köln, mit dem Thema „Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen“, seit 2009 verdient er Geld damit. Seine Agentur berät Firmen, die sich engagieren wollen, und vertritt



Ein weiteres soziale Engagement verbindet unter der Nachwuchsabteilung die Spatenkinder, während mit dem Personalleiter Marko Böker.

Wirtschaft + Politik | Gesellschaftliches Engagement

Den Stein ins Rollen bringen



„GESellschaftliches ENGAGEMENT“. Viele Unternehmen übernehmen seit Jahren und vielfältige Werte Verantwortung. Für alle Unternehmen in dem zur Bildung sind. Seit riggeln betriebs und auch über Teile des Engagements immer bestehen. Die öffentliche Wahrnehmung ist und bleibt in der Breite sehr kulturreich. **„Corporate Volunteering“** genannt.

Im in den USA und Großbritannien so heißt es, gleiche gesellschaftliches Engagement zum gemeinsamen Tun im Unternehmen gehören, so das gegen kollektive Arbeit, werden die Einsatz des Einzelnen bei Fortschritt und Wachstum geringer gemacht. Bei anderen Unternehmen indes zeigt sich ein differenziertes Bild. Nicht nur Karrieren, sondern vor allem kleine und mittelständliche Unternehmen tun eine Menge. Kaum ein Spartenbereich lässt über die Runden, würde er nicht aus der aktuellen Wirtschaft finanziert unterstützen. Und auch viele sozial engagierte Unternehmen gründen auf der Initiative einzelner Unternehmer etwa die Kölner „Jugendhilfe“, zu denen sich rund 25 Firmen der zwangsmittelsprachen haben. Sie sammeln mit **„Datei-Veranstaltungen und Spendenläufe“** (Zehntausende Euro pro Jahr). Das **„Willy-Engel in Kölner Stadtteil, der Förderkreis bestmöglicher Kinder, Kindererzieher oder auch der Jugendhilfe“** gut gemeint betriebs von diesem Front.

20. 06. 2011 - wirtschafthaus 30.000 11.000

Soziale Einrichtungen sind Nutznießer der Spendenbereitschaft größer wie kleiner Anhänglichkeit in der Region. Unzählige Schüler gehen zum Beispiel von gespendeten Computern aus online. In Köln von der Bildungsinitiative GUS, engagieren sich im Raum Köln rund 80 Unternehmen in beruflichen Schulen. Das Engagement reicht von „Schülerfirma Mensch“ über „Mitarbeiter auf der Baustelle“ bis zur Vermittlung der „Übersichtlichkeit des „Nachwuchsgewinnungsplans“. Unternehmensverantwortung und Lehrer engagieren sich, weil sie gerne ihren persönlichen Beitrag zur Förderung des Nachwuchses leisten.

Neue Form des Ehrenamtes

Warum also das Vorurteil von der sozialen Unfähigkeit deutscher Unternehmen? „Anfangs als in den USA spricht man in Deutschland nicht gern über das Datum, das man hat“, sagt Hans Werner, Leiter und einer der Mitorganisierer der „Kölner Freiwilligen

Agentur“. Der eingetragene Verein steht für die neue Art des Ehrenamts, das weder religiös noch politisch oder ideologisch gebunden ist. Denn immer mehr Organisationen, aber auch Unternehmen suchen nach volkswirtschaftlichen Möglichkeiten, sich ehrenamtlich zu engagieren – auch außerhalb der bekannten Strukturen, die Vereine, politische Parteien, Kirchen oder Institutionen bieten. Auf sich selbst gestellt aber ist es nur schwer möglich, die nötigen Kontakte zu knüpfen. Angebot und Nachfrage zusammenzuführen und auf diese Weise bürokratisches Engagement zu betreiben, hat sich die „Kölner Freiwilligen Agentur“ daher zum Ziel gesetzt.

Eine Idee zeigt Wirkung

Die Erfahrung Hans Werner: Auch sich mit dem Befinden einer Studie, die von der Kölner V&A Agentur für Kommunikation GmbH im Auftrag der Bundesministerien für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) entworfen

Leiter des Teams Personalentwicklung der Spatenkinder

Zum einen ging es dem Unternehmen darum, sich für ein soziales Projekt einzusetzen. Zum anderen standen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst im Fokus. Wie sollten sie denn über den Unternehmensbereich, eine andere soziale Maßnahme erleben, ihre Sozialkompetenz erweitern? So Böker. Die Initiative war Teil des Ja-

Engagiert



Sprechstunde

Die Info und Werbekampagne erreichte Unternehmen, die sich bislang noch nicht gesellschaftlich engagierten, es aber in Erwägung zogen. Ihnen wurde mit dem Angebot einer „Sprechstunde“ der Kontakt zu bereits engagierten Unternehmen und erfahrenen Mittleragenturen für Unternehmensengagement geboten. Hier erhielten sie praktische Tipps für den Einstieg ins Engagement. Genutzt wurde dieses Angebot allerdings nur sehr vereinzelt, sodass es diese Gesprächsgelegenheiten zukünftig nur noch auf Anfrage geben wird.



Ansprechpartnerin in der IHK Köln für das Thema gesellschaftliches Engagement von Unternehmen ist: Claudia Betzing, E-Mail: claudia.betzing@koeln.ihk.de, Tel. 0221 1640-502.

Clubabend

Die ersten Erfahrungen mit der Ansprache und Gewinnung von Unternehmen für ein Engagementversprechen ließen den Schluss zu, dass weitere Anreize sinnvoll sein könnten. Hieraus entstand das Angebot eines jährlich stattfindenden Clubabends, der in zweierlei Hinsicht exklusiv ist: Teilnehmen können nur die Unternehmen, die zuvor ein Engagementversprechen abgegeben haben. Und es gibt jeweils einen prominenten Gastredner in vertrauter Atmosphäre. Bisher waren dies: Oberbürgermeister Fritz Schramma a. D. (2007), Pfarrer Franz Meurer (2008) und der Kabarettist Jürgen Becker (2009)

<p style="text-align: center;">Premiere beim Netzwerk „Unternehmen engagiert in Köln“</p> <p><small>Historie des „Clubabend 2007“, Bild: U. Eberhard</small></p>  <p><small>v.l.n.r. Andrea Ludy, Ulla Eberhard, OB Fritz Schramma und Julia Adou freuen sich mit ihren Gästen auf einen unvergesslichen Abend.</small></p>	<p style="text-align: right;"><small>KStA / 24.08/09</small></p> <h3 style="text-align: center;">Clubabend als Dankeschön</h3> <p>Kölner Unternehmen engagieren sich im Netzwerk für das Gemeinwohl.</p> <p><small>VON MATTHIAS PESCH</small> Mitarbeiter des Holiday Inn Hotels in Lindenthal pflegen den Stadtwald in der Umgebung ihres Hauses. Die Agentur b+d finanziert jedes Jahr 1000 Tage Sommerurlaub für bedürftige Kinder. Die Dr. Ebert Akademie AG bietet Seminare gegen</p>
---	--

Themenabend

Einen weiteren Anreiz bieten die in loser Folge veranstalteten Themenabende. Diese Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen für Unternehmen sind Gelegenheiten, um miteinander über Sinn und Nutzen des gesellschaftlichen Unternehmensengagements ins Gespräch zu kommen. Bisherige Themen waren z.B.: „Erfahrungen mit dem SeitenWechsel® als Sozialpraktikum für Manager“, „Herausforderung Bildung“, „Übergang Schule – Beruf“.

Engagiert



Gemeinsamer Aktionstag

Getreu dem Motto „Es gibt nichts Gutes außer man tut es“ haben schließlich die in der „AG Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ mitwirkenden Unternehmen im September 2009 erstmals mit einem gemeinsamen Aktionstag ein für weitere Unternehmen motivierendes Zeichen gesetzt. Rund vierzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus zwanzig Unternehmen beteiligten sich an dem gemeinnützigen Einsatz zugunsten der Diakonie Michaelshoven: Sitzbänke wurden abgeschliffen und gestrichen, neue Spielgeräte und Klettergerüste aufgestellt, ein Sandkasten angelegt, Wände und Garagentüren mit künstlerisch gestalteten Graffiti verschönert. Inzwischen hat sich hieraus die Initiative „Unternehmer unternehmen“ (www.unternehmer-unternehmen.de) gebildet, die in 2010 wieder einen solchen Aktionstag realisiert hat und Fortsetzungen für die Zukunft plant.



Erfolge und Erfahrungen. Ein Resümee

Köln zählt zu den Städten in Deutschland, in denen schon früh das bürgerschaftliche Unternehmensengagement mit seinen Chancen und Gestaltungsmöglichkeiten öffentlich thematisiert wurde. Die Chronologie im Anhang gibt hierzu einen Überblick. Das Kölner Netzwerk Bürgerengagement und die Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ mussten also nicht bei null anfangen – zumal die Träger der allerersten Aktivitäten auch von Beginn an im Netzwerk und den Arbeitsgruppen zum Unternehmensengagement mitwirkten.

So schafften Netzwerk und Arbeitsgruppe eine neue Qualität, die dem Thema „bürgerschaftliches Unternehmensengagement“ zusätzliche Impulse verliehen hat:

- Bereits engagierte Unternehmen widmeten sich der Aufgabe, in kollegialer Ansprache weitere Unternehmen zu gewinnen.
- Die Bündelung unterschiedlicher Kompetenzen und Ressourcen versetzte die Arbeitsgruppe in die Lage, trotz bescheidener finanzieller Mittel öffentlichkeitswirksame Aktivitäten professionell zu realisieren.
- Es konnte ein Netzwerk engagierter Unternehmen etabliert werden, die sich gegenseitig inspirieren und bei verschiedenen Anliegen unterstützen. Die positive Variante des „Kölschen Klüngels“ – „man kennt sich und hilft sich“ wurde um eine wichtige Facette reicher.

„Der systematische kollegiale Austausch und die Vernetzung unterschiedlicher Perspektiven bringt ständig neue Anregungen mit besserem Überblick zum Bürgerengagement und seinen vielfältigen Möglichkeiten.“

Die Umsetzung des Grundkonzepts der Arbeitsgruppe ‚Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen‘ sehe ich als erreicht an. Freiwilliges bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen hat in Köln einen neuen Stellenwert erhalten. Weiterentwicklung und Ausgestaltung von ‚Unternehmensengagement 2.0‘ ist nun eine gemeinsame Aufgabe.“

Dr. Wolfgang Hennig, Ford Community Involvement-Programm, Bürgerschaftliches Engagement, Ford-Werke GmbH, Köln

„Die Arbeitsgruppe ‚Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen‘ hat das Unternehmensengagement in Köln auf die Tagesordnung gesetzt und da ist es nicht mehr wegzudenken.

Es ist ein Erfolg, dass Vertreterinnen und Vertreter von Unternehmen und Kammern seit über fünf Jahren kontinuierlich zusammenarbeiten und dabei das Bürgerengagement in den Unternehmen verankern und unternehmerisches Denken in das Bürgerengagement einfließen lassen.“

Ulla Eberhard, Geschäftsführerin, Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

Engagiert



in Köln!

So konnte im Laufe von fünf Jahren erreicht werden, dass

- es in Köln ein vielfältiges lebendiges Netzwerk engagierter Unternehmen, Mittleragenturen, öffentlicher Institutionen und gemeinnütziger Organisationen gibt, das über die Arbeitsgruppe und das Kölner Netzwerk Bürgerengagement hinaus Veranstaltungen wie den „Kölner Marktplatz ‚Gute Geschäfte‘“, gemeinschaftliche Unternehmensaktionstage und themenspezifische Veranstaltungen entwickelt und in Eigenregie realisiert.
- die wesentlichen Ziele der Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ verwirklicht wurden: Das Thema „bürgerschaftliches Unternehmensengagement“ wurde auf die öffentliche und bei einigen Unternehmen erstmals auf die interne Tagesordnung gesetzt. Das Thema erhielt eine wiedererkennbare Marke („Unternehmen – engagiert in Köln“) mit verschiedenen niedrigschwelligen Zugängen für interessierte Unternehmen.

„Meines Erachtens wird das Thema ‚Corporate Citizenship‘ heute viel stärker öffentlich thematisiert. Dies liegt überwiegend daran, dass bundesweit das Thema an Bedeutung gewonnen hat. Für Köln ist festzustellen, dass die Pressewahrnehmung des Unternehmensengagements zugenommen hat. Sicherlich hat auch die Arbeit der Arbeitsgruppe ‚Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen‘ dazu einen Beitrag geleistet.“

Claudia Betzing, Stv. Geschäftsführerin, Leiterin Industrie und Regionalpolitik, Industrie und Handelskammer zu Köln

Das Thema war und ist jedoch kein Selbstläufer. Die entwickelten Angebote zur öffentlichen Präsentation des aktuellen gesellschaftlichen Engagements werden längst nicht von allen engagierten Unternehmen genutzt – weil es ihnen zu aufwendig ist, sie darauf keinen Wert legen oder weil sie befürchten, dann mit Unterstützungsanfragen überschüttet zu werden.

Zahlreiche Unternehmen begnügen sich mit dem rein finanziellen Spendenengagement, während es der Arbeitsgruppe ein besonderes Anliegen war, ein Unternehmensengagement zu fördern, bei dem die Kompetenzen des Unternehmens und die Beteiligung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Mittelpunkt stehen.

Außerdem hat die Erfahrung gelehrt, dass nur ein relativ kleiner Teil der engagierten Unternehmen interessiert oder in der Lage ist, sich gemeinsam mit anderen für die Weiterentwicklung des gesellschaftlichen Unternehmensengagements einzusetzen. Die meisten konzentrieren sich auf das eigene Projekt und suchen allenfalls den Erfahrungsaustausch mit oder die Unterstützung durch andere engagierte Unternehmen. Sich über das eigene Engagementprojekt hinaus für die Ausweitung der Engagementbereitschaft in der Kölner Wirtschaft und für Innovation in der Kooperation zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen einzusetzen – dieses „Feldentwicklungsengagement“ stellt besondere Anforderungen, die nur eine Minderheit erfüllen kann.

Für die Mehrzahl der Engagierten sind daher Initiativen wie „Unternehmer unternehmen“, der „Kölner FreiwilligenTag“, der Kölner Marktplatz „Gute Geschäfte“ geeignetere Orte und Formen der Begegnung und Kooperation. Diese Erfahrung wird in der zukünftigen Entwicklung der Kooperations- und Netzwerkstruktur berücksichtigt werden.

Engagiert



in Köln!

Typologie engagierter Unternehmen

Die Erfahrungen der vergangenen fünf Jahre haben gezeigt, dass die aktive Mitwirkung an der Weiterentwicklung des gesellschaftlichen Unternehmensengagements in der Stadt für viele engagierte Unternehmen wichtig ist. Die Motivation für die Mitarbeit in der Arbeitsgruppe ist aber sehr unterschiedlich. Der folgende Versuch einer Typologie engagierter Unternehmen mag dies illustrieren:

„Altruisten“: Hierzu lassen sich Unternehmen zählen, denen das „Zurückgeben“ bzw. „Gutes tun“ aus moralisch-ethischer Verpflichtung wichtig ist. Die öffentliche Wahrnehmung ihres Engagements ist ihnen nicht (immer) wichtig. Sie sind an Praxistipps und gelegentlichem Erfahrungsaustausch interessiert. Kooperation wird für sie dann interessant, wenn es um die Unterstützung für das eigene Engagement geht.

„Kommunikative“: Für solche Unternehmen ist die öffentliche Wahrnehmung ihres Engagements bis hin zur Entwicklung von Geschäftschancen durch Engagement interessant. Ihnen ist die Chance öffentlicher Anerkennung durch Preise und Presseberichterstattung sowie das Netzwerken via Engagement mit potentiellen Geschäftspartnern wichtig.

„Investoren“: Sie verfolgen eine Engagementstrategie, die man als Investition in die Bewältigung gesellschaftlicher Probleme bezeichnen

kann. Ihnen ist an einer systematischen Identifikation und Bearbeitung relevanter Herausforderungen in der Kommune gelegen – in Kooperation mit anderen Unternehmen sowie mit kompetenten gemeinnützigen Organisationen.

„Feldentwickler“: Diesem Typus ist es ein Anliegen, insgesamt die Zahl engagierter Unternehmen bzw. die Qualität des Unternehmensengagements zu steigern. Hierzu wirken sie in entsprechenden Netzwerken, Arbeitsgruppen oder Gremien aus Gleichgesinnten mit, die sie nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch im öffentlichen und gemeinnützigen Sektor suchen.

Dies ist eine idealtypische Kategorisierung. In der Praxis weisen engagierte Unternehmen häufig Merkmale mehrerer Kategorien auf.

Unternehmen - engagiert in Köln. Ein Ausblick

Rückblickend lässt sich also zusammenfassen, dass das fünfjährige Wirken der Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ weitgehend erfolgreich war. Und der Ausblick auf die jetzt schon absehbaren Entwicklungen zeigt, dass diese Erfolge neue Früchte tragen: Weitere Akteure greifen das Thema gesellschaftliche Verantwortung und Engagement von Unternehmen auf: Der Ronda Businessclub hebt dieses Thema mehr und mehr ins Programm. Die noch in den Anfängen befindliche Initiative „Verantwortungspartner Rheinland“ will neue Dimensionen des gesellschaftlichen Unternehmensengagements und der gemeinschaftlichen Investition in Problemlösungen erschließen. Die Rot-Grünen Koalitionspartner im Kölner Stadtrat wollen das Thema auch im Bereich der Wirtschaftsförderung aufgreifen (siehe Kasten übernächste Seite).

Engagiert



in Köln!

Bei der Stadt Köln, der Industrie und Handelskammer zu Köln, der Handwerkskammer zu Köln und weiteren Institutionen finden Unternehmen inzwischen Ansprechpartner, die ihnen bei allen Fragen zum Einstieg in und die Weiterentwicklung von bürgerschaftlichem Unternehmensengagement weiter helfen können.

„Als ein Unternehmen, das sich bereits erfolgreich engagiert, ist es uns ein Anliegen, durch unser Netzwerk zu anderen Unternehmen die Zahl derer zu steigern, die sich engagieren. Die gesellschaftliche Verantwortung spielt für Randstad eine wichtige Rolle und ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Das spiegelt sich sowohl auf nationaler als auch auf lokaler Ebene in einer Vielzahl von nachhaltigen Projekten und Initiativen wider. Es ist uns wichtig, anderen Unternehmen diese Ideen weiterzugeben und zu verdeutlichen, dass gesellschaftliches Engagement langfristig einen Beitrag zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft leistet. Durch Vernetzung und gute Koordination sollten alle Unternehmen, ob groß oder klein, die Chance erhalten, sich zu engagieren; z.B. indem man sich ein Projekt teilt, wenn die personellen Ressourcen es nicht zulassen.“

Dagmar Breul, Regional Key Account Manager, Randstad Deutschland GmbH & Co. KG

(Eine Übersicht dieser und weiterer Ansprechpartner findet sich in der – parallel veröffentlichten Broschüre „Gesellschaftliches Unternehmensengagement in Köln“. Eine Handreichung der AG Unternehmensengagement im Kölner Netzwerk Bürgerengagement“)

Nicht zuletzt entschließen sich immer wieder Unternehmen, sich erstmals im gesellschaftlichen Engagement zu erproben und dieses als Engagementversprechen im Internet zu veröffentlichen (www.unternehmen.engagiert-in-koeln.de).

„Engagierte Bürger und Unternehmen“

„Zusammenhalt der Stadtgesellschaft sowie kreative Bedingungen und Impulse für wirtschaftliche Prosperität sind beständige Herausforderungen, die Kommunalpolitik und verwaltung alleine nicht meistern können. Eine aktive Bürgergesellschaft, das bürgerschaftliche Engagement Einzelner und nicht zuletzt ein solches Engagement von kleinen, mittleren und großen Unternehmen tragen das Ihre zu einer guten Stadt und Standortentwicklung bei. Wir wollen die Voraussetzungen verbessern, damit sich Unternehmensengagement für die Stärkung ‚weicher Standortfaktoren‘ entfalten kann und die städtische Wirtschaftsförderung ermutigen, Initiativen aktiv zu begleiten bzw. selbst anzustoßen.“

SPD – GRÜNE Koalitionsvereinbarung 2009 bis 2014 „Zukunft durch nachhaltige Politik für Köln“, S. 24

Auch die Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ wird fortgesetzt. Zurzeit (2010) diskutiert sie, welches die für die nächsten Jahre zentralen Aufgaben und angemessenen Strukturen sind und experimentiert mit verschiedenen Themen und Formen. Als Ergebnis zeichnet sich ab, dass die Arbeitsgruppe weiterhin als gemein-

„Ich sehe die Herausforderung vor allem darin, dass sich die großen und kleinen Unternehmen (vielleicht in zwei verschiedenen Gruppen) mit den Herausforderungen in der Stadt (und gemeinsam mit dieser) beschäftigen, um vor allem durch bürgerschaftliches Engagement Lösungsmöglichkeiten zu erarbeiten und umzusetzen. Hierzu sollten jedoch vor allem größere Unternehmen zu einer finanziellen Investition (und nicht nur ein paar hundert Euro) bereit sein, um neue übergreifende Strukturen zu schaffen, die die zahlreichen vorhandenen kleineren Initiativen bündeln, überprüfen und ggf. neu ausrichten. Ein solches Netzwerk, das sich mit den großen Themen (Bildung, Stadtentwicklung, Demographie, Altern, ...) beschäftigt, kann ich in Köln noch nicht erkennen, sondern eher unabgestimmtes Agieren im jeweiligen Unternehmensvorgehen, das noch nicht seine volle Kraft entwickeln kann. Auch die Stadt hat Möglichkeiten zum stärkeren Engagement der Unternehmen bisher ungenutzt gelassen und damit Chancen vertan.“

Roland Krüger, Generali Zukunftsfonds, Generali Deutschland Holding AG, Köln



sames Dach fungieren wird, mit der Marke und der Website „www. unternehmen.engagiert-in-köln.de“. Unter diesem Dach werden sich Aktivitäten und Kooperationsformen ausdifferenzieren und zwei selbstständig arbeitende Gruppen ihre Arbeit aufnehmen, die „Projektgruppe“ und die „Initiative“:

Die zukünftige „Projektgruppe ‚Neue Gesellschaftliche Kooperation‘“ (Arbeitstitel) soll aus all jenen Akteuren in Köln gebildet werden, die an der Förderung und Entwicklung des gesellschaftlichen Unternehmensengagements und der Anregung und Gestaltung sektorübergreifender Kooperationen (zwischen Wirtschaft, gemeinnützigem und öffentlichem Sektor) arbeiten. Hierzu zählen die „Feldentwickler“ unter den engagierten Unternehmen, einschlägig tätige Mittleragenturen, die Stadt, die Kammern und Initiatoren von Initiativen des Unternehmensengagements.

Gemeinsam wollen sie

- für Transparenz und Synergie in diesem immer vielfältigeren Handlungsfeld sorgen;
- übergreifende, für alle sinnvolle Aktivitäten tragen: öffentliche Veranstaltungen (Jahresevent, Themenabende ...), Würdigungen (Jury- und Bürgerpreis ...) und Veröffentlichungen.

Darüber hinaus wird es eine oder mehrere „Initiativen“ geben, in denen sich engagierte Unternehmen zusammenfinden, um z.B.

- einmal jährlich eine gemeinnützige Aktion durchzuführen;
- Handlungsbedarfe und –ansätze etwa im Bereich „Bildung“ oder „Übergang Schule – Beruf“ zu identifizieren und gemeinsam anzupacken.

In fünf Jahren ...

Wirken „Initiative(n)“ und „Projektgruppe“ im hier dargestellten Sinne erfolgreich, dann wird es im Jahr 2015 in Köln eine Vielzahl partner-schaftlicher Engagements von Unternehmen mit weiteren Akteuren aus dem gemeinnützigen und öffentlichen Sektor geben. Die Initiati-ven inspirieren sich gegenseitig und beziehen immer mehr Unterneh-men, gemeinnützige Organisationen und öffentliche Institutionen mit ein. Die Vielfalt wirkt synergetisch. Interessierten wird der Überblick wie der Einstieg leicht gemacht. Das Kölner Gemeinwesen erfährt starke Impulse, die sich produktiv für den sozialen Zusammenhalt, die Bewältigung sozialer Herausforderungen und eine lebendige Kul-tur auswirken.

Sie sind herzlich eingeladen, an der Verwirklichung die-ser Vision mitzuwirken!

Weiterführende Informationen

In der Broschüre **„'Gesellschaftliches Unternehmensengage-ment in Köln', Eine Handreichung der AG Unternehmensengagement im Kölner Netzwerk Bürgerengagement“** finden Sie einen Überblick über Akteure, Mittler und Netzwerke zum bürgerschaft-lichen Engagement von Unternehmen in Köln. Darüber hinaus finden Sie hier weiter führende Informationen und Links im Internet.

Das Kölner Netzwerk Bürgerengagement im Internet:
www.engagiert-in-koeln.de.

Engagierte Unternehmen(spreisträger) sind unter
www.unternehmen.engagiert-in-koeln.de zu finden.



Preisträger

Ford-Werke GmbH

Preisträger „KölnEngagiert 2004“ & Bürgerpreis „Unternehmen – engagiert in Köln 2010“

Auszeichnung für das „Community Involvement-Programm“, mit dem Beschäftigte der Ford-Werke GmbH motiviert werden, sich für das Gemeinwohl in vielfältigen Projekten zu engagieren – bis zu 16 Stunden pro Jahr von der eigentlichen Tätigkeit freigestellt.

General Electric Commercial Finance Equipment

Preisträger „KölnEngagiert 2005“

Das Unternehmen setzt sich seit Jahren für gemeinnützige Projekte ein und stellt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für drei Tage im Jahr für gemeinwohlorientiertes Engagement von der eigentlichen beruflichen Tätigkeit frei.

INTERSEROH Dienstleistungs GmbH

Preisträger „KölnEngagiert 2006“ & Bürgerpreis „Unternehmen – engagiert in Köln 2008“

Das Unternehmen hat eine zeitlich unbefristete Patenschaft für die Kinder- und Jugendpädagogische Einrichtung der Stadt Köln (KidS) (früher: Kinderheim in KölnSülz) übernommen. Hier werden sowohl kleinere Aktivitäten mit den Kindern unternommen als auch größere Ausflüge gemacht.

RHEIN-ERFT AKADEMIE GmbH

Preisträger Jurypreis „Unternehmen – engagiert in Köln 2006“

Mit dem vom Geschäftsführer gegründeten Verein „Pänz vun Kölle“ engagiert sich das Unternehmen für Kinder in schwierigen Situationen – mit Geld und Mitarbeiterzeit und –kompetenz.

AXA Konzern AG

Preisträger „KölnEngagiert 2007“

Der vom ehemaligen Vorstandsvorsitzenden der AXA Gruppe, Claude Bébéar, gegründete Verein „AXA von Herz zu Herz e. V.“ gewinnt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ein ehrenamtliches Engagement zugunsten gemeinnütziger Einrichtungen am jeweiligen Standort.

Jutta Stüsgen Steuerberatung

Preisträger Jurypreis „Unternehmen – engagiert in Köln 2007“

Mit dem vom Unternehmen initiierten „Patenprojekt“ werden ausbildungsplatzsuchende Jugendliche durch ehrenamtlich tätige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens unterstützt.

MarriottHotel Köln - Cologne MH Operating Company GmbH

Preisträger Jurypreis „Unternehmen – engagiert in Köln 2007“

Das Unternehmen engagiert sich mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Rahmen einer längerfristigen Patenschaft für das Kinderheim St. Josef in Köln Dönnwald.

ABEQ Akademie für Beratung und Qualifizierung GmbH

Preisträger „KölnEngagiert 2008“

Das Unternehmen unterhält ehrenamtlich zwei Beratungsstellen für die berufliche Qualifizierung und Weiterbildung türkischstämmiger Jugendlicher und Erwachsener im Generalkonsulat der Republik Türkei und bei der DITIB Türkisch-Islamische Union der Anstalt für Religion e. V..



Lauterbach & Söhne

Preisträger Jurypreis „Unternehmen – engagiert in Köln 2008“

Das Unternehmen engagiert sich mit jeweils einem Teil seiner Auszubildenden für die Pflege des Vorgebirgsparks in Köln.

Das Kölner Dozententeam für Seminare + Coaching + Mediation

Preisträger Bürgerpreis „Unternehmen – engagiert in Köln 2008“

Das Unternehmen engagiert sich mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für Jugendliche, die vor Schul, Lebens oder Berufsproblemen stehen und hilft ihnen u. a. mit Bewerbungstraining, Coaching und Nachhilfe.

United Parcel Service Deutschland Inc. & Co. OHG

Preisträger „KölnEngagiert 2009“

Seit 2004 werden von der UPS Cologne Airport Operation in Zusammenarbeit mit verschiedenen Organisationen Community Involvement-Aktivitäten organisiert. Alle UPS-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter, aber auch deren Angehörige und Verwandte können sich einer Aktion anschließen oder selbstorganisiert tätig werden.

Randstad Deutschland GmbH & Co. KG

Preisträger „KölnEngagiert 2010“

Unter dem Motto „Du bist ein Talent“ geht das Unternehmen mehrjährige Patenschaften mit Hauptschulklassen ein mit dem Ziel, die Berufsfähigkeit sowie die Abschluss- und Ausbildungsquoten der Jugendlichen zu steigern. Die Schüler werden dabei kontinuierlich von Randstad Führungskräften betreut.

FlowFact AG

Preisträger Jurypreis „Unternehmen – engagiert in Köln 2010“

Unter dem Motto „FlowFact für Kölner Kids“ haben Auszubildende des Unternehmens in Eigeninitiative der Kinder- und Jugendpädagogischen Einrichtung der Stadt Köln (KidS) IT- und Bewerbungstrainings angeboten.





Chronologie

Chronologie der Aktivitäten, mit denen in Köln das Thema „gesellschaftliches Unternehmensengagement“ auf die öffentliche Tagesordnung gesetzt wurde:

7.5.1999: Tagesseminar und öffentliche Abendveranstaltung „Neue Partnerschaften zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen“ (Veranstalter: Kölner Freiwilligen Agentur e.V. & VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH)

16.3.2001: Erstmalige Veranstaltung des Corporate Citizenship-Gesprächskreises Köln-Bonn – organisiert von VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH und der Kölner Freiwilligen Agentur e.V.. Wird seitdem halbjährlich veranstaltet – inzwischen als Corporate „Citizenship-Club Rhein-Ruhr“. Teilnehmende Unternehmen, die sich auch später in die AG Unternehmensengagement eingebracht haben: Ford Werke GmbH, Randstad Deutschland GmbH & Co. KG

25.10.2001: Öffentliche Präsentation der „Marketing und Machbarkeitsstudie „Corporate Volunteering in Deutschland und in Köln“, die von VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH und der Kölner Freiwilligen Agentur e.V. mithilfe einer Förderung durch die Körber Stiftung durchgeführt wurde.

23.1.2002: „Das Unternehmen als Bürger in der Gesellschaft“ Abendveranstaltung der IHK Köln in Kooperation mit dem Bund Katholischer Unternehmer und dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik.

12.&13.9.2003: 1. Kölner FreiwilligenTag „Gemeinsam. Für Köln“ – veranstaltet von der Kölner Freiwilligen Agentur e.V. unter Beteiligung von 14 Unternehmen mit 177 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und 15 gemeinnützigen Organisationen. Realisierung von 28 Projekten. Von da an jedes Jahr im Herbst.

7.10.2003: Ratsbeschluss für die Einrichtung des „Kölner Netzwerk Bürgerengagement“

28.4.2004: Konstituierende Sitzung der AG Unternehmensengagement des „Kölner Netzwerk Bürgerengagement“

27.6.2004: Erstmals im Rahmen des seit 2000 stattfindenden Kölner Ehrenamtstages Verleihung eines Preises für gesellschaftliches Unternehmensengagement an Ford-Werke GmbH

6.9.2004: AG Unternehmensengagement verabschiedet ihren Beitrag zum „Kölner Konzept zur Förderung bürgerschaftlichen Engagements“ als Empfehlung an das Kölner Netzwerk Bürgerengagement und den Rat der Stadt Köln

Dez. 2004: Erstmalige Veröffentlichung der Praxisdokumentation „Unternehmensengagement mit Kompetenz und Personal in der Region Köln/Bonn“ erarbeitet und herausgegeben von VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH mit Förderung durch die Stadtparkasse Köln; eine Idee der AG Unternehmensengagement.

1.2.2005: Einstimmiger Beschluss des Rates der Stadt Köln zum „Kölner Konzept zur Förderung bürgerschaftlichen Engagements“

25.9.2005: Kölner Ehrenamtstag – Unternehmenspreisträger: General Electric Commercial Finance Equipment



19.9.2005: Neukonstituierung der Arbeitsgruppe „Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ des Kölner Netzwerk Bürgerengagement.

Jun. 2006: Beginn der Initiative „Unternehmen - engagiert in Köln“ – Start mit öffentlichem Aufruf zum Engagementversprechen „Unternehmen – engagiert in Köln“ mit Veröffentlichung im Internet

24.9.2006: Kölner Ehrenamtstag – Unternehmenspreisträger: INTERSEROH Dienstleistungs GmbH

6.11.2006: 1. Jahresevent „Unternehmen – engagiert in Köln“. Themenfokus: Engagementpartnerschaften
Preisverleihung Jurypreis an: RHEIN-ERFT AKADEMIE GmbH

11.6.2007: Erster „Themenabend“ AG Unternehmensengagement für engagementinteressierte Unternehmen. Gastgeber: SECURITAS Sicherheitsdienste GmbH & Co. KG. Thema: „SeitenWechsel®“. Es folgten weitere Themenabende in loser Folge

12.8.2007: Kölner Ehrenamtstag – Unternehmenspreisträger: AXA Konzern AG

22.8.2007: Erster „Clubabend“ für Unternehmen, die ihr Engagementversprechen im Rahmen der Initiative „Unternehmen - engagiert in Köln“ veröffentlicht haben. Ehrengast: Oberbürgermeister Fritz Schramma a.D. Weitere Clubabende folgten 2008 und 2009 mit den Ehrengästen Pfarrer Franz Meurer und dem Kabarettisten Jürgen Becker.

23.10.2007: 1. Kölner Marktplatz „Gute Geschäfte“ mit Veranstalterkreis aus Unternehmen, Gemeinnützigen und Stadtverwaltung. Findet seitdem jährlich statt.

14.11.2007: 2. Jahresevent „Unternehmen – engagiert in Köln“
Themenfokus: Corporate Volunteering & Personalentwicklung
Preisverleihung Jurypreis an: Jutta Stüsgen Steuerberatung & Marriott Hotel Köln Cologne MH Operating Company GmbH

14.9.2008: Kölner Ehrenamtstag – Unternehmenspreisträger: ABEQ
- Akademie für Beratung und Qualifizierung

2.12.2008: 3. Jahresevent „Unternehmen – engagiert in Köln“
Themenfokus: Unternehmensengagement für Bildung
Preisverleihung Jurypreis: Lauterbach & Söhne
Preisverleihung Bürgerpreis: INTERSEROH Dienstleistungs GmbH, Köln & Das Kölner Dozententeam für Seminare + Coaching + Mediation

1.9.2009: Gemeinsamer Aktionstag der „AG Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“ in der Diakonie Michaelshoven

13.9.2009: Kölner Ehrenamtstag – Unternehmenspreisträger: UPS - United Parcel Service Inc. & OHG

25.3.2010: 4. Jahresevent „Unternehmen – engagiert in Köln“
Themenfokus: Zukunftsweisende Engagementpartnerschaften
Preisverleihung Jurypreis: FlowFact AG
Preisverleihung Bürgerpreis: Ford-Werke GmbH

26.9.2010: Kölner Ehrenamtstag – Unternehmenspreisträger: Randstad Deutschland GmbH & Co. KG



Impressum

Herausgeber:

„Arbeitsgruppe Unternehmensengagement anregen und veröffentlichen“
im Kölner Netzwerk Bürgerengagement

Konzept und Text:

Dieter Schöffmann, VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH
www.visavis-wirkt.de

Redaktionsgruppe:

Ulla Eberhard (Kölner Freiwilligen Agentur e.V.), Ulrike Han (Stadt Köln,
Kommunalstelle FABE), Dieter Schöffmann (VIS a VIS Agentur für Kommuni-
kation GmbH), Loring Sittler (Generali Zukunftsfonds)

Gestaltung:

www.design-union.de

Druck:

Druckerei Schüller

Bildnachweis:

S. 2 und S. 7 © Michael Bollen
S. 17 © www.nickel-photography.com

1. Auflage 2010

Kontakt

Kölner Netzwerk Bürgerengagement

Geschäftsstelle

Kommunalstelle FABE

Rathaus, Spanischer Bau

Ulrike Han

Susanne Kunert

Telefon: 0221/221-30352

Telefon: -23190

Fax: 0221/221-26581

Fax: -26581

E-Mail: Koelner.Netzwerk.BE@stadt-koeln.de



Der Oberbürgermeister

Amt des Oberbürgermeisters
Kommunalstelle FABE (Förderung und Anerkennung
Bürgerschaftlichen Engagements)