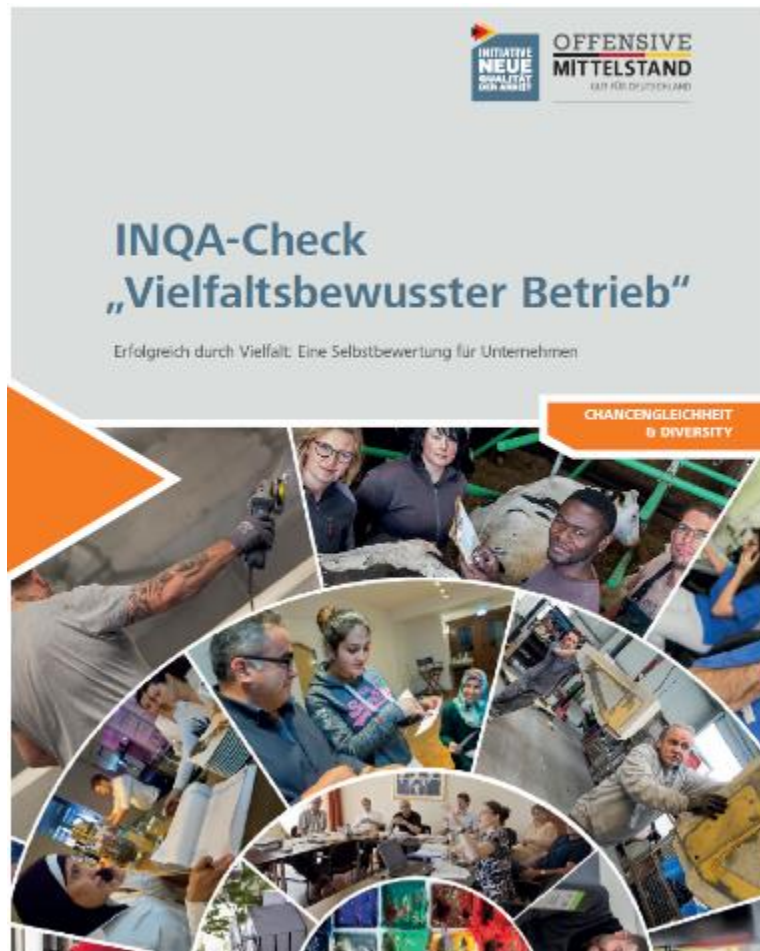




Leitfaden „Bürgerschaftliches Engagement“

AG Transfer der OM Bonn, 13.06.2019

INQA Check „Vielfaltsbewusster Betrieb“



Projektpartner

- ▶ BC Forschung
- ▶ Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)
- ▶ Fachhochschule des Mittelstands (FHM)
- ▶ Institut für angewandte Arbeitswissenschaft (ifaa)
- ▶ Institut für Technik der Betriebsführung (itb)
- ▶ RKW Kompetenzzentrum
- ▶ ver.di Bildungswerk Hessen



Netzwerk für Selbstorganisation der Bürgergesellschaft

- **Anwalt und Sprachrohr** des bürgerschaftlichen Engagements gegenüber Staat, Gesellschaft, Verbänden und Institutionen
- **Anstöße zur Förderung und Weiterentwicklung** bürgerschaftlichen Engagements
- Weitere **Forschung** zum bürgerschaftlichen Engagement
- **Zusammenarbeit zwischen Staat, Wirtschaft und Drittem Sektor**
- **Erfahrungsaustausch** fördern
- Findung von **gemeinsamen Handlungsoptionen**

Das BBE als organisationsbezogenes trisektorales Netzwerk

2003: 28 Gründungsmitglieder
2018: 266 Mitgliedsorganisationen (wachsend)

Davon aus:

- **Staat / Politik** **30** (Bund, Länder, Kommunen)
- **Wirtschaft / Arbeitsleben** **29** (Unternehmen, Gewerkschaften)
- **Zivilgesellschaft:** **207**
 - Verbände: 61
 - Fachorganisationen: 75
 - Stiftungen: 31
 - Wissenschaft: 19
 - Einzelpersonen: 21

ZIELE

Freiwilliges
Engagement
und
Zivilgesellschaft
fördern

Demokratie und
Beteiligung der
BürgerInnen und
Demokratie
stärken

Zusammen-
arbeit von
Zivilgesell-
schaft,
Wirtschaft und
Staat

Mitarbeitermotivation
Mitarbeiterbindung
Steigerung der
Personalrekrutierungschancen

Imageverbesserung
Dokumentation gesellschaftl.
Verantwortung
Verbesserung Unternehmensbild
und Unternehmerbild

Verbesserung
Kundenbeziehungen
Kundengewinnung
Absatzsteigerung
Abgrenzung von Konkurrenz

Investitionen in Gemeinschaft
moralische Verantwortung
Verhaltenssteuerung von
Stakeholdern
Erhalt und Entwicklung
(strategischer) Ressourcen

Gewinnung, Qualifizierung und
Bindung von Ehrenamtlichen
Gewinnung von ungebundenen
Helfern
Zusammenarbeit von Haupt-
und Ehrenamt

Vermittlung von Leitbildern
Formulierung von Mission
Statements
Werbung für inhaltlich (ethisch-
normativ) motivierte Anliegen

Steigerung der Attraktivität als
Fördernehmer und strategischer
Partner
Dauerhafte und verlässliche
Finanzierung (Abkehr von der
„Projektitis“)

Netzwerkbildung
Beeinflussung anderer Player
vor Ort
Möglichst langfristige
strategische Kooperationen
(Partnerschaften)



**Welche
Unterstützung
benötigen Betriebe
und
zivilgesellschaftliche
Organisationen
für die verstärkte
Zusammenarbeit?**

Vom Check zum Leitfaden



OFFENSIVE
MITTELSTAND

GUT FÜR DEUTSCHLAND

- Basis:
 - 4 Workshops mit Betrieben und Netzwerken
 - Einzelinterviews mit Netzwerken des bürgerschaftlichen Engagements
 - Forschungsbericht zum Status Quo

Der Leitfaden



OFFENSIVE
MITTELSTAND

GUT FÜR DEUTSCHLAND

- Einleitung
- Idee von Synergie
- Rahmenbezug Projekt, BMAS/OM
- Gesellschaftliche Verantwortung und Entwicklung
- Bezug Diversity
- Definition der Sphären
 - Kleine und mittlere Unternehmen
 - Zivilgesellschaftliche Organisationen
- Kooperationen KMU und ZO
- Ideenspeicher/Wie kommt eine (intensive) Zusammenarbeit zustande
- Best Practice / Handlungsanleitungen
- Zusammenfassung

Kurzcheck



**OFFENSIVE
MITTELSTAND**

GUT FÜR DEUTSCHLAND

Kurz-Check

„Synergien Unternehmen/ Zivilgesellschaft“

Potentiale für Synergien nutzen

Ziel:

Unser Unternehmen nutzt die Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen Organisationen und Potentiale von Kooperationen und Fähigkeiten von Menschen und Gruppen für das Unternehmen zu entdecken und weiterzuentwickeln.

Erfolgreiche Praxis:

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen:

■ = Dringender Handlungsbedarf ■ = Handlungsbedarf ■ = Zurzeit kein Handlungsbedarf

1. Personal-Management

<p>Als attraktives Unternehmen beziehen wir vielfältige Ideen und Fähigkeiten ein und binden unsere Beschäftigten aktiv in neue Prozesse ein</p> <p><i>Anregungen aus der Praxis:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> •→ Arbeitgeberattraktivität durch Engagement in der Region •→ Beschäftigte werben Beschäftigte innerhalb ihres Umfeldes, auch im Umfeld des ehrenamtlichen Engagements •→ Zielgruppen für die Personalauswahl erweitern z.B. im Migrationsumfeld •→ Einsatz von älteren Beschäftigten z.B. als Mentoren – auch außerbetrieblich im freiwilligen Engagement? •→ Eingewöhnungsphase zur Vorbereitung der Ausbildung und Patenschaften •→ Gezielte Maßnahmen zur Förderung von jungen Menschen mit Problemen, z.B. in Ausbildung •→ Nutzung von ehrenamtlichen Mentoren-Netzwerken •→ Nutzung Initiativen um Ausbildungsabbrüche zu verhindern •→ Regelmäßige Gespräche mit jedem Beschäftigten über seine Leistungen, Vorstellungen und Entwicklungsmöglichkeiten, die die vielfältigen Blickwinkel und Fähigkeiten berücksichtigen •→ Bei Personaleinsatz auf individuelle Vorstellungen und Entwicklungspotenziale achten, persönliche Stärken und Schwächen achten und nutzen der vielfältigen Fähigkeiten •→ Jährliche Perspektivbesprechung mit allen Beschäftigten bezüglich Zufriedenheit, Erwartungen, Weiterbildungsbedarf, der vorausschauenden Betrachtung der sich verändernden Leistungsfähigkeit im Altern und zur Vorbereitung auf alternative Tätigkeiten, zu Hobbys, ehrenamtlichem 	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>
---	---

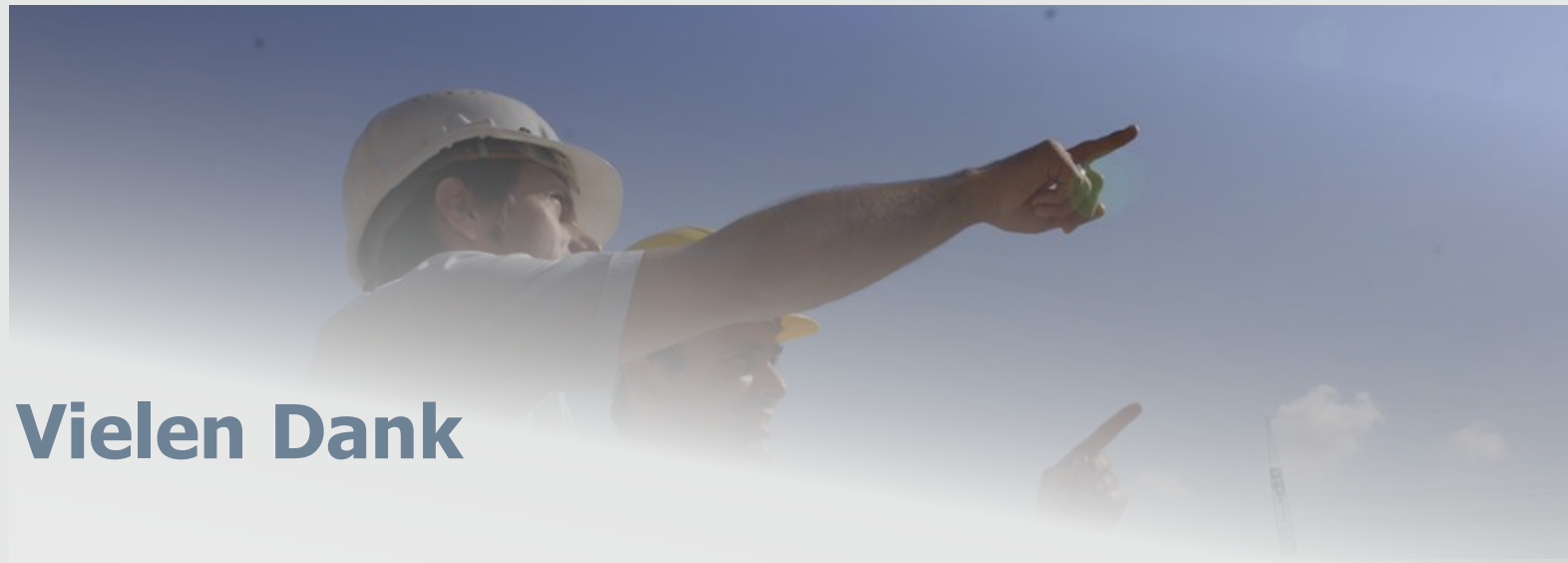
Weiteres Vorgehen



OFFENSIVE
MITTELSTAND

GUT FÜR DEUTSCHLAND

- Abstimmung / Diskussion Leitfaden / Kurzcheck mit Projektpartner
- Abstimmung / Diskussion Leitfaden / Kurzcheck mit OM / OGB
- Evaluation Leitfaden in Betrieben und zivilgesellschaftlichen Organisationen
- Transfer



Vielen Dank