

Konzeption und aktuelle Entwicklung

Loring Sittler

1 Grundwerte des Unternehmensleitbildes bestimmen auch die Ziele der Corporate Social Responsibility

Die Generali Deutschland Holding AG (im Weiteren GD) hat den Generali Zukunftsfonds (im Weiteren GZF) Mitte 2008 als nachhaltiges Instrument zur Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens etabliert: Die GD setzt damit die wichtigsten Grundwerte ihres Leitbildes um: „Wir schaffen Sicherheit, Freiräume, Lebensqualität.“ Damit wird eine seit 1825 bestehende Tradition fortgesetzt und das gesellschaftliche Engagement der GD auf einen klar definierten Themenbereich und Wertekanon konzentriert. Die Aktivitäten im Rahmen des GZF werden dabei deutlich von Marketingmaßnahmen des Unternehmens abgegrenzt¹; die Leiter des GZF berichten direkt an den Vorstandssprecher der GD. Die Tätigkeit des GZF konzentriert sich auf inhaltlich festgelegte, nachhaltige gesellschaftliche Ziele. Nur mit einer klar erkennbaren, glaubwürdigen, strategisch ausgerichteten, fundierten „Politik“ wird der GZF den angestrebten Reputationsgewinn für die Marke GD auch tatsächlich erreichen².

Die erwähnten Grundwerte werden besonders bedroht durch die mit dem demographischen Wandel entstehenden gesellschaftlichen Probleme. Daher lautet das Leitthema des GZF für die nächsten fünf Jahre „Demographischer Wandel – Unsere gemeinsame Herausforderung“.

2 Stichworte zur gegenwärtigen gesellschaftlichen Krise

Der demographische Wandel gefährdet in doppelter Weise das soziale Netz: Einerseits durch die medizinisch induzierte Langlebigkeit der Älteren und andererseits durch die geringe Geburtenrate der Jungen. Beide bereits bestehenden Entwicklungen stellen die bisher geltende Finanzierung des Rentensystems mittel- und langfristig vor unlösbare Probleme. Gleichzeitig zeichnen sich in den folgenden Bereichen Schwierigkeiten ab:

- der Pflegebedarf erhöht sich enorm, insbesondere im Bereich Demenz,
- die sozialen Spannungen steigen auch wegen der hohen Dauerarbeitslosigkeit,
- die mangelhafte Integration schafft immer mehr Probleme,
- die ungleichen Bildungschancen und die schlechte Leistungsfähigkeit des Bildungssystems vergeuden immer knapper werdende menschliche Ressourcen,
- immer mehr Menschen misstrauen der Lösungsfähigkeit der Politik und der überkommenen Parteien, eine seit Jahren sinkende Wahlbeteiligung bezeugt dies,
- die öffentliche Verschuldung hat ein unvorstellbar großes Ausmaß angenommen und verbaut nachfolgenden Generationen die Handlungsfähigkeit.

Diesen gewaltigen Veränderungsprozessen müssen sich Staat, Wirtschaft und Gesellschaft gemeinsam stellen. Alle wissen schon heute, dass die mit dem mittel- und langfristigen demographischen Wandel auf uns zukommenden gesellschaftlichen Herausforderungen mit den immer knapper werdenden Mitteln des herkömmlichen Sozialstaats und der bisherigen Struktur seiner Wohlfahrtsverbände nicht gelöst werden können. Es wird immer deutlicher, dass eine rein hauptamtliche oder noch immer vorwiegend professionell institutionalisierte

¹ zur Problematik der Instrumentalisierung von CSR vgl. Lotter & Braun, 2009, S. 12 ff.

² zu den damit verbundenen Risiken vgl. Habisch & Schmidpeter, 2003

Betreuung und Pflege langfristig weder zu halten, noch zu bezahlen ist. Überwältigende Mehrheiten lehnen die Abschiebung in ein Heim ab.

3 Bürgerschaftliches Engagement als neuer Steuerungs- und Ordnungsfaktor³

Immerhin hat der Bundesgesetzgeber im Pflegeerweiterungsgesetz den ergänzenden Aufbau bürgerschaftlichen Engagements auch für die Pflege vorgesehen – ohne das wirklich konsequente Maßnahmen oder gar eine nachhaltige nationale Strategie für die Stärkung der Zivilgesellschaft absehbar sind.⁴ Ein wichtiger Vorteil des Bürgerschaftlichen Engagements wird von André Habisch wie folgt formuliert:

„Hinzu kommt die Globalisierung. Sie hat zugleich die ‚Artenvielfalt‘ ordnungspolitischer Probleme inklusive der zu berücksichtigenden Nebenbedingungen radikal erhöht. Nicht nur die formalen Zuständigkeitsgrenzen nationalstaatlichen Ordnungshandelns, sondern auch die konstitutive Begrenztheit von Wissen, Informationen und Vorstellungsvermögen bezüglich der relevanten Problemkomponenten im globalen Maßstab machen zentralistische Lösungen immer schwieriger. Das informationsökonomische Argument gewinnt in der komplexen und globalisierten Welt des 21. Jahrhunderts, in der Problemlagen aber auch Lösungsmöglichkeiten immer unterschiedlicher werden, ständig an Gewicht. Es lässt Bürgerengagement als Quelle für soziale Ordnung immer wichtiger werden.“ (Habisch & Schmidpeter, 2003, S. 36)

4 Handlungsfelder für gesellschaftliche Veränderung

Der GZF konzentriert seine Tätigkeit auf einen entsprechenden Paradigmenwechsel, auf eine grundlegende Veränderung. Dabei geht es um die systematische Autonomisierung der Nachbarschaften und Quartiere, z.B. mit Konzepten des gemeinschaftlichen Wohnens, die sich integrieren in ganzheitliche Sozialraumkonzepte, ggf. auch mit eigenem Sozialraumbudget, wie es z.B. schon in der Kinderhilfe praktiziert wird (Habisch & Schmidpeter, 2003, S. 53). Warum sollte eine solche Förderung nicht auch im Bereich Pflege funktionieren? Pflegestützpunkte könnten auch mit Projekten des gemeinschaftlichen Wohnens synchronisiert werden und damit große Handlungsspielräume und mehr Lebensqualität für alle Beteiligten schaffen. Zusätzlich kann dabei ein enormes bürgerschaftlich-demokratisches Partizipationspotential gehoben werden. So könnten soziale Desintegrationsbewegungen, das unerwünschte Abschieben Hochbetagter in Heime und die Vereinsamung von Alten in ihren Wohnungen nachhaltig aufgehalten und in Richtung auf mehr Lebensqualität verändert werden. Im Bereich Wohnen steckt außerdem neben dem umfänglichen Sozialkapital (Coleman, 1988; Putnam, 2001) der Älteren auch ein sehr großes ökonomisches Potential. Wir können es uns nicht mehr lange leisten, dieses ungenutzt zu lassen.⁵ Einzelne Projekte gemeinschaftlichen Wohnens haben Gründungs-, Planungs- und Suchzeiten von bis zu 22 Jahren gebraucht, bevor sie ihre Ideen verwirklichen konnten (Schader-Stiftung & Stiftung Trias, 2008, S. 19 f.).⁶ Es wird eines der Hauptziele des GZF sein, durch bessere Vernetzung und Wissensmanagement diese Zeiten deutlich zu verkürzen.

Bürgerschaftliches Engagement ist vor diesem Hintergrund eine strikt erforderliche Notwendigkeit, aus unserer Sicht eine staatsbürgerliche Pflicht – aber eben auch Bestandteil eines gesunden und sinnvollen, glücklichen Lebens: Im bürgerschaftlichen Engagement wird der alte Widerspruch zwischen Eigennutz und Gemeinwohl überwunden. Auch aus egoistischen Motiven (wie Teilhabe, Anerkennung, Selbstverwirklichung) können gemeinwohlorientierte Dienstleistungen entstehen. So erwachsen z. B. in Projekten des gemeinschaftlichen Wohnens, die zunächst aus individuellen Interessen entstehen, bei gegenseitig-

³ Vgl. Habisch & Schmidpeter (2003, S. 37).

⁴ Kritiker sehen eine mögliche Ursache für die Langsamkeit des beginnenden Veränderungsprozesses in der parteipolitisch sehr engen Vernetzung und in der Vormachtstellung des „sozial-industriellen Komplexes“ der Wohlfahrtsverbände im Sozialbereich. Im Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements in Deutschland des WZB ist die Rede von „Koproduktion von Staatlichkeit“ und von „Vorfeldorganisationen des Staates“ (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) Projektgruppe Zivilengagement, 2009, S. 16 f.).

⁵ Allein aufgrund der Verschiebung der Bevölkerungsstruktur wird die Zahl der Empfänger von Pflegeleistungen von heute rund 2 Mio bis in das Jahr 2050 auf 4,6 Mio steigen. (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) Projektgruppe Zivilengagement, 2009, S. 127)

⁶ Selbst ein sehr effektives Projekt wie das in der Publikation erwähnte Projekt OLGA, beanspruchte 6 Jahre Suchzeit. (Schader-Stiftung & Stiftung Trias, 2008, S. 62)

ger Pflege und nachbarschaftlichem Engagement dem Gemeinwesen erhebliche Vorteile. Da die daran Beteiligten nach neuesten Erkenntnissen gesünder leben, ersparen sie der Gemeinschaft auch Sozial- und Pflegekosten (Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), 2009; Schader-Stiftung & Stiftung Trias, 2008; Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) Projektgruppe Zivilengagement, 2009, S. 136). An dieser Stelle muss dennoch davor gewarnt werden das bürgerschaftliche Engagement auf geldwerte Vorteile zu reduzieren: Es „lohnt“ sich vor allem wegen der höheren Lebensqualität und –freude aller Beteiligten.

Alle Ansätze, die das bürgerschaftliche Engagement nachhaltig fördern und voranbringen, kommen für eine Unterstützung und Weiterentwicklung durch den GZF grundsätzlich in Frage. Damit trägt GD in einem überschaubaren Bereich zur Verwirklichung der Grundwerte seines Leitbildes bei und verwirklicht so ihre gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmen.

5 Das Engagement der Älteren birgt das größte Potential

Weil das bürgerschaftliche Engagement und insbesondere das bürgerschaftliche Engagement der älteren Mitbürger (Generation 55plus) ein möglicher Lösungsbeitrag (keine vollständige Lösung!) für die bevorstehenden Probleme sein kann, hat sich der GZF auf dieses Thema und auf diese Zielgruppe festgelegt. Er erschöpft sich aber nicht in Einzelprojektförderung, sondern versucht bei einer grundlegenden gesellschaftspolitischen Weichenstellung in Richtung eines „bürger-gesteuerten Hilfesystems“ mitzuwirken (Dörner, 2007, S. 163, 201), welches das seit 1961 geltende Prinzip „ambulant vor stationär!“ umzusetzen beginnt, das sich konzentriert auf den jeweiligen (kleinen) Sozialraum und genau dort eingebettet ist. Das „community caring“ kann nur der Anfang für „community organizing“ (Penta, 2007; Dörner, 2007, S. 56, 162 f.) sein oder umgekehrt – die Wege zu einem „Pflege-Mix“ oder einem umfassenden „Wohlfahrtsmix“ (Klie & Roß, 2005) werden sehr vielfältig sein. Sie müssen aber entschlossen beschritten werden, damit die entstehende Gemeinschaft demokratisch funktioniert als das bisherige „verbetriebswirtschaftliche“ (Habisch & Schmidpeter, 2003, S. 29, 171) Profi-System mit den verfestigten parteipolitischen Entscheidungsstrukturen.

Mit der eng definierten Zielgruppe der Generation 55plus sprechen wir Menschen an, die besser ausgebildet und finanziell besser gestellt ist als jede Generation zuvor. Sie ist reich an Lebenserfahrung und hat auch noch ein ansprechbares gesellschaftliches Pflichtgefühl. Jedoch fällt auch auf, dass es gerade diese Generation ist, die sich unterdurchschnittlich stark engagiert. Der GZF geht davon aus, dass dieses Potential mit wohlverstandenen Mitteleinsatz und unter Einbeziehung der vielfältigen bereits laufenden staatlichen und gesellschaftlichen Programme und Kräfte verhältnismäßig leicht gehoben bzw. weiter verstärkt werden kann. Die ersten empirischen Beweise, dass es eine solche „rudimentäre Anfangsbereitschaft“ gibt (Dörner, 2007, S. 98; Mai, 1992), sind bereits vor Jahren erbracht worden.

6 Gesellschaftliche Verantwortung wird im ganzen Unternehmen verwirklicht

GD versteht gesellschaftliche Verantwortung in einem umfassenderen Sinn als verbindlichen Handlungsauftrag für das ganze Unternehmen. Diese Verantwortung soll einerseits die ganze innere und äußere Geschäftstätigkeit durchdringen. Sie wird zum Kernbestandteil der Geschäftsstrategie. GD hat mit dem GZF ein besonders wirksames und sichtbares Instrument für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung und Wirkung nach außen etabliert. Der GZF wird sich im Wirken nach außen nicht in rein karitativer Spenden- oder Helfertätigkeit des Unternehmens erschöpfen. Vielmehr gilt es diese Verantwortung aktiv und gezielt auf drei Handlungsebenen zu verwirklichen. Dabei wird auf der ersten Handlungsebene unternehmensintern die gesellschaftliche Verantwortung umgesetzt sowie auf der zweiten und dritten Handlungsebene der Teilbereich der gesellschaftlichen Verantwortung verwirklicht, mit der GD als Unternehmens-Bürger gezielt auf Politik und Gesellschaft einwirkt, um die Ziele nachhaltig zu realisieren. Diesen programmatischen Teil der Ziele, das Corporate Citizenship im engeren Sinne oder - wie Habisch formuliert - das „bürgerschaftliches Unternehmensengagement“ (Habisch & Schmidpeter, 2003, S. 44), nennen wir „Bürger unternehmen Zukunft“.

6.1 1. Handlungsebene: Gesellschaftliche Verantwortung nach Innen

Aktivitäten der ersten Handlungsebene für die Verwirklichung gesellschaftlicher Verantwortung des Unternehmens richten sich nach innen. Verantwortung wird hier in einer vorwiegend wirtschaftlichen Dimension umgesetzt. Allerdings muss der verantwortliche Beitrag des Unternehmens zur sozialen Marktwirtschaft aus mehr bestehen als nur aus den marktfähigen Dienstleistungen oder Produkten mit einem entsprechenden Betriebsergebnis und den gesetzlichen Abgaben. Die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens sollte sich vielmehr auch auf dieser Ebene in der Gestaltung der konkreten Arbeitsbedingungen und Verhaltensregeln niederschlagen. Das gilt für vielfältige Bereiche, so z.B. für die leistungsgerechte Entlohnung der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, für die nachhaltige Beschaffung und Bewirtschaftung, für das nachzuweisende Beachten der „corporate governance“ sowie für die nachhaltige und familienfreundliche Personalführung. In diesem Zusammenhang ist auch jüngst die Zertifizierung als familienfreundliches Unternehmen vorgenommen worden.

Corporate Volunteering und Verbindung zum Standort

Für die GD ist es wichtig, dass auch die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit gutem Beispiel vorangehen. Im Bereich des freiwilligen gesellschaftlichen Engagements der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter („corporate volunteering“) stellt die GD ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für zwei Tage im Jahr für gemeinnützige Tätigkeiten frei. Eine Integration von Elementen des sog. „service-learning“, also des Lernens durch ehrenamtliches Engagement, in die Trainee-Ausbildung wird zurzeit vorbereitet. In Köln beteiligen sich die Holding und mehrere Konzerngesellschaften gemeinsam mit anderen Kölner Unternehmen am „Kölner Freiwilligentag“. Zusammen mit der Bertelsmann Stiftung und der Kölner Freiwilligenagentur unterstützen wir darüber hinaus die Durchführung und Evaluation des Kölner Marktplatzes „Gute Geschäfte“. Der GZF fördert mit einer Anschubfinanzierung den Aufbau einer neuen Geschäftsstelle des Vereins „common purpose“ in Köln und wird so zur systematischen Vernetzung von leitenden Mitarbeitern mehrerer Kölner Unternehmen mit der Kommune beitragen, um auf diese Weise Problemlösungen vor Ort zu optimieren (Habisch & Schmidpeter, 2003, S. 66 ff., 126 ff.).

6.2 2. Handlungsebene: Gesellschaftliche Verantwortung in der Politik

Auf den beiden anderen Handlungsebenen nimmt GD durch den GZF seine gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmen nach außen wahr: die Aktivitäten richten sich auf der zweiten Handlungsebene an den demokratischen Staat und auf der dritten Handlungsebene an die Zivil- oder Bürgergesellschaft.

Auf der politischen Ebene werden durch die Entwicklung von Lösungsansätzen und die Vermittlung von Ideen an Entscheidungsträger sowie durch die Kooperation mit öffentlichen Institutionen und gesellschaftlichen Verbänden, bessere Rahmenbedingungen für die gesellschaftliche Entwicklung bürgerschaftlichen Engagements erreicht. Im April und Mai 2009 hat der GZF am Nationalen Forum für Engagement und Partizipation mitgewirkt und so seinen Beitrag zum Entstehen einer nationalen Engagementpolitikstrategie geleistet. Diese Entwicklung wird auch in Zukunft noch weiter aktiv vorangetrieben werden.

6.3 3. Handlungsebene: Gesellschaftliche Verantwortung in der Bürgergesellschaft

Auf der gesellschaftlichen Ebene fördert der GZF in vielfältigen direkten und indirekten Formen Kampagnen, Organisationen, Initiativen und Projekte sowie wissenschaftliche Studien zum bürgerschaftlichen Engagement. Mit ausdrücklich vorgesehenen Mitteln für Public Relations wird die öffentliche Diskussion und Wahrnehmung des Themas gefördert und ein Beitrag geleistet zur besonders notwendig erachteten Stärkung der öffentlichen Anerkennung bürgerschaftlichen Engagements.

Grundprinzip: Partnerschaften mit anerkannten Akteuren

Um die nachhaltige Entstehung von Sozialkapital zu fördern, werden die Projekte grundsätzlich nicht in eigener Regie, sondern durch erfahrene zivilgesellschaftliche Partner in

enger Abstimmung mit dem GZF durchgeführt. Dadurch werden die notwendige fachliche Kompetenz, die politische Legitimität und die gesellschaftliche Wirksamkeit gewährleistet (Habisch & Schmidpeter, 2003, S. 92 f.). Die Projekte sollen im Bereich des bürgerschaftlichen Engagements insbesondere der Älteren den gesellschaftlichen Zusammenhalt, die politische Partizipation und die soziale Gerechtigkeit fördern.

Mit eigenen Vorschlägen für innovative Projekte und mit konkreten, zielgerichteten Initiativen für eine bessere Zusammenarbeit bereits bestehender gesellschaftlicher Akteure, versucht der GZF die gesellschaftliche Weiterentwicklung bürgerschaftlichen Engagements, insbesondere der Älteren, zu beschleunigen und zu intensivieren. Dabei steht im Vordergrund: Hilfe zur Selbsthilfe und Mutmachen zu mehr Eigeninitiative und Verantwortung. Der GZF will insbesondere auch zu einer verstärkten Zusammenarbeit über die Sektoren Politik, Wirtschaft und Gesellschaft hinweg – aber auch zwischen den gemeinnützigen Verbänden – anregen. Der GZF legt bei allen Projekten Wert auf begleitende wissenschaftliche Studien und Evaluationen. Letzteres ist zentral, um auch immer wieder die Wirkung des eigenen Handelns zu bewerten und anderen die Möglichkeit zu erschließen von den Erfahrungen des GZF zu lernen.

Unabhängig vom Programm „Bürger unternehmen Zukunft“ fördert der GZF einzelne örtliche, regionale oder nationale Projekte außerhalb des definierten Programms. Dies ist auch Ausdruck der vielfältigen Verbundenheit mit den Standorten, an denen die Konzernunternehmen von GD tätig sind.

Hier einige Beispiele für bereits eingeleitete Projekte des GZF:

Bereich Förderung der Anerkennungskultur

Unterstützung der Kampagne „Geben gibt.“

Folgende Grundeinsicht führte uns dazu, die Kampagne „Geben gibt.“ als Hauptförderer zusammen mit dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend zu fördern: Wir brauchen eine neue Aufklärung. Wir müssen den überkommenen Gegensatz zwischen Eigennutz und Gemeinwohl überwinden. Wer sich freiwillig engagiert, der tut nicht nur etwas gesellschaftspolitisch notwendiges, er tut auch etwas für sich, für seine Sinnerfüllung, für sein Lebensglück und für seine Gesundheit. Er erfährt Zuwendung und Anerkennung. Und alle profitieren.

Die Kampagne wird vom Bundesverband Deutscher Stiftungen durchgeführt. In einem bisher einmaligen „Bündnis für Engagement“ haben sich Staat, Wirtschaft und praktisch alle wichtigen Dachverbände aus dem gemeinnützigen Bereich (sog. Dritter Sektor) zusammengeschlossen, um das bestehende bürgerschaftliche Engagement besser sichtbar zu machen und zu stärken. Höhepunkt der öffentlichen Kampagne wird nach einer öffentlichen Nominierung von „Alltagshelden“ per Internet, die jährliche Verleihung des Deutschen Engagementpreises sein. Eine Kommunikationsstrategie zur bundesweiten Bekanntmachung über Anzeigen, Plakate und redaktionelle Beiträge wird umgesetzt.

Bereich Wissenschaft

Wissenschaft und Forschung als eigenes Handlungsfeld

Der gesicherte Kenntnisstand zum ehrenamtlichen Engagement in Deutschland ist insgesamt unzureichend (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) Projektgruppe Zivilengagement, 2009, S. 24). Daher soll mit Hilfe wissenschaftlicher Studien eine höhere Transparenz im Bereich der Zivilgesellschaft hergestellt werden, wobei insbesondere Erfolgsfaktoren für bürgerschaftliches Engagement ermittelt und Handlungsableitungen und -empfehlungen für die politische Praxis verwertbar gemacht werden sollen.

Engagementatlas09

Schon Ende 2008 haben wir eine von uns in Auftrag gegebene Studie der PROGNOSE AG unter dem Titel „Engagementatlas09“ veröffentlicht und erstmals auch Zahlen für die einzelnen Raumordnungsregionen vorgelegt, die belegen, wie unterschiedlich das bürgerschaftliche Engagement ausgeprägt ist. Im „Engagementatlas09“ haben wir einen Vorschlag gemacht, wie man den volkswirtschaftlichen Wert der ehrenamtlich geleisteten Stunden ermitteln kann. Wir sind davon überzeugt, dass diese Zahlen auch eine Grundlage

für eine bessere gesellschaftliche Anerkennung bilden können – selbst wenn der eigentliche Wert des bürgerschaftlichen Engagements in seiner positiven gesellschaftlichen Funktion liegt und nicht nur auf Geld reduziert werden darf. Durch eine umfassende, die Veröffentlichung des „Engagementatlas09“ begleitende Öffentlichkeitsarbeit, wurde eine neue und breite Diskussion des Themas ausgelöst. Alle Bundestagsabgeordneten und sehr viele Bürgermeister und lokale Medien haben die Studie mit einem Hinweis auf die Ergebnisse vor Ort erhalten.

Promotionsstipendien und weitere Forschung

Die ersten drei der jeweils in den nächsten drei Jahren jährlich auszuschreibenden Promotionsstipendien im Themenbereich bürgerschaftliches Engagement sind in unserem Auftrag vom Centrum für soziale Investitionen und Innovationen in Heidelberg (CSI) an der Universität Heidelberg für soziale Investitionen und Innovationen in Heidelberg (CSI) an der Universität Heidelberg ausgeschrieben worden. Das CSI übernimmt auch die Betreuung des Doktorandenkollegs. Weitere Forschungsaufträge des GZF im Feld bürgerschaftliches Engagement, einschließlich der Gründung eines Forschungsnetzwerkes für „service learning“, werden noch diskutiert.

Zivilgesellschaft in Zahlen

Im Beirat des Projekts „Zivilgesellschaft in Zahlen“ ist der GZF vertreten und versucht, mit darauf hinzuwirken, dass die empirische Durchleuchtung der Zivilgesellschaft internationalen Standards gerecht wird und weitere Erkenntnisse zum Stand der Entwicklung liefert. Dabei muss auch darüber diskutiert werden, wie bisher gar nicht erfasstes, sog. „informelles“ Engagement sichtbar gemacht werden kann, um es auch in Zukunft weiter befördern zu können.

Symposium zum bürgerschaftlichen Engagement

Neben der allgemeinen finanziellen Unterstützung der Kampagne „Geben gibt.“ haben wir in Köln am 29. Juni 2009 mit dem Bundesverband Deutscher Stiftungen ein hochrangig besetztes 1. Zukunftssymposium zum Thema „Bürgerengagement und gesellschaftlicher Wandel“ veranstaltet, das im Rahmen der Kampagne „Geben gibt.“ stattgefunden hat. Einzelne Referate können bei www.engagement-tv.de angeschaut werden.

Mitwirkung beim Freiwilligen-Survey des BMFSFJ

Als Mitwirkende im Beirat des 3. Freiwilligen-Surveys, der offiziellen Erhebung des BMFSFJ zum bürgerschaftlichen Engagement in Deutschland (alle fünf Jahre), hat der GZF an der Erstellung des diesjährig zur Anwendung kommenden Fragebogens mitgewirkt und mit Mitteln des GZF eine Erhöhung der Zahl der Befragten um 1000 Personen ermöglicht.

Bereich Policy

Unternehmensgruppe Initiative ZivilEngagement

GD ist der Unternehmensgruppe Initiative ZivilEngagement beigetreten. Dieser Initiative gehören mehrere bedeutende Großunternehmen an, die sich für die Stärkung bürgerschaftlichen Engagements einsetzen. Die Initiative will neben einem Erfahrungsaustausch auch die einzelnen Unternehmensprogramme koordinieren, die Engagementpolitik der Bundesregierung mittel- und langfristig beeinflussen, eigene Maßnahmen darauf abstimmen und - last but not least(!) - eine gemeinsame Darstellung auf der bundesweiten Internetplattform, die unter der Bezeichnung www.engagiert-in-Deutschland.de vorgesehen ist, erreichen. So wird eine bessere Wirksamkeit und öffentliche Sichtbarkeit des gesellschaftlichen Engagements der GD gewährleistet. Bundesministerin von der Leyen hat die Initiative mit ins Leben gerufen und eine enge Kooperation in Aussicht gestellt.

Bürgerform der Stiftung Bürger für Bürger

Der GZF fördert in den nächsten drei Jahren das Bürgerforum der Stiftung Bürger für Bürger. Eine kleine Gruppe ausgewiesener Fachleute kommt dabei einmal im Jahr zu einem vertraulichen Workshop zusammen, um grundlegende Anliegen der Zivilgesellschaft zu diskutieren und Handlungsoptionen daraus abzuleiten.

Modellprojekte

„Aktiv im Alter“, bundesweit

Mit dem BMFSFJ fördern wir im Rahmen einer Public-Private Partnership ausgewählte Kommunen innerhalb des Bundesprogramms „Aktiv im Alter“ mit zusätzlichen Mitteln. Damit werden eine stärkere Beteiligung der Senioren in der Kommunalpolitik und eine Ausrichtung der Engagementpolitik an deren Wünschen angestrebt.

Canto elementar, Köln

In Köln fördert der GZF ein besonders förderungswürdiges lokales Projekt, bei dem ehrenamtlich Senioren den Kindern in zunächst 20 Kindergärten vorwiegend in Problembezirken das Singen deutscher Volkslieder beibringen. Das Projekt „Canto elementar“ ist bereits in anderen Städten mit Erfolg durchgeführt worden und wird in der bewährten Weise auf Köln übertragen.

Seniorpartner in School, bundesweit

Auf Bundesebene fördern wir den weiteren Ausbau von "Seniorpartners in School": Ehrenamtliche, speziell qualifizierte Ältere helfen durch Mediation Konflikte an der Schule zu bewältigen. Unsere Förderung ermöglicht auch die Inanspruchnahme von Mitteln des Europäischen Sozialfonds und unterstützt die Ausdehnung des Modells auf andere Bundesländer sowie den Aufbau einer bundesweiten Koordinierungsstelle.

Erfahrung für Initiativen - EFI Deutschland

Wir unterstützen den Vorstand des aus einem ehemaligen Bundesmodellprojekt hervorgegangenen Vereins zur Qualifizierung von Senior-Trainern mit einer Organisationsberatung, um eine sachgerechte Aufstellung auf Bundesebene zu gewährleisten. Darüber hinaus unterstützen wir mit weiteren Mitteln gezielt die Fortsetzung der sehr erfolgreichen Arbeit von EFI, ergänzend zu verschiedenen bereits erfolgenden Förderungen aus Ländermitteln.

Betreutes Wohnen, München

In München wird ein Projekt gefördert, das durch Vernetzung medizinischer und sozialer Dienstleistungen mit einem ehrenamtlichen Besuchs- und Betreuungsdienst dazu beiträgt das ältere Menschen möglichst lange in ihren Wohnungen bleiben können und nicht in ein Altenheim umziehen müssen. Die Stadt München konnte durch unsere Förderung bewegt werden, eine eigene Förderung dieses Projekts aufrechtzuerhalten.

Ausbau der Pflegestützpunkte mit Bürgerschaftlichem Engagement, bundesweit

Wir sind dabei, ein bundesweites Projekt zu konzipieren, in dem die Verstärkung der Pflegestützpunkte durch ehrenamtliche Dienstleistungen modellhaft ausprobiert und übertragbare Erkenntnisse gewonnen werden. Entsprechende Vorverhandlungen laufen, eine Projektentwicklung bei der Stiftung Bürgermut ist beauftragt. Es ist vorgesehen, nach der Projektentwicklungsphase von sechs Monaten eine öffentliche oder anderweitige Finanzierung zu ermöglichen und eine Partnerschaft mit einer großen gemeinnützigen Organisation mit großem Freiwilligenpotential aufzubauen.

Zukünftige Projekte

Institut für bürgerschaftliche Bildung und Qualifikationssuchmaschine

Weitere langfristige Projekte sind unter der Federführung des GZF in Anbahnung. Wir diskutieren die Machbarkeit unserer Vorstellungen mit verschiedenen einschlägig erfahrenen Trägern und Verbänden. So z.B. die Idee eines gemeinnützigen „Instituts für bürgerschaftliche Bildung der Älteren“. Dieses könnte bisher nicht ausreichend angebotene Themen im Bereich Qualifikation für ehrenamtliches Engagement in Curricula umsetzen und

interessierten Trägern zur Durchführung anbieten und darüber hinaus auch als ein qualifizierter Referentenpool dienen.

Die Arbeitsgruppe Qualifikation (7) im nationalen Forum für Engagement und Partizipation hat die GZF-Anregung als Handlungsempfehlung an den Bund aufgegriffen, eine sehr anwenderorientierte Internet-Suchmaschine für bestehende Qualifikationsangebote im Bereich bürgerschaftliches Engagement zu entwickeln, da offenbar bisher keine Transparenz in diesem Bereich hergestellt werden kann. Vorbild ist die Tourismusbranche, wo es ähnliches für Hotels schon gibt. Diese Suchmaschine müsste dann in das Internetportal www.engagiert-in-deutschland.de integriert werden. Eine weitere Aufgabe des Instituts könnte es werden, Qualitätsstandards, die zurzeit vom CSI erforscht werden, zu übernehmen und Qualifizierungsmaßnahmen entsprechend zu zertifizieren. Auch eine subjektive Bewertung durch die Kursteilnehmer per Internetbewertung ist angedacht.

Steigerung des bürgerschaftlichen Engagements älterer Führungskräfte

Wir widmen uns gemeinsam mit anderen wichtigen Stakeholdern aus dem Bereich „Qualifizierung der ehrenamtlichen Freiwilligen“ sowie unter Auswertung ausländischer Erfahrungen einer Projektentwicklung, aus der heraus ein Beratungs-, Qualifizierungs-, Motivierungs- und Begleitungstool für Führungskräfte entstehen könnte. Auf diese Weise könnten Führungskräfte bereits 10 bis 15 Jahre vor dem Beginn ihres Ruhestandes gezielt in gemeinnützige Führungsaufgaben eingeführt und begleitet werden. Auch hier handelt es sich noch um einen ergebnisoffenen, komplexen Verhandlungsprozess, in dem erstmalig trägerübergreifend ein qualitätsorientierter, integrierter Ansatz für eine gemeinsame „Produktentwicklung“ erfolgen könnte, vorausgesetzt es gelingt die konkurrierenden Interessen vorübergehend auszuschalten.

Wettbewerb „Was für ein Leben!“

Im Bereich der Anerkennungskultur werden wir neben der Kampagne Geben gibt den Biographie-Wettbewerb „Was für ein Leben!“ gemeinsam mit dem Deutschen Historischen Museum und der Wochenzeitung DIE ZEIT fördern und dabei eine Sonderpreiskategorie für bürgerschaftliches Engagement ergänzen. Beim Robert-Jungk-Preis des Städtenetzwerkes für NRW haben wir die Hauptsponsorschaft übernommen.

Sonstige Förderungen

Außerhalb unserer eigentlichen Zielgruppe werden wir als Hauptsponsor den „Bundeswettbewerb Mathematik“ in den nächsten drei Jahren unterstützen.

Die Förderung der Kölner Universität ist schon lange Bestandteil der gemeinnützigen Tätigkeit und wird im Jahr 2010 durch die Stiftung einer Juniorprofessur für internationales Anlegerschutzrecht an der juristischen Fakultät weiter gestärkt.

Weitere Projekte im Bereich Bildung sind noch in Vorbereitung.

Insgesamt wird GD mit dem GZF deutlich sichtbar zu einer Verbesserung des bürgerschaftlichen Engagements und damit zu einer besseren Zukunft beitragen.

Weitere Infos unter
www.generalizukunftsfonds.de

Generali Deutschland Holding AG
Zukunftsfonds
Leiter: Roland Krüger und Loring Sittler
Tunisstr. 19 – 23
50667 Köln
Tel. 0221-4203-2693 (Krüger)
Tel. 0221-4203-2675 (Sittler)

Dieser Text erscheint demnächst in einem von Prof. Sebastian Braun herausgegebenen Sammelband "Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Der deutsche Weg im internationalen Kontext"

Literaturverzeichnis

- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). (2009). *Soziale Wirkung und "Social Return": Eine sozioökonomische Mehrwertanalyse gemeinschaftlicher Wohnprojekte* (Bd. 3). (Zukunft Quartier - Lebensräume zum Älterwerden / Netzwerk "Soziales neu gestalten" (Hg.), 3). Gütersloh: Verl. Bertelsmann-Stiftung.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95–120.
- Dörner, K. (2007). *Leben und sterben, wo ich hingehöre: Dritter Sozialraum und neues Hilfesystem*. (Edition Jakob van Hoddis im Paranus Verlag). Neumünster: Paranus-Verl. der Brücke Neumünster.
- Habisch, A. & Schmidpeter, R. (2003). *Corporate Citizenship: Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland*. (Unternehmen und Gesellschaft). Berlin: Springer.
- Klie, T. & Roß, P. Stefan. (2005). Wieviel Bürger darf's denn sein? *Archiv für Wissenschaft und Praxis der sozialen Arbeit*, 36(4), 20–42.
- Lotter, D. & Braun, J. (2009). Mehrwerte für die Wirtschaft: Wie Unternehmen ihre Zukunftsfähigkeit sichern und gesellschaftlichen Wohlstand mehren. *Stiftung & Sponsoring (Rote Seiten)*, 3, 1–21.
- Mai, K. (1992). *Ressourcen der Nachbarschaft: Eine Erhebung zu den tatsächlichen Nachbarschaftsbeziehungen in einer Ortschaft in Württemberg*. Diplomarbeit, Stuttgart (Berufsakademie).
- Penta, L. Joseph. (2007). *Community organizing: Menschen verändern ihre Stadt* (Bd. 8). (Amerikanische Ideen in Deutschland, 8). Hamburg: Ed. Körber-Stiftung.
- Putnam, R. D. (2001). *Gesellschaft und Gemeinsinn: Sozialkapital im internationalen Vergleich*. Gütersloh: Verl. Bertelsmann-Stiftung.
- Schader-Stiftung & Stiftung Trias (Hrsg.). (2008). *Raus aus der Nische - rein in den Markt.: ein Plädoyer für das Produkt "gemeinschaftlichen Wohnen"*. Darmstadt: Schader-Stiftung Eigenverlag.
- Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) Projektgruppe Zivilengagement. (2009). *Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements in Deutschland*. Berlin.