

Social Day statt Sause

Ehrenamt fördern < Betriebe entdecken die Unterstützung von Ehrenämtern ihrer Mitarbeitenden als eine Möglichkeit, sich gesellschaftlich zu engagieren. Soziale Fähigkeiten der Freiwilligen und Teamstärkung sind dabei ein schöner Nebeneffekt.

Gejätete Beete, ein gemähter Rasen und Körbe frisch geernteter Äpfel: An einem späten Nachmittag vor rund sechs Jahren standen 20 Auszubildende und dual Studierende der Commerzbank-Marke „Comdirect“ zum ersten Mal stolz in einem Garten in Quickborn und sahen sprichwörtlich die Früchte ihrer Arbeit vor sich. Der Garten gehört zu einer Einrichtung für Menschen mit Handicap.

Weil sie die Gartenpflege nicht allein bewältigen kann, hatte sich die Einrichtung an den Hamburger Verein tatkräftig e. V. gewandt. Unter dem Motto „Ein Team – ein Tag – ein Ziel“ bietet er gegen eine Vermittlungsgebühr Projekte von 200 Organisationen an und kreiert daraus Firmenevents der besonderen Art: Mitarbeitergruppen bauen eine Gartenlaube, sammeln Müll oder sortieren Kleider aus Spendensammlungen.

„Früher haben Firmen einmal im Jahr eine Sause gemacht. Heute wollen viele Unternehmen lieber einen gemeinsamen Social Day“, sagt tatkräftig-Mitarbeiterin Julia Warneke. Es gebe einen Trend hin zum sogenannten Employee Volunteering, bei dem Unternehmen die Arbeitskraft ihrer Beschäftigten „spenden“. Nachdem die meisten Projekte wegen Corona auf Stand-by gesetzt waren, kommen nun wieder viele Anfragen.

Viele Mitarbeitende bewerten solche betrieblichen Engagements positiv. Nach einer Umfrage des Karriere-Netzwerks Xing wäre jeder zweite Arbeitnehmer sogar bereit, für eine besonders sinnhafte Tätigkeit ein geringeres Gehalt zu akzeptieren. Beim Arbeiten für die gute Sache passiere Teamstärkung oft ganz nebenbei, sagt Warneke. „Es ist ein schöner Nebeneffekt, dass die Kollegen und Kolleginnen aus ihrer Blase herauskommen und sich selbst und die anderen von einer anderen Seite erleben.“

Dass das Employee oder Corporate Volunteering die Unternehmenskultur positiv beeinflusst, ergab auch eine Studie der Christian-Albrechts-Universität



Foto: Joblinge gAG Hanse

Teilnehmerin der Joblinge-Initiative mit Olympus-Mitarbeiterin

zu Kiel, für die 463 kleine und mittlere Unternehmen zu ihren Aktivitäten im Bereich Corporate Social Responsibility befragt wurden. 95 Prozent von ihnen gaben an, sich gesellschaftlich zu engagieren, und von diesen taten das 60 Prozent auch in Form von nicht monetären Förderungen. Oft fördern sie lokales ehrenamtliches Engagement ihrer Mitarbeitenden.

Das Medizintechnik-Unternehmen Olympus mit Standorten in Hamburg unterstützt Projekte, in denen sich Beschäftigte ehrenamtlich sozial engagieren. In Kooperation mit seinem langjährigen Non-Profit-Partner Joblinge gAG Hanse, den Olympus auch finanziell unterstützt, fördern speziell geschulte Mitarbeitende ehrenamtlich junge Menschen aus sozial benachteiligten

Familienverhältnissen dabei, einen Ausbildungsplatz zu finden. Neben diesem Mentoring-Programm fördert Olympus das Joblinge DigiCamp zur Vermittlung von Digitalkompetenzen. Dabei bieten Auszubildende von Olympus praxisnahe Peer-to-Peer-Workshops für die Teilnehmenden des Joblinge-Programms an. Olympus vergibt darüber hinaus Ausbildungsplätze an Joblinge. Ziel der Projekte ist es, Jugendlichen beim Übergang in die immer komplexere Berufspraxis zu helfen. <<

Autorin: Friederike Grabitz
Freie Journalistin
redaktion@ihk-sh.de

Mehr unter
www.tatkraeftig.org
www.joblinge.de

„Die Kollegen und Kolleginnen kommen aus ihrer Blase heraus.“