

# CORPORATE VOLUNTEERING ENGAGEMENT, DAS WIRKT



Wenn Unternehmen  
Zeit spenden

FUNDRAISING  
VERBAND AUSTRIA

# WAS IST CORPORATE VOLUNTEERING?

---

Corporate Volunteering bezeichnet das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen durch Zeitspenden. Diese stellen gemeinnützigen Organisationen und deren AdressatInnen Arbeitskraft, Know-How und Erfahrung durch ihre MitarbeiterInnen zur Verfügung.

Das Engagement geschieht auf freiwilliger Basis in und außerhalb der Arbeitszeit, in jedem Fall jedoch mit signifikanter Unterstützung durch das Unternehmen und gegebenenfalls durch die Bereitstellung der erforderlichen Ressourcen.

Corporate Volunteering kennt man unter verschiedenen Bezeichnungen. Synonyme sind unter anderem:

- ▶ **EMPLOYEE VOLUNTEERING**
- ▶ **BETRIEBLICHE FREIWILLIGENPROGRAMME**
- ▶ **MITARBEITERENGAGEMENT**



# CORPORATE VOLUNTEERING-AKTIVITÄTEN UNTERSCHIEDEN SICH DURCH

---

## Die Art der Aktivität:

- ▶ **Hands-on:** niederschwellige Tätigkeiten, häufig handwerklicher Natur bzw. unter körperlichem Einsatz
- ▶ **Begegnung:** gemeinsame Aktivitäten mit den AdressatInnen der Nonprofit-Organisation (NPO)
- ▶ **Skills-based:** unter Einsatz der besonderen Fähigkeiten oder der Expertise der Mitwirkenden z. B.: Beratung, Trainings, pro-bono-Leistungen

## Die Dauer des Engagements:

- ▶ **Einmaliges Engagement** z. B. Aktionstag im Team
- ▶ **Langfristige Partnerschaft** beispielsweise durch ein gemeinsames Projekt über mehrere Monate oder Jahre

## Die Intensität des Engagements:

- ▶ **Einzelne Maßnahme(n):** das Engagement ist auf einen Tag oder ein paar Stunden im Jahr beschränkt, MitarbeiterInnen sind wenig in die Organisation eingebunden
- ▶ **Kontinuierliche Zusammenarbeit** Kontinuierliche Mitarbeit einzelner Teams oder MitarbeiterInnen mit einer NPO, strategisch ausgerichtet, bis hin zu Secondment (Entsendung einer Arbeitskraft über einen definierten Zeitraum)



# DAS BREITE SPEKTRUM VON CORPORATE VOLUNTEERING-AKTIVITÄTEN AUF EINEN BLICK

RESSOURCEN FÜR NPO	LEISTUNGSERBRINGUNG FÜR ADRESSATEN DER NPO	CAPACITY BUILDING / ORGANISATIONS-ENTWICKLUNG DER NPO				
<b>HANDS-ON</b>	<b>1:1 – BEGEGNUNG</b>	<b>KOMPETENZSPENDEN / SKILLS-BASED VOLUNTEERING</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Handwerkliches</li> <li>▶ Unterstützung bei Veranstaltungen</li> <li>▶ Kochen</li> <li>▶ Müllsammeln</li> <li>▶ Bäume pflanzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Besuchsdienste</li> <li>▶ Ausflüge</li> <li>▶ Mentoring</li> <li>▶ Patenschaften</li> <li>▶ Hilfe beim Spracherwerb</li> </ul>	<b>KOMPETENZ-ERWERB</b>	<b>PRO BONO</b>	<b>KNOW-HOW-TRANSFER</b>	<b>INNOVATION</b>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Bewerbungstrainings</li> <li>▶ IT-Kurse</li> <li>▶ Financial literacy</li> </ul>	Dienstleistungen in den Bereichen IT, PR, Recht, HR, Logistik, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Beratung</li> <li>▶ Coaching</li> <li>▶ Vorstandsendsendung</li> </ul>	Gemeinsame Entwicklung neuer Lösungen	
<b>IN TEAMS</b>	<b>IN TEAMS ODER EINZELNE MA</b>	<b>EINZELNE MA</b>	<b>IM TEAM ODER EINZELNE MA</b>	<b>EINZELNE MA</b>	<b>EINZELNE MA</b>	
<b>VEREINZELTE MAßNAHMEN</b>		←————→				<b>STRATEGISCHE VERANKERUNG</b>

Quelle: Adaptierte Darstellung nach Lang/Sturm 2018

## Wen betreffen Corporate Volunteering-Projekte?

In **Unternehmen** richtet sich das Angebot an alle Angestellten und es ist empfehlenswert alle Ebenen einzubeziehen. Werden die Führungskräfte aktiv, so fördert dies das Involvement aller beteiligten MitarbeiterInnen. Die Grundbedingung für erfolgreiche Projekte ist dabei jedoch die freiwillige Teilnahme an den Aktivitäten. Bezieht man die MitarbeiterInnen in den Gestaltungs- und Auswahlprozess ein, erhöht das die Motivation zur Teilnahme.

In **gemeinnützigen Organisationen** werden die Aktivitäten häufig durch das Fundraising-Team oder das Freiwilligenmanagement koordiniert. Die Durchführung erfolgt jedoch meist direkt in den entsprechenden Einrichtungen. Das Personal vor Ort in den Gestaltungsprozess einzubeziehen ist daher entscheidend für den Erfolg des Projektes.

# BEISPIELE:

---



Ein Unternehmen stellt ein **Zeitkontingent** zur Verfügung im Rahmen dessen sich die MitarbeiterInnen für einen Zweck ihrer Wahl sozial engagieren können. Das Engagement zählt als Arbeitszeit.

Mitarbeitende eines Unternehmens fungieren als **MentorInnen oder PatInnen** und treffen ihre Schützlinge regelmäßig. Der Kontakt zur Organisation wurde durch das Unternehmen hergestellt. Das Engagement zählt als Arbeitszeit.



Ein Unternehmen unterstützt das Engagement seiner Angestellten außerhalb ihrer Arbeitszeit durch die **Bereitstellung von Ressourcen**. Es werden etwa Sachkosten übernommen oder die Infrastruktur des Unternehmens (z.B.: Räumlichkeiten) zur Verfügung gestellt. Die Organisation und Koordination der Aktivitäten erfolgt durch das Unternehmen.

Der Mitarbeiter eines Unternehmens arbeitet im Rahmen eines **Secondments** mehrere Monate bei vollen Bezügen für eine gemeinnützige Organisation und bringt sein Fachwissen ein. Für Gehaltskosten und weitere Aufwände kommt sein Arbeitgeber auf.



Ein Unternehmen organisiert in Kooperation mit einer Organisation jährlich für seine Mitarbeitenden einen **Team-Aktionstag**. In einem Jahr unternehmen sie, gemeinsam mit den BewohnerInnen eines Pensionistenheimes einen Ausflug, im Jahr darauf wird der Garten des Heimes auf Vordermann gebracht.

Die Mitarbeiterin eines Unternehmens ist bei der Freiwilligen Feuerwehr aktiv. Ihr Arbeitgeber erklärt sich zu **Freistellung in Katastrophenfällen** innerhalb der Arbeitszeit bereit. **TIPP:** Bei Freistellung für Hilfeinsätze können sich Unternehmen bis zu € 200,- pro Tag und ArbeitnehmerIn aus dem Katastrophenfonds zurückholen. [www.parlament.gv.at](http://www.parlament.gv.at)



Eine Führungskraft eines Betriebes übernimmt eine **Funktion im Vorstand eines Vereines**. Ihr Arbeitgeber unterstützt dies, indem er ein Zeitkontingent für die Aktivitäten zur Verfügung stellt.

Ein Dienstleister aus dem Bereich der Unternehmensberatung stellt einer gemeinnützigen Organisation seine Dienste als **Pro-Bono-Leistungen** zur Verfügung. Das Ausmaß und die Zielsetzung werden vorab mit der Organisation abgestimmt.



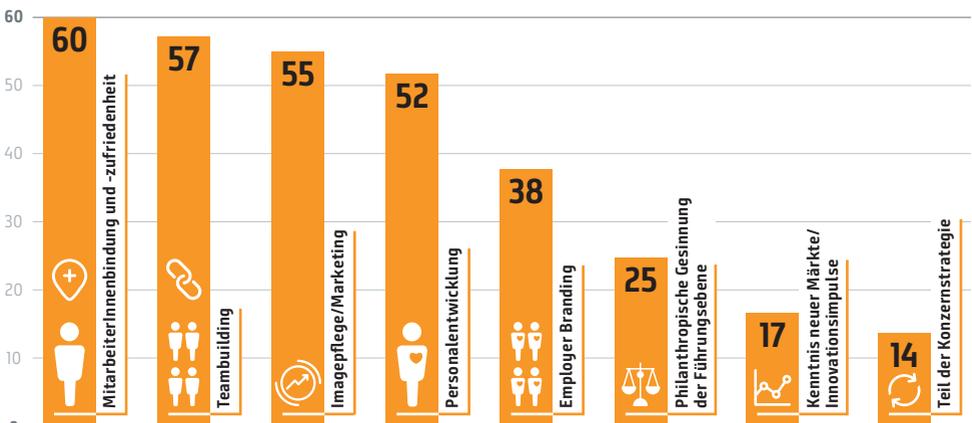
# CORPORATE VOLUNTEERING: EINE WIN-WIN-WIN-SITUATION

## Unternehmen profitieren von Corporate Volunteering-Projekten unter anderem in den Bereichen:

- ▶ **Personal:** Auswirkungen auf Bindung, Zufriedenheit und Motivation der MitarbeiterInnen, Employer Branding sowie Personalentwicklung (z. B. im Hinblick auf Sozial- und Führungskompetenzen)
- ▶ **Innovation und Entwicklung:** durch den Einblick in ein anderes Arbeitsumfeld bringen die MitarbeiterInnen neue Lösungsansätze und Ideen mit
- ▶ **Know-How-Transfer:** nicht nur in den Bereichen Nachhaltigkeit und Soziales können Unternehmen von der Expertise der NPOs profitieren
- ▶ **Image:** durch das Engagement kann es zu einem Imagegewinn kommen, was wiederum der Bindung von KundInnen und MitarbeiterInnen dienlich sein kann.

## Warum sich Unternehmen im Rahmen von Corporate Volunteering-Projekten engagieren

In einer Studie im Jahr 2018 haben wir im Corporate Volunteering aktive Unternehmen dazu befragt, was sie zum Engagement bewegt. Personalfragen stehen unter den Motiven ganz vorne.



## Gemeinnützige Organisationen erfahren positive Auswirkungen im Hinblick auf

- ▶ **Erweiterung der Ressourcen:** beispielsweise durch Umsetzung von Projekten, die sonst nicht realisierbar wären
- ▶ **Gewinnung neuer UnterstützerInnen:** nicht selten engagieren sich Mitarbeitende an Corporate Volunteering-Projekten auch im privaten Bereich für die Organisation durch Freiwilliges Engagement oder Spenden
- ▶ **Know-How-Transfer:** Unternehmen können die Arbeit von NPOs durch Wissenstransfer erheblich unterstützen, z. B. in den Bereichen HR, IT, Rechtliches, etc.
- ▶ Aufbau strategisch **wichtiger Partnerschaften**
- ▶ **Awareness** für den Organisationszweck: Freiwillige werden für gesellschaftlich relevante Themen sensibilisiert und können als MultiplikatorInnen fungieren

## Über die direkte Hilfeleistung hinaus profitiert die Gesellschaft mitunter durch

- ▶ **Inklusion** der AdressatInnen der NPO
- ▶ Stärkung des **gesellschaftlichen Zusammenhalts**
- ▶ **Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung** für gesellschaftlich relevante Themen

## SO GELINGT CORPORATE VOLUNTEERING

---

- ▶ **Realistische Ziele** setzen: Was möchte und kann ich mit einem Corporate Volunteering-Projekt erreichen?
- ▶ Das **Projekt klar definieren:** Sollen die Einsätze in Teams oder individuell stattfinden? Sollen vereinzelt Maßnahmen gesetzt werden oder eine langfristige Partnerschaft entstehen? Hands-on oder skills-based?
- ▶ Den **geeigneten Partner** finden: Welches Unternehmen oder welche Organisation ist im Hinblick auf Größe und Tätigkeitsfeld passend? Tipp: Die MitarbeiterInnen bei der Partnersuche einzubeziehen erhöht das Involvement.
- ▶ **Offene Kommunikation auf Augenhöhe:** Was sind die Erwartungshaltungen beider Seiten? Was ist möglich? Und was ist nicht machbar?
- ▶ **Zuständigkeiten klären:** Wer sind die definierten Ansprechpartner auf beiden Seiten? Wer ist für welche Aufgaben verantwortlich?
- ▶ Vor allem im Unternehmenskontext braucht es die Zustimmung und aktive **Unterstützung durch das Management**

**„Corporate Volunteering bedeutet Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Dadurch wird der gesellschaftliche Zusammenhalt gestärkt und alle Beteiligten gewinnen. Es ist wichtig, dass diese Form des Engagements nun auch in Österreich zum Trend wird.“**

**Günther Lutschinger**

Geschäftsführer Fundraising Verband Austria

## WIE MACHE ICH DEN ERSTEN SCHRITT?

---

Detailinformationen zu Corporate Volunteering sowie eine Liste hilfreicher Adressen, Plattformen und Informationsquellen finden Sie auf **[www.zeitspende.at](http://www.zeitspende.at)**

Gefördert aus  
den Mitteln des



**Bundesministerium**  
Arbeit, Soziales, Gesundheit  
und Konsumentenschutz

### Impressum

FVA – Fundraising Verband Austria, Herbeckstraße 27/2/3, 1180 Wien, T +43 1 276 52 98-0, E [fva@fundraising.at](mailto:fva@fundraising.at), ZVR-Zahl: 994812845, Redaktion: Catharina Freundl, Stephan Kropf, Grafik: Claudia Mellitzer, Coverfoto: © Mark Bowden/getty images, Fotos Seite 3:

© franckreporter/iStockphoto (links), © vectorfusionart/Adobe Stock, Tabelle Seite 3: Lang/Sturm (2018): „Formate Akteure, Praxis: Zum Stand von Corporate Volunteering“ In: Dreesbach-Bundy/Scheck (Hg., 2018): „CSR und Corporate Volunteering“, Springer Gabler: Berlin.

©FVA 2019

**[www.fundraising.at](http://www.fundraising.at), [www.zeitspende.at](http://www.zeitspende.at)**

Auf Recycling-Papier gedruckt.