



# Corporate Volunteering in München

Ein Stimmungsbild 2018

Seit jeher fördern viele Unternehmen das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiter\*innen. Vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen wie Klimaschutz, demographischem Wandel und Tendenzen, die die soziale Stabilität gefährden, verstärken viele Unternehmen ihren Einsatz für gesellschaftliche Belange. Corporate Volunteering (CV), die Förderung des freiwilligen Engagements der Mitarbeiter\*innen, bildet hier einen wichtigen Ansatzpunkt. Durch Corporate Volunteering leisten Unternehmen einen Beitrag zur Lösung ökologischer oder sozialer Herausforderungen. Gleichzeitig wirkt sich das Engagement positiv auf das Bild des Unternehmens in der Öffentlichkeit aus und unterstützt die Mitarbeiterbindung sowie die Gewinnung neuer Mitarbeiter\*innen.

Auch wenn Corporate Volunteering-Projekte sowohl für Unternehmen als auch für gemeinnützige Organisationen einen gewissen organisatorischen Aufwand mit sich bringen, überwiegen die positiven Effekte – für die Unternehmen, die engagierten Mitarbeiter\*innen und die gemeinnützigen Einrichtungen. Der größte Vorteil ist, dass es sozialen Einrichtungen durch CV ermöglicht wird, Projekte umzusetzen, für die sonst die finanziellen und personellen Mittel fehlen. CV-Aktivitäten sind auch förderlich für eine größere Mitarbeiterzufriedenheit in den Unternehmen und dadurch für eine höhere Produktivität und Profitabilität.

Das vorliegende Stimmungsbild zum aktuellen Stand von Corporate Volunteering in München wurde von der IHK für München und Oberbayern, der Landeshauptstadt München und der Roland Berger GmbH als Vertreter des Netzwerks „Unternehmen für München“ auf der Basis einer im Frühjahr 2018 durchgeführten Umfrage erstellt. Zielgruppe der Befragung waren gemeinnützige Organisationen und Unternehmen jeder Größe und Branche in München.

## 1. Schwerpunkte von Corporate Volunteering in München

Die Schwerpunkte der meisten CV-Projekte liegen nach Aussagen der Befragten im Bereich Soziales und Bildung. Für die Auswahl der CV-Projekte spielen seitens der Unternehmen die Zielgruppe, der Inhalt der Projekte, räumliche Nähe zum Unternehmen und persönliche Empfehlungen über das eigene Netzwerk eine wichtige Rolle. Die wichtigsten Zielgruppen sind Kinder, Jugendliche und geflüchtete Menschen. Allerdings deutet sich an, dass das Engagement für geflüchtete Menschen abnimmt, obwohl diese Zielgruppe aus Sicht der sozialen Einrichtungen weiterhin viel Unterstützung benötigt.

Ein Großteil von CV-Projekten fokussiert sich auf das „gemeinsame Anpacken“, etwa bei Aktionstagen oder Ausflügen. Auch die „Weitergabe von Know-how“, z.B. in Form von Coachings oder Trainings im Bereich Marketing oder Fundraising, steht häufig im Zentrum von CV.



## 2. Verankerung von Corporate Volunteering in Unternehmen

Viele Unternehmen haben mittlerweile feste Ansprechpartner\*innen für CV-Projekte, ein finanzielles Budget wird jedoch meist nicht bereitgestellt. Das CV ist damit auch nur selten strategisch im Unternehmen verankert und erfolgt meist noch punktuell und zufällig.

Von Unternehmen wird häufig ein „aktionsbezogenes Engagement“, das sich nur auf einen Tag beschränkt, sehr geschätzt. Bei Einzelprojekten wird jedoch von Seiten der gemeinnützigen Einrichtungen teilweise kritisiert, dass der Organisationsaufwand größer als der Nutzen sei.



**IHK**  
München und  
Oberbayern

### 3. Herausforderungen

Zeitmangel, sowohl auf Seiten der Unternehmen als auch bei den sozialen Einrichtungen, ist die größte Hürde für CV-Projekte. Eine weitere Herausforderung stellt das Matching von engagementbereiten Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen dar. Vor allem kleinere Einrichtungen haben oftmals nicht das Potenzial, für ihren Unterstützungsbedarf zu werben. Die Einführung einer geeigneten, niederschweligen Matching-Plattform könnte hier Abhilfe schaffen.

### 4. Erfolgsfaktoren von Corporate Volunteering

Besonders nachhaltig verankert ist Corporate Volunteering in Unternehmen, die ihre CV-Aktivitäten am Kerngeschäft ausrichten. Auch die räumliche Nähe zu den kooperierenden gemeinnützigen Organisationen sowie der persönliche Kontakt sind für langfristige Partnerschaften, deren gesellschaftlicher Impact besonders wertvoll ist, von Vorteil. Der Erfolg von CV-Projekten kann gesteigert werden, wenn über die Zeitspende hinaus noch z.B. Räume und / oder Geld- und Sachspenden für das Engagement bereitgestellt werden.

Unternehmen können das Engagement der Mitarbeiter\*innen stärken, indem sie beispielsweise Möglichkeiten anbieten, einen Teil der investierten Zeit als Arbeitszeit zu verbuchen. Hier besteht noch Optimierungspotenzial, denn – im Gegensatz zu den Ergebnissen der Studie von 2013 – gibt ein Großteil der Unternehmen an, den Einsatz ihrer Mitarbeiter\*innen nicht zu honorieren. Ein nicht zu unterschätzender Faktor für die Motivation der Mitarbeiter\*innen ist, wenn die Geschäftsführung selbst mit positivem Beispiel vorangeht.

Auf Seiten der gemeinnützigen Organisationen sollte die Selbstvermarktung intensiviert werden, um die Unternehmen effektiver auf deren Bedarfen und Unterstützungsmöglichkeiten aufmerksam zu machen.

### 5. Die Rolle der Stadt

Für Unternehmen ist eine zentrale Anlauf- und Koordinierungsstelle bei der Landeshauptstadt München für Beratung und Koordination von gesellschaftlichem Unternehmensengagement wichtig. Laut der befragten Unternehmen wäre es sinnvoll, dieses Angebot weiter auszubauen, die Netzwerkarbeit zu intensivieren und durch verstärkte Öffentlichkeitsarbeit bekannter zu machen.

### 6. Unterstützungsangebote und Ansprechpartner

#### IHK für München und Oberbayern

Die IHK für München und Oberbayern fördert das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen im Sinne ihres Markenkerns „Gemeinsam unternehmen wir Verantwortung“. Neben Informationsangeboten unterstützt sie den „Marktplatz Gute Geschäfte“, auf dem Unternehmen die Möglichkeit geboten wird, direkt gemeinnützige Projekte „einzuwerben“ ([gute-geschaefte-muenchen.de](https://www.gute-geschaefte-muenchen.de)) und veranstaltet alle zwei Jahre mit der IHK-Nachtschicht ein weiteres Format zur Stärkung von CV ([ihk-muenchen.de/nachtschicht](https://www.ihk-muenchen.de/nachtschicht)).

#### Landeshauptstadt München

Der Fachbereich „Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen“ der Landeshauptstadt München informiert über die vielfältigen Möglichkeiten des Engagements, berät strategisch und konzeptionell und unterstützt im Einzelfall operativ bei der Umsetzung von gemeinnützigen Projekten und Vorhaben. Er initiiert Veranstaltungen und bringt Unterstützerinnen und Unterstützer mit Organisationen im Sinne eines gezielten Networkings zusammen, um einen Austausch zu ermöglichen und das Engagement dauerhaft zu etablieren.

#### „Unternehmen für München“

Das Ziel der Initiative besteht im Erfahrungsaustausch und im Aufbau und der Bündelung von Kompetenzen im Bereich bürgerschaftliches Engagement (Corporate Volunteering). Der Zusammenschluss ist die erste Initiative von mehr als 30 Unternehmen in der bayerischen Landeshauptstadt, die in ihrem Engagement für gesellschaftliche Belange gemeinsam mehr bewirken wollen.



### Kontakt

#### IHK für München und Oberbayern Stabstelle CSR

☎ 089 5116 1502  
@ joerg@muenchen.ihk.de  
🔗 [ihk-muenchen.de/csr](https://www.ihk-muenchen.de/csr)

#### Landeshauptstadt München Sozialreferat Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen

☎ 089 233 48042  
@ csr@muenchen.de  
🔗 [muenchen.de/csr](https://www.muenchen.de/csr)

#### Unternehmen für München e.V. c/o Roland Berger GmbH

☎ 0160 744 8513  
@ kristina.dengler@rolandberger.com  
🔗 [unternehmen-fuer-muenchen.de/](https://www.unternehmen-fuer-muenchen.de/)