

Soziales Engagement

Gutes tun – nicht nur an Weihnachten

Geld oder Zeit? Firmen unterstützen Mitarbeitende verstärkt dabei, wenn sie Gutes tun wollen. Der Karriere nützen die freiwilligen Einsätze allerdings nicht viel.

Von Charlotte Jacquemart und Katinka Gyomlay

Rund 13 000 Mitarbeitende des multinationalen Pharmakonzerns starteten am 1. Dezember an 95 Roche-Standorten zum diesjährigen Aids-Lauf. Ins Leben gerufen haben den Lauf die Mitarbeitenden selbst, und nicht etwa der Konzern. Heuer fand das Rennen zum vierten Male statt. Ziel ist es, Spendengelder für Kinder zu sammeln, die an den Folgen der HIV/Aids-Epidemie leiden. Prioritär unterstützt werden Kindertagesstätten und Schulprojekte im afrikanischen Malawi. Der Anlass schwemmte dieses Jahr rund eine Million Franken in die Spendenkasse – Roche verdoppelt jeweils den von den Mitarbeitenden «errantten» Einsatz. Seit 2003 haben 34 000 Angestellte mit ihrem Arbeitgeber eine Summe von 4 Millionen Franken gespendet.

Wieso aber strampeln sich Mitarbeitende eines Pharmakonzerns freiwillig die Beine aus dem Bauch, um Geld für Aids-Waisen zu sammeln? Mitarbeiter Urs Jaisli hält den Roche-Aids-Lauf schon deshalb für eine gute Sache, weil die Idee von den Mitarbeitenden stammt. Die gemeinsame Aktion stärke das «Wir»-Gefühl in der Firma. Auch bei der UBS wurden die seit einem Jahr stattfindenden Freiwilligeneinsätze von Mitarbeitern ins Leben gerufen: Seitdem Mitarbeiter der Konzernleitung einen Vorschlag unterbreitet haben, besteht nun auch in der Schweiz – gemäss amerikanischem Vorbild – eine «Community Affairs»-Einheit, über die sich UBS-Angestellte für gemeinnützige Projekte anmelden können.

Keine andere Saison wird so stark dazu benutzt, Gutes zu tun, wie die Vorweihnachtszeit. Nicht alle aber beschränken ihr soziales Engagement auf die Weihnachtszeit. Die «NZZ am Sonntag» hat Mitarbeiter von Firmen aufgespürt, die sich – unterstützt vom eigenen Arbeitgeber – jahraus, jahrein sozial engagieren. Während am einen Ort die Firma selbst «das Gute» initiiert, sind es anderswo die Ideen der Mitarbeiter, die den Arbeitgeber dazu bewegen, sich mit zu engagieren. Die Firmen hängen ihr Engagement oft nicht an die grosse Glocke, dies auch aus Angst, sich vorwerfen lassen zu müssen, das soziale Engagement sei lediglich billige PR. Wer wahrhaftig Gutes tut, darf ruhig auch darüber reden, meint Peter Ulrich, Professor für Wirtschaftsethik an der Universität St. Gallen. Doch wieso wollen wir überhaupt Gutes tun, und wieso unterstützen viele Firmen ihre Mitarbeiter darin?

Leute wollen Gutes tun

Lester Salamon, er ist Ökonomieprofessor an der Johns-Hopkins-Universität, kennt aus vielen Jahren Forschung die Motivation der Menschen: «Die Leute tun Gutes, weil sie ihrem Leben einen gewissen Sinn geben wollen.» Ganz nach dem Motto: «What we earn is how we make our living, what we give is how we make our live.» Das sei auch der Grund, wieso Unternehmen immer mehr spendeten oder Freiwilligenarbeit zu Verfügung stellten. «Gute Löhne reichen nicht mehr allen Arbeitnehmern. Viele möchten bei einem Arbeitgeber arbeiten, der auch Gutes tut», beobachtet Salamon.

Eine Umfrage des Arbeitgeberverbandes aus dem Jahre 2001 zeigt, dass

drei Viertel aller Firmen in der Schweiz Freiwilligenarbeit unterstützen. Rund ein Drittel gab an, dies in der Hoffnung zu tun, dadurch einen besseren Geschäftserfolg zu erzielen. Ein Viertel engagiert sich sozial auf Wunsch der Mitarbeitenden, gut 20% weil sich dadurch staatliche Aktivitäten vermeiden lassen. 11,8% der Firmen besitzen ein Reglement, das die Freistellung von mehr als fünf Tagen erlaubt. Einfacher fällt es den Firmen, Geld zu spenden: 40 der befragten Firmen geben an, jährlich mehr als 1000 Fr. pro Kopf für gemeinnützige Zwecke zu zahlen.

Druck am Arbeitsplatz

Stellen Firmen ihren Mitarbeitern Zeit zu Verfügung, um sich sozial zu engagieren, sei dies höher zu werten als reine Geldspenden, meint Wirtschaftsethiker Ulrich. Gegen aussen demonstrierten die Firmen damit, dass sie bereit seien, der Gesellschaft ihre Kompetenzen zu Verfügung zu stellen und dafür ein zeitliches Opfer zu erbringen. Kaum weniger wichtig sei bei freiwilligen, sozialen Engagements der Beitrag gegen innen, meint der Experte. «Firmen handeln intelligent, wenn sie ihren Mitarbeitern Arbeitszeit zu Verfügung stellen, um sich sozial zu engagieren. Wer ab und zu seine Perspektive verändert, wird weniger betriebsblind und arrogant, bleibt offen für die sozialen Realitäten.»

Für Ursula Meier vom «SeitenWechsel» gibt es noch einen anderen Grund. «SeitenWechsel» ist ein Programm der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft, welches Führungskräften eine Lernwoche in einer sozialen Institution ermöglicht, um Erfahrungen jenseits des Berufsalltags zu sammeln. «Es ist emotional wertvoller, Zeit zu schenken, als nur Geld zu spenden. Wer Zeit gibt, bekommt dafür Emotionen zurück.»

Dient den Arbeitskräften ihr soziales Engagement aber auch auf dem Karriereweg? Leider zu wenig, meint Peter Keller, Personalchef beim Detailhändler Coop. «Obwohl alle davon reden, wie wichtig soziale Erfahrungen und Freiwilligenarbeit ist, hat die Wertschätzung derselben meines Erachtens in den letzten Jahren eher abgenommen.» Eine Ausnahme sind jene vor allem internationalen Grosskonzerne, bei denen «to be a good citizen» zum Programm gehört. Aber auch hier findet das freiwillige Engagement keinen Eingang in die Personalakten und hat auf die Karrierechancen keinen Einfluss. Gerade beim Mittelbau von Unternehmen, so Keller weiter, stehe die Arbeitsleistung heute stark im Vordergrund. «Die Arbeitgeber wollen, dass ihre Mitarbeiter so wenig wie möglich abwesend sind und so viel wie möglich leisten.» Diese Einschätzung deckt sich mit jener von Ursula Meier: «Der Druck und die zeitliche Belastung hat in den letzten Jahren in vielen Firmen stark zugenommen.»

In der Umfrage des Arbeitgeberverbandes gaben 15,2% der Firmen an, ein freiwilliges Engagement der Mitarbeiter bei Qualifikationen und Beförderungen positiv zu berücksichtigen. Nur 2,5% der Unternehmen bevorzugten bei Neuanstellungen aber solche mit freiwilligem Engagement.



Dank den Swiss-Re-Mitarbeitern besitzen Waisenkinder in verschiedenen russischen Heimen endlich Spielzeuge.

Swisscom: Dankeschön fürs Engagement

Es kommt eine ansehnliche Summe zusammen, wenn Konzerne auf das Weihnachtsgeschenk für Mitarbeiter – das dann oft in Schubladen Staub ansetzt – verzichten. So haben beispielsweise Swisscom Fixnet und Mobile dieses Jahr zusammen 200 000 Franken auf originelle Art und Weise eingesetzt. Das Geld kam nicht als Spende einer Organisation zugute, sondern wurde über eine Ausschreibung vergeben, an der sich die Mitarbeitenden beteiligen konnten. Eine Jury beurteilte die gemeinnützigen Projekte, die aus allen Bereichen – ob Kultur, Sport oder humanitäre Hilfe im In- oder Ausland – eingereicht wurden. Das Ganze war nur an eine, dafür aber wichtige Bedingung geknüpft: Der Mitarbeitende muss persönlich, ehrenamtlich und in bedeutendem Rahmen engagiert sein.

Die «Good Citizen»-Ausschreibung wurde zum ersten Mal 2005 in der Division Fixnet lanciert. Treibende Kraft war Adrian Bult, damals noch Chef der Festnetzsparte. Wie wichtig, wenn nicht sogar ausschlaggebend es ist, dass gemeinnützige Ideen von der Geschäftsleitung getragen werden, zeigte sich an diesem Beispiel: Als Bult an die Spitze von Swisscom Mobile wechselte, wurde für 2006 das Projekt auch auf diese Division ausgeweitet.

Die Mitarbeitenden reichten 104 Projekte ein. Dabei kamen je knapp 40% aus den Bereichen Soziales und Sport. Ausgewählt und prämiert wurden 35 Engagements mit Geldbeträgen von durchschnittlich 5000 Franken. «Von der Ausrichtung und Eignung waren die eingereichten Projekte sehr unterschiedlich», sagt Roland Jeaneret von der Glückskette, der zur sechsköpfigen Jury von «Good Citizen» gehört. Es könne ja nicht darum gehen, einem Sportverein ohne speziellen Hintergrund die Ausrüstung zu finanzieren. Solche Anträge seien gleich ausge-

schieden. Aber die Idee, statt am Weihnachtskarten-Rummel mitzumachen, sich auf diese Weise zu engagieren, findet Jeaneret sehr sinnvoll. Im Sinne einer Aufmunterungsprämie könnten Unternehmen so ihre Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitenden zum Ausdruck bringen.

Swisscom organisierte den Mitarbeiteranlass in einem edlen Ambiente. Die Spannweite der prämierten Tätigkeiten und die persönlichen Hintergründe waren gross: Swisscom-Mitarbeiter Kenneth Mboijana etwa setzt sich für ein von seiner Mutter geführtes Waisenhaus in Uganda ein und nahm den Check sichtlich gerührt entgegen. Auch 100-Jahr-Feiern oder Winter-Camps gehörten zur Auswahl.

Die Anforderung des persönlichen Engagements erfüllten alle prämierten Projekte zur Genüge. Manche Preisträger waren gar nicht vor Ort, da sie noch für ihr Projekt im Ausland weilten. Andere reisten gleich mit der ganzen Crew an, wie Konrad Gfeller und die Mitglieder der Jugend-Musikband Zpirit. Gfellers Projekt gehörte zu den wenigen aus dem Bereich Kultur. Mit väterlichem Stolz erzählte er von seiner Tochter, die Sängerin der Gruppe ist, und dem Projekt «Band meets Band». Die Gruppe will zusammen mit der Jugendarbeit Köniz ihre Erfahrungen weitergeben und für Nachwuchsbands einen Anlass organisieren.

Für eine soziale Organisation im Ausland engagiert sich Judith Krauer. Es habe sich aus persönlichen Kontakten ergeben, dass sie als Vereinsmitglied seit 2001 ein rumänisches Kinderheim in Siebenbürgen unterstützte, erzählt sie. Der Verein könne monatlich 5000 Franken überweisen und damit die Hälfte des Unterhalts für 40 behinderte Kinder decken. Mit dem Geld der Swisscom könne nun in eine Behindertenwerkstatt investiert werden. (gyo.)