

Corporate Social Responsibility in der Praxis

Eine Untersuchung des Corporate Volunteering in Wirtschaftsunternehmen und Non-Profit Organisationen

Daniel Girolami

Die Arbeit: „Corporate Social Responsibility in der Praxis: Eine Untersuchung des Corporate Volunteering in Wirtschaftsunternehmen und Non-Profit Organisationen“ hat zum Gegenstand, das CV in Wirtschaftsunternehmen und NPOs zu untersuchen. Hierfür war es zunächst erforderlich, aufzuzeigen, welche Umstände dazu führen, CSR zu integrieren. Diesbezüglich wurden die politischen, ökonomischen, sozialen und gesetzlichen Rahmenbedingungen untersucht. Die politischen, ökologischen und sozialen Umstände bedürfen besonders zeitnaher Maßnahmen. Der gesellschaftliche Zusammenhalt ist ein Punkt, der durch das Engagement von Unternehmen gestärkt werden kann. CV ist ein Instrument des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen, das an Bedeutung gewinnt. Es war möglich, einen wachsenden Trend hin zu CV festzustellen. NPOs können von diesem wachsenden Trend profitieren, da CV-Maßnahmen im besonderen Maße durch NPOs oft erst sinnvoll stattfinden. Das Unternehmen stellt in diesem Sinne ‚den guten Bürger‘ dar, der sich um die Gemeinschaft sorgt und sich einbringt. CV-Aktivitäten sind bei verschiedenen Branchen und Größenklassen von Unternehmen vertreten. Kapitel 4 kann entnommen werden, dass jedoch überwiegend Unternehmen der Klasse von > 500 Mitarbeiter*innen CV-Maßnahmen betreiben. Rund 22 % der DAX 30 Unternehmen bieten Freistellungskontingente für ihre Mitarbeitenden an. Da CV als Teil des CC angesehen werden kann, ist CV ein Baustein einer Corporate Social Responsibility-Strategie. Beide Begriffe sind im deutschen Sprachraum nicht eindeutig voneinander zu unterscheiden. Unternehmen kommen dabei ihren philanthropischen und ethischen Anforderungen nach. Ziel der CV-Maßnahmen sind dabei folgende, in absteigender Reihenfolge: Kinder und Jugendliche, Menschen mit Fluchthintergrund, der Bereich Bildung, Menschen mit Behinderung, Menschen mit Migrationshintergrund usw. Die meistgenannten CV-Maßnahmen sind hierbei (in absteigender Reihenfolge): einzelne unternehmensspezifische Projekte, Social Days, Teilnahme an Formaten externer Organisationen, Entsendung (bspw. in NPOs, das sog. Secondment) usw., die geringste Ausprägung hat hierbei das digitale Volunteering. Das CV besitzt im besonderen Potenzial, für alle Beteiligte eine Win-win-Situation herzustellen. Beteiligte an CV sind vornehmlich die Mitarbeiter*innen eines Unternehmens, die betreffenden Unternehmen selbst, zumeist auch Mittlerorganisationen und die NPOs. Der NPO kann im Zuge der globalen Entwicklungen mehr Bedeutung zuwachsen. Gründe hierfür können u.a. ein sich

zurückziehender Staat oder prekäre soziale Umstände sein. NPOs kümmern sich in erster Linie um ihre Missionserfüllung in sozialer oder ökologischer Sicht. Daraus kann ein Mehr an Personal und Finanzierungsbedarfen entstehen. Durch den ansteigenden Trend an CV kann sich dies zumindest positiv auf diese Bedarfe auswirken.