

Bürgerschaftliches Engagement | 30.04.2015 | Lesezeit 4 Min.

Unruhe im Ruhestand

Immer mehr Unternehmen engagieren sich für das Gemeinwohl, indem sie soziale Projekte unterstützen oder Geld spenden. Die Beschäftigten – neuerdings vermehrt auch die älteren – werden dabei mit ins Boot geholt.

Etwa die Hälfte der Bevölkerung in Deutschland engagiert sich regelmäßig oder gelegentlich in Sportvereinen, kulturellen Einrichtungen, Kirchengemeinden, Schulen, Kindergärten, bei der freiwilligen Feuerwehr oder in der Unfallrettung. Jeder fünfte Bürger übernimmt sogar feste Aufgaben oder ein Amt. Das ergab die 2014 veröffentlichte Engagementstudie des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Als häufigstes Motiv für ihren Einsatz nennen fast alle Menschen „ihre Freude daran“ (Grafik). Viele Freiwillige wollen zudem einfach anderen helfen oder sich gezielt beispielsweise für das Klima oder arme Menschen stark machen.

Warum sich Bürger kümmern

So viel Prozent der Bundesbürger verfolgen mit ihrem sozialen Engagement diese Ziele

Weil es mir Freude macht



Weil ich etwas für andere tun will und ihnen helfen möchte



Weil ich das Gefühl habe, mit meiner Tätigkeit etwas zu bewegen



Weil mir der Bereich bzw. die Gruppe, um die ich mich kümmere, besonders am Herzen liegt, z. B. die Umwelt, Kinder oder ältere Menschen



Um Leute zu treffen und Kontakte zu anderen zu haben



Weil in diesem Bereich meine Stärken liegen und weil ich das gut kann



Befragung von 1.548 Personen ab 16 Jahren im August 2013 im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend; Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach

 Institut der deutschen Wirtschaft Köln

© 2015 IW Medien · iwd 18 · Foto: Rawpixel - Fotolia.com

Auch Unternehmen setzen sich aus Verantwortungsgefühl zunehmend für das Gemeinwohl ein, wie eine Befragung von 2.300 Firmen durch die IW Köln Consult

zeigt (vgl. iwd 36/2012). Das bürgerschaftliche Engagement ist für 76 Prozent der Betriebe Teil der gelebten Unternehmenskultur.

Außerdem möchten die engagierten Firmen ihr Ansehen in der Öffentlichkeit verbessern (68 Prozent), die Bindung zu ihren Kunden erhöhen (46 Prozent) und zur Attraktivität des Unternehmensstandorts beitragen (45 Prozent).

Last, but not least wollen 44 Prozent der Betriebe ihre Mitarbeiter durch ihren Einsatz für das Gemeinwohl stärker motivieren und ans Unternehmen binden.

Das klappt offenkundig auch: Denn das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen wird nicht nur von der Öffentlichkeit, sondern auch von den Mitarbeitern honoriert. Das zeigt eine repräsentative Umfrage zur „Jobzufriedenheit 2014“ des Personaldienstleisters Manpower Group Deutschland. Demnach sagen neun von zehn Befragten, dass sie lieber für eine Firma arbeiten, die sich gesellschaftlich engagiert (Grafik). Besonders junge Bewerber bevorzugen solche Arbeitgeber.

Eine Befragung des Marktforschungsinstituts Nielsen ergab, dass die Hälfte der 21- bis 34-Jährigen darauf achtet, wie nachhaltig ein Arbeitgeber handelt.

Warum sich Unternehmen sozial engagieren sollten

So viel Prozent der Bundesbürger stimmen folgenden Aussagen zu

Ein Unternehmen, das für besonderes gesellschaftliches Engagement ausgezeichnet wurde, würde ich als Arbeitgeber vorziehen

86

Es ist mir wichtig, dass Unternehmen Vereine oder soziale Projekte mit Spenden unterstützen

73

Es ist mir wichtig, dass Unternehmen ehrenamtliches Engagement ihrer Mitarbeiter fördern

72

In einem Unternehmen, in dem gesellschaftliche Verantwortung keine Rolle spielt, würde ich nicht arbeiten

59



© 2015 IW Medien · iwd 18
Foto: Rawpixel - Fotolia.com

Befragung von 1.000 Personen im April 2014
Quelle: Manpower Group Deutschland

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

Einer Mehrheit der Bundesbürger ist es zudem wichtig, dass die Unternehmen auch das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter fördern. Und das tun sie tatsächlich, indem sie Beschäftigte für Aufgaben freistellen oder entsprechende Initiativen starten

(vgl. iwd 34/2012).

Neuerdings unterstützen immer mehr Unternehmen gezielt das bürgerschaftliche Engagement von Mitarbeitern in der Vorruhestandsphase. Dazu zwei Beispiele:

1. TÜV Rheinland. Ältere Beschäftigte werden in Zusammenarbeit mit der Kölner Freiwilligen Agentur in Abendveranstaltungen darüber informiert, wie sie sich als Rentner später einmal sozial engagieren können. Darüber hinaus können Interessenten aber auch an einem Tag mehrere gemeinnützige Organisationen besuchen und deren Projekte kennenlernen.

2. Versicherungskonzern Generali. Dort können Beschäftigte der Altersgruppe 50plus am Workshop „Horizonte“ teilnehmen. Die älteren Beschäftigten entwickeln hier während der Arbeitszeit und unter Anleitung nicht nur Konzepte, wie sie fit für den Job bleiben. Sie sammeln auch Ideen, wie sie sich jetzt und nach ihrem Berufsleben für die Gesellschaft einsetzen können.

Die Unternehmen ziehen durchaus Vorteile daraus, wenn sie ältere Beschäftigte in ihre sozialen Aktivitäten einbinden:

- Wenn sich ältere Mitarbeiter in der Kommune gesellschaftlich engagieren, erweitert das den Aufgabenbereich des Betreffenden. Das wiederum fördert – so zeigen es Untersuchungen – dessen Gesundheit und steigert generell die Motivation.
- Wer neue Aufgaben meistern muss, ist im Kopf beweglicher; Mediziner sprechen davon, dass auf diese Weise etwas gegen den Verlust der kognitiven Leistungsfähigkeit im Alter getan wird.
- Wer die Mitarbeiter auf den Übergang in die Rente vorbereitet und ihnen eine Perspektive aufzeigt, sorgt dafür, dass diese zu Beginn ihrer Auszeit nicht in ein „schwarzes Loch“ fallen – schon diese Fürsorge wird von den Mitarbeitern durch eine bessere Leistung honoriert.
- Wer Beschäftigte in sozialen Projekten mitarbeiten lässt, bindet diese über das Renteneintrittsalter hinaus an das Unternehmen. Diese können später ihr Know-how, das sie zum Beispiel im Rahmen der ehrenamtlichen Altenhilfe erlangt haben, für die Beratung von Mitarbeitern mit pflegebedürftigen Angehörigen einsetzen. Oder sie nutzen ihre bei der freiwilligen Feuerwehr erworbenen Kompetenzen, um den Betrieb zu beraten, etwa wie er Arbeitsplätze sicherheitstechnisch am besten ausstattet.

In einigen Firmen gehört daher das Thema bürgerschaftliches Engagement zum festen Bestandteil der Personalentwicklungsprogramme. Die Beschäftigten werden für

ehrenamtliche und gemeinnützige Tätigkeiten, die zum Unternehmen und zu den Kompetenzentwicklungsplänen passen, freigestellt und bei ihren Aktivitäten unterstützt.

Die älteren Mitarbeiter jedenfalls gehen diesen Schritt oft gerne mit:

Mehr als ein Drittel der über 50-Jährigen setzt sich im Rahmen eines freiwilligen Engagements für die Gemeinschaft ein.

Erst wenn die Senioren dann das 75. Lebensjahr erreicht haben, nehmen die Aktivitäten ab, was verständlich ist. Trotzdem engagiert sich immer noch ein Fünftel in Vereinen oder für soziale Projekte.

Das bürgerschaftliche Engagement der Senioren kommt nicht zuletzt auch den Kommunen zugute. Denn lebens- und berufserfahrene Menschen sind nicht nur Vorbild für Jüngere in ihren Unternehmen, sondern auch für die gesamte Gesellschaft vor Ort.

Hinzu kommt, dass die Kommunen durch die demografische Entwicklung von zwei Seiten in die Zange genommen werden. Zum einen gibt es immer weniger junge Leute, die sich ehrenamtlich engagieren können. Das merken heute schon zum Beispiel das Technische Hilfswerk oder Sportvereine. Zum anderen werden die Menschen immer älter, was zusätzlichen Betreuungsbedarf mit sich bringt. Hier können engagierte Rentner aktiv werden.

Kernaussagen in Kürze:

- Immer mehr Unternehmen engagieren sich für das Gemeinwohl, indem sie soziale Projekte unterstützen oder Geld spenden.
- Das bürgerschaftliche Engagement ist in drei von vier Betrieben Teil der Unternehmenskultur.
- Vor allem junge Bewerber bevorzugen Arbeitgeber, die nachhaltig handeln.