

freiwillig

Unterstützung

Teamarbeit

Partnerschaft

Wirkung

vermitteln

Kooperation

Gute Bürger

Gute Geschäfte

## Einfach mal einlassen: Unternehmen engagiert in der gemeinwesenorientierten Seniorenarbeit

Kompetenz

Erfahrung

um-die-Ecke-Denken

ansprechen

Engagement

Flexibilität

Know-how

lernen

Kopfverleih

nachfragen

Marktplatz

Freiwilligentag

Augenhöhe

Mitarbeitende

Corporate Volunteering

Handwerk

Das Forum Seniorenarbeit  
ist ein Projekt des



Kuratorium  
Deutsche Altershilfe

gefördert vom:

Ministerium für Gesundheit,  
Emanzipation, Pflege und Alter  
des Landes Nordrhein-Westfalen



## Unternehmen – engagiert in der gemeinwesenorientierten Seniorenarbeit

### Originaltöne aus unseren Interviews und Gesprächen

**„Ein weiterer Punkt ist, aus dem gemeinsamen Engagement zu lernen und sich ständig weiterzuentwickeln. Partnerschaften brauchen Zeit.“**

*Katharina Nüdling, Kölner SeniorenNetzwerk Sülz*

Seite 7

**„Ich fand es gut, eine völlig andere Sicht auf unsere Projekte zu bekommen. Die dabei entstandenen außergewöhnlichen Ideen lassen Raum für eine Weiterentwicklung, die den Rahmen der vorher vielleicht selbst gesteckten Grenzen sprengen.“**

*Brigitte Reuß, ZeitZeugenBörse Mülheim an der Ruhr*

Seite 12

**„Die Mitarbeitenden der Unternehmen erfahren durch die persönliche Begegnung, wofür sich gemeinnützige Einrichtungen einsetzen, wie sie arbeiten und vor allen Dingen, wem die Unterstützung zugute kommt. Diese zwischenmenschliche Bereicherung macht den Unterschied zu Spenden. Für die Gemeinnützigen ist dies eine gute Gelegenheit, Hemmschwellen abzubauen und ihre Arbeit, die ja oft im Unsichtbaren stattfindet, darzustellen.“**

*Dr. Rolf Engels, Initiator des Bielefelder Marktplatz „Gute Geschäfte“*

Seite 22

**„Ich erlebe die Seniorinnen und Senioren oft als sehr bescheiden. Manchmal fragt man sich schon, warum sind sie so zurückhaltend? Die Älteren sind eine große Gruppe und bewegen viel. Warum ziehen sie nicht selbstbewusster ins Feld, warum hauen die nicht auf den Tisch?“**

*Cornelia Harrer, Paritätischer Wohlfahrtsverband NRW*

Seite 20

**„Die Reaktionen der Unternehmen waren überraschend positiv, die Berührungspunkte sind auf dieser Seite bedeutend geringer als oft umgekehrt. Sie haben uns sehr ernst genommen.“**

*Nicola Röhrich, Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenbüros*

Seite 17

**„Kooperationen sind Beziehungsarbeit. Wir pflegen die Kontakte zu unseren Partner/-innen, laden sie zu unseren Festen ein und informieren sie über unsere Arbeit. Beziehungsarbeit bedeutet auch, die Akquise bei bestehenden Kontakten zu beginnen. Diese sind bedeutend schneller von einer Unterstützung zu überzeugen.“**

*Monika Lang, Öcher Frönnde e.V.*

Seite 9

**„Ambulante Pflegedienste sollten im eigenen Interesse daran mitwirken, die Lebensbedingungen der Älteren so zu gestalten, dass sie so lange wie möglich in ihren Nachbarschaften bleiben können. Wir benötigen die älteren Menschen, die in ihren Quartieren leben. Nur dann sind unsere Dienstleistungen gefragt.“**

*Peter Behmenburg, Pflegedienst Behmenburg*

Seite 28

**„Es empfiehlt sich, eine gewisse Flexibilität mitzubringen! Bei unserem ersten Marktplatz hatten wir auf ein Gesuch keine Resonanz. Irgendwann hab ich gar nicht mehr unsere Anfrage vorgetragen, sondern direkt gefragt, was mein Gegenüber im Angebot hat. So entstand die Idee zu einem Imagefilm.“**

*Monika Lang, Öcher Frönnde*

Seite 9

**„Besonders beliebt sind immer die Projekte, in denen ein unmittelbarer Kontakt zwischen Menschen stattfindet, sei es ein gemeinsamer Besuch eines Museums oder die Organisation und Durchführung eines Sommerfestes für eine Jugendeinrichtung.“**

*Susanne Kunert, FABE, Stadt Köln*

Seite 26

**„Ehrlicherweise muss man aber auch sagen, dass es der Seniorenbereich nicht so einfach hat. Wir kennen das auch beim Einwerben von Spenden: Kinderaugen sind unschlagbar, für Kinder werben Sie bedeutend leichter Geld ein als für ältere Menschen.“**

*Dr. Rolf Engels, Initiator des Bielefelder Marktplatz „Gute Geschäfte“*

Seite 22

**„Beim nächsten Mal werde ich gemeinsam mit Senior/-innen des Netzwerkes den Tag planen und die Kontakte und Vorgespräche zu den Unternehmen gestalten. Wenn es von Anfang an ein gemeinsames Projekt ist, halte ich diese Form des Engagements und des Kennenlernens sinnvoll für beide Seiten!“**

*Katharina Nüdling, Kölner SeniorenNetzwerk Sülz*

Seite 7

**„Das Thema ‚Älter werden‘ geht uns alle an. Ich glaube, bei Unternehmen bzw. Mitarbeitern, die das Thema aus eigener Betroffenheit kennen, kann das ein guter Anknüpfungspunkt sein. Dann kommen sie schneller auf die Idee und sagen, ‚Ach, so eine Initiative würde ich unterstützen wollen‘.“**

*Cornelia Harrer, Paritätischer Wohlfahrtsverband NRW*

Seite 20

**„Die projektbezogenen Kooperationen können nur dann zustande kommen, wenn man sich immer wieder ins Gespräch bringt, immer wieder seinen Bedarf zeigt. Daher sollte man immer wieder nachfragen!“**

*Monika Lang, Öcher Frönnde e. V.*

Seite 9

## Inhalt dieser Ausgabe

■ <b>Vorwort</b> .....	5
<i>Gabi Klein, Kuratorium Deutsche Altershilfe/Forum Seniorenarbeit NRW</i>	
■ <b>Ein Gewinn für alle! Ein Gewinn für alle?</b>	
<i>Online-Diskussion zu Kooperationen zwischen Unternehmen und Senioreneinrichtungen</i> .....	
	6
■ <b>„Es ist bedeutend freundlicher geworden“</b> .....	7
<i>Interview mit Katharina Nüdling, Kölner SeniorenNetzwerk Sülz</i>	
■ <b>„Immer wieder nachfragen!“</b> .....	9
<i>Gespräch mit Monika Lang, Öcher Frönnde e. V.</i>	
■ <b>„Wir sind dazu aufgerufen, Gegensätze zu überwinden und uns einfach einmal einzulassen!“</b> .....	12
<i>Interview mit Brigitte Reuß, ZeitZeugenBörse Mülheim an der Ruhr</i>	
■ <b>„Wir sind offen für alle, die mitmachen wollen!“</b>	
<i>Gemeinsame Kunstaktionen von Bürger/-innen und Einzelhandel werten das Stadtviertel auf</i> .....	
	15
■ <b>Ein schwungvolles Novembercafé als Start in eine Partnerschaft</b>	
<i>Das Begegnungszentrum „zentrum plus Gerresheim“</i>	
<i>kooperiert mit ehrenamtlich engagierten UPS-Mitarbeiterinnen</i> .....	
	16
■ <b>„Auf einmal soll ich etwas für meine Arbeit verlangen – da haben viele Hemmungen“</b> .....	17
<i>Interview mit Nicola Röhrich, Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenbüros</i>	
■ <b>„Es schadet nicht der Authentizität, wenn die Selbstkritik mal in den Hintergrund geschoben wird“</b>	20
<i>Interview mit Cornelia Harrer, Paritätischer Wohlfahrtsverband NRW</i>	
■ <b>„Ein Um-die-Ecke-Denken ist gefragt!“</b> .....	22
<i>Interview mit Dr. Rolf Engels, Initiator des Bielefelder Marktplatz „Gute Geschäfte“</i>	
■ <b>„Ein fester Ansprechpartner, eine gute Organisation und eine gute Begleitung sind Voraussetzungen für erfolgreiche Partnerschaften“</b> .....	26
<i>Interview mit Susanne Kunert, FABE, Stadt Köln</i>	
■ <b>„Es sollte irgendwann so sein, dass man es sich nicht mehr leisten kann, nicht mitzumachen“</b> .....	28
<i>Interview mit Peter Behmenburg, Pflegedienst Behmenburg</i>	
■ <b>Initiative Kölner Vorsorge-ZeitBank sucht Unterstützung</b> .....	30
■ <b>Partizipation in der Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre</b> .....	31
<i>Interview mit Regina Neumann-Busies, Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre e. V.</i>	
■ <b>Vermittlungsagenturen für freiwilliges Engagement</b> .....	34
■ <b>Der Freiwilligentag – gut geplant</b> .....	35
■ <b>Literatur und weiterführende Informationen</b> .....	38

Liebe Leserin, lieber Leser,

Unternehmensengagement mittels Personal und Kompetenz gewinnt immer mehr an Bedeutung. So widmet sich der erste Engagementbericht der Bundesregierung unter dem Titel „Für eine Kultur der Mitverantwortung“ dem Schwerpunkt Engagement von Unternehmen; der Deutsche Engagementpreis hat eine Kategorie für Unternehmerinnen und Unternehmern und „Corporate Volunteering“, die aus dem angelsächsischen Bereich kommende Bezeichnung für das freiwillige Engagement im Unternehmenskontext, wird auch im gemeinnützigen Bereich immer selbstverständlicher genutzt.

Für „Im Fokus“ haben wir recherchiert, wie sich dieser Trend in der gemeinwesenorientierten Seniorenarbeit entwickelt. Unser erster Eindruck: Kooperationen zwischen der Seniorenarbeit und der Wirtschaft sind ausbaufähig, im Gegensatz zur Kinder- oder Bildungsarbeit scheint die Entwicklung hier erst langsam einzusetzen. Cornelia Harrer schätzt als Fachreferentin für die Offene Seniorenarbeit in Nordrhein-Westfalen die Situation ähnlich ein und fordert auf zu „Mehr Selbstbewusstsein!“.

Mit dieser Ausgabe von „Im Fokus“ wollen wir anhand erfolgreicher Beispiele verdeutlichen, dass Partnerschaften zwischen der Seniorenarbeit und der Wirtschaft mit beidseitigem Gewinn funktionieren können. Monika Lang von den Öcher Frönnden gibt dazu praxisnahe Tipps aus der Sicht der Gemeinnützigen; Susanne Kunert, Stadt Köln, beschreibt, worauf es „der anderen Seite“ ankommt.

Beim Kontakt zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen treffen oft Welten aufeinander. Die Denke, Sprache und die gewohnten Abläufe sind unterschiedlich. Interkulturelles Lernen ist das Stichwort. Brigitte Reuß von der ZeitZeugenBörse Mülheim appelliert, „Sich einfach einmal einzulassen!“ und beschreibt ihren Gewinn an einer Kurzberatung über RWE COMPANiUs-Kopfverleih.

Eine große Hürde ist immer wieder, in Kontakt zu kommen. Der Marktplatz „Gute Geschäfte“, den die Bertelsmann Stiftung im Jahr 2005 aus den Niederlanden nach Deutschland übertrug, ist ein oft genanntes Beispiel für die Vermittlung zwischen Gemeinnützigen und der Wirtschaft. Dr. Rolf Engels berichtet, wie er mit viel Engagement den Marktplatz nach Bielefeld holte und welche Alleinstellungsmerkmale die Seniorenarbeit für die Ansprache von Wirtschaftsunternehmen nutzen kann.

Falls es bei Ihnen noch keinen Marktplatz „Gute Geschäfte“ gibt, können Sie sich an Ihre regionale Freiwilligen Agentur wenden. Viele dieser Vermittlungszentren haben die Wirtschaft schon in ihren Kundenkreis aufgenommen. Bei Fragen hilft Ihnen die lagfa NRW gerne weiter, auch sie stellt sich in diesem Heft kurz vor. Oder Sie werden selber aktiv und sprechen Unternehmen an – in unserer Checkliste finden Sie Hinweise, wie Sie einen Freiwilligenaktionstag planen können.



Haben Sie Fragen? Haben Sie Anregungen? Wollen Sie andere an Ihrem Beispiel für eine Kooperation mit einem Unternehmen teilhaben lassen, zur Nachahmung anregen? Wir laden Sie ein, sich auf unserer Website [unser-quartier.de](http://unser-quartier.de) an einer Diskussion zum Thema zu beteiligen!

*Gabi Klein,  
Kuratorium Deutsche Altershilfe/Forum Seniorenarbeit NRW*

## Ein Gewinn für alle! Ein Gewinn für alle?

### Online-Diskussion zu Kooperationen zwischen Unternehmen und Senioreneinrichtungen



Unser Schwerpunktthema „Gemeinnütziges Unternehmensengagement durch freiwillig engagierte Mitarbeiter/-innen in der gemeinwesenorientierten Seniorenarbeit“ wirft viele Fragen auf, die wir gerne gemeinsam mit Ihnen diskutieren möchten. Wir haben dazu auf unserer Plattform [unser-quartier.de/diskussion](http://unser-quartier.de/diskussion) ein Forum eingerichtet und laden Sie herzlich ein, mit an-

deren Interessierten zu diskutieren, Erfahrungen weiter zu geben und Nachahmer anzuregen.

Je nach Fragestellung werden wir Expertinnen und Experten aus der offenen Seniorenarbeit, der Wirtschaft oder der öffentlichen Hand zu Beiträgen einladen. Die Diskussion wird zusammengefasst und über das Forum Seniorenarbeit NRW veröffentlicht. ■

Ist Corporate Volunteering ein weiteres Standbein, um eine erfolgreiche Seniorenarbeit möglich zu machen? Oder nur ein Trend, von dem in ein paar Jahren keiner mehr spricht? Wie geht man ganz konkret vor, wenn man einen Partner aus der Wirtschaft sucht? Sind Kooperationen Partnerschaften auf Augenhöhe oder bestimmt einer, wo es lang geht? Wo kann der besondere Reiz für ein Unternehmen liegen, um zusammen mit einer Einrichtung der Seniorenarbeit zu wirken?

#### Diskutieren Sie mit! Es ist ganz einfach:

1. Gehen Sie auf [unser-quartier.de/diskussion](http://unser-quartier.de/diskussion)
2. Registrieren Sie sich mit Ihrer E-Mail-Adresse und einem frei gewählten Benutzernamen ein (Sie bleiben anonym, wenn Sie es wünschen)
3. Schreiben Sie – zu einem neuen Thema oder zu einer bestehenden Diskussion



© Marzanna Syncerz/fotolia

## „Es ist bedeutend freundlicher geworden“

*Interview mit Katharina Nüdling, Kölner SeniorenNetzwerk Sülz*

**In Köln gibt es 14 SeniorenNetzwerke mit Standort, 12 SeniorenNetzwerke im Aufbau und 18 selbstorganisierte SeniorenNetzwerke. Die standortgebundenen Koordinatorinnen sind unbefristet beschäftigt, die KoordinatorInnen der Netzwerke im Aufbau haben vier bis fünf Jahre Zeit, das SeniorenNetzwerk im jeweiligen Stadtteil in die Selbstorganisation zu begleiten, dann wandern sie in einen neuen Stadtteil und bauen dort ein Netzwerk auf.**



Katharina Nüdling ist seit sieben Jahren beim SeniorenNetzwerk Sülz. Träger ist der Verein Kölner Seniorengemeinschaft, ein selbstorganisierter Zusammenschluss von aktuell 600 Mitgliedern und 600 weiteren Nutzer/-innen ohne Mitgliedsstatus, insgesamt engagieren sich 120 Ehrenamtliche.

### **Frau Nüdling, welche Erfahrungen haben Sie mit dem Engagement von gemeinnützig engagierten Unternehmen?**

Wir beteiligen uns seit Jahren am Kölner Marktplatz und haben uns schon öfter beim Kölner FreiwilligenTag, einem eintägigen Engagementprojekt zwischen gemeinnützigen Organisationen und Unternehmen, beworben. Über diese Schiene haben kleinere Veranstaltungen stattgefunden. So hat ein Mitarbeiter einer Agentur einen Vortrag über Facebook gehalten oder Mitarbeitende von McDonalds haben die Empfänger/-innen unserer Essensausgabe in ein Café eingeladen.

Aber auch unabhängig von der Kölner Freiwilligen Agentur, die den Marktplatz und den FreiwilligenTag organisiert, sprechen wir die Wirtschaft an. Dabei konzentrieren wir uns auf die kleineren Unternehmen in unserer Nachbarschaft. So haben die umliegenden Einzelhandelsgeschäfte ein ‚Fest im Veedel‘ organisiert und durchgeführt. Wir haben hier kooperiert, indem wir den Platz

vor unserer Einrichtung, unsere Räume und Toiletten zur Verfügung stellten und uns am Platz- und Bühnenprogramm beteiligten. Im letzten Jahr ging der Erlös des Festes zu Gunsten des „Sölzer Körvje“, das ist die Lebensmittelausgabe für bedürftige Senioren in Sülz, die vom SeniorenNetzwerk organisiert wird.

Aber auch neben der Geldspende haben wir profitiert: Für uns war sehr gut, dass wir unsere Zielgruppe und unsere Arbeit so einer viel breiteren Öffentlichkeit darstellen können. Man merkt, dass sich die Stimmung in der Nachbarschaft seitdem verändert hat. Es ist bedeutend freundlicher geworden, man kennt sich einfach besser. Wir bekommen immer mehr und leichter Hilfe. So spendet uns die benachbarte Apotheke den Erste-Hilfe-Kasten und der Blumenladen Festschmuck zum Selbstkostenpreis.

### **Im Frühjahr 2013 hatten Sie eine Renovierungsaktion in Ihren Räumen, die durch ein Team von 20 Mitarbeitenden der Generali**

### **Versicherung durchgeführt wurde. Was sagen Sie im Rückblick zu Ihrem ersten größeren Freiwilligenaktionstag?**

Es wurde enorm viel geschafft! Unsere Räumlichkeiten sind im Keller, sie sind schon lange nicht renoviert worden, es war alles etwas dunkel und weniger schön. Die Räume brauchten frischen Wind! Die zwanzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich richtig motiviert engagiert und haben mehrere Räume von Grund auf renoviert. Für uns ist dies ein großer Gewinn. Wir haben schlicht kein Geld, um die Renovierungsarbeiten professionell beauftragen zu können und unsere Ehrenamtlichen können alleine aufgrund ihres Alters nicht auf die Leitern steigen und selber Hand anlegen.

Das ist auch meine große Sorge gewesen: Wie bekommen wir es hin, dass zwar ein Austausch zwischen den Senior/-innen und den Mitarbeiter/-innen stattfindet, aber zeitgleich keine Seite überfordert wird?

Daher hatten wir es so geplant, dass einer unserer Ehrenamtlichen ein gutes Mittagessen für das Team kocht. Bei einem gemeinsamen Essen sollten sich dann die Senior/-innen und die Mitarbeiter/-innen auf eine lockere Art kennen lernen und so in Kontakt kommen.

### Ist Ihr Plan aufgegangen?

Nicht ganz. Es waren zum einen zu wenige Besucher/-innen des SeniorenNetzwerk Sülz anwesend und dann war es auch nicht so einfach, in den Kontakt zu kommen. Im Rückblick würde ich sagen, dass ich den Freiwilligentag von Anfang an mehr zum Projekt der Senior/-innen hätte machen sollen. Unser erster Freiwilligenaktionstag wurde von mir als Hauptamtliche organisiert, ich habe die Vorgespräche mit dem Unternehmen geführt und die Senior/-innen informiert bzw. eingeladen, als die Planungen standen.

Sie haben sich zwar sehr über die kostenlose Dienstleistung gefreut, aber nicht die engagierten Menschen dahinter gesehen. Man merkte, es war keine Herzensangelegenheit von ihnen.

Beim nächsten Mal werde ich gemeinsam mit Senior/-innen des Netzwerkes den Tag planen und die Kontakte und Vorgespräche zu den Unternehmen gestalten. Wenn es von Anfang an ein gemeinsames Projekt ist, halte ich diese Form des Engagements und des Kennenlernens sinnvoll für beide Seiten!



### Sie arbeiten mit vielen Ehrenamtlichen zusammen. Unterscheiden sich Mitarbeitende, die sich über ihr Unternehmen engagieren, von ‚normalen‘ Freiwilligen?

Generell kann man dies sicher nicht sagen. Bei unserem Aktionstag waren die meisten Mitarbeitenden hoch motiviert. Es ist bekannt, dass an Freiwilligenaktionstagen sehr viel abgearbeitet wird und gerade die sogenannten „Schreibtischtäter“ bei handwerklichen Aktionen ein starkes Arbeitspensum an den Tag legen. Zudem waren die meisten auch sehr an unserer Arbeit und am Kontakt interessiert, was uns auch in Bezug auf unsere Öffentlichkeitsarbeit wichtig ist. Bei manchen merkt man aber auch, dass sie nicht aus eigener Motivation und eigenem Interesse heraus dabei sind, sondern durch einen Teambuildingtag der Firma quasi zum Engagement verpflichtet sind. Diese halten sich dann eher bedeckt und gehen auch nicht ganz so offen auf andere zu.

### Können Sie über Ihre langjährige Erfahrung eine Entwicklung beim gemeinnützigen Unternehmensengagement mittels Personal und Kompetenz im Seniorenbereich erkennen?

Ich habe den Eindruck, das gemeinnützige Engagement der Unternehmen ist noch nicht so weit verbreitet wie in anderen Bereichen. Vielleicht liegt es auch daran, dass Kinderaugen in der Ansprache von Unternehmen einfach besser ziehen. Aber es wird zunehmend mehr. Aber auch wir müssen uns dafür öffnen, wir brauchen neue Partner, die uns unter die Armen greifen.

### Was empfehlen Sie anderen Organisationen und Initiativen, die sich für kurz- oder langfristige Partnerschaften mit Unternehmen interessieren?

Ich finde es wichtig, dass sich beide Seiten auf Augenhöhe begegnen und es ein wechselseitiges Geben und Nehmen ist. Die gemeinnützige Seite sollte sich nicht auf die Rolle des Hilfeempfängers beschränken.

Zudem muss gesehen werden, dass beide Seiten ein Ziel vor Augen haben. Bei unserem Aktionstag ging es unserem Partner aus der Wirtschaft nicht nur darum, dass ein Team die Wände streicht. Sie wollten den Mitarbeitenden auch ermöglichen, mit Senior/-innen ins Gespräch zu kommen. Hier haben unsere Ziele gut übereingestimmt.

Ein weiterer Punkt ist, aus dem gemeinsamen Engagement zu lernen und sich ständig weiterzuentwickeln. Partnerschaften brauchen Zeit.

### Frau Nüdling, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■

#### Kontakt:

SeniorenNetzwerk Sülz  
Katharina Nüdling  
Zülpicher Str. 273 B  
50937 Köln  
Tel.: 02 21/94 38 14-49  
Katharina.Nuedling@  
Koelner-Senioren.de  
www.koelner-senioren.de



## „Immer wieder nachfragen!“

*Gespräch mit Monika Lang, Öcher Frönnde e. V.*

**Der Aachener Nachbarschaftsring Öcher Frönnde (Aachener Freunde) ist ein Netzwerk von Bürger/-innen, die sich gegenseitig helfen. Er ist eine Form der modernen Nachbarschaftshilfe, in der Selbsthilfe und Solidarität im Vordergrund stehen. Der Nachbarschaftsring stellt eine Zwischenstufe zwischen ehrenamtlicher Tätigkeit und dem Dienstleistungsaustausch dar.**

**Gegründet wurden die Öcher Frönnde im Jahr 2004 von **Monika Lang**, die als Vorstandsmitglied tätig ist. Um ihre Unabhängigkeit und Selbstbestimmung zu erhalten, verzichten die Öcher Frönnde bewusst auf die Unterstützung durch einen Geldgeber, sondern stellen sich durch Spenden, Stiftungsmittel und Preisgelder aus Wettbewerben möglichst breit auf. Auch das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen nutzen sie dabei. Frau Lang berichtet aus den Erfahrungen in der Ansprache und Pflege von Partnerschaften mit Unternehmen.**

### **Frau Lang, in welcher Form kooperieren Sie mit Unternehmen?**

Die Öcher Frönnde haben viele unterschiedliche Kontakte. Die Firma mecca neue medien hat uns pro bono einen Imagefilm erstellt, der Grillmeister aus dem Hotel Buschhausen unterstützt uns bei unserem jährlichen Sommerfest, die Designagentur stella umbrella macht unser Design, die Agentur timtomtext hilft uns, Text für einen Prospekt für die geplante Wohnbaugenossenschaft zu erstellen, Geldinstitute unterstützen uns mit Geldspenden ... wir sind in vielen kleinen Projekten mit Unternehmen verbunden und sind dankbar für das spezifische Know-how, das wir dadurch bekommen.

### **Wie sind Ihre Kooperationen zustande gekommen?**

Auf ganz unterschiedliche Weise. Seit der Gründung der Öcher Frönnde sind wir sehr präsent in der lokalen Presse. Nach Pressemeldungen kontaktieren uns immer wieder selbständige Unternehmer, die die Idee klasse finden und uns unterstützen möchten. So berät ein



*Monika Lang und Petra Theunissen, Hotel Buschhausen*

Versicherungsfachmann kostenlos den Verein und unsere Mitglieder in Versicherungsfragen. Gerade bei älteren Menschen ist dies natürlich ein großer Gewinn, da sie sich oft zu viele Versicherungen haben verkaufen lassen. Ein Computerfachmann, der weltweit tätig ist und sich

deswegen nicht als Nachbarschaftshelfer engagieren kann, kümmert sich um unsere gesamte EDV, ein Steuerberater nimmt sich unserer Steuererklärung an.

Ein anderer Weg war die Veranstaltung „Aachen handelt“, eine Vermittlungsbörse zwischen Gemeinnützigen und Unternehmen, die seit 2011 alle zwei Jahre in Aachen stattfindet. Seit 2011 bekommen wir jährlich von Hotel Buschhausen einen Grillmeister für unser Sommerfest gesponsert und revanchieren uns mit Veranstaltungen, die wir im Hotel Buschhausen durchführen. Auf diesem „Marktplatz“ haben wir auch Nikos Geropanagiotis von mecca medien kennen gelernt. 2013 kamen dann Alano Publikationsservice und timtomtext dazu.

Zudem werden aus ganz normalen Handelspartnern oft Unterstützer. Die Designagentur stella umbrella hatte den Auftrag, einen Flyer für uns zu konzipieren. Sie waren so begeistert von unserem Verein, dass sie uns seitdem schon mehrfach kostenlos geholfen haben. Die Firma PRINTaixPRESS druckt für uns und berechnet für uns inzwischen nur noch die Materialkosten.



*Monika Lang und Nicos Geropanagiotis, mecca neue medien*

Meine privaten Geschäftsbeziehungen nutze ich ebenso für den Verein. Bei meiner Hausbank, bei der ich seit vielen Jahren Kundin bin, habe ich um Unterstützung nachgefragt, als wir unsere Geschäftsräume mit den Preisgeldern eines Wettbewerbs der Stiftung Pro Alter barrierefrei umbauen wollten. Es fehlten uns noch Gelder. Seitdem erhalten wir und das Welthaus, in dem wir Mieter sind, regelmäßig Unterstützung durch die Sparda Bank. Hier ist eine regelrechte Freundschaft entstanden.

Wichtig bei der Suche nach Förderern ist, dass man den Bedarf immer wieder darstellt, denn das sieht ja keiner von außen.

### **In anderen Städten sind oft Freiwilligenagenturen Ansprechpartner, wenn man einen ganz bestimmten Bedarf an Unterstützung durch Unternehmen hat. Wie sind hier Ihre Erfahrungen?**

Wir haben in Aachen mehrere Freiwilligenagenturen. Eine davon organisiert in Zusammenarbeit mit der Bürgerstiftung Lebensraum Aachen seit 2011 mit großem Erfolg den Marktplatz „Aachen handelt“ um Unternehmensengagement mit gemeinnützigen Bedarfen zusammenzubringen.

### **Sie haben schon zweimal an „Aachen handelt“ teilgenommen. Was schätzen Sie an der Vermittlungsbörse?**

Als gemeinnützige Organisation macht man erst einmal ein Training mit. Wichtig ist es, in wenigen Sätzen die eigene Arbeit verständlich darzustellen, neugierig zu machen und den Wunsch nach Unterstützung zu wecken. Keiner hat Zeit, sich mehrstündige Erklärungen anzuhören. Für uns hat sich schon das Training gelohnt. Ich sage jetzt immer:



*Teilnehmer/-innen von „Aachen handelt“.*

„Wir tun etwas für die Aachener Bevölkerung, besonders gegen Armut und Einsamkeit.“ Dann spitzen die meisten schon die Ohren. „Wir sind überwiegend Ältere, die sich selbstbestimmt ehrenamtlich engagieren.“ – Damit hatte ich vor zwei Jahren den Filmemacher gewonnen, der noch einen Kooperationspartner aus dem Seniorenbereich suchte.

Der Marktplatz wird mit einem Gong eröffnet und die Unternehmen und Gemeinnützigen gehen aufeinander zu. Sogenannte Makler helfen bei der Vermittlung und Notare zeichnen die ausgehandelten Verträge ab. Gehandelt werden Know-how, Unterstützung durch Personaleinsatz und Sachspenden. Geld ist tabu. Die Gemeinnützigen können durch besondere Kleidung auf sich aufmerksam machen, die Öcher Frönnde tragen symbolisch weiße Westen mit Vereinslogo, als Zeichen ihrer Selbständigkeit und Unabhängigkeit.

### **Bei Kooperationen zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen werden ja immer wieder die Augenhöhe und der gegenseitige Gewinn betont. Wie schaffen Sie es, nicht in die Rolle der Hilfsbedürftigen zu geraten?**

Auf dem Aachener Marktplatz ist es selbstverständlich, dass beide Seiten ein Angebot machen. Teilweise hat es zwar eher symbolischen Charakter, aber es regt zum Nachdenken an. Ich biete den Unternehmen zum Beispiel einen Workshop für ältere Mitarbeiter zum Übergang von der Arbeit in den Ruhestand an. Ein anderes Mitglied von uns ist Sommelier. Er hat 2011 ein Weinseminar angeboten und natürlich haben wir Gutscheine über eine gewisse Anzahl von Nachbarschaftshilfestunden dabei. Der Umgang mit den Gegenleistungen ist unterschiedlich. Mal werden sie gar nicht abgefragt, mal zur Bedingung für den Austausch gemacht. So hat die timtomtext 2013 ganz bewusst nach Unterstützung bei der Durchführung einer Seminarveranstaltung gesucht. Wir haben die Räume dafür vorbereitet und anschließend aufgeräumt und hatten viel Spaß dabei und lernten die Mitarbeiter kennen.

### **Was empfehlen Sie anderen Organisationen, die sich für Kooperationen mit Unternehmen öffnen wollen?**

**Immer wieder nachfragen!** Die projektbezogenen Kooperationen können nur dann zustande kom-

men, wenn man sich immer wieder ins Gespräch bringt, immer wieder seinen Bedarf zeigt. Als wir vor Jahren einen neuen Sparkassenleiter bekommen haben, habe ich mich und die Öcher Frönnde selbstverständlich vorgestellt, woher sollte er uns sonst kennen? Seitdem stehen wir auf der Liste der Spendenprojekte. Das ist kein Betteln, sondern man macht darauf aufmerksam, dass dieses gute Projekt unterstützt werden kann. Inzwischen hat die neue Leiterin unserer Zweigstelle unseren jährlichen Scheck nochmal um 50 Prozent erhöht, weil sie sicher ist, dass das Geld bei uns gut aufgehoben ist. Diese Informationen müssen natürlich rübergebracht werden.

**Langfristige Beziehungen aufbauen!** Kooperationen sind Beziehungsarbeit. Wir pflegen die Kontakte zu unseren Partner/-innen, laden sie zu unseren Festen ein und informieren sie über unsere Arbeit. Dabei gehen wir natürlich auf den einzelnen und seine Vorlieben ein. Selbstverständlich haben wir für unseren griechischen Filmemacher beim Sommerfest einen Fisch auf dem Grill liegen. Die Mitarbeiter der Sparda Bank haben wir bei der Spendenübergabe mit selbstgebackenem Kuchen überrascht. Beziehungsarbeit bedeutet auch, die Akquise bei schon bestehenden Kontakten zu beginnen. Diese sind bedeutend schneller von einer Unterstützung zu überzeugen.

**Eine gewisse Flexibilität bei den Gesuchen mitbringen!** Bei unserem ersten Marktplatz hatten wir auf ein Gesuch keine Resonanz. Als ich den Filmemacher kennen lernte, hab ich gar nicht mehr unsere Anfrage vorgetragen, sondern direkt gefragt, was er im Angebot hat. So entstand die Idee zu unserem Imagefilm. Der wurde übrigens bedeutend umfangreicher als Anfangs geplant. Alle hatten Feuer gefangen, es wurde eine eigene Filmmusik komponiert, eigens eine Zeichnerin beauftragt und der Film wurde immer länger. So entstand für uns ein anspruchsvolles Werbemittel, das uns schon viele neue Mitglieder und weitere Unterstützer eingebracht hat.

**Die Wirkung der Unterstützungen unbedingt kommunizieren!** Wir versorgen unsere Unterstützer mit Informationen und lassen sie an unseren Erfolgen teilhaben. Selbstverständlich nahmen wir Nicos Geropanagiotis zur Preisverleihung in die Staatskanzlei nach Düsseldorf mit, als wir 2012 einen Preis für soziale Nachhaltigkeit und unsere mediale Darstellung erhielten. So sind wir gemeinsam stolz, was wir dank der Unterstützung bewirkt haben und zeigen gleichzeitig, dass wir ein kleiner und finanzschwacher Verein sind, der auf weitere Hilfe angewiesen ist.

**Frau Lang, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■**

**Kontakt:**

Öcher Frönnde –  
Aachener Nachbarschaftsring  
An der Schanz 1  
52064 Aachen  
Tel.: 02 41/8 89 14 29 (AB)  
oecher-froennde@web.de  
www.oecher-froennde.de



Öcher Frönnde



Marktplatz Gute Geschäfte  
„Aachen handelt“



Michael Henning, Grillmeister vom  
Hotel Buschhausen, und Monika Lang

## „Wir sind dazu aufgerufen, Gegensätze zu überwinden und uns einfach einmal einzulassen!“

Interview mit Brigitte Reuß, ZeitZeugenBörse Mülheim an der Ruhr

Im Jahr 1993 wurde im Rahmen eines Bundesmodellprojektes die erste ZeitZeugenBörse in Berlin gegründet, einige weitere folgten bundesweit. Im Jahr 2011 entstand die ZeitZeugenBörse Mülheim an der Ruhr im Rahmen des Bundesmodellprojektes „Erfahrungswissen für Initiativen – SeniortrainerInnen“ (Efi), Initiatorinnen waren Brigitte Reuß und Elke Kurschat. Über das Projekt RWE COMPANiUS Kopfverleih erhielten sie eine kostenlose Beratung. **Brigitte Reuß** berichtet für *Im Fokus* von ihren Erfahrungen.

### Frau Reuß, wie kamen Sie auf die Idee, sich für die ZeitZeugenBörse Mülheim an der Ruhr beraten zu lassen? Welchen Bedarf hatten Sie?

Über das Projekt Efi haben wir Kontakt zum CBE – Centrum für Bürgerschaftliches Engagement in Mülheim. Sie haben uns auf das Projekt COMPANiUS Kopfverleih aufmerksam gemacht. Frau Kurschat und ich haben uns sofort dort beworben, wir waren in der Anfangsphase und suchten Unterstützung.

### Die Beratung dauerte zwei Stunden, insgesamt wurden drei Organisationen von 28 Freiwilligen beraten. Wie kann man sich den Ablauf vorstellen?

Die Beratung setzte schon früher an. Wir hatten einen Monat vorher ein Vorgespräch mit drei Moderatorinnen, die uns den Ablauf erklärten und uns immer wieder darauf hinwiesen, dass wir uns auf unsere drei wichtigsten Beratungsfragen konzentrieren sollten. In einem wei-

teren Vorgespräch mit einem Coach haben wir dann die drei Fragen noch einmal präzisiert. Am Ende standen die Fragen: Wie können wir unsere Aufgaben als Moderatorinnen professionalisieren? Wie gewinnen wir Mitstreiter? Und: Wie bereiten wir die ZeitZeugen auf ihre Aufgaben vor?

Bei dem Kopfverleih-Treffen ordneten sich dann die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor die vorbereiteten Stelltafeln zum Brainstorming. Zu Beginn wurde nur kurz erklärt, was eine ZeitZeugenBörse ist, und zwar so, dass bereits Neugier geweckt wurde. Im Karussellverfahren von jeweils 20 Minuten pro Organisation haben die Freiwilligen konzentriert auf unsere Fragen im Brainstorming-Verfahren reagieren können. Eine große Unterstützung war dabei eine professionelle Moderatorin, die durch gezielte Gesprächstechniken die Konzentration immer wieder auf die drei Fragen führte, die Ergebnisse auf Moderationskarten schrieb und so eine anregende, kreative Atmosphäre schuf, in der die Ideen nur so sprudelten und alle zu Wort kamen. Die Tafeln wurden zur Dokumentation abfotografiert, und wir konnten die Moderationskarten zwecks Weiterarbeit mitnehmen.

Die Veranstaltung dauerte zwei Stunden, es nahmen neben Ihnen



noch zwei andere Organisationen teil. Das sind pro Organisation 40 Minuten Beratung durch Menschen, die wahrscheinlich zum ersten Mal von meinem Projekt hören und zudem aus der Wirtschaft kommen, also ein ganz anderes Umfeld und Denken gewöhnt sind. Frau Reuß, ganz ehrlich: Wie nachhaltig kann solch ein Speed-Coaching wirken?

Ich fand es gut, eine völlig andere Sicht auf unsere Projekte zu bekommen. Die dabei entstandenen außergewöhnlichen Ideen lassen Raum für eine Weiterentwicklung, die den Rahmen der vorher vielleicht selbst gesteckten Grenzen sprengen.

Wer diese Methoden nicht kennt, wird wahrscheinlich erst einmal erschlagen werden von der Fülle der Ideen, sehr bald aber merken, wie hilfreich sie für den eigenen Projektplanungsprozess sind.



Die auf den Punkt gebrachte Moderation mit zielgerichteter Gesprächsführung und Ergebnissicherung war in der Lage, die Kernfragen herauszuarbeiten und sie zum Brainstorming freizugeben.

Grundsätzlich stellt sich die Frage, ob ich problemorientiert oder lösungsorientiert an eine Sache herangehe. Das Hinarbeiten auf eine Lösung hat die Wirtschaft den sogenannten Geisteswissenschaften immer schon voraus gehabt. Selbstverständlich muss es beim Durchführen von Projekten auch immer Phasen der Problemorientierung geben, sonst verliert man die Tuchfühlung mit dem eigentlichen Anliegen.

Das Speed-Coaching an und für sich kann selbstverständlich nur dann Erfolg bringen, wenn die Ideen nach Prüfung auf ihre Brauchbarkeit hin auch umgesetzt werden. Das ist mehr von den Handelnden abhängig als von den Ideengebern. Wir bekamen eine sehr lange Liste an Ideen. Die Mitarbeiter/-innen von RWE hatten teilweise ja schon einmal am Kopfverleih teilgenommen und sind zumeist auch diese kreative Form des Austausches gewöhnt, so dass sie sich sehr schnell in unsere Fragen hineinversetzen konnten. Zudem wussten sie, dass alle Vorschläge erlaubt sind, dass es auf Schnelligkeit und nicht auf Umsetzbarkeit ankommt und kein Vorschlag bewertet wird.

Aus der Fülle der Ideen haben wir dann nach der Veranstaltung eine Prioritätenliste erstellt mit den Dingen, die uns für unsere Arbeit wichtig erschienen. Diese Liste gaben wir zur Veröffentlichung im Intranet von RWE frei und die Beteiligten waren aufgerufen, sie zu kommentieren. Die Anregungen waren äußerst vielfältig: Das Erstellen einer Internetseite, die Kontaktaufnahme zum Teersteegenhäuser und zu Mülheimer Künstlern, die Ansprache von „Prominenz“ als Fürsprecher für die Zeitzeugenbörse, uns mit Projekten ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rufen, Orte des Gedenkens – wie z. B. einen Bunker – aufzusuchen, Kontakte zur Journalistenschule in Dortmund aufzunehmen und noch vieles mehr.

**Im gemeinnützigen Bereich gibt es oft Vorbehalte, mit der Wirtschaft zu kooperieren. Widerstände gegen eine rein profitorientierte Denke; die Sorge, instrumentalisiert zu werden oder die Angst, sich in der Wirtschaftswelt nicht richtig bewegen zu können, werden immer wieder geschildert. Gab es in Ihrem Team auch solche Vorbehalte?**

Die Bedenken haben wir beide nicht gehabt. Wir leben im 21. Jahrhundert, diese Gedanken passen doch vielleicht eher in den Beginn des 19. Jahrhunderts, zu den Anfängen der Industrialisierung. Von dieser

Denke sollten wir uns mal langsam verabschieden. Ich habe weiterhin eine kritische Einstellung zum Energiekonzept der RWE und bin auch immer noch kein Kunde. Das kleine Werbegeschenk mit RWE-Companius Kopfverleih steht aber aus Gründen der Nützlichkeit auf meinem Schreibtisch.

Dieses Angebot ist einfach so gut gewesen, dass es im Vorfeld keinen Grund gab, es auszuschlagen. Das Konzept wurde im Rahmen eines Forschungsprojektes der Universität Duisburg/Essen entwickelt und hatte zum Ziel, innovative Formen der Zusammenarbeit zwischen Land, Zivilgesellschaft und Wirtschaft zu entwickeln. Neben dem Land NRW waren auch der Paritätische, eine Bürgerstiftung und die Handelskammer Duisburg dabei. Ich denke, wir sind dazu aufgerufen, Gegensätze zu überwinden und sich einfach einmal darauf einzulassen. Wir sind alle Teil unserer Gesellschaft und daran interessiert, dass sich Neues entwickelt, um überlebensfähig zu bleiben. Diese Aktion war ein kleiner Beitrag.

**Kooperationen zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen sollen ja einen Gewinn für alle Seiten darstellen. Welchen Gewinn hat RWE, welchen Gewinn haben die engagierten Mitarbeiter/-innen Ihrer Meinung nach?**

RWE ist nicht zu uns gekommen und hat uns gesagt, was sie sich von dem Projekt versprechen. Sie haben sicher eine eigene Zielsetzung, aber die erschließt sich uns nicht unbedingt. Offiziell heißt es, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mögen näher an die Probleme der Gesellschaft herankommen, sich auf die Erfahrungswelt der Non-Profit-Unternehmen einlassen, Selbstwirksamkeit erleben, ihre persönlichen Kompetenzen



© RWE Service GmbH



zen einbringen und die Kolleginnen und Kollegen näher kennenlernen.

Wir können nur sagen, dass wir auf sehr zugewandte Menschen gestoßen sind, man merkte förmlich bei den einzelnen Beiträgen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dass sie selbst Spaß an der Sache hatten und sich sehr für unser Projekt interessierten. Einige haben uns danach noch angerufen und sich nach den Fortschritten erkundigt.

### **Sie haben zum ersten Mal am Projekt COMPANIUS Kopfverleih teilgenommen. Würden Sie es wiederholen?**

Ich denke, wir hätten keine Chance zur Wiederholung, es kann nur eine begrenzte Anzahl an Projekten beraten werden. Ich kann nur jeder



anderen Non-Profit-Organisation eine Bewerbung empfehlen.

Wir haben eine professionelle intensive Beratung bekommen, hatten viele Kontakte, sind sehr gut vor- und nachbereitet worden – es hat sich auf jeden Fall gelohnt. Wir sind mit

einem großen Schatz nach Hause gefahren, den wir immer mal wieder herausholen können, um nachzuschauen, was bereits umgesetzt wurde und gelang und was immer noch auf der Strecke geblieben ist. Unsere Liste ist auch jetzt, ein Jahr später, noch eine Arbeitsgrundlage für uns. Erst vor einem Monat noch sind wir angeschrieben worden, inwieweit bereits Ideen umgesetzt werden konnten.

**Frau Reuß, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■**

[unser-quartier.de/](http://unser-quartier.de/)  
[zzb-muelheim/](http://zzb-muelheim/)

### **RWE COMPANIUS**

Der Energiekonzern RWE unterstützt seit 2007 Jahren über sein Projekt RWE COMPANIUS die RWE-Mitarbeitenden in ihrem ehrenamtlichen Engagement durch Ideen, organisatorische und finanzielle Hilfe. Die Freiwilligen können Unterstützung für ein eigenes gemeinnütziges Projekt beantragen, sich als Team an einem Freiwilligentag engagieren oder wie bei der Zeitzeugenbörse Mülheim an der Ruhr an einem gut organisierten Kurzeinsatz teilnehmen.

Über RWE COMPANIUS Kopfverleih treffen RWE-Mitarbeiter/-innen mit drei gemeinnützigen Einrichtungen zusammen. In einem moderierten zweistündigen Brainstorming werden die Probleme geschildert, frische Ideen entwickelt und zu alltagstauglichen Lösungen geschmiedet. Nachdem sie in der Praxis erprobt worden sind, können sich die Teilnehmer noch einmal virtuell engagieren: Über einen Online-Dialog werden die Ergebnisse online kommentiert und Verbesserungsvorschläge gemacht. Oberstes Ziel bei COMPANIUS Kopfverleih ist der nachhaltige Nutzen.

[www.rwecompanius.com](http://www.rwecompanius.com)

## „Wir sind offen für alle, die mitmachen wollen!“

### Gemeinsame Kunstaktionen von Bürger/-innen und Einzelhandel werten das Stadtviertel auf

Will man von der Paulsmühle, einem Benrather Vorort, in das Einkaufsviertel „Das Dorf“, hat man zwei Möglichkeiten: Entweder nutzt man die Straße – für einen nicht mehr so mobilen Menschen ein Weg von ca. 30 Minuten – oder man geht durch eine Unterführung. Das dauert zwar nur zehn Minuten, kostet aber viele Nerven. „Wir nennen den Tunnel Angströhre“, so **Dieter Hilgenstock** vom Netzwerk Düsseldorf-Benrath, einem Zusammenschluss von ca. 180 Anwohnerinnen und Anwohnern ab 50. „Der Tunnel ist schmal, dunkel und macht am Ende einen 90-Grad-Knick“, beschreibt Hilgenstock, „man sieht nicht, ob und was einem entgegenkommt. Tagsüber hat man Angst vor Radfahrern, nachts kommt die Angst vor einem Überfall dazu.“

Abhilfe schafft die Tunnelgruppe, die Dieter Hilgenstock im Jahr 2012 gründete. Sie ist eins von fünf Projekten, die unter dem Namen Kulturmobil bedrückenden Orten im Stadtbezirk mit kulturellen Mitteln zumindest für einen Moment eine andere Bedeutung geben möchten. Die Tunnelgruppe entwickelte mit eigenen Ressourcen Aktionen wie gemeinsames Stricken im Tunnel, eine Tangostunden oder eine Fotoausstellung. So wird Leben in den Tunnel geholt und die Angströhre bekommt eine weitere, positive Bedeutung. „Wir freuen uns, dass nach

den ersten erfolgreichen Aktionen die umliegenden Einzelhändler ihre Ideen mit einbringen,“ stellt Dieter Hilgenstock die Entwicklung vor. Als erstes Unternehmen beteiligte sich die Buchhandlung Dietsch im Juni 2013 mit einer Lesung. Der Inhaber Ulrich Ohm las zwei Geschichten von Rafik Schami vor. „Mit über 60 fühle ich mich dem Netzwerk inzwischen nahe,“ so Ohm, „die Aktionen sind klasse und es sollte noch mehr geben. Ich werde noch mehr Reklame machen und andere Einzelhändler zum Mitmachen motivieren.“ Als gut vernetzter Benrather will er andere Unternehmen ansprechen. Die erste Aktion ist schon geplant: Gemeinsam mit der Pauli-Apotheke und Physiotherapeuten vom Gesundheitswerk Benrath wird eine Gesundheitsaktion im Tunnel durchgeführt, Dehnübungen, Gymnastik und Blutdruckmessen. Hilgenstock begrüßt das Engagement von Ohm: „Je mehr Aktionen, umso besser für uns. Wir sind offen für alle anderen Einzelhändler, die sich beteiligen wollen.“ ■

#### Kontakt:

zentrum plus Benrath  
Calvinstraße 14  
40597 Düsseldorf  
zentrum-plus.benrath@  
diakonie-duesseldorf.de



Lesung im Tunnel

## Ein schwungvolles Novembercafé als Start in eine Partnerschaft

### Das Begegnungszentrum „zentrum plus Gerresheim“ kooperiert mit ehrenamtlich engagierten UPS-Mitarbeiterinnen

Sie wollten etwas mit Älteren machen“, beschreibt Petra Wienß die Motivation der UPS-Mitarbeitenden, die sich im letzten Jahr an das Begegnungszentrum „zentrum plus Gerresheim“ der Diakonie Düsseldorf wandten. Im Angebot hatten die UPS-Mitarbeitenden Unterstützung durch acht Frauen aus der Führungsetage, die sich für einen Tag gemeinsam ehrenamtlich in der Seniorenarbeit engagieren wollten.

Innerhalb kurzer Zeit war das passende Engagement gefunden: Hilfe bei der Durchführung des Novembercafés. Dieses Angebot findet an einem Sonntag im November statt und spricht größtenteils hochbetagte und einsame Ältere an, die nach dem Gang zum Friedhof alleine zu Hause sind. „Überraschend war, wie perfekt organisiert die Frauen waren, wie schnell, flink und mit wie viel Begeisterung sie gearbeitet haben. Man hat deutlich gemerkt, dass sie das machen, weil sie es möchten, und nicht, weil sie es müssen,“ beschreibt Petra Wienß den Einsatz der Ehrenamtlichen, „Auch unsere Besucherinnen und Besucher waren begeistert, von diesen jungen und energiegeladenen Frauen bedient zu werden. Sie waren sehr dankbar, dass die Frauen ihren Sonntag spendeten, um ihnen eine Freude zu machen.“

Für UPS als amerikanischstämmiges Unternehmen gehört die Unterstützung der Mitarbeitenden in ihrem Engagement zur selbstverständlichen Unternehmenstradition. Der Einsatz im zentrum plus bot noch einmal einen besonderen

Reiz, da er im Kontakt mit älteren Menschen stattfand. „Die gemeinwesenorientierte Seniorenarbeit hat es sicher schwerer, Partner im Unternehmensbereich zu finden,“ so Wienß, „Vielen Unternehmen geht es beim Engagement auch um die Öffentlichkeitsarbeit und kleine Kinder sind einfach fotogener als Senioren.“ Gerade dieses vermeintliche „Manko“ sprach die Mitarbeitenden von UPS besonders an, sie wünschten sich ausdrücklich den Kontakt zur älteren Generation.

Wie begeistert die Engagierten waren, sieht man auch daran, dass für das Jahr 2013 eine Folgeaktion geplant ist: Im Herbst 2013 möchte die Diakonie auf das Thema Altersarmut aufmerksam machen und zeitgleich Spenden für den Mittagstisch für arme Ältere sammeln. „Wir werden in der Innenstadt eine Tafel der Armut aufbauen, an dem man sich unter dem Motto „Alle an einen Tisch“ solidarisch mit den Armen zeigen kann.“ stellt Petra Wienß die Aktion vor. Die Mitarbeitenden von UPS werden die Tafel mittels Manpower, Know-how und Spenden durchführen: Freiwillige werden die öffentlichkeitswirksame Aktion vorbereiten, das Essen organisieren und die Bewirtung übernehmen.

Petra Wienß begrüßt die Kooperation mit UPS, da sie die Besucher/-innen in Kontakt mit neuen, begeisterten Freiwilligen bringt, eine wertvolle Unterstützung für das zentrum plus bedeutet und die Lebenssituation vieler Älterer bekannt macht. Für das zentrum plus ist das Novembercafé die erste Kooperation mit einem



Unternehmen gewesen. Es wurde zwar schon öfter über eine solche Partnerschaft nachgedacht, aber „meist verschwand die Idee wieder in der Schublade. Wir hatten Sorge, dass wir ein Teamprojekt nicht in unseren Alltag integrieren können oder es einfach zu viel Aufwand darstellt“, erinnert sich Petra Wienß. Nach der erfolgreichen Premiere im letzten Jahr sind die Bedenken der Vorfreude auf die nächste gemeinsame Aktion gewichen. ■

#### Kontakt:

zentrum plus Gerresheim  
Am Wallgraben 34  
40625 Düsseldorf  
Petra Wienß  
Tel.: 02 11 / 29 65 28  
Zentrum-plus.Gerresheim@  
diakonie-duesseldorf.de  
www.zentrum-plus-diakonie.de



## „Auf einmal soll ich etwas für meine Arbeit verlangen – da haben viele Hemmungen“

*Interview mit Nicola Röhrich, Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenbüros*

**Mit dem Projekt „Generation Erfahrung – Chance 50 Plus“ motivieren Seniorenbüros Unternehmen, sich für ihre älteren Mitarbeiter/-innen einzusetzen, indem sie ihnen Angebote zur Vernetzung, Weiterbildung und für freiwilliges Engagement eröffnen. Die Mitarbeiter/-innen profitieren davon, indem sie in der oft schwierigen Übergangsphase zwischen Erwerbsleben und Rente unterstützt werden. Sie entwickeln neue Perspektiven, erweitern ihre Kontakte und bekommen Einblicke in die oft unbekanntere Welt des gemeinnützigen Sektors. Der Gewinn für das Unternehmen sind spürbar entlastete und motivierte Mitarbeitende.**



**T**räger von „Generation Erfahrung“ ist die Bundesarbeitsgemeinschaft Seniorenbüros e. V. (BaS). Das Projekt startete im Jahr 2010 mit Unterstützung des Deutschen Hilfswerk, von August 2011 bis Ende 2012 wurde es vom Bundesfamilienministerium gefördert. Seit 2012 ist zudem der General Zukunftsfonds mit finanzieller Unterstützung beteiligt.

Über „Generation Erfahrung“ wendet sich die BaS an die bundesweit ungefähr 280 Seniorenbüros und bildet sie in mehrtägigen Workshops für die Ansprache, Schulung und Beratung von Unternehmen aus. Dafür hat die BaS Übungen und Empfehlungen entwickelt, die die Vertreter/-innen der Seniorenbüros fit machen, kleinere und mittlere Unternehmen als potenzielle Kunden zu gewinnen. Zudem hat die BaS Curricula für Infoveranstaltungen zur Gestaltung vom Übergang in die nachberufliche Phase, Gesundheit am Arbeitsplatz oder Vereinbarkeit von Beruf und Pflege erstellt. Externe Fachleute können zusätzlich unterstützen.

Bis jetzt nehmen elf Seniorenbüros an „Generation Erfahrung“ teil. Bis Ende 2013 sollen weitere 20 darin

geschult werden, als zumeist kostenpflichtige Dienstleister an kleinere und mittlere Unternehmen vor Ort heranzutreten und in Kooperation mit (Erfahrungs)expert/-innen vor Ort die Infoveranstaltungen durchzuführen.

„Seniorenbüros können mit diesem Angebot zum einen ihren Auftrag, älterer Menschen für freiwilliges Engagement zu gewinnen, erfüllen. Zum anderen erschließen sie sich ein neues wirtschaftliches Standbein, indem sie eine Dienstleistung anbieten, die ihnen eine weitere Einnahmequelle eröffnet“, so Nicola Röhrich. Die Kulturpädagogin leitet das Projekt „Generation Erfahrung“ und ist zudem für den Wirtschaftsdialog der BAGSO Service GmbH zuständig.

*Im Fokus* befragte **Nicola Röhrich** zu der Entwicklung und den Perspektiven der Kooperation zwischen Organisationen der gemeinwohlorientierten Seniorenbüros und Unternehmen.



Nicola  
Röhrich

### **Wie wurde das „Generation Erfahrung“ von Seniorenbüros aufgenommen?**

Das Interesse war und ist groß, diese Rückmeldung haben wir von vielen bekommen. Der tatsächliche Zulauf ist aber nicht so hoch, wie wir es uns erhofft hatten. Ein Hauptgrund dafür ist sicherlich, dass so viele Seniorenbüros auf einem Minimum an Reserven herumkriechen, sei es finanziell oder von den zeitlichen Ressourcen her, und sie daher von einer Teilnahme absehen.

### **Gab es bei den Seniorenbüros Vorbehalte gegenüber der Kooperation mit der Wirtschaft?**

Viele Seniorenbüros sind Teil der kommunalen Verwaltung. Sie ist sowohl eines der Zielunternehmen des Projektes als auch Kontaktgeber zu den Unternehmen. In der Verwaltung ist eine große Offenheit festzustellen, das Projekt umzusetzen.

Gerade in strukturschwachen Regionen ist die Erkenntnis angekommen, dass neue Kooperationen und vor allen Dingen Kooperationen mit der Wirtschaft notwendig sind, um gesellschaftliche Herausforderungen zu meistern.

### **Für viele Seniorenbüros ist der Anbieten von Dienstleistungen nicht das Alltagsgeschäft. Wie kommt**

## die neue, wirtschaftlich orientierte Denke an?

Die Vertreter/-innen der Seniorenbüros sind sehr gut vernetzt, aber hauptsächlich in den gemeinnützigen Bereich. Hier müssen also neue Kontakte aufgebaut werden bzw. alte, aus dem eigenen Arbeitsleben stammende aktiviert werden. Und dann wird es schwierig: Auf einmal soll etwas verkauft werden, da haben viele Hemmungen. Es dauert etwas, bis man als Dienstleister auftritt und ganz selbstverständlich ein Honorar dafür fordert.

Aber nicht nur die eigene Rolle muss neu definiert werden, auch rechtlich gibt es Bedenken. Insbesondere die kommunalen Seniorenbüros fragen sich, ob sie Honorare überhaupt annehmen dürfen. Rein rechtlich geht das, trotzdem kostet es Überwindung. Wir empfehlen, über die kommunale Wirtschaftsförderung zu gehen, da ist man auf der sicheren Seite.

## Wie ist die Reaktion der Unternehmen, wenn ein gemeinnütziger Träger auf einmal als Dienstleister auftritt?



Überraschend positiv, die Berührungängste sind auf dieser Seite bedeutend geringer als oft umgekehrt. Sie haben uns sehr ernst genommen. Vielleicht liegt dies daran, dass wir eher kleine Unternehmen angesprochen haben. Für diese ist unser Angebot interessant, weil sie sich der demografieorientierten Personalpolitik noch nicht gewidmet haben. Das Angebot der Seniorenbüros ist niedrigschwellig und direkt umzusetzen.

## Welche Argumente geben Sie den Seniorenbüros für ihre Akquise mit auf den Weg?

Unser Hauptargument ist der motivierte Mitarbeiter. Zudem können gerade kleinen Unternehmen, die sich kein groß angelegtes Programm der betrieblichen Gesundheitsförderung leisten können, durch unser Angebot ihren Mitarbeitenden zumindest einzelne und regelmäßige Veranstaltungen zukommen lassen.

Imageverbesserung ist ein weiteres wichtiges Argument für viele Unternehmen. Gerade in strukturschwachen Gegenden haben viele Probleme, Fachkräfte zu finden.



Wenn sie zeigen, dass sie sich um ihre Mitarbeiter kümmern, können sie ihre Attraktivität bei potenziellen Bewerber/-innen erhöhen. Dies kann durch das Angebot von Infoveranstaltungen sein oder auch durch ein regelmäßiges Angebot von Freiwilligentagen, in denen ganze Teams in gemeinnützige Einrichtungen gehen und sich ehrenamtlich engagieren.

Um den Seniorenbüros die Arbeit zu erleichtern, haben wir eine Sammlung von Argumenten für unser Angebot zusammengestellt. Ergänzt haben wir dies durch eine Liste von möglichen Bedenken, die von Unternehmensseite kommen können, und den entsprechenden Gegenargumenten.

## Welche Unternehmen konnten Sie bis jetzt gewinnen?

Von den elf bis jetzt beteiligten Seniorenbüros sind sieben in Stadtverwaltungen eingebettet. Daher haben wir bis jetzt hauptsächlich die öffentliche Verwaltung ansprechen können, zudem eine Sparkasse und einmal die Stadtwerke als Unternehmen gewinnen können. Außerdem haben wir zwei bundesweit tätige Unternehmen gewinnen können, die unser Angebot flächendeckend anbieten wollen.

Alles in allem muss man aber ehrlich sagen, dass der Rücklauf etwas schleppend ist. Es dauert halt, bis sich ein neues Angebot auf dem Markt etabliert. Unser Alleinstellungsmerkmal ist die Kombination: Zugang zu Freiwilligenprojekten,

die Übergangsbegleitung, ein Gesundheitsangebot und ein Infopaket zur Vereinbarkeit von Beruf und Pflege.

### **Die Informationsveranstaltungen werden als Dienstleistungen verkauft. Welche Kosten entstehen für ein Unternehmen?**

Wir stellen den Seniorenbüros frei, was sie für ihre Dienstleistung nehmen. Wir geben ihnen einen Kostenplan an die Hand, an dem sie sich orientieren können. Ein Seniorenbüro z. B. sagt, dass es die Veranstaltung kostenlos für die Unternehmen anbietet. Wieder andere haben sich entschieden, ältere Menschen direkt anzusprechen, ohne dass sie Unternehmen einbeziehen. Dieser Schritt ist verständlich, allerdings geht damit auch ein wichtiger Bereich unserer Projektes verloren, die Sensibilisierung der Wirtschaft für den demographischen Wandel in der Arbeitswelt und für die Chancen des ehrenamtlichen Engagements.

### **Welche Netzwerke und Kooperation finden Sie besonders vorbildlich?**

Wir hatten in Ingolstadt ein Gespräch zu Generation Erfahrung. Was mich dabei begeistert hat, war, dass die Gleichstellungsbeauftragte, der Gesundheitsbeauftragte und die Personalverantwortliche mit uns an einem Tisch saßen. Ich hatte den

Eindruck, hier haben sie es verstanden, wer für den Bereich Demografie und Arbeitswelt zuständig ist. Aus Ingolstadt haben wir auch die Idee des Pensionärsstammtisch mitgenommen und bei Unternehmen vorgestellt. Sie ist des Öfteren aufgegriffen und nachgeahmt worden.

### **Was wurde geändert im Laufe der Projektlaufzeit?**

Wir hatten am Anfang fünf Module für Informationsveranstaltungen. Das war zu komplex. Jetzt mit drei Modulen ist das Angebot griffiger. Der zweite große Lernprozess war, dass die Unternehmen nicht sofort scharenweise auf uns zukommen, wir mussten lernen, einen längeren Atem zu haben. Zudem haben wir es den Seniorenbüros zugestanden, ausschließlich die Verwaltung anzusprechen. Da Seniorenbüros meist eine große Nähe zur Kommunalverwaltung haben, nutzen wir die Kontakte und bauen Vorzeigeprojekte auf.

### **Wer kann bei „Generation Erfahrung“ mitmachen?**

Jede gemeinnützige Organisation, die Mitglied der BaS und für Senior/-innen tätig ist.

### **Was wünschen Sie sich?**

Ich wünsche mir viele Teilnehmer/-innen bei unseren Fortbildungen!

Außerdem brauchen wir eine finanzielle Unterstützung. Ich kann für meine Beratung Honorar nehmen, aber wir müssen auch die Projektkoordination und die Sachkosten finanziert bekommen. Wir suchen Spenden und erheben zudem eine jährliche Teilhabegebühr für die Organisationen, die an „Generation Erfahrung“ teilnehmen. Sie bekommen dafür die Schulung, Unterlagen, Begleitung und Beratung sowie einen organisierten Austausch mit den anderen Teilnehmer/-innen.

Von den Unternehmen wünsche ich mir, dass sie ihre Rolle als Teil der Gesellschaft erkennen und sich im Gemeinwesen nach Partnerschaften umschauen. Besonders freuen würde es mich, wenn sie dabei die Seniorenbüros mit ihrem Know-How besonders interessant finden.

### **Frau Röhrich, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■**

#### **Kontakt:**

Bundesarbeitsgemeinschaft  
Seniorenbüros  
Bonngasse 10  
53111 Bonn  
Tel.: 02 28 / 61 40 74  
info@generation-erfahrung.org  
www.generation-erfahrung.org



## „Es schadet nicht der Authentizität, wenn die Selbstkritik mal in den Hintergrund geschoben wird.“

Interview mit Cornelia Harrer, Paritätischen Wohlfahrtsverband NRW



Cornelia Harrer ist Fachreferentin für „Offene Seniorenarbeit“ beim Paritätischen Wohlfahrtsverband NRW. Sie ist zuständig für ein breites Spektrum von 160 Mitgliedernorganisationen der offenen Seniorenarbeit in Nordrhein-Westfalen, die unterschiedlich stark professionalisiert sind.

### Frau Harrer, der freiwillige Einsatz von Unternehmensmitarbeitenden in gemeinnützigen Einrichtungen steigt. Welche Entwicklung können Sie in der offenen Seniorenarbeit feststellen?

Als Referentin für ganz Nordrhein-Westfalen kann ich natürlich nicht in jeden Winkel schauen. Mir sind die großen Vermittlungsstrukturen wie der Marktplatz in Köln oder der Ruhrdax bekannt. Hier merke ich, dass Projekte der Seniorenarbeit nicht die Projekte sind, die in erster Linie gefördert werden. Ein Engagement für Kinder und Jugendliche ist in der Wirtschaft zumeist gefragt.

Ich denke aber, dass es viel unternehmerisches Engagement mit Personal und Kompetenz außerhalb der bekannten Vermittlungsstrukturen gibt. Engagement findet oft im Quartier statt. Da kennt das Unternehmen die Einrichtung, da sie sich in der direkten Nachbarschaft befindet oder weil der Vater des Inhabers in der Begegnungsstätte aktiv ist. Die Unterstützung findet oft spontan statt, es werden Würstchen für das Sommerfest spendiert oder nebenbei handwerklichen Aufgaben erledigt. Keiner sagt dazu „Unternehmensengagement“, das macht man einfach mit und es ist nicht der Rede wert. Auf einem Marktplatz würde man

diese Unternehmen wahrscheinlich nicht finden.

### Warum ist das Engagement der Wirtschaft in der offenen Seniorenarbeit noch verhältnismäßig gering? Gibt es Vorbehalte gegenüber der Arbeit mit Seniorinnen und Senioren? Haben die Senioreneinrichtungen keinen Bedarf?

Ich vermute dafür mehrere Gründe.

Der erste ist sicher, dass Einrichtungen in der Seniorenarbeit oft auf Ehrenamt basieren. Hier sind die Möglichkeiten wie der Marktplatz oder die Vermittlung über eine Freiwilligenagentur nicht immer bekannt. Und wenn sie bekannt sind, fehlen oft die zeitlichen Ressourcen, eine Partnerschaft mit einem Unternehmen zu planen, sich auf einem Marktplatz zu präsentieren und die Partnerschaft zu begleiten. Gerade in den selbstorganisierten Einrichtungen in der Seniorenarbeit wird so viel gearbeitet, da macht man das nicht auch noch nebenbei.

Beim Marktplatz sieht man auch, wie gut sich die Professionellen vorbereitet haben, wie gut sie sich darstellen können. Für die Ehrenamtlichen ist das oft viel schwieriger.

Der zweite Grund ist sicherlich, dass Unternehmen sich in erster

Linie nicht vorstellen können, ältere Menschen zu fördern, der Fokus liegt eher auf Jüngeren. Ich habe es nie erlebt, dass jemand spontan sagte: ‚Ich möchte jetzt ausdrücklich eine Organisation im Seniorenbereich unterstützen.‘ Mit Alter werden oft Altenheimen und Pflege verbunden und das sind Themen, die Angst machen. Dass Seniorinnen und Senioren tolle Projekte im Stadtteil machen und sich selbst organisieren, ist vielen gar nicht geläufig. Kinderferienfreizeiten oder Patenschaften für Jugendliche sind einfach bekannter.

Zudem erlebe ich die Seniorinnen und Senioren oft als sehr bescheiden. Sie sagen selber, dass die Arbeit mit Kindern doch wichtig sei, eventuell sogar wichtiger als die Arbeit mit Älteren, da es hier um die Zukunft geht. Manchmal fragt man sich schon, warum sind die so zurückhaltend? Die Älteren sind eine große Gruppe und bewegen viel. Warum ziehen sie nicht selbstbewusster ins Feld, warum hauen die nicht auf den Tisch?

Beim Thema Hochaltrigkeit und Demenz vermute ich tatsächlich Berührungängste. Viele haben keine Wissen über diesen Bereich und verdrängen dieses Thema, das ja jeden von uns einmal angehen könnte, lieber. Wer beschäftigt sich schon gerne damit?

Als weiteren Grund vermute ich die Phantasie vieler Engagementinteressierter, dass sie mehr bewirken, wenn sie mit Kindern und Jugendlichen arbeiten als wenn sie sich für ältere Menschen einsetzen. Eine präventive und langfristige Wirkung

beim Engagement für und mit Älteren wird oft nicht vermutet.

**Es sind nicht nur immer mehr Wirtschaftsunternehmen, die sich für Corporate Volunteering öffnen, sondern auch immer mehr gemeinnützige Organisationen, d.h., der Markt wird enger. Können Sie den Senioreneinrichtungen Tipps geben, mit welchen besonderen Merkmalen sie bei der Suche nach einem Partner aus der Wirtschaft punkten können?**

Das Thema „Älter werden“ geht uns natürlich alle an. Ich glaube wenn man an ein Unternehmen, bzw. an Mitarbeiter gerät, die das Thema aus eigener Betroffenheit kennen, z. B. weil der eigene Vater in den Ruhestand geht und jetzt Schwierigkeiten hat, seine Zeit sinnvoll zu verbringen oder die Mutter als pflegende Angehörige total überlastet ist, dann kann das ein guter Anknüpfungspunkt sein. Dann kommen sie schneller auf die Idee und sagen, „Ach, so eine Initiative würde ich unterstützen wollen“.

**Der erste Schritt ist ja oft der schwerste. Was sind nach Ihrer Einschätzung gute Wege für Senioreneinrichtungen, um einen kurz- oder langfristigen Partner aus der Wirtschaft zu gewinnen?**

Wenn man ein Unternehmen identifiziert hat, das man gerne als Partner gewinnen würde, bedarf die Ansprache eines Vorgehens, das gelernt sein will. Trainings in der Unternehmensakquise, die zentral angeboten werden, sind meines Erachtens dafür nicht so geeignet. Die freiwillig engagierten Älteren machen sich selten auf dem Weg zu einem eintägigen Seminar. Vielleicht sind auch wir von den Verbänden mehr gefragt, unsere Mitgliedorga-

nisationen zu schulen. Dazu müssten die jeweiligen Kontaktpersonen vor Ort gehen und ihre Einrichtungen trainieren, am besten in Verbindung mit einem regulären Netzwerktreffen, also nicht noch einen weiteren Termin einberaumen.

Wie schon erwähnt würde ich auch die Sozialräumlichkeit mehr in den Blick nehmen, wir brauchen eine niedrigschwelligere Struktur. Man kann z. B. darüber nachdenken, ein Format wie den Marktplatz kleinräumlich anzubieten.

Seniorinnen und Senioren könnten selbstbewusster auftreten. Sie sind oft sehr vorsichtig und zu „ehrlich“. Sie berichten eher darüber, was in ihren Projekten nicht funktioniert hat. Sie sollten lieber von sich überzeugt auf Unternehmen zugehen, ihre Erfolge betonen und die Lebendigkeit in der offenen Seniorenarbeit darstellen. Es schadet nicht der Authentizität, wenn die Selbstkritik mal in den Hintergrund geschoben wird.

**Frau Harrer, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■**



**Kontakt:**

Cornelia Harrer  
Fachreferentin Offene Seniorenarbeit  
Der Paritätische Nordrhein-Westfalen  
Marsilstein 4-6, 50676 Köln  
Tel.: 02 21/95 15 42 29  
harrer@paritaet-nrw.org  
www.paritaet-nrw.org

*Interview mit Dr. Rolf Engels, Initiator des Bielefelder Marktplatz „Gute Geschäfte“*

Wie können sich Vertreter/-innen aus Wirtschaft und Gemeinwesen kennen lernen? Wie können sie Kooperationen vereinbaren? Eine sehr erfolgreiche Methode der Partnerschaftsanbahnung ist die Vermittlungsbörse „Marktplatz - Gute Geschäfte“. Die in den Niederlanden entwickelte Methode wurde im Jahr 2005 von der Bertelsmann Stiftung auf deutsche Verhältnisse übertragen. Mit großem Erfolg: In immer mehr deutschen Groß- und Kleinstädten wurde der Marktplatz durchgeführt, in den ersten sieben Jahren nach der Einführung fanden 260 Marktplätze statt, beim Wettbewerb „Deutschland – Land der Ideen“ wurde die Marktplatzmethode als „Ausgewählter Ort 2010“ ausgezeichnet.

Die wichtigste Regel beim Marktplatz lautet, dass über alles verhandelt werden kann – außer über Geld. **Dr. Rolf Engels**, hauptamtlich Berater für Organisationen und Unternehmen, Netzwerker und Fundraiser und ehrenamtlich der starke Motor hinter dem Bielefelder Marktplatz, berichtet für *Im Fokus* von seinen Erfahrungen.

**Herr Dr. Engels, ehrenamtliches Engagement für die Implementierung von Vermittlungsstrukturen im Engagementbereich ist ungewöhnlich – wie kamen Sie dazu?**

In meinem früheren beruflichen Leben bin ich mehr als 15 Jahre im Vorstand der v. Bodelschwingschen Stiftungen Bethel gewesen. Daher kenne ich die Arbeit in einer gemeinnützigen Organisation sehr gut. Ich weiß, wie wichtig es für gemeinnützige Einrichtungen ist, einen guten Kontakt zu Unternehmen und ein gutes Netzwerk, auch in die Wirtschaft, zu haben. Dabei geht es mir nicht nur um den bekannten Bereich des Sponsorings oder der Spende durch Unternehmen. Ich spreche von mannigfaltigen Formen der Unterstützung, die das Gemeinwesen von der Wirtschaft erhalten kann: Manpower durch Freiwilligenaktionstage, Kompetenztransfer durch Beratung, pro-bono-Dienstleistungen und vieles mehr.

Im Kontakt mit der Wirtschaft können sich dauerhafte Beziehungen entwickeln, die von der Überzeugung getragen werden, eine gemeinsame Zielsetzung zu haben: Die

Partnerschaft soll zum Gewinn für beide Seiten werden!

**Herr Dr. Engels, Sie sprachen das ehrenamtliche Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens an. Motiviert und angeregt durch ihren Arbeitgeber gehen die Mitarbeitenden in eine gemeinnützige Einrichtung, streichen die Wände, organisieren Freizeitausflüge, machen ein Bewerbungstraining. Wäre es nicht einfacher und eventuell sogar qua-**

**lifizierter, wenn das Unternehmen die Kosten für einen entsprechenden Dienstleister übernimmt und dieser dann den Job fachkundig erledigt?**

Corporate Volunteering, also gemeinnütziges Unternehmensengagement mit Personal und Kompetenz, hat viele Vorteile gegenüber einer rein finanziellen Unterstützung: Die Mitarbeitenden machen für einen begrenzten Zeitraum oder langfristig einen Seitenwechsel mit. Sie erfahren durch die persönliche



© Fritz Stockmeier, Bielefeld

*Dr. Engels bei der Eröffnung des Bielefelder Marktplatzes*

Begegnung, wofür sich gemeinnützige Einrichtungen einsetzen, wie sie arbeiten und vor allen Dingen, wem die Unterstützung zugute kommt. Diese zwischenmenschliche Bereicherung macht den Unterschied. Für die Gemeinnützigen ist dies eine gute Gelegenheit, Hemmschwellen zwischen Welten, die normalerweise keinen Kontakt zueinander haben, abzubauen und ihre Arbeit, die ja oft im Unsichtbaren stattfindet, darzustellen.

Auch für das Unternehmen hat Corporate Volunteering einen hohen Gewinn. Ich sehe einen besonderen Vorteil im Bereich der Personalentwicklung. Das Engagement in einem fremden Umfeld, der Kontakt zu Menschen, zu denen man normalerweise keinen Kontakt hat und die Konfrontation mit neuen Aufgaben fördern die Phantasie und Kreativität, steigern die emotionale Intelligenz und öffnen den Blick für neue Perspektiven. Ein Freiwilli-



© Fritz Stockmeier, Bielefeld

genaktionstag verändert Menschen und Teams; die reden und arbeiten danach anders miteinander: offener, flexibler, toleranter.

Ebenso wie Spenden kann Corporate Volunteering die selbstgesteckten Ziele der Corporate Social Responsibility-Strategie eines Unternehmens erfüllen und für das Marketing genutzt werden. Im Gegensatz zu Spenden hat Corporate Volunteering aber den vorher genannten Zugewinn im Bereich Personalentwicklung.

**Sie haben den Bielefelder Marktplatz „Gute Geschäfte“ im Jahr 2010 erstmalig durchgeführt, 2012 folgte der zweite. Wie war die Resonanz bei den Vertreter/-innen aus Gemeinwesen und Wirtschaft?**

Durchaus positiv. 2011 beteiligten sich 50 Unternehmen und 50 Gemeinnützige, beim 2. Marktplatz 2012 waren es immerhin rund 30 Unternehmen und 30 Gemeinnützige. Damit liegen wir selbst im zweiten Jahr annähernd gleich zu Großstädten wie Köln oder Düsseldorf. Der Rückgang der Teilnehmerzahl im zweiten Jahr lag an einem Planungsfehler, wir haben den Termin zeitgleich mit der Hannover Messe gelegt. Die Geschäftsführer der bei uns stark vertretenen kleineren und mittleren Unternehmen nehmen den Marktplatz ernst, sie lassen sich nicht vertreten. Bei der Planung des nächsten Marktplatzes im Herbst 2013 haben wir uns genau nach anderen Terminen erkundigt.



© Fritz Stockmeier, Bielefeld

Nach unserem Wissen gibt es keine, so dass wir die Zielgröße 40 Unternehmen und 40 Gemeinnützige anstreben.

**Als Forum Seniorenarbeit NRW interessieren wir uns besonders für die gemeinwesenorientierte Seniorenarbeit. Können Sie diesen Bereich auch mit dem Angebot des Marktplatzes „Gute Geschäfte“ erreichen? Ist Ihnen hier etwas Besonderes aufgefallen?**

Bei beiden Marktplätzen waren drei große, soziale Träger vertreten, die unter anderem Engagementangebote in der Altenhilfe hatten. Bei allen kam es zu Vereinbarungen mit Unternehmen; man sieht also, das Interesse in der Wirtschaft ist gegeben.

Ehrlicherweise muss man aber auch sagen, dass es der Seniorenbereich nicht so einfach hat. Wir kennen das auch beim Einwerben von Spenden: Kinderaugen sind unschlagbar, für Kinder werben Sie bedeutend leichter Geld ein als für ältere Menschen. Ebenso ist es bei Menschen mit Down-Syndrom in Relation zu Mehrfachbehinderten, die Liste kann man fortsetzen, da muss man der Realität ins Gesicht sehen.

Die Gründe für die Hürden sind vielfältig – zu wenig Wissen über die Zielgruppe, fehlende Kontakte, Scheu und Hilflosigkeit bis hin zu einem negativen Altersbild.

Ich kann den Vertreter/-innen der Seniorenarbeit nur raten, sich nicht entmutigen zu lassen und offen zu sein. Ein schönes Beispiel dafür ist eine Werbeagentur, die die Erstellung eines Flyers mit einer Senioreneinrichtung vereinbarte. Über das Kennenlernen hinweg entwickelte der Geschäftsführer der Agentur ein so großes Interesse an der Einrichtung, dass er das gesamte Team zu einem gemeinsamen Engagement einladen wollte. Er bezog die Mitarbeitenden stark in die Planung eines Aktionstages ein, fragte nach, was sie machen können und wollen. Die Reaktionen waren ganz unterschiedlich. Ein Mitarbeiter sagte sofort, er könne nicht direkt mit Senioren arbeiten, er hätte keinen Kontakt zu älteren Menschen. Sein Engagement setzte an seinen beruflichen Kompetenzen an, er beriet die Senioreneinrichtung bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Eine Mitarbeiterin der Agentur wollte vorlesen, da sie dies durch die im Haushalt lebende Großmutter gut und gerne macht. In Absprache mit der Senioreneinrichtung wurde

für dieses sehr vielfältige Bündel an unterschiedlichen Fähigkeiten und Interessen ein passender Aktionstag entwickelt, an dem jede und jeder etwas auf seine Weise für und mit den Menschen tun konnte.

Natürlich ist es für eine große Einrichtung mit einer guten Infrastruktur einfacher, diese Flexibilität zu gewährleisten. Aber auch kleinere Einrichtungen können vieles ermöglichen, wenn sie sich zutrauen, um die Ecke zu denken und offen für die Interessen und Möglichkeiten der Unternehmen sind.

**Was raten Sie gemeinnützigen Einrichtungen der Seniorenarbeit – neben einer gewissen Flexibilität bei den Engagementprojekten – noch, um erfolgreiche Partnerschaften oder Engagementprojekte durchzuführen?**

Mein erster Tipp – und der geht an alle Einrichtungen im sozialen Bereich – ist, das eigene Bild von Unternehmen zu untersuchen. Ich bereite gemeinnützige Einrichtungen auf den Marktplatz „Gute Geschäfte“ vor und dieser Punkt ist einer der interessantesten. Immer wieder kommen negative Bilder hoch: Unternehmen sind die Bösen, die Gewinnorientierten, mit denen wollen wir eigentlich nichts zu tun haben. Diese Klischees bauen eine enorme innere Hürde auf. Die muss als erstes überwunden werden, um in eine Partnerschaft einzusteigen.

Der zweite Tipp ist der Blick nach Außen, die Information über die Region, die vertretenen Unternehmen und ob bzw. wie sie sich als „Gute Bürger“ für das Gemeinwesen engagieren. Gibt es da schon was? Ist ein Engagement oder ein Interesse zu erkennen? Dann weiß ich, dass die Unternehmen grundsätzlich gut ansprechbar sind.



© Fritz Stockmeier, Bielefeld



Für die Seniorenarbeit liegt die besondere Herausforderung sicher darin, dass sie sich mit einer Zielgruppe beschäftigt, die jenseits der unternehmerischen Tätigkeit steht. Hier sollte bei der Argumentation um die Ecke gedacht werden: Alle Mitarbeitenden des Unternehmens werden in den Ruhestand gehen und irgendwann zur Zielgruppe der Seniorenarbeit gehören. Wenn ein Unternehmen sich dafür einsetzt signalisiert es: „Wir haben euch auch nach eurer Tätigkeit hier im Blick, wir kümmern uns um eure Zukunft!“ Man sieht dies ja auch bei Todesanzeigen für 85-Jährige, die ein Unternehmen 20 Jahre nach dessen Ausscheiden für hohe Summen in der regionalen Zeitung schaltet. Das ist ein deutliches Signal der Wertschätzung, das auch in die aktuelle Belegschaft strahlt.

### Was raten Sie gemeinnützigen Einrichtungen, die selber einen Marktplatz organisieren wollen?

Über den Verein UPJ, der in der Nachfolge der Bertelsmann Stiftung zur Methode des Marktplatzes „Gute Geschäfte“ berät, werden regelmäßig Workshops angeboten, bei denen Anbieter/-innen von Marktplätzen aus ihren Erfahrungen berichten und Empfehlungen für Nachahmer/-innen geben. Diese eintägigen Workshops bieten eine gute und solide Grundlage für die eigene Planung.

Als nächstes sollte im Abschlussverfahren geklärt werden, ob alle Einrichtungen an dem Marktplatz teilnehmen können oder nur ein Segment, wie z. B. der soziale Bereich, vertreten sein sollte. Dann kommt die Fragen: Wen wollen wir ansprechen? Meine Stadt, eine Region? Daran schließt sich gleich die nächste Frage an: Wer sind „Wir“? Die Veranstalter in Bielefeld

z. B. sind ausschließlich aus dem gemeinnützigen Bereich, das hat sich so ergeben. In anderen Städten sind zumeist Vertreter/-innen aus dem gemeinnützigen, der unternehmerischen und dem kommunalen Bereich im Veranstalterteam. Dies empfiehlt sich, da alle drei Sektoren mit ihren Interessen und Netzwerken abgebildet werden. Freiwilligenagenturen haben dabei sehr oft die Vorreiterrolle.

### Der 3. Bielefelder Marktplatz findet am 8. November 2013 statt. Können sich interessierte Einrichtungen noch für eine Teilnahme anmelden?

Ja! Die offizielle Ausschreibung erfolgt zwar erst in den nächsten

#### Kontakt:

Bielefelder Marktplatz e.V. –  
Marktplatz für Unternehmen und  
Gemeinnützige  
Dr. Rolf Engels  
Margaretenweg 18  
33611 Bielefeld  
Tel.: 05 21/9 88 60 40  
info@bielefelder-marktplatz.de,  
engels@rolf-engels-beratung.de

Wochen vor den Sommerferien, aber interessierte Organisationen – und natürlich auch Unternehmen! – können sich schon jetzt bei uns melden.

**Herr Dr. Engels, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■**

Auf der Website „[Gute Geschäfte – Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige](http://www.gute-geschaefte.org)“ bietet die Bertelsmann Stiftung Hintergrundinformationen und Arbeitshilfen an, die sich in der Praxis vieler Marktplätze bewährt haben. Der Verein UPJ – Unternehmen . Partner der Jugend organisiert über die Servicestelle „Gute Geschäfte“ Vorträge und Workshops zum Kennenlernen der Marktplatz-Methode sowie für den Erfahrungsaustausch und steht per E-Mail und Telefon für Beratungen zur Verfügung [www.gute-geschaefte.org](http://www.gute-geschaefte.org)



## „Ein fester Ansprechpartner, eine gute Organisation und eine gute Begleitung sind Voraussetzungen für erfolgreiche Partnerschaften“

Interview mit Susanne Kunert, FABE, Stadt Köln

Als erste Kommune in Deutschland hat die Stadt Köln im Jahr 2003 ihr Corporate-Volunteering-Programm StadtAktiv gestartet und nach einer einjährigen Pilotphase als festes Angebot installiert. Über StadtAktiv können sich die 17.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung Köln für einen Tag freistellen lassen, um sich im gemeinnützigen Bereich zu engagieren. Im Jahr 2010 wurde StadtAktiv im Rahmen der Kampagne „Geben gibt“ als Finalist in der Kategorie Politik und Verwaltung ausgezeichnet.



Susanne Kunert von der Kommunalstelle FABE (Förderung und Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements) im Amt des Oberbürgermeisters der Stadt Köln, ist seit acht Jahren verantwortlich für StadtAktiv und berichtet für *Im Fokus* von ihren Erfahrungen.

### Frau Kunert, warum macht die Stadt Köln ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das Angebot, sich innerhalb der Arbeitszeit gemeinnützig zu engagieren?

Mit StadtAktiv wollen wir uns zeitgleich für das Gemeinwohl und für eine mitarbeiterfreundliche Unternehmenskultur einsetzen. Unsere Hauptzielgruppe bei StadtAktiv sind dabei die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich bis jetzt noch nicht engagiert haben. Über StadtAktiv können sie, ohne große Hürden überwinden zu müssen, den gemeinnützigen Bereich kennen lernen und sich im Engagement ausprobieren. Für viele ist dies der auslösende Impuls, sich auch außerhalb der Arbeitszeit zu engagieren, was wiederum unsere Zielsetzung, das Gemeinwohl zu fördern, unterstützt.

### Wie motivieren Sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sich zu engagieren? Wer engagiert sich?

Ich recherchiere zum Beispiel über die örtlichen Freiwilligenagen-

turen Projekte, die sich für StadtAktiv eignen – am liebsten bieten wir Teamprojekte an, da die Mitarbeitenden so die Möglichkeit erhalten, ihre Kolleginnen und Kollegen auf einer ganz anderen Ebene außerhalb des Büros kennen zu lernen. Außerdem kann man sich in einem Team auf das konzentrieren, was man gut kann. Die Teamarbeit steigert zudem die Motivation, die soziale Kompetenz und die Kommunikationsfähigkeit.

Die Projekte stelle ich ins Intranet. Zumeist sind die Angebote nach zwei Stunden ‚ausgebucht‘. Im letzten Jahr haben wir so zwanzig Projekte realisieren können mit Teams von fünf bis 30 Personen. Interessanterweise engagieren sich mehr Frauen als Männer und zumeist sind sie auch schon im sozialen Bereich tätig, der Zugang scheint für sie leichter zu sein.

Als Anerkennung berichten wir über unsere StadtAktiv-Projekte regelmäßig in der StadtIntern-Zeitung und die Mitarbeitenden der

Stadt werden für die Umsetzung dieser Projekte für einen Tag im Jahr freigestellt. Zudem erleben die Mitarbeitenden die Projekte sehr positiv und gehen mit einem schönen Gefühl nach Hause, etwas Gutes getan zu haben.

### In welchen Bereichen sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig? Engagieren sie sich auch in der offenen Seniorenarbeit?

Wir machen viele Projekte im sozialen Bereich. Besonders beliebt sind immer die Projekte, in denen ein unmittelbarer Kontakt zwischen Menschen stattfindet, sei es ein gemeinsamer Besuch eines Museums oder die Organisation und Durchführung eines Sommerfestes für eine Jugendeinrichtung. Berührungsängste gibt es in den seltensten Fällen, lediglich in Projekten mit und für Menschen mit Behinderungen muss ich manchmal etwas mehr werben, da scheint es Hemmungen zu geben, da die Engagierten oft über wenige Kontakte und Erfahrungen mit ihnen verfügen.



© careaux mit o/photocase



In der Seniorenarbeit sind wir bis jetzt größtenteils in der stationären Hilfe tätig. So haben z. B. 35 Freiwillige den Zoobesuch von älteren Rollstuhlfahrer/-innen ermöglicht, ohne fremde Hilfe wäre dies nicht möglich gewesen. Das Schöne war, dass sich der Kontakt nicht auf das Rollstuhlschieben beschränkte. Eine unserer Freiwilligen gab mir die Rückmeldung, dass ihr der Tag persönlich eine Menge an Erfahrung, Bereicherung und Freude gebracht hat. Sie und ihre 80-jährige Begleitung hatten so viel Spaß, dass es zum Abschied nicht nur ein paar Freudentränen gab, sondern auch das feste Versprechen, den Kontakt aufrecht zu erhalten.

Ein anderes Projekt ist eine Vorleseaktion in einem Seniorenheim, die immer vor Weihnachten stattfindet. Viele der Kolleg/-innen gehen inzwischen über das ganze Jahr hinweg dorthin zum Vorlesen.

**StadtAktiv sieht ältere Menschen nicht nur als Empfänger von Unterstützung, sondern auch als Aktive, die durch ihr Engagement die Gesellschaft mit gestalten. Über das Programm „Engagement**

### **im Ruhestand“ sprechen Sie ihre zukünftigen und aktuellen Ruheständler an. Wie sind hier Ihre Erfahrungen?**

Dieses Angebot gibt es seit acht Jahren und wird gut angenommen. Unsere Zielgruppe sind die Mitarbeiter/-innen, die im nächsten Jahr in den Ruhestand gehen und diejenigen, die sich frisch im Ruhestand befinden. Sie werden zu einer Informationsveranstaltung ins Rathaus eingeladen, in denen sich Organisationen vorstellen, die konkrete Angebote für Freiwillige vorstellen. Der persönliche Kontakt und die gute Stimmung während der Veranstaltung motivieren, sich alleine oder mit den ehemaligen Kolleg/-innen in diesen Organisationen ehrenamtlich zu engagieren. Bei unserem letzten Treffen sagten spontan fünf Mitarbeiter/-innen zu, sich beim Technischen Hilfswerk zu engagieren. Motivierend ist sicher auch der persönliche Brief, den Oberbürgermeister Jürgen Roters jedem ausscheidenden Mitarbeitenden überreicht, auch hier wird für das Angebot von Ehrenamt im Ruhestand geworben.

### **Was empfehlen Sie Einrichtungen der offenen Seniorenarbeit, um sich als attraktive Corporate Volunteering-Partner für Unternehmen darzustellen?**

Für die Seniorenarbeit gilt das gleiche wie für die anderen gemeinnützigen Organisationen: Es muss einen festen Ansprechpartner in der Einrichtung geben, die Freiwilligen müssen gut beschäftigt und gut begleitet werden. Wenn das gewährleistet ist, kann jede Einrichtung als Corporate-Volunteering-Partner tätig werden.

### **Frau Kunert, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■**

#### **Kontakt:**

Susanne Kunert  
Stadt Köln/Kommunalstelle FABE  
Historisches Rathaus  
50667 Köln  
Tel.: 02 21/2 21-2 31 90  
susanne.kunert@stadt-koeln.de

Weitere Informationen  
zu StadtAktiv:  
[www.stadt-koeln.de/2/ehrenamt/im-unternehmen/](http://www.stadt-koeln.de/2/ehrenamt/im-unternehmen/)



## „Es sollte irgendwann so sein, dass man es sich nicht mehr leisten kann, nicht mitzumachen.“

*Interview mit Peter Behmenburg, Pflegedienst Behmenburg*

„Wir wollen den Älteren zeigen, wie fit wir sind!“ – Mit dieser Motivation starteten Schülerinnen und Schüler eines Gymnasiums in Mülheim-Heißen ein freiwilliges Projekt, das Besuchsdienste für ältere Menschen in der Nachbarschaft der Schule anbieten sollte. Die Anzahl der Schüler/-innen, die sich beteiligen wollten, stieg schnell. Einziges Problem: Es gab keine Reaktion der Älteren. Die Schüler/-innen wandten sich daraufhin an das CBE – Centrum für zivilgesellschaftliches Engagement in Mülheim mit der Bitte um Hilfe. Schnell stellte sich heraus, dass die bisherige Ansprache der Älteren nicht zum Erfolg führen konnte. Viele Ältere haben Ängste bzw. Vorbehalte gegenüber jüngeren Menschen, ein Besuch in den eigenen vier Wänden ist eine weitere Hemmschwelle.

Es war also wichtig, „Brückenbauer“ zu finden, die den Kontakt zwischen den Älteren und den Jüngeren herstellen und begleiten. Das CBE vermittelte den Kontakt zum privaten Pflegedienst Behmenburg „Pflege zu Hause“, mit dem das Centrum schon mehrere gemeinnützige Projekte durchgeführt hat. Die Idee war, dass der Pflegedienst, dem ältere Menschen vertrauen, bei diesen das Angebot der Jugendlichen vorstellt und so Vorbehalte aus dem Weg räumt.

Die Kooperation war erfolgreich: Über drei Jahre hinweg besuchten 32 Schüler/-innen regelmäßig insgesamt 14 Senior/-innen. Das Kennenlernen wurde von den Mitarbeiter/-innen des Pflegedienstes begleitet, die weiteren Kontakte gestalteten die Senior/-innen und die Schüler/-innen nach ihren jeweiligen Bedürfnissen und Interessen. Die meisten Schüler/-innen kamen durch ihr Engagement zum ersten Mal mit neuen, oft angstbesetzten Themen wie z. B. Altersarmut oder Demenz in Berührung. Um ihnen hier Sicherheit zu geben und drängende Fragen zu beantworten, organisierte der Pflegedienst regelmäßige Gesprächsrunden.

Mit dem Ende der Schulzeit der jungen Initiator/-innen des Besuchsdienstes rückte eine neue Generation Freiwilliger nach. Sie entwickelten den Besuchsdienst weiter zu einem monatlichen Spielenachmittag in der Schule. Daraus entstanden weitere Projekte, wie z. B. ein Austausch über die jeweiligen Lebenswelten. Die dokumentierten Gespräche werden demnächst als Buch veröffentlicht.



Peter Behmenburg ist Sozialarbeiter beim Pflegedienst Behmenburg und stellt für *Im Fokus* das Engagement des Unternehmens vor.

**Herr Behmenburg, wie sind Sie auf die Idee gekommen, das Schülerprojekt zu unterstützen?**

Wir sind Gründungsmitglied beim CBE und stehen in einem sehr engen Kontakt zueinander. Es war

naheliegend, dass wir bei dem Besuchsdienst helfen können und vor allen Dingen auch helfen wollen. Als Pflegedienst kennen wir das Problem der Einsamkeit im Alter nur zu gut. Viele ältere Menschen

kontaktieren uns mit der Anfrage nach pflegerischer Unterstützung. Im Erstgespräch wird dann aber schnell klar, dass hier kein Pflegebedarf vorliegt, sondern Kontakt gesucht wird. Viele gehen aufgrund von Inkontinenz oder Immobilität nicht mehr vor die Türe und vereinsamen. Sie suchen eine Krankenschwester, mit der sie reden können. Unsere Hilfe benötigen sie nicht. Uns berührt es natürlich, wenn wir diese Not sehen und keine Abhilfe schaffen können. Der Besuchsdienst war eine optimale Lösung: Unsere Kontakte, unser Know-how, die Unterstützung durch das CBE und die Schulen, die sehr



engagierten Schülerinnen und Schüler sowie die interessierten Senior/-innen haben zu einem für alle Seiten befriedigenden Projekt geführt.

**Es ist nicht selbstverständlich, dass sich ein Unternehmen gemeinnützig engagiert. Auch ein Pflegedienst, der Sozialarbeiter/-innen beschäftigt, ist nicht die Regel. Warum? Was haben Sie von dieser gesellschaftlichen Investition?**

Die Sozialarbeit wird nicht durch die Pflegeversicherung oder sonst wie refinanziert. Es stimmt, wir investieren hier. Unser wirtschaftlicher Gewinn sind Kostensicherheit und ein gutes Netzwerk zu potentiellen Kunden. Ich habe hier mit der Einführung der Pflegeversicherung angefangen, da es massive Fehleinstufungen durch den MDK gab. Seit ich die Gutachtertermine begleite, ist die Trefferquote bei der Einstufung unserer Kunden bedeutend höher geworden. Was gut für uns ist. Zudem ist unser sozialarbeiterisches Wirken in den Stadtteilen ein Marketinginstrument. Durch unser starkes Engagement in den Netzwerken bekommen wir viele Kontakte. Das gibt uns einen sicheren Stand und wir sparen Büropräsenz vor Ort.

Bei vielen unserer sozialarbeiterischen Projekte sind wir in der Vorpflagestufe tätig, also nicht bei unseren Kunden. Dadurch entstehen Kontakte zu Menschen, die irgendwann einmal unsere Kunden werden können, also durchaus ein weiterer Nutzen für das Unternehmen.

Unternehmensintern stellen wir fest, dass es die Mitarbeitenden entlastet, wenn sie wissen, dass ihre Patient/-innen nicht den ganzen Tag alleine sind. Wie oft versuchen die Patient/-innen, mit allen Mitteln der Kunst die Krankenschwester zu einem Kaffee einzuladen, um einfach nur zu reden. Unsere Mitarbeiter/-innen würden da gerne helfen, sie wollen ja nicht nur die Medikamente geben und dann sind sie wieder weg. Es beruhigt sie, wenn sie wissen, dass später einer von uns Sozialarbeitern oder eine Schülerin kommt und für Gesellschaft gesorgt ist. Sie können die Aufgaben, die sie aus Kostengründen nicht übernehmen können, delegieren und wissen, dass sie gut erledigt werden.

Ich persönlich finde es klasse, die Generationen zusammen zu bringen. Ich habe bis jetzt noch kein einziges Mal erlebt, dass dadurch nicht ein Gewinn für beide Seiten

entsteht. Es macht Freude zu sehen, wie sich beide Seiten annähern. Es ist ja nicht so, dass ältere Menschen unbedingt eine sehr hohe Meinung von Jugendlichen haben. Durch den Kontakt wächst der Respekt auf beiden Seiten.

**Was empfehlen Sie anderen Unternehmen, speziell Pflegediensten?**

Ambulante Pflegedienste sollten im eigenen Interesse daran mitwirken, die Lebensbedingungen der Älteren so zu gestalten, dass sie so lange wie möglich in ihren Nachbarschaften bleiben können. Wir benötigen die älteren Menschen, die in ihren Quartieren leben. Nur dann sind unsere Dienstleistungen gefragt.

Wir haben bei unserem Besuchsdienst immer wieder festgestellt, dass die Älteren durch sie bedeutend länger fit bleiben. Menschen, die krank sind, fühlen sich wertlos. Bei den Besuchsdiensten sind sie wieder wer, ihre Lebensgeschichte ist gefragt. Sie können als Gastgeber auftreten und bekommen ein ganz anderes Selbstwertgefühl. Das ist gesundmachend. Und dies muss die Pflege verstehen: Es ist geschäftsstabilisierend, wenn sozialarbeiterisch und gemeinwesenorientiert gearbeitet wird, wenn Kontakte zu Netzwerken und Schulen aufgebaut werden.

Im Klaren sollte man sich über die Verantwortung sein, die man z. B. bei einem Besuchsdienst mit Schüler/-innen übernimmt. Die Schüler/-innen müssen begleitet werden in ihrem Engagement. Viele waren sehr schockiert zu sehen, wie arm manche Menschen leben, dass es leere Kühlschränke gibt. Das muss aufgefangen werden, wir können die Kinder nicht starten lassen und dann machen sie eine Negativverfahren. Auch für uns entstehen über die Gespräche Arbeitsaufträge,

wenn wir von Notlagen erfahren und mit den Älteren oder den Angehörigen Kontakt aufnehmen müssen.

### Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Wir haben die schöne Erfahrung gemacht, dass unser Besuchsdienst in einem weiteren Stadtteil aufgebaut wurde. Und hier sind wir nicht

alleine, es machen zwei andere Pflegedienste mit. Die haben gemerkt, dass es gut läuft, dass wir einen Profit davon haben und haben sich anstecken lassen. Es sollte irgendwann so sein, dass man es sich nicht mehr leisten kann, nicht mitzumachen.

**Herr Behmenburg, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■**

#### Kontakt:

Pflegedienst Behmenburg  
„Pflege zu Hause“  
Sunderplatz 3  
45472 Mülheim an der Ruhr  
Tel.: 02 08/49 30 66  
info@pzh.de  
www.pzh.de

## Initiative Kölner Vorsorge-ZeitBank sucht Unterstützung

Jede/-r Dritte engagiert sich für das Gemeinwesen, investiert ehrenamtlich seine Zeit



zu Gunsten der Gesellschaft – warum soll dies nicht anerkannt werden durch ein zeitliches Guthaben, auf das man im Falle der eigenen Hilfsbedürftigkeit zurückgreifen kann? Diesen Grundgedanken verfolgen Zeitbanken. **Karl-Heinz Kock**, seniorTrainer des EFI-Programms, verfolgt diese Idee mit der Kölner Vorsorge-ZeitBank. Angeregt durch Lothar Spät und Herbert Henzler in ihrem Buch „Der Generationen-Pakt“ möchte er eine Zeitsparrente etablieren. Diese soll neben der staatlichen, der betrieblichen und der privaten Rente die vierte Säule in der Altersvorsorge darstellen.

Karl-Heinz Kock ist seit 2012 mit der Realisierung der Kölner Vorsorge-ZeitBank beschäftigt.

„Ich benötige einen gemeinnützigen Partner aus dem Bereich der Nachbarschaftshilfe, mit dem ich eine Vorsorge-Zeitbank als Pilotprojekt realisieren kann.“ Unterstützend bei seiner Suche nach einem geeigneten Partner ist die Zusage der Ford-Werke in Köln, sein Projekt über ihr Community-Involvement-Programm zu unterstützen. „Ford stellt meinem potenziellen Partner während der Pilotphase kostenlos einen Kleinbus zur Verfügung. Für kleine Nachbarschaftsprojekte, die zumeist über ganz geringe finanzielle Mittel verfügen, ist dies natürlich reizvoll“, so Kock.



#### Kontakt:

Kölner Vorsorge-ZeitBank  
Karl-Heinz Kock  
KH.Kock@o2online.de  
www.vorsorgezeitbank.  
mynetcologne.de/



© AllzweckJack/photocase

Auch in anderen Bereichen baut Kock auf Unterstützung durch Unternehmen: „Wir benötigen für die Zeitbank einen Server. Der muss gewartet werden und vor allen Dingen einen Stellplatz haben. Zudem möchte ich einen Verein gründen, um Spendengelder für die Zeitbank einzuwerben. Auch hier frage ich bei Juristen nach, ob sie uns pro bono bei der Erstellung der Satzung beraten.“ ■

## Partizipation in der Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre

*Interview mit Regina Neumann-Busies, Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre e. V.*

Die Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre e. V. (GdHP) wurde im Jahr 1995 gegründet. Der Verein möchte dazu beitragen, dass sich ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch im Ruhestand möglichst gut aufgehoben fühlen. Die GdHP sorgt für Rahmenbedingungen, in denen sich die Pensionäre mit Kolleginnen und Kollegen aus ehemaligen Arbeitszusammenhängen wiedertreffen, wie z. B. die Mitarbeiter der früheren Henkel-Druckerei oder aus dem Bereich der Waschmittelproduktion. Eine andere Variante ist die Gründung und Pflege von Interessengruppen wie z. B. der Handwerkergruppe oder der Wandergruppe. Darüber hinaus organisiert und veranstaltet die GdHP Kultur- und Infoveranstaltungen und stellt eine Sozialarbeiterin für Fragen in schwierigen Lebenssituationen zur Verfügung.

Getragen wird die GdHP von Henkel, Ecolab und der BASF. Jeder ehemalige Mitarbeitende dieser drei Unternehmen kann Mitglied in der GdHP werden, ein Beitrag wird nicht erhoben. Aktuell sind von den 13.000 Henkelpensionären in Deutschland 6.800 Mitglied in der GdHP.



Regina Neumann-Busies ist Diplom-Pädagogin und leitet die Sozialen Dienste bei Henkel. Zudem ist sie als entsandtes Vorstandsmitglied für Henkel in der Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre e. V. aktiv.

kel zwei hauptamtliche Kräfte zur Verfügung, die für die Organisation des Vereins und die Information der Gruppen verantwortlich sind. Bei inzwischen 260 Gruppen bundesweit ist dies ein hoher Aufwand, der nicht ohne professionelle Unterstützung geleistet werden kann.

### **Frau Neumann-Busies, Henkel kümmert sich nicht nur während ihrer Arbeit um seine Mitarbeitenden, sondern auch, wenn sie in Pension sind. Warum?**

Die Gesellschaft der Henkel-Pensionäre ist ein Ausdruck der gelebten Fürsorge, die Henkel von Anfang an betrieben hat. Als Familienunternehmen war dies für Henkel schon eine Selbstverpflichtung, bevor das

Thema „Familie und Beruf“ in der Wirtschaft ankam. So wie die Mitarbeitenden in schwierigen Lebenssituationen über die Sozialen Dienste unterstützt werden, so soll dies auch in der nachberuflichen Zeit gewährleistet sein. Auch die ehemaligen Mitarbeitenden sollen sich aufgehoben und wohl fühlen.

Früher sind die Pensionäre von Kolleginnen und Kollegen aus den ehemaligen Abteilungen besucht worden. Durch Umstrukturierungsmaßnahmen entfielen einige der Abteilungen, es musste ein neues Model geschaffen werden. Daher haben wir die Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre gegründet, in der die Mitarbeitenden in selbstverwalteter Form und mit Unterstützung durch Henkel ihre nachberufliche Phase gestalten können. So stellt Hen-

### **Wie wird die Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre bei den Mitarbeitenden angenommen?**

Die GdHP fügt sich gut ein in unser Netzwerk der Hilfeleistungen. Durch das Angebot wissen sie, ich kann mich gut in den Ruhestand begeben und mir steht eine Fülle an Unterstützung zur Verfügung. Die ich annehmen kann, aber nicht muss. Die Freiwilligkeit ist uns wichtig.

### **Konzentrieren sich die Aktionen und das Engagement der Mitglieder der Henkel-Pensionäre ausschließlich auf die Befriedigung eigener Interessen oder organisieren sie auch Projekte, die einen gesellschaftlichen Mehrwert darstellen?**

Das Wirken der Pensionäre geht über den eigenen Radius hinaus, so zum Beispiel in dem Projekt Helferkreis, der sich vor 16 Jahren in Düsseldorf gegründet hat.



Er setzt sich aus 35 engagierten Henkelpensionär/-innen zusammen, die anderen, oft älteren Pensionären individuelle Hilfen anbieten. Jeder von ihnen betreut regelmäßig und engagiert ein oder zwei Senior/-innen. So lebt das soziale Arbeitsnetzwerk der gegenseitigen Unterstützung auch über die Berufstätigkeit hinweg fort.

Henkel hat zudem noch die Initiative MIT – Miteinander im Team. Sie wurde vor 15 Jahren gegründet, als immer mehr gemeinnützige Organisationen mit Spendenanfragen an uns herantraten. Im Rahmen der unternehmerischen Verantwortung oder, wie es jetzt genannt wird, Corporate Social Responsibility, unterstützt Henkel das Gemeinwesen. Besonders an der MIT-Initiative ist, dass die Mitarbeitenden in ihrem eigenen Ehrenamt von Henkel unterstützt werden. So können die Mitarbeiter/-innen die Projekte unterstützen, die ihnen selbst am Herzen liegen und für die sie sich oft schon viele Jahre engagieren. Jeder Mitarbeitende und jeder Pensionär kann einen Antrag auf Förderung seines Ehrenamtes stellen. Henkel fördert die Projekte seiner Mitarbeitenden und Pensionäre durch Sach-, Produkt- und Geldspenden, bezahlte Freistellung und durch fachliche Beratung. Die Palette der geförderten

Initiativen geht von Entwicklungszusammenarbeit über Fußballclubs bis hin zu Nachbarschaftstreffs.

**Auf Ihrer Website schreiben Sie, dass die Pensionäre durch die GdHP „betreut“ werden. Hier kann irrtümlicherweise das Bild entstehen, dass die Pensionäre Empfänger von Hilfeleistungen sind. Nach Ihrer Beschreibung sind die Mitglieder der GdHP aber die typischen ‚Jungen Alten‘, also aktive, selbstbewusste und gut organisierte Menschen, die ihr Lebensumfeld gestalten und dabei von Hauptamtlichen im Hintergrund unterstützt werden. Stimmt der Eindruck?**

Ja, grundsätzlich schon. Die Form der Aktivitäten ist natürlich stark von altersbedingten Einschränkungen abhängig. Es ist aber auch unser Anliegen, dass die GdHP maßgeblich von den Interessen und Wünschen der Mitglieder geprägt ist. Daher haben wir gemeinsam mit der Forschungsgesellschaft FoGera das Projekt „GdHP 2.0 – Zukunft gestalten: Partizipation in der Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre“ durchgeführt. Wir wollten herausfinden, wie wir die GdHP den Ansprüchen unserer unterschiedlichen Zielgruppen anpassen können. Immerhin sprechen wir Menschen im Alter



von Ende 50 bis über 100 an. Die einen hören die Rolling Stones, die anderen die Oberkrainer. Wir wollen für alle interessant sein.

Wir hatten drei Beratungsfragen: Was kann die GdHP tun, um für die nächste Generation an Pensionären interessant zu sein? Wie kriegen wir eine Angebotspalette hin, die für alle einen Resonanzboden bietet? Zudem ist die Mitgliederstruktur in der GdHP sehr mittelschichtslastig, Mitarbeitende aus der Produktion oder Menschen mit Migrationshintergrund sind selten dabei. Das war unsere zweite Frage: Wie sprechen wir die Pensionäre an, die wir bisher nicht erreichen konnten? Außerdem wollen wir uns gut für die Zukunft aufstellen. Die dritte Frage war, wie wir neue Gruppenleiter gewinnen, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen.

Im Projekt „GdHP 2.0“ wurden zukünftige und aktuelle Pensionäre nach ihren Wünschen und Themen befragt. Im Anschluss haben sich sechs Arbeitsgruppen gebildet, die







Informationen zur Gemeinschaft  
der Henkel-Pensionäre e. V. :  
[www.henkel-pensionaere.de](http://www.henkel-pensionaere.de)



sich unterschiedlichen Themen widmen. Eine Gruppe z. B. beschäftigt sich damit, wie wir scheinbar vorhandene Hemmschwellen für die Mitarbeitenden aus der Produktion reduzieren können und wie wir Menschen ansprechen können, die es nicht gewohnt sind, sich in Vereinsformaten zu engagieren. Eine andere Gruppe hat das Thema Mobilität und Teilhabe in den Fokus genommen – Wie können Pensionäre mit Einschränkungen optimal unterstützt werden? Eine dritte Gruppe beschäftigt sich mit dem Thema Sport und Bewegung, der Fokus soll hier gezielt auch auf die hochaltrigen Pensionäre gelegt werden.

### Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Ich wünsche mir, dass wir neue Mitglieder gewinnen, unabhängig von ihrem Bildungsstand und dass sich Frauen und Männer bei der GdHP gleichermaßen engagieren. Es wäre gut, wenn sich in einem stetigen Prozess neue Interessengruppen gründen und so die Vielfalt der Pensionäre auch in einer Vielfalt der Angebote abbildet. Das Thema

Spiritualität im Alter – Wo kommen wir her, wo gehen wir hin? – treibt viele Pensionäre um. Es wäre schön, wenn eine Interessengruppe in der GdHP diese Gedanken aufgreift. Kurz gesagt: Ich wünsche mir, dass wir bunt bleiben und noch bunter werden.

**Frau Neumann-Busies, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■**



Gemeinschaft der Henkel-Pensionäre e.V.

## Vermittlungsagenturen für freiwilliges Engagement

In Nordrhein-Westfalen gibt es 124 Freiwilligenagenturen. 73 davon sind in der lagfa, der Landesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen NRW organisiert, die in Gelsenkirchen ihr Koordinationsbüro hat.

Die Agenturen machen es sich zur Aufgabe, interessierte Menschen zu beraten. Sie verschaffen sich das Wissen über die Bedarfe von Einrichtungen und versuchen, passgenau zu vermitteln. Neben der Beratungsarbeit engagieren sich viele Agenturen auch eigenständig in Projekten oder organisieren Qualifizierungsangebote für Ehrenamtliche.

Die Vermittlungsagenturen sind so bunt wie ihre Namen. In einigen Städten liegt die Aufgabe der Stärkung des Ehrenamtes bei einem städtischen Mitarbeiter, andere sind in Vereinen organisiert oder einem Verband angeschlossen, mancherorts sind es Ehrenamtliche, die sich für das bürgerschaftliche Engagement aktiv einsetzen.

### Ehrenamt und Unternehmen

Die Stärkung von bürgerschaftlichem Engagement ist nicht nur für Privatpersonen von Bedeutung, sondern auch für Unternehmen. Sie können sich durch Übernahme von sozialer Verantwortung als „Gute Bürger im Gemeinwesen“ darstellen und in ihrer Stadt punkten. Auch für die Mitarbeiter/-innen eines Betriebes ist ein gemeinsames Engagement in einer Sache für das Betriebsklima förderlich. Viele Unternehmen unterstützen bereits soziale Projekte durch Zeit- oder Geldspenden. Es könnten aber noch viel mehr sein, wenn sie ihre wichtigste Ressource einsetzen: Ihre Mitarbeitenden und deren Kompetenz.

Viele Freiwilligenagenturen haben inzwischen auch die Wirtschaft als Zielgruppe in ihre Arbeit aufgenommen. Insbesondere im Ruhrgebiet oder in Köln sind die Freiwilligenagenturen stark in der Vermittlung von Unternehmensengagement mit Personal und Kompetenz tätig. So initiierte die Kölner Freiwilligen Agentur im Jahr 2001 erstmalig den Kölner Freiwilligen-Tag, ein eintägiges Engagementangebot für Unternehmen, die sich mit Teams von bis zu 100 Personen für das Gemeinwesen engagieren. Ein weiteres Angebot sind die Kölner KulturPaten, über die Freiwillige

aus Unternehmen mit ihrem speziellen Know-how in Kultureinrichtungen vermittelt werden. Das CBE – Centrum für Bürgerschaftliches Engagement in Mülheim bietet zum Beispiel über das Projekt „Seitensprung“ die Vermittlung von Führungskräften an, die sich für eine Woche ehrenamtlich in einer gemeinnützigen Organisation engagieren. Die Ehrenamtsagenturen aus dem Ruhrgebiet haben das Netzwerk Ruhrgebiet gegründet. Dieses Netzwerk initiierte im Jahr 2006 den NRW-weit ersten „Marktplatz Gute Geschäfte“ unter dem Namen „RUHRDAX“. Inzwischen ist der RUHRDAX eine jährliche Institution, die von einem Verbund aus Wirtschaft, Gemeinwesen und Kommune organisiert wird. Er findet in diesem Jahr am 10. Oktober im Bochumer Rathaus statt.

Gemeinnützige Organisationen, die einen Partner aus der Wirtschaft suchen, können sich an ihre örtliche Freiwilligenagentur wenden. Diese bringt Akteure und Entscheidungsträger beider Seiten zusammen und hilft engagierten Unternehmen, soziale Projekte und Organisationen zu finden, die Unterstützung gut gebrauchen können. Die lagfa NRW unterstützt gemeinnützige Organisationen gerne bei der Suche nach der für sie passenden Freiwilligenagentur. ■



**Zum Autor:**  
Johannes Mehlmann ist

Diplom-Verwaltungswirt und seit Dezember 2006 Geschäftsführer der Ehrenamtsagentur Gelsenkirchen e. V. Zuvor war er rund 13 Jahre in dem Förderprogramm „Soziale Stadt – Stadtteilerneuerung Gelsenkirchen-Bismarck/Schalke-Nord“ tätig. Im März 2011 wurde er zum Sprecher der Landesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen NRW gewählt.

### Kontakt:

Johannes Mehlmann  
Landesarbeitsgemeinschaft der  
Freiwilligenagenturen NRW  
– lagfa NRW –  
Am Rundhöfchen 6  
45879 Gelsenkirchen  
Tel.: 02 09/92 58 43 22  
johannes.mehlmann@  
gelsenkirchen.de  
www.lagfa-nrw.de

lagfa NRW

Landesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen in Nordrhein-Westfalen

## Der Freiwilligentag – gut geplant

### Checkliste für die Planung eines Freiwilligenaktionstages

Für den Einstieg in die Kooperation mit einem Unternehmen empfiehlt sich ein eintägiges Engagement. Die Bezeichnungen sind unterschiedlich, z. B. Freiwilligentag, Social day oder Ehrenamtstag. Ihnen gemein ist, dass es sich um ein eintägiges, also zeitlich befristetes Engagement handelt und beiden Seiten u. a. die Möglichkeit bietet, eine Kooperation auszuprobieren. Eintägige Engagements finden oft in größeren Gruppen und im handwerklichen Bereich statt. Die Aufgaben umfassen Tätigkeiten, für die zumeist kein besonderes Wissen notwendig ist. Beispiele sind die Renovierung einer Begegnungsstätte oder die Unterstützung eines Ausflugs von mobil eingeschränkten Senior/-innen. Denkbar sind aber auch eintägige Engagements, bei denen Wissen und Know-how vermittelt wird, wie z. B. eine Handy-Schulung für Besucher/-innen des Gemeindezentrums oder eine pro-bono-Beratung für die Spendenakquise eines Vereins.

Damit ein Freiwilligentag ein für alle zufriedenstellendes Ergebnis bringt, ist eine sorgfältige Vorbereitung empfehlenswert. Wir danken VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH, die uns folgende Checkliste für die Vorbereitung und Durchführung eines Freiwilligentages zur Verfügung gestellt hat. Die Checkliste basiert auf langjährigen Erfahrungen in der Anbahnung und Begleitung von Engagementpartnerschaften zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen.

### Engagementauswahl

- Für die Auswahl eines Engagementprojektes beantworten Sie bitte folgende Fragen: Was können Sie zustande bringen, wenn Sie mehr Personal und Zeit hätten? Welches wichtige Projekt konnten Sie bis jetzt nicht umsetzen, da Ihnen die Ressourcen fehlten? Führen Sie ggf. eine Mitarbeiter- und Besucherbefragung durch. Verweisen Sie darauf, dass Sie lediglich Ideen sammeln, deren Umsetzung aber nicht gewährleistet ist.
- Stellen Sie Überlegungen an, mit welchem Projekt Sie das Interesse der Unternehmensmitarbeitenden wecken können: Was könnte sie interessieren? Welche Erfahrungen im Nonprofit-Bereich könnten sie bereichern und den „Blick über den Tellerrand“ gewährleisten?
- Bei einem Außenprojekt: Legen Sie eine Alternative für schlechtes Wetter fest.
- Wie viele Personen werden wie lange an dem Projekt arbeiten? Seien Sie anspruchsvoll, aber



überfordern Sie nicht. Beachten Sie bei ihrer Planung, ob ungeübte Personen diese Tätigkeiten übernehmen und daher eine Einführung oder Begleitung notwendig ist. Zeitgleich sind die Freiwilligen oft hoch motiviert, so dass die erledigten Aufgaben die anfänglichen Erwartungen bei weitem übertreffen können.

Planen Sie Tätigkeiten mit ein, die kurzfristig vorbereitet werden können.

- Werden bestimmte Fachkenntnisse/Kompetenzen benötigt? Wenn ja, können Sie diese Fachkräfte zur Verfügung stellen, sollten die Freiwilligen der Unternehmen über entsprechende Kompetenzen verfügen oder wird externe

Unterstützung benötigt? Haben Sie hier schon Kontakte, auf die zurückgegriffen werden kann?

- Müssen Genehmigungen (z. B. beim Vorstand oder beim Vermieter) vor dem Projekttag eingeholt werden? Bitte holen Sie diese vor der Vorstellung ihres Projektes zumindest mündlich ein.
- Müssen Vorarbeiten geleistet werden? Können Sie jemanden dafür freistellen? Wenn ja, wen?
- Wie viele Mitarbeiter/-innen benötigen Sie zur Anleitung der Unternehmensmitarbeiter/-innen? Können Sie diese für den Freiwilligenaktionstag freistellen?
- Werden Besucher/-innen Ihrer Einrichtung an dem Projekt teilnehmen? Falls der Wunsch danach auf Seiten des Partners besteht, können Sie eine gemeinsame Aktion gewährleisten?
- Können Familienangehörige der Unternehmensmitarbeiter/-innen teilnehmen?

#### Materialien/Hilfsmittel:

- Welche Materialien werden benötigt? Können diese von Ihnen besorgt oder gestellt werden?
- Werden Werkzeuge oder technische Hilfsmittel für die Tätigkeiten benötigt? Können diese von Ihnen besorgt/gestellt werden?
- Wenn Kosten anfallen: Wie hoch sind sie?
- Welchen Kostenanteil können Sie übernehmen?
- Welche Kosten sind nicht gedeckt?
- Sehen Sie eine Möglichkeit, Drittmittel zu akquirieren?
- Müsste das Unternehmen finanzielle Unterstützung leisten? Bitte geben Sie eine möglichst konkrete Antwort über die Höhe der Kosten, wenn das Unternehmen die (Teil-)Finanzierung übernehmen müsste.

- Wer besorgt wo und wie die Materialien?

#### Versicherungsschutz:

- Sind die Freiwilligen über die Einsatzstelle (Berufsgenossenschaft bzw. Unfallkasse) unfallversichert?
- Wenn nein, sind die Freiwilligen über eine Landesgruppenversicherung versichert?
- Wenn nein, sind die Freiwilligen über die Berufsgenossenschaft des Unternehmens versichert?
- Wenn nein, wer schließt eine private Unfallgruppenversicherung für die Freiwilligen ab? Die Einsatzstelle oder das Unternehmen?
- Besteht für die Einrichtung eine Vereinshaftpflichtversicherung, unter die auch die Mitarbeitenden des Unternehmens fallen?

#### Rahmenbedingungen:

- Wer ist in Ihrer Einrichtung verantwortlich für das Projekt? Wer ist der/die Vertreter/-in?
- Wer leitet die Unternehmensmitarbeiter/-innen an? Bei Aktivitäten in mehreren Kleingruppen verschafft ein detaillierter Arbeitsplan mit den einzelnen Tätigkeiten allen Beteiligten Orientierung.
- Nehmen neben der Anleitung weitere Mitarbeiter/-innen von Ihrer Seite an dem Engagement teil?
- In welcher Form können Sie die Unternehmensmitarbeiter/-innen verpflegen? Die Verpflegung sollte warme und kalte Getränke über den Tag hinweg beinhalten und zumindest ein Mittagessen. Bedenken Sie, dass körperliche Arbeit für viele ungewohnt ist und der Verpflegungsbedarf steigt.
- Können Sie die vollständigen Kosten für die Verpflegung übernehmen? Wenn nein, welcher Bei-



trag müsste anderweitig gedeckt werden?

- Wie werden Sie Ihre Mitarbeiter/-innen, Bewohner/-innen, Besucher/-innen etc. auf das Engagement vorbereiten?
- Gibt es etwas, was die Umsetzung des Projektes gefährden könnte?
- Haben Sie noch eine Idee, wie Sie das gemeinsame Projekt für alle Beteiligten so schön wie möglich gestalten können?

#### Akquise potenzieller Unternehmenspartner

Der Kontakt zwischen einer gemeinnützigen Einrichtung und einem Unternehmen kommt entweder durch die Unterstützung einer Mittleragentur zustande oder die Einrichtung spricht direkt Unternehmen an. Wenn Sie über eine Freiwilligenagentur vermittelt werden, wird diese Sie in allen Schritten unterstützen. Für die direkte Unternehmensansprache sind folgende Schritte empfehlenswert:

- Kreisen Sie den Kreis der Unternehmen, die Sie ansprechen wollen, ein. Kriterien können bestehende Kontakte, räumliche Nähe, vorangegangene Spenden etc. sein.
- Recherchieren Sie Verbindungen, die zwischen Ihrer Organisation und Ihrem Anliegen sowie dem Unternehmen, seinem Leitbild, seiner Geschichte, seinen Produk-

ten oder Dienstleistungen besteht.

- Überlegen Sie, welchen Nutzen sich das Unternehmen bei einem Freiwilligenaktionstag mit Ihnen versprechen könnte und gehen Sie auf diese Annahme ein. Verdeutlichen Sie, warum Sie dieses spezielle Unternehmen ansprechen und aus welchen Gründen dieses Projekt zu dem Unternehmen passt.
- Stellen Sie Ihr Anliegen in einem telefonischen Erstkontakt dem/der Ansprechpartner/-in im Unternehmen vor. Als Kontaktpersonen empfehlen sich Vertreter/-innen der Geschäftsführung, der Marketing- und der Personalabteilung.
- Bei Interesse auf Seiten des Unternehmens präsentieren Sie Ihr Projekt in einem unverbindlichen Erstgespräch. Werben Sie für Ihr Anliegen und seien Sie bereit, das Projekt ggf. zu modifizieren, sollte es sich in der vorliegenden Form nicht mit den Interessen des Unternehmens decken.



Anregungen für Partnerschaften zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen finden Sie in der Publikation „Unternehmen in der Gesellschaft – Engagement mit Kompetenz und Personal“, die Sie kostenlos bei VIS a VIS anfordern können. ■

[www.visavis-wirkt.de](http://www.visavis-wirkt.de)

## Literatur und weiterführende Informationen

- „Ein Freund, ein guter Freund ... Aspekte der Beziehung zwischen sozialen Organisationen und Unternehmen“ Reinhard Lang, UPJ e. V., 2004, Download: [www.upj.de](http://www.upj.de)
- Erster Engagementbericht der Bundesregierung 2012, „Für eine Kultur der Mitverantwortung“, Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2012. Download: [www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/publikationen.html](http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/publikationen.html)
- „Gemeinsam engagiert für die Zukunft – Dialogforum für Unternehmen und soziale Einrichtungen“, Dokumentation einer Fachtagung am 21. November 2012, Diakonie Düsseldorf, Download: [www.sozialgewinnt.de](http://www.sozialgewinnt.de)
- „Handbuch Unternehmenskooperation – Erfahrungen mit Corporate Citizenship in Deutschland“ Diethelm Damm & Reinhard Lang Brennpunkt-Dokumentationen zu Selbsthilfe und Bürgerengagement Nr. 39. Verlag Stiftung MITARBEIT, Bonn· 2001, 8,- Euro
- „Monitor Engagement (Nr. 3) – Bürger-schaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland – Zwischen Tradition und Innovation“ Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2010. Download: [www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/publikationen.html](http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/publikationen.html)
- [www.engagiert-in-nrw.de](http://www.engagiert-in-nrw.de)  
engagiert-in-nrw.de ist ein Internetportal für bürgerschaftliches und unternehmerisches Engagement in Nordrhein-Westfalen. Es veröffentlicht in den Rubriken Bürger-schaftliches Engagement, Unternehmerisches Engagement sowie Kommunen und Engagement aktuelle Hinweise und stellt gute Praxisbeispiele vor. Gefördert wird engagiert-in-nrw.de vom Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Wetsfalen
- [www.upj.de](http://www.upj.de)  
UPJ ist das Netzwerk engagierter Unternehmen und gemeinnütziger Mittlerorganisationsen in Deutschland. Im Mittelpunkt stehen Projekte, die zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen, indem sie neue Verbindungen zwischen Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen und öffentlichen Verwaltungen schaffen. Diese Akteure unterstützt der gemeinnützige UPJ e. V. darüber hinaus mit Informationen und Beratung bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Corporate Citizenship und Corporate Social Responsibility Aktivitäten.

## Forum Seniorenarbeit Nordrhein-Westfalen

### Neue Wege für Information, Transfer und Vernetzung

In Nordrhein-Westfalen arbeiten viele gemeinwesenorientierte Organisationen daran,

- die Lebensqualität älterer Menschen zu verbessern,
- ihre Teilhabemöglichkeiten zu erhöhen und
- die Qualität der Arbeit vor Ort auszubauen.

Das Forum Seniorenarbeit NRW informiert über diese Aktivitäten, vernetzt die Akteure, ermöglicht ihnen Erfahrungsaustausch und unterstützt sie beim Transfer in die Praxis.

#### Information

In zahlreichen internetgestützten Publikationsformaten informiert das Forum Seniorenarbeit Haupt- und Ehrenamtliche über aktuelle Entwicklungen in der gemeinwesenorientierten Seniorenarbeit in NRW.

Interesse? Bitte tragen Sie sich in unseren Newsletterverteiler ein unter:

[www.forum-seniorenarbeit.de/Aktuelles/Newsletter](http://www.forum-seniorenarbeit.de/Aktuelles/Newsletter)

#### Transfer

In Workshops und Veranstaltungen bringt das Forum Seniorenarbeit Akteure zusammen, gibt Raum für Diskussionen und entwickelt gemeinsam mit den Aktiven vor Ort Strategien zur Umsetzung aktueller Herausforderungen und Schwerpunkte.

#### Vernetzung

Über die punktuellen Treffen hinaus unterstützt das Forum Seniorenarbeit Organisationen bei der langfristigen Vernetzung. Hierzu bietet es Interessierten eine technische Infrastruktur im Internet zum Ausprobieren und Austausch.

#### Mitwirken

Alle Angebote des Forum Seniorenarbeit bieten die Möglichkeit, mitzuwirken. Wenn Sie Hinweise auf Publikationen oder Veranstaltungen haben, Ihre Projekte vorstellen oder in anderer Form mitwirken möchten, nehmen Sie mit uns Kontakt auf: [info@forum-seniorenarbeit.de](mailto:info@forum-seniorenarbeit.de) oder Tel. 02 21 / 93 18 47-0.



## Impressum

### Herausgeber:

Forum Seniorenarbeit  
c/o Kuratorium Deutsche Altershilfe e. V.  
An der Pauluskirche 3, 50677 Köln  
Tel.: 02 21/93 18 47-0  
Fax: 02 21/93 18 47-6  
info@forum-seniorenarbeit.de  
[www.forum-seniorenarbeit.de](http://www.forum-seniorenarbeit.de)

**V. i. S. d. P.:** Dr. h.c. Jürgen Gohde

**Redaktion und Text:** Gabi Klein

**Fotos:** Kölner SeniorenNetzwerk Sülz, B. Reuß, Buchhandlung Dietsch, C. Harrer, BaS, S. Kunert; Pflegedienst Behmenburg, R. Engels, J. Mehlmann

**Satz:** Sabine Brand, typeXpress, Köln

**Im Fokus** ist die halbjährlich erscheinende Infereihe des Forum Seniorenarbeit NRW. Der Nachdruck zu nichtkommerziellen Zwecken und die Verbreitung der unveränderten PDF-Version ([www.forum-seniorenarbeit.de](http://www.forum-seniorenarbeit.de)) sind ausdrücklich erlaubt.

**Im Fokus** erscheint halbjährlich. Wenn Sie sich beteiligen möchten, kontaktieren Sie uns bitte: [gabi.klein@kda.de](mailto:gabi.klein@kda.de)

Wir danken allen, die sich mit Beiträgen und Fotos an dieser Ausgabe beteiligt haben!

Sie möchten **Im Fokus** und den Online-Newsletter des Forum Seniorenarbeit kostenlos abonnieren? Bitte tragen Sie sich in den Verteiler ein: [www.forum-seniorenarbeit.de/Aktuelles/Newsletter](http://www.forum-seniorenarbeit.de/Aktuelles/Newsletter)

### Im Fokus:

**„Mitnehmen und mitgehen – Wege zu mehr Partizipation und bürgerschaftlichem Engagement in einer Gesellschaft des vielfältigen Alterns“**

### Einladung zum Mitwirken

Bezugnehmend auf die 2. Herbstakademie des Forum Seniorenarbeit widmet sich die nächste Ausgabe von **Im Fokus** dem Thema **Vielfalt im Alter**. Wenn Sie sich als Autor/-in beteiligen möchten, setzen sich bitte bis zum 15. 10. 2013 mit uns in Verbindung.

**Ansprechpartnerin:**

Gabi Klein, [gabi.klein@kda.de](mailto:gabi.klein@kda.de),  
Tel.: 02 21/93 18 47-18