

**Fachbereich Gesellschaftliches Engagement
von Unternehmen**

Bilanz der Jahre 2014-2016

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 08785

7 Anlagen

Bekanntgabe in der Sitzung des Sozialausschusses vom 22.06.2017

Öffentliche Sitzung

I. Vortrag der Referentin

1. Stadtratsauftrag

Mit Beschluss der Vollversammlung vom 24.07.2013 (Sitzungsvorlage Nr. 08-14 / V 11689) beauftragte der Stadtrat das Sozialreferat mit der Schaffung einer zentralen und gesamtstädtischen Anlaufstruktur für Unternehmen, die sich für die Münchner Stadtgesellschaft strategisch, zielgerichtet und wirksam engagieren (wollen).

2. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen

Ihre gesellschaftliche Verantwortung und das damit verbundene Engagement verstehen die Unternehmen überwiegend als ein soziales Engagement. Mit ihrer Unterstützung wollen sie aktiv zur Verbesserung der Lebenssituationen sozial bedürftiger und benachteiligter Menschen beitragen.

2.1 Begrifflichkeiten

Corporate Social Responsibility (CSR)

„Corporate Social Responsibility bezeichnet die sozial, ökologisch und ökonomisch verantwortungsvolle Unternehmensführung und betrifft alle Bereiche der Unternehmenstätigkeit im Rahmen der gesamten Wertschöpfungskette [...].“¹

1 Vgl. Ehrbarer Kaufmann und Westerhamer CSR-Manager, IHK für München und Oberbayern.

Je nach Art und Branche kann die CSR-Strategie eines Unternehmens unterschiedliche Schwerpunkte zum Inhalt haben.

Wichtige CSR-Handlungsfelder sind Ökonomie, Ökologie, Personalwesen sowie das Gemeinwesen. Der Fachbereich Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen (im Folgenden Fachbereich CSR genannt) berät, unterstützt und begleitet Unternehmen vor allem im CSR-Handlungsfeld Gemeinwesen mit den Inhalten Spenden, Sponsoring und Corporate Volunteering.

Im Folgenden werden „Spenden“ und „Corporate Volunteering“ erläutert, da diese die wesentlichen Kernaufgaben des Fachbereichs CSR beschreiben.

Spenden

Neben Einzelpersonen und Stiftungen zeigen viele Unternehmen in München ihre Solidarität und ihre Bereitschaft darin, bedürftige Menschen kurzfristig oder mittelfristig finanziell zu unterstützen. Dies erfolgt entweder über Sach- und Geldspenden direkt an gemeinnützige Organisationen oder an die Beschäftigten des Unternehmens als Budget zum jeweiligen Engagement bzw. Corporate Volunteering. Der Fachbereich CSR berät hierzu erfolgreich, welche Zielgruppe(n) bzw. welche Projekte am wirksamsten unterstützt werden können. Über Art und Höhe wird auf die diesbezüglich jeweiligen Stadtratsvorlagen verwiesen.

Corporate Volunteering

Corporate Volunteering (CV) bezeichnet alle Aktivitäten eines Unternehmens, die den Einsatz der Beschäftigten für gemeinnützige, soziale, ökologische und kulturelle Zwecke über das eigentliche Kerngeschäft hinaus beinhalten.

„Durch Corporate Volunteering-Programme werden die Mitarbeiter in strukturierter Weise in das unternehmerische gemeinwohlorientierte Tun einbezogen. Das kann entweder durch ihren Einsatz in unternehmenseigenen Projekten geschehen oder durch die Förderung bereits vorhandenen ehrenamtlichen Engagements von Mitarbeitern. So können Beschäftigte motiviert und gebunden und gleichzeitig die Bindung des Unternehmens an Stadt oder Gemeinde gestärkt werden.“²

Je nach Ziel, Art, Dauer, verfügbarem Budget und Ausrichtung des Unternehmens zeigt sich Corporate Volunteering auf unterschiedliche Weise:

Engagement für die gemeinnützige Organisation	Engagement für Zielgruppe(n) der gemeinnützigen Organisation	Capacity Building / Entwicklung der gemeinnützigen Organisation				
Hands-on	Begegnung	Kompetenzspenden / Skills-based Volunteering				
		Kompetenz-erwerb	Pro Bono	Know-how-Transfer	Innovation	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Renovierungen ▪ Gardening ▪ Unterstützung bei Veranstaltungen und Feierlichkeiten ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Begleitung bei Veranstaltungen ▪ Unterstützung bei Kursen ▪ Vorlesen ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewerbungstrainings ▪ Umgang mit Finanzen ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IT-Programme ▪ Marketing/PR ▪ Rechtliche Beratung ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beratung ▪ Coaching ▪ Vorstandsentscheidung ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> gemeinsame Entwicklung neuer ▪ Lösungen ▪ Strategien ▪ ... 	
kurzfristig viele Mitarbeitende große Teams		←-----→				längerfristig wenige Mitarbeitende kleine Teams

In Anlehnung an: UPJ 2017/2008, Taproot 2005

2.2 Nutzen und Wirksamkeit von Corporate Volunteering

Corporate Volunteering bietet vielfältige Möglichkeiten für Gesellschaftliches Engagement als wirksame Unterstützung im gemeinnützigen Bereich.

Vor allem auf den Feldern Ausbildung und Arbeitsmarkt fungieren Unternehmen als wertvolle „Türöffner“ und Begleiter (mittels Praktika oder Mentorenprogramme etc.), um die jeweilige Zielgruppe sowohl in Lehr- wie auch Arbeitsverhältnisse bringen zu können.

Ein gut geplantes und umgesetztes Corporate Volunteering ermöglicht bedürftigen Zielgruppen eine Unterstützung, die sie ansonsten nicht in der Art bzw. gar nicht erhalten würden. Viele kurz-, mittel- und langfristige Unterstützungsformen können weder von den Zielgruppen noch von den entsprechenden gemeinnützigen Einrichtungen aufgrund fehlender finanzieller wie personeller Möglichkeiten realisiert werden. Nicht selten tragen Corporate Volunteering-Aktionen dazu bei, Stereotypen und Vorurteile auf beiden Seiten zu verringern bzw. aufzuheben.

Auswertungen längerfristiger Kooperationen zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Einrichtungen zeigen zudem, dass beide Seiten von den brancheneigenen Kenntnissen und Kompetenzen des Partners profitieren. Dieser Gewinn wirkt sich neben der individuellen Erweiterung der Schlüsselqualifikationen (z.B. Kritikfähigkeit, Interkulturelle Kompetenz) zum großen Teil auch in Optimierung von Arbeitsabläufen und -prozessen (IT-Unternehmen erstellen notwendige Datenbanken für gemeinnützige Organisationen etc.) aus.

2.3 Entwicklung des Corporate Volunteering in München



Entwicklung des Corporate Volunteering seit bestehen des Fachbereichs CSR

Den Ergebnissen der Unternehmensumfrage von 2013 Rechnung tragend hat sich aufgrund der intensiven und umfänglichen Beratung durch den Fachbereich CSR die Ausrichtung des Engagements sowie dessen Qualität erheblich verändert.

Haben Unternehmen anfänglich vor allem durch „Hands-On-Projekte“ wie z.B. Garten- oder Malerarbeiten sehr kurzfristig und spontan unterstützt, setzen sie jetzt - auch dank intensiver strategischer und konzeptioneller Beratung und Stärkung des Networking durch den Fachbereich - verstärkt auf eine mittel- bzw. langfristige Übernahme von Verantwortung gegenüber gesellschaftspolitischen Herausforderungen.

3. Handlungsfelder, Projekte und Ergebnisse

Der Fachbereich CSR informiert (potentiell) engagierte Unternehmen und gemeinnützige Organisationen jeweils über Bedarfe, berät diese konzeptionell und strategisch und unterstützt zuweilen operativ bei der Umsetzung von Projekten. Er initiiert Veranstaltungen und bringt Unternehmen und Organisationen im Sinne eines gezielten Networkings zusammen, um einen Erfahrungsaustausch zu ermöglichen und das Engagement zu verstetigen. Darüber hinaus werden Sach- und Geldspenden vermittelt. Ziel aller Anstrengungen ist es, einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Lebenssituationen bedürftiger Menschen in der Landeshauptstadt München zu leisten.

Aufgabe	Umsetzung
Konzeptionelle und strategische Unterstützung	<ul style="list-style-type: none"> • Festlegung von Rahmenbedingungen • Zielgruppe und Einsatzbereich • Fortschreiben vorhandener und Entwicklung neuer Projekte • Strategisches Vorhaben, Corporate Volunteering im Unternehmen zu etablieren
Operative Unterstützung	<ul style="list-style-type: none"> • Projektplanung und -entwicklung • Fachliche Bescheinigung und Förderfähigkeit und -würdigkeit von gemeinnützigen Organisationen • Qualifizierung und Briefing von Mitarbeitenden der gemeinnützigen Organisation und des Unternehmens zum Corporate Volunteering • Kontaktperson zwischen Unternehmen und gemeinnütziger Organisation und evtl. zu beteiligenden Behörden • Konkrete Unterstützung und Projektbegleitung vor und während der Aktionen
Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Interne und externe Kommunikation, Marketing • Ziel: (gegenseitige) positive Haltung der jeweiligen Zielgruppe, den gemeinnützigen Organisationen und den Unternehmen untereinander zu entwickeln.

Die Zusammenarbeit des Fachbereichs CSR mit Münchner Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen beruht auf einer teilweise jahrelangen engen und vertrauensvollen Kooperation, durch die das Engagement stetig wirkungsvoller und nachhaltiger wird. Dies wirkt sich nicht nur für die jeweiligen Kooperationspartnern aus, sondern kommt direkt den Münchnerinnen und Münchnern zu Gute.

3.1 Zahlen, Daten und Fakten

Insgesamt ist zu konstatieren, dass sich die Anzahl und das Engagement von Unternehmen in München zur Verbesserung der Lebenssituationen sozial bedürftiger und benachteiligter Menschen in den vergangenen Jahren deutlich gesteigert hat.

Im Folgenden wird auf Zahlenmaterial aus der Studie „Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen und sozialen Einrichtungen in München und Bayern“ verwiesen, die im Jahr 2013 vom Sozialreferat gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer (IHK) für München und Oberbayern und dem Netzwerk „Unternehmen für München“ (hier: Roland Berger Strategy Consultants) durchgeführt wurde.

Laut deren Ergebnisse engagieren sich 2013 bereits 64 % der Unternehmen im Bereich Gesellschaftliches Engagement, d.h. im Bereich Corporate Volunteering.

Engagierten sich Unternehmen laut o.g. Studie 2013 noch zum überwiegenden Teil für Kinder und Jugendliche, so sieht der Fachbereich seit 2014 eine nennenswerte Erweiterung und Öffnung der Unternehmen hinsichtlich weiterer Zielgruppen wie Menschen mit Behinderung bzw. Fluchthintergrund und für die von Armut betroffenen Seniorinnen und Senioren.

Im Jahr 2017 plant das Sozialreferat gemeinsam mit der IHK für München und Oberbayern und dem Verein Unternehmen für München e.V. eine Neuauflage der o.g. Studie, die als Basis für den Ausbau des Engagements von Unternehmen für die Münchener Stadtgesellschaft dienen kann.

3.2 Erfolgreiche Projekte und Kooperationen

In dem Betrachtungszeitraum 2014 bis 2016 nutzten insgesamt ca. 1.100 Unternehmen das Angebot des Fachbereichs, sich hinsichtlich unterschiedlicher Möglichkeiten der Unterstützung für die Stadtgesellschaft (zeitliches, inhaltliches und finanzielles Engagement) informieren und beraten zu lassen.

Rund 550 gemeinnützige Einrichtungen und Initiativen informierten sich beim Fachbereich CSR hinsichtlich finanzieller und tatkräftiger Unterstützung durch Unternehmen.

Rund 64 Projekte und Kooperationen wurden durch einen engen Schulterschluss zwischen dem Sozialreferat und seinen ca. 190 Partnerinnen und Partnern auf den Weg gebracht. Es engagierten sich ca. 3.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ca. 31.000 Stunden³.

Die ausgewählten und auf den folgenden Seiten näher beschriebenen Projekte und Formate zeigen die Vielfalt der Angebote, um unterschiedliche Zielgruppen zu unterstützen. Die umfangliche Darstellung der Projekte ist als Anlage 1 beigelegt.

Münchener Weihnachtszauber⁴

Der Fachbereich CSR konzipierte und koordinierte als Willkommensgeschenk ohne religiösen Hintergrund den sogenannten Münchener Weihnachtszauber. In kleinen Päckchen wurden z.B. Spielsachen, Schreib- und Schulmaterialien, Bilderbücher, Hygieneartikel und Kuscheltiere für geflüchtete Kinder und Jugendliche (im Alter zwischen 2-14 Jahren) verpackt, dem Sozialreferat gebracht und letztendlich durch die jeweilige Flüchtlingsunterkunft bzw. gemeinnützige Organisation in einem schönen

³ Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung inklusive.

⁴ Siehe Anlage 2.

Rahmen an die Kinder und Jugendlichen überreicht. Die Zustellung erfolgte durch tatkräftige Unterstützung des Fahrdienstes des Sozialreferats.

Hintergrund war, dass zahlreiche Unternehmen anstelle einer betrieblichen Weihnachtsfeier jungen Geflüchteten eine Freude bereiten wollten. Vorgesehen waren zu Beginn dieses Projektes 200 Geschenk-Päckchen, jedoch konnten auf Grund des hohen Engagementwillens von Unternehmen, Vereinen, Beiräten, Schulen, Kindergärten und auch Einzelpersonen bis zum 23.12.2014 insgesamt über 4.200 Päckchen geflüchteten Kindern in ganz München übergeben werden.

Ein Päckchen hatte im Durchschnitt einen Wert von ca. 30 Euro, somit ergibt sich ein Gesamtwert von rund 126.000 Euro.

Kleiderausgabe für bedürftige Frauen⁵

Dank einer großzügigen Unternehmensspende von Damenbekleidung an die Diakonia (insgesamt 90 Paletten Kleidung) organisierte der Fachbereich CSR des Sozialreferats in den Räumlichkeiten der Diakonia in einem Großprojekt mit vierwöchiger Vorbereitungszeit eine erfolgreiche zweiwöchige Kleiderausgabe.

1.100 sozial bedürftige Münchnerinnen aus verschiedenen Münchner Non-Profit-Organisationen (Alten- und Servicezentren, Sozialbürgerhäusern, Frauenhäusern, geflüchtete Frauen, Vereine für Frauen in schwierigen Situationen) konnten sich vor Ort über vorherige Anmeldung beim Fachbereich CSR bis zu 20 Textilien (Hosen, T-Shirts, Jacken und Pullover) kostenfrei aussuchen.

Dafür akquirierte der Fachbereich CSR vorab zahlreiche ehrenamtliche Unterstützerinnen und Unterstützer (Privatpersonen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Unternehmen und Kolleginnen und Kollegen aus den Sozialbürgerhäusern), die im Juli 2015 mit insgesamt 980 Stunden Zeitspende dabei halfen, die unterschiedlichen Kleidungsstücke zu sortieren und für die Kleiderausgabe aufzubereiten.

Bei der in enger Zusammenarbeit mit CSR organisierten Kleiderausgabe im Oktober 2015 in den Räumlichkeiten der Diakonia, unterstützten weitere 160 Ehrenamtliche das Sozialreferat bei der Ausgabe der Kleidung an bedürftige Münchnerinnen. Somit wurden hier weitere 1.280 Stunden Zeit gespendet.

⁵ Siehe Anlage 3.

Munich's BackPack⁶

Munich's BackPack ist mehr als ein Rucksack, vollgepackt mit wichtigen Gegenständen und Hilfsmitteln. Dahinter steckt eine vom Fachbereich CSR ins Leben gerufene Initiative, die für tausende geflüchtete Menschen in München ein Symbol für eine gelebte Willkommenskultur in München geworden ist.

Die Konfektionierung dieser Rucksäcke basierte auf dem vorab erhobenen Unterstützungsbedarf (unbegleiteter junger) geflüchteter Menschen in München. So enthielten die Rucksäcke unter anderem Schreibmaterial, ein Federmäppchen, einen Waschbeutel inklusive Hygieneartikel, ein (Bild-) Wörterbuch, eine Trinkflasche, ein Kuscheltier und noch vieles mehr. Ein Munich's BackPack hat einen Gesamtwert von ca. 60 Euro.

Neben zahlreicher Unternehmensspenden (Geld- und Sachspenden) wurden insgesamt vier Großveranstaltungen mit der Stadtparkasse München, Amazon, Sparda Bank München e.G. / Gewinnspareverein der Sparda Bank München e.G. und dem Unternehmensnetzwerk „Unternehmen für München e.V.“ durchgeführt, bei denen jeweils zwischen 140 bis 1.000 Rucksäcke gemeinsam gepackt wurden.

Die Unternehmen konfektionierten insgesamt über 7.100 Munich BackPacks, die im Anschluss direkt an die entsprechende Flüchtlingseinrichtung übergeben werden konnten. Dies ergibt einen Gesamtwert von 425.820 Euro für die Munich's BackPacks. Mit den geleisteten Stunden der Vorbereitung, Durchführung, Zustellung etc., spendeten die Unternehmen zusätzlich 3.115 Stunden der Belegschaft zum Konfektionieren und zur Übergabe der Rucksäcke.

Kinderheime in München

Auch die Angebote und Maßnahmen der Kinderheime in München erfahren großen Zuspruch von Unternehmen. Seit Jahren werden hier Unternehmen als verlässliche Kooperationspartner gewählt, die Kindern und Jugendlichen in den Heimen neue Wege und Teilhabe am gesellschaftlichen Leben in München ermöglichen.

So werden diesen z.B. kostenfreie Eintrittskarten für Konzerte, Kino-Besuche und sonstige Ausflugsziele oder Sport-Events zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden den Kindern und Jugendlichen über „Wunschbaum-Aktionen“ oder ein Budget persönliche und individuelle Geburtstags- und Weihnachtswünsche erfüllt oder sie erhalten neue Sachspenden (z.B. Sportausrüstung, Winterbekleidung, Schulmaterial, technische Geräte) von Unternehmen. Auch Renovierungen der Wohngruppen und Zimmer (inkl. Streichen der Wände und Aufbau von neuen Möbeln) werden gerne von Unternehmen

6 Siehe Anlage 4.

übernommen. Nicht selten werden Mitarbeitende von Unternehmen mittels Sonderurlaub o.ä. freigestellt, um mit „Man-Power“ und finanziellem Budget die Ausrichtung von Festen und Feierlichkeiten zu ermöglichen.

Führungskräfteschulungen F021

Mit dem Personal- und Organisationsreferat werden seit 2013 jährlich Corporate Volunteering-Projekte im Rahmen der Führungskräftebildung F021 entwickelt und koordiniert. Hier erhalten die Führungsnachwuchskräfte der Landeshauptstadt München die Möglichkeit, ein soziales Projekt zu organisieren und durchzuführen, um so eine bessere Verzahnung zwischen Theorie und Praxis zu erreichen. In den vergangenen Jahren wurde u.a. ein Ausflug für die Kinder und Jugendlichen des Münchner Kindl-Heims ins Berchtesgadener Land organisiert (2014), mit geflüchteten Menschen gemeinsam Fahrräder einer Gemeinschaftsunterkunft wieder verkehrssicher gemacht (2015) oder das Projekt „I art my office“⁷ (2016) umgesetzt, bei dem 32 Künstlerinnen und Künstler mit und ohne Behinderung ihre Werke im Aus- und Fortbildungszentrum der Landeshauptstadt München ausstellen konnten.

Fachbereich FIBA 2 und Mentoring-Patenschaft

Für Migrantinnen und Migranten, die sich im Anerkennungsverfahren bzgl. ihrer Hochschulabschlüsse befinden, qualifiziert der o.g. Fachbereich „FIBA 2“ mit dem Projekt der „Mentoring-Patenschaft“ - in enger Kooperation und Abstimmung mit dem Fachbereich CSR - ehrenamtliche Coaches (Mentorinnen und Mentoren) verschiedener Unternehmen. Dabei unterstützen die gewonnenen Mentorinnen und Mentoren mit insgesamt 24 Stunden über eine Laufzeit von vier Monaten (ca. 1-2 Std. pro Woche) bei Fragen zur beruflichen Entwicklung und bieten ihr Wissen zum hiesigen Arbeitsmarkt, der Branche und des notwendigen Bewerbungsverfahrens. Der Nutzen liegt hier bei dem Erwerb bzw. der Vertiefung formaler Qualifikationen für die jeweilige Zielgruppe.

Veranstaltungen

Der Fachbereich CSR konzipierte bzw. verantwortete 20 Informations- und Weiterbildungsformate (Experten-Checks, Geberkonferenz, Kinder-Stiften-Zukunft-Kongress München etc.), um sowohl bei Unternehmen wie auch gemeinnützigen Organisationen den Austausch zu vertiefen und bestehende Kooperationen auszubauen bzw. neue zu initiieren.

⁷ Weitere Informationen: <https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Kulturreferat/Kunst-Inklusion/I-art-my-office.html>

Exkurs

Nicht jede Anfrage konnte erfolgreich vermittelt werden. Gründe hierfür liegen insbesondere in:

- Zu kurzfristige Anfrage seitens Unternehmens
- Vorgaben durch das Unternehmen hinsichtlich Gruppengröße
- Fehlende Verhältnismäßigkeit zwischen Aufwand und Ertrag
- Unterschiedliche Vorstellungen und Erwartungen hinsichtlich Umsetzung des Corporate Volunteering-Vorhabens
- Sinnhaftigkeit des Angebotes
- Nicht erkennbarer Nutzen für die Zielgruppe
- Überwiegendes PR-Interesse
- Fehlende Ressourcen bei der gemeinnützigen Organisation

3.3 Handreichungen des Fachbereichs CSR

Damit die oben dargestellten Formate gelingen können, bedarf es vorab der Klärung notwendiger organisatorischer, rechtlicher sowie inhaltlicher Rahmenbedingungen.

Der Fachbereich CSR unterstützt hier mit seinem Know-How (ggf. unter Einbeziehung anderer Dienststellen) und entwickelte beispielhaft folgende Handreichungen:

Checkliste zur Vorbereitung von Corporate Volunteering

Da das Aufsetzen von Corporate Volunteering-Formaten nicht unbedingt immer automatisch zur Kernaufgabe des jeweiligen Unternehmens gehört, unterstützt der Fachbereich CSR die Unternehmen durch persönliche Gespräche und legt ein Augenmerk auf sensible Bereiche. Durch zahlreiche Gespräche mit unterschiedlichsten Kooperationspartnern, hat der Fachbereich CSR folgende Checkliste entwickelt, die sich als wichtiger Leitfaden etabliert hat und für Klarheit und Effizienz in den Bereichen Planung und Organisation sorgt.

Ziel des Corporate Volunteering	<ul style="list-style-type: none"> ■ Was sind Motiv und Motivation Ihres Vorhabens? ■ Was will Ihr Unternehmen mit dem Engagement erreichen? ■ Wie steht das Management des Unternehmens bzw. die Unternehmensspitze dazu?
Engagementbereich und Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gibt es Vorgaben vom Unternehmen bzgl. Zielgruppe und Themensetzung? ■ Ist das Engagement kompetenzbasiert oder „artfremd“? ■ Passen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Alter, Geschlecht, Kompetenz) zu dem angedachten Engagement?
Zeitliches Budget	<ul style="list-style-type: none"> ■ Stehen ausreichend zeitliche und personelle Ressourcen für Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung zur Verfügung? ■ Gibt es ein angemessenes Verhältnis von Aufwand und Nutzen für Unternehmen und gemeinnützige Organisation?
Finanzieller Rahmen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Steht Budget für Materialien, Catering, Eintittsgelder, Sachspenden etc. zur Verfügung?
Versicherungsschutz	<ul style="list-style-type: none"> ■ Findet das Engagement während oder außerhalb der Arbeitszeit statt? ■ Sind die Mitarbeitenden während des Engagements unfall- und haftpflichtversichert?
Rechtliche Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sind Fragen wie „Arbeitssicherheit während des Aufenthalts“ sowie „Haftung und Gewährleistung für die Aufgaben, die für die gemeinnützige Organisation erledigt werden“, geklärt? ■ Sind evtl. behördliche Genehmigungen / TÜV-Genehmigungen für Ihr Vorhaben einzuholen?
Aufsichtspflicht	<ul style="list-style-type: none"> ■ In welchem Umfang ist die Betreuung der entsprechenden Zielgruppe(n) von Ihren Mitarbeitenden sicherzustellen? ■ Wie ist die diesbezügliche Aufsichtspflicht geregelt?
Datenschutz	<ul style="list-style-type: none"> ■ Was ist beim Umgang mit sensiblen Daten der zu Betreuenden bzw. der sozialen Organisation zu beachten? ■ Wie werden die persönlichen Daten der eigenen Mitarbeitenden geschützt?
Führungszeugnisse	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ist für Ihr Engagement ein Führungszeugnis notwendig? Hinweis: Ein Führungszeugnis ist bei der jeweiligen Behörde kostenfrei, wenn durch die soziale Organisation bestätigt wird, dass es für ein ehrenamtliches Engagement benötigt wird.
Beteiligung der Mitarbeitenden	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ist ein Team-Captain benannt? ■ Wissen die Mitarbeitenden, welche Aufgaben bis wann zu erledigen sind?
Dokumentation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sind Bild- und Fotofreigaben aller Teilnehmenden für Ihre Aktion einzuholen? ■ Soll eine gemeinsam abgestimmte Presseerklärung veröffentlicht werden?

Projektvereinbarung / Code of Conduct

Die Wohlverhaltensklärung ist ein Verhaltenscodex, der als Einverständnis- und Selbstverpflichtungserklärung aller am Projekt beteiligten Partnerinnen und Partner (Unternehmen, gemeinnützige Organisation und Landeshauptstadt München) gesehen werden kann.

Mit dieser werden zwischen allen Beteiligten Verhaltensgrundsätze und Regeln der Zusammenarbeit vereinbart, die die Kooperation der Projektpartner betreffen.

Folgende Punkte sind in dem Code of Conduct enthalten:

- Das Projekt dient als aktiver und solidarischer Beitrag für die Münchner Stadtgesellschaft.
- Es werden keine wirtschaftlichen und finanziellen Interessen mit dem Engagement verfolgt.
- Die Öffentlichkeitsarbeit erfolgt gemeinsam und ist mit allen Partnern abgestimmt.
- Der Umgang mit vertraulichen und sensiblen Daten ist hinreichend geregelt.
- Die geltenden Antikorruptionsvorschriften werden berücksichtigt.
- Umweltschutz und ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen ist sichergestellt.
- Die notwendige Neutralität gegenüber politischen und religiösen Hintergründen wird eingehalten.

Das ausführliche Dokument ist als Anlage 5 einzusehen.

Film zum Corporate Volunteering

Die IHK für München und Oberbayern produzierte gemeinsam mit dem Fachbereich CSR einen Spot, der über die Möglichkeiten und Rahmenbedingungen des Corporate Volunteering informiert. Dieser ist unter anderem unter www.muenchen.de/csr abrufbar.

3.4 Gremien und Netzwerke

Münchner Arbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (MAGFA)

Um einheitliche Rahmenbedingungen und Standards der gemeinnützigen Anbieter Caritas, Gute-Tat München sowie Tatendrang zu Corporate Volunteering zu setzen, koordiniert der Fachbereich CSR gemeinsam mit FöBE (Förderstelle Bürgerschaftliches Engagement) die Münchner Arbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (MAGFA). Ein

gemeinsamer Flyer informiert über Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für Corporate Volunteering sowie zu der Arbeitsgemeinschaft MAGFA. Dieser ist unter anderem unter www.muenchen.de/csr abrufbar.

Diese vertrauensvolle und offene Kooperation vom Fachbereich CSR, den Freiwilligenagenturen und -zentren und FöBE ist für den gesamten Bereich Corporate Volunteering in München von hohem Wert, denn alle Beteiligten weisen langjährige Beziehungen und Kooperationen mit Unternehmen auf, aus denen bedeutsame Formate und Angebote resultierten.

So hat beispielsweise das Caritas Freiwilligen-Zentrum-West, das seitens der Caritas für Unternehmenskooperationen Ansprechpartner ist, gemeinsam mit einer Hotelkette ein Berufsorientierungs- und Praktikumsangebot für Geflüchtete entwickelt. Die Freiwilligenagentur Gute-Tat München hat zahlreiche Corporate Volunteering-Maßnahmen mit zum Teil langjährigen Kooperationspartnern durchgeführt oder die Freiwilligenagentur Tatendrang hat im März 2017 den Marktplatz Gute Geschäfte München, mit 45 Projektabschlüssen in Höhe von 1.830 Stunden Zeitspenden für gemeinnützige Organisationen, erfolgreich veranstaltet.

In Anlage 6 stellen sich die Freiwilligenagenturen und -zentren mit ihrem Aufgabenspektrum und Projekten im Bereich Corporate Volunteering vor.

Unternehmen für München e.V. (UfM)⁸

Das Netzwerk versteht sich als einen Zusammenschluss engagierter Unternehmen, die sich für die Münchner Stadtgesellschaft einsetzen (wollen). Deren Wirken zeichnet sich zunehmend durch ein strategisches und mit der Unternehmensführung abgestimmtes Engagement zur internen Qualifizierung und Weiterbildung der Mitarbeitenden aus.

Bereits von Beginn (2009) an ist der Fachbereich CSR festes Mitglied des Netzwerks und unterstützt hier mit seiner Expertise und Know-How die Unternehmen im Netzwerk. Hierfür informiert und berät der Fachbereich das Netzwerk mit Vorträgen und individuellen Beratungen über den tatsächlichen Bedarf an Unterstützung in der Landeshauptstadt München, ist bei organisatorischen Fragen und Veränderungen des Netzwerkes (z.B. bei der Neuorganisation des Netzwerks hin zum Verein) eng eingebunden oder ist Teil des Konzeptionsteams bei der Gestaltung von Konzepten und Fachveranstaltungen.

Zudem führte der Fachbereich CSR gemeinsam mit dem Netzwerk UfM und der IHK für München und Oberbayern im Jahr 2013 eine Umfrage zum Corporate Volunteering der

8 www.unternehmen-fuer-muenchen.de

Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen durch (siehe Ausführungen Punkt 3.1) und begleitet UfM bei einer Promotionsarbeit der LMU zum Thema „Corporate Volunteering als Personalentwicklungsinstrument“.

Ausführliche Informationen zu dem Verein Unternehmen für München e.V. werden in Anlage 7 dargestellt.

4. Beauftragte Maßnahmen

Neben der Initiierung einer Anlaufstelle für Unternehmen beauftragte der Stadtrat den Fachbereich CSR mit der Prüfung bzw. Umsetzung weiterer Maßnahmen⁹.

Maßnahmen	Federführung	Stand
Vorstellen der Anlaufstelle für die Stadtverwaltung	TN des Fachbereichs CSR an AG-BE + Referatsbesuche	Laufender Prozess
Fortsetzen der bisherigen Unternehmensbefragung	Fachbereich CSR, CSR-Netzwerk	1) Wissenschaftliche Erhebung und Auswertung durch die LMU (2016/2017) in Kooperation mit UfM 2) Neuauflage Studie CV der Unternehmen in München und Oberbayern in Kooperation mit IHK (geplant in 2017)
Erarbeiten von Indikatoren zur Wirkungsanalyse von gesellschaftlichem Engagement	Fachbereich CSR mit Direktorium und Wirtschaftskammern	Wissenschaftliche Erhebung und Auswertung durch die LMU (2016/2017) in Kooperation mit UfM
Befragung in die Tiefe (Wirkungen und Nutzen des Engagements)	Fachbereich CSR mit Direktorium und CSR-Netzwerk	Wissenschaftliche Erhebung und Auswertung durch die LMU (2016/2017) in Kooperation mit UfM
Identifizieren von (Qualifizierungs-)Maßnahmen durch Vorstellen der Anlaufstelle und des Konzepts in verschiedenen Netzwerken (Forum BE, Fachbeirat, Unternehmensnetzwerke)	Fachbereich CSR und CSR-Netzwerk	Der Bedarf an Qualifizierung und Unterstützung bei Unternehmen wie NPOs wird seit 2014 laufend erhoben und bei der Entwicklung von CV-Projekten berücksichtigt.
Bereitstellen von Hintergrundinformationen zu gesellschaftlichen Entwicklungen in München	Fachbereich CSR	Kontinuierliche Information über gesellschaftspolitische Herausforderungen in diversen CSR-/CV-Gremien.

Maßnahmen	Federführung	Stand
Aufgabenklärung bei Mittlerorganisationen	Fachbereich CSR mit Freiwilligenagenturen /-zentren, FöBE	Abgeschlossen; siehe Punkt 3.4
Voraussetzungen schaffen zur Berücksichtigung von BE bei Bewerbungen	Direktorium mit Fachbereich CSR, IHK und CSR-Netzwerk	Vgl. Ausführungen zu „LHM als engagierte Arbeitgeberin“
Botschafter/-innen: Aufgabe definieren und geeignete Personen identifizieren	Fachbereich CSR und CSR-Netzwerk	Wird nach Rücksprache mit MAGFA und Unternehmensnetzwerk bis auf Weiteres nicht weiterverfolgt.
Printmedien	Fachbereich CSR	Vgl. Anlagen
Podiumsdiskussion – Ergebnisse der Umfrage	Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern, Roland Berger Strategy Consultants GmbH und Fachbereich CSR	Vorstellung anlässlich des 1. CSR-Tages der IHK München-Oberbayern
Homepage - Gerüst vorbereiten	Fachbereich CSR mit Direktorium und CSR-Netzwerk	Vgl. Homepage: www.muenchen.de/csr
Newsletter (4x jährlich)	Fachbereich CSR und IHK	Wird nach Rücksprache mit MAGFA und Unternehmensnetzwerk bis auf Weiteres nicht weiterverfolgt.
Qualifizierungskonzept für Firmen und gemeinnützige Organisationen erarbeiten	Fachbereich CSR mit Wirtschaftskammern, FöBE und CSR-Netzwerk	In Kooperation mit MAGFA wurden und werden passgenaue Formate konzipiert und durchgeführt
Umsetzung der Qualifizierungskonzepte	Fachbereich CSR mit Wirtschaftskammern, FöBE und CSR-Netzwerk bzw. POR je nach Zielgruppe	Regelmäßige „Expertenchecks“ in Kooperation mit der Castringius Kinder und Jugend Stiftung München und dem Unternehmensnetzwerk München
Erhebung der Erfahrungen aus Marktplatz-Gute-Geschäfte	Fachbereich CSR, Direktorium und Tatendrang	Auswertung nach dem 6.Marktplatz (21.März 2017) und ggf. konzeptionelle Anpassung für weitere Marktplätze
Qualifizierungskonzept für die Stadtverwaltung	Fachbereich CSR, POR	Vgl. Ausführungen zu F021, Punkt 3.2.
Konstituierung des CSR-Netzwerks	Fachbereich CSR lädt ein	Aufgrund der Rückmeldungen aller relevanten Akteure wird die

Maßnahmen	Federführung	Stand
		Gründung eines eigenen CSR-Netzwerks der LHM bis auf Weiteres nicht weiterverfolgt.
Austausch mit Gemeinden im Umland	Fachbereich CSR mit Direktorium über Bayer.Städtetag	Insbesondere mit den Kommunen Augsburg, Nürnberg, Landsberg, Ingolstadt, Würzburg, Marktoberdorf werden regelmäßige Kooperationsgespräche geführt.
Verifizierung und Veranstaltungen für Netzwerke	Fachbereich CSR, FöBE und Direktorium	Mit FöBE, MAGFA und Unternehmensnetzwerk werden weitere Veranstaltungen für 2017 geplant
München dankt Unternehmen; Vorlage im Stadtrat	Direktorium mit AG-München dankt, Fachbereich CSR, RAW, Wirtschaftskammern, Unternehmen, Fachbeirat	Vgl. Stadtratsvorlage vom 17.12.2014 (Sitzungsvorlage Nr. 14 – 20 / V 01060) und o.g. Ausführungen zu „Münchens ausgezeichnete Unternehmen“
CSR-Empfang	Fachbereich CSR	Im Rahmen der geplanten Verleihung „Münchens ausgezeichnete Unternehmen“

Mit diesen Maßnahmen kam der Fachbereich CSR dem ihm übertragenen Auftrag nach, Unternehmen und gemeinnützige Organisationen im Bereich Unternehmensengagement umfangreich zu informieren, zu beraten und zu qualifizieren.

Ebenso förderte der Fachbereich mit den o.g. Maßnahmen maßgeblich die Kommunikation, den Austausch und die Vernetzung entsprechender Beteiligter und unterstützte damit mittelbar das Engagement für bedürftige Menschen in München.

5. Ausblick

5.1 Spenden

Durch die im Beschluss dargestellten vielfältigen Formate und Maßnahmen hat der Fachbereich CSR wertvolle Kontakte und erfolgreiche Netzwerke akquiriert und etabliert. Dadurch ergeben sich auch im Jahr 2017 ff. wieder wertvolle Synergien für den Spendenbereich, die eine enge Kooperation der Bereiche Spenden und Unternehmensengagement mit seinen (potentiellen) Partnern auch weiterhin voraussetzen.

5.2 Ausbau von Kooperationen

Das Engagement von Unternehmen und Organisationen war aufgrund der besonderen Situation in den Jahren 2015 und 2016 überdurchschnittlich hoch im Bereich der Flüchtlingshilfe.

Die daraus resultierenden Erfahrungen und Unterstützungsformate werden zukünftig auch für weitere Zielgruppen und für den Ausbau vorhandener Kooperationen und die Neugewinnung von Unternehmen genutzt.

„Münchens ausgezeichnete Unternehmen“

Gemäß des Stadtratsauftrags (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 01060 i.v.m Nr. 08-14 / V 12250) startet der Fachbereich CSR im Jahr 2017 mit der Umsetzung der Würdigung „Münchens ausgezeichnete Unternehmen“.

Im Rahmen eines Empfangs wird sich die Landeshauptstadt bei den Unternehmen für deren herausragendes und beispielhaftes Engagement für die Münchener Stadtgesellschaft bedanken.

Die Unterlagen sind ab Herbst 2017 unter folgendem Link zu beziehen:
www.muenchen.de/csr

Qualifizierungsworkshops „Fit für Unternehmensengagement“

Der Fachbereich CSR konzipiert in 2017 gemeinsam mit Unternehmen und MAGFA Qualifizierungsworkshops, um gemeinnützige Organisationen wie Unternehmen wichtige Informationen bzgl. notwendiger Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Unternehmenskooperation zu vermitteln. Die Teilnehmenden werden passgenau dahingehend beraten, welche Art der Kooperation für ihre jeweilige Zielgruppe möglich ist und welche Herausforderungen in der praktischen Umsetzung einer Kooperation in welcher Art und Weise gemeistert werden können.

Darüber hinaus werden Pro-Bono-Beratungen von Unternehmen (Expertenchecks) zu den verschiedenen Bereichen (z.B. Marketing, IT, Personalmanagement) angeboten.

Unternehmensumfrage

Gemeinsam mit der IHK für München und Oberbayern und dem Verein Unternehmen für München e.V. plant der Fachbereich CSR in 2017/2018 eine Neuauflage der Unternehmensstudie 2013. Ziel ist, hier sowohl einen repräsentativen Überblick hinsichtlich engagierter Unternehmen wie auch wertvolle Informationen über förderliche/hemmende Rahmenbedingungen zu CSR zu erlangen.

Dem Korreferenten, Herrn Stadtrat Müller, der Stadtkämmerei, der Frauengleichstellungsstelle, dem Direktorium und dem Sozialreferat/Stelle für interkulturelle Arbeit ist ein Abdruck der Sitzungsvorlage zugeleitet worden.

II. Bekannt gegeben

Der Stadtrat der Landeshauptstadt München

Die Vorsitzende

Die Referentin

Christine Strobl
Bürgermeisterin

Dorothee Schiwy
Berufsm. Stadträtin

III. Abdruck von I. mit II.

über D-II-V/SP

an das Direktorium – Dokumentationsstelle

an das Direktorium

an die Stadtkämmerei

an das Revisionsamt

z.K.

IV. Wv. Sozialreferat

1. Die Übereinstimmung vorstehenden Abdrucks mit der beglaubigten Zweitschrift wird bestätigt.

2. An das Sozialreferat, S-III-MI/IK

An die Frauengleichstellungsstelle

z.K.

Am

I.A.