

**Corporate Volunteering Netzwerk
„Unternehmen Ehrensache“ /
Corporate Social Responsibility Netzwerk
„Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“**

Herbsttagung „Initiative familienbewusste Personalpolitik“

Nürnberg, 6. Oktober 2015

Dr. Uli Glaser

Stadt Nürnberg

Referat für Jugend, Familie und Soziales

Stabsstelle „Bürgerschaftliches Engagement und ‚Corporate Citizenship“

Hauptmarkt 18, 90403 Nürnberg, 0911 – 231 3326, uli.glaser@stadt.nuernberg.de

Vorbemerkungen aus Sicht der Stadt / des Sozialreferats

- **„Solidarische Stadtgesellschaft“ – „Stadtgesellschaft im Dialog“** (Leitmotive Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly)
- **„Governance“-Prinzipien:**
Interaktion zwischen Staat, Drittem Sektor und Wirtschaft
Kommunale Ebene am besten in der Lage, eine ko-produktive (und sensible) Form der Zusammenarbeit zu betreiben.
- Vordringliche Handlungsfelder: Die **drei „A’s“** (Aufwachsen im Stadtteil, Armut lindern und verhindern, Alternde Gesellschaft gestalten). **Arbeit in Netzwerken**
- **„Bedingungen des Gelingens“:**
Konkrete Kooperation ↔ Netzwerke
↔ Engagementkultur
- **Pragmatischer Netzwerk-Begriff**



Grundlagen: Corporate Social Responsibility

Die wichtigsten Aspekte „Verantwortlicher Unternehmensführung“ in den vier Handlungsfeldern		
	Arbeitsplatz	Markt
<i>Schnittstelle zur Gesellschaft</i>	Beschäftigung, Ausbildung	Produkte und Dienstleistungen, Beschaffung
<i>Stakeholder</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter (deren Familien) • Arbeitnehmervertreter • Gewerkschaften • örtliche Gemeinde 	<ul style="list-style-type: none"> • Kunden • Verbraucherschutzverbände • Zulieferer • Wettbewerber
<i>Themen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Vereinbarkeit von Familie & Beruf, Work-Life-Balance • Weiterbildung und Qualifizierung • Antidiskriminierung, Chancengleichheit und Vielfalt • Arbeitnehmerrechte, Entscheidungsfindung und Vorschlagswesen • Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz • Faire Bezahlung, Mitarbeiterbeteiligung 	<ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität, Produktsicherheit • verantwortlicher Umgang mit Produkten • faire Preisgestaltung • umfassende Produktinformationen • Verbraucherschutz • „ausgegrenzte“ Kundensegmente • Zulieferer, Beschaffung • faire Partnerschaft mit Geschäftspartnern
<i>Nutzen Unternehmen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • weniger unfall- und krankheitsbedingte Fehltag • höhere Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen • geringere Rekrutierungskosten und niedrige Fluktuation 	<ul style="list-style-type: none"> • Ressourceneffizienz in der Produktentwicklung • neue Kundengruppen • höhere Kundenzufriedenheit und -bindung • effizientere Produktionsabläufe
<i>Herausforderungen</i>	Demografischer Wandel, Fachkräftemangel, Integration und sozialer Zusammenhalt	Ressourcenverbrauch, Vertrauen in die Wirtschaft, Veränderung des Konsumverhaltens

Daten und Schaubilder im Folgenden aus dem ersten Engagementbericht der Bundesregierung

Grundlagen: Corporate Social Responsibility

<i>Gemeinwesen</i>	<i>Umwelt</i>
Über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinausgehendes Engagement	Verbrauch und Umwandlung von Ressourcen in der gesamten Wertschöpfungskette
<ul style="list-style-type: none"> • gemeinnützige Organisationen • öffentliche Einrichtungen wie Schulen, Kitas • Bürger im Umfeld • Politik, Gemeinde 	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltschutzverbände • lokale Behörden • Mitarbeiter • Verbraucher, Bürger • Geschäftspartner
<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensspenden • Sponsoring, Cause Related Marketing • ehrenamtliches Engagement von Mitarbeitern • Unternehmensstiftungen • Auftragsvergabe an soziale Organisationen • Lobbying für soziale Anliegen 	<ul style="list-style-type: none"> • Energiesparen und Klimaschutz • Ressourcenverbrauch • Umweltauswirkungen am Standort • erneuerbare Energien • Umweltbewusstsein der Mitarbeiter • Umweltmanagementsystem
<ul style="list-style-type: none"> • verbesserte Chancen auf dem Personalmarkt • höhere Identifikation mit dem Arbeitgeber und eine erhöhte Mitarbeiterzufriedenheit • höhere Bekanntheit und Reputation • adäquate „weiche“ Standortfaktoren 	<ul style="list-style-type: none"> • geringerer Ressourcen- und Energieverbrauch • ökologische Verfahrens- und Produktionsinnovationen • Imagegewinn und erfüllte Erwartungshaltung bei Kunden
Intaktes Gemeinwesen, sozialer Zusammenhalt, Integration	Klimawandel, Schutz der Artenvielfalt, Wasserknappheit

„Corporate Social Responsibility“-Netzwerk : „Nürnberg Unternehmen in sozialer Verantwortung“

- Information und Austausch zu den vier CSR-Säulen Ökologie, Mitarbeiter, Markt/Liefererkette, Gemeinwesen.
- Fortführung von ESF-gefördertem Zwei-Jahres-Projekt (CSR in KMU): „Strategie-Entwicklung“
- Seit Frühjahr 2014.
- Trisektoral (Unternehmen, Gemeinnützige, Öffentlich-Rechtliche).
- Keine Mitgliedschaften, nur „Verteilerkreis“ (derzeit 675 Mailadressen).
- Internet-Auftritt, ca. 20 Newsletter p.a. an 600 Empfänger. Nachrichten aus anderen Netzwerken.
- Austauschtreffen, Workshops. CSR-Tag in Planung für 2016.

„Corporate Social Responsibility“-Netzwerk : „Nürnberg Unternehmen in sozialer Verantwortung“

- Fachbeirat aus Wissenschaft (neu besetzte Lehrstühle / Professuren), Kammern, städtischen Geschäftsbereichen.
- Kümmerer: Stadt Nürnberg (Referat für Jugend, Familie und Soziales, in Kooperation mit Umwelt- und Wirtschaftsreferat)
- Kleiner Etat seit 2015. Letzte Themen u.a.
- Letzte Themen z.B.:
CSR und Fußball, Nachhaltigkeitsberichterstattung,
Lebensphasenorientierte und Werte-orientierte Personalpolitik,
CSR-Forschung an regionale Universitäten.

Nürnberger Netzwerkstruktur: Corporate Volunteering Netzwerk „Unternehmen Ehrensache“

- Seit 2011
- „Tri-sektoral“ (Unternehmen, Gemeinnützige, Öffentlich-rechtliche).
- Rund 90 Mitgliedsorganisationen. Newsletter und Internet-Auftritt als Verbindungslinie.
- Ca. 12 Newsletter mit 500 Empfängern. Verteilerkreis derzeit ca. 600.
- Nicht-formalisierte Mitgliederversammlungen.

Corporate Citizenship und Corporate Volunteering

- Corporate Social Responsibility
(Verantwortliche Unternehmensführung)

↓ Unterategorie

- Corporate Citizenship
(Unternehmensengagement im Gemeinwesen)

↓ Unterkategorien

- **Corporate Volunteering (Ehrenamtliches Engagement von Unternehmensmitarbeitern)**
Freistellung für Social Days, Hospitanzen usw.
- Corporate Giving (Sponsoring, Spenden etc.)
- Corporate Foundations (Unternehmensstiftungen)
- Cause Related Marketing (Verknüpfung Produktverkauf mit gemeinnützigen Anliegen)
- Lobbying (Ideeller Einsatz für gemeinnützige Anliegen)
- Social Procurement (Auftragsvergabe / Beschaffung mit gemeinnützigen Organisationen)

Corporate Volunteering Netzwerk „Unternehmen Ehrensache“

- Austausch- und Fortbildungsveranstaltungen.
Themen zuletzt: Stakeholdermanagement, Best-Practice aus Unternehmen, Zusammenarbeiten Gemeinnützige-Unternehmen (Lebenhilfe-HypoVereinsbank, AWO-DATEV usw.)
- Aktiver 14-köpfiger Kümmererkreis mit Aufgabenverteilung.
- Keine Eigenmittel, Beiträge von Partnern, Einzelakquise.

Corporate Volunteering Netzwerk „Unternehmen Ehrensache“

- Seit 2013: gemeinsamer **jährlicher Corporate-Volunteering-Tag** (Vorläufer 2012 als Diskussionsveranstaltung bei der IHK)
- 2013: 130 Beschäftigte aus 16 Unternehmen (bei „Mühlkraft e.V.“ im Nürnberger Land)
- 2014: 170 Beschäftigte aus 13 Unternehmen im Stadtteil St. Leonhard/Schweinau (über 20 Einsatzstellen)
- 2015: 200 Beschäftigte aus 17 Unternehmen im Stadtteil St. Leonhard/Schweinau (über 20 Einsatzstellen)
- 2016 (geplant): 250 Beschäftigte aus 20 Unternehmen im Stadtteil Gibitzenhof/Rabus

Corporate Volunteering Netzwerk „Unternehmen Ehrensache“

- Angebot:
Workshop „Corporate Volunteering Kennenlernen“
- Zielgruppe Unternehmensvertreter/-innen, die Corporate Volunteering kennen lernen wollen und im eigenen Unternehmen umsetzen möchten.
- Referentinnen: Tanja Rödiger (HypoVereinsbank, Kümmererkreis Unternehmen Ehrensache), Birgit Kretz (Tentrum Aktiver Bürger, Kümmererkreis Unternehmen Ehrensache)
- Dienstag, 24.11.2015, 17.00 – 19.30 Uhr (Rathaus)

Corporate Volunteering Netzwerk „Unternehmen Ehrensache“

ENTWICKLUNG

Am 17. Februar 2011 wurde das Netzwerk offiziell mit 20 Mitgliedern gegründet – unter Mitwirkung von Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly und IHK-Präsident Dirk von Vopelius.

Heute hat das Netzwerk 61 Mitglieder (Stand: Januar 2014), davon sind 47 Unternehmen, 16 gemeinnützige Organisationen und 8 öffentlich-rechtliche Träger.

DIE PARTNER IN DER KUMMERER-ROLLE

Stefanie Filmer Gestaf Constra
Kerstin Gehhardt Studensin
Dr. Uli Glaser Stadt Nürnberg, Referat für Jugend, Familie und Soziales
Anne-Kathrin Kirchhof's WEL
Birgit Krebs, Herbert Christ, Annette Schlemmer
Film öffnen / Zentrum Aktiver Bürger
Andreas Pfister KPMG
Tanja Rödig Hypo Vereinsbank
Stefanie Schlobitz Dr. Kreuzer & Oll A-Kanzlei mbH
Dr. Jürgen Waldmann UfW
Werner Zahel SWZ Kommunikationsagentur

MITGLIEDER SIND U.A.

Aus der Wirtschaft
Aventis Hotels | Datsch | ERGO Direkt Versicherungen | Geiger Gruppe | Ion Added Value | Naturholzscheitler | Marbacherune | N-ERGIE | Novartis Pharma | SchmittSohn Aufzüge | Schulte & Schmidt | Lichtentafelwerke | Siemens | Sparkasse Nürnberg | uniViva Lebensversicherung |

Aus dem gemeinnützigen Bereich
ACCESS Integrationsbegleitung | AWO Kreisverband | Bayerisches Rotes Kreuz | Blaugingiv e.V. | Caritas | Ingenieure ohne Grenzen | Kossand e.V. | Lebenshilfe Nürnberg | Mühlenkraft e.V. | nordInclusion | zenitstage e.V. |

Aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich
Stadt Nürnberg | Stadt Fürth | Stadt Schwabach | Stadt Erlangen | Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken | NürnbergSR |

KONTAKT

„Unternehmen Ehrensache“, Das Nürnberger Corporate Volunteering Netzwerk
c/o Dr. Uli Glaser, Stadt Nürnberg, Referat für Jugend, Familie und Soziales
Hauptmarkt 18, 90403 Nürnberg
Tel: 0911-2313326, Fax: 0911-2313330
E-Mail: uli.glaser@stadt.nuernberg.de
facebook.com/UnternehmenEhrensache

Mehr Infos unter:
www.unternehmen-ehrensache.de

Entwurf + Gestaltung: SWZ
Druck: nord Inclusion

Unternehmen

EHRENSACHE

Das Corporate Volunteering Netzwerk Nürnberg



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Dr. Uli Glaser
Stadt Nürnberg

Referat für Jugend Familie und Soziales
Stabsstelle „Bürgerschaftliches Engagement
und ‚Corporate Citizenship‘“
Hauptmarkt 18, 90403 Nürnberg,
0911 – 231 336, Fax: 0911 – 231 5510
uli.glaser@stadt.nuernberg.de
www.soziales.nuernberg.de