

Formelle ehrenamtliche Mitarbeit in Non-Profit-Organisationen am Beispiel des Roten Kreuzes Steiermark – Neue Formen von Ehrenamtlichkeit und deren Herausforderungen im Leistungsbereich des Rettungsdienstes

Bachelorarbeit II

am

Studiengang „Aging Services Management“
an der Ferdinand Porsche FernFH

Thomas Löffler

01010103

Begutachter: Mag. Michael Hamberger, MA

Laßnitzhöhe, Mai 2022

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß übernommen wurden, habe ich als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt oder veröffentlicht.

02. Mai 2022

Unterschrift

Abstract

Der Freiwilligkeit in Non-Profit-Organisationen sozialer Felder stehen herausfordernde Zeiten entgegen. Die Verschiebung von Interessen und Prioritäten ehrenamtlich Engagierter machen eine Neuorganisation sowie die Etablierung neuer Freiwilliger und der Haltung bestehender Freiwilliger notwendig. Insbesondere im Rettungsdienst in der Steiermark, wo dieser zu einem Großteil von Freiwilligen betrieben und aufrecht erhalten wird, bedarf es diesbezüglich rascher und gut überdachter Überlegungen, um auch neue Formen der Freiwilligkeit umzusetzen und zu etablieren. Corporate Volunteering könnte dazu entscheidend beitragen. Die Wahrung der Interessen von Unternehmungen und auch Individuen, welche als primäre Stakeholder bei der Umsetzung von Corporate Volunteering auftreten würden, als auch gesetzgebende Instanzen, müssen aufeinander abgestimmt werden, um ein homogenes Miteinander zu gewährleisten und um damit die Freiwilligkeit in genannten Bereich aufrechtzuerhalten. Aus Umfragen unter bereits ehrenamtlich Engagierten als auch bei Unternehmen, lässt sich ableiten, dass Corporate Volunteering noch nicht in den Köpfen dieser Zielgruppen angekommen zu sein scheint. Unsicherheitsfaktoren wie die Sicherung des Arbeitsplatzes der Freiwilligen, als auch die fehlenden gesetzlichen Rahmenbedingungen für teilnehmende Unternehmen, lassen sich aus der Auswertung der Umfragen ableiten. Eine Passung zwischen Arbeitgeber_innen und –nehmer_innen findet demnach noch nicht statt.

Schlüsselbegriffe: Corporate Volunteering, neue Formen der Freiwilligkeit, Ehrenamtlichkeit in Non-Profit-Organisationen, Zukunft Ehrenamt, Freiwilligkeit im Wandel

Abstract

Challenging times are ahead for voluntary service in non-profit organizations. A shift in personal priorities of voluntary service personnel necessitates a reorganization of organizations' staffing policies. The Styrian ambulance service is particularly susceptible to this shift, since it has been and is going to be maintained by a substantial voluntary workforce. New ideas and the establishment of new types of voluntary service are thus crucial. Corporate Volunteering is one such type. It is key to balance the interests of all stakeholders, individuals, corporations but also lawmaking entities during this process to ensure a homogeneous cooperation as a basis for voluntary service in the whole sector. Based on surveys of voluntary service personnel as well as corporations it is clear that Corporate Volunteering has not yet become a firmly established concept in both target groups. The main factors for that are the lack of job security and the missing legal framework for volunteers. A synchronization of employers and employees is therefore not yet taking place.

Keywords: Corporate Volunteering, new types of voluntary service, voluntary service in non-profit organizations, future of voluntary service, transformation of voluntary service

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung und Forschungsfrage	1
1.2	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	2
1.3	Methode	3
2	Neue Formen der Freiwilligkeit im Überblick	5
2.1	Eingrenzung und Definitionen.....	5
2.1.1	Eventfreiwilligkeit	5
2.1.2	Globaler Voluntourismus.....	5
2.1.3	Virtuelle Freiwilligenarbeit	6
3	Corporate Volunteering	7
3.1	Definition	7
3.2	Chancen und Herausforderungen.....	8
3.3	Passungen	9
3.4	Good-Practice Beispiele	10
3.4.1	Verantwortung (er)leben – Corporate Volunteering bei Hofer.....	10
3.4.2	Deutsche Bank – Unterstützen von sozialen Projekten	10
3.4.3	Förderung von Freiwilligkeit für Auszubildende der Firma Schlemmer .	10
3.5	Arbeitnehmer_innen	10
3.6	Arbeitgeber_innen	11
4	Empirische Untersuchung	12
4.1	Methodik.....	12
4.2	Aufbau und Inhalt der Fragebögen sowie Auswahl der Fragebogenteilnehmer_innen	12
4.2.1	Corporate Volunteering – Fragebogen für ehrenamtliche Mitarbeiter_innen Rettungsdienst	13
4.2.2	Corporate Volunteering – Fragebogen für Unternehmen.....	14
4.3	Forschungsergebnisse	14
4.3.1	Detailergebnisse zur Umfrage Corporate Volunteering – ehrenamtliche Mitarbeiter_innen Rettungsdienst	15
4.3.2	Detailergebnisse zur Umfrage Corporate Volunteering – Unternehmen	23
4.3.3	Passung Arbeitnehmer_innen und Arbeitgeber_innen anhand der Ergebnisse	30

4.3.4 Einschätzung für Potential für Corporate Volunteering im steirischen Roten Kreuz 31

5	Resümee	32
5.1	Diskussion und Beantwortung der Forschungsfrage.....	32
5.2	Schlussfolgerung und Ausblick.....	34
	Literaturverzeichnis	36
	Abbildungsverzeichnis	40
	Tabellenverzeichnis	42
	Anhang.....	43

1 Einleitung

Die Ehrenamtlichkeit ist in unserer heutigen Gesellschaft fest verankert und stellt einen bedeutenden Charakter in dieser dar. Eine fokussierte Beobachtung der einflussgebenden Faktoren sowohl aus der Umwelt, als auch politischer und sozialer Veränderungen und der ständig wechselnden Gegebenheiten spielen daher eine enorme Bedeutung für Unternehmen und Organisationen (Simonson et al., 2014, S. 21). Daraus resultierend gibt es Überlegungen und Anstrengungen, Freiwilligkeit angepasst und individualisiert aufzustellen, um diese zielgerichtet für Ehrenamtliche, Unternehmen und Non-Profit-Organisationen aufeinander abgestimmt anzubieten und durchführen zu können (Oberarzbacher, 2015, S. 54). Besonders im Bereich des Rettungsdienstes in der Steiermark, welcher zu einem großen Teil durch ehrenamtliches Personal betrieben und aufrechterhalten bleibt, gilt es die Herausforderungen, welche mit der Initiierung neuer Formen von Ehrenamtlichkeit einhergehen, mit besonderer Sorgfalt umzusetzen. Laut Kobi (2008, S. 45f.) bestehen sogenannte „*psychologische Arbeitsverträge*“ zwischen Arbeitgeber_innen und –nehmer_innen. Diese bedeuten Attribute, welche zwar erwartet, aber nicht verschriftlicht werden, wie beispielsweise Flexibilität, hohes Ausmaß an Toleranz, Ausdauer, eine rasche Anpassungsfähigkeit an kurzfristige Änderungen, kurze Reaktionszeit und ähnliche. Innovationen und eine rasche Digitalisierung und Vernetzung machen eine zeitintensive, orts- und zeitgebundene Ausübung von ehrenamtlichen Tätigkeiten nahezu unmöglich (Steffes et al., 2017, S. 464). Für Unternehmungen muss es sich lohnen, ihre Mitarbeiter_innen für Tätigkeiten in Non-Profit-Organisationen frei zu stellen. Möglichkeiten zur Vernetzung und Aufrechterhaltung von Partnerschaften sollen dazu verwirklicht, Win-Win-Situationen für alle Stakeholder daraus resultieren und Freude und Begeisterung für ehrenamtliches Werken geformt werden. Mittel- und langfristige Lösungen müssen daher für die Aufrechterhaltung freiwilliger sozialer Tätigkeitsfelder eruiert und deren Umsetzung gezielt und gesteuert implementiert werden. Gesetze und deren gebende Instanzen müssen in die Überlegungen involviert werden, um dahingehend Rahmen und Räume zu schaffen, in denen Beteiligte sich bewegen und orientieren können (Max & Schulze, 2022, S. 158).

1.1 Problemstellung und Forschungsfrage

Die Übernahme ehrenamtlicher Tätigkeiten tendiert hin von einer langfristigen zu einer kurzfristigen Dauer (Aldrian, 2015, S. 30, zitiert nach Selke, 2010, S. 318f.). Umgeben von Einflussfaktoren wie familiäre und berufliche Verpflichtungen, dem demographischen Wandel, Innovationen, Digitalisierung und dem Paradigmenwechsel in der Gesellschaft (Benedetti, 2015, S. 65f.) bedarf es diesbezüglich einer detaillierten Beleuchtung der Gegebenheiten und mög-

licher Auswirkungen auf Freiwilligenorganisationen. Insbesondere sind Non-Profit-Organisationen sozialer Felder von deren Auswirkungen betroffen, da diese auf Freiwilligkeit bauen und darauf angewiesen sind (Stötzer et al., 2017, S. 218 zitiert nach Andeßner, 2004, S. 41).

Die neuen Formen der Freiwilligkeit in unserer Gesellschaft, wie die Eventfreiwilligkeit, der Voluntourismus, der virtuellen Freiwilligkeit und dem Corporate Volunteering stehen in Divergenz zu den Tätigkeiten im Rettungsdienst in der Steiermark (Aldrian, 2015, S. 12f.). Aus- und Fortbildungen, Dienstverpflichtungen und das Erlangen von Routinen erfordern Ausdauer und Regelmäßigkeit (<https://www.roteskreuz.at>, 23.01.2022).

Aus den hier genannten Problemstellungen heraus ergibt sich folgende zentrale Forschungsfrage:

„Wie kann Corporate Volunteering als Bestandteil der Freiwilligkeit im Rettungsdienst in der Steiermark integriert werden, so dass die Freiwilligkeit in diesem Bereich aufrechterhalten bleiben kann?“

1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Als Zielsetzung der Bachelorarbeit II soll besonders eine der neuen Formen der Freiwilligkeit, nämlich das „Corporate Volunteering“ vorgestellt und als Möglichkeit hervorgehoben werden, wie man die Freiwilligkeit im besagten Segment aufrecht erhalten kann und diese weiterhin im Einklang mit dem Interessen der Freiwilligen selbst, aber auch derer Arbeitgeber_innen steht. Corporate Volunteering kann im speziellen dort eingesetzt werden, wo skilled-based Fähigkeiten benötigt und eingesetzt werden können. Das bedeutet, dass Menschen ihre beruflichen Attribute dort vertiefen und zur Verfügung stellen, wo es gesellschaftliche Defizite auszugleichen gibt. Als Motivation steht dahingehend die Möglichkeit für Mitarbeiter_innen, dies in ihrer Arbeitszeit zu tun. Für Organisationen steht der gesellschaftliche Nutzen im Vordergrund. Diese Aspekte sollen zukünftig verstärkt zum Einsatz kommen (<https://www.derstandard.at>, 21.01.2022). Es wird erhoben, welche Bedürfnisse ehrenamtlich Tätige für die Ausübung dieser benötigen und erwarten. Im Gegensatz dazu wird präsentiert, welche Erwartungen von Unternehmungen ausgehen, um ihren Mitarbeiter_innen die Ausübung von ehrenamtlichen Tätigkeiten zu ermöglichen. In weiterer Folge wird darauf eingegangen, inwiefern die neue Form der Freiwilligkeit, das Corporate Volunteering, gewinnbringend für alle drei teilhabenden Stakeholder, nämlich der/die Freiwilligen, der/die Arbeitgeber_innen sowie die Non-Profit-Organisation selbst, ein- und umgesetzt werden kann. Als Ziel soll sich herauskristalisieren, wie die derzeitige Form der Freiwilligkeit besonders im Österreichischen Roten Kreuz, Landesverband Steiermark im Leistungsbereich des Rettungsdienstes, mit Hilfe von Corporate Volunteering aufrecht erhalten werden kann. Es wird erklärt, welche Notwendigkeiten sowohl für Individuen als auch für die Organisationen notwendig sind, welche bereits bestehen und welche noch geschaffen werden müssen.

In der Einleitung in Kapitel eins wird definiert, welche Problemstellungen mit der definierten Forschungsfrage einhergehen und mit welcher Methodik diese beantwortet wird. Der aktuelle Forschungsstand anhand bestehender Literatur findet in diesem Absatz seine Erklärung. Im darauffolgenden zweiten Kapitel werden die neuen Formen der Freiwilligkeit im Überblick beschrieben, eingegrenzt und definiert. Im dritten Kapitel wird explizit auf einer der neuen Formen der Freiwilligkeit, dem Corporate Volunteering, eingegangen. Dies geschieht anhand einer genauen Definition und dem Durchleuchten der Chancen und Herausforderungen dieser Variante sowohl für die Arbeitgeber_innen- als auch –nehmer_innenseite. Präsentiert werden dabei bereits gelebte Good-Practice Beispiele. Im vierten Kapitel findet die empirische Untersuchung der Forschungsfrage statt. Anhand eines Fragebogens werden die Teilnehmer_innen eingegrenzt und definiert sowie dessen Aufbau und Inhalt präsentiert. Abschließend wird nach der Vorbereitungsphase die Durchführung der Befragung umgesetzt, um anhand dieser die Ergebnisse untersuchen und präsentieren zu können. Im fünften Abschnitt werden die Forschungsergebnisse diskutiert und anhand dieser die Forschungsfrage beantwortet. Abschließend wird im selben Kapitel ein Resümee über die gewonnenen Erkenntnisse gezogen. Dies wird durch eine Schlussfolgerung abgerundet und mit einem Ausblick auf etwaigen damit einhergehenden zukünftigen Herausforderungen abgeschlossen.

1.3 Methode

Die Recherche zu den behandelnden Inhalten erfolgt online auf den fachliteraturspezifischen Suchmaschinen Google Scholar und Wiso. Die Erhebung der Inhalte erfolgt nach Schlagwörtern wie „*neue Formen des Ehrenamts; neue Formen der Freiwilligenarbeit; Zukunft Ehrenamt; Neue Märkte für Freiwilligkeit; Freiwilligkeit im Wandel; demographischer Wandel in der Freiwilligkeit; Corporate Volunteering*“ und ähnlichem.

Anhand eines Fragebogens werden unter bestehenden Mitarbeiter_innen des Österreichischen Roten Kreuzes, Landesverband Steiermark, Bezirksstelle Graz-Umgebung im Leistungsbereich des Rettungsdienstes, Werte, Interessen und derzeit vorherrschende Rahmenbedingungen bestimmt, welche sie zur Durchführung der ehrenamtlichen Tätigkeiten im beschriebenen Feld motivieren. Darüber hinaus bildet dieser Fragebogen die Grundlage für die Erhebung der Bereitschaftsmotive der Befragten, welche zur Aufnahme von Corporate Volunteering führen. Zudem gilt es zu erfragen, welche Erwartungshaltungen Ehrenamtliche sowohl an ihre Arbeitgeber_innen als auch an die jeweilige Non-Profit-Organisation stellen, um Corporate Volunteering zu betreiben.

Ein zweiter Fragebogen richtet sich an Entscheidungsträger_innen von Unternehmen und Organisationen verschiedenster Branchen. Ausgehend von der Annahme, dass Organisationen ihre Mitarbeiter_innen nicht ohne direkten Benefit an Non-Profit-Organisationen für deren Nutzen überlassen, wird in diesem Fragebogen erhoben, wie hoch deren Bereitschaft dafür

überhaupt ist. Des Weiteren wird geklärt werden, welche rechtlichen Grundlagen vorausgesetzt, welche Formen der Vergütung erwartet werden und welche Benefits sich für die Unternehmungen in der Wirtschaft dadurch ergeben sollen. Zudem wird definiert, inwiefern Unternehmungen von der Möglichkeit der Rückverrechnung entstandener Lohn- bzw. Gehaltskosten vom Bund/Land informiert sind.

Aus den beiden Umfragen heraus werden die Interessen der beiden Stakeholder (Ehrenamtliche und Organisationen) verglichen und deren Bedürfnisse aufeinander abgestimmt präsentiert. Die Ergebnisse unterstützen bei der Umsetzung von Corporate Volunteering, da beide Seiten durchleuchtet und gegenüber gestellt werden. Als dritter Stakeholder soll daraus die Non-Profit-Organisation profitieren, in dem engagierte Mitarbeiter_innen für die Erfüllung derer Aufgaben eingesetzt werden können. Die Fragebögen werden mittels Online-Survey an die beiden definierten Zielgruppen ausgesendet und können von ihnen direkt auf dieser Plattform ausgefüllt werden. Die ermittelten Ergebnisse werden gegenübergestellt, verglichen und quantitativ mittels einer SPSS Auswertung präsentiert. Die Gegenüberstellung der Ergebnisse erfolgt anhand deskriptiver Statistiken und Tabellen zur Visualisierungen dieser. Ziel der Auswertung ist es, die Passung für Corporate Volunteering, anhand bestehender Gegebenheiten ehrenamtlich Engagierter in den verschiedensten Unternehmungen zu ermitteln und eine bedarfsgerechte Inanspruchnahme dieser zu bewerten und darzustellen.

2 Neue Formen der Freiwilligkeit im Überblick

2.1 Eingrenzung und Definitionen

Wie eingehend bereits festgehalten, sieht sich die Gesellschaft ständig mit wandelnden Konstellationen konfrontiert, welche alle Lebensbereiche beeinflussen. Daraus resultierend befindet sich auch die Freiwilligkeit in einem ständigen Wechsel der vorherrschenden Gegebenheiten (Neufeind et al., 2015, S. 196). Seitens des Österreichischen Roten Kreuzes wurde bereits 2011 erkannt, dass der Einsatz neuer Formen von Ehrenamtlichkeit zukünftig notwendig sein wird, da vor allem berufliche Verpflichtungen und zeitliche Einschränkungen, einschneidende Rückgänge auf die Ausübung freiwilliger Tätigkeiten in sozialen Feldern spürbar machen lassen (<https://noe.orf.at>, 21.02.2022). Ehrenamtliches Engagement entwickelt sich von einer dauerhaften Bindung hin zu einer projektbezogenen und zeitlich limitierten Assoziation von Menschen zu einer Organisation. Diese passt sich an die eigene Biographie an und ist somit Teil der Passung des Individuums (Braun, 2011, S. 19f.).

Daraus lassen sich drei neue Formen der Freiwilligkeit ableiten. Diese sind die *Eventfreiwilligkeit*, der *globale Voluntourismus* sowie die *virtuelle Freiwilligenarbeit* (Neufeind et al., 2015, S. 196ff.). Diese drei Varianten werden hier in Folge zum besseren Verständnis kurz erläutert. Eine weitere weitreichende und vielversprechende Form der „neuen Freiwilligenarbeit“ wird laut Bartsch (2010, S 388f.) dem *Corporate Volunteering* zugeschrieben. Auf diese Form wird in weiterer Folge eingegrenzt und im Kapitel drei dieser Arbeit im Detail vorgestellt.

2.1.1 Eventfreiwilligkeit

Diese Form der Freiwilligkeit beschreibt den Wunsch der Beteiligten nach spontaner und kurzweiliger Übernahme ehrenamtlicher Verpflichtungen, wie beispielsweise der Bewältigung von Großveranstaltungen oder Hilfe beim Eintreten von Katastrophen. Ebenso ist das Bedürfnis nach dem „etwas erleben wollen“ bei dieser Variante höher ausgeprägt als bei der klassischen Freiwilligkeit (Neufeind et al., 2015, S. 204; 2015. S. 216). Es lässt sich feststellen, dass die Aufgabenvielfalt aber auch die Übernahme von Verantwortung, Auslöser für eine zufriedene Passung für Eventfreiwillige und somit eine Abstimmung von Motivationsbedürfnissen in der Aufteilung von Aufgaben von Führungskräften bedeutet. Für viele Interessierte ist zudem der Faktor „berufliches Weiterkommen“ bedeutend zuzuschreiben, um aufgrund der Tätigkeiten in der Eventfreiwilligkeit, jobspezifische Fähigkeiten zu erlangen (Neufeind et al., 2015, S. 196ff.)

2.1.2 Globaler Voluntourismus

Voluntourismus ist ein zusammenhängendes Wort, welches sich aus den Begriffen „volunteering“ und „Tourismus“ zusammensetzt (Khandoker, 2020, S. 188f). Der globale Voluntouris-

mus ermöglicht es Menschen, kulturelle und fremde Gegebenheiten kennenzulernen und zeitgleich, soziale und zwischenmenschliche Handlungen für die Menschen vor Ort zu leisten. Die Einsatzfelder und –zeiten variieren zwischen wenigen Tagen und mehreren Jahren in unterschiedlichsten Settings und Gesellschaftsformen. Globaler Voluntourismus kann beispielsweise im Rahmen eines Freiwilligen Sozialen Jahres im Ausland geleistet werden. Hochentwickelte Ausprägungen und Angebote zur Ausübung dieser neuen Form von Freiwilligkeit werden in Europa von Non-Profit-Organisationen angeboten, welche insbesondere Jugendlichen für langfristige Einsätze Möglichkeiten bieten, durch ein internationales Engagement, fremde Kulturen kennenzulernen und ihren eigenen Horizont weiterzuentwickeln (Haas, 2016, S. 1ff.).

2.1.3 Virtuelle Freiwilligenarbeit

Die virtuelle Freiwilligenarbeit ist besonders unter Berücksichtigung der zur Zeit geltenden erschwerten Bedingungen rund um die Covid-19 Pandemie ein leicht einzusetzendes Tool, um schnell und adäquat Freiwilligenarbeit leisten zu können. Mehr als ein PC/Laptop mit einer stabilen Internetverbindung sind dazu primär nicht notwendig. Unterstützt werden können Projekte von Non-Government-Organizations oder anderer gemeinnütziger Organisationen weltweit (<https://www.volunteerworld.com>, 22.02.2022). Unternehmen und Organisationen können bei Anwendung dieser Variante von Freiwilligkeit kostensparend (keine Kosten für Büros, Equipment, Betriebskosten und dergleichen) eine große Anzahl an Freiwilligen outsourcen und anbieten. Die zur Verfügung Stellung von Daten erfolgt online und unbürokratisch (<https://worldscholarshipforum.com>, 22.02.2022). Ein weiteres Feld, welches der virtuellen Freiwilligenarbeit zuzuschreiben ist, ist beispielsweise das Bereitstellen von Wissen und Ressourcen auf breit genutzten und anerkannten Online-Plattformen wie beispielsweise der Online-Enzyklopädie Wikipedia. Ehrenamtliche stellen hierbei freiwillig ihr Wissen oder Modellrechnungen und Auswertungen der breiten Masse online zur Verfügung (Studer & von Schnurbein, 2013, S. 36).

3 Corporate Volunteering

3.1 Definition

Corporate Volunteering dient dem Zwecke, Dienste, Wissen, Know-How und/oder das zur Verfügung stellen von finanziellen oder materiellen Ressourcen von Unternehmen oder Organisationen, für das Allgemeinwohl sozialer Gesellschaften. Der primäre Nutzen dafür wird aber durch das Freistellen von Manpower erreicht. Dies kann sowohl durch das forcieren bereits bestehender ehrenamtlicher Tätigkeiten von Mitarbeiter_innen erreicht werden, als aber auch, durch das erarbeiten und implementieren neuer sozialer Projekte für die Allgemeinheit oder einer bestimmten zuvor definierten Zielgruppe. Zudem ist der Dauer der Tätigkeiten keine Grenzen gesetzt und kann zwischen stundenweisen Einsätzen bis hin zu längerfristigen Engagements reichen (Centre for Sustainability Management, 2006, S. 47). Nach einer Definition von Lin-Hi (<https://wirtschaftslexikon.gabler.de>, 22.02.2022) beschreibt Corporate Volunteering einen Austausch gesellschaftlichen Engagements in einer Gesellschaft. Unternehmen bieten ihren Mitarbeiter_innen die Möglichkeit, im Rahmen und Ausmaß ihres Angestelltenverhältnisses, sich freiwillig der Lösung von Problemstellungen sozialer Organisationen zu widmen. Dabei soll auch die Kompetenzerweiterung sozialer Attribute gestärkt und ausgebaut werden. Corporate Volunteering bedeutet zudem auch, dass Unternehmen zusätzlich zur Arbeitskraft (dessen Arbeitszeit), Equipment und Ressourcen zur Verfügung stellen. Dadurch wird es ermöglicht, Organisationen in sozialen Handlungsfeldern, Arbeitskraft, Wissen und Kenntnisse zur Verfügung zu stellen. Das Leistungsangebot überstreckt sich nach einer Darstellung des Fundraising Verband Austria wie in Abbildung 1 dargestellt nach folgenden Aktivitäten (<https://www.fundraising.at>, 22.02.2022):

Abbildung 1: Aktivitäten von Corporate Volunteering

RESSOURCEN FÜR NPO	LEISTUNGSERBRINGUNG FÜR ADRESSATEN DER NPO		CAPACITY BUILDING / ORGANISATIONS- ENTWICKLUNG DER NPO		
HANDS-ON	1:1 – BEGEGNUNG	KOMPETENZSPENDEN / SKILLS-BASED VOLUNTEERING			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Handwerkliches ▶ Unterstützung bei Veranstaltungen ▶ Kochen ▶ Müllsammeln ▶ Bäume pflanzen 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Besuchsdienste ▶ Ausflüge ▶ Mentoring ▶ Patenschaften ▶ Hilfe beim Spracherwerb 	KOMPETENZ-ERWERB	PRO BONO	KNOW-HOW-TRANSFER	INNOVATION
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bewerbungstrainings ▶ IT-Kurse ▶ Financial literacy 	Dienstleistungen in den Bereichen IT, PR, Recht, HR, Logistik, etc.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Beratung ▶ Coaching ▶ Vorstandsentsendung 	Gemeinsame Entwicklung neuer Lösungen
IN TEAMS	IN TEAMS ODER EINZELNE MA	EINZELNE MA	IM TEAM ODER EINZELNE MA	EINZELNE MA	EINZELNE MA
VEREINZELTE MAßNAHMEN			STRATEGISCHE VERANKERUNG		

Quelle: Adaptierte Darstellung nach Lang/Sturm 2018

Quelle: <https://www.fundraising.at>, 22.02.2022

Die Darstellung zeigt, dass Corporate Volunteering für Non-Profit-Organisationen in unterschiedlichsten Leistungsabstufungen und Manpower durchgeführt werden kann. Diese reichen von körperlichen Tätigkeiten, über direkte zwischenmenschliche Kontakte oder aber auch im Anbieten von skilled-based Fähigkeiten hinaus. Die Tätigkeiten können von einzelnen Personen, als aber auch in Gruppen durchgeführt werden. Die Dauer kann sich auf Einzelprojekte eingrenzen, aber auch über längere strategische Maßnahmen hinaus definiert und festgelegt werden. Für Unternehmungen bringen die Teilnahme und das Anbieten dieser Form von Freiwilligkeit eine Steigerung des eigenen Images in derer Umwelt mit sich. Sie fördern die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter_innen dadurch, dass sie ihnen ermöglichen, ihr Know-How auch in anderen Bereichen einzusetzen und dadurch wiederum neues zu erlernen, welches im Gegenzug gewinnbringend wieder für das Unternehmen eingesetzt werden kann. Dies kann im Umkehrschluss wiederum Kund_innenbindung erzeugen, Netzwerke am Markt entstehen lassen und das Unternehmen als Social Player nach außen hin platzieren (<https://www.fundraising.at>, 22.02.2022).

3.2 Chancen und Herausforderungen

Der immer stärker werdende Wunsch ehrenamtlich Engagierter, eigene Visionen zu leben und umzusetzen um sich dabei selbst zu verwirklichen, führt langfristig zu einem Rückgang von Mitarbeitenden, welche sich an nur einen Verein mit nur einer Aufgabe binden wollen. Vielmehr steht das Streben nach der Mitarbeit bei projektbezogenen Aufgaben im Vordergrund. Dies, verbunden mit dem demographischen Wandel, beruflicher sowie privater Verpflichtungen, diversitätsbezogener Umstände, Innovationen und die Digitalisierung, bringen Non-Profit-Organisationen dazu, diesen Trends und insbesondere der damit einhergehenden Problematik des Mitarbeiterschwundes entgegenzuwirken. Erkennbar bleibt weiterhin der Wunsch ehrenamtlich Engagierter, sich für das Allgemeinwohl einzusetzen und sozial Schwächere zu unterstützen. Hier gilt es für Non-Profit-Organisationen anzusetzen und sich intensiver mit den Gedanken der Implementierung neuer Formen von Freiwilligkeit auseinanderzusetzen. Es scheint von enormer Bedeutung zu sein, die Gewichtung von sozialen Standpunkten, der Setzung von Prioritäten und dem Aufrechterhalten qualitativer Standards für Ehrenamtliche hoch zu halten, möchte man als Non-Profit-Organisation eines sozialen Handlungsfeldes weiterhin aktiv und attraktiv für ehrenamtlich Interessierte auftreten. (Stadler, 2014, S. 123ff.).

Besonders Corporate Volunteering bietet die Chance für Interessierte, sich stärker gemäß ihrer eigenen Interessen und im gewünschten Ausmaß an Stunden einzubringen. Zudem bietet sich die Möglichkeit, sich örtlich als auch zeitlich unabhängiger zu binden und eigene Skills zur Verfügung zu stellen (Neufeind et al., 2015, S. 196ff.).

Die neuen Formen der Freiwilligkeit im Allgemeinen, stehen für Unternehmen noch in den Startlöchern, ein Etablieren in der Wirtschaftswelt befindet sich in der Entstehungsphase. Unterstützung für die Umsetzung dieses Vorhabens kommt von der Europäischen Kommission und umfasst den Zugang zu finanziellen Mitteln, der Transparenz sowie Vernetzung, der Schaffung rechtlicher Rahmenbedingungen sowie die Möglichkeit staatlicher Förderungen für Unternehmen. Anhand dieser Maßnahmen sollen die neuen Formen von Freiwilligkeit zum einen für Unternehmen leichter umsetzbar werden und zum anderen einen einfacheren Zugang für Non-Profit-Organisationen zur Nutzung der Möglichkeit dieser, schaffen (Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, 2019, S. 94f.).

3.3 Passungen

Corporate Volunteering umfasst im eigentlichen Sinne drei Stakeholder, die hier in der Abbildung 2 ersichtlich sind. Es gilt deren Bedürfnisse im Einklang zu bringen und zu halten (Verbücheln, 2020).

Abbildung 2: Stakeholder Corporate Volunteering



Quelle: Verbücheln, 2020

Mitarbeiter_innen streben demnach danach, dass ihre Zufriedenheit im Job und ihre Arbeitsmotivation aufrechterhalten bzw. gesteigert werden und sie im Zuge dessen ihre beruflichen Fähigkeiten verbessern können. Sie sind davon abhängig, dass ihr Unternehmen sie für ehrenamtliche Tätigkeiten in Non-Profit-Organisationen freigibt. Non-Profit-Organisationen als weiterer Beteiligter streben nach dem lukrieren von Freiwilligen zur Umsetzung ihrer Interessen. Sie bauen auf spezielle Fähigkeiten dieser, als auch auf die Bereitschaft und das Know-How von Unternehmungen. Diese wollen in weiterer Folge mit der Umsetzung von Corporate Volunteering ihre Attraktivität am Arbeitsmarkt steigern, eine hohe Mitarbeiter_innen-Bindung und –Zufriedenheit schaffen und sich gemeinnützig in der Gesellschaft präsentieren und etab-

lieren. Non-Profit-Organisationen verfolgen das Ziel, durch Corporate Volunteering ein Gemeinschaftsgefühlsgefühl zu schaffen, Vertrauen aufzubauen und gemeinsame Ziele zu erreichen. Dies soll durch klar definierte Prozesse und Vorgehensweisen erreicht werden, welche in weiterer Folge in langfristige Partnerschaften übergehen sollen (Verbücheln, 2020).

3.4 Good-Practice Beispiele

3.4.1 Verantwortung (er)leben – Corporate Volunteering bei Hofer

Die Diskonter-Gruppe Hofer bietet seinen Mitarbeiter_innen die Möglichkeit an, sich anhand von Corporate Volunteering sozial und gesellschaftlich ehrenamtlich zu engagieren. Einmal jährlich besteht demnach die Möglichkeit, sich bei einem von 50 verschiedenen karitativen Projekten einzubringen und ein paar Stunden während der Arbeitszeit, soziales Engagement für die Gesellschaft zu leisten. Die Wahl zur Umsetzung des ehrenamtlichen Engagements erstreckt sich beispielsweise über Flurreinigungen, Unterstützungen bei Essenssammlungen und –ausgaben im Rahmen der OÖ-Tafeln, Mithilfe bei Diakonie Projekten oder bei Töpferworkshops in Zusammenarbeit mit dem SOS-Kinderdorf (<https://www.hofer.at>, 11.03.2022).

3.4.2 Deutsche Bank – Unterstützen von sozialen Projekten

Die Deutsche Bank und ihre dazugehörigen Stiftungen unterstützen weltweit soziale Projekte sowohl mit finanziellen Mitteln, als auch mit Know-How und Fachkompetenz. Dieses Wissen wird durch die Zurverfügungstellung von „Profis“ an soziale Organisationen weitergeben, damit diese in weiterer Folge, erfolgreich ihre Ziele in den verschiedensten sozialen Events erreichen und umsetzen können. Im Jahr 2016 wurden diese ehrenamtlichen Engagements in Summe von 6.600 Mitarbeiter_innen und knapp 2.000 unterstützten Projekte verantwortlich umgesetzt (<https://www.ak-kurier.de>, 12.03.2022).

3.4.3 Förderung von Freiwilligkeit für Auszubildende der Firma Schlemmer

Die Firma Schlemmer aus Deutschland (Haßfurth) sieht es von enormer Wichtigkeit und Bedeutung, bereits junge Menschen, die sich in einer Ausbildung befinden, auf die Wichtigkeit der Interessen und das Wohlwollen der Gesellschaft zu fokussieren. Daher bietet dieses Unternehmen die Möglichkeit, in Kooperation mit dem Mehrgenerationenhaus in der Stadt, sich anhand von abteilungs- und handwerklich-übergreifenden Projekten „interdisziplinär“ für Projekte für die Allgemeinheit zu engagieren (<https://www.infranken.de>, 12.03.2022).

3.5 Arbeitnehmer_innen

Corporate Volunteering für Arbeitnehmer_innen lässt sich nicht pauschal für alle Interessierten umlegen. Für jedes Individuum gilt es, individualisiert skilled-based Fähigkeiten einzusetzen,

eine hohe Ausprägung von Autonomie und Selbstbestimmung zu gewähren, eine wertschätzende Anerkennung der Leistungen an den Tag zu legen und die Ergebnisse messbar und ergebnisorientiert offen zu legen. (Verbüchel, 2020). Sie wollen sich durch Corporate Volunteering mit ihren Fachkenntnissen in neuen Teams etablieren, ihre sozialen Fähigkeiten ausbauen, sich persönlich sowie auch beruflich weiterentwickeln und ihre Work-Life-Balance verbessern (<https://www.fundraising.at>, 13.03.2022).

3.6 Arbeitgeber_innen

Laut einer Statistik von Fundraising Austria engagieren sich bereits 36 % der Unternehmen in Österreich im Corporate Volunteering. Dabei ist es wichtig zu evaluieren in welchen Projekten eine große Nachfrage an Freiwilligen besteht, welche Voraussetzungen überhaupt benötigt werden und ob das Output einen positiven Effekt für alle Beteiligten hat. Die Abfolge der zu setzenden Schritte und Handlungen wird bestenfalls anhand eines gut geplanten Zeit- und Projektplans erledigt. All diese Schritte verfolgen das Ziel, wirtschaftlich und imagebedacht, die Werte und Ziele des Unternehmens nach außen zu transportieren. Personal und Zeit sind wertvolle Güter, diese gilt es nach dem Prinzip einer Win-Win-Win-Situation für alle Beteiligten (Mitarbeiter_in, Unternehmen, Non-Profit-Organisation) bestmöglich einzusetzen (<https://www.fundraising.at>, 22.02.2022). Corporate Volunteering bringt für Unternehmen langfristige Mitarbeiter_innen-Bindung, eine höhere Produktivität sowie eine sinkende Fluktuation mit sich. Mitarbeiter_innen entwickeln im Rahmen der Ausübung ihrer Aktivitäten im Corporate Volunteering ein hohes Maß an sozialen Fähigkeiten, vertiefen ihre Kompetenzen und stärken ihr eigenes freiwilliges Engagement. Der/die Arbeitgeber_in präsentiert sich als attraktives Unternehmen am Arbeitsmarkt. Zudem bietet sich die Möglichkeit der steuerlichen Absetzung von Corporate Volunteering (Kropf, 2017). Laut einer Umfrage des Fundraising Verband Austria im Jahre 2018 unter Unternehmen, welche aktiv Corporate Volunteering betreiben, werden als Hauptmotive für die Durchführung dieser Form von Freiwilligkeit, die Mitarbeiter_innen-Bindung und –Zufriedenheit, das Teambuilding und die Außenwirkung des Unternehmens genannt (<https://www.fundraising.at>, 13.03.2022).

4 Empirische Untersuchung

4.1 Methodik

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit werden zwei Fragebögen erstellt. Einer richtet sich an bereits bestehende, ehrenamtliche Mitarbeiter_innen im Rettungsdienst des Roten Kreuzes, Bezirksstelle Graz-Umgebung. Der zweite Fragebogen wird an Entscheidungsträger_innen von Unternehmen und Organisationen verschiedenster Branchen adressiert. Ziel der beiden Fragebögen ist es zu ermitteln, inwiefern die beiden Zielgruppen über Corporate Volunteering informiert sind, wie hoch deren Bereitschaft zur Umsetzung dieser Form der Freiwilligkeit ist und welche Rahmenbedingungen sie benötigen bzw. erwarten, um daran teilzuhaben. Die beiden Fragebögen können dem Anhang entnommen werden. Die Auswertung der Ergebnisse erfolgt quantitativ und diese werden mit Hilfe von SPSS ausgewertet und mittels deskriptiver Statistiken aufgearbeitet. Die Präsentation wird mittels Tabellen sowie Diagrammen für die Darstellung von Häufigkeiten vorgenommen, um einen Vergleich der Ergebnisse zwischen ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen und potentiellen Arbeitgeber_innen erreichen zu können.

4.2 Aufbau und Inhalt der Fragebögen sowie Auswahl der Fragebogeneilnehmer_innen

Die Teilnehmer_innen der beiden Fragebögen wurden vorab definiert und teilen sich in zwei Zielgruppen auf, die bereits oben stehend erwähnt wurden. Die Zielgruppen wurden per Mail über den Online-Fragebogen informiert und zur aktiven Teilnahme mittels Übermittlung des Links zur Online-Plattform <https://www.empirio.de> gebeten. Vorbereitende Maßnahmen zur Durchführung der beiden Umfragen haben sich auf die Auswahl der Teilnehmer_innen und der Vorselektierung der zur stellenden Fragen beschränkt. Darauf folgend erfolgte die Eingabe der Fragen in das Onlineportal von Empirio. Nach vorheriger Abstimmung mit dem Österreichischen Roten Kreuz, Landesverband Steiermark, Bezirksstelle Graz-Umgebung wurde der Link zur Teilnahme an den Mail-Verteiler „Alle Mitarbeiter_innen Graz-Umgebung“ ausgesendet und um Teilnahme daran gebeten. Die Auswahl der Teilnehmer_innen für den Fragebogen für die Unternehmen gestaltete sich dahingehend, dass potentielle Kandidat_innen vorab telefonisch kontaktiert wurden, die Rahmenbedingungen und die Inhalte erklärt und zur Teilnahme gebeten wurden. Der Link wurde anschließend per Mail übermittelt. Um Weiterleitung an weitere potentielle Bekannte/Partner wurde gebeten. Zudem erfolgte eine Verteilung des Links via Facebook und über dem Online-Campus der Ferdinand-Porsche FernFH.

4.2.1 Corporate Volunteering – Fragebogen für ehrenamtliche Mitarbeiter_innen Rettungsdienst

Die Zielgruppe dieser Umfrage sind ehrenamtlich engagierte Mitarbeiter_innen im Roten Kreuz Graz-Umgebung im Leistungsbereich des Rettungsdienstes. Die Umfrage nimmt in etwa 7 Minuten in Anspruch. Ziel ist, unter den bestehenden ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen im beschriebenen Segment zu erfahren, inwieweit das Interesse für Corporate Volunteering gegeben ist bzw. welche Rahmenbedingungen seitens ihres/r Arbeitgeber_in und aber auch der Non-Profit-Organisation in der sie sich ehrenamtlich agieren, dafür von Nöten wären. Die Inhalte der Fragen beziehen sich zum einen auf demografische Parameter (Alter, Geschlecht, Wohnumfeld) der Teilnehmer_innen. In weiterer Folge werden die beruflichen Gegebenheiten erhoben (Tätigkeitsbereich, Stundenausmaß, Arbeitszeitmodell). Darauf folgt die Einholung der Informationen zu den Rotkreuz-Parametern, wie der Dauer ihrer Tätigkeiten, den Funktionen in der Non-Profit-Organisation sowie dem durchschnittlichen ehrenamtlichen Stundenpensum im Monat. Der nächste Abschnitt behandelt Fragen zu Themen der Ausgewogenheit und dem damit verbundenen Leistungsempfinden im Anschluss eines ehrenamtlichen Dienstes im Rettungsdienst. Darauf folgen Fragen im direkten Zusammenhang mit Corporate Volunteering. Es wird erhoben, ob bereits Erfahrungen in diesem Bereich gesammelt werden konnten, ob diese Form der Freiwilligkeit in deren aktuellen beruflichen Umfeld angeboten werden und welche Voraussetzungen bestehen müssen, damit Corporate Volunteering überhaupt betrieben werden würde. In weiterer Folge wird erhoben, ob die Teilnehmer_innen des Fragebogens Corporate Volunteering für sich als vorteil- als aber auch als nachteilhaft empfinden und welche Auswirkungen dies auf ihr aktuelles ehrenamtliches Stundenausmaß hätte. Vertiefend wird dann nachgefragt, ob Sorgen bzw. Bedenken bestehen, dass Corporate Volunteering sich auf das berufliche Umfeld (Arbeitskolleg_innen, Aufgabenbereiche) aber auch auf das kollegiale Umfeld im Rettungsdienst auswirken könnte oder einen Einfluss auf das bestehende System der Freiwilligkeit im Rettungsdienst hat. Danach behandelt der Fragebogen Themen im Umgang der Teilnehmer_innen in ihrem Arbeitsumfeld. Es wird gefragt wie sie ihre/n Arbeitgeber_innen für Corporate Volunteering motivieren und zur Umsetzung in ihren Betrieben beitragen könnten. Daraus resultierend soll sich eine Erwartungshaltung herauskristalisieren die angibt, wie sich das auf ihre Firma repräsentativ nach außen hin darstellen könnte. Abschließend wird gefragt, welche Erwartungen an das Rote Kreuz Graz-Umgebung gestellt werden und wie von den Teilnehmer_innen das Bestreben der Non-Profit-Organisation eingeschätzt wird, dass Corporate Volunteering beworben und als notwendig empfunden wird. Die Antwortmöglichkeiten wechseln zwischen Einfach- und Mehrfachnennungen aus bereits vordefinierten Antwortmöglichkeiten, aus freien Textfeldern und aus Bewertungsmöglichkeiten (Likert-Skala).

4.2.2 Corporate Volunteering – Fragebogen für Unternehmen

Die Zielgruppe dieser Umfrage sind Entscheidungsträger_innen von Unternehmungen und Organisationen verschiedenster Branchen. Die Umfrage nimmt in etwa 10 Minuten in Anspruch. Ziel ist es zu erfahren, inwieweit das Interesse für Corporate Volunteering gegeben ist bzw. welche Rahmenbedingungen und gesetzliche Grundlagen dafür von Nöten wären, dass diese Form von Freiwilligkeit den Mitarbeiter_innen zur Verfügung gestellt werden würde. Inhaltlich beginnt der Fragebogen mit einer Kategorisierung des Unternehmens bzw. der Organisationen nach deren Wirkungsbereich, ihrer Größe anhand der Mitarbeiter_innenanzahl, ihrer Örtlichkeit sowie deren gängigen Arbeitszeitmodellen. Darauffolgend wird erhoben, ob es Mitarbeiter_innen gibt, welche bereits ehrenamtlich in einer Non-Profit-Organisation tätig sind sowie einer Abschätzung der Führungskraft, in welchem Ausmaß diese stattfindet. Spezifisch wird darauffolgend gefragt, ob eine etwaige ehrenamtliche Tätigkeit der Mitarbeiter_innen, Auswirkungen auf die Leistungsfähigkeiten im Betrieb erkennen lassen könnte. Als nächster Schritt wird gezielt auf Corporate Volunteering eingegangen. Es wird erhoben, ob das befragte Unternehmen bereits Corporate Volunteering durchführt und welche Erwartungen damit einhergehend an ihr Personal gestellt wird. Weiters wird untersucht, für welche Art von Non-Profit-Organisationen Corporate Volunteering überhaupt angeboten werden würde und welche Vor- und Nachteile dies für das Unternehmen mit sich bringen könnte. In weiterer Folge wird nachgefragt, ob die Unternehmer_innen wissen, wo sie sich für die Umsetzung von Corporate Volunteering informieren können, welche rechtlichen Grundlagen existieren, welche Arten von Vergütung bzw. Förderungen sie sich erwarten würden und ob andere Arten von Rückverrechnungen überhaupt bekannt sind. Darauffolgend werden sowohl interne als auch externe Aspekte, der zu erwartenden Imagewirkung auf das Unternehmen abgefragt. Abschließend wird erhoben, wie Führungskräfte es einschätzen, dass ihr Unternehmen mit der Umsetzung von Corporate Volunteering dazu beitragen kann, ehrenamtliches Engagement in der Gesellschaft zu forcieren. Die Antwortmöglichkeiten wechseln zwischen Einfach- und Mehrfachnennungen aus bereits vordefinierten Antwortmöglichkeiten, aus freien Textfeldern und aus Bewertungsmöglichkeiten (Likert-Skala).

4.3 Forschungsergebnisse

In Summe nahmen im Zeitraum vom 09. März 2022 bis 23. März 2022 96 Personen an beiden Umfragen teil. Diese gliederten sich in 22 Entscheidungsträger_innen von Unternehmen und 74 ehrenamtlich tätige Mitarbeiter_innen im Rettungsdienst der Bezirksstelle Graz-Umgebung auf. Die durchschnittliche Dauer betrug knapp 12 Minuten bei der Umfrage für die Unternehmen und knapp 12,5 Minuten bei den ehrenamtlich Engagierten im Rettungsdienst.

4.3.1 Detailergebnisse zur Umfrage Corporate Volunteering – ehrenamtliche Mitarbeiter_innen Rettungsdienst

In der Abbildung 3 sind die erhobenen demografischen Parameter der Fragebogenteilnehmer_innen aufgelistet. Nachstehend wird in der Abbildung 4 dargestellt, wie viele Stunden von den ehrenamtlich Engagierten im Durchschnitt pro Monat im Rettungsdienst erbracht werden. Daraus lässt sich ableiten, dass sich mehr als ein Drittel der Befragten, bereits mehr als 48 Stunden pro Monat ehrenamtlich im Rettungsdienst engagiert. Die bestehende Dienstverpflichtung von mindestens 24 Stunden pro Monat wird demnach von knapp 30 % nicht erreicht.

Wie sich ehrenamtlich Engagierte nach der Absolvierung einer Freiwilligentätigkeit fühlen ist in der Abbildung 5 erkennbar. Demnach geben nahezu die Hälfte der Befragten an, müde bzw. erschöpft von ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit in ihre beruflichen Verpflichtungen zu wechseln. Trotz alledem, geben wie in Abbildung 6 ersichtlich, 73 % der Befragten an, zwar erschöpft am Arbeitsplatz zu sein, ihren Verpflichtungen aber wie gewohnt nachkommen zu können. Dem gegenüber stehen wiederum etwas mehr als 40 %, welche ausgeglichen in ihren Berufsalltag starten können. Die Wahrnehmung ihrer Umwelt, insbesondere im Arbeitsumfeld, lässt in Abbildung 7 erkennen, dass diese nahezu ident mit der Selbsteinschätzung der Befragten ist. So antworten mehr als 43 %, dass sie noch nie von Arbeitskollegen oder Vorgesetzten darauf angesprochen wurden, nach einer ehrenamtlichen Tätigkeit anders aufzutreten als sonst (1 für „stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „stimme voll zu“).

Wie in der Abbildung 8 ersichtlich, geben lediglich knapp mehr als 12 % der Befragten an, dass ihr aktueller Arbeitgeber Corporate Volunteering anbietet, etwa $\frac{3}{4}$ bekommen in ihrem derzeitigen Berufsumfeld nicht die Möglichkeit dazu geboten. Die Abbildung 9 gibt zusätzlich den Umstand wieder, dass vergangene Arbeitgeber_innen nur mit einer Quote von etwas mehr als 4 % Corporate Volunteering angeboten haben. Demnach sind die Erfahrungswerte mit Corporate Volunteering der befragten Freiwilligen sehr gering.

Bei den Nennungen auf die Frage, welche Voraussetzungen der/die Arbeitgeber_innen aber auch das Rote Kreuz Graz-Umgebung schaffen müssten (Tabelle 1), damit die Befragten Corporate Volunteering betreiben würden, gab es breit gestreute Meldungen (ähnliche wurden zusammengefasst). Erkennbar ist der Trend, dass die Sicherheit des Arbeitsplatzes sowie das Aufrechterhalten des Dienstverhältnisses grundlegende Faktoren zu sein scheinen. Von der Non-Profit-Organisation wünscht man sich, dass durch das ehrenamtliche Engagement anhand von Corporate Volunteering, berufliches Personal für diesen Bereich nicht eingespart wird.

Wie in Abbildung 10 erkennbar ist, würde das durchschnittliche monatliche Stundenpensum an ehrenamtlicher Tätigkeiten mit der Implementierung von Corporate Volunteering gesteigert werden können. Demnach würden knapp 46 % der Befragten sich dazu bereit erklären, monatlich mehr Stunden zu leisten. Der Grat zwischen Euphorie und den damit einhergehenden möglichen Vorteilen (mehr Freizeit, Abwechslung, mehr Erfahrungen zu sammeln), sowie den Nachteilen, verbunden mit Ängsten (Müdigkeit, Gefahr von Überforderung, schlechtere Chancen bei Bewerbungsverfahren) von Corporate Volunteering für ehrenamtlich Engagierte, ist ein schmaler. Die Nennungen werden in Tabelle 2 gegenübergestellt präsentiert. Trotz aller möglichen Nachteile scheint Corporate Volunteering eine Möglichkeit zu sein, mehr Menschen zu mehr Leistung in der Non-Profit-Organisation anzuspornen. So geben die Hälfte der Befragten an, dass sie sich vorstellen könnten, im Rahmen von Corporate Volunteering zusätzlich zu ihren bereits monatlichen durchschnittlichen ehrenamtlichen Stundenpensum, weitere 24 bis 48 Stunden zu leisten (Abbildung 11).

Die Angst vor der Vernachlässigung beruflicher Verpflichtungen ist für knapp 50 % der Befragten kein Beweggrund (Abbildung 12), sich gegen diese Form des Ehrenamts zu entscheiden (Nennungen sind zwischen 1 für „stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „stimme voll zu“ möglich). Zudem bestehen unter den Umfrage-Beteiligten keine Bedenken, dass Corporate Volunteering zu Spannungen unter Kollegen führen könnte, welche diese Möglichkeit nicht von ihrem Arbeitgeber geboten würden kommen. Wie in Abbildung 13 erkennbar, bestätigen etwa $\frac{3}{4}$ der Befragten, dahingehend keine Sorgen zu haben. Lediglich ein Anteil von in etwa 25 % würde sich darüber Gedanken machen (Nennungen sind zwischen 1 für „stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „stimme voll zu“ möglich).

Wie in Abbildung 14 dargestellt, sehen 62 % der Befragten es von Nöten, dass die Ehrenamtlichkeit im Rettungsdienst in der Steiermark anders oder neu gestaltet werden müsste und Corporate Volunteering dazu beitragen könnte (Nennungen sind zwischen 1 für „stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „stimme voll zu“ möglich). Bei der Frage nach der Einschätzung der teilnehmenden ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen nach der Wahrscheinlichkeit, dass ihr/e aktuelle/r Arbeitgeber_in Corporate Volunteering als Möglichkeit für sie etablieren könnte, antwortete exakt die Hälfte darauf, dass dies mit keiner Wahrscheinlichkeit passieren werden wird. Wie ebenso in der Abbildung 15 zu sehen ist, geht nur ein kleiner Anteil von etwas mehr als 12 % davon aus, in naher Zukunft davon Gebrauch machen zu können.

Sehr interessant und prägnant herausstechend ist die Tatsache, wie auch in Abbildung 16 erkennbar ist, dass mehr als 66 % der Befragten es derzeit nicht erkennen, dass die Non-

Profit-Organisation Rotes Kreuz, in der der sie sich ehrenamtlich im Bereich des Rettungsdienstes engagieren, sich darum bemüht, Corporate Volunteering voranzutreiben um es überhaupt etablieren zu können. Lediglich 1,4 % der Befragten, sehen dies gegenteilig (Nennungen sind zwischen 1 für „stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „stimme voll zu“ möglich).

Abbildung 3: Demografische Parameter

Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Divers	1	1,4	1,4	1,4
	Männlich	45	60,8	60,8	62,2
	Weiblich	28	37,8	37,8	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Altersgruppe

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	18-29 Jahre	36	48,6	48,6	48,6
	30-45 Jahre	26	35,1	35,1	83,8
	46-65 Jahre	7	9,5	9,5	93,2
	66 und älter	1	1,4	1,4	94,6
	übersprungen	4	5,4	5,4	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Wohnumgebung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ländlich	42	56,8	56,8	56,8
	Städtisch	28	37,8	37,8	94,6
	übersprungen	4	5,4	5,4	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Familienstand

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Geschieden	2	2,7	2,7	2,7
	Ledig	38	51,4	51,4	54,1
	Liert	17	23,0	23,0	77,0
	Verheiratet - zusammen lebend	16	21,6	21,6	98,6
	Verwitwet	1	1,4	1,4	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

höchster Bildungsabschluss

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Allgemeine Hochschulreife	17	23,0	23,0	23,0
	Anderer	3	4,1	4,1	27,0
	Bachelor	11	14,9	14,9	41,9
	Berufsausbildung	20	27,0	27,0	68,9
	Diplom	7	9,5	9,5	78,4
	Fachhochschulreife	4	5,4	5,4	83,8
	Hauptschulabschluss	2	2,7	2,7	86,5
	Master	6	8,1	8,1	94,6
	Promotion	1	1,4	1,4	95,9
	Realschulabschluss	3	4,1	4,1	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

aktueller Erwerbsstatus

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Angestellte*r	41	55,4	55,4	55,4
	Arbeiter*in	11	14,9	14,9	70,3
	Beamte*in	1	1,4	1,4	71,6
	Duale*r Student*in	3	4,1	4,1	75,7
	Nebenberufliche*r Student*in	5	6,8	6,8	82,4
	Rentner*in	3	4,1	4,1	86,5
	Selbstständig	2	2,7	2,7	89,2
	Sonstiges	2	2,7	2,7	91,9
	Vollzeit Student*in	6	8,1	8,1	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 4: durchschnittliche ehrenamtliche Stunden pro Monat im Rettungsdienst

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	12-24 Stunden	21	28,4	28,4	28,4
	24-48 Stunden	22	29,7	29,7	58,1
	Mehr als 48 Stunden	26	35,1	35,1	93,2
	Weniger als 12 Stunden	5	6,8	6,8	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 5: persönliches Empfinden nach ehrenamtlicher Tätigkeiten im Rettungsdienst

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ausgeglichen	30	40,5	40,5	40,5
	Ausgelaugt	8	10,8	10,8	51,4
	Müde / Erschöpft	36	48,6	48,6	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 6: persönliches Empfinden über Nachkommen beruflicher Verpflichtungen nach ehrenamtlicher Tätigkeiten im Rettungsdienst

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ich erbringe dieselben Leistungen wie immer	6	8,1	8,1	8,1
	Ich fühle mich erschöpft, kann meine beruflichen Verpflichtungen aber dennoch erfüllen	54	73,0	73,0	81,1
	Ich fühle mich nicht in der Lage, meinen beruflichen Verpflichtungen nachzukommen	14	18,9	18,9	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 7: erschöpftes Erscheinungsbild im Beruf nach ehrenamtlicher Tätigkeit im Rettungsdienst

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	32	43,2	43,2	43,2
	2	11	14,9	14,9	58,1
	3	12	16,2	16,2	74,3
	4	8	10,8	10,8	85,1
	5	11	14,9	14,9	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 8: Corporate Volunteering – derzeitige Arbeitgeber_innen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	9	12,2	12,2	12,2
	Nein	54	73,0	73,0	85,1
	Weiß nicht	11	14,9	14,9	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 9: Corporate Volunteering – vergangene Arbeitgeber_innen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	3	4,1	4,1	4,1
	Nein	71	95,9	95,9	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 10: Stundenpensum ehrenamtlicher Tätigkeiten durch Corporate Volunteering

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ich würde deswegen gleichen viele Stunden erbringen	36	48,6	48,6	48,6
	Ich würde deswegen mehr Stunden erbringen	34	45,9	45,9	94,6
	Ich würde deswegen weniger Stunden erbringen	4	5,4	5,4	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 11: Bereitschaft zusätzlicher ehrenamtlicher Stunden pro Monat im Rahmen von Corporate Volunteering für die Non-Profit-Organisation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	12-24 Stunden	22	29,7	29,7	29,7
	24-48 Stunden	37	50,0	50,0	79,7
	Weniger als 12 Stunden	15	20,3	20,3	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 12: Beeinflussung beruflicher Verpflichtungen durch Corporate Volunteering

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	19	25,7	25,7	25,7
	2	18	24,3	24,3	50,0
	3	14	18,9	18,9	68,9
	4	13	17,6	17,6	86,5
	5	10	13,5	13,5	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 13: Corporate Volunteering - Einflussfaktor auf Kolleg_innen innerhalb der Non-Profit-Organisation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	24	32,4	32,4	32,4
	2	19	25,7	25,7	58,1
	3	13	17,6	17,6	75,7
	4	10	13,5	13,5	89,2
	5	8	10,8	10,8	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 14: Corporate Volunteering als Möglichkeit, die Freiwilligkeit im Rettungsdienst in der Steiermark neu zu gestalten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	1	1,4	1,4	1,4
	2	10	13,5	13,5	14,9
	3	17	23,0	23,0	37,8
	4	20	27,0	27,0	64,9
	5	26	35,1	35,1	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 15: Wahrscheinlichkeit, dass Corporate Volunteering innerhalb der nächsten 3-5 Jahre im bestehenden Berufsumfeld etabliert wird

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	geringe bis mittlere Wahrscheinlichkeit	28	37,8	37,8	37,8
	keine Wahrscheinlichkeit	37	50,0	50,0	87,8
	mittlere bis hohe Wahrscheinlichkeit	9	12,2	12,2	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Abbildung 16: Bemühungen des Roten Kreuzes Graz-Umgebung, Corporate Volunteering voranzutreiben und implementieren zu wollen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	49	66,2	66,2	66,2
	2	13	17,6	17,6	83,8
	3	8	10,8	10,8	94,6
	4	3	4,1	4,1	98,6
	5	1	1,4	1,4	100,0
	Gesamt	74	100,0	100,0	

Tabelle 1: Erwartungen an Unternehmen und Non-Profit-Organisation zur Umsetzung von Corporate Volunteering

Erwartungen an Unternehmen	Erwartungen an Non-Profit-Organisation
Abgesichert sein	Aktiv bewerben
Akzeptanz, Voraussetzung, Möglichkeit als Zeitausgleichabbau anbieten	Anerkennung, Lob
Die Möglichkeit schaffen	Ausrüstung bereitstellen
Angemessenes Gehalt	bessere Anerkennung und Unterstützung der ehrenamtlichen Tätigkeit
Im Rahmen der Arbeitszeit	Bonus System
Entgeltfortzahlung, Freistellung,	Arbeitsplatzkürzungen bei beruflichen Mitarbeiter_innen im Rettungsdienst
Flexibilität der Arbeitsstunden	Zeitgemäße Ausrüstung, Ausbildung und KFZ
Freie Tage, Entgegenkommen, Sachleistungen	Flexibilisierung der Arbeits- und Ausbildungszeiten
Freie Zeiteinteilung	Bezirksweite Möglichkeit Uniformen waschen zu lassen
Freistellung für Ausbildungen	Flexiblere Einteilung von Diensten, damit diese auch mit Arbeitszeiten vereinbar sind
Funktionszulage für die Funktion als RS	Lösungsorientiertes denken
Keine	Fortbildungen vorantreiben
keine Nachteile gegenüber anderen MA	Klare Kommunikation an und Vereinbarungen mit Arbeitgeber
Kündigungsschutz	Umsetzung in öffentlichen Unternehmen vorantreiben
Versicherungsschutz	Schaffung von erforderlicher Infrastruktur und Zurverfügungstellung von Ressourcen
Sonderurlaub	Verdienstaugleich, Versicherung, rechtliche Unterstützung
Urlaubstage, Zeitausgleich	
Verlassen des Arbeitsplatzes muss möglich sein	
4 Tage Woche	
Zeitliche Ressourcen	

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 2: Vor- und Nachteile für Ehrenamtliche bei Umsetzung von Corporate Volunteering

Mögliche persönliche Vorteile	Mögliche persönliche Nachteile
Sich sozial für die Gesellschaft einzubringen	Abgrenzung
Weiterentwicklung und Ausgeglichenheit	Weniger Zeit für berufliche Verpflichtungen
Abwechslung	Benachteiligung bei Arbeitgeberwechsel / Bewerbungsverfahren
Motivation	Erreichbarkeit / Abrufbereitschaft
Anerkennung	Erschöpfung
Bessere Planbarkeit, mehr Freizeit	Keine Unterstützung von Arbeitskollegen
Bessere Vereinbarkeit von Beruf und Ehrenamtlichkeit	Überforderung
Bessere Work Life Balance	Mehr Verpflichtung
Erfahrungen sammeln	Vom RK ausgenutzt zu werden
Höhere Bereitschaft für ehrenamtliches Engagement	Spannungsfeld zu "normalen" Freiwilligen
Kein Verdienstentgang	Vereinbarkeit mit dem Arbeitgeber
Geringere Doppelbelastung	mehr Widerstand der Führung bei neuen Ideen
Offener Umgang mit RK Engagement am Arbeitsplatz	Spannungsfeld Hauptamtlichkeit vs. Freiwilligkeit
Erlangen von Routine	Weniger flexibel
Wertschätzung vom Arbeitgeber	Zeitaufwand, Zeitdruck

Quelle: Eigene Darstellung

4.3.2 Detailergebnisse zur Umfrage Corporate Volunteering – Unternehmen

Die Branchen der teilnehmenden Unternehmen teilen sich wie in Abbildung 17 dargestellt in verschiedenste Zweige auf. Die größte Gruppe mit einer Anzahl von 23 % stellt den Bereich des Verkaufs dar, gefolgt von Produktion / Handwerk mit 18 % und 14 % im Bereich der Assistenz / Verwaltung und Pharma / Gesundheit / Soziales. Die Größe der teilnehmenden Unternehmen, gemessen an der Anzahl derer Beschäftigten, lag bei knapp 70% bei mehr als 15 Mitarbeiter_innen (Abbildung 18). Positiv gilt es hervorzuheben, dass mehr als 50 % der befragten Unternehmen, bereits ehrenamtlich engagierte Mitarbeiter_innen beschäftigt haben (Abbildung 19). Allerdings bieten von den befragten Unternehmen erst 9 % Corporate Volunteering als Möglichkeit für ihre Mitarbeiter_innen an, freiwillig in Non-Profit-Organisationen tätig zu sein, wie in Abbildung 20 ersichtlich. Dies spiegelt sich auch in der Bereitschaft bzw. Möglichkeiten der Unternehmen wider, wenn es darum geht, wie viele Mitarbeiter_innen-Arbeitsstunden diese wöchentlich für Corporate Volunteering derzeit zur Verfügung stellen könnten. Wie in der Abbildung 21 dargestellt, geben mehr als 80 % an, weniger als 10 Stunden pro

Woche dafür zur freistellen zu können. Dem gegenüber steht ein Anteil von knapp 20 % welcher bereit wäre, 10 bis 40 Stunden freizugeben.

Von den 54 % der Unternehmen, welche bereits ehrenamtlich engagierte Mitarbeiter_innen beschäftigen, wurden die in der Tabelle 3 dargestellten Bedingungen genannt, um ihren Mitarbeiter_innen prinzipiell Corporate Volunteering zu ermöglichen. Besonders auffällig sticht hierbei die Tatsache heraus und wird in Abbildung 22 präsentiert, dass nur 4,5 % der befragten Unternehmen wissen, wo sie sich über die Implementierung von Corporate Volunteering informieren können.

Wie in der Abbildung 23 ersichtlich, gehen mehr als 50 % der befragten Führungskräfte davon aus, dass ein ehrenamtliches Engagement einen direkten Einfluss auf die Arbeitsleistung im beruflichen Umfeld haben kann. Bei der Frage nach den Möglichkeiten, welche sich Unternehmer vorstellen könnten, Mitarbeiter_innen für welche Tätigkeiten bzw. für welche Organisationen im Rahmen von Corporate Volunteering freizugeben, gab es viele verschiedene Nennungen, die sich inhaltlich jedoch größtenteils decken. Besonders die Bereiche Rettungsdienst und Feuerwehr stechen hierbei heraus. Die Antworten dazu werden in Tabelle 4 dargestellt.

Bei den erwarteten Vergütungen für die Freistellung von Mitarbeiter_innen im Rahmen von Corporate Volunteering ergeben sich für Unternehmen unterschiedlichste Prioritäten. Kosten für Lizenzen, Ersatzeinstellungen, IT Equipment, Sozialversicherungen und Krankenkassenbeiträge sind demnach nicht so wichtig, wie etwa die Vergütung für Aufwendungen wie für Personalkosten. Nur ein Anteil von etwas mehr als 18 % würde komplett auf die Refundierung entstandener Kosten verzichten. Siehe dazu die Abbildung 24. Über 90 % der Befragten sind keine weiteren oder andere Formen von Vergütungen bzw. Rückverrechnungen für den Einsatz von Corporate Volunteering bekannt (Abbildung 25). Bei der Frage nach zu erwartenden Erleichterungen bei der Umsetzung und Durchführung von Corporate Volunteering geben knapp 40 % der Befragten an, keine konkreten Vorstellungen zu haben bzw. wissen es nicht. Wie in der Tabelle 5 dargestellt, sind die restlichen Antworten breit gestreut und erstrecken sich über Förderungen, Erleichterungen der Dienstgeberkosten und steuerlichen Erleichterungen hin bis zu Ausbildungsgutscheinen und Entschädigungen für Equipment.

Bei der Einschätzung der Führungskräfte, ob Corporate Volunteering sich auf die Kollegialität der Mitarbeiter_innen innerhalb ihres Betriebs auswirken könnte, ist wie anhand Abbildung 26 ersichtlich, keine eindeutige Tendenz erkennbar. Der Großteil der Befragten, mit einem Anteil von etwas mehr als 40 %, schätzt dies mit einer drei ein. Hier sind Nennungen zwischen 1 für „stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „stimme voll zu“ möglich.

Bei der abschließenden Einschätzung von Entscheidungsträger_innen von Unternehmen, lässt sich keine eindeutige Tendenz erkennen, ob diese der Meinung sind, dass das Forcieren von Corporate Volunteering einen positiven Einfluss auf die Bereitschaft von Menschen hat, sich verstärkt ehrenamtlich in sozialen Non-Profit-Organisationen zu engagieren. Wie in Abbildung 27 erkennbar ist, sind hier die Nennungen zwischen 1 für „stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „stimme voll zu“, nahezu ident verteilt.

Abbildung 17: Kategorisierung der teilnehmenden Unternehmen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Andere	2	9,1	9,1	9,1
	Assistenz / Verwaltung	3	13,6	13,6	22,7
	Beratung / Consulting	2	9,1	9,1	31,8
	Finanzen / Bankwesen	2	9,1	9,1	40,9
	Gastronomie / Tourismus	1	4,5	4,5	45,5
	Pharma / Gesundheit / Soziales	3	13,6	13,6	59,1
	Produktion / Handwerk	4	18,2	18,2	77,3
	Verkauf	5	22,7	22,7	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 18: Größe der Unternehmen anhand Mitarbeiter_innen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Mehr als 15 Mitarbeiter_innen	15	68,2	68,2	68,2
	Weniger als 5 Mitarbeiter_innen	4	18,2	18,2	86,4
	Zwischen 5-15 Mitarbeiter_innen	3	13,6	13,6	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 19: Freiwillige in Unternehmen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	12	54,5	54,5	54,5
	Nein	5	22,7	22,7	77,3
	Weiß nicht	5	22,7	22,7	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 20: Unternehmen mit der Option Corporate Volunteering anzubieten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	2	9,1	9,1	9,1
	Nein	20	90,9	90,9	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 21: verfügbare Wochenstunden für Option Corporate Volunteering

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Weniger als 10 Stunden	18	81,8	81,8	81,8
	Zwischen 10-40 Stunden	4	18,2	18,2	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 22: Wissensstand von Unternehmen zur Informationseinholung über die Implementierung von Corporate Volunteering

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	1	4,5	4,5	4,5
	Nein	21	95,5	95,5	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 23: Einfluss freiwilliger Tätigkeiten auf berufliche Verpflichtungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Mitarbeiter_innen wirken danach am Arbeitsplatz erschöpft und können nicht ihre normalen Kapazitäten erbringen	4	18,2	18,2	18,2
	Mitarbeiter_innen wirken müde, erbringen aber ihre erwartete Arbeitsleistung	8	36,4	36,4	54,5
	Mitarbeiter_innen wirken wie gewöhnlich und erbringen ihre erwartete Arbeitsleistung oder mehr	10	45,5	45,5	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 24: Kostenersatz für Unternehmen

Vergütung für Lizenzen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	21	95,5	95,5	95,5
	1	1	4,5	4,5	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Vergütung für ErsatzEinstellungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	19	86,4	86,4	86,4
	1	3	13,6	13,6	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Vergütung für für Benützung von Equipment (IT Hard- und Software, Smartphone...)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	17	77,3	77,3	77,3
	1	5	22,7	22,7	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Vergütung für Sozialversicherungsbeiträge

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	16	72,7	72,7	72,7
	1	6	27,3	27,3	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Vergütung für Krankenkassenbeiträge

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	15	68,2	68,2	68,2
	1	7	31,8	31,8	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Vergütung für Personalkosten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	8	36,4	36,4	36,4
	1	14	63,6	63,6	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

keine Vergütungen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	18	81,8	81,8	81,8
	1	4	18,2	18,2	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 25: Wissen über weitere Möglichkeiten der Refundierung entstehender Kosten im Zusammenhang mit Corporate Volunteering

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	2	9,1	9,1	9,1
	Nein	20	90,9	90,9	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 26: Auswirkung von Corporate Volunteering auf die Kollegialität unter Mitarbeiter_innen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	1	4,5	4,5	4,5
	2	4	18,2	18,2	22,7
	3	9	40,9	40,9	63,6
	4	5	22,7	22,7	86,4
	5	3	13,6	13,6	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Abbildung 27: Einschätzung des positiven Einflusses von Corporate Volunteering auf Bereitschaft des ehrenamtlichen Engagements in der Gesellschaft

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	3	13,6	13,6	13,6
	2	5	22,7	22,7	36,4
	3	4	18,2	18,2	54,5
	4	4	18,2	18,2	72,7
	5	6	27,3	27,3	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Tabelle 3: Bedingungen von Unternehmen an Mitarbeiter_innen Corporate Volunteering zu etablieren

Arbeit im Betrieb darf deswegen nicht hinten angestellt werden	Es muss vom Zeitaufwand im Rahmen bleiben, jeden Tag zu einem Einsatz wäre nicht möglich
Arbeit muss erledigt werden	Flexible Arbeitszeit, Erreichen von längerfristigen Zielen, Gemeinnützigkeit der Tätigkeit
Arbeitsleistung darf nicht darunter leiden	Freiwilligkeit, Überzeugung, Nachhaltigkeit und auch einen Teil der Freizeit dafür zu geben
Art und Umfang	Kein Leistungsverlust
Das wäre schwer durchführbar	Keine Ahnung
Das würde ich mir als kleiner Unternehmer einfach nicht leisten können und wollen	Nicht möglich
Der Mehrwert soll in der notwendigen Hilfeleistung liegen.	nur außerhalb der Arbeitszeit
Die Arbeit darf nicht darunter leiden	Rahmenbedingungen vereinbaren um sicherzustellen dass beides möglich ist. wenn Corporate volunteering Hauptbeschäftigung wird, dann muss dort auch die entsprechende Entlohnung / Sicherung der Lebensbasis stattfinden
Die Arbeit muss zeitgerecht erfüllt werden.	Regelmäßige Teilnahme (verpflichtend) wenn man sich dafür entscheidet
Die zu leistende Arbeit darf nicht darunter leiden, bzw. muss erledigt werden	

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 4: Corporate Volunteering für welche Tätigkeiten bzw. Organisationen

2h pro Woche in überschneidender abgestimmter Tätigkeit	Rettungsdienst
Feuerwehr	Rotes Kreuz, Altenpflege, Nachbar in Not
Feuerwehr, Rettungswesen	Rotes Kreuz, Einrichtungen für benachteiligte Kinder
Feuerwehr, Rotes Kreuz	Rotes Kreuz, Samariterbund, Feuerwehr
Feuerwehr, Rotes Kreuz, Flüchtlingshilfe, Katastrophenhilfe	Soziales, Sport,
Integration; Obdachlosenhilfe; Rotes Kreuz, Kinderförderung	Temporär gemeinsam mit anderen kleinen Unternehmen für kleinere Hilfsaktionen
Keine	Versicherungen, Banken
Rettung, ehrenamtliche gemeinnützige Vereine	weiß nicht
Rettungs- und Hilfsorganisationen	

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 5: erwartete Goodies / Erleichterungen für die Freistellung von Mitarbeiter_innen im Rahmen von Corporate Volunteering

Ausbildungsgutscheine	Rückvergütungen
keine große Erwartungshaltung	faire Ersatzleistung für fehlende Ressourcen
div. Förderungen / Abschreibungsmöglichkeiten als zusätzlicher Anreiz	sechste Urlaubswoche früher ermöglichen
Entgeltfortzahlung bei Einsatzzeiten des MA während der Arbeitszeit, einen Bonus bzw. Ermäßigung bei den Sozialabgaben	Senkung der Dienstgeberkosten für die Zeit des Volunteering Einsatzes, Erhöhung des abzugsfähigen freiwilligen Sozialaufwand je Dienstnehmer
Entschädigung, Laptop bzw. Equipment zur Verfügung stellen, Abgaben minimieren	Steuerliche Erleichterungen
Gesetzliche Regelungen	Unbürokratische Unterstützung
habe keine Vorstellung dazu	Wegfall Behinderteneinstellungsgesetz, Kostenzuschlag
Keine	Weiß nicht
Marketingvorteile, Public Relations	

Quelle: Eigene Darstellung

4.3.3 Passung Arbeitnehmer_innen und Arbeitgeber_innen anhand der Ergebnisse

Bei der Auswertung der Fragebögen sticht besonders die Tatsache hervor, dass beide beteiligten Stakeholder, die freiwilligen Mitarbeiter_innen als auch die Entscheidungsträger_innen der Unternehmen, mit dem Begriff des Corporate Volunteering nicht besonders vertraut sind. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass anhand der Auswertungen, Corporate Volunteering in Österreich zurzeit noch nicht weit verbreitet und daher relativ unbekannt ist. Erkennbar ist aber anhand der Angaben der Teilnehmer_innen der beiden Fragebögen, dass das Interesse für Corporate Volunteering geweckt wurde und im Rahmen der Beantwortung der Fragestellungen, konstruktive Ideen und Anregungen eingebracht wurden. Entscheidungsträger_innen von Unternehmen lassen laut den Umfrageergebnissen erkennen, dass ihre Bedingungen, Corporate Volunteering überhaupt anzubieten, nicht direkt an ihre Mitarbeiter_innen gerichtet sind. Vielmehr lassen die Ergebnisse erkennen, dass die variablen Parameter in den gesetzlichen Rahmenbedingungen und Verrechnungsmodalitäten zu liegen scheinen (siehe Tabelle 5). Arbeitnehmer_innen hingegen, wünschen sich vor der Übernahme ehrenamtlicher Tätigkeiten im Rahmen von Corporate Volunteering, festgelegte und vereinbarte Modalitäten (wie zB. Arbeitsvertrag) und Sicherheiten (wie zB. Kündigungsschutz) und sehen darin die Möglichkeit, berufliche Verpflichtungen sowie Freizeitbedürfnisse zusammenlegen zu können (siehe Tabelle 1). Problematisch könnte sich der Umstand herauskristalisieren, dass Unternehmen nicht möchten, dass durch Corporate Volunteering, die Arbeitsleistung dezimiert wird (siehe

Tabelle 3). Dem gegenüber steht jedoch die Tatsache, dass knapp 46 % der befragten Arbeitnehmer_innen gewillt sind, durch diese Form der Freiwilligkeit pro Monat, mehr ehrenamtliche Tätigkeiten leisten zu wollen (siehe Abbildung 10). Positiv gilt es zu bewerten, dass bereits knapp 55 % der Unternehmen, Mitarbeiter_innen beschäftigen, welche in den verschiedensten Ausprägungen ehrenamtlich engagiert sind (siehe Abbildung 19). Das bedeutet im Umkehrschluss, dass diese große Gruppierung, motivierend und beispielhaft Corporate Volunteering bewerben und vorantreiben könnte und das Interesse von Unternehmen auf diese Form von Freiwilligkeit lenken könnte.

4.3.4 Einschätzung für Potential für Corporate Volunteering im steirischen Roten Kreuz

Wie anhand der Forschungsergebnisse erkennbar ist, bieten zurzeit nur etwas mehr als 9 % der befragten Unternehmen Corporate Volunteering (siehe Abbildung 20) an. Dem gegenüber stehen nur 5,5 % der befragten ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen im Roten Kreuz Graz-Umgebung, die der Meinung sind, dass das Rote Kreuz Corporate Volunteering aktiv bewirbt und vorantreibt (siehe Abbildung 16). Daraus resultierend ist eine Implementierung dieser Form der Freiwilligkeit in naher Zukunft unwahrscheinlich. Diese Prognose wird durch die Frage an ehrenamtliche Mitarbeiter_innen bestätigt, wie hoch diese Gruppe die Wahrscheinlichkeit sieht, dass Corporate Volunteering in den nächsten 3 bis 5 Jahren in ihrem Betrieb implementiert werden würde. Dies wird von nur knapp mehr als 12 % mit einer mittleren bis hohen Wahrscheinlichkeit angegeben (siehe Abbildung 15). Das Potential, und die damit einhergehende Bereitschaft der Etablierung von Corporate Volunteering im Bereich des Rettungsdienstes in der Steiermark, welcher hauptsächlich durch Freiwillige betrieben wird, ist gegeben. Dies lässt sich aus dem Ergebnis der Frage an freiwillige Mitarbeiter_innen ableiten, ob zum einen diese Form des Ehrenamts als Möglichkeit gesehen wird, die Freiwilligkeit im Bereich des Rettungsdienstes aufrechtzuerhalten, was in etwa von 62 % der Befragten positiv bewertet wird (siehe Abbildung 14). Zum anderen wird durch die Unternehmen die Bereitschaft signalisiert, das Rote Kreuz im Rahmen von Corporate Volunteering unterstützen zu wollen (siehe Tabelle 4). Problematisch ist der Umstand, dass etwas mehr als 95 % der befragten Unternehmen angeben, nicht zu wissen, wo sie sich über die Implementierung von Corporate Volunteering informieren bzw. wohin sie sich wenden können (siehe Abbildung 22). Zudem geben zum jetzigen Zeitpunkt knapp 82 % der Unternehmen an, weniger als 10 Stunden pro Woche an Manpower zur Verfügung stellen zu können (siehe Abbildung 21). Besonders positiv ist es zu bewerten, dass knapp 70 % der teilnehmenden Unternehmen eine Mitarbeiter_innen-Anzahl von 15 oder mehr angegeben hat (siehe Abbildung 18). Somit ist davon auszugehen, dass besonders größere Betriebe an der Umsetzung von Corporate Volunteering interessiert zu sein scheinen.

5 Resümee

5.1 Diskussion und Beantwortung der Forschungsfrage

Ein besonderes Augenmerk bei der Beantwortung der Forschungsfrage wird in dieser Arbeit sinngemäß auf die Freiwilligkeit im Bereich des Rettungsdienstes in der Steiermark gelegt. Wie hier dargelegt wurde, werden die Aufgaben dieser Disziplin größtenteils von Ehrenamtlichen erledigt – demnach gilt es hier besonders, auf qualitative Fortführung, dieser für die Allgemeinheit essentiell wichtigen Tätigkeiten, zu achten. Aufgrund der wandelnden Gegebenheiten in unserer Gesellschaft und den damit einhergehenden Änderungen in der Umsetzung ehrenamtlicher Tätigkeiten, müssen sich auch Non-Profit-Organisationen sozialer Felder, damit auseinandersetzen. Innovationen, Digitalisierung sowie der demographische Wandel stellen Unternehmen vor immer größere Herausforderungen und verlangen von ihren Mitarbeiter_innen Flexibilität und Ausdauer ab.

Daraus ergibt sich im genannten Bereich die Notwendigkeit, sich mit neuen Formen der Freiwilligkeit auseinanderzusetzen und deren Einsatz gewinnbringend für alle Beteiligten, Mitarbeiter_innen, Unternehmen und Rotes Kreuz, umzusetzen. Corporate Volunteering bietet sich diesbezüglich als Alternative zu bestehenden Formen der Freiwilligkeit im Rettungsdienst an, indem Manpower von Unternehmen für die Erledigungen der Aufgaben im Rettungsdienst bereitgestellt werden. Zudem kann zusätzlich unterstützt werden, indem beispielsweise Kosten für Ausbildungen und Equipment übernommen werden, um hier langfristig einen Benefit erzielen zu können. Des Weiteren ergibt sich durch diese neue Form der Freiwilligkeit die Möglichkeit, Interessierte gemäß ihren Intentionen und zeitlichen Ressourcen im gewünschten Bereich einzusetzen. So gelingt es, ihren Prioritäten nach zukommen und qualitative Standards im Rettungsdienst hochzuhalten.

Corporate Volunteering schafft es zum einem, alle drei genannten Stakeholder voneinander abhängig zu machen, aber eben auch, dass alle Beteiligten Vorteile dadurch erzielen können. Unternehmen etablieren sich als soziale Unterstützer in der Gesellschaft und können Know-How verbreiten aber auch erlangen, Non-Profit-Organisationen können ihren Aufgaben für die Allgemeinheit nachkommen und ehrenamtliche Mitarbeiter_innen setzen ihre skill-based-Fähigkeiten ein.

Anhand der erstellten Umfrage unter Freiwilligen lässt sich ableiten, dass sich bereits ein Drittel der Befragten mehr als 48 Stunden pro Monat ehrenamtlich im Rettungsdienst engagiert. Erkennbar ist daraus ableitend ein Trend, dass nahezu die Hälfte dieser Freiwilligen, daraus resultierend, müde bzw. erschöpft am Arbeitsplatz erscheint. Corporate Volunteering kann hier entgegenwirken, indem Dienstverpflichtungen auf mehrere Freiwillige verteilt werden und dadurch Entlastung geschaffen wird. Dies lässt sich daraus ableiten, dass knapp 46 % der

Befragten angegeben haben, durch den Einsatz von Corporate Volunteering ihr monatliches Stundenpensum an freiwilligen Rettungsdiensten steigern zu wollen. Bestehenden Ängsten vor Benachteiligungen im Betrieb, wie beispielsweise der Vernachlässigung beruflicher Verpflichtungen, kann durch dementsprechende vertragliche Vereinbarungen, welche vorab geschlossen werden, entgegengewirkt werden.

Eine zusätzliche Angst Befragter, bei Bewerbungsverfahren benachteiligt zu werden, kann durch der Steigerung des Bekanntheitsgrades von Corporate Volunteering, entgegengewirkt werden. Dies wird vor allem auch dadurch unterstrichen, dass bereits 50 % der befragten Unternehmen, Mitarbeiter_innen engagieren, welche bereits ehrenamtlichen Tätigkeiten, in bekannter Art und Weise, nachgehen. In weiterer Folge kann davon ausgegangen werden, dass die Kollegialität in Betrieben nicht unter Corporate Volunteering leiden würde und somit zusätzlich die Angst der Vernachlässigung beruflicher Verpflichtungen entkräftet wird.

Unternehmen scheinen den Befragungsergebnissen nach besonders Non-Profit-Organisationen sozialer Felder, wie dem Rettungsdienst bzw. der Feuerwehr, unterstützen zu wollen. Die befragten Unternehmen lassen sich quer durch die verschiedensten Branchen kategorisieren, zudem weißt ein Großteil dieser eine Mitarbeiter_innen-Anzahl von 15 oder mehr auf. Das lässt darauf schließen, dass diese Bereitschaft auf ein breites Interesse umgelegt werden kann und nicht spezifisch auf eine bestimmte Disziplin oder eine kleine Anzahl von Sparten einzugrenzen ist. Erkennbar ist ein defizitärer Informationsstand der Unternehmen über die Inhalte von Corporate Volunteering, deren Möglichkeiten zur Umsetzung sowie der erfolgreichen Einreichung von Förderungen und Akquirierung von Rückverrechnungen. Besonders der Faktor der fehlenden Personalressourcen stellt hierbei einen wichtigen Aspekt für die Unternehmen dar. Diese Kosten werden sensibler betrachtet, als beispielsweise jene für Equipment und Lohnnebenkosten.

Hierbei ist auch eine Lücke in der Informationskampagne der Non-Profit-Organisation Rotes Kreuz erkennbar, wie aus der Umfrage unter den freiwilligen Mitarbeiter_innen herausgeht. Anhand der Forschungsergebnisse ist erkennbar, dass das Interesse für Corporate Volunteering sowohl für Unternehmen, als auch Mitarbeiter_innen gegeben ist, mehrere Faktoren für die Umsetzung dieser jedoch enorme Informationslücken aufweisen. Besonders gesetzgebende Instanzen und öffentliche Institutionen sind zukünftig darin gefordert, Kampagnen zu starten, Förderungen für die Umsetzung dieser Form der Freiwilligkeit umzusetzen, steuerliche Erleichterungen zu schaffen und Entschädigungen bzw. Erleichterungen für den Ausfall von Personal und dem Einsatz von Equipment kompensieren zu können.

Daraus resultierend sollten Erleichterungen für Betriebe geschaffen werden, Ehrenamtlichen die Ausübung der Freiwilligkeit im Rettungsdienst erleichtert werden und Non-Profit-Organisationen wie das Rote Kreuz, dabei unterstützen, ihre Ziele, welche einen Benefit für die Gesellschaft haben, zu erreichen. Anhand dieser Marketingmittel kann in weiterer Folge der zurückhaltenden Einschätzung von Unternehmen gegengesteuert werden, dass durch Corporate Volunteering, mehr Menschen zur Teilnahme ehrenamtlicher Tätigkeiten in Non-Profit-Organisationen bewegt werden können, welche jedoch aufgrund der zu Beginn dieses Absatz genannten Umstände, unbedingt von Nöten sein werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Interesse für die Umsetzung von Corporate Volunteering, sowohl von Unternehmen als auch von ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen des Roten Kreuzes gegeben ist. Bestehende Sorgen und Unklarheiten können anhand der Steuerung und Setzung von Informations- und Veranstaltungskampagnen verschiedenster Organisationen und/oder bereits teilhabender Stakeholder zur Klärung gebracht werden. Non-Profit-Organisationen, welche Vorteile und Benefits aus der Implementierung von Corporate Volunteering zur Erreichung ihrer Vorgaben und Ziele erreichen können und hier insbesondere das Rote Kreuz im Bereich des Rettungsdienstes, müssen sich intensiv mit der Umsetzung dieser Form auseinandersetzen, um die Vorteile daraus nutzen zu können. Das Potential und Interesse dafür der anderen beteiligten Stakeholder ist gegeben.

5.2 Schlussfolgerung und Ausblick

Um Corporate Volunteering im Bereich des Rettungsdienstes in der Steiermark umsetzen zu können, sodass diese für alle Stakeholder Vorteile mit sich bringt, benötigt es die Interaktion gesetzgebender Instanzen in Kooperation mit den Beteiligten, um Abläufe und Rahmenbedingungen zu schaffen, in denen sie sich bewegen können. Das Ziel muss es sein, Sorgen und Ängsten entgegenzuwirken, Lösungen für finanzielle Entschädigungen zu erarbeiten und das Interesse für Corporate Volunteering in allen Bevölkerungsgruppen und bei Interessensvertretern von Unternehmen zu steigern und zu etablieren.

Seitens des Roten Kreuzes gibt es bereits seit etwa zehn Jahren die Überlegungen, besonders im Rettungsdienst, dem Wandel in der Gesellschaft, welche sowohl Mitarbeiter_innen als auch die Unternehmen betreffen, durch den Einsatz neuer Formen von Freiwilligkeit zu begegnen. Nur die Transparenz nach außen hin ist noch nicht in dem Ausmaß gegeben, so dass Freiwillige davon Gebrauch machen können. Werbekampagnen müssen darauf ausgerichtet werden, dass Unternehmen aktiv ihre Dienste, wie Manpower, Know-How, Equipment und dergleichen zur Verfügung stellen möchten, um sich damit eine Imagesteigerung in der Gesellschaft schaffen zu können. Dies führt dazu, am Markt attraktiv für Partner als auch für Arbeitskräfte zu sein.

Besonders Non-Profit-Organisationen müssen erkennen, dass der Trend der Freiwilligkeit hin zu einer kurzfristigen Tätigkeit tendiert und mittelfristig zu einem Rückgang von Ehrenamtlichen führt, welche die Umsetzung der Ziele im Rettungsdienst erschweren.

Bereits durch die Europäische Kommission in die Wege geleitende Zugänge zu finanziellen Mitteln, der Vernetzungsmöglichkeiten von Unternehmen sowie der Schaffung rechtlicher Gegebenheiten, müssen in der Steiermark ehestmöglich aufgegriffen und umgesetzt werden.

Essentiell gilt es zudem zu hinterfragen, welche Interessen verfolgt werden, welche Voraussetzungen benötigt werden und welche positiven Outputs die Implementierung von Corporate Volunteering für alle Beteiligten mit sich bringen. Dahingehend gilt es die Abhängigkeit der drei Stakeholder, welche im Zusammenhang mit Corporate Volunteering stehen, zu erkennen und gezielt auf diese hinzuweisen. In diesem Sinne definieren die Unternehmen, die Non-Profit-Organisationen und die ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen selbst, eine Abhängigkeitsspirale und stützen sich gleichzeitig gegenseitig zur Erreichung ihrer Ziele und lassen Partnerschaften und Netzwerke entstehen.

Corporate Volunteering kann zudem zukünftig als elementarer Baustein für die Umgestaltung des Rettungsdienstes in der Steiermark genutzt werden, welche sich aus den wandelnden Gegebenheiten unserer Gesellschaft heraus ergeben. Mit dem einhergehend, kann dadurch eine Steigerung der Anzahl der Unternehmen erreicht werden, welche Corporate Volunteering als Teil ihrer Strategie definieren.

Die Auswertungen der Fragebögen lassen erkennen, dass durch konstruktive Ideen und Anregungen ein reges Interesse an neuen Formen von Freiwilligkeit zu bestehen scheint. Nicht zu unterschätzen ist die Tatsache, dass die Bedenken bzw. die Bedingungen der Unternehmen, welche mit der Umsetzung von Corporate Volunteering einhergehen, nicht primär an die Mitarbeitenden selbst gerichtet sind. Vielmehr werden, wie bereits erwähnt, Vorgaben und Best-practice-Beispiele anhand von Gesetzen und Leitfaden gesetzgebender Instanzen und Unternehmensvertretern gefordert. Das Verständnis und die Akzeptanz zur Teilnahme ihrer Mitarbeiter_innen an dieser neuen Form von Freiwilligkeit sind, zumindest in größeren Betrieben, gegeben. Daraus resultierend müssten in weiterer Folge Überlegungen vorangetrieben werden, auch kleineren Betrieben die Möglichkeiten zu bieten, Corporate Volunteering als Tool zur Erreichung gesellschaftlicher Zwecke, einsetzen zu können.

Literaturverzeichnis

- Aldrian, S. (2015). Neue, unverbindliche Formen der Freiwilligenarbeit im Katastrophenschutz. In Wegener Center für Klima und Globalen Wandel (Hrsg.), *Wissenschaftlicher Bericht Nr. 67-2015*. Karl-Franzens-Universität Graz. <https://wegcwww.uni-graz.at/publ/wegcreports/2015/WCV-SciRep-No67-SALdrian-Jul2015.pdf>
- Andeßner, R. (2004). *Integriertes Potenzialmanagement in NPO*. [Dissertation, Universität Linz].
- Bartsch, G. (2010). *Corporate Citizenship in Deutschland. Corporate Volunteering- ein Blickwechsel mit Folgen*. VS Verlag.
- Benedetti, S. (2015). Freiwilliges Engagement – ein bildungsorientierter Erfahrungsraum. *Political Science. Zeitschrift für Weiterbildungsforschung*. 38(1), 53-69.
- Braun, Sebastian (2011). *Ehrenamtliches und freiwilliges Engagement im Sport: sportbezogene Sonderauswertung der Freiwilligensurveys von 1999, 2004 und 2009*. Köln: Sportverlag Strauß.
- Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. (2019). 3. Bericht zum freiwilligen Engagement in Österreich. Freiwilligenbericht 2019. <https://www.freiwilligenweb.at/wp-content/uploads/2020/05/Freiwilligenbericht-2019.pdf>
- Centre for Sustainability Management (2006). *Corporate Volunteering in der Personalarbeit: ein strategischer Ansatz zur Kombination von Unternehmensinteresse und Gemeinwohl?* http://fox.leuphana.de/portal/files/14361314/59_7downloadversion.pdf
- Fundraising Verband Austria (2019). *Corporate Volunteering Engagement, das wirkt*. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz. https://www.fundraising.at/wp-content/uploads/2019/12/CV_Folder_web.pdf
- Haas, B. (August 2016). Volontourismus: Annäherungen ein einen schwammigen Begriff. *Newsletter für Engagement und Partizipation in Europa*, S. 1-8.

- Khandoker, J. (2020). Freiwilligeneinsätze und Auslandspraktika im globalen. Abbau oder Reproduktion ungleicher Machtverhältnisse? *soziales_kapital. Wissenschaftliches Journal österreichischer Fachhochschul-Studiengänge Soziale Arbeit*, 23, 187-193. <http://www.soziales-kapital.at/index.php/sozialeskapital/article/viewFile/669/1209.pdf>
- Kobi, J. (2008). *Die Balance im Management. Werte, Sinn und Effizienz in ein Gleichgewicht bringen*. Gabler.
- Kropf, S. (14.11.2017). *Corporate Volunteering erfolgreich umsetzen* [Webinar]. Freiwilligkeit & Corporate Volunteering. ImpactHub, Vienna.
- Max, M. & Schulze M. (2022). *Hilfeleistungssysteme der Zukunft. Analysen des Deutschen Roten Kreuzes zur Aufrechterhaltung von Alltagssystemen für die Krisenbewältigung*. Transcript Verlag.
- Neufeind, M., Güntert, S. & Wehner, T. (2015). *Psychologie der Freiwilligenarbeit*. Springer Verlag. https://www.researchgate.net/profile/Max-Neufeind/publication/300766285_Neue_Formen_der_Freiwilligenarbeit/links/58f8d8450f7e9b1506dfa53e/Neue-Formen-der-Freiwilligenarbeit.pdf
- Oberarzbacher, S. (2015). *Untersuchung der vorherrschenden Formen der Freiwilligenkoordination in großen, österreichischen NPOs und deren Auswirkungen auf die langfristige Bindung der Ehrenamtlichen an die Organisation* [Masterarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien]. http://ehrenamtsboerse.at/wp-content/uploads/2016/06/Masterarbeit_Oberarzbacher_Freiwilligenkoordination.pdf
- Selke, S. (2010). *Kritik der Tafeln in Deutschland*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Simonson, J., Ziegelmann, J., Vogel, C. & Tesch-Römer, C. (2014). Zentrale Ergebnisse des Deutschen Freiwilligensurveys 2014.. In J. Simonson, C. Vogel & C. Tesch-Römer (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2014* (S. 21-27). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12644-5>
- Stadler, Wolfgang (2014). Herausforderungen und Chancen - Freiwilliges Engagement als Stützpfeiler der Freien Wohlfahrtspflege. *Blätter der Wohlfahrtspflege (BdW)*, 161(4), 123–125. doi.org/10.5771/0340-8574-2014-4-123

Steffes, S., Maier, M. & Arnold D. (2017). Arbeiten 4.0 – Folgen der Digitalisierung für die Arbeitswelt. *ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft*. <https://10.1007/s10273-017-2163-9>

Studer, S. & von Schnurbein, G. (2013). Integrierte Freiwilligenkoordination. Ein Leitfaden für Schweizer NPO. *CEPS Forschung und Praxis*, 9. https://edoc.unibas.ch/30883/1/20160125161043_56a63af31aab4.pdf

Stötzer, S., Strixner, U. & Andeßner, R. (2017). Charakteristika von episodischem Volunteering – Eine systematische Literaturanalyse. *Voluntaris. Zeitschrift für Freiwilligendienste. Journal of Volunteer Services*. 5(2), 217-252. <https://doi.org/10.5771/2196-3886-2017-2-217>

Verbücheln, M. (26.05.2020). *Positive Wirkung von Corporate Volunteering: Die Rolle von Programmdesign und Bedürfnissen des Partners* [Symposium]. University of Mannheim.

Onlinequellen:

Link zum Thema Corporate Volunteering der Deutschen Bank:

<https://www.ak-kurier.de/akkurier/www/artikel/61251-deutsche-bank-unterstuetzt-kinder-krebshilfe-gieleroth> [Abruf am 12.03.2022]

Link zum Thema der Beliebtheit von Corporate Volunteering des Standard:

<https://www.derstandard.at/story/2000108872112/corporate-volunteering-ist-jetzt-in> [Abruf am 21.01.2022]

Link zur Organisation Fundraising Verband Austria zum Thema Corporate Volunteering:

<https://www.fundraising.at/initiativen/zeitpenden/#covo> [Abruf am 22.02.2022]

Link zur Organisation Fundraising Verband Austria zum Thema Corporate Volunteering für Unternehmen.

https://www.fundraising.at/wp-content/uploads/2019/12/CV_Folder_web.pdf [Abruf am 13.03.2022]

Link zum Diskonter Hofer über Angebote von Corporate Volunteering:

<https://www.hofer.at/de/heute-fuer-morgen/schwerpunkte/gesellschaft/corporate-volunteering.html> [Abruf am 11.03.2022]

Link über Förderung von Freiwilligkeit der Firma Schlemmer:

<https://www.infranken.de/lk/hassberge/firma-foerdert-freiwilligkeit-art-2972480> [Abruf am 12.03.2022]

Link zum Thema Neue Formen der Freiwilligkeit:

<https://noe.orf.at/v2/tv/stories/2512680/> [Abruf am 21.02.2022]

Link zur freiwilligen Mitarbeit im Rettungsdienst des Landesverbandes Steiermark:

<https://www.roteskreuz.at/steiermark/ich-will-helfen/freiwillig-im-rettungsdienst> [Abruf am 23.01.2022]

Link zu allgemeinen Informationen zur virtuellen Freiwilligenarbeit:

<https://www.volunteerworld.com/de/volunteer-abroad/online-freiwilligenarbeit> [Abruf am 22.02.2022]

Link zur Erläuterung von Corporate Volunteering:

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/corporate-volunteering-51590> [Abruf am 22.02.2022]

Link zu allgemeinen Informationen zur virtuellen Freiwilligenarbeit:

<https://worldscholarshipforum.com/de/what-is-virtual-volunteering/> [Abruf am 22.02.2022]

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Aktivitäten von Corporate Volunteering	7
Abbildung 2: Stakeholder Corporate Volunteering	9
Abbildung 3: Demografische Parameter	17
Abbildung 4: durchschnittliche ehrenamtliche Stunden pro Monat im Rettungsdienst.....	18
Abbildung 5: persönliches Empfinden nach ehrenamtlicher Tätigkeiten im Rettungsdienst ..	18
Abbildung 6: persönliches Empfinden über Nachkommen beruflicher Verpflichtungen nach ehrenamtlicher Tätigkeiten im Rettungsdienst	19
Abbildung 7: erschöpftes Erscheinungsbild im Beruf nach ehrenamtlicher Tätigkeit im Rettungsdienst	19
Abbildung 8: Corporate Volunteering – derzeitige Arbeitgeber_innen.....	19
Abbildung 9: Corporate Volunteering – vergangene Arbeitgeber_innen	19
Abbildung 10: Stundenpensum ehrenamtlicher Tätigkeiten durch Corporate Volunteering...20	
Abbildung 11: Bereitschaft zusätzlicher ehrenamtlicher Stunden pro Monat im Rahmen von Corporate Volunteering für die Non-Profit-Organisation.....	20
Abbildung 12: Beeinflussung beruflicher Verpflichtungen durch Corporate Volunteering	20
Abbildung 13: Corporate Volunteering - Einflussfaktor auf Kolleg_innen innerhalb der Non-Profit-Organisation	20
Abbildung 14: Corporate Volunteering als Möglichkeit, die Freiwilligkeit im Rettungsdienst in der Steiermark neu zu gestalten.....	21
Abbildung 15: Wahrscheinlichkeit, dass Corporate Volunteering innerhalb der nächsten 3-5 Jahre im bestehenden Berufsumfeld etabliert wird	21
Abbildung 16: Bemühungen des Roten Kreuzes Graz-Umgebung, Corporate Volunteering voranzutreiben und implementieren zu wollen	21
Abbildung 17: Kategorisierung der teilnehmenden Unternehmen	25
Abbildung 18: Größe der Unternehmen anhand Mitarbeiter_innen	25
Abbildung 19: Freiwillige in Unternehmen.....	25
Abbildung 20: Unternehmen mit der Option Corporate Volunteering anzubieten	26
Abbildung 21: verfügbare Wochenstunden für Option Corporate Volunteering	26
Abbildung 22: Wissensstand von Unternehmen zur Informationseinholung über die Implementierung von Corporate Volunteering	26
Abbildung 23: Einfluss freiwilliger Tätigkeiten auf berufliche Verpflichtungen	26
Abbildung 24: Kostenersatz für Unternehmen	27
Abbildung 25: Wissen über weitere Möglichkeiten der Refundierung entstehender Kosten im Zusammenhang mit Corporate Volunteering	28
Abbildung 26: Auswirkung von Corporate Volunteering auf die Kollegialität unter Mitarbeiter_innen.....	28

Abbildung 27: Einschätzung des positiven Einflusses von Corporate Volunteering auf
Bereitschaft des ehrenamtlichen Engagements in der Gesellschaft.....28

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Erwartungen an Unternehmen und Non-Profit-Organisation zur Umsetzung von Corporate Volunteering	22
Tabelle 2: Vor- und Nachteile für Ehrenamtliche bei Umsetzung von Corporate Volunteering	23
Tabelle 3: Bedingungen von Unternehmen an Mitarbeiter_innen Corporate Volunteering zu etablieren	29
Tabelle 4: Corporate Volunteering für welche Tätigkeiten bzw. Organisationen	29
Tabelle 5: erwartete Goodies / Erleichterungen für die Freistellung von Mitarbeiter_innen im Rahmen von Corporate Volunteering	30

Anhang

Anhang A: Fragebogen Corporate Volunteering für ehrenamtliche Mitarbeiter_innen der Bezirksstelle Graz-Umgebung im Leistungsbereich des Rettungsdienstes

Anhang B: Fragebogen Corporate Volunteering für Unternehmen

Anhang A: Fragebogen Corporate Volunteering – ehrenamtliche Mitarbeiter_innen Rettungsdienst Rotes Kreuz Steiermark, Bezirksstelle Graz-Umgebung

Beschreibung:

Liebe Kolleginnen und Kollegen! Die Zielgruppe dieser Umfrage sind bereits ehrenamtlich engagierte Mitarbeiter_innen im Roten Kreuz Graz-Umgebung im Leistungsbereich des Rettungsdienstes. Die Fragen drehen sich rund um die Themen Ehrenamtlichkeit, Arbeitsplatzsituation und Corporate Volunteering.

Vielen Dank für dein Interesse und deine Teilnahme an der Umfrage im Rahmen meiner Bachelorarbeit. Die Umfrage ist anonym und nimmt in etwa 10 bis 12 Minuten in Anspruch. Ziel ist es unter bestehenden ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen im Roten Kreuz Graz-Umgebung im Leistungsbereich des Rettungsdienstes zu erfahren, inwieweit das Interesse für Corporate Volunteering gegeben ist bzw. welche Rahmenbedingungen dafür von Nöten wären.

Für Rückfragen oder Anregungen bin ich gerne unter thomas.loeffler@st.rotekreuz.at erreichbar.

Vielen Dank.

Thomas Löffler

Fragen:

1. Geschlecht (Einfachnennung)

M

W

D

2. Altersgruppe (Einfachnennung)

Jünger als 18 Jahre

18-29 Jahre

30-45 Jahre

46-65 Jahre

66 und älter

3. Wohnumgebung (Einfachnennung)

Städtisch

Ländlich

4. Beruflicher Tätigkeitsbereich (Einfachnennung)?

Arbeiter_in

Angestellte_r

In Ausbildung (Schule, Studium, Weiterbildung oder ähnliches)

Arbeitssuchend

5. Berufliches Stundenausmaß (Einfachnennung)?

Geringfügige Beschäftigung

Teilzeitbeschäftigung

Vollzeitbeschäftigung

6. In welchem Arbeitszeitmodell bist du tätig? (Einfachnennung)

Vorgegebener Dienstplan

Gleitzeit

Mehrschichtig

Fixe Nachtschicht

Anderes Arbeitszeitmodell

7. Wie lange bist du bereits ehrenamtlich im Rettungsdienst tätig? (Einfachnennung)

weniger als 1 Jahr

1-5 Jahre

Mehr als 5 Jahre

8. Welche Funktionen hast du im Roten Kreuz Graz-Umgebung? (Mehrfachnennungen)

Rettungssanitäter_in

Notfallsanitäter_in

Einsatzfahrer_in

Führungskraft (Funktion in Ortsstellenleitung, Bezirksstellenleitung, Stabsfunktion, Offizier_in vom Dienst oder ähnliches)

9. Wie viele Stunden leistest du im Durchschnitt pro Monat in deiner(n) ehrenamtlichen Funktion(en)? (Einfachnennung)

Weniger als 12 Stunden

12-24 Stunden

24-48 Stunden

Mehr als 48 Stunden

10. Hast du das Gefühl, dass sich dein ehrenamtliches Engagement nicht mit deinen beruflichen Verpflichtungen vereinbaren lässt? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

1

2

3

4

5

11. Wie fühlst du dich nach einem ehrenamtlichen Dienst? (Einfachnennung)

Ausgeglichen

Müde / Erschöpft

Ausgelaugt

12. Wie würdest du dein Leistungspotential beschreiben, wenn du direkt nach einem ehrenamtlichen Dienst, deiner beruflichen Tätigkeit nachgehen musst? (Einfachnennung)

Ich erbringe dieselben Leistungen wie immer

Ich fühle mich erschöpft, kann meine beruflichen Verpflichtungen aber dennoch erfüllen

Ich fühle mich nicht in der Lage, meinen beruflichen Verpflichtungen nachzukommen

13. Wurdest du bereits einmal oder mehrmals von deinen Arbeitskolleg_innen oder Vorgesetzten darauf in deiner Firma darauf angesprochen, dass du nach einem ehrenamtlichen Dienst anders wirkst und arbeitest als sonst? Bewertung der

Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

14. Corporate Volunteering bedeutet, dass du ehrenamtliche Tätigkeiten während deiner Arbeitszeit durchführen kannst und dein_e Arbeitgeber_in dich dafür freistellt (Entgeltfortzahlung, Urlaubsansprüche, Versicherungsschutz und ähnliches bleiben bestehen) – Wird in deiner Firma diese Form der Freiwilligkeit angeboten wird? (Einfachnennung)

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

15. Hast du schon einmal Corporate Volunteering in einer anderen Firma betrieben? (Einfachnennung)

- Ja
- Nein

16. Welche Voraussetzungen müssten deine Firma dir bieten bzw. zusagen, damit du Corporate Volunteering betreiben würdest? Bitte in Stichwörtern in das freie Textfeld eintragen. (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

17. Hätte die Durchführung von Corporate Volunteering einen Einfluss auf dein durchschnittliches monatliches Stundenpensum an ehrenamtlicher Tätigkeiten beim Roten Kreuz Graz-Umgebung? (Einfachnennung)

- Ich würde deswegen gleichen viele Stunden erbringen
- Ich würde deswegen weniger Stunden erbringen
- Ich würde deswegen mehr Stunden erbringen

18. Welche Vorteile würden Corporate Volunteering deiner Meinung nach für dich mit sich bringen? Bitte in Stichwörtern in das freie Textfeld eintragen. (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

19. Welche Nachteile würden Corporate Volunteering deiner Meinung nach für dich mit sich bringen? Bitte in Stichwörtern in das freie Textfeld eintragen. (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

20. Würden sich deiner Meinung nach durch Corporate Volunteering mehr Menschen beim Roten Kreuz Graz-Umgebung im Rettungsdienst engagieren? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

21. Wie viele Stunden pro Monat wärst du bereit im Rahmen von Corporate Volunteering ehrenamtlich für das Rote Kreuz Graz-Umgebung im Rettungsdienst zu leisten? (Einfachnennung)

Weniger als 12 Stunden

12-24 Stunden

24-48 Stunden

22. Hättest du Sorgen bzw. Bedenken dass durch Corporate Volunteering deine beruflichen Verpflichtungen vernachlässigt würden? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

23. Wie würden deine Arbeitskolleg_innen darauf reagieren, wenn du regelmäßig Corporate Volunteering durchführen würdest? (Einfachnennung)

Das hätte keine Auswirkungen auf das Verhältnis mit meinen Arbeitskolleg_innen

Meine Arbeitskolleg_innen würden mich dabei unterstützen

Meine Arbeitskolleg_innen würden das nicht unterstützen

24. Angenommen du bist auf Jobsuche und du hättest die Wahl zwischen 2 Unternehmen. Eines bietet Corporate Volunteering an, das andere nicht – für welches Unternehmen würdest du dich entscheiden? (Einfachnennung)

Unternehmen mit Corporate Volunteering

Unternehmen ohne Corporate Volunteering

25. Hättest du das Gefühl, dass Corporate Volunteering, kein „ehrenamtliches Engagement“ mehr ist und dieses in weiterer Folge dadurch ersetzt werden könnte? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

1

2

3

4

5

26. Würde sich Corporate Volunteering deiner Meinung nach negativ auf das Verhältnis mit ehrenamtliche Kolleg_innen auswirken, welche über ihre Firma nicht die Möglichkeit dafür geboten bekommen würden? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

1

2

3

4

5

27. Hast du das Gefühl, dass die Ehrenamtlichkeit im Rettungsdienst in der Steiermark anders oder neu gestaltet werden sollte und Corporate Volunteering dazu beitragen könnte? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

1

2

3

4

5

28. Wie könntest du in deinem beruflichen Umfeld dazu beitragen, dass Corporate Volunteering vorangetrieben und für Mitarbeiter_innen angeboten wird? Bitte in Stichwörtern in das freie Textfeld eintragen. (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

29. Welche Vorteile würden sich deiner Meinung nach für deine Firma ergeben, wenn diese Corporate Volunteering anbieten würde? (Mehrfachnennungen)

Gesteigertes Ansehen in der Gesellschaft

Platzieren als attraktive_r Arbeitgeber_in

Gesteigerte Motivation der Mitarbeiter_innen

Besserer Wettbewerbsvorteil in der Wirtschaft

Leichter Zugang von Fördermitteln

Erlangen mehrerer Aufträge

30. Wie groß schätzt du die Wahrscheinlichkeit ein, dass deine Firma Corporate Volunteering in den nächsten 3-5 Jahren umsetzen könnte? (Einfachnennung)

keine Wahrscheinlichkeit

geringe bis mittlere Wahrscheinlichkeit

mittlere bis hohe Wahrscheinlichkeit

31. Welche Erwartungen hättest du an das Rote Kreuz, wenn du Corporate Volunteering betreiben würdest? Bitte in Stichwörtern in das freie Textfeld eintragen. (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

32. Hast du das Gefühl, dass Corporate Volunteering im Rettungsdienst seitens des Roten Kreuzes Graz-Umgebung vorangetrieben wird bzw. als Möglichkeit angeboten wird? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

1

2

3

4

5

33. Möchtest du noch etwas zu dieser Umfrage ergänzen? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

Vielen Dank für deine Zeit und der Teilnahme an der Umfrage!

Für Rückfragen oder Anregungen bin ich gerne unter thomas.loeffler@st.rotekreuz.at erreichbar.

Mit freundlichen Grüßen,

Thomas Löffler

Anhang B: Fragebogen Corporate Volunteering – Unternehmen

Beschreibung:

Sehr geehrte Damen und Herren! Die Zielgruppe dieser Umfrage sind Entscheidungsträger_innen von Unternehmungen verschiedenster Branchen in Österreich. Die Fragen handeln von Ehrenamtlichkeit, Arbeitsplatzsituation und Corporate Volunteering.

Vielen Dank für Ihr Interesse und Ihrer Teilnahme an der Umfrage im Rahmen meiner Bachelorarbeit. Die Umfrage ist anonym und nimmt in etwa 10 Minuten in Anspruch. Ziel ist es von Entscheidungsträger_innen von Unternehmen in Österreich zu erfahren, inwieweit das Interesse für Corporate Volunteering gegeben ist bzw. welche Rahmenbedingungen und gesetzliche Grundlagen dafür von Nöten wären, dass diese Mitarbeiter_innen dafür zur Verfügung stellen würden.

Für Rückfragen oder Anregungen stehe ich unter thomas.loeffler@mail.fernfh.ac.at zur Verfügung.

Vielen Dank.

Thomas Löffler

Fragen:

1. In welche Kategorie lässt sich ihr Unternehmen einordnen? (Einfachnennung)

Assistenz / Verwaltung

Beratung / Consulting

Coaching / Training

Einkauf / Logistik

Finanzen / Bankwesen

Gastronomie / Tourismus

IT / EDV

Marketing / PR

Personalwesen

Pharma / Gesundheit / Soziales

Produktion / Handwerk
Rechnungswesen / Controlling
Rechtswesen
Verkauf
Andere

2. Größe ihres Unternehmens auf Mitarbeiter_innen bezogen? (Einfachnennung)

Weniger als 5 Mitarbeiter_innen
Zwischen 5-15 Mitarbeiter_innen
Mehr als 15 Mitarbeiter_innen

3. Örtlichkeit ihres Unternehmens? (Einfachnennung)

Städtisch
Ländlich

4. Welche(s) Arbeitsmodell(e) gibt es in ihrem Unternehmen? (Mehrfachnennungen)

Vorgegebene Dienstpläne
Gleitzeit
Schichtdienste
Andere

5. Haben sie Mitarbeiter_innen welche sich nebenberuflich und regelmäßig ehrenamtlich in einer Non-Profit-Organisation engagieren? (Einfachnennung)

Ja
Nein
Weiß nicht

6. Sind sie als Führungskraft zusätzlich zu ihrer beruflichen Tätigkeit, ehrenamtlich in einer Non-Profit-Organisation beschäftigt? (Einfachnennung)

Ja
Nein

7. Was sind die Gründe ihrer vorherigen Antwort? (Freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

8. Schätzen Sie bitte – wie viele Stunden werden von ihren Mitarbeiter_innen ehrenamtlich pro Woche in Non-Profit-Organisationen geleistet? (Einfachnennung)

Weniger als 10 Stunden

Zwischen 10-40 Stunden

Mehr als 40 Stunden

9. Wirkt sich ihrer Meinung nach, ehrenamtliches Engagement auf die Arbeitsleistung der Mitarbeiter_innen in ihrem Unternehmen aus (beispielsweise nach einem Nachtdienst beim Roten Kreuz im Rettungsdienst)? (Einfachnennungen)

Mitarbeiter_innen wirken danach am Arbeitsplatz erschöpft und können nicht ihre normalen Kapazitäten erbringen

Mitarbeiter_innen wirken müde, erbringen aber ihre erwartete Arbeitsleistung

Mitarbeiter_innen wirken wie gewöhnlich und erbringen ihre erwartete Arbeitsleistung oder mehr

10. Haben ihrer Meinung nach Non-Profit-Organisationen genug ehrenamtliches Personal für die Erledigungen ihrer Aufgaben zur Verfügung, oder sehen sie einen Personalengpass in Österreich? (Einfachnennung)

Ich glaube Non-Profit-Organisationen haben genug Ehrenamtliche

Ich glaube es besteht ein akuter Personalengpass an Ehrenamtlichen in Non-Profit-Organisationen

Ich weiß es nicht

11. Was sind ihrer Meinung nach die Motive, für ein ehrenamtliches Engagement ihrer Mitarbeiter_innen? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

12. Corporate Volunteering bedeutet, dass ehrenamtlich Tätige während ihrer Arbeitszeit ein freiwilliges Engagement durchführen können und für diesen Zeitraum vom/von der Arbeitgeber_in dafür freigestellt wird. Entgeltfortzahlung, Urlaubsansprüche, Versicherungsschutz und ähnliches bleiben bestehen, etwaiges benötigtes Equipment wie bspw. ein Laptop wird vom Unternehmen zur Verfügung gestellt – Bietet ihr Unternehmen diese oder eine ähnlichen Form von Freiwilligkeit an? (Einfachnennung)

Ja

Nein

13. Welche Bedingungen würden sie an ihre Mitarbeiter_innen direkt stellen, um ihnen Corporate Volunteering zu ermöglichen? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

14. Für welche Art von oder explizit für welche Organisationen könnten sie sich vorstellen, Corporate Volunteering anzubieten? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

15. Welche Vorteile könnten sich durch Corporate Volunteering für ihr Unternehmen ergeben? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

16. Welche Nachteile könnten sich durch Corporate Volunteering für ihr Unternehmen ergeben? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

17. Wissen sie wo sie sich als Unternehmen informieren können, wenn sie Corporate Volunteering integrieren möchten? (Einfachnennung)

Ja

Nein

18. Welche Formen der Vergütung würden sie sich erwarten, wenn sie Mitarbeiter_innen für Corporate Volunteering zur Verfügung stellen würden? (Mehrfachnennungen)

Personalkosten

Ersatzeinstellung

Krankenkassenbeitrag

Sozialversicherung

Pauschale für Benützung von Equipment (IT Hard- und Software, Smartphone...)

Kostenvergütung für Lizenzen

keine

19. Kennen sie andere Formen von Vergütungen bzw. Rückverrechnungen für entstandene Kosten für Mitarbeiter_innen, welche sich in der ihrer Arbeitszeit für ehrenamtliche Non-Profit-Organisationen engagiert haben? (Einfachnennung)

Ja
nein

20. Wenn sie die vorige Antwort mit JA beantwortet haben, welche? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

21. Welche rechtlichen Grundlagen müssten vor Inkrafttreten von Corporate Volunteering geregelt werden? – Bitte in Stichwörtern in das freie Textfeld eintragen. (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

22. Hätte Corporate Volunteering ihrer Meinung nach eine positive Imagewirkung ihres Unternehmens in der Gesellschaft? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

1
2
3
4
5

23. Wenn sie Corporate Volunteering anbieten würden, welche Goodies bzw. Erleichterungen würden sie sich dadurch durch die gesetzgebenden Instanzen, Arbeiterkammern oder ähnliches erwarten? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

24. Wie viele Wochenstunden könnten sie aus jetziger Sicht in ihrem Unternehmen an Corporate Volunteering zur Verfügung stellen? (Einfachnennung)

Weniger als 10 Stunden
Zwischen 10-40 Stunden
Mehr als 40 Stunden

25. Würde ihrer Meinung nach Corporate Volunteering in ihrem Unternehmen, Auswirkungen auf die Kollegialität unter ihren Mitarbeiter_innen haben? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

26. Glauben sie, dass durch Corporate Volunteering mehr Menschen zu einem ehrenamtlichen Engagement bewegt werden könnten? Bewertung der Aussage mit 1-5 Daumen (1 Daumen für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 Daumen für „Stimme voll und ganz zu“) (Likert Skala) Bewertung – 1-5 Daumen

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

27. Möchten sie noch etwas zu dieser Umfrage ergänzen? (freies Textfeld)

>>>freies Textfeld<<<

Vielen Dank für Ihre Zeit und die Teilnahme an der Umfrage!

Für Rückfragen oder Anregungen stehe ich unter thomas.loeffler@mail.fernfh.ac.at zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,

Thomas Löffler