



An die
Teilnehmerinnen und Teilnehmer
der 10. Fachtagung Freiwilligenagenturen
17.-19. Oktober 2005

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer!

Was haben die Freiwilligenagenturen und ein Mobilfunkunternehmen wie Vodafone miteinander zu tun? Diese Frage haben Sie sich vielleicht gestellt, als Sie das Logo des Unternehmens auf der Einladung zu dieser Fachtagung gesehen haben. Aus welchem Grund unterstützt Vodafone diese Tagung?

Die Bagfa zeichnen zwei Dinge besonders aus:
Professionalisierung und Profilierung der Arbeit von Ehrenamtlichen
sowie eine nunmehr zehnjährige Erfahrung in diesem Arbeitsbereich

Wir bei Vodafone kennen - naturgemäß – ehrenamtliche Arbeit im Arbeitsalltag nicht. Zwar sind viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ehrenamtlich aktiv, arbeiten in Vereinen oder anderen Organisationen wie z.B. als Elternvertreter in Schulen oder Kindergärten mit, aber diese Betätigungen haben zunächst keine unmittelbare Relevanz für ihre Arbeit im Unternehmen. Wir erleben aber zunehmend, dass Mitarbeiter ihr Know How aus dem Mobilfunkgeschäft in ihre ehrenamtliche Arbeit einbringen. Mobile Kommunikation ist eben in allen Lebenslagen und auch in allen nicht berufsbezogenen Tätigkeiten hilfreich und unterstützend.

Hinzu kommt, dass unsere Mitarbeiter Ideen ins Unternehmen bringen, die aus ihren Erfahrungen im Ehrenamt kommen. Oder sie entwickeln Ideen, wie das Unternehmen sich für soziale, kulturelle und ökologische Belange engagieren kann. Beispielsweise sind Mitarbeiter, die im THW oder im Deutschen Roten Kreuz tätig sind, im Januar 2005 in die Krisengebiete des Tsunami geflogen, um dort zu helfen. Zusätzlich haben sie angeregt, eine Spendenaktion der Mitarbeiter aufzusetzen. Die Geschäftsführung war sofort dazu bereit. Rund 3.000 Mitarbeiter haben durchschnittlich 55 Euro gespendet, die Geschäftsführung hat den Betrag verdoppelt, so dass insgesamt 321.613 Euro für Projekte in Sri Lanka zur Verfügung gestellt werden konnten.

Bei Vodafone sind viele Aktivitäten mit sozialem Engagement verknüpft: Mitarbeiter und Kunden sehen so, dass sich ihr Einsatz doppelt lohnt. Drei Beispiele dazu: Für jede erfolgreiche Begutachtung von Verbesserungsvorschlägen der Mitarbeiter wird eine Gutachterspende fällig. Dieses Geld kommt sozialen Einrichtungen im lokalen Umfeld der Vodafone-Niederlassungen oder der Zentrale zugute. Über 62.000 Euro waren es im letzten Geschäftsjahr, die so gesammelt werden konnten.



Oder der Erlös aus dem Recycling von Tonerkartuschen, Tintenpatronen und Elektronikschrott wird ebenfalls an soziale Einrichtungen gespendet. Der Recyclinggedanke, der Anspruch, nachhaltig zu handeln, ist im Unternehmen sehr ausgeprägt und geht weit über die gesetzlichen Vorschriften hinaus. Zum Beispiel spendet Vodafone für jedes abgegebene Alt-Handy fünf Euro an gemeinnützige Organisationen in der Region, in der das Alt-Handy gesammelt wurde. So flossen in den vergangenen zwei Jahren rd. 190.000 Euro an gemeinnützige Einrichtungen wie z.B. die Lebenshilfen in vielen Bundesländern.

Vodafone möchte nicht bei den bisherigen Ansätzen stehen bleiben, sondern noch mehr für die Unterstützung von Freiwilligenarbeit tun. Sicher kennen Sie das Stichwort "Corporate Volunteering". Dieser Begriff beinhaltet die aktive Mitarbeit eines Unternehmens bzw. der Mitarbeiter in Vereinen und Verbänden. Dies ist allerdings als Programm des Unternehmens, so dass die Kompetenz des Geschäfts einer Firma in diese Arbeit einfließt.

Als Beispiel möchte ich hier das Projekt "Lichterkette" der Allianz AG nennen: Die Versicherung unterstützt dieses Engagement gegen Fremdenfeindlichkeit finanziell. Daraus ist ein Mitarbeiter-Volunteering erwachsen, das den Münchner Angestellten die Mitarbeit in Integrationsprojekten ermöglicht. Dieter Schöffmann, Chef der Kölner Agentur Vis a Vis und Fachbuchautor verweist darauf, dass alle Seiten bei solchen Volunteerings gewinnen würden: Die sozialen Einrichtungen erhalten tatkräftige Hilfe und Management-Know-how, der Staat wird in Zeiten klammer Kassen von der Wirtschaft entlastet, die Unternehmen tun etwas für ihr Image und die Manager selbst kurbeln ihre Sozialkompetenz an.

Auch Vodafone plant langfristig ein Corporate Volunteering-Programm aufzusetzen. Dies sollte natürlich nicht nur an den Bedürfnissen des Unternehmens ausgerichtet sein, sondern die spezifischen Belange der Arbeit von Vereinen, Verbänden und anderen Organisationen wie z.B. den Freiwilligenagenturen mit berücksichtigen. Die Bagfa hat diese Erfahrungen, die in der heutigen Fachtagung noch einmal gebündelt vorgestellt und analysiert werden. Damit dieses Know How weitergegeben werden kann und auch andere davon profitieren können, unterstützen wir diese Tagung.

Wir wünschen Ihnen allen viel Erfolg bei Ihrer Arbeit.

Mit besten Grüßen

Vodafone D2 GmbH

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Bernhard Lorentz".

Dr. Bernhard Lorentz
Leiter Corporate Responsibility und Stiftungen