

ENTERPreis Unternehmenswettbewerb 2007

Verantwortung erkennen – Engagement zeigen

Dokumentation

Impressum

Herausgeber

Ministerium für Generationen, Familie, Frauen
und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen
Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation
Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf
Telefon: 02 11/86 18-50
info@mgffi.nrw.de
www.mgffi.nrw.de

Ansprechpartnerin

Abteilung Grundsatz, Generationen
Karina Conconi
Telefon: 02 11/86 18-3510
karina.conconi@mgffi.nrw.de

Konzept, Text & Redaktion:

VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH, Köln

Satz & Layout:

MediaCompany
Agentur für Kommunikation GmbH, Bonn

Druck:

Verlag und Druckkontor Kamp GmbH

© 2008/MGFFI 1062

Die Druckfassung kann bestellt werden:

im Internet: www.mgffi.nrw.de/publikationen

telefonisch: 018 03/10 0110

C@II-NRW (9 Cent/Min)*

*aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG

Bitte die Veröffentlichungsnummer **1062** angeben.

Inhalt

Vorwort

ENTERPreis Unternehmenswettbewerb 2007 4

Preisträger 6

Wettbewerbsbeiträge 29

Danksagung 36

ENTERPreis 2007 – Zahlen und Fakten 37

Vorwort



Können Unternehmen es sich leisten, sozial und gemeinwohlbezogen zu agieren? Zumindest in der öffentlichen Wahrnehmung ist eher von verschärften Wettbewerbsbedingungen in Zeiten wirtschaftlicher Globalisierung die Rede und vom entsprechenden Rationalisierungsdruck, der auf den Unternehmen lastet. Insofern überrascht es, dass immer mehr Unternehmerinnen und Unternehmer die Frage positiv beantworten. Sie wollen sich engagieren – und viele tun es tatsächlich. Sie stellen fest, dass es dafür durchaus Spielräume gibt. Und, was noch wichtiger ist, sie erkennen, dass sich gesellschaftliches Engagement für das Unternehmen mehrfach lohnt.

So steigt das Ansehen von Unternehmen, die sich als „good corporate citizen“, also als „guter Bürger“ engagieren – in der Öffentlichkeit ebenso wie in der Belegschaft. Die Identifikation mit dem Unternehmen wächst, soziale Kompetenzen und Teamgeist verbessern sich, Nachwuchs kann besser rekrutiert und ausgebildet werden. Kurz: Unternehmerisches Engagement für andere stärkt den eigenen Betrieb!

Wenn wir in Deutschland heute über gemeinwohlorientiertes Handeln in der Wirtschaft sprechen, können wir auf eine lange Tradition zurückblicken. Schon im 19. Jahrhundert haben sich christlich motivierte und sozial eingestellte Unternehmer für die Wohlfahrt ihrer Beschäftigten eingesetzt, gerade bei uns in Nordrhein-Westfalen. Man denke etwa an den von Mönchengladbach aus operierenden Volksverein. Auch für das nach dem Zweiten Weltkrieg entstandene Modell der Sozialen Marktwirtschaft ist eine enge Verbindung von Eigennutz und Gemeinwohlorientierung typisch.

Doch so wichtig diese Traditionslinien auch sind – angesichts der großen Herausforderungen, vor denen unsere Gesellschaft steht, stellt sich die Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen in neuer Weise. Gleiches gilt für die Frage nach der Rolle und Verantwortung des einzelnen Bürgers und der einzelnen Bürgerin.

Es ist die Aufgabe von Politik und Staat, das soziale Kapital der Gesellschaft zu mobilisieren. Allein ist dies aber nicht zu schaffen. Um den Unternehmen Rückenwind zu geben, hat die Landesregierung im vergangenen Jahr den ENTERPreis Unternehmenswettbewerb unter dem Motto „Verantwortung erkennen – Engagement zeigen“ erneut ausgeschrieben. Ein besonderer Schwerpunkt lag in 2007 auf sozialen Partnerschaften zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen. Sie sind es, die durch ihre beharrliche zivilgesellschaftliche Arbeit einen besonderen Gewinn für das Gemeinwesen hervorbringen.

In der vorliegenden Broschüre werden die Preisträgerinnen und Preisträger mit ihrem Engagement vorgestellt – um es anzuerkennen und möglichst viele zur Nachahmung anzuregen. Sie wurden in vier Kategorien bewertet, die für die Zukunft unserer Gesellschaft von besonderer Bedeutung sind. Neben den sozialen Partnerschaften („Gemeinsam bewegen“) haben wir die Themen Generationen („Brücken bauen“), Eine Welt („Die Welt in NRW – NRW in der Welt“) und Bürgergesellschaft („Lebendige Bürgergesellschaft“) in den Vordergrund gestellt.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre. Lassen Sie sich anstecken vom Ideenreichtum und vom Engagement der Preisträger!

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Armin Laschet'. The signature is fluid and cursive.

Armin Laschet

Minister für Generationen, Familie, Frauen
und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen



„Die Zukunft unserer Gesellschaft ist geprägt von zahlreichen Herausforderungen: Sozialer Zusammenhalt, Integration zugewanderter Menschen, Gestaltung des Demografischen Wandels und Bildungs- sowie Entwicklungschancen. Wenn die Profis gemeinnütziger Arbeit mit denen aus der Wirtschaft Hand in Hand arbeiten, können wir diese Zukunftsaufgaben innovativ, wirksam und nachhaltig bewältigen.“

Armin Laschet, Minister für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen anlässlich des Wettbewerbsstarts am 12. Juni in Köln.



Regionalveranstaltung in Köln



Moderatorin Anke Bruns und Ulla Eberhard (Kölner Freiwilligen Agentur e.V.), Regionalveranstaltung in Köln

ENTERPreis Unternehmenswettbewerb 2007

2007 fand zum zweiten Mal in Nordrhein-Westfalen der **ENTERPreis-Unternehmenswettbewerb** statt. Unter dem Motto „Verantwortung erkennen – Engagement zeigen“ sollte – wie schon 2005 – beispielhaftes gesellschaftliches Unternehmensengagement identifiziert, öffentlich gewürdigt und zur Nachahmung empfohlen werden. Ein besonderes Augenmerk lag auf dem Unternehmensengagement in Partnerschaft mit gemeinnützigen Organisationen.

Insgesamt 77 Wettbewerbsbeiträge wurden für eine (bzw. mehrere) der folgenden Kategorien eingereicht:

„Brücken bauen“

Engagements, die den Dialog zwischen verschiedenen Generationen und gesellschaftlichen Gruppen fördern bzw. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf verbessern
– 32 Beiträge

„Die Welt in NRW – NRW in der Welt“

Projekte für die Integration von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte, gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus bzw. für bessere Lebensverhältnisse und Partizipationschancen von Menschen in anderen Teilen der Welt
– 12 Beiträge

„Lebendige Bürgergesellschaft“

Initiativen, die das freiwillige soziale Engagement von Unternehmensmitarbeiterinnen und Mitarbeitern anregen und fördern bzw. die Bürgergesellschaft nachhaltig stärken
– 12 Beiträge

„Gemeinsam bewegen“

Längerfristiges Unternehmensengagement zu Gunsten gemeinnütziger Organisationen bzw. Engagementpartnerschaften zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen
– 23 Beiträg

Die Jury

Dipl.-Ing. Kemal Sahin, Gründer und Geschäftsführer der Sahinler Group / Sahinler Holding (Aachen) – Juryvorsitz

Prof. Dr. Dr. Sebastian Braun, Direktor des Forschungszentrums für Bürgerschaftliches Engagement an der Universität Paderborn

Dr. Herbert Ferger, Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer zu Köln

Dr. Marion Gierden-Jülich, Staatssekretärin im Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen

Andrea Hankeln M.A., Geschäftsführerin des Centrums für Bürgerschaftliches Engagement (CBE), Mülheim/Ruhr

Anne Krall, geschäftsführende Gesellschafterin der Krall.Partner Werbeagentur GmbH

Dr. Thomas Möltgen, Leiter des Bereichs Grundsatzzfragen und Gemeindecaritas im Diözesan-Caritasverband für das Erzbistum Köln e.V.

Dipl. oec. Birgit Riess, Projektverantwortliche Corporate Social Responsibility der Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

Prof. Dr. Max Urchs, Direktor des Instituts für Unternehmensethik an der European Business School Oestrich-Winkel

Prof. Klaus Wermker, Leiter des Büros für Stadtentwicklung der Stadt Essen & Honorarprofessor der Universität Duisburg-Essen



Minister Armin Laschet
auf der Eröffnungsveranstaltung



Moderator Thorsten Wagner und
Stefan Roggenkamp
(Roggenkamp Organics AG),
Regionalveranstaltung in Bielefeld



Ursula Hahmann (XIQIT GmbH) und
Moderatorin Anke Bruns,
Regionalveranstaltung in Aachen

In den vier Kategorien verlieh die Fachjury jeweils einen ersten, zweiten und dritten Preis für die Engagementpraxis. Außerdem wurden von der Jury drei Ideenpreise für ein in naher Zukunft geplantes Engagementprojekt und ein Anerkennungspreis für kleine Unternehmen vergeben.

Weit über 2000 Bürgerinnen und Bürger Nordrhein-Westfalens haben zudem mit ihrem Votum einen „Bürgerpreis“ bestimmt.

Kriterien für die Preisvergabe waren:

- Nutzen des Engagements für die Gesellschaft
- Verankerung des Engagements im Unternehmen
- Einsatz von Kompetenz, Personal und Ressourcen des Unternehmens
- Engagementkooperation mit einem gemeinnützigen Partner
- Verhältnis des freiwilligen Unternehmensengagements zum geschäftlichen Handeln
- Neue zukunftsweisende Formen oder Wege des Engagements

In einem beeindruckenden Industriedenkmal, das Rund des Gasometers in Oberhausen, wurde im Januar 2007 die Auftaktdiskussion zu „Praxis – Partnerschaften – Perspektiven“ des gesellschaftlichen Unternehmensengagements geführt. Die Glashalle der E.ON-Konzernzentrale in Düsseldorf bot im Dezember 2007 den repräsentativen Rahmen für die Preisverleihung.

In den Sommermonaten stellte sich der Wettbewerb in den Regionen Nordrhein-Westfalens vor. In Kooperation mit den Freiwilligenagenturen in Dortmund und Münster, den Industrie- und Handelskammern in Bielefeld und Köln sowie mit der Sparkasse in Aachen wurde Unternehmen der Region und weiteren Interessierten die Wettbewerbsidee anhand interessanter Praxisbeispiele vorgestellt.



„Die Wettbewerbsbeiträge haben eine erstaunlich hohe Qualität in der Kontinuität und Ernsthaftigkeit der Partnerschaften. Auch die Tiefe der Engagements – es werden immer mehr junge Menschen wie z.B. Auszubildende für das freiwillige Engagement im Unternehmenskontext gewonnen – zeigt eine überaus positive Entwicklung in den letzten Jahren.“

Birgit Riess, Projektverantwortliche Corporate Social Responsibility der Bertelsmann Stiftung

Preisträger

Brücken bauen

Zur Wettbewerbskategorie „Brücken bauen“ haben alle Engagements gezählt, die den Dialog und das Zusammenwirken verschiedener Generationen, gesellschaftlicher Gruppen oder Berufs- und Lebenssphären fördern. Sie beschäftigen sich zum Beispiel mit der Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Kinder- und Familienfreundlichkeit im Gemeinwesen, dem Zusammenwirken verschiedener Generationen oder Kulturen sowie Bildungs- und Berufschancen.



„Beeindruckend war für mich, wie sehr die Unternehmen gesellschaftlich relevante Fragestellungen aufgriffen und im Unternehmenskontext mit Kreativität angegangen sind. Man spürte in den Schilderungen geradezu die Freude daran, den jeweils gewählten Themenbereich mit den Möglichkeiten eigenen Know-hows zu entwickeln und für die gewählte Zielgruppe nutzbar werden zu lassen. Die Beiträge zeugten von einer ernsthaften Durchdringung der Problemlage. Es ist erwähnens- und lobenswert, dass der schnelle PR-Erfolg der Firmen nicht im Vordergrund stand und steht. Vielmehr wurde deutlich, dass zusammen mit den Projektpartnerinnen und -partnern etwas Neues auf die Beine gestellt werden sollte, was so bislang nicht möglich war und eine neue Qualität für alle Beteiligten darstellt.“

Dr. Thomas Möltgen, Leiter des Bereichs Grundsatzfragen und Gemeindecartas im Diözesan-Caritasverband für das Erzbistum Köln, Jurymitglied und Laudator

1. Preis

MIT Moderne Industrietechnik GmbH, Vlotho/Exter

„SMS – Strategische Mitarbeitergewinnung an Schulen und anderen sozialen Einrichtungen“

„Fachkräftemangel kostet Deutschland über 20 Milliarden Euro“ (Der Tagesspiegel, 20.08.2007), „Fachkräftemangel bremst Aufschwung“ (Focus online, 01.03.2007), „Fachkräftemangel: Hinweise auf Mangel an technischen Qualifikationen verdichten sich“ (Pressemitteilung Bundesministerium Wirtschaft und Technologie, 22.10.2007) – Diese Schlagzeilen weisen auf eine Gefahr für die deutsche Industrie hin, die mit der demografischen Entwicklung zunimmt.

Auch die MIT Moderne Industrietechnik GmbH, die Industriearmaturen konstruiert, fertigt und vertreibt, spürt dies. Seit ihrem Markteintritt im Jahr 1989 erlebt sie ein kontinuierliches Wachstum, das nur durch den Mangel an Fachkräften beeinträchtigt wird. Insbesondere im technischen Bereich sind die Folgen gravierend. So ist z.B. eine Fertigung in zwei Schichten aus Personalmangel aktuell nicht möglich.

Wie kann dieses Problem gelöst werden? MIT sieht hier nicht nur die Politik gefordert, optimale (Aus-)Bildungschancen zu schaffen, sondern auch die Unternehmen in der Verantwortung – und geht mit gutem Beispiel voran.

Mit dem ausgezeichneten Projekt „SMS – Strategische Mitarbeitergewinnung an Schulen und anderen sozialen Einrichtungen“ unterstützt MIT die technische (Aus-)Bildung praxisnah vom Kindergarten bis zur Universität. Gewinner gibt es auf beiden Seiten: Der Nachwuchs lernt zukunfts-trächtige Berufe kennen und wird fachlich qualifiziert, diese auch ergreifen zu können. MIT konnte durch SMS und weitere Bildungsprojekte schon fünf neue Mitarbeiter gewinnen.

Das Unternehmensengagement ist an die Alterstufen der Kinder und Jugendlichen angepasst. Kinder erhalten in spannenden Betriebsbesichtigungen einen Einblick in den Alltag eines metallverarbeitenden



„Wir betrachten das Thema Verantwortung nicht als Philanthropie oder ‚schönes Nebenprodukt‘ zu unserem täglichen Geschäft. Vielmehr verstehen wir Verantwortung als elementaren Bestandteil unseres wirtschaftlichen Handelns, das aus unserer Überzeugung heraus nur dann langfristig tragfähig und gesellschaftlich akzeptiert sein wird, wenn wir in unserem Kerngeschäft auch verantwortlich handeln und selbst aktiv und glaubwürdig an der Lösung der gesellschaftlichen Herausforderungen mitarbeiten.“

Freiwilliges Mitarbeiterengagement für soziale oder gemeinnützige Zwecke nimmt bei uns einen immer wichtiger werdenden Stellenwert ein. Denn unsere Mitarbeiter sind mit ihrem Engagement letztlich das ‚Herz‘ und ‚Gesicht‘ unseres Unternehmens in der Gesellschaft. Wir sind der Meinung, dass freiwilliges Engagement sowohl der Gesellschaft hilft und damit unsere Glaubwürdigkeit erhöht als auch einen wertvollen Beitrag für die persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter leistet.“

Dr. Eric Depluet, Chief Responsibility Officer, E.ON AG, in seiner Rede zur Preisverleihung



1. Preis: MIT Moderne Industrietechnik GmbH

den Betriebes. Während der Schulzeit realisiert MIT aktiven Wissenstransfer in Schulen und stellt zudem ständig Praktikumsplätze zur Verfügung – für Schülerinnen und Schüler und für Lehrkräfte.

Beim Übergang von der Schule in den Beruf bereitet MIT mit den Projekten BINGO (Berufsoffensive für Ingenieure), dem Berufsnavigator und dem Berufsparcours auf die Berufswahl vor. Zudem bietet MIT Ausbildungsplätze an, stellt längerfristige Praktika für Studierende zur Verfügung und betreut Diplomarbeiten sowie das Duale Studium.

Darüber hinaus engagiert sich MIT in verschiedenen Förderprojekten in der Region Ostwestfalen-Lippe (OWL) aktiv für die Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Bildungskonzepte.

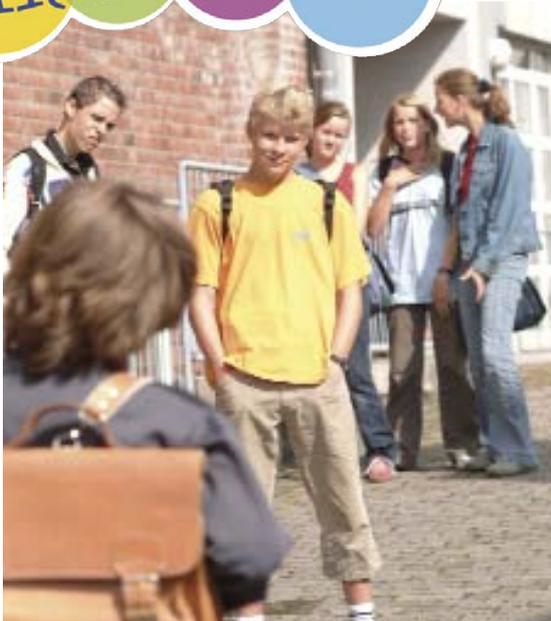
Das MIT-Konzept bindet mehrere Partner ein, die aufeinander angewiesen sind und ihre jeweilige Kompetenz einsetzen: MIT durch den Input aus der Praxis, die institutionellen Partner durch pädagogisches und organisatorisches Mitwirken.

www.systemarmaturen.de

2. Preis

Westfälische Provinzial Versicherung AG, Münster „Stark im Miteinander“

Die Schule und der Weg dorthin sollten sichere Orte sein, doch selbstverständlich ist das nicht. Es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht über gewalttätige Handlungen von Kindern und Jugendlichen an Mitschülerinnen und Mitschülern berichtet wird. Vandalismus, Erpressung, Bedrohung, körperliche Gewalt, aber auch Mobbing und soziale Ausgrenzung gehören nicht selten zum Schulalltag.



2. Preis: Westfälische Provinzial Versicherung AG



Viele Schäden lassen sich durch ein verändertes Bewusstsein und Verhalten vermeiden – wer weiß dies besser als ein Versicherungsunternehmen wie die Westfälische Provinzial Versicherung AG mit ihrer fast 300-jährigen Erfahrung als Versicherung für Privat- und Firmenkunden? Darauf aufbauend entwickelte und realisiert sie das Kooperationsprojekt „Stark im MiteinanderN“, das Kinder- und Jugendgewalt durch das Vermitteln einer konstruktiven Konfliktkultur schon im Ansatz verhindern soll.

„Stark im MiteinanderN“ umfasst verschiedene Lösungsansätze:

Pädagogische Leitfäden zur Durchführung von Gesprächskreisen (Magic Circle), ein ideenreicher Erlebnisparkours (Fair Mobil), theaterpädagogische Methoden (Spotlight – Theater gegen Mobbing) und viele Tipps zur Vandalismusprävention (Cool at School) gehören zum Angebot für Kinder und Jugendliche im Alter von fünf bis 16 Jahren. Zu den Projektbausteinen Magic Circle, Spotlight und Cool at School werden regelmäßig Lehrerfortbildungen angeboten. Bei dem Projektbaustein Cool at School startete 2007 unter dem Motto „Kreativ gegen Vandalismus“ ein eigener Wettbewerb.

Miteinander stark sind auch die Kooperationspartner der Provinzial, das Jugendrotkreuz Westfalen-Lippe (JRK), der Arbeitskreis soziale Bildung und Beratung e.V. (asb) und die Schulpsychologische Beratungsstelle der Stadt Münster. Die außergewöhnliche Partnerschaft gewährleistet eine hohe fachliche Qualität und setzt an einem für Kinder und Jugendliche alltäglichen Lernort an.

Die Provinzial setzt damit ihre Leitbilder „Immer da, immer nah“ und „Schutzengel“ zu Gunsten des Gemeinwesens vorbildlich um.
www.miteinandern.de

3. Preis

Malermeister AHLE GmbH, Paderborn „Graffiti – gemeinnützig genutzt“

Unerbetene Graffiti werden als Sachbeschädigung geahndet und durch aufwändige Reinigungs-, Renovierungs- und Sanierungsmaßnahmen entfernt bzw. durch kostspielige Untergrundbehandlungen schon im Entstehen verhindert. Das Problem ist dadurch kurzfristig gelöst, langfristig entwickeln beide Seiten jedoch immer bessere Techniken, ihre Interessen durchzusetzen – auf Kosten der Allgemeinheit. Neben den finanziellen Aufwendungen von privater Seite oder der Öffentlichen Hand z.B. für Anti-Sprayer-Kampagnen entsteht auch ein großer volkswirtschaftlicher Schaden durch die Kriminalisierung und Rehabilitation der zumeist jugendlichen Sprayer.



Die Malermeister AHLE GmbH, Paderborn, ein mittelständischer Fachbetrieb für die optische, farbliche Gestaltung von Räumen und Fassaden, geht einen ungewöhnlichen Weg, um für beide Seiten – die Unternehmenskunden und die Graffiti-Künstler – eine zufriedenstellende und auf Dauer wirksame Lösung zu finden.

Anstatt Fassaden wie gewohnt kurzfristig von Graffiti zu reinigen, baute der Geschäftsführer einen Kontakt zur lokalen Graffitiszene auf. Mittlerweile gewinnt er immer mehr Sprayer für sein Projekt, im Kundenauftrag Fassaden durch Graffiti zu gestalten.

Viele Künstler haben es so geschafft, die illegale Szene zu verlassen, ihr Können legal zu präsentieren und ihre handwerklichen Fähigkeiten für eine berufliche Laufbahn zu nutzen. Die Anerkennung ist ihnen gewiss: Beim Fassadenwettbewerb 2006 des Hochstiftes Paderborn/Höxter erhielten sie den ersten Platz für gewerbliche Objektbauten, und ein weiteres Graffiti-Projekt an einer Berliner Schule folgte.

Auch die Malermeister Ahle GmbH und ihre Kunden profitieren. Inzwischen kann eine Garantie für graffiti-freie Fassaden ausgesprochen werden, und es hat sich mit der Fassadenmalerei ein eigener Geschäftszweig entwickelt.

AHLE setzt sich unter der Devise „AHLE macht Meister“ auch sonst in hohem Maße für die Ausbildung und Qualifizierung seiner Belegschaft ein. Damit nimmt AHLE Verantwortung für die Ausbildung von Fachkräften wahr, wie sie sich auch in weiteren Wettbewerbsbeiträgen gezeigt hat.
www.malermeister-ahle.de | www.oliverkray.com

Engere Wahl

Folgende Unternehmen waren in der Kategorie „Brücken bauen“ in die engere Wahl gekommen:

Pütz-Roth Bestattungen und Trauerbegleitung, Bergisch Gladbach: „Gesamtkonzept für einen bewussteren Umgang mit Sterben, Tod und Trauer in unserer Gesellschaft“ (Preisträger Bürgerpreis)
www.puetz-roth.de

The Boston Consulting Group GmbH, Düsseldorf: „business@school“ – in Zusammenarbeit mit mehr als 70 Schulen und mehr als 20 Partnerunternehmen
www.bcg.de

Unternehmen im Münsterland: 24 Unternehmen unterstützen 40 Kindergärten, Sprachförder- und Grundschulen mit der Ausstattung mit der Lernsoftware „Schlaumäuse – Kinder entdecken Sprache“ und Betreuungsleistungen
www.aktion-muensterland.de/regionalagentur/

Die Welt in NRW – NRW in der Welt

In der Wettbewerbskategorie „Die Welt in NRW – NRW in der Welt“ fanden sich Engagements, die sich in Nordrhein-Westfalen für die gesellschaftliche und berufliche Integration von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte und gegen Fremdenfeindlichkeit einsetzen oder von hier aus Entwicklung und Prosperität in anderen Teilen der Welt fördern.



1. Preis

Risse + Wilke Kaltband GmbH & Co. KG – Werk Iserlohn
„Hilfe für die Kinder in Tema (Ghana)“



Eine Schule in Ghana, der es an fast allem fehlt – wie kann den Kindern dort zu ihrem Recht auf Bildung verholfen werden? Die Werkstatt eines mittelständischen Industrieunternehmens wird stillgelegt – wie kann die Ausstattung sinnvoll genutzt werden? Mitarbeiter eines Kaltwalzwerkes bauen eine Schule auf – ungewöhnlich genug, aber dann auch noch in Ghana?

Das Unternehmen Risse + Wilke Kaltband GmbH & Co. KG – Werk Iserlohn hat für diese Fragen eine Antwort: „Hilfe für die Kinder in Tema (Ghana)“. Das ausgezeichnete Hilfsprojekt verbindet soziales Unternehmensengagement, fachliches Know-how, hochmotivierte Mitarbeiter, ein Netzwerk an Geschäftspartnern und die Kompetenz einer gemeinnützigen Organisation, um die Lehr- und Lernbedingungen von Kindern in Ghana, einem Land mit einer Analphabetenrate von 33 Prozent, zu unterstützen.

Begonnen hat das außergewöhnliche Projekt im Jahr 2006, als eine Werkstatt von Risse + Wilke stillgelegt wurde. Ein Mitarbeiter, Alfred Aidoo, erkannte die Chance, die außer Betrieb genommene Werkstatteinrichtung in Ghana für die Einrichtung einer Lehrwerkstatt sinnvoll zu nutzen. Alfred Aidoo ist Sohn des Schulgründers der „Robert Memorial School“ in Tema (Ghana) und kennt den Bedarf. Die Geschäftsführung war schnell überzeugt und so startete ein Engagement, das sich zügig weiter entwickelte:

Im März / April 2007 wurde die Werkstatteinrichtung von Hagen-Hohenlimburg nach Tema transportiert, um unter der Leitung des Betriebstechnikers Winfried Brandt damit eine Lehrwerkstatt zum Aufbau einer Junior Secondary School einzurichten. Zu diesem Zweck wurde ein zweigeschossiges

„Betroffenheit und Engagement für andere haben in der Regel viel mit Nähe zu tun. Je näher wir einem Problem sind, je persönlicher unsere Beziehungen zu einem Missstand, desto höher ist unsere Bereitschaft uns zu engagieren. Das ist bei Menschen so, aber das gilt ebenso für Unternehmen.“

Umso eindrucksvoller, wenn sich Unternehmen an Orten engagieren, die nicht vor unserer Haustür liegen oder sich für Missstände einsetzen, die sich unserer Sicht verschließen. Genau das ist in dieser Kategorie ‚Die Welt in NRW – NRW in der Welt‘ der Fall. Deshalb allen Einsendern ein herzliches Dankeschön für ihren besonderen Einsatz.“

Anne Krall, geschäftsführende Gesellschafterin der Krall.Partner Werbeagentur GmbH, Düsseldorf, Jurymitglied und Laudatorin



Gebäude auf dem Schulgelände gebaut, das „Wilhelm Wilke Haus“. Es wurde allein durch Spenden finanziert, zu denen Risse + Wilke auch seine Geschäftspartner und Mitarbeiter erfolgreich mobilisierte, und in Eigenleistung durch die Schulleitung und weitere Helfer aus Tema errichtet. Am 9. Juni 2007 übergab Dr. Kai Wilke das Schulgebäude und die Lehrwerkstatt im Rahmen einer Feierstunde an die Schulleitung.

Damit beendete Risse + Wilke jedoch nicht sein Engagement, sondern weitete es aus, z.B. mit dem Versuch, eine stabile Stromversorgung der Schule zu gewährleisten und den Start der Junior Secondary School ab Anfang 2008 zu unterstützen. Zudem würde das Unternehmen später gerne Absolventen der Robert Memorial School oder einer weiterführenden Schule als Praktikanten oder Mitarbeiter beschäftigen.

Bei allen Arbeitsschritten waren Beschäftigte von Risse + Wilke – auch vor Ort in Ghana – beteiligt. Außerdem haben die Mitarbeiter während der Arbeitszeit zahlreiche Projektarbeiten wie Öffentlichkeitsarbeit, Marketing oder Projektmanagement erledigt und durch Spenden zur Finanzierung der Schule beigetragen.

Die Kooperation mit dem Verein New Life Fellowship, Düsseldorf ermöglichte die Spendensammlung. Eine Liste aller Unterstützer ist unter www.hilfe-fuer-ghana.de einsehbar.

www.risse-wilke.de | www.hilfe-fuer-ghana.de

2. Preis

Doğan Media International GmbH,
Mörfelden-Walldorf & Köln
Hürriyetkampagne „Gegen häusliche Gewalt!“

„Schlage einen Ochsen bei jeder zweiten Furche und eine Frau jeden zweiten Tag.“ Die in diesem indischen Sprichwort liegende Aufforderung wird immer noch von Männern auf der ganzen Welt unabhängig von ihrer Religion oder gesellschaftlichen Stellung beherzigt. Studien belegen, dass zwischen 20 und 59 Prozent aller Frauen weltweit bereits von ihrem Partner geschlagen wurden. Häusliche Gewalt ist die häufigste Ursache für Verletzungen bei Frauen, häufiger als Verkehrsunfälle, Überfälle und Vergewaltigungen zusammen genommen (Quelle: TERRE DES FEMMES e.V.).

Die Doğan Media International GmbH sieht dem nicht tatenlos zu, sondern nutzt ihre unternehmerischen Möglichkeiten und das fachliche Know-how des gemeinnützigen Engagementpartners in einem Projekt der Öffentlichkeitsarbeit.



In Zusammenarbeit mit der Türkisch-Deutschen Gesundheitsstiftung e.V., Gießen, startete Doğan Media 2005 die Kampagne „Gegen häusliche Gewalt!“. Das Unternehmen nutzt den hohen Verbreitungsgrad seiner Tageszeitung „Hürriyet“ (Auflage: 51.000), um primär die türkischstämmigen Menschen in Deutschland für das Thema zu sensibilisieren.

Begonnen hat die Kampagne in der Türkei, in Deutschland fiel 2005 der Startschuss mit bundesweit fünf Großveranstaltungen und einer Informationsveranstaltung in Brüssel. Die Kampagne beruht auf fünf Säulen: Interaktive Aufklärungsseminare, Informationsveranstaltungen, Multiplikatoren, Öffentlichkeitsarbeit und einer Telefonhotline.

Für die Zukunft ist neben der Ausweitung der einzelnen Bausteine eine weitere Säule geplant: Unternehmen mit einem großen Anteil an Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in der Belegschaft sollen für die Aufklärungsseminare gewonnen werden.

Die Kampagne erlangt weltweit Aufmerksamkeit. Sie wurde im Oktober 2006 von den Vereinten Nationen im Bereich „Öffentlichkeitsarbeit“ mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Der Werbefilm erhielt 2007 den zweiten Preis der Werbeagentur „effie“ in der Sparte „Soziale Verantwortung“.

www.hurriyet.de

3. Preis

TNT Express GmbH, Troisdorf „Moving the world“

Auf der Welt gibt es genug Nahrung für alle. Trotzdem sterben jeden Tag Tausende Menschen an Hunger, alle fünf Sekunden ein Kind – weil die Nahrung nicht gerecht verteilt ist. Damit ist der Kampf gegen den Hunger auch ein Transportproblem.

Hier sind Expertenwissen, die logistische Ausrüstung und Manpower gefragt – vereint in einem Unternehmen, das den Transport von Waren und Gütern als seine Kernkompetenz bezeichnet und obendrein sozial engagiert ist: die TNT Express GmbH, Troisdorf.

Unter dem Namen „Moving the world“ engagiert sich der Expressdienstleister TNT Express seit Ende 2002 für das World Food Programme (WFP) der Vereinten Nationen. Gemeinsames Ziel ist es, den Hunger unter den Ärmsten dieser Welt einzudämmen. Dazu stellt das Unternehmen Netzwerke, Kapazitäten, Spezialisten und Geldspenden zur Verfügung.

Die einzelnen Maßnahmen innerhalb dieses Engagements sind vielfältig.

So gehört zur Initiative „Transparenz & Verantwortlichkeit“ beispielsweise die Einführung eines neuen Budgetprozesses beim World Food Programme. Unterstützung erhält das WFP dazu von Spezialisten der TNT-Buchhaltung vor Ort.



3. Preis: TNT Express GmbH



Im Rahmen der Initiative „Gemeinsame Lieferkette“ bringt TNT Fachkompetenz im Bereich Transport ein. Vor Ort unterstützen TNT-Manager das WFP bei der Optimierung der Lagerkapazitäten und der gesamten Transportlogistik. Dies gilt sowohl für die WFP-Hauptdepots in Brindisi/Italien und Dubai als auch für das Fleet System Management in Sierra Leone, Pakistan, Liberia, Angola und im Sudan. Zusätzlich werden Fachkräfte aus den Bereichen IT, Transport und Logistik in die Einsatzgebiete entsandt.

TNT Deutschland engagiert sich hauptsächlich für den Bereich „Fundraising“ mit dem Sammeln von Spenden. Diese kommen in erster Linie dem School Feeding Support zu Gute. Bei diesem Projekt wird das Recht auf Bildung erfolgreich mit dem Kampf gegen den Hunger verbunden, indem Kinder im Rahmen ihres Schulbesuches auch verpflegt werden.

So konnten beispielsweise durch den „Walk the World“ im Jahr 2007 42.860 Euro gesammelt werden. Um weitere Unterstützer für das WFP zu gewinnen, gründeten im Dezember 2004 Beschäftigte von TNT den gemeinnützigen Verein „Gemeinsam gegen den Hunger – We feed people/children e.V.“. Er unterstützt die ideelle und finanzielle Förderung des WFP.

www.tnt.de | www.wfp.org | www.oranger.com



Engere Wahl

Folgende Unternehmen waren in der Kategorie „Die Welt in NRW – NRW in der Welt“ in die engere Wahl gekommen:

ABEQ Akademie für Beratung und Qualifizierung GmbH, Köln: „Kostenlose Beratung/Bewerbungshilfe für türkische arbeitslose Jugendliche und Schulabgänger; Existenzgründungsberatung für Erwachsene“ – in Zusammenarbeit mit dem Türkischen Generalkonsulat
www.ABEQ.de

WestLB AG, Düsseldorf & WestLB-Stiftung Zukunft NRW: „Unterstützung ausgewählter Grundschulen vor allem bei ihrer Sprachförderung von Kindern mit Zuwanderungsgeschichte“
www.westlb.de

Lebendige Bürgergesellschaft

Zur Kategorie „Lebendige Bürgergesellschaft“ zählten alle Engagements, mit denen die Bürgergesellschaft und das bürgerschaftliche Engagement nachhaltig gefördert und gestärkt werden – etwa durch die Unterstützung entsprechender Netzwerke oder Vermittlungseinrichtungen oder durch die Anregung und Förderung des freiwilligen bürgerschaftlichen Engagements der Unternehmensbelegschaft.



1. Preis: RWE AG



1. Preis

RWE AG, Essen

„Der Dream Team-Wettbewerb 2007“

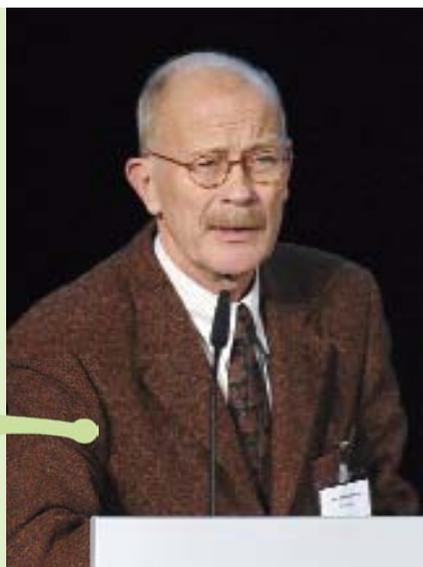
Fachliches Know-how, Teamfähigkeit, soziale Kompetenz, Selbstständigkeit, Flexibilität... – der Einstieg in das Berufsleben erfordert heutzutage viel von jungen Menschen. Neben der Schule bietet freiwilliges Engagement viele Gelegenheiten, sich fachlich, sozial und persönlich (weiter) zu entwickeln und dabei zugleich Gutes zu tun.

Wie die beiden Bereiche Personalentwicklung und freiwilliges Engagement zum gegenseitigen Gewinn miteinander verbunden werden können, beweist die RWE AG mit dem ausgezeichneten „Dream Team-Wettbewerb“.

Der Wettbewerb findet alle zwei Jahre statt und ist seit 1995 fester Bestandteil der Berufsausbildung. 2007 waren die teilnehmenden Auszubildenden aufgefordert, „die Seite zu wechseln“ und in Kooperation mit externen Institutionen Projekte im sozialen, gesellschaftlichen oder ökologischen Bereich zu entwickeln und diese innerhalb von etwa sechs Monaten im Team umzusetzen.

Bei der Auswahl der Projekte haben die Teilnehmer freie Hand – entsprechend vielfältig und originell sind die Projekte: „AUS mit BILDUNG?“ (Pimp Dein Leben), „Klick in die Zukunft“ (Internetcafé im Seniorenheim), „Kinder im Kulturrausch“ (Kindergarten), „MietFit“ (Jugendamt), „Oase der Sinne“ (Snoezelraum im Alten- und Pflegeheim).

Die Kosten für die Konzeption, Planung und Durchführung des Wettbewerbs sowie das Projektbudget übernimmt die RWE AG. Die Teilnehmenden werden für einen Teil der Projektarbeiten vom Dienst freigestellt, der größte Teil findet aber in der Freizeit statt. Wenn für die Projekte Werkzeuge



„An den eingereichten Wettbewerbsbeiträgen hat mich beeindruckt, dass die Unternehmen sich finanziell und mit Sachmitteln engagieren und darüber hinaus den engagierten Mitarbeitern bezahlte Arbeitszeit für ihr Engagement gewähren. Auffällig auch das Engagement kleiner Unternehmen, die im Verhältnis zur Unternehmensgröße besonders viel Einsatz zeigen. Ausnahmslos alle Teilnehmer haben keine zeitliche Befristung für ihr Engagement gesetzt.“

Professor Klaus Wermker, Leiter Büro Stadtentwicklung Essen, Jurymitglied und Laudator

bzw. Werkstätten benötigt werden, kann dafür die Infrastruktur in den Ausbildungswerkstätten genutzt werden.

Bemerkenswert sind nicht nur die Idee des Wettbewerbs und die Ergebnisse der halbjährigen Projekte, sondern auch seine Nachhaltigkeit: Viele Auszubildende sind am Ende so begeistert von ihrer Tätigkeit und sensibilisiert für soziale Belange, dass sie ihr Engagement in der Freizeit fortsetzen. Ebenso hervorzuheben ist die Anerkennungskultur, die die RWE AG durch die Wettbewerbspreise – eine gemeinsame Reise nach Berlin – und öffentliche Würdigungen praktiziert.

www.rwe.com

2. Preis

LexisNexis Deutschland GmbH, Münster „LexisNexis Cares / Reed Elsevier Cares“

Am 29. Februar 2008 fand der Erste Europäische Tag der Seltenen Erkrankungen statt und lenkte den Blick auf ein Thema, das in der Öffentlichkeit und Forschung wenig Beachtung findet. An einer so genannten seltenen Erkrankung leidet weniger als einer von 2.000 Menschen. Das Leiden ist groß, die Hilfe ist gering: Die Betroffenen werden auch „Waisenkinder der Medizin“ („orphan diseases“), genannt, da sich die Investition in Forschung und Entwicklung von entsprechenden Arzneimitteln („orphan drugs“) aufgrund der geringen Krankheitsverbreitung unter normalen Marktbedingungen nicht rechnet.

Die LexisNexis Deutschland GmbH trägt mit ihrem Engagement „LexisNexis Cares / Reed Elsevier Cares“ dazu bei, die Lebensbedingungen von Menschen mit der seltenen Krankheit Fanconi-Anämie zu verbessern.

Die Erbkrankheit Fanconi-Anämie zeigt sich zumeist schon im Kindesalter. Ärzte können die Krankheit aufgrund der geringen Erfahrungen mit ihren Symptomen oft schwer diagnostizieren und behandeln. Die Eltern brauchen das größtmögliche Wissen, um die richtigen Entscheidungen für ihre Kinder zu treffen. Voraussetzung ist ein ausführlicher Erfahrungsaustausch mit Ärzten, Wissenschaftlern und Betroffenen. LexisNexis organisiert dafür mit hohem Engagement seiner Belegschaft das jährliche Familientreffen der Deutsche-Fanconi-Anämie-Hilfe e.V.

LexisNexis hilft zudem, für die Kinder und Eltern auf dem Familientreffen eine Umgebung zu schaffen, in der sie sich wohl fühlen und die Zeit intensiv nutzen können. Die Mitarbeiter unterstützen das

Fest durch Mithilfe bei der Organisation, der Gestaltung, der Kinder- und Familienbetreuung und dem Transport der Teilnehmer.

Das Engagement wird von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Begeisterung gelebt. Bis jetzt wurden die beiden von LexisNexis als Ausgleich angebotenen Urlaubstage pro Jahr nicht in Anspruch genommen. Das Unternehmen spendet den eingesparten Betrag an den Verein, so dass eine zusätzliche finanzielle Hilfe gegeben wird.

Die Mitarbeiter engagieren sich zudem über die vom Unternehmen organisierten Aktivitäten hinaus. Sie sammeln Spenden, werben neue Freiwillige in ihrem Freundeskreis und halten Kontakte zu betroffenen Familien.

Die Initiative „LexisNexis Cares“ fördert das soziale Engagement der LexisNexis Belegschaft und leistet einen wichtigen Beitrag für die Übernahme sozialer Verantwortung.

www.lexisnexis.de | www.fanconi.de



2. Preis: LexisNexis Deutschland GmbH

3. Preis

RWE Rhein-Ruhr AG, Essen

„RWE Aktiv vor Ort“

Bad Sobernheim: Der Kinderspielplatz in der Mauergasse bekommt eine Umzäunung mit einer abschließbaren Tür, um den wiederholten nächtlichen Verwüstungen ein Ende zu setzen. Langerwehe: 800 Kinder können sich über neue Klettergerüste, Wasserspielanlagen und Spielgeräte in ihren Kindergärten, Grundschulen und auf einem Spielplatz freuen. St. Goar: Der Marktplatz ist, nachdem die störenden Poller entfernt wurden, wieder ein strahlender Dorfmittelpunkt.

Unzählige weitere gemeinnützige Aktivitäten könnten aufgelistet werden. Sie alle sind Ergebnisse der Aktion „RWE Aktiv vor Ort“, bei der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens ihre Arbeitskleidung gegen den Blaumann tauschen, die Ärmel hochkrempeln und für das Gemeinwesen aktiv werden.

Wo der Bedarf am größten ist und wo sie aktiv werden möchten, entscheiden die Mitarbeiter, denn sie kennen ihre Heimatgemeinden am besten. Sie schlagen Aktionen in den Bereichen Bildung und Erziehung, Gesundheit und Soziales, Kultur, Naturschutz, Sport sowie bei Hilfs- und Rettungsdiensten vor.

Die RWE Rhein-Ruhr AG, Essen, stellt die Aktiven bei einem Engagement von zwei Tagen für einen Tag von der Arbeit frei und unterstützt die Projekte mit bis zu 2000 Euro finanziell. Zusätzlich be-



nötigte Mittel oder Eigenleistungen werden häufig von Dritten übernommen, die sich an dem Projekt beteiligen.

RWE Rhein-Ruhr arbeitet für „RWE Aktiv vor Ort“ mit den Kommunen, den gemeinnützigen Einrichtungen, bei denen die Projekte durchgeführt werden, und mit regionalen Vermittlungsagenturen für Freiwillige zusammen.

Mit „Aktiv vor Ort“ zeigt die RWE Rhein-Ruhr AG, dass sie ihre Verantwortung in der Region lebt und Interessen im Gemeinwesen erkennt und verwirklicht. Sie fördert das ehrenamtliche Engagement der Mitarbeiter und ihre Identifikation mit der Region.

www.rwe.com / www.rwecompanius.com

Engere Wahl

Folgende Unternehmen waren in der Kategorie „Lebendige Bürgergesellschaft“ in die engere Wahl gekommen:

Aschendorff Medien GmbH & Co. KG, Münster: „Aktion ‚Ideen fördern‘ zur Unterstützung 15 gemeinnütziger Projekte im gesamten Münsterland“
www.aschendorff.de

SCALA Design GbR, Aachen: „Öffentlichkeitsarbeit für die Bürgerstiftung Lebensraum Aachen – gemeinnützige Stiftung, Aachen“ (Preisträgerin Anerkennungspreis)
www.scaladesign.de | www.buergerstiftung-aachen.de

Stadt Köln: „StadtAktiv – Corporate Volunteering der Stadtverwaltung Köln“
www.Stadt-Koeln.de

ThyssenKrupp Nirosta GmbH – Werk Krefeld, Krefeld: „Mission Ehrenamt – Azubis machen die Bahnhofsmission flott“
www.nirosta.de

XIQIT GmbH, Aachen: „Entwicklung von Software und Internet-Präsentationen für das Freiwilligen-Zentrum Aachen und für den 1. Aachener Freiwilligentag“
www.xiqit.de

Gemeinsam bewegen

Unter die Wettbewerbskategorie „Gemeinsam bewegen“ fielen längerfristig orientierte Unternehmensengagements zu Gunsten einer gemeinnützigen Organisation sowie gemeinschaftliche Engagementprojekte von Wirtschaftsunternehmen und Gemeinnützigen, in die beide Seiten je eigene Kompetenzen und Ressourcen einbringen.



1. Preis: Ford-Werke GmbH

1. Preis

Ford-Werke GmbH, Köln
„Gemeinsam Sozial“

Schon für viele Menschen mit uneingeschränkt funktionierenden Sinnesorganen stellt der Straßenverkehr eine Herausforderung dar. Die Geräuschkulisse wird durch lautes Hupen, Fahrradklingeln, Passantengespräche, Musik aus dem Handy oder quietschende Bremsen geprägt. Parkende Autos, quer laufende Hundeleinen oder Radfahrer behindern Fußgänger auf dem Bürgersteig. Gerade noch nach Kebab, auf einmal zieht der Duft von frischen Mandeln in die Nase. Die erste Fußgängerampel am geteilten Übergang zeigt rot, die zweite grün. Und jetzt auch noch ein Rettungswagen, Blaulicht, Martinshorn – Hektik.

Wie aber sieht diese Situation aus, wenn die Sicht nur noch eingeschränkt ist oder aber Menschen blind sind?

Die Ford-Werke GmbH machte mit ihrem Projekt „Gefahren und Verkehrssicherheit – Teilhabe blinder und sehbehinderter Menschen an einer mobilen Gesellschaft“ auf diese Problematik aufmerksam und wirkt an Lösungsansätzen mit.

Gemeinsam mit seinem gemeinnützigen Partner, dem Diözesan-Caritasverband für das Erzbistum Köln e.V. (DiCV), entwickelte Ford eine Aktion, die nicht nur persönlich Betroffene, sondern eine breitere Öffentlichkeit ansprach:

Blinde und Sehbehinderte konnten auf der Ford-Teststrecke in Köln-Merkenich ihre Geschicklichkeit in der Bedienung von Fahrzeugen ausprobieren und so ein Gefühl für die im Straßenverkehr entste-



„Über dieser Kategorie steht die Überschrift ‚Gemeinsam bewegen‘ – ich möchte den Inhalt mit einem Zitat von Seneca untermauern: ‚Die menschliche Gesellschaft gleicht einem Gewölbe, das zusammenstürzen müsste, wenn sich nicht die einzelnen Steine gegenseitig stützen würden‘. Was könnte besser beschreiben, worum es in dieser Kategorie geht: Die einzelnen Steine sind die Partner – hier die Unternehmen und die gemeinnützigen Organisationen –, die gemeinsam dazu beitragen, dass unsere Gesellschaft besser funktioniert, ja besser wird.“

Andrea Hankeln, Geschäftsführerin des Centrums für Bürgerschaftliches Engagement e.V., Mülheim a. d. Ruhr, Jurymitglied und Laudatorin

henden Kräfte durch Brems- oder Beschleunigungsvorgänge bekommen. Sie sollen dadurch mehr Sicherheit und Selbstbewusstsein im Straßenverkehr erlangen.

Bei einer anschließenden Podiumsdiskussion wurden Fragen diskutiert wie: „Welche Hindernisse und Gefahren bestehen?“, „Wie werden blinde bzw. sehbehinderte Menschen im Straßenverkehr wahrgenommen?“, „Wie muss der Straßenverkehr für eine gleichberechtigte Teilhabe gestaltet sein?“, „Welchen Beitrag können die Anwesenden leisten?“

Als Schirmherr unterstützt Klaus Steffenhagen, Kölns Polizeipräsident, die Aktion.

Das Projekt findet im Rahmen der seit 2004 bestehenden Engagementpartnerschaft zwischen der Ford-Werke GmbH und dem DiCV statt. Unter dem Titel „Gemeinsam Sozial“ entwickeln sie immer wieder neue Engagementprojekte mit dem Ziel, Bedürftigen konkrete Unterstützung anzubieten.
www.ford.de | www.caritas.erzbistum-koeln.de

2. Preis

INTERSEROH Dienstleistungs GmbH, Köln „Patenschaften für ein Kinderheim“

Eine neue Währung macht seit dem Jahr 2000 die Runde: GUPs, Grüne Umweltpunkte. Sie sind der Gegenwert für leere Tintenpatronen, Tonerkartuschen und alte Handys, die, statt in den Müll zu wandern, von Kindern gesammelt und einer weiteren Nutzung zugeführt werden.

Erhältlich ist diese neue Währung bei „Meike – dem Sammeldrachen“, einem Umweltprojekt der INTERSEROH Dienstleistungs GmbH, Köln, mit dem schon Kindergartenkinder für den Umweltschutz sensibilisiert werden.

Mit ihrem Projekt „Patenschaften für ein Kinderheim“ geht Interseroh über ihre unternehmerische Kernkompetenz, das Recycling, hinaus und nutzt die Begeisterung und Manpower seiner Belegschaft, um das Leben benachteiligter Kinder zu verbessern.

In einer unbefristet angelegten Patenschaft für das Städtische Kinderheim Köln, die mit dem 1. Kölner Freiwilligen Tag 2003 ins Leben gerufen wurde, engagiert sich Interseroh am Standort Köln durch tatkräftige praktische Unterstützung: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begleiten die Kinder ins Phantasia Land, unterstützen sie handwerklich z.B. beim Bau von Seifenkisten, errichten mit ihnen einen neuen Grill im Außengelände – die Liste ließe sich fortsetzen.

Interseroh finanziert zudem Attraktionen der Sommerfeste des Kinderheims, verbessert die EDV-Ausstattung der Wohngruppen und spendet nicht mehr benötigte Elektrogeräte wie Videogeräte oder Lautsprecherboxen. Seit Spätsommer 2007 tragen auch die Interseroh-Mitarbeiter durch die Spende von Vortragshonoraren zur finanziellen Unterstützung bei, zudem spenden sie Kleidung, Spielzeug, Roller und vieles mehr.

Die einzelnen Aktivitäten werden in Absprache mit der Heimleitung entwickelt. So ist jederzeit sichergestellt, dass das Engagement einen wirklichen Nutzen für die Kinder hat – und für Interseroh: Die hierarchieübergreifende Zusammenarbeit stärkt nach Aussagen des Unternehmens ein hohes Zusammengehörigkeitsgefühl unter der Belegschaft und eine starke Bindung an die Firma.

Die Patenschaft hat zu weiteren Aktionen geführt wie einer Betriebstypisierung für die Deutsche Knochenspenderdatenbank, „Trösterteddys“ für kranke Kinder oder Neujahrsgeschenke für die Bewohner eines Seniorenzentrums. Anfang 2007 entschied der Konzernvorstand, dass an den deutschen Standorten der Interseroh-Gruppe Corporate Citizenship-Aktivitäten eingeführt werden.

www.interseroh.com



3. Preis

United Parcel Service Deutschland Inc. & Co OHG, Neuss „Engagementpartnerschaft“

Nicht nur eine Geste, sondern ein wirklicher Gewinn: Mehr als 2500 ehrenamtliche Stunden für Maler- und Gartenarbeiten, Renovierungsaktionen oder Bewerbungstrainings schenken die UPS-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dem Sozialdienst katholischer Frauen (SKF), Dortmund, und seinen bundesweiten Einrichtungen in den letzten vier Jahren.

Den enormen Einsatz der über 600 UPS-Mitarbeiter in verschiedenen Institutionen des SKF verdanken die Beschenkten dem Projekt „Engagementpartnerschaft“, an dem sich sowohl gewerbliche Beschäftigte als auch die Managementebene beteiligen. Auch hier ist der Einsatz hoch: Das Engagement findet grundsätzlich in der Freizeit statt.

Mit „Engagementpartnerschaft“ unterstreicht UPS, dass es seine Standortgemeinden als Gemeinwesen betrachtet, auf das das Unternehmen positiv einwirken kann. Vom Können zum Tun ist es nur ein kleiner Schritt, wenn der Partner so „erfahren und zuverlässig“ (Uwe Tiedemann, Personaldirektor UPS Deutschland) ist wie der SKF.



3. Preis: United Parcel Service Deutschland Inc. & Co OHG



In Verbindung mit bzw. nach ehrenamtlichen Hilfseinsätzen der Belegschaft ist auch eine finanzielle Unterstützung durch die UPS Foundation möglich, die Projekte zur Sprach-, Lese- und Rechtschreibförderung in SkF-Einrichtungen unterstützt – das freiwillige Mitarbeiterengagement stellt aber immer die treibende Kraft dar.

Die Basis für Community Involvement, einem Grundbestandteil der Unternehmenskultur seit 1951, findet sich in der UPS Charta: „Unsere Aufgabe: Wir bauen auf unsere Tradition, durch unser Verhalten und durch das unserer Mitarbeiter in den Kommunen, in denen wir tätig sind, ein engagiertes und sich seiner Verantwortung bewusstes Mitglied der Gesellschaft zu sein.“

www.ups.de | www.skf-zentrale.de

Engere Wahl

Folgende Unternehmen waren in der Kategorie „Gemeinsam bewegen“ in die engere Wahl gekommen:

Deutsche Telekom AG, Bonn: „Soziale Partnerschaft der Deutschen Telekom AG mit der Telefonseelsorge in Deutschland“

www.telekom.de/verantwortung

Jeans Fritz Handelsgesellschaft für Mode mbH, Hüllhorst: „Unterstützung des Deutschen Kinderschutzbundes, Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V., Wuppertal“

www.jeans-fritz.de

JLW: J. Ludewigs Werbeagentur GmbH, Solingen: „Unterstützung der Gruppe 112 Pro-Feuerwehr e.V. in Solingen zur Förderung des Brandschutzes“

www.werbeagentur-jlw.de

LexisNexis Deutschland GmbH, Münster: „Unterstützung der Deutsche-Fanconi-Anämie-Hilfe e.V.“ (Preisträger in der Kategorie „Lebendige Bürgergesellschaft“)

www.lexisnexus.de

RWE Rhein-Ruhr AG, Essen: „Unterstützung des RUHRDAX – Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige“ – in Zusammenarbeit mit der Servicestelle Netzwerk Ruhrgebiet

www.rwe.com | www.ruhrdax.de

Gute Idee

Zur Kategorie „Gute Idee“ zählten alle längerfristig orientierten, zukünftig zu realisierenden Unternehmensengagements zu Gunsten einer gemeinnützigen Organisation sowie gemeinschaftliche Engagementprojekte von Wirtschaftsunternehmen und Gemeinnützigen.



Die Jury bezog auch schon begonnene Engagements ein, wenn deren praktische Wirkung noch nicht hinreichend erkennbar war, Ansatz und Idee aber besonders hervorzuheben waren.

Insgesamt wurden drei Unternehmen in dieser Kategorie ausgezeichnet.

Gute Idee

METRO AG, Düsseldorf
Integrationsprojekt „Newin“

„It's o.k.“ – „Ist in Ordnung“ – wenn Sie den Vorschlag eines Mitarbeiters in einem US-amerikanischen Unternehmen so absegnen, haben Sie ihn ungewollt beleidigt. „It's o.k.“ bedeutet in dem Zusammenhang „Wenn Ihnen nichts anderes einfällt, machen wir es so“. Hier ist neben sprachlichem auch kulturelles Know-how gefragt. Ebenso wie bei dem Einstieg in einen neuen Job. Menschen mit einem kulturellen Hintergrund, der nicht der Mehrheit entspricht, müssen sich nicht nur in einer neuen unternehmerischen, sondern auch fremden ethnischen Kultur zurechtfinden. Dass dies nicht einfach ist, kann jeder bestätigen, der im Ausland gearbeitet hat.

Die METRO Group möchte den Einstieg für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Zuwanderungsgeschichte erleichtern und gleichzeitig die interkulturelle Kompetenz aller Beschäftigten stärken. Dazu hat sie das ausgezeichnete interkulturelle Partnerschaftsprogramm „Newin“ mit fachlicher Unterstützung der Deutschen Gesellschaft für Personalführung, DGFP, entwickelt.

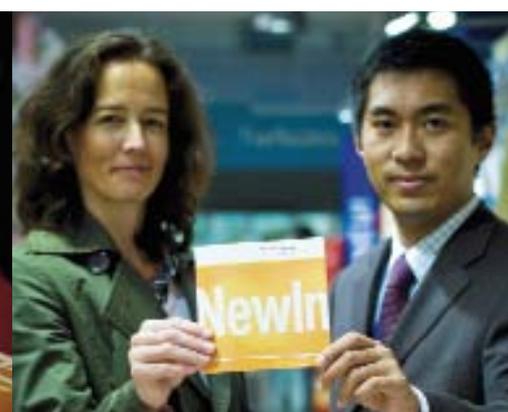
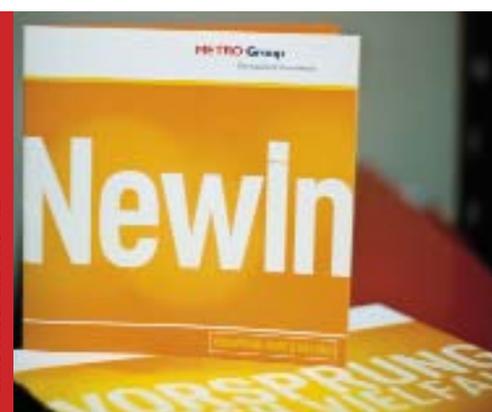
Newin (zusammengesetzt aus Newcomer und Insider) stellt neuen Mitarbeitern (NewComern) aus anderen Kulturen erfahrene InSider zur Seite. Sie sind persönliche Ansprechpartner, Ratgeber und Helfer und erleichtern NewComern die erste Zeit in einem fremden Umfeld. Gleichzeitig tauschen sich InSider und NewComer fachlich, kulturell und persönlich aus und lernen voneinander. So gewinnen beide neue Perspektiven, Eindrücke und Denkanstöße.

Die METRO Group reagiert mit Newin auf die Tatsache, dass das Erwerbspersonenpotenzial in Deutschland zurückgeht, sowie auf ihren stetig wachsenden Anteil an Beschäftigten aus anderen Ländern. Newin nutzt die Chancen, die Migration bietet.

www.metrogroup.de



Gute Idee: METRO AG





Gute Idee

Roggenkamp Organics AG, Herzebrock-Clarholz „Vergissmeinnicht“

Mit steigender Lebenserwartung erhöht sich die Zahl der Menschen, die an altersbedingten Krankheiten leiden. So beträgt der Anteil der an Demenz Erkrankten bei den 65-Jährigen etwa 10 Prozent, bei den über 90-Jährigen sind es sogar 40 Prozent. Experten schätzen, dass die Zahl der Betroffenen auf etwa 2,3 Millionen bis zum Jahr 2050 ansteigen wird.

Aufmerksamkeit für das Krankheitsbild schwere Demenz zu erzeugen, Familien in ihrer schwierigen Situation zu unterstützen und zu begleiten und geeignete Pflegeeinrichtungen für demenzkranke Menschen zu errichten, das sind Ziele der ersten bundesweit tätigen Demenzstiftung „Deutsche Demenz Stiftung – Vergissmeinnicht“.

Die Stiftung wird durch das „soziale Unternehmertum“ („Social Entrepreneurship“) der Roggenkamp Organics AG ermöglicht – ein Unternehmertum, das gesellschaftliche und soziale Herausforderungen mit unternehmerischen Mitteln löst. Das Kleinunternehmen ist im Bereich gekühlte Fertiggerichte („Chilled Convenience Food“) aus frischen Bio-Lebensmitteln tätig. Das Unternehmen und die Stiftung sind als komplementäre Bausteine unternehmerischen und sozialen Engagements errichtet worden und außergewöhnlich eng miteinander verzahnt. Gemäß der Satzung der Roggenkamp Organics AG werden Teile der unternehmerisch erzielten Gewinne an die Stiftung als Zuwendung abgeführt, der unternehmerische Erfolg prägt also stark die Stiftung. Diese wiederum wirkt durch die Partnerschaft positiv auf das Image von Roggenkamp – ein nachweislich bedeutendes Alleinstellungsmerkmal auf dem Markt.

Die noch junge Stiftung – gegründet im Jahr 2007 – konnte bereits auf Lücken in der Versorgung dementer Menschen aufmerksam machen. Welche Kraft das Engagement für Stiftung und Unternehmen künftig entfalten kann, wird sich mit der Weiterentwicklung der Roggenkamp Organics AG zeigen.
www.roggenkamp-organics.com | www.deutsche-demenz-stiftung.de



Gute Idee
 Sparkasse KölnBonn
 „Symposium zur türkischen Kinder- und Jugendliteratur“

Pippilotta Viktualia Rollgardina Pfefferminz Efraimstochter Langstrumpf – fast jeder kennt sie, für die meisten war sie in der Kindheit das berühmteste Mädchen der Welt und heiß geliebtes Vorbild. Dabei ist Pippi Langstrumpf nicht einmal in Deutschland „geboren“, sondern in Schweden – und wahrscheinlich die bekannteste Kulturbotschafterin ihres Landes.

Literatur kann, wie dieses Beispiel zeigt, Welten miteinander verbinden, über kulturelle Grenzen hinweg Gemeinsamkeiten aufzeigen, aber auch Unterschiede deutlich machen – wichtige Faktoren im interkulturellen Zusammenleben.

Auch das Gemeinschaftsprojekt „Symposium zur türkischen Kinder- und Jugendliteratur“ der Sparkasse KölnBonn und der SK Stiftung Kultur nutzt die Literatur als Kulturmittlerin. Das Symposium möchte türkische Kinder- und Jugendliteratur für deutsche Leserinnen und Leser zugänglich machen und so das kulturelle Selbstbewusstsein junger Türken stärken.

Das Projekt ist in zwei Teile gegliedert: Mit dem Symposium soll bei Verlagen, in den Medien, bei Autoren und in der Wissenschaft Interesse für die türkischsprachige Kinder- und Jugendliteratur geweckt werden. Im zweiten Teil, den eigentlichen Buchwochen, sollen türkische Autorinnen und Autoren in ca. 100 Lesungen in Schulen und Bibliotheken im Geschäftsgebiet der Sparkasse ihre – nunmehr auf dem deutschen Buchmarkt erhältlichen – Bücher in ihrer Muttersprache vorlesen. Während der Lesungen wird ins Deutsche übersetzt.

Das Kennenlernen und die Auseinandersetzung mit zeitgenössischer türkischer Kinder- und Jugendliteratur ermöglicht deutschen Kindern und Jugendlichen eine differenziertere Wahrnehmung türkischer Alltagskultur. Kinder aus türkischen Familien bleiben in Verbindung mit der Herkunftskultur.

Neben der SK Stiftung Kultur sind das Kulturamt der Stadt Köln, die StadtBibliothek Köln und die Katholischen öffentlichen Büchereien Projektpartner. Es ist beabsichtigt, auch türkische Institutionen und Organisationen wie z.B. den Dachverband Türkisch-Islamische Union der Anstalt für Religion e.V. (DITIB) als Kooperationspartner zu gewinnen.

www.sparkasse-koelnbonn.de | www.sk-kultur.de

Anerkennungspreis

Die vorangegangenen Preise wurden von der Jury unabhängig von Rahmenbedingungen wie regionale Verteilung, Unternehmensgröße oder -branche vergeben, prämiert wurde das Engagement nach den beschriebenen Kriterien. In der Auswertung wurde aber deutlich, dass das oftmals beeindruckende Engagement kleiner Unternehmen gerade in Relation zu den vorhandenen Ressourcen keine angemessene Würdigung erfahren konnte.

Daher hat sich die Jury einhellig entschieden, zusätzlich einen Anerkennungspreis für kleinere Unternehmen zu vergeben.



„Sich als gewerbliches Unternehmen für das Gemeinwohl zu engagieren, ist der Leitgedanke von ENTERPreis. Und dass dies in Zusammenarbeit mit einer gemeinnützigen Organisation so erfolgreich umgesetzt werden kann, zeigt uns dieses Beispiel eines Kleinunternehmens.“

Ich bin der festen Überzeugung, dass diese vorbildliche Kooperation viele Kleinunternehmer motivieren wird, zukünftig eine Partnerschaft mit einer gemeinnützigen Organisation zu gestalten und somit ihre gesellschaftliche Verantwortung zu praktizieren.“

Kemal Sahin, Gründer und Inhaber der Sahinler Group/Sahinler Holding, Laudator und Vorsitzender der ENTERPreis-Jury

Anerkennungspreis

SCALA Design GbR, Aachen

„Öffentlichkeitsarbeit für die Bürgerstiftung Lebensraum Aachen“

Man kann von einem wahren Stiftungsboom sprechen: Seit 1996 sind in Deutschland über 100 Bürgerstiftungen mit einem Gesamtkapital von ca. 52 Millionen Euro entstanden, pro Jahr werden so etwa drei Millionen Euro für gemeinnützige Zwecke ausgeschüttet. In einer Bürgerstiftung finden sich Bürgerinnen und Bürger mit Unternehmen zusammen, um gemeinsam zum Gemeinwohl beizutragen.

Eine gute Idee, die Bekanntheit braucht. In Aachen sorgt dafür die SCALA Design GbR, ein Design-Büro für visuelle Kommunikation, Marketing, Veranstaltungsmanagement und Öffentlichkeitsarbeit.

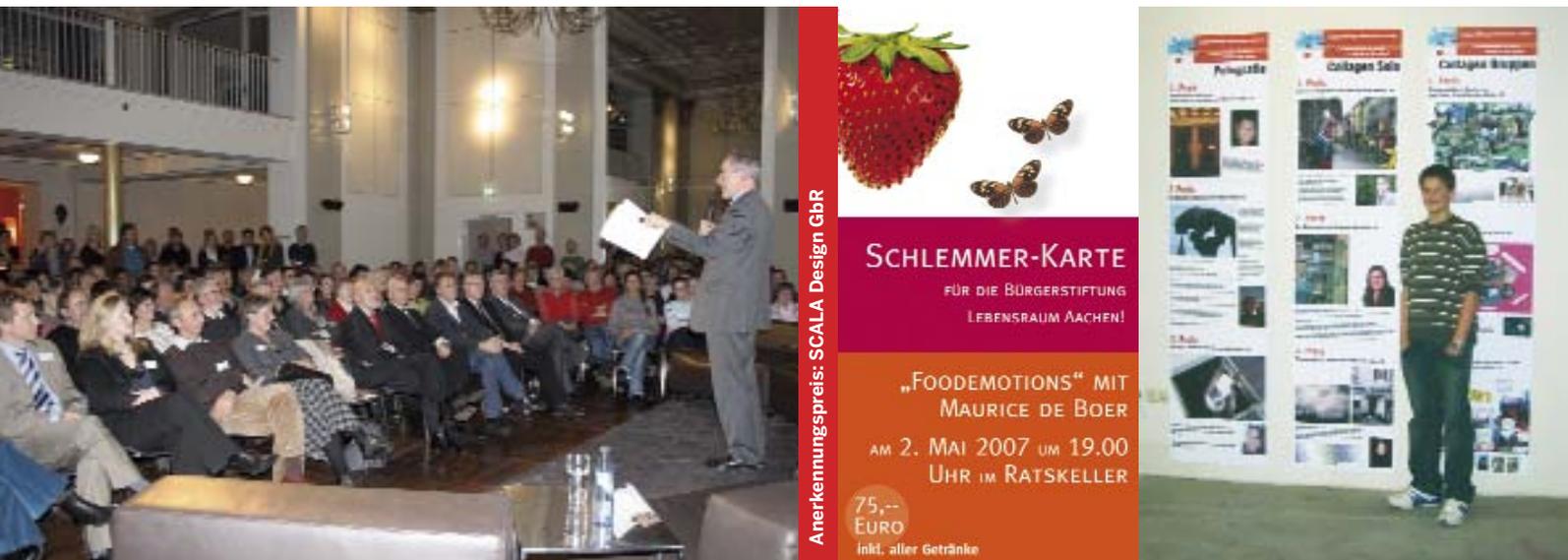
Die SCALA Design GbR setzte ihre wirtschaftlichen Aktivitäten und Kernkompetenz für die Bürgerstiftung Lebensraum Aachen praktisch und unbürokratisch ein. Die Bürgerstiftung hat durch ein neu entwickeltes Corporate Design und begleitende Öffentlichkeitsarbeit ein neues Gesicht erhalten. Das seriöse, professionelle Erscheinungsbild vermittelt einen positiven, aktiven Aufbruchcharakter, weckt Sympathie und Neugier.

Auch dauerhaft wird die Stiftung durch das Erstellen von Newslettern und die Betreuung der Website von den Mitarbeitern der SCALA Design beraten und unterstützt.

Einsatz und Begeisterung springen über, z.B. konnte Scala das Textbüro Alano Publikationsservice und die IT-Firma Plenge System Service GmbH für die Unterstützung der Bürgerstiftung gewinnen. Zudem sponsern Geschäftspartner aus dem Druckgewerbe die Arbeit.

Die Jury hat besonders beeindruckt, mit welcher „kleinen“ Ressourcen eine große Wirkung erzielt werden kann.

www.scaladesign.de | www.buergerstiftung-aachen.de



Bürgerpreis

Alle Bürgerinnen und Bürger Nordrhein-Westfalens waren eingeladen, im Internet über die Wettbewerbsbeiträge abzustimmen und einen „Bürgerpreis“ zu vergeben. Insgesamt wurden über 2.800 Stimmen – auch von außerhalb Nordrhein-Westfalens – über das Internet abgegeben. Gewertet wurden 2.336 Stimmen aus Nordrhein-Westfalen. Alle beteiligten Unternehmen wurden ausdrücklich ermuntert, für das Bürgervotum zu mobilisieren, bei der eigenen Belegschaft, bei Kunden sowie bei Geschäftskontakten und auch darüber hinaus. Die Größe des Unternehmens, seines Marktes bzw. der Mitarbeiterzahl war beim Bürgervotum nicht der entscheidende Faktor. So befinden sich unter den zehn Unternehmen mit den meisten Stimmen drei mit Mitarbeiterzahlen im ein- bzw. zweistelligen Bereich, von denen schließlich eines das Rennen gemacht hat:

Mit 448 Stimmen aus Nordrhein-Westfalen wurde – mit deutlichem Vorsprung vor dem zweitplatzierten Unternehmen – Pütz-Roth Bestattungen und Trauerbegleitung gewählt.

Bürgerpreis

Pütz-Roth Bestattungen und Trauerbegleitung, Bergisch Gladbach „Trauer braucht eine Heimat“

Wenn auch vieles unsicher ist, eins ist gewiss: Wer geboren wird, wird auch sterben. Eine Geburt wird besprochen, begangen, gefeiert. Der Tod dagegen wird in einer Gesellschaft, in der Jugend, Erfolg und Gesundheit heraufbeschworen werden, zu einem Tabu. Das Sterben findet versteckt statt, die Trauer darf nicht lange währen.

Der Verlust der Trauerkultur und die damit einhergehende Verdrängung der eigenen Endlichkeit schaden nach Einschätzung des Preisträgers zweifach: Zum einen volkswirtschaftlich, da erst durch die Wahrnehmung der Begrenztheit der Ressource „Leben“ dessen Wertschätzung vermittelbar wird und eine Wertediskussion geführt werden kann. Zum anderen individuell, da verdrängte Trauer schadet und die Lebensqualität und die Leistungsfähigkeit der Betroffenen gemindert wird.

Das mit dem Bürgerpreis ausgezeichnete Bestattungshaus Pütz-Roth hat ein Gesamtkonzept für einen bewussteren Umgang mit Sterben, Tod und Trauer in unserer Gesellschaft entwickelt und seit der Gründung 1993 realisiert.

Das Konzept stellt nicht den Verstorbenen, sondern die Betreuung der Hinterbliebenen in den Mittelpunkt der Arbeit. Das für den individuellen Trauerprozess unverzichtbare Umfeld aus menschlicher Begleitung und Geborgenheit vermittelnden Räumlichkeiten wird bereitgestellt. Die Trauer unterliegt keinerlei inhaltlichen oder zeitlichen Einschränkungen.



Bürgerpreis: Pütz-Roth Bestattungen und Trauerbegleitung

Die einzelnen Bausteine des Konzepts sind:

„**Haus der menschlichen Begleitung**“, das die komplette Infrastruktur für größere Trauerfeiern, Tagungen, Kongresse und individuelle Abschiede bietet;

die „**Gärten der Bestattung**“, der erste private Friedhof in Nordrhein-Westfalen für Urnenbestattungen ohne die formalen Zwänge üblicher Friedhofsordnungen;

die „**Villa Trauerbunt**“, ein speziell für Kinder in Trauer ideales Umfeld zur Verarbeitung von Verlust-erfahrungen

und die 1999 gegründete „**Private Trauer Akademie Fritz Roth**“, die persönlich oder beruflich Betroffenen und Interessierten beim Umgang mit Tod und Trauer hilft.

Durch den Einsatz der Belegschaft rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche wird das Funktio- nieren des Gesamtkonzepts möglich.

www.puetz-roth.de | www.trauerakademie.de



„Ein persönlicher Besuch in der Trauer-Akademie und im ersten privaten Urnenwald hat mich zutiefst überzeugen können, dass hier nicht nur mit großem Engagement Einsatz ge- bracht wird, sondern auch innovative Gedanken und Umgangsformen realisiert werden. Die gesamte Atmosphäre in Haus und umliegendem Grundstück ist liebevoll gestaltet. Es geht eine große wärmende Ausstrahlung davon aus. Eine Tatsache, die im Zusammenhang mit Tod und Trauer eine wichtige Rolle spielt.

Dass den Angehörigen Respekt gezollt wird, welche Formen der Trauer sie auch wählen, fin- det meine volle Bejahung und Unterstützung. Auch Trauern braucht Mündigkeit. Und zu der wird in diesem Unternehmen erfreulicherweise Freiraum und – wenn nötig – Hilfestellung gegeben.

Besonders erwähnenswert finde ich, dass auch mit Kindern und Jugendlichen zu diesem Themen umgegangen wird, und zwar in altersgerechten Formen.

Diesem Unternehmen eine Anerkennung für ihr breites Spektrum von bürgernahem Enga- gement zu verleihen, möchte ich mit meiner Stimme von Herzen gerne unterstützen.“

Eine Bürgerin zur Begründung ihres Votums

Die Wettbewerbsbeiträge

360° Kommunikation, Köln

Das Unternehmen konzipierte und realisierte eine Imagekampagne mit den primären Zielen, die Bekanntheit und Mitgliederzahl für die Freiwillige Feuerwehr im Kölner Norden zu erhöhen und langfristig die Einsatzfähigkeit der Feuerwehren zu gewährleisten.
www.360kommunikation.biz

3M Deutschland GmbH, Neuss

Die 3M Bildungsinitiative „Unternehmen Schule“ weckt seit acht Jahren bei Schülern an ausgewählten Partnergymnasien (vier in Nordrhein-Westfalen, zwei in Bayern) Interesse für technisch-naturwissenschaftliche Fächer und Berufe.
www.3m.com/de | www.3m-unternehmen-schule.de

ABEQ Akademie für Beratung und Qualifizierung GmbH, Köln

ABEQ berät türkische arbeitslose Jugendliche sowie Schulabgänger, hilft bei Bewerbungen und bietet Erwachsenen Existenzgründungsberatung an, beides in Zusammenarbeit mit dem Türkischen Generalkonsulat. Die Mitarbeiter der ABEQ Akademie werden für ihr ehrenamtliches Engagement in diesem und anderen Projekten von ihrer Arbeit freigestellt.
www.ABEQ.de

Adam Opel GmbH, Rüsselsheim

General Motors Volunteer Plus International (GMVPI) – auch am Standort Bochum – fördert das bürgerschaftliche Engagement der Opel-Belegschaft durch Spenden an die gemeinnützigen Organisationen, bei denen sich Mitarbeiter engagieren.
www.opel.de

Ärztammer Nordrhein, Körperschaft des öffentlichen Rechts, Düsseldorf

Die Kammer bietet Kinderbetreuung im Haus der Ärzteschaft der Ärztekammer Nordrhein an und unterstützt so das ehrenamtliche Engagement (Kammerversammlung) der Eltern sowie deren Fort- und Weiterbildung jenseits der allgemeinen Öffnungszeiten von Kindergarten und Schule.
www.aekno.de

Aschendorff Medien GmbH & Co. KG, Münster

Mit der Aktion „Ideen fördern“ der Westfälischen Nachrichten werden 15 gemeinnützige Projekte im gesamten Münsterland unterstützt, die innerhalb eines Jahres in die Tat umgesetzt werden. Die Aktion soll Mut machen, die Zu-

kunft selbst in die Hand zu nehmen und gemeinsam etwas für die Region zu bewegen.
www.aschendorff.de

ASK Dienstleistungen für effiziente Büroabläufe, Langerwehe

Zehn-Finger-Computerschreiben in vier Stunden lernen Kölner Schüler an der Katholischen Grundschule Longenicher Hauptstraße und an der Offenen Ganztagschule durch den unentgeltlichen Einsatz des Dienstleisters für Büroeffizienz.
www.ask-dienste.de

Bayer AG, Leverkusen

Das Unternehmen engagiert sich seit 100 Jahren in der Kulturförderung u.a. mit der unternehmenseigenen Kulturabteilung unter dem Namen „Ein Jahrhundert Bayer.Kultur“.
www.bayer.de | www.kultur.bayer.de

belinda krone webdesign & suchmaschinenoptimierung, Köln

Für die Sponsoren- und Mitgliederwerbung des gemeinnützigen Vereins IG Räuberwäldchen e.V., einer Elterninitiative, die Pate für zwei örtliche Spielplätze ist, erstellte das Unternehmen kostenlos einen Internetauftritt.
www.websites-guenstiger.de

buw customer care operations Münster GmbH, Münster

Das „Kompetenzzentrum im Verbund“ unterstützt Arbeitslose bei der Integration in Ausbildung oder Erwerbstätigkeit. Das Engagement findet im Verbund statt mit dem gemeinnützigen Bildungsinstitut Münster e.V., GAB AöR – Gemeinsam für Arbeit und Beschäftigung im Kreis Steinfurt – und den Wirtschaftsunternehmen Hengst GmbH & Co.KG, DHL fulfilment, Landwirtschaftlicher Versicherungsverein Münster (LVM) und der RATIO Handel GmbH & Co.KG.
www.buw.de

C.V. Traumland-Verlag, Schloß Holte-Stukenbrock

Das Unternehmen fördert ein Integrationsprojekt für geistig behinderte Kinder an der Albert-Schweitzer-Schule Wittenberge. Ziel ist, ein positives Selbstbild der Kinder zu fördern, ihr Selbstvertrauen und ihr Selbstwertgefühl zu stärken, die Schule um ein vielgestaltiges Kunstprojekt zu bereichern und durch Öffentlichkeitsarbeit eine größere Akzeptanz zu erreichen.
www.cv-traumland-verlag.de

Deutsche Telekom AG, Bonn

Die Deutsche Telekom AG unterstützt ihren Engagementpartner, die Telefonseelsorge in Deutschland, technisch und finanziell und hilft bei der bundesweiten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

www.telekom.de/verantwortung

dialog Bildungswerk e.V, Greven

Im Verbund mit den Partnern DIDF Föderation demokratischer Arbeitervereine (Köln), DGB Bildungswerk NRW e.V. (Düsseldorf) und TaT Projekt GmbH (Rheine) bildet das Bildungswerk Lernbegleiter aus, um Menschen mit Zuwanderungsgeschichte lebensbegleitendes Lernen zu ermöglichen.

www.dialog-bildungswerk.de



„Die Welt in NRW – NRW in der Welt“ 2. Preis

Doğan Media International GmbH, Mörfelden-Walldorf & Köln

In Kooperation mit dem Türkisch-Deutsche Gesundheitsstiftung e.V. führt das Unternehmen die Hürriyet-Kampagne „Gegen häusliche Gewalt“ als Beitrag gegen häusliche Gewalt durch.

www.hurriyet.de

Dr. Ebert Akademie AG, Köln

Nach der Traditionellen Chinesischen Medizin kann jede unangenehme Erfahrung den Energiefluss eines Menschen einschränken. Durch die Behandlung mit EDTM (Energy Diagnostic Treatment Method) wird der Ursprung energetischer Blockaden diagnostiziert und mittels Beklopfen bestimmter Energiepunkte (Meridiane) aufgelöst. Das Unternehmen befähigt Kinder in schwierigen Situationen, diese Technik selbstständig anzuwenden. Ein Partner ist der Verein Pänz von Kölle e.V.

www.schnell-lern-denk.de

DWLogistics GmbH & Co. KG, Bönen

Kranke und schwerbehinderte Menschen können im Unternehmen eine ihrer Einschränkung entsprechende Tätigkeit ausüben, um ihren Arbeitsplatz nicht zu verlieren.

DWLogistics GmbH & Co. KG, Bönen

Das Unternehmen richtet zusätzliche Ausbildungsplätze für junge Menschen mit Zuwanderungsgeschichte und unterdurchschnittlichen Zeugnissen ein und bietet Schul-Praktikumsplätze in der Logistik an. Die DWLogistics kooperiert dazu mit der Agentur für Arbeit, der IHK Dortmund und der Dekra.

E.ON Ruhrgas AG, Essen

Schon 20 Jahre währt die Engagementpartnerschaft der E.ON Ruhrgas AG mit dem Essener Kinderschutzbund. Die Unterstützung und Zusammenarbeit ist sowohl ideell wie strukturell und finanziell. Die Mitarbeiter engagieren sich ehrenamtlich im Vorstand des DKSB OV Essen e.V., im Deutschen Kinderschutzbund Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V., in den Einrichtungen selbst und in verschiedenen Projekten.

www.eon-ruhrgas.com

E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG, Düsseldorf

Durch eine vom Unternehmen initiierte und koordinierte Sammelaktion für Alt-Handys erhält der Malteser Hilfsdienst e.V. Spenden für die Aktion „Lebensfreunde“ und deren karitative Projekte. Zugleich ist die Rücknahme und Verwertung alter Handys ein wertvoller Beitrag zum Umweltschutz.

www.eplus.de | www.eplus.de/umwelt

etia properties Schleinschock & van Rossum GbR, Bocholt

Das Unternehmen vermittelt u.a. zwischen den Mietern und Vermietern hochpreisiger Mietobjekte und spendet von dem Gewinn jährlich an die Deutsche Kalkutta Gruppe und CUS Calcutta Urban Service, die damit Wohnraum von Bedürftigen in Indien finanzieren.

www.etia-properties.com | www.castles-international.com

EWG – Essener Wirtschaftsförderungsges. mbH, Essen

Gemeinsam mit dem Verein zur Förderung der Zusammenarbeit von Schulen und Wirtschaft in Essen e.V. vertieft das Unternehmen die Sozial-, Sprach- und multikulturellen Kompetenzen von Schülern für den nationalen und internationalen Arbeitsmarkt. Fachleute aus Unternehmen und Institutionen bilden die Lehrer fort, zudem werden Lernpartner- und -partnerschaften vermittelt.

www.ewg.de | www.schulen-und-wirtschaft.de



„Gemeinsam bewegen“ 1. Preis

Ford-Werke GmbH, Köln

Unter dem Titel „Gemeinsam Sozial“ besteht seit März 2004 eine Kooperation zwischen dem Diözesan-Caritasverband für das Erzbistum Köln und der Ford-Werke GmbH. Ein Element der Kooperation ist die Aktion „Autofahren für blinde und sehbehinderte Menschen“.

www.ford.de

Gebrüder Nolte GmbH & Co.KG, Iserlohn

Die Autohausgruppe engagiert sich in verschiedenen gemeinnützigen Projekten z.B. durch Schulpartnerschaften, Teilnahme am Girls Day, mit Stöbertagen in Kooperation mit dem Jugendamt, mit dem Projekt „Helfen macht Schule“, mit Schulranzen für Hartz-IV-Empfänger und verbilligter Erstausrüstung für Schulanfänger, einem Übungskonzert im Rahmen von „Jugend musiziert“ oder einem Mitarbeiterhilfsfonds für bedürftige Unternehmensbeschäftigte.

www.nolte-gruppe.de

Gemeinnützige Wohnungsbaugesellschaft mbH Wuppertal (GWG), Wuppertal

Die GWG und der Caritasverband Wuppertal betreiben gemeinsam ein wohnbestandsweites Projekt der aufsuchenden Beratung und Betreuung von Senioren, um ihnen einen möglichst langen Verbleib in der angestammten Wohnung bzw. bei Demenzerkrankten einen Umzug in eine betreute Wohngruppe zu ermöglichen.

www.gwg-wuppertal.de

gepe Gebäudedienste Peterhoff GmbH, Düren

Das gemeinsame Engagement von gepe und der Picco Bella gGmbH ist ausgerichtet auf Menschen ohne ausreichende Formalqualifikationen, denen durch eine Ausbildung und Qualifizierung sowie eine anschließende Vermittlung eine berufliche und persönliche Lebensperspektive eröffnet wird.

www.gepe-peterhoff.de

Gesellschaft für Arbeitsschutz- und Humanisierungsforschung mbH (GfAH), Dortmund

Das Unternehmen unterstützt den „Förderverein Nording Bulls e.V.“, der wiederum die Elektro-Rollstuhlhockeymannschaft Nording Bulls in Lalendorf (Mecklenburg-Vorpommern) fördert. Dabei werden andere Vereine, Verbände und Einrichtungen in die Aktivitäten mit einbezogen, um die Akzeptanz des Behindertensports zu erhöhen.

www.gfah.de

GISES GmbH, Hattingen

Um die Arbeit der Fachberater vom Verband Alleinerziehender Mütter und Väter e.V. zu optimieren, konzipierte und realisierte das Unternehmen eine Datenbank zur Vermittlung von Tagesmüttern und Begleitung von Tagesbetreuung. Die eingesparte Zeit kommt den Kindern, Eltern und Tagesmüttern zu Gute.

www.gises.de | www.kinder-tagespflege.de

GLS Gemeinschaftsbank eG, Bochum

Am 17. April 2007 wurde mit Unterstützung der Bochumer GLS Bank die „Stiftung Bochumer Symphonie“ gegründet. Sie soll die benötigten Mittel für den Bau eines Konzert-

hauses für die Bochumer Symphoniker sammeln.

www.gls.de | www.bochumer-symphonie.de

**„Gemeinsam bewegen“
2. Preis****INTERSEROH Dienstleistungs GmbH, Köln**

Als Ergebnis eines Aktionstages gründete der Recycling-Dienstleister eine Patenschaft mit einem Kölner Kinderheim, um die allgemeine Lebenssituation der Kinder zu verbessern.

www.interseroh-isd.de

Jeans Fritz Handelsgesellschaft für Mode mbH, Hüllhorst

Das Unternehmen finanziert einen Familienkalender mit Gewinnmöglichkeiten und Informationen zum Deutschen Kinderschutzbund, den Kunden als Dank für eine Spende (1 €) in rund 200 Filialen erhalten.

www.jeans-fritz.de

JLW: J. Ludewigs Werbeagentur GmbH, Solingen

Das Unternehmen unterstützt die Gruppe 112 Pro-Feuerwehr e.V. Solingen durch Öffentlichkeitsarbeit, die die Attraktivität der Freiwilligen Feuerwehr erhöht und ein positives Bild der Feuerwehr in der Öffentlichkeit zeichnen soll.

www.werbeagentur-jlw.de

Kinder-Aktions-Zentrum, Sprockhövel

Unter dem Titel „Brücken bauen“ werden gemeinsame, ehrenamtliche Aktivitäten mit dem Jugendchor Da Capo, den Funny Singers e.V. und dem Kindergarten Löwenherz e.V. unternommen.

www.kinder-aktions-zentrum.de | www.fraukeschittek.de

ktpBKK – Körperschaft des Öffentlichen Rechts, Essen

Da ungesunde Ernährung von Kindern und Jugendlichen ein Problem ist und sich später oft in Krankheiten äußert, hilft die Krankenkasse Kindern und Eltern, mit Kochstunden einen Weg zu gesunder Ernährung zu finden.

www.good4youonline.de

**„Lebendige Bürgergesellschaft“
2. Preis****LexisNexis Deutschland GmbH, Münster**

Das Engagementprogramm „LexisNexis Cares“ wurde ins Leben gerufen, um das soziale Engagement der LexisNexis-Belegschaft zu fördern. Unterstützt wird insbesondere die Deutsche-Fanconi-Anämie-Hilfe e.V.

www.lexisnexus.de

macologne GmbH, Köln

Das Unternehmen erstellte für den Sauerländischen Gebirgsverein e.V. (SGV) ein PR- und Werbekonzept „Sauerland“, um Sponsoren für die Behebung der vom Orkan Kyrill im Sauerland verursachten Waldschäden zu gewinnen.
www.macologne.de

**„Brücken bauen“****3. Preis****Malermeister AHLE GmbH, Paderborn**

Über die Entdeckung des künstlerischen Potenzials von Graffiti-Werken und die Einbindung in die eigene Unternehmensstrategie gelang es dem Unternehmen, jugendlichen Sprayern einen Weg in die Legalität zu ebnet.
www.malermeister-ahle.de

Marketing Handwerk GmbH – Projektbüro handwerk-kunst, Aachen

Das Unternehmen engagiert sich mit der Entwicklung eines Konzepts und als Projektbüro für den „Preis des Handwerks für kulturelle Bildung“. Mit diesem zeichnet die „Bildungsinitiative handwerk-kunst des deutschen Handwerks“ Jugendkunstschulen aus, die kreative Projekte für Kinder und Jugendliche mit Handwerksbetrieben realisieren.
www.marketinghandwerk.de,
www.bildungsinitiative-handwerk-kunst.de

**„Gute Idee“****METRO AG, Düsseldorf**

Newin (setzt sich zusammen aus NewComer und InSider) stellt interessierten neuen Mitarbeitern (NewComern) aus anderen Kulturen erfahrene InSider zur Seite. InSider und NewComer lernen durch den fachlichen, kulturellen und persönlichen Austausch voneinander.
www.metrogroup.de

**„Brücken bauen“****1. Preis****MIT Moderne Industrietechnik GmbH, Vlotho/Exter**

Über „SMS – strategische Mitarbeitergewinnung an Schulen und anderen sozialen Einrichtungen“ engagiert sich das Unternehmen für die praxisnahe, zielgruppengerechte Nachwuchsförderung von Kindesbeinen an bis zum Übergang von Schule zu Beruf.
www.systemarmaturen.de

milestones management consulting GmbH und sunshine concepts, Köln

Die beiden Unternehmen unterstützen mit dem Projekt „Spielend in den Job“ Jugendliche der Sekundarstufe I mit einem professionellen Bewerbungstraining beim Übergang zwischen Schule und Beruf. Kooperationspartner ist die Jugendzentren Köln gGmbH.
www.milestones-mc.de | www.sunshine-concepts.de

Mundo Marketing GmbH, Köln

Das Unternehmen übernimmt die PR- und Marketingberatung für Kultureinrichtungen. So engagierte es sich für die „Rheinlese 2007“, berät die www.freizone.org und www.article.de in PR- und Marketingfragen und übernahm die Pressearbeit für die Kölner Katholische Hauptschule am Griechenmarkt, um den Zugang von Schülerinnen und Schülern zu Musik, Theater und bildender Kunst zu erleichtern.
www.mundo-marketing.de

National-Bank AG, Essen

Das Unternehmen engagiert sich bei dem von der Ehrenamt Agentur Essen initiierten Programm „17/70 – Junge Paten für Senioren“ – einem Paten- bzw. Mentorenprogramm, in dessen Rahmen Jugendliche nach einer 12-tägigen Schulung Kontakt zu Senioren knüpfen und sie in Pflegeheimen und sozialen Einrichtungen besuchen und betreuen.
www.national-bank.de

Nessbach Agentur für Kommunikation GmbH, Köln

Mit halbseitigen Vierfarbanzeigen in der BILD Köln ruft das Unternehmen – auf eigene Kosten – zu Spenden auf für Zartbitter, die Kontakt- und Informationsstelle gegen sexuellen Missbrauch von Mädchen und Jungen. Zu den Anzeigen kommen noch Poster und Postkarten mit den Anzeigenmotiven.
www.nessbach.com

Niehaus III GmbH, Düsseldorf

Das Unternehmen entwickelte ein Orientierungssystem für Bewohner von Pflegeeinrichtungen, das ihnen das Leben dort so lebenswert und einfach wie möglich gestalten soll.
www.niehaus3.de

ORG.BERATUNG Schulten & Weyland GbR, Wuppertal

Gemeinsam mit der Stadt Wuppertal gestaltete das Unternehmen den Schusterplatz von einem Kinderspielplatz zu einem Generationenplatz, um die Attraktivität des Stadtteils zu erhöhen und das Image nach innen und außen zu verbessern.
www.orgberatung.de | www.unternehmen-nordstadt.de | www.schusterplatz.de

PaderHaus GmbH & Co. KG, Paderborn

Das PaderHaus – eine Kooperation 14 regionaler Handwerksbetriebe – engagiert sich für die Ausbildung und hat es sich zur Aufgabe gemacht, ausreichend Ausbildungsplätze zur Verfügung zu stellen. In einer Kooperation mit der Paderborner Hauptschule Am Niesenteich wird Schülern der Einstieg ins Berufsleben erleichtert.
www.paderhaus.de

Planungsbüro Hagen GmbH, Menden

Die Geschäftsleitung des Planungsbüro Hagen hat eine aktive geschäftsführende Position der Festspiele Balver Höhle übernommen, um den Verein Festspiele Balver Höhle e.V. vor einer drohenden Insolvenz zu bewahren und wertvolle Vereinsstrukturen in einer ländlichen Region zu erhalten.
www.inghagen.de

**„Gute Idee“****Roggenkamp Organics AG, Herzebrock-Clarholz**

Das Unternehmen hat im Februar 2007 die „Deutsche Demenz Stiftung – Vergissmeinnicht“ als erste bundesweit tätige Demenzstiftung errichtet. Mit seinen Aktivitäten unterstützt das Unternehmen die Stiftung.
www.roggenkamp-organics.com | www.deutsche-demenzstiftung.de

Rotary Club Essen Nord, Essen

Der Rotary Club engagiert sich bei dem von der Ehrenamt Agentur Essen initiierten Programm „17/70 – Junge Paten für Senioren“ – einem Paten- bzw. Mentorenprogramm, in dessen Rahmen Jugendliche nach einer 12-tägigen Schulung Kontakt zu Senioren knüpfen und sie in Pflegeheimen und sozialen Einrichtungen besuchen und betreuen.
www.rc-essen-nord.de

**„Bürgerpreis“****Pütz-Roth Bestattungen und Trauerbegleitung, Bergisch Gladbach**

Der Preisträger in der Kategorie Bürgerpreis erstellt und realisiert ein Gesamtkonzept für einen bewussteren Umgang mit Sterben, Tod und Trauer in unserer Gesellschaft. Es besteht aus dem Haus der menschlichen Begleitung, der Private Trauer Akademie Fritz Roth, den Gärten der Bestattung und der Villa Trauerbunt.
www.puetz-roth.de

Restaurant Ackermann, Münster

Das Restaurant führte im August 2007 ein Benefizessen durch. Mit dem Erlös soll die neue Küche der Internatsschule für Mädchen in Anta (Peru) gebaut werden.
www.restaurant-ackermann.com

RST Steuerberatungsgesellschaft mbH, Essen

Das Projekt „Freunde für Kinder“ ist ein Paten- bzw. Mentorenprogramm, initiiert von der Ehrenamt Agentur Essen e.V. Bei monatlichen Treffen in einem organisierten Freizeitprogramm knüpfen die Paten Kontakt zu den Kindern. Gegenseitiges Vertrauen wächst durch gemeinsames Agieren und bildet die Basis für eine weitergehende dauerhafte Beziehung zwischen Pate und Kind.
www.rst-beratung.de

**„Lebendige Bürgergesellschaft“****1. Preis****RWE AG, Essen**

Mit dem Dream Team-Wettbewerb 2007 für Auszubildende trägt das Unternehmen zur Horizonterweiterung und persönlichen Reifung der Teilnehmenden bei.
www.rwe.com

**„Die Welt in NRW – NRW in der Welt“****1. Preis****Risse + Wilke Kaltband GmbH & Co. KG – Werk Iserlohn, Iserlohn**

Das Unternehmen verbessert die Lehr- und Lernbedingungen an der „Robert Memorial School“ in Tema (Ghana) durch Zeit- und Sachspenden. Es kooperiert mit dem Verein New Life Fellowship e.V.
www.risse-wilke.de | www.hilfe-fuer-ghana.de

**„Lebendige Bürgergesellschaft“****3. Preis****RWE Rhein-Ruhr AG, Essen**

Das Unternehmen unterstützt den jährlich stattfindenden RUHRDAX – Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige. Es kooperiert dabei mit der Servicestelle Netzwerk Ruhrgebiet.
www.rwe.com | www.ruhrdax.de

RWE Rhein-Ruhr AG, Essen

Beim Engagementprogramm „RWE Aktiv vor Ort“ unterstützen Beschäftigte ehrenamtlich Projekte mit sozialem Hintergrund. Das Unternehmen fördert die einzelnen Projekte mit einem finanziellen Beitrag von bis zu 2000 Euro. Die Mitarbeiter werden bei Projekten mit einer Dauer von mehr als zwei Tagen für einen Tag vom Dienst freigestellt. www.rwe.com

**„Anerkennungspreis“****SCALA Design GBR, Aachen**

Mit professioneller Design- und Marketingleistung, Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement unterstützt die Agentur die Bürgerstiftung Aachen. www.scaladesign.de | www.buergerstiftung-aachen.de

Sparkasse KölnBonn

Mit der Initiative „50 Chancen. Gut für Köln und Bonn.“ in Zusammenarbeit mit der Handwerkskammer zu Köln setzt sich das Unternehmen für mehr Ausbildungsplätze in Köln und Bonn ein. www.sparkasse-koelnbonn.de | www.sparkasse-koelnbonn.de/50chancen

Sparkasse KölnBonn

Das Rucksack-Projekt, das in Kooperation mit drei Bonner Kindertagesstätten mit einem hohen Migrantenanteil durchgeführt wurde, zielt mittels Sprachförderung und zweisprachigem Spiel- und Lernmaterial, das die Mütter im „Rucksack“ mit nach Hause nehmen können, auf eine bessere Integration ausländischer Familien. www.sparkasse-koelnbonn.de

Sparkasse KölnBonn

Das Unternehmen ist Gründungsmitglied vom „Verein der Freunde und Förderer des Herzzentrums an der Universität zu Köln e.V.“. Die Finanzspezialisten der Sparkasse unterstützen den Förderverein mit ihrem Know-how. www.sparkasse-koelnbonn.de

**„Gute Idee“****Sparkasse KölnBonn**

Moderne und literarisch bedeutsame türkische Kinder- und Jugendliteratur für deutsche Leser zugänglich zu machen und so das kulturelle Selbstbewusstsein junger Türken zu stärken ist das Ziel eines Gemeinschaftsprojektes der Sparkasse KölnBonn und ihrer SK Stiftung Kultur. www.sparkasse-koelnbonn.de

Stadt Köln

Mit dem Programm StadtAktiv fördert Köln das freiwillige Engagement der Beschäftigten der Stadtverwaltung. Die ca. 17.000 Beschäftigten der Stadt werden für einen Tag im Jahr für ein Engagement freigestellt. Darüber hinaus werden Projekte finanziell bezuschusst. www.stadt-koeln.de

Tengelmann Warenhandelsgesellschaft KG, Mülheim an der Ruhr

Im Rahmen des Tengelmann Ehrenamtstages gehen die Beschäftigten alleine oder in Teams zu gemeinnützigen Organisationen und wirken dort in verschiedenen Projekten mit. Für ihren Einsatz werden die Mitarbeiter für einen Tag von der Arbeit freigestellt. www.tengelmann.de

The Boston Consulting Group GmbH, Düsseldorf

Im Projekt „business@school“ engagiert sich die Belegschaft der Unternehmensberatung in Zusammenarbeit mit mehr als 70 Schulen und mehr als 20 Partnerunternehmen. business@school weckt Unternehmergeist bei Jugendlichen, informiert über Existenzgründungen, trägt zur Berufsorientierung bei und fördert neue Unterrichtsformen an Schulen. Das ehrenamtliche Engagement bringt Schülerinnen und Schülern Wirtschaft nah und sie erwerben Schlüsselqualifikationen. www.business-at-school.de

ThyssenKrupp Nirosta GmbH – Werk Krefeld, Krefeld

Die Auszubildenden des Unternehmens unterstützen die Neugestaltung der Bahnhofsmission Krefeld (Träger: Diakonie Krefeld/Viersen) durch handwerkliche Arbeiten. Vorausgegangen war ein Info-Tag des Freiwilligen Zentrums Krefeld, in dem die Jugendlichen Einblicke in gesellschaftliches Engagement und die vielseitige Arbeit der Bahnhofsmission bekamen. www.nirosta.de

**„Die Welt in NRW – NRW in der Welt“
3. Preis****TNT Express GmbH, Troisdorf**

Der Expressdienstleister engagiert sich weltweit unter dem Namen „Moving the World“ seit Ende 2002 für das World Food Programme (WFP) der Vereinten Nationen. Gemeinsames Ziel ist es, den Hunger unter den Ärmsten dieser Welt einzudämmen. Dazu stellt das Unternehmen Netzwerke, Kapazitäten, Spezialisten und Geldspenden zur Verfügung. www.tnt.de

Unternehmen im Münsterland

24 Unternehmen unterstützen in Kooperation mit der Regionalagentur Münsterland c/o Aktion Münsterland e.V. 40 Kindergärten, Sprachförder- und Grundschulen mit der Lernsoftware „Schlaumäuse – Kinder entdecken Sprache“. www.aktion-muensterland.de/regionalagentur/

Unternehmer/-innen-Forum-Eschweiler-Ost

Im Gebiet der Sozialen Stadt NRW Eschweiler-Ost arbeiten die im Unternehmerforum zusammengeschlossenen Unternehmen in Kooperation mit dem Stadtteilmanagement. Themen: Verbesserung der lokalen Ökonomie, Vereinfachen der Kooperationswege, Beschäftigungsförderung im Quartier, Förderung von betrieblichem Engagement sowie Vernetzung mit den Menschen und Einrichtungen des Stadtteils Eschweiler-Ost. www.unternehmer-forum-eschweiler-ost.net

kreis soziale bildung und beratung e.V. (asb) und die Schulpsychologische Beratungsstelle der Stadt Münster. www.provinzial-online.de | www.miteinandern.de

WestLB AG, Düsseldorf

Die Projektpartner WestLB AG und WestLB-Stiftung Zukunft NRW unterstützen ausgewählte Grundschulen in ihrer Förderarbeit. Im Fokus steht die Sprachförderung von Kindern mit Zuwanderungsgeschichte. www.westlb.de

XIQIT GmbH, Aachen

Das Unternehmen gestaltet durch speziell entwickelte Software die Arbeit des Freiwilligenzentrum Aachen effizienter und durch eine Website öffentlichkeitswirksamer. Das Engagement kommt der FWZ und indirekt derzeit 168 Organisationen und Initiativen im Aachener Raum zu Gute. www.xiqit.de



„Gemeinsam bewegen“

3. Preis

United Parcel Service Deutschland Inc. & Co OHG, Neuss

Das Unternehmen fördert durch freiwilliges Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und finanzielle Unterstützung der Mitarbeiterprojekte das Gemeinwesen an seinen Standorten. Seit 2003 ist es mit mehreren Niederlassungen bundesweit dem Sozialdienst katholischer Frauen-Zentrale e.V. partnerschaftlich verbunden. www.ups.de

VKF Renzel GmbH, Isselburg

In Kooperation mit der Arbeiterwohlfahrt Bocholt errichtete das Unternehmen eine Betriebskindergruppe zur Betreuung der Kinder seiner Belegschaft sowie von Kindern aus der nahen Umgebung. Ziel ist eine verbesserte Vereinbarkeit von Beruf und Familie. www.vkf-renzel.de

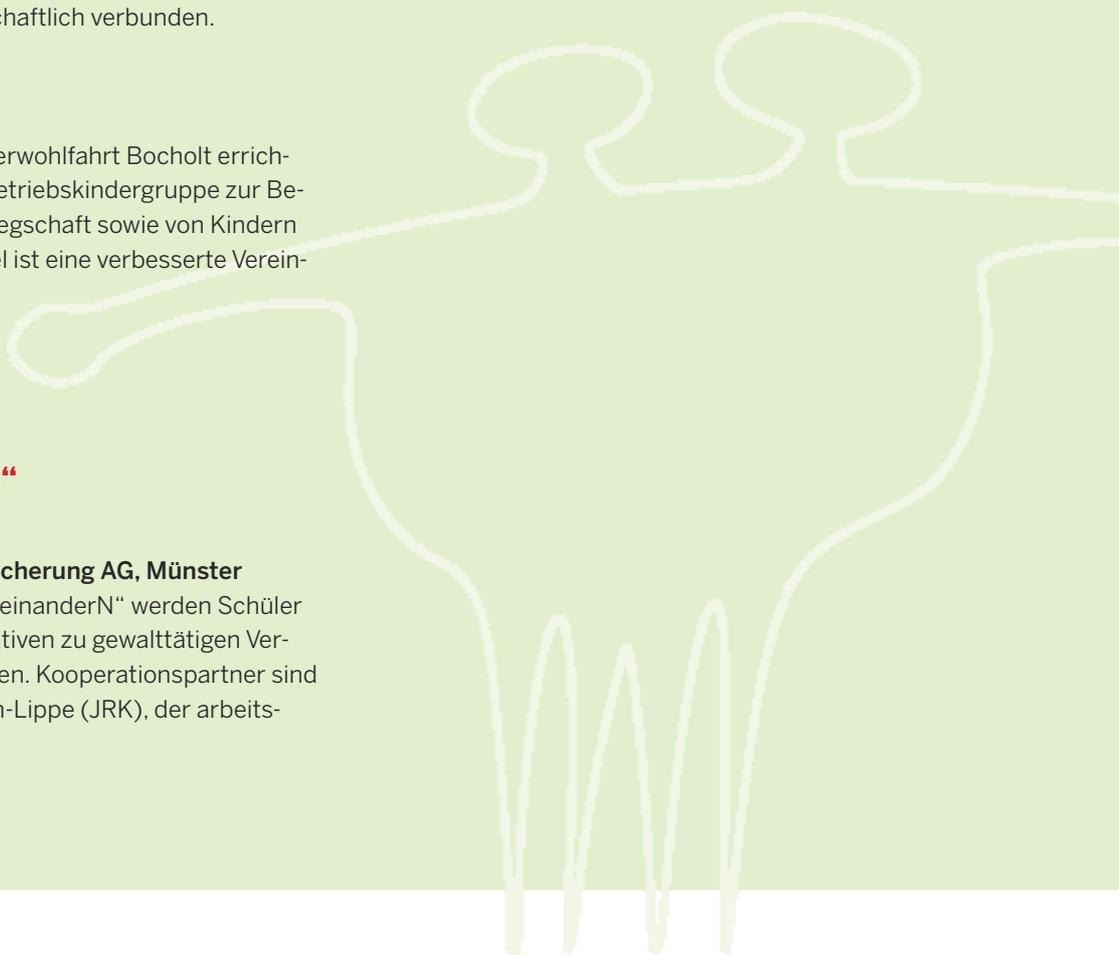


„Brücken bauen“

2. Preis

Westfälische Provinzial Versicherung AG, Münster

Mit dem Projekt „Stark im MiteinanderN“ werden Schüler eingeladen, Handlungsalternativen zu gewalttätigen Verhaltensweisen kennen zu lernen. Kooperationspartner sind das Jugendrotkreuz Westfalen-Lippe (JRK), der arbeits-



Dank

Das Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen bedankt sich bei allen, die bei der Verwirklichung des Wettbewerbs mitgewirkt haben. Insbesondere gilt unser Dank:



... den Gastgebern bei den Regionalveranstaltungen:

Die Regionalveranstaltungen haben wesentlich zum Erfolg des Wettbewerbs beigetragen. Dies ist auch den jeweiligen Gastgebern zu verdanken, die kräftig die Werbetrommel gerührt sowie Veranstaltungsräume und Imbiss zur Verfügung gestellt haben:

FreiwilligenAgentur Dortmund

www.freiwilligenagenturdortmund.de

Freiwilligenagentur Münster

www.muenster.de/stadt/freiwilligenagentur/

Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld

www.bielefeld.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Köln

www.ihk-koeln.de

Sparkasse Aachen

www.sparkasse-aachen.de

... den zahlreichen Mitwirkenden und Impulsgebern bei der Auftaktveranstaltung, den Regionalveranstaltungen und der Preisverleihung.

... dem Gastgeber der Preisverleihung,

der E.ON AG, Düsseldorf. Die Glashalle in der Konzernzentrale hat der Abschlussveranstaltung einen festlichen Rahmen gegeben.

... der Jury:

Die zehn Expertinnen und Experten haben einen Nachmittag lang intensiv diskutiert und votiert. Angesichts der Qualität der Beiträge ist es ihnen nicht immer leicht gefallen, eine Wahl zu treffen.

ENTERPreis 2007 – Zahlen und Fakten

Quantitativer und qualitativer Überblick über die Wettbewerbsbeiträge

77 Wettbewerbsbeiträge wurden eingereicht mit 123 beteiligten Unternehmen und 167 gemeinnützigen Partnern – davon 68 mit praktisch realisierten Engagements („Praxisbeitrag“) und neun mit geplanten Engagements für die nahe Zukunft („Ideenbeitrag“).

Themenfelder

Die 77 Wettbewerbsbeiträge verteilen sich auf die vier ausgeschriebenen Themenfelder wie folgt (einzelne Beiträge wurden mehreren Themenfeldern zugeordnet):

32 „Brücken bauen“: Engagements, die den Dialog und das Zusammenwirken verschiedener Generationen, gesellschaftlicher Gruppen oder Berufs- und Lebenssphären fördern.

12 „Die Welt in NRW – NRW in der Welt“: Engagements für die gesellschaftliche und berufliche Integration von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte, Engagements gegen Fremdenfeindlichkeit und Engagements, die sich von Nordrhein-Westfalen aus der Förderung von Entwicklung und Prosperität in anderen Teilen der Welt widmen.

12 „Lebendige Bürgergesellschaft“: Aktivitäten, mit denen die Bürgergesellschaft und das Engagement nachhaltig gefördert und gestärkt werden – etwa durch die Unterstützung entsprechender Netzwerke oder Vermittlungseinrichtungen oder durch die Anregung und Förderung des freiwilligen bürgerschaftlichen Engagements der Unternehmensmitarbeiterinnen und -mitarbeiter.

23 „Gemeinsam bewegen“: Längerfristig orientierte Unternehmensengagements zu Gunsten einer gemeinnützigen Organisation sowie gemeinschaftliche Engagementprojekte von Wirtschaftsunternehmen und Gemeinnützigen, in die beide Seiten je eigene Kompetenzen und Ressourcen einbringen.

Eine inhaltliche Bewertung der Wettbewerbsbeiträge hat eine breite Themenpalette ergeben, denen sich die eingereichten Engagements widmen. Hierbei wurden häufig mehrere Themenfelder bzw. -aspekte berührt:

Themenfelder des Engagements

(Mehrfachzuordnungen möglich; Zuordnung vom Projektbüro vorgenommen anhand der inhaltlichen Beschreibungen des Engagements):

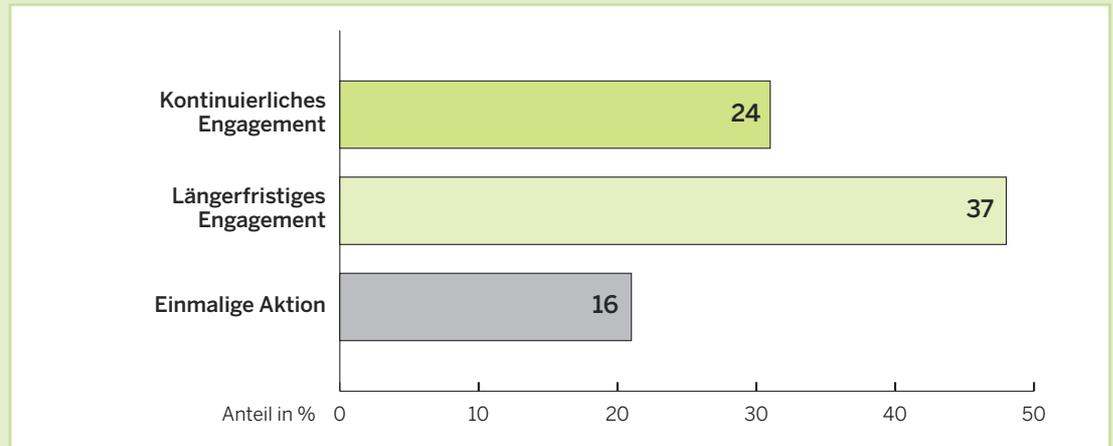
	Zahl	Anteil
Bildung	23	30 %
Jugend (für, mit)	23	30 %
Kinder (für, mit)	17	22 %
Beruf (Orientierung, Hinführung)	9	12 %
Mitarbeiterengagement (in der Freizeit) anregen, anerkennen	8	10 %
Integration	8	10 %
Ausbildung (Engagement als Teil der Ausbildung)	7	9 %
Bürgerengagement anregen	6	8 %
Kultur	6	8 %
Senioren (für, mit)	6	8 %
Behinderung (für, mit Menschen mit Behinderung)	4	5 %
Entwicklungshilfe	4	5 %
Gemeinwesenentwicklung	4	5 %
Arbeitsmarkt	3	4 %
Gesundheit	3	4 %
Qualifizierung	3	4 %
Soziales	3	4 %
Feuerwehr, Freiwillige (u.a. Gewinnung von Ehrenamtlichen)	2	3 %
Mitarbeiter (Sozialleistungen für)	2	3 %
Umwelt	2	3 %
Unternehmensengagement anregen	2	3 %
Existenzgründung	1	1 %
Gesellschaft (Kultur, Diskurs)	1	1 %



Perspektive der Projekte

Nur bei einem relativ geringen Anteil der Wettbewerbsbeiträge handelt es sich um eine einmalige Aktion. Der überwiegende Teil ist längerfristig bis kontinuierlich ausgerichtet:

Zeitperspektive der Wettbewerbsbeiträge

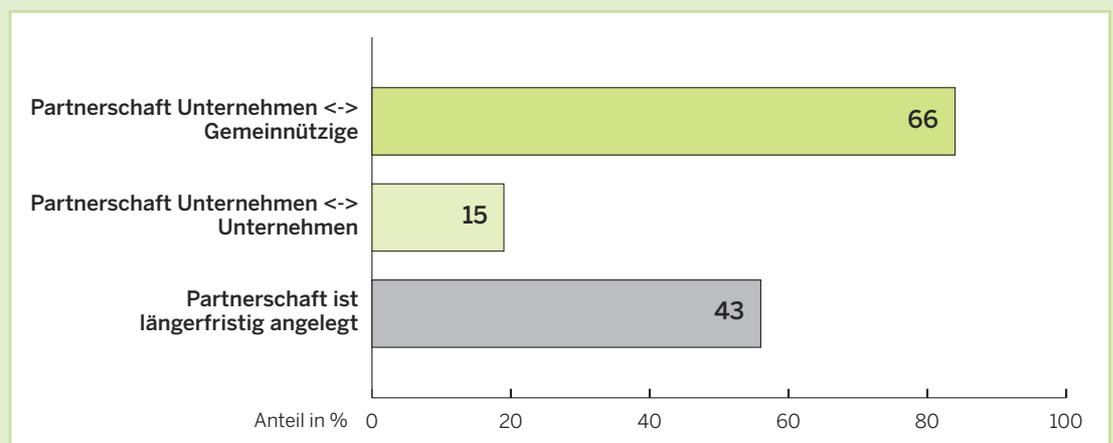


Engagement in Partnerschaft

Mit dem Wettbewerb sollte das Unternehmensengagement in Partnerschaft mit gemeinnützigen Organisationen hervorgehoben, beleuchtet und gewürdigt werden.

66 (86 %) Wettbewerbsbeiträge nennen explizit eine oder mehrere Partnerschaften zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen bzw. Unternehmen und Unternehmen. Bei mindestens drei weiteren Beiträgen ist davon auszugehen, dass in den jeweils konkreten Engagements zumindest kurzfristige Partnerschaften zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen eingegangen werden.

Zahl und Dauer der Partnerschaften (bei 77 Beiträgen)



Unternehmen

Um einen Überblick der beim Wettbewerb vertretenen Unternehmen zu erhalten, wurde um Angaben zur Branchenzugehörigkeit, zur Unternehmensgröße und zur regionalen Verteilung gebeten.

Das gemeinnützige Engagement wurde hinsichtlich seiner Grundmotivation, seinem Zweck und seinem Ressourceneinsatz hinterfragt.

Branchen

69 der 123 beteiligten Unternehmen haben Angaben zu ihrer Branchenzugehörigkeit gemacht. Mit aller Vorsicht hinsichtlich der geringen Datengrundlage lässt sich folgendes feststellen: Es sind überwiegend dienstleistungsorientierte bzw. Unternehmen mit „Kopfarbeitsplätzen“, die sich am Wettbewerb beteiligt haben.

Branchenverteilung

	Zahl
Marketing, Werbung	8
EDV, Soft- und Hardware	6
Kredit- und Versicherungsgewerbe	5
Verkehr, Transport, Logistik	5
Erbringung von sonstigen öffentlichen oder persönlichen Dienstleistungen	4
Handel; Instandhaltung und Reparatur von Gebrauchsgütern	4
Medien (Film, TV, HF ...)	4
Energie- und Wasserversorgung	3
Erziehung und Unterricht	3
Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen	3
Unternehmensberatung	3
Verarbeitendes Gewerbe	3
Wirtschaftliche, unternehmensnahe Dienstleistung divers	3
Andere	3
Baugewerbe	2
Telekommunikationsdienste	2
Verlags- und Druckgewerbe	2
Forschung und Entwicklung	1
Gastgewerbe	1
Grundstücks- und Wohnungswesen	1
Öffentliche Verwaltung u.ä.	1
Public Relations	1
Rechts-, Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung	1
Bergbau / Gewinnung von Steinen und Erden	0
Land- und Forstwirtschaft	0
Personalvermittlung / -überlassung	0
Vermietung beweglicher Sachen	0

Hiermit scheint weiter die Einschätzung aktuell zu sein, die bereits in der „Marketing- und Machbarkeitsstudie ‚Corporate Volunteering in Deutschland und Köln‘“¹ formuliert wurde:

Es „scheint das Vorhandensein einer oder mehrerer der folgenden Merkmale für die Wahrscheinlichkeit zu sprechen, dass Unternehmen für ein Corporate Volunteering-Engagement zu interessieren sind:

- **Dienstleistungsorientierung**
- **Sensibilität gegenüber öffentlicher Kritik bzw. Abhängigkeit vom öffentlichen bzw. bürgerschaftlichen Wohlwollen (am Standort) bei der Unternehmensentwicklung („licence to operate“)**
- **Profilierte Konsummarke(n)**
- **Hoher Stellenwert der Personalqualität und -loyalität**
- **Starker Wettbewerb ohne Möglichkeit, sich über Produktqualität oder Preis zu unterscheiden“².**

Unternehmensgröße

72 Unternehmen haben Angaben zur Unternehmensgröße nach Umsatz und Personal gemacht: Gegenüber der tatsächlichen Größenverteilung der Unternehmen in Nordrhein-Westfalen zeigt sich eine konträre Verteilung der Wettbewerbsteilnehmer. Es sind die großen bzw. Großunternehmen, die sich überproportional am Wettbewerb beteiligt haben. Dies dürfte u.a. mit drei Faktoren zusammen hängen:

Erstens sind es eher die großen bzw. Großunternehmen, die Corporate Citizenship-Engagement strategisch verfolgen und daher auch an Anerkennungspreisen interessiert sind.

Zweitens verfügen die großen Unternehmen eher über die erforderlichen personellen Ressourcen, um sich z.B. an solchen Wettbewerben zu beteiligen.

Drittens dürfte bei kleinen bis mittleren Unternehmen weiter eine zurückhaltende Haltung hinsichtlich der öffentlichen Kommunikation ihres Engagements dominieren.

Unternehmensgröße nach Umsatz (gesamt 72)

Umsatz	Zahl	Anteil
bis 50.000 €	4	6%
bis 250.000 €	7	10%
bis 500.000 €	2	3%
bis 2,5 Mio. €	9	13%
bis 10 Mio. €	4	6%
bis 25 Mio. €	2	3%
bis 50 Mio. €	1	1%
bis 250 Mio. €	7	10%
über 250 Mio. €	19	26%
k.a.	17	24%

Unternehmensgröße nach Mitarbeitern (gesamt 71)

Belegschaftsgröße	Zahl	Anteil
Freiberufler/Einzeluntern. ohne Mitarbeiter	6	8%
1–09	8	11%
10–99	17	24%
100–249	7	10%
250–499	3	4%
500–999	5	7%
1000 und mehr	22	31%
k.A.	3	4%

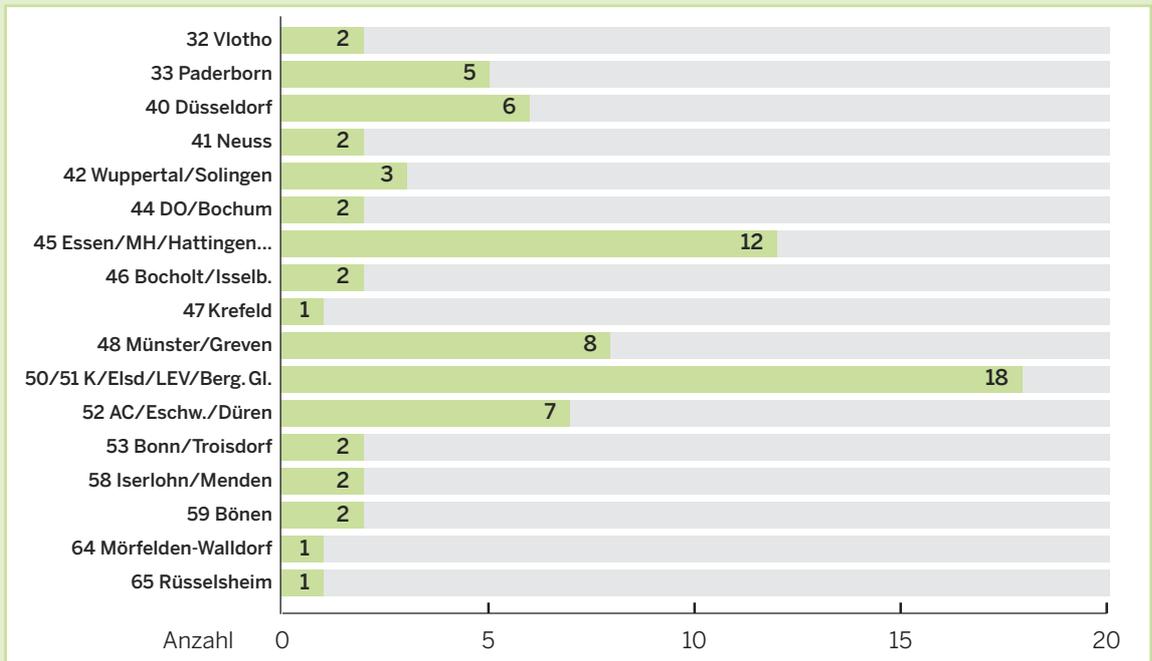
¹ VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH: Marketing- und Machbarkeitsstudie „Corporate Volunteering in Deutschland und Köln“ durchgeführt in Zusammenarbeit mit der Kölner Freiwilligen Agentur e.V. und gefördert von der Körber-Stiftung Hamburg. Köln 2001

² ebd. S. 26

Regionalverteilung

Zu 76 Unternehmen liegen Informationen zur Adresse bzw. zum Standort vor. Sie verteilen sich auf die Postleitregionen wie folgt:

Regionale Verteilung



Herausragend sind die Postleitregionen 45 (Essen, Mülheim, Hattingen ...) und 50/51 (Köln, Leverkusen, Bergisch Gladbach ...). Hier dürften sich die verschiedenen einschlägigen Aktivitäten im Kölner Raum (Kölner Freiwilligentag, Kölner Netzwerk Bürgerengagement mit der Initiative „Unternehmen – engagiert in Köln“) bzw. im Essener Raum (RUHRDAX u.a.) anregend auf das Unternehmensengagement und die Teilnahme am Wettbewerb ausgewirkt haben.

Grundmotivation des Engagements

Die Grundmotivation für das Unternehmensengagement wird mit über 90% in der Kategorie „Investition in die Gesellschaft“ eingeordnet. Es wird also überwiegend verstanden als eine Investition in die positive gesellschaftliche Entwicklung, die eher längerfristig auf einen „return on invest“ für das Unternehmen setzt.

Grundmotivation des Engagements: (Mehrfachnennungen möglich)

	Zahl	Anteil
„Altruistisches Engagement“: Hierzu zählt gemeinnütziges Engagement, das von keinerlei kurz- oder langfristigen Nutzenerwägungen für das Unternehmen geprägt ist – wie Spenden bei Katastrophen und Notfällen.	14	18 %
„Investition in die Gesellschaft“: Hierzu zählt ein gemeinnütziges Engagement, das in die positive gesellschaftliche Entwicklung etwa im Bildungssektor investiert und allenfalls längerfristig auf einen "return on invest" für das Unternehmen setzt.	70	91 %
„Markt-/absatzorientiertes Engagement“: Hierzu zählt z.B. das klassische Sponsoring-Engagement wie Sozial-, Umwelt-, Kultursponsoring zur Profilierung des Unternehmens-bzw. Markenimages u.ä.m.	11	14 %

Engagementzweck

78 Unternehmen haben einen oder mehrere Zwecke benannt, die sie mit ihrem Engagement verfolgen:

Engagementzweck: (Mehrfachnennungen möglich)

	Zahl	Anteil
Unternehmenskultur	49	63 %
Image – Unternehmen	48	62 %
Akzeptanz in der Gesellschaft (licence to operate)	40	51 %
Standortbeziehung	37	47 %
Unternehmensidentität (Corp. Identity)	36	46 %
Mitarbeitermotivation	35	45 %
Mitarbeiterbindung	29	37 %
Public Relations	27	35 %
Ausbildung / Qualifizierung	22	28 %
Personalentwicklung	22	28 %
Unternehmenskommunikation	21	27 %
Unternehmensprofil	21	27 %
Kundenbindung	18	23 %
Kundengewinnung	18	23 %
Image – Marke	17	22 %
Public Affairs / Beziehungen zu Politik u.a.	17	22 %
Personalmarketing / -gewinnung	14	18 %
Werbung	13	17 %
Absatzförderung	6	8 %
Investor Relations	3	4 %

Spitzenreiter sind unternehmens- und gesellschaftsbezogenen Zwecke:

- einerseits die tendenziell **internen Faktoren** Unternehmenskultur (63%), Identität (46%), Mitarbeitermotivation (45%) und –bindung (37%)
- und andererseits die **externen Faktoren** Image (62%), Akzeptanz in der Gesellschaft (51%), Standortbeziehung (47%) und Public Relations (35%).

Demgegenüber fallen die markt- und absatzbezogenen Zwecke wie Kundengewinnung und -bindung (je 23%), Markenimage (22%), Personalmarketing (18%), Werbung (17%) und Absatzförderung (8%) stark ab.

Ressourceneinsatz für das Engagement

Dreiviertel der Wettbewerbsbeiträge setzen Mitarbeiterkompetenz und -zeit, Unternehmenskompetenz und Infrastruktur bzw. Sachmittel ein. Ein Drittel bzw. weniger benennt finanzielle oder Sachspenden bzw. Sponsorship.

Das Ergebnis dürfte nicht der tatsächlichen Verteilung in der Gesamtheit gesellschaftlich engagierter Unternehmen entsprechen, bei der das finanzielle Engagement wohl überwiegt. Das spricht dafür, dass mit dem Wettbewerb vor allem Unternehmen angesprochen wurden, die von Ansätzen des „Corporate Volunteering“ inspiriert sind.

Für das Engagement eingesetzte Unternehmensressourcen:

	Zahl	Anteil
Mitarbeiterkompetenz	62	79 %
Mitarbeiterzeit bezahlt	60	77 %
Unternehmenskompetenz	58	74 %
Infrastruktur, Sachmittel	57	73 %
Geld – als Spende	30	38 %
Mitarbeiterzeit – Freizeit	29	37 %
Produkte / Sachleistungen – Spenden	23	29 %
Geld – als Sponsorship	17	22 %
Produkte / Sachleistungen – als Sponsorship	16	21 %

Gemeinnützige

Mit dem Wettbewerb sollten auch gemeinnützige Organisationen in Nordrhein-Westfalen mit aktiven Kontakten zu gewerblichen Unternehmen angesprochen werden mit dem Ziel,

- a) dass sie Unternehmen, die sich zu ihren Gunsten engagieren, auf den Wettbewerb hinweisen und zur Beteiligung mit ihrer Engagementpraxis ermutigen,
- b) dass sie gemeinsam mit Unternehmen, zu denen Kontakt ohne bisheriges Engagement besteht, gemeinsame, partnerschaftliche Engagementprojektideen entwickeln und als Wettbewerbsbeitrag einreichen.

Bereichsverteilung Gemeinnützige

	Zahl	Anteil
Bildung	27	24%
Soziales / Wohlfahrt	27	24%
Andere	15	13%
Nachbarschaftsinitiativen	12	11%
Migration/Integration	11	10%
Kirche & Religion	8	7%
Gesundheit	6	5%
Sport	4	4%
Umwelt	3	3%
Entwicklungspolitik	1	1%

Bereichsverteilung

169 Partner (weitestgehend Gemeinnützige, einzelne Unternehmen und öffentliche Institutionen) wurden explizit genannt. Zu 114 gemeinnützigen Partnern wurden Angaben hinsichtlich ihrer Branchenzugehörigkeit gemacht. Auffallend stark ist die Bildungsbranche gleichauf mit der Wohlfahrtsbranche vertreten.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt auch für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt davon unberührt.

Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner Gruppen verstanden werden könnte.

M

G

F

F

I

Ministerium für Generationen,
Familie, Frauen und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen
Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf
Telefon 02 11-86 18-50
info@mgffi.nrw.de

