

Unternehmen
in der
Gesellschaft

Engagement
mit
Kompetenz
und
Personal

Herausgeber: VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

Ausgabe 2010



Einleitung	4
Corporate Citizenship. Unternehmensengagement mit Kompetenz und Personal ...	5
Praxisdokumentation	10
Die Angaben der Unternehmen - Erläuterungen	10
Unternehmen bis 9 Mitarbeiter	11
ABEQ Akademie für Beratung und Qualifizierung GmbH, Köln	11
belinda krone webdesign & suchmaschinenoptimierung, Köln	12
carasana videoproduktion GmbH, Köln	14
Das Kölner Dozententeam für Seminare+Coaching+Meditation	15
ermdesign + kunst projekte, Aachen	17
Jutta Stüsgen, Steuerberaterin, Neuss und Köln	18
Konturenreich, Matthias Hugo, Köln	19
Marketingtext- und Beratungsagentur Katja Hinzberg, Waldbröl	21
milestones management consulting gmbh, Köln	22
movie.relations – Barbara Obermaier, Köln	24
Notariat Henrici, Köln	25
PATTEVUGEL GmbH, Köln	26
VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH, Köln	27
Unternehmen mit 10-99 Mitarbeiter	30
CCC Gesellschaft für Marketing & Werbung mbH, Köln	30
datango AG, Berlin (Headquarter), Düsseldorf (Vertriebszentrale), Hamburg	31
Fries Research & Technology GmbH, Bergisch-Gladbach	33
Generali Deutschland Immobilien GmbH, Köln	34
Loor Ens (Jokisch, Limbach, Maaßen, Rapp, Seidel) GbR, Köln	36
macologne GmbH, Köln	37
MIT Moderne Industrietechnik GmbH, Vlotho / Exter	39
Nessbach Agentur für Kommunikation GmbH, Köln	41
Pflege zu Hause A. u. M. Behmenburg	44
Primus Linie, Frankfurter Personenschiffahrt Anton Nauheimer GmbH, Frankfurt	45
Streitz Consult GmbH, Brühl	48
Unternehmen mit 100-999 Mitarbeitern	51
bplust agenturgruppe GmbH, Köln	51
Bank für Sozialwirtschaft AG, Köln	53
betapharm Arzneimittel GmbH, Augsburg	54
BOV AG, Essen	56
Cosmo Trading GmbH, The Body Shop Deutschland, Neuss	58
HEINEN-VERLAG GMBH/KÖLNISCHE RUNDSCHAU, Köln	60
INTERSEROH Dienstleistungs GmbH, Köln	61
Risse + Wilke Kaltband GmbH & Co. KG, Iserlohn	63
The Boston Consulting Group, Düsseldorf	64
Toyota Deutschland GmbH, Köln	66
Toyota Kreditbank GmbH, Köln	67
Unternehmen ab 1000 Mitarbeitern	68
ABB AG, Mannheim	68
AXA Konzern, Köln	70
Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main	71
Deutsche Telekom AG, Bonn	73
EDS Deutschland GmbH, Düsseldorf	78
E.ON Ruhrgas AG, Essen	79
Ford-Werke GmbH, Köln	82

Generali Deutschland Holding AG, Köln	84
Henkel KGaA, Düsseldorf	86
Jeans Fritz Handelsgesellschaft für Mode mbH, Hüllhorst/Tengern	89
McKinsey & Company, Düsseldorf	90
Microsoft Deutschland GmbH	92
Randstad Deutschland GmbH & Co. KG, Eschborn	93
RWE Systems AG, Dortmund	94
SECURITAS Sicherheitsdienste GmbH & Co. KG, Köln	96
Siemens Management Consulting, München	98
SITA Deutschland GmbH, Köln	100
Sparkasse KölnBonn	101
Stadt Köln	106
TNT Express, Troisdorf	108
Unternehmensgruppe Tengelmann, Mülheim an der Ruhr	110
UPS Deutschland Inc. & Co. OHG, Köln	112
Valeo, Bietigheim-Bissingen	114
Veolia Environnement, Paris / Berlin	115
Victoria Versicherungsgesellschaften, Düsseldorf	117
Westfälische Provinzial, Münster	119
Netzwerke und Institutionen	121
Center for Corporate Citizenship e.V.	121
CSR Europe	121
ENGAGE	121
Freiheit und Verantwortung	121
Stiftung Bürger für Bürger	122
Unternehmen: Partner der Jugend	122
www.csrgermany.de	122
Unternehmensnetzwerke	123
Arbeitsgemeinschaft Corporate Citizenship	123
Corporate Citizenship-Gesprächskreise Rhein-Ruhr und Rhein-Main	123
Unternehmen: Aktiv im Gemeinwesen	123
Preise und Auszeichnungen	124
Engagiertes Unternehmen	124
Freiheit und Verantwortung	124
Preis Soziale Marktwirtschaft	124
Pro Ehrenamt	124
Public Private Partnership Award	124
ZIVIL	125
Literaturtipps	126

VIS a VIS: Ihr Spezialist für Corporate Citizenship & Volunteering

Seit über zehn Jahren setzt sich VIS a VIS systematisch konzeptionell wie praktisch mit dem bürgerschaftlichen Engagement von Unternehmen („Corporate Citizenship“) und hier insbesondere mit dem Engagement mit Kompetenz und Personal („Corporate Volunteering“), seinen Potenzialen und Gestaltungsformen auseinander. Wir bieten deutschlandweit – und erforderlichenfalls auch darüber hinaus – alle erforderlichen Leistungen von der Entwicklung bis zur Realisierung und Evaluation von Engagement-Programmen und –Aktionen:

Programm- und Projektentwicklung: Konzeption von Corporate Volunteering-Programmen und –Projekten im Rahmen des gesellschaftlichen Unternehmensengagements oder auch als Beitrag zur Personalentwicklung, Unternehmensprofilierung oder zum Marketing. Sofern sinnvoll und gewünscht führen wir diese Entwicklungsarbeit auch gemeinsam mit Führungskräften und Mitarbeitern aus dem Unternehmen oder mit gemeinnützigen Engagementpartnern und anderen Gruppierungen durch.

Partnerrecherche und –vermittlung: Suche nach geeigneten gemeinnützigen Engagementpartnern, Vermittlung zwischen gemeinnützigem Partner und Unternehmen und Begleitung von entsprechenden Aushandlungs- und Annäherungsprozessen. Die Recherche und Vermittlung kann sowohl im Auftrag eines Unternehmens als auch einer gemeinnützigen Organisation erfolgen.

Projektbegleitung und –management: Beratende Begleitung insbesondere komplexer Engagementprojekte bis hin zum kompletten Projektmanagement.

Dokumentation und Kommunikation des Engagements: Schriftliche, visuelle, filmische Dokumentation des konkreten Engagements, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Evaluation: Datenerhebung (Befragungen u.a.) und Bewertung von Aufwand, Ergebnissen und Folgewirkungen des Engagementprogramms oder –projekts – u.a. auf Grundlage des Standards der London Benchmarking Group (LBG)



VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH
Johannisstr. 79
50668 Köln
Tel. 0221/420 60 73-0, Fax -9
E-Mail: post@visavis-agentur.de
Web: visavis-wirkt.de
Ihr Ansprechpartner:
Dieter Schöffmann, Geschäftsführer

Einleitung

„Umsatz verpflichtet“ (Frankfurter Rundschau), „Suppenküche statt Überlebenstraining - Lernen in sozialen Brennpunkten“ (Handelsblatt), „Wie New Charity Wettbewerbsvorteile bringt“ (absatzwirtschaft) - Titel, die in der Tages- und Wirtschaftspresse zunehmend zu lesen sind. Ein vor wenigen Jahren noch neuer Trend verstetigt sich in Deutschland: Unternehmen engagieren sich nicht nur finanziell, sondern auch mit ihrer Kompetenz und ihrem Personal für das Gemeinwohl.

Diese im angelsächsischen Bereich „Corporate Volunteering“ (USA) oder „Employee Community Involvement“ (GB) genannten Einsätze bedeuten Gewinn für alle Seiten: Imagegewinn, Personalentwicklung und Teamförderung sind Beispiele für den unternehmerischen Nutzen. Gemeinnützige Organisationen profitieren durch die praktischen Arbeitsleistungen, den Wissens- und Kompetenztransfer sowie die hinterfragende Mitarbeit von Menschen aus der erwerbswirtschaftlichen Sphäre. Die beteiligten Unternehmensmitarbeiterinnen und -mitarbeiter sammeln Erfahrungen und Eindrücke, zu denen sie bzw. ihr Unternehmen normalerweise keinen Zugang haben.

Wie das Unternehmensengagement mit Personal und Kompetenz gestaltet werden kann und welchen Nutzen es stiftet, belegen die auf den folgenden Seiten dokumentierten Beispiele aus der Unternehmenspraxis. Sie zeigen die vielfältigen Möglichkeiten dieser Form des Unternehmensengagements und möchten ausdrücklich zur Nachahmung auffordern.

Diese Praxisdokumentation wurde erstmals in den Jahren 2001 und 2002 im Auftrag des Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) von VIS a VIS konzipiert, recherchiert und zusammengestellt. Auf Grund des großen Interesses an einer fortlaufenden Aktualisierung der Dokumentation, haben wir uns entschlossen, sie in eigener Regie herauszugeben und einmal im Jahr zu aktualisieren. Im Jahr 2004 hat die Sparkasse KölnBonn die Erstellung einer entsprechenden regionalen Praxisdokumentation für den Raum Köln/Bonn gefördert, deren Ergebnisse ebenfalls in die jetzige bundesweite Dokumentation integriert wurden.

Auch in dieser Ausgabe gliedern wir die Praxisbeispiele nach Mitarbeiterzahl der jeweiligen Unternehmen, um Ihnen den Überblick über das unterschiedliche Engagement von Unternehmen zu erleichtern. Alle Unternehmen, die sich mit Personal und Kompetenz für die Gesellschaft engagieren oder entsprechende Projekte im Rahmen der Personalentwicklung realisieren, sind herzlich eingeladen, uns ihre Engagement- und Projektbeschreibung zur Veröffentlichung in der nächsten Ausgabe zu senden.

Köln, Sommer 2010

Stephanie Jüres & Dieter Schöffmann
VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

Das Unternehmensengagement mit Kompetenz und Personal wird von Frauen wie Männern getragen und verantwortet. Zur besseren Lesbarkeit verzichten wir aber darauf, der sprachüblichen (männlichen) Allgemeinbezeichnung auch noch die weibliche hinzuzufügen.

Impressum:

Herausgeberin: VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH
50668 Köln, Johannisstr. 79, Tel. 0221/420 60 73-0, Fax -9,
E-Mail post@visavis-agentur.de, Internet www.visavis-agentur.de
Redaktion: Stephanie Jüres
v.i.S.d.P.: Dieter Schöffmann
Ausgabe: 2010

Corporate Citizenship. Unternehmensengagement mit Kompetenz und Personal

Corporate Volunteering

Der Begriff „Corporate Volunteering“ stammt aus dem angelsächsischen Sprachraum und lässt sich nicht einfach eins zu eins ins Deutsche übersetzen. Gemeint ist, dass sich ein Unternehmen oder eine andere Körperschaft („Corporate“) auf freiwilliger Basis zu Gunsten des Gemeinwesens engagiert, und zwar direkt durch den Einsatz von (Personal)Kompetenzen, (Personal)Zeit oder Ressourcen. Oder indirekt durch die Unterstützung und Förderung des bürgerschaftlichen Engagements seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Damit wird neben dem finanziellen Engagement mittels Spenden und Sponsoring (im Angelsächsischen auch „Corporate Giving“ genannt) eine in Deutschland noch relativ neue Sphäre des gesellschaftsbezogenen Unternehmensengagements erschlossen. Alle in dieser Dokumentation aufgeführten Unternehmen sind gute Beispiele für ein Engagement, dass vor allem auf den gemeinnützigen Einsatz der Unternehmens-, Unternehmer- und Mitarbeiterpersönlichkeit setzt.

Ein solches Engagement bietet in vielerlei Hinsicht innovative Ansätze, um unternehmerischen Herausforderungen zu begegnen: es profiliert das Unternehmen als guten Bürger, gibt der Personalentwicklung neue Impulse und anderes mehr.

Unternehmen als Bürger

Unter den Begriffen „Corporate Citizenship“ („Unternehmen als Bürger“) und „Corporate Social Responsibility“ („Unternehmerische Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung“) kommt auf immer mehr Unternehmen die Herausforderung zu, nicht nur erfolgreicher Marktakteur zu sein, sondern sich auch als respektabler Bürger dieser Gesellschaft und der Standortgemeinde zu beweisen. Dabei spielt die Qualität des gesellschaftlichen Engagements eine wichtige Rolle. Hat das rein finanzielle Engagement oft den Charakter, „dem Hungernden Fisch für einen Tag zu geben“, wirkt ein Engagement mit Kompetenz und Personal eher dahin, „den Hungernden das selbstständige Fischen zu lehren“. Es werden Erfahrungen und Kenntnisse weiter gegeben und neue Beziehungen geknüpft, die für gemeinnützige Anliegen nachhaltigen Nutzen stiften. Ein Nutzen, der auch auf das Unternehmen positiv zurück wirkt: Es wird öffentlich als engagierter Bürger wahrgenommen. Die Identifikation der beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen steigt.

Personalentwicklung

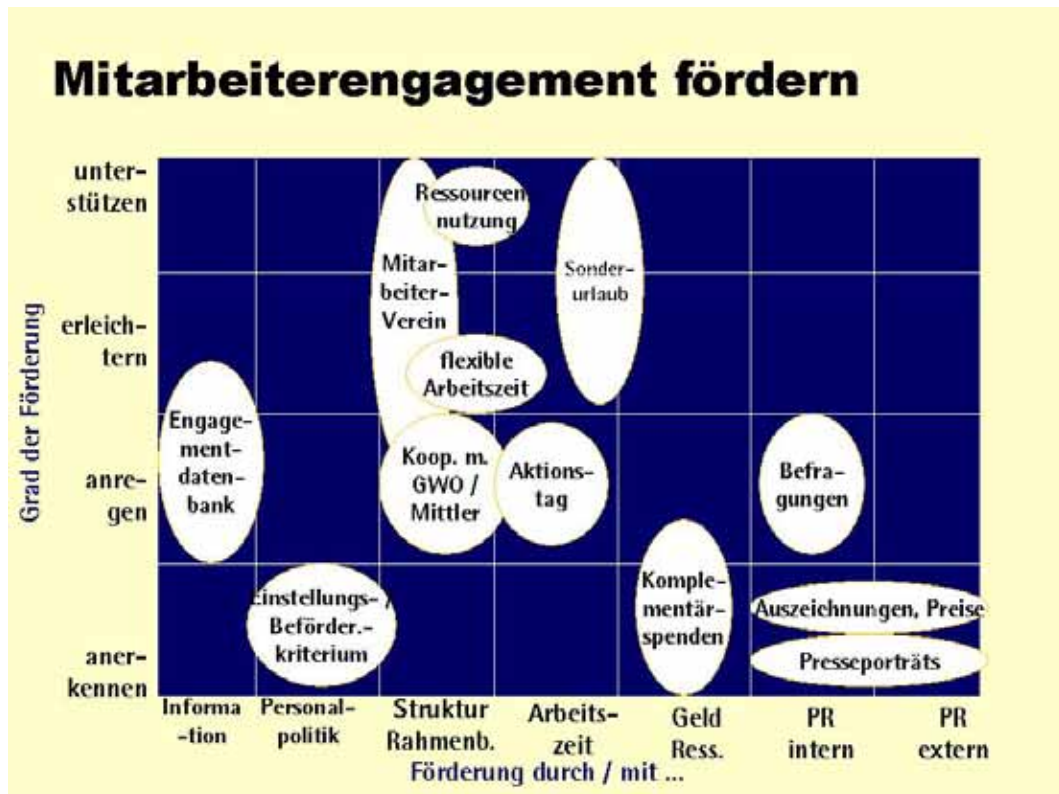
Über die Mitarbeiteridentifikation hinaus können solche Engagements vielfältigen Nutzen in der Personalentwicklung stiften. Durch eine systematische Verbindung mit gemeinnützigen Engagementprojekten erhalten z.B. Outdooraktivitäten, Jobrotation, Actionlearning, Planspiel, Traineeprogramme und andere Personalentwicklungsmethoden eine erweiterte Qualität mit substanziellen Lernerfolgen hinsichtlich fachlicher, sozialer oder Führungskompetenz.

Vielfältige Formen und Möglichkeiten

Ob es nun eher um das gesellschaftliche Engagement, um Imageprofilierung oder um Personalentwicklung geht, die Gestaltungsformen und -möglichkeiten sind vielfältig.

Zum Beispiel kann das Unternehmen die **Förderung des bürgerschaftlichen Engagements der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** in den Mittelpunkt stellen. Je nach dem, ob dieses Engagement anerkannt, angeregt, erleichtert oder gar unmittelbar unterstützt

werden soll und welches Instrument das Unternehmen hierfür einsetzen kann und will (Information, Personalpolitik, Gestaltung von Rahmenbedingungen, Arbeitszeit, Geld / Ressourcen, interne oder externe Öffentlichkeitsarbeit), stehen hierfür mindestens folgende Maßnahmen zur Verfügung:



- Einrichten einer *Engagementdatenbank* im Intranet, aus der sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Anregungen für das eigene bürgerschaftliche Engagement ziehen können.
- Ausdrückliche Berücksichtigung des bürgerschaftlichen Engagements von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei der *Einstellung* bzw. *Beförderung*.
- Gründung eines *Mitarbeitervereins*, mit dem das Mitarbeiterengagement im Unternehmenskontext koordiniert und organisiert wird. (Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: z. B. AXA, General Electric, Veolia Environment, Victoria)
- Bürgerschaftlich engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kann die *Nutzung von Unternehmensressourcen* oder eine *flexible Arbeitszeitgestaltung* für dieses Engagement gestattet werden.
- Das Unternehmen kann eine längerfristige *Kooperation oder Partnerschaft mit einer gemeinnützigen Organisation oder einer Mittleragentur* wie der Kölner Freiwilligen Agentur eingehen, aus der regelmäßig Engagementanregungen entstehen. (Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: z. B. KLS Rechtsanwälte, betapharm, ABB, Stadtparkasse Köln, ISD Intersoh, Valeo)
- Es können *Aktionstage* mit Mitarbeitergruppen zu Gunsten einer gemeinnützigen Einrichtung durchgeführt werden. (Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: z. B. FDK Finanzdienste, EDS, Novartis, SITA)
- Das Unternehmen kann Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (unter bestimmten Bedingungen) für ein gemeinnütziges Engagement mit einem begrenzten Zeitkontingent freistellen (etwa als *Sonderurlaub*) bzw. das Engagement in der Arbeitszeit zulassen.

(Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: z. B. ABEQ, LooEns, Cosmo Trading, Ford, Henkel)

- ❑ Bürgerschaftliches Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrer Freizeit kann durch *Komplementärspenden* anerkannt werden: das Unternehmen spendet für einen bestimmten Umfang ehrenamtlicher Arbeit in der Freizeit einen entsprechenden Geldbetrag an die gemeinnützige Organisation, für die das Engagement stattfand. (Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: z. B. Adam Opel, Deutsche Bank, Securitas, Victoria)
- ❑ Durch *Mitarbeiterbefragungen* kann deren aktuelle Engagementpraxis, ihr Interesse an einem Engagement im Unternehmenskontext bzw. an einer Engagementunterstützung durch das Unternehmen erkundet werden.
- ❑ Engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können für ihr Engagement vom Unternehmen (Vorstand und Geschäftsführung) öffentlich *ausgezeichnet* oder mit *Presseporträts* etwa in der Mitarbeiterzeitung anerkannt werden.

Diese Förderung des Mitarbeiterengagements überlässt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Initiative bei der Ausgestaltung des eigenen Engagements.

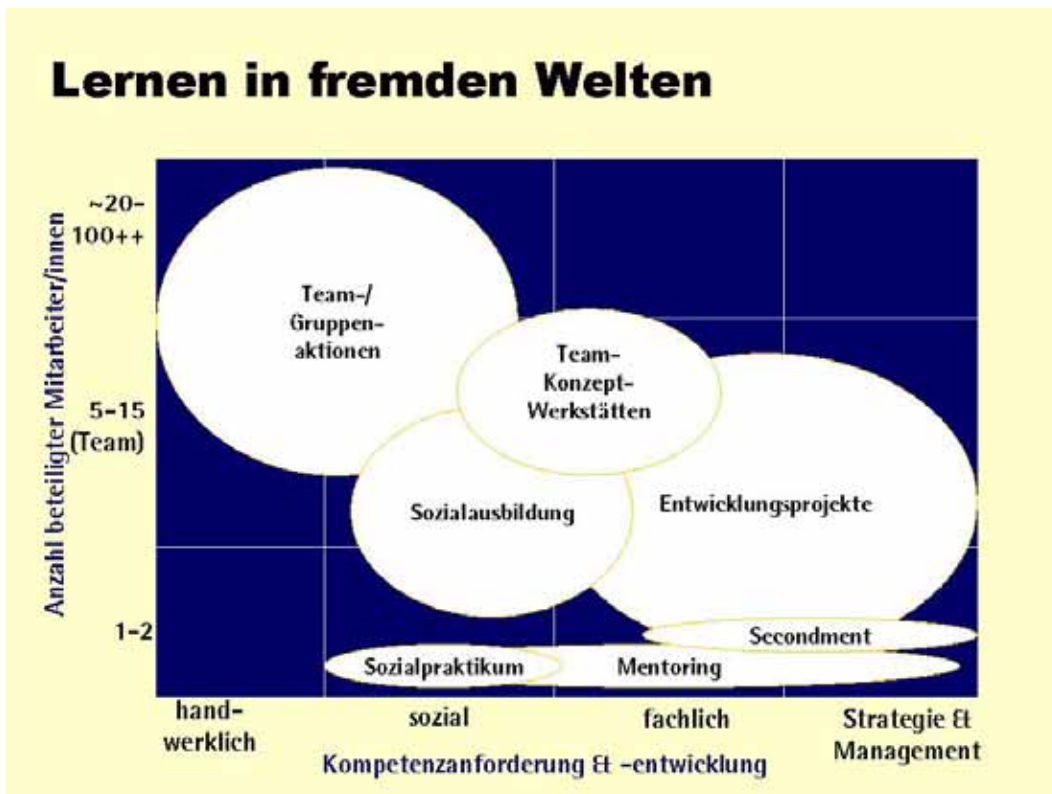
Das Unternehmen kann aber auch selbst stärker initiativ werden und dabei um die Mitwirkung ihrer Angestellten (vor allem während der Arbeits-, aber auch in der Freizeit) werben:

- ❑ So kann das Unternehmen ein gemeinnütziges Anliegen durch *Pro-bono-Leistungen* unterstützen, die von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in ihrer Arbeitszeit ausgeführt werden. (Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: z. B. BauArt, Trilogic, BOV)
- ❑ Oder das Unternehmen qualifiziert den gemeinnützigen Partner bzw. seine Klientel durch *Kompetenztransfer*. (Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: z. B. ContAire, Pattevogel, Streit Consult, RWE Systems)
- ❑ Oder das Unternehmen gründet eine eigene Initiative – etwa in Form eines gemeinnützigen Vereins – und verwirklicht sie mit eigenen Ressourcen inklusive eigenem Personal. (Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: z. B. Carasana, Bank für Sozialwirtschaft, Bayer)

„**Lernen in fremden Welten**“ könnte das Leitmotiv für Projekteinsätze in gemeinnützigen Aufgabenfeldern als Teil der **Personalentwicklung** lauten. Je nach Anzahl der zu beteiligenden bzw. zu qualifizierenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und der einzusetzenden bzw. zu entwickelnden Kompetenzen sind auch hier unterschiedliche Formen und Möglichkeiten gegeben:

Je nach Anzahl der zu qualifizierenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Form der zu entwickelnden Kompetenzen sind auch hier unterschiedliche Möglichkeiten gegeben.

- ❑ *Team- bzw. Gruppenaktionen* entsprechen dem oben schon beschriebenen Aktionstag. Im Kontext der Personalentwicklung steht hier jedoch nicht die Engagementanregung im Mittelpunkt, sondern die Team- bzw. Gruppenerfahrung, die Stärkung von „Wir“-Gefühl, zielgerichteter Teamarbeit und ähnlichem mehr.
- ❑ Beim *Sozialpraktikum* (wie es zum Beispiel unter der Marke „SeitenWechsel[®]“ bekannt ist) steht die Entwicklung bzw. Stärkung sozialer Kompetenz einzelner Führungskräfte im Mittelpunkt. Dies geschieht im einwöchigen direkten Kontakt mit Klienten sozialer Arbeit.



- ❑ Bei der *Sozialausbildung* handelt es sich um die Integration sozialer Komponenten z.B. in die handwerkliche Ausbildung von Schlossern, die einen Monat lang gemeinsam mit Menschen mit Behinderung in einer Behindertenwerkstatt zusammen arbeiten.
- ❑ Bei *Team-Konzept-Werkstätten* entwickelt ein Team von Unternehmensmitarbeiterinnen und -mitarbeitern gemeinsam mit Haupt- und Ehrenamtlichen einer gemeinnützigen Einrichtung an einem Tag ein Konzept, das im Anschluss durch die gemeinnützige Einrichtung umgesetzt wird. Erstmals wurde diese Engagementform beim 2. Kölner FreiwilligenTag durch eine Fundraisingwerkstatt praktiziert.
- ❑ Beim *Mentoring* begleiten einzelne Unternehmensmitarbeiterinnen oder -mitarbeiter Hauptamtliche auf gemeinnütziger Seite oder Klienten der gemeinnützigen Einrichtung in fachlichen oder persönlichen Fragen.
(Unternehmensbeispiele im Dokumentationsteil: cologne:callcenter GmbH, The Boston Consulting Group)
- ❑ *Secondment* – die mehrwöchige oder -monatige Mitarbeit von Unternehmensmitarbeiterinnen und -mitarbeitern in gemeinnützigen Einrichtungen bei gleichzeitiger weiterer Bezahlung durch das Unternehmen kann zum Beispiel als Teil von Outplacementmaßnahmen, bei der Vorbereitung auf den Ruhestand oder auch als Zwischenetappe auf der Karriereleiter praktiziert werden.
- ❑ *Entwicklungsprojekte* schließlich dienen vor allem der Fachkompetenz- oder Managemententwicklung einzelner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder Mitarbeiterteams einerseits und der Entwicklung eines realen Projektes oder Konzeptes für eine gemeinnützige Einrichtung andererseits. So entwickeln zum Beispiel fünfzehn junge Führungskräfte eines Großunternehmens im Ruhrgebiet im Rahmen einer solchen Personalentwicklungsmaßnahme ein Risikomanagementsystem für eine SuchthilfegGmbH.

Die Formen und Möglichkeiten des Corporate Volunteering bzw. des Unternehmensengagements mit Kompetenz und Personal sind also vielfältig und setzen den individuellen

Vorstellungen der Unternehmen und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kaum Grenzen, wie auch die Praxisbeispiele auf den folgenden Seiten dokumentieren.

Mehr können Sie hierüber auch in dem von VIS a VIS-Geschäftsführer Dieter Schöffmann herausgegebenen Buch „Wenn alle gewinnen“ lesen (siehe Literaturtipp am Ende dieser Dokumentation).

Praxisdokumentation

Die Angaben der Unternehmen - Erläuterungen

Die Praxisbeispiele sind in folgender Weise aufgebaut:

Firma

Firma, Sitz und Branche

Das Projekt / Programm

Kurzbeschreibung

Kurztext zur Beschreibung des Praxisbeispiels

Teilnehmerstruktur

Angaben zu Art und Umfang der Personalbeteiligung (Einzelne, Teams, die gesamte Belegschaft ...)

Weitere Informationen

Veröffentlichungen zu dem Praxisbeispiel, die allgemein zugänglich sind (mit Bezugshinweisen)

Geschichte / Hintergrund

Wie ist das Programm zustande gekommen und woher kam der Impuls usw.?

Motive / Nutzen

Stichworte zu den wesentlichen Motiven und erwarteten bzw. erfahrenen Nutzen der Programme oder Projekte

... für das Unternehmen

... für die Arbeitnehmer/innen

... für die Partnerorganisation / das Gemeinwesen

Übertragbarkeit

Inwieweit ist das Beispiel auf kleine und mittelständische Unternehmen oder Großbetriebe übertragbar?

Ansprechpartner/innen

Angaben zu Kontaktpersonen, die weitere Auskünfte erteilen können

... im Unternehmen

... in der Belegschaft

... bei der Partnerorganisation

Die Angaben beruhen jeweils auf den Selbstauskünften der Unternehmen.