

Dieter Schöffmann

Stellungnahme zum Koalitionsvertrag:

Vorhaben zum Unternehmens- und Mitarbeiterengagement

Einleitung

Im Koalitionsvertrag haben CDU/CSU und SPD unter der Überschrift „Stärkung der Demokratie und Extremismusprävention“ (Zeilen 5603 ff.) vereinbart

„... Maßnahmen zur Stärkung der Demokratie und der Zivilgesellschaft umzusetzen, um das zivilgesellschaftliche Engagement gegen jede Form von Extremismus weiter zu stärken.“

Eine dieser Maßnahmen ist die folgende, auf die sich diese Stellungnahme bezieht:

„Eine Kampagne initiieren, die private und öffentliche Arbeitgeber ermuntert, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Wahrnehmung des Ehrenamtes zu unterstützen, und dabei bei den Bundesbediensteten mit gutem Beispiel voranzugehen.“ (Zeile 5646 ff.)

1. Um was geht es, und wie soll es geschehen?

Dieses Vorhaben wirft zunächst einmal einige Fragen auf.

1. Warum wird das Vorhaben unter die Überschrift „Stärkung der Demokratie und Extremismusprävention“ gestellt? Es ist nicht ersichtlich, dass die Unterstützung des Ehrenamtes, was ja sehr vielfältig sein kann, hier einen besonderen Beitrag leisten kann.

Aber vielleicht ist dieses Vorhaben auch nur im Text verrutscht. Denn eigentlich passt es viel besser in den Zusammenhang des vorherigen Kapitels „Stärkung der Zivilgesellschaft und des Ehrenamtes“.

2. Soll hier tatsächlich nur auf das klassische „Ehrenamt“ fokussiert werden oder wird einfach nur gedankenlos ein zwar nicht überkommener aber zu enger Begriff verwendet? Die Expertenkommission zum Zweiten Engagementbericht der Bundesregierung empfiehlt ja zu Recht einen weiteren Begriff des „Engagements“, der der Breite und Vielfalt engagierter Tätigkeiten gerecht wird. So würden sich Aktive in Bürgerinitiativen oder in Willkommensinitiativen für Geflüchtete z. B. nicht als „Ehrenamtler“ verstehen und angesprochen fühlen. Zugleich haben auch sie mit der Vereinbarkeit von Beruf und Engagement zu ringen.

3. An welche Art von „Kampagne“ wird bei diesem Vorhaben gedacht? Wenn damit „eine zeitlich befristete Aktion mit einem definierten Ziel, das durch geplantes und koordiniertes Zusammenwirken mehrerer Personen oder Akteure zu erreichen versucht wird“ (Wikipedia) gemeint ist, dann kann eine „Kampagne“ sinnvoll sein. Dann geht es um einen „Kraftakt“, mit dem Rahmenbedingungen und Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Beruf und Engagement substantiell und längerfristig verbessert werden.

Nicht zielführend wird dagegen eine „Kampagne“ in Form einer Kommunikations- bzw. Öffentlichkeitskampagne sein, wie sie an anderen Stellen im Koalitionsvertrag zur „Ächtung von Gewalt gegen Frauen“ (1059 ff.), „für den Rechtsstaat“ (5641 ff.), zu „Angeboten für die Opferhilfe und des Opferschutzes“ (6154 ff.) oder zur „sachgerechten Handhabung von Arzneimitteln“ (6558) geplant werden. Bei diesen Themen kann es passen bzw. reichen, etwas ins „Bewusstsein“ zu rücken, „hinzuweisen“, zu „sensibilisieren“ oder zu „informieren“.

Bei dem Anliegen der Vereinbarkeit von Beruf und Engagement wird aber mehr und anderes erforderlich sein als eine „Ermunterung“.

4. Welche Wirkungsvorstellung liegt diesem Vorhaben zugrunde, wenn die privaten und öffentlichen Arbeitgeber „ermuntert“ werden sollen? Gibt es am Ende nur die „ermunternde“ Handreichung, die kaum jemand tatsächlich nutzt?

Die Herausforderungen hinsichtlich der Vereinbarkeit von Beruf und Engagement sind gravierender, als dass es mit einem „munteren“ *good will* der Arbeitgeber getan wäre.

Eine konkrete Beobachtung mag die Problematik illustrieren: Bei einer Erhebung zur Förderung des Bürgerengagements in Wolfsburg wurde mehrfach darauf hingewiesen, „dass die Flexibilisierung von beruflicher Arbeitszeit oder Schichtarbeit die Kontinuität im ehrenamtlichen Engagement erschwert.“ [VIS a VIS / FOGS 2015, 9] Nun kann man auf das lobenswerte VW-Engagement mit dem Programm „Volkswagen pro Ehrenamt“ verweisen. Aber: In der genannten Erhebung äußerte sich ein (leitender) VW-Mitarbeiter so, dass es zwar dieses Programm gäbe, es ihm aber nichts nütze, da der Leistungsdruck seiner unmittelbaren Vorgesetzten dem entgegenstehe. Und er sei damit auch keine Ausnahme.

5. Wie beispielgebend kann der lobenswerte Ansatz sein, „bei den Bundesbediensteten mit gutem Beispiel voranzugehen“?

Zunächst einmal ist es wirklich wünschens- und lobenswert, wenn öffentliche Arbeitgeber auf Bundesebene (und auch den darunter liegenden Ebenen) hier mit gutem Beispiel vorangehen und nach förderlichen Wegen zur Vereinbarkeit von Beruf und Engagement suchen.

Die Überzeugungskraft für private Arbeitgeber wird aber wesentlich davon abhängen, wie weit die Aufgabenfelder und Berufsgruppen reichen, bei denen für engagementförderliche Bedingungen gesorgt wird. Sind es nur die Beamten und Angestellten, deren

Aufgabenbereiche sowieso ein flexibles Arbeiten ermöglichen? Oder werden auch Bedienstete einbezogen, die enger in Prozesse eingebunden oder nicht üblicherweise am Schreibtisch tätig sind?

Um was es mir hier geht, mag ein Beispiel aus der Wirtschaft illustrieren: MitarbeiterInnen des Druckerherstellers Lexmark, die z. B. im Marketing tätig sind, arbeiten ergebnisorientiert ohne feste Zeitvorgaben bzw. mit Vertrauensarbeitszeit. Bei ihnen ist die Arbeit mit ihrem Engagement problemlos vereinbar und wird auch so vom Arbeitgeber gebilligt – selbst wenn das Engagement mitten am Werktag stattfindet. Bei dem Personal in der Produktion gibt es diese Flexibilität nicht und hier kann es ohne weiteres dazu kommen, dass das Engagement Gefahr läuft, zugunsten der Arbeitsanforderungen zurückgedrängt zu werden.

2. Ermöglichung des bürgerschaftlichen Mitarbeiterengagements – zwischen Verantwortung und freiwilligem Engagement

In einem Beitrag für den BBE-Newsletter gegen Ende letzten Jahres bin ich schon einmal ausführlicher darauf eingegangen, dass die Frage der Vereinbarkeit von Beruf und Engagement nicht nur ein Thema des freiwilligen Unternehmensengagements ist, sondern auch der gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmen [Schöffmann 2017].

In der Tat sind sie verantwortlich für die Folgen, die ihre Politik der Arbeitsanforderungen und -flexibilisierung auf die Gesellschaft hat. Erschwert ein Arbeitgeber das bürgerschaftliche Engagement seiner MitarbeiterInnen in ihrer Freizeit, so trägt er auch eine (Mit-)Verantwortung dafür, wenn dadurch Strukturen, Netzwerke und Aspekte z. B. der Daseinsvorsorge und Lebensqualität im Sozialraum wegbrechen, die auf das freiwillige Engagement unterschiedlicher Menschen angewiesen sind.

Es ist also keine Frage des freiwilligen Unternehmensengagements, sondern eine einforderbare gesellschaftliche Verantwortung, für ein Management der Arbeitsprozesse der Art zu sorgen, dass den MitarbeiterInnen auch noch Raum und Zeit für privates, familiäres und bürgerschaftliches Engagement bleibt.

Darüber hinausgehend können Unternehmen sich dann auch noch freiwillig für die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements der MitarbeiterInnen einsetzen. Das Spektrum der Möglichkeiten und Maßnahmen ist hier breit: Von der Anerkennung gemeinwohlorientierten Freizeitengagements, über die Möglichkeit, gelegentlich Engagementaufgaben am Arbeitsplatz bzw. während der Arbeitszeit zu erledigen bis hin zu Engagementdatenbanken im Intranet, der Organisation von gemeinnützigen Aktionstagen für die MitarbeiterInnen oder gar die Freistellung für ein, zwei oder mehr Tage für ein solches Engagement.

Mit ihrem Vorhaben sollte sich die Bundesregierung das ganze Spektrum – beginnend bei der Dimension der gesellschaftlichen Verantwortung bis hin zum freiwilligen Unternehmensengagement – vornehmen.

3. Integriertes Regierungshandeln

Zur Vereinbarkeit von Beruf und Engagement muss eigentlich immer auch die Familie hinzukommen. Schließlich gib es ein Dreieck der Zeitkonkurrenz zwischen Familie, Beruf und Engagement. Dies sollte auch bei diesem konkreten Kampagnenvorhaben berücksichtigt werden.

Außerdem gibt es weitere Vorhaben im Koalitionsvertrag, bei denen das Anliegen der Vereinbarkeit von Engagement und Beruf mit in den Blick genommen werden sollte:

„... dient auch der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Vereinbarkeit wollen wir zudem mit dem Unternehmensprogramm ‚Erfolgsfaktor Familie‘ vorantreiben, mit dem wir uns gemeinsam mit unseren Partnern aus Wirtschaft und Gewerkschaften für eine familienfreundliche Arbeitswelt einsetzen.“ (Z. 764 f.)

Diese Partner aus Wirtschaft und Gewerkschaften sind sicher erste Ansprechpartner, um auch über den dritten Aspekt „Engagement“ ins Gespräch zu kommen.

„Angesichts der Herausforderungen und Veränderungen durch die Digitalisierung und die Globalisierung in unserer Gesellschaft wollen wir eine neue Arbeitsweltberichterstattung entwickeln, die Sozialstaatsforschung wieder verstärken und die sozialpartnerschaftlich ausgerichtete ‚Initiative Neue Qualität der Arbeit‘ fördern und fortentwickeln.“ (Z. 2413 ff.)

In die „Arbeitsweltberichterstattung“ und die „Initiative Neue Qualität der Arbeit“ gehört auch der Aspekt des bürgerschaftlichen Engagements und seiner Schnittstellen bzw. Konkurrenzen mit der Arbeitswelt.

„Einen wichtigen Beitrag für unser funktionierendes Hilfeleistungssystem für Katastrophen leisten die vielen ehren- und hauptamtlichen Helferinnen und Helfer bei den Feuerwehren, den Hilfsorganisationen und dem Technischen Hilfswerk (THW). Wir wollen das ehrenamtliche Engagement nachhaltig stärken. ...“ (Z. 6121 ff.)

Gerade das Engagement bei den Hilfsorganisationen steht von Arbeitgeberseite unter besonderem Druck. Zur „nachhaltigen Stärkung“ dieses Engagements gehört es sicher, dass sich Arbeitgeber hier weiterhin bzw. wieder ermöglichend verhalten.

Es gibt sicher weitere Aspekte im Koalitionsvertrag und im alltäglichen Regierungshandeln, die mit dem Kampagnenanliegen faktisch verknüpft bzw. verknüpfbar sind. Ein in diesem Sinne integriertes Regierungshandeln bietet eine erhöhte Chance, dass die Vereinbarkeit von Beruf und Engagement tatsächlich erhalten bzw. verbessert wird.

4. Kampagnenempfehlung

Vor dem Hintergrund obiger Einschätzungen sollte die Kampagne innerhalb dieser Legislaturperiode („zeitlich befristete Aktion“) zu in der Arbeitswelt breit getragenen Regelungen

führen, die die Vereinbarkeit von Engagement und Beruf erhält, verbessert oder wieder ermöglicht („definiertes Ziel“). Hierzu sollten die 30-40 größten Arbeitgeber in Deutschland mit ihren Personalverantwortlichen und Betriebsräten, Arbeitgeberverbände und Kammern, Gewerkschaften und nicht zuletzt die gemeinnützigen Verbände und Organisationen, bei denen es größere Probleme hinsichtlich der Vereinbarkeit gibt, zusammengebracht werden, um gemeinsam nach praktikablen Lösungen zu suchen („geplantes und koordiniertes Zusammenwirken mehrerer Personen oder Akteure“).

Warum eine solche Akteursversammlung? Weil die Problemursachen relativ komplex sind und tatsächliche Lösungen wohl nur in einem solchen Dialog zu finden sein werden.

Ein solches Vorhaben und Vorgehen ist nicht trivial und wird auch nicht so einfach zustande kommen. Aber es soll ja eine „Kampagne“ werden. Und mit einem solchen „Kraftakt“ könnte es zu schaffen sein.

Autor

Dieter Schöffmann, Inhaber von VIS a VIS Beratung – Konzepte – Projekte und BBE-Themenpate im Themenfeld „Arbeit, Unternehmen und Engagement“.

Kontakt: ds@visavis-wirkt.de

Weitere Informationen: www.visavis-wirkt.de

Quellen

Schöffmann, Dieter: Unternehmen zwischen Förderung und Behinderung bürgerschaftlichen Engagements. BBE-Newsletter 22/2017.

VIS a VIS / FOGS 2015: VIS a VIS und FOGS GmbH: Ergebnisbericht „Förderkonzept für bürgerschaftliches Engagement in Wolfsburg“ im Auftrag der Stadt Wolfsburg. Köln 2015.

Redaktion

BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Michaelkirchstr. 17/18

10179 Berlin

Tel: +49 30 62980-115

newsletter@b-b-e.de

www.b-b-e.de