

Good Practice, wohin man schaut

Corporate Social Responsibility von Unternehmen findet Einzug in die Familienforschung

Unter Corporate Social Responsibility (CSR) versteht man das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen im ökologischen oder sozialen Bereich. Die Aktivitäten werden vom Unternehmen freiwillig gesetzt, d.h. sie gehen über gesetzliche Verpflichtungen hinaus. So knapp diese Definition ist, vereinigt der CSR-Begriff äußerst vielfältige Themen und Umsetzungsmöglichkeiten: umweltfreundliche Produktion, Soforthilfe bei Naturkatastrophen, familienfreundliche Arbeitszeiten in Betrieben – all dies fällt unter das "Label" CSR. Bei der Bandbreite möglicher Aktivitäten hat das Österreichische Institut für Familienforschung (ÖIF) aus familienwissenschaftlicher Sicht interessiert, wo das Thema "Familie" zu verorten ist. Wie präsent sind familienrelevante Themen im CSR-Bereich? Was kann überhaupt als familienfreundliche CSR-Aktivität gelten? Und: was bzw. wie viel tun Unternehmen für Familien?

Das Österreichische Institut für Familienforschung geht Fragen zu familienrelevanten CSR-Maßnahmen in einem gleichnamigen, mehrteiligen Forschungsprojekt nach, das vom Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (BMSG) gefördert wird. Die Ergebnisse des ersten Forschungsmoduls wurden soeben in einem Working Paper veröffentlicht und beinhalten neben einer theoretischen Annäherung an CSR im Familienkontext empirische Ergebnisse zu einer zweistufigen internetbasierten Dokumentenanalyse.

Im ersten Schritt wurden **86 an der Wiener Börse notierte Unternehmen** systematisch auf ihre (familienfreundlichen) CSR-Maßnahmen untersucht. Das methodische Anliegen der Untersuchung ist hier das Kriterium der Vollständigkeit: Es wurden alle Unternehmen des Equity Market berücksichtigt.

In einem zweiten Schritt wurde eine **Recherche nach Good Practice-Modellen** von nicht notwendigerweise an der Börse notierten Unternehmen vorgenommen. Das Kriterium ist hier nicht die Größe sondern es sind einzig die innovativen Ideen von Unternehmen unterschiedlicher Größe und Zielrichtung.

Unsere Untersuchung beschränkte sich auf jene unternehmerischen Aktivitäten, die unter den Begriff des Corporate Citizenship (unternehmerisches Bürgerengagement) fallen. Damit wird die aktive Rolle der Unternehmen in ihrem sozialen

Umfeld und gegenüber gemeinnützigen Einrichtungen bezeichnet. Im Begriffsverständnis der Europäischen Kommission von 2001 handelt es sich hierbei um eine externe Dimension von CSR. Wir fokussierten auf diesen unternehmens-externen Bereich mit der Begründung, dass dieser noch recht unerforscht ist, gerade im Vergleich zu den firmeninternen familienfreundlichen Maßnahmen, die z.B. über den Bundeswettbewerb der kinder- und familienfreundlichsten Betriebe oder das Audit für Familie und Beruf schon häufiger ins Licht der Öffentlichkeit gerückt sind.

Was sind familienrelevante CSR-Maßnahmen?

Das Kriterium für familienrelevante Maßnahmen wurde über die Zielgruppendefinition festgelegt. Als familienrelevant wurden Maßnahmen definiert, die entweder die Familie als Ganzes ("Familie als soziale Einheit") oder Individuen erreichen, die in Familien oder familienähnlichen Zusammenhängen leben. Dahinter steht die Feststellung, dass die soziale Einheit Familie soziologisch gesehen weder als Gruppe agiert noch als Gruppe erreicht werden kann, sondern immer nur über ihre Mitglieder, also z.B. Mutter, Vater, Kind, repräsentiert wird. Aus diesem Grund zeigt sich Familienfreundlichkeit nicht nur in der konkreten Unterstützung von Familien, sondern auch darin, dass Aktivitäten für Einzelpersonen auch dem unmittelbaren sozialen Umfeld zu Gute kommen. Besonders wenn es um abhängige, beeinträchtigte oder kranke Familienmitglieder geht, erfährt das familiäre

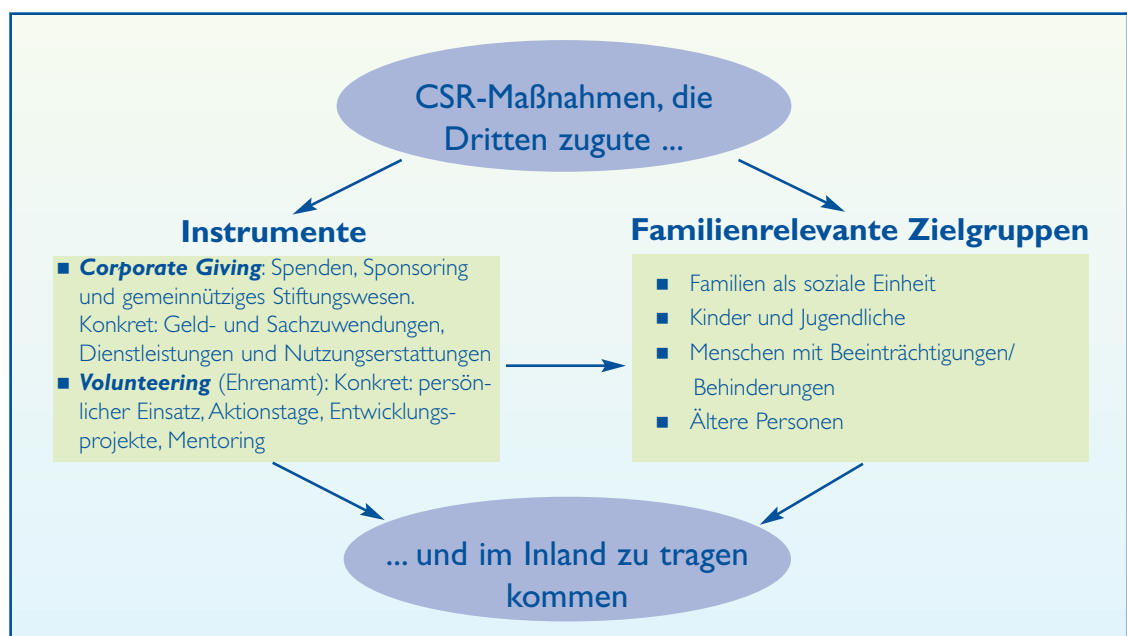
Umfeld bei außerfamiliärer Unterstützung eine große Entlastung. Orientiert an der ersten Sichtung des Materials wurden deshalb die Zielgruppen wie folgt unterteilt:

- Familien als soziale Einheit (Maßnahmen können z.B. sein: materielle Unterstützung für Familien in Notsituationen, etwa Obdachlosigkeit)
- Kinder und Jugendliche (z.B. Spenden für SOS Kinderdorf)
- Ältere Menschen (z.B. Schulung für Familienangehörige zur Pflegebetreuung älterer und alter Menschen)
- Menschen mit Beeinträchtigungen/Behinderungen (z.B. Weiterbildung zum Erwerb eines Computerführerscheins für Menschen mit Sehbehinderung)

Um die Daten weiterhin vergleichbar zu halten, wurden die Aktivitäten auf ihren Wirkungskreis eingeschränkt: Es wurden nur solche Maßnahmen dokumentiert, die in Österreich zum Tragen kommen, damit waren z.B. sämtliche Unterstützungen für Familien in ärmeren Weltregionen nicht dokumentiert. Die untere Darstellung zeigt modellhaft jene Kriterien, mit deren Hilfe wir das Untersuchungsfeld überschaubar hielten.

Unternehmen wurden systematisch a) auf ihre allgemeinen und b) speziell familienfreundlichen CSR-Aktivitäten hin untersucht. Insgesamt finden sich bei 24 von den 86 untersuchten Unternehmen allgemeine CSR-Aktivitäten, 15 der 24 Unternehmen engagieren sich speziell in Bereichen, die in unserem Sinn familienrelevant sind. Diese Zahl ist so zu deuten, dass 28% der untersuchten Unternehmen generelle CSR-Maßnahmen und 17% im familienrelevanten Bereich setzen, die sie außerdem im Internet veröffentlichen. Ob die anderen 83% der Unternehmen, die dort keinerlei CSR-Maßnahmen angeben, generell nicht sozial aktiv wurden, kann mit der angewandten Fragestellung und Methode nicht beantwortet werden. Die Wahrscheinlichkeit, dass CSR-Maßnahmen jedoch kommuniziert werden und nicht im Verborgenen stattfinden, ist hoch, da gerade das CSR-Konzept auf Öffentlichkeitswirksamkeit aufbaut: Unternehmen hoffen durch ihre Aktivitäten zu Gunsten des Gemeinwohls auf eine "Belohnung" von Kundenseite. Außerdem ermuntern gerade in letzter Zeit Wettbewerbe und Netzwerke (z.B. TRIGOS-Verleihung, CSR-Plattform respACT) eine öffentlichkeitswirksame Selbstpositionierung.

Insgesamt zeigte sich bei der Recherche, dass die



Übersicht der hier verwendeten Einteilung von CSR-Maßnahmen; eigene Darstellung ÖIF

15 von 86 Unternehmen handeln familienrelevant

Die erste empirische Erhebung fokussierte auf börsennotierte Unternehmen und deren veröffentlichte CSR-Maßnahmen. Im Internet wurde auf den Websites von 86 börsennotierten Firmen (Equity Market; Stichtag 31.03.2005) nach Hinweisen auf CSR-Maßnahmen recherchiert, wobei 8 CSR-relevante Suchbegriffe verwendet wurden. Die

am häufigsten unterstützten Zielgruppen Kinder und Jugendliche sowie Menschen mit Beeinträchtigungen oder Behinderungen sind. Die Ergebnisse bestätigen außerdem die in anderen Studien für Österreich festgestellte Vorrangstellung des Corporate Giving (Spendenwesen) gegenüber dem Volunteering (Freistellung von MitarbeiterInnen; sozusagen "gespendete Zeit"), d.h. Unternehmen stellen eher finanzielle Unterstützungen als Personalressourcen zur Verfügung. Die

Vergleichbarkeit der Aktivitäten ist insgesamt schwierig! Aus den virtuellen Dokumenten wird wenig bekannt über die Größenordnung und Reichweite der einzelnen CSR-Maßnahmen, v.a. im Hinblick auf finanzielles Volumen, Dauer (einmalige Spende oder fortdauernde Unterstützung) und Involviertheit der Unternehmen im Sinne von Eigeninitiative und kreativem Einsatz. Ein spezielles Problem ist dabei das "Update" - oder eben keines - der Firmen-Homepages. Es ist ungewiss, ob bei fehlender Aktualisierung der Homepage die Maßnahme trotzdem fortgeführt wurde. Im zweiten Teil der Studie (Good Practice-Modelle) recherchierten wir in solchen Fällen bei den einzelnen Unternehmen genauer.

9 Beispiele für Good Practice

Bei der Suche nach Beispielen (meist über online-Datenbanken zu Praxisbeispielen) fanden sich insgesamt nur wenige Modelle, die unseren Kriterien der Familienfreundlichkeit für Aktivitäten in der externen Dimension genügen. Damit war der Kreis der für eine Zusammenstellung in Frage kommenden Modelle bereits eingeschränkt, d.h. die inhaltliche Enge des Feldes ließ nicht viel Vergleichsspielraum, was davon nun "Good Practice" sei. Die generell geringe Verbreitung familienfreundlicher, externer CSR-Maßnahmen bedeutet damit, dass die neun Modelle besondere Beachtung verdienen.

Folgende Projekte wurden herausgegriffen und sind im Working Paper näher erläutert:

- **McDonald's Österreich: "McDonald's Kinderhilfe"**: In krankenhausnahen "Ronald McDonald Häusern" dürfen Angehörige schwer kranker Kinder wohnen, so lange die Kinder in Behandlung sind.
- **Pfizer Corporation Austria GmbH - Armutsbekämpfung mit "Pfizer Kids"**: Therapeutische Begleitung von Kindern (und deren Eltern), die von Obdachlosigkeit bedroht sind.
- **Philips Austria GmbH - "Philips Schülerfonds der Caritas"**: Finanzielle Soforthilfe für Kinder aus finanzschwachen Familien in Form von Schulmaterial und Lernhilfen.
- **Vöslauer Mineralwasser AG - Bewusstseinsbildung zur Frauen-, reproduktiven und sexuellen Gesundheit**: Awareness-Kampagne zum Thema Brustkrebs auf Mineralwasserflaschen.
- **Baxter AG Österreich - Engagement im Bereich Altenpflege und Palliativmedizin**: Ambulante Pflegeberatung für Angehörige und Partnerschaft mit einem Pensionistenwohnheim
- **Beiersdorf Ges.m.b.H - NIVEA Familienfeste**: Jährliche Sommerfeste für Familien mit Erlös-

Spende an SOS Kinderdorf.

- **Pfizer Corporation Austria GmbH - Der "Memory-Bus"**: Mobile Teststation auf jährlicher Österreich-Tour zur Früherkennung und Sensibilisierung von/für Demenzerkrankungen
- **Schömer Unternehmensgruppe bauMax AG: Das Schömer Humanprogramm "Hilfe zur Selbsthilfe"**: Enge Zusammenarbeit und Freizeitaktivitäten mit lokalen Behinderteneinrichtungen und Therapiewerkstätten.
- **Microsoft Österreich GmbH: "Computerführerschein" für Menschen mit Beeinträchtigungen/Behinderungen**: Bedürfnisorientierte Schulungen für Menschen mit Seh-, Hörbehinderung oder Lernschwäche.

Mit Bezug auf die obige Feststellung, dass österreichische Unternehmen meist Geld- oder Sachspenden statt Volunteering zur Verfügung stellen, lässt sich mit Blick auf die neun Modelle konkretisieren, dass Volunteering offenbar v.a. dann angeboten wird, wenn Spenden, Sponsoring oder gemeinnützige Stiftungen bereits installiert sind. Ausgehend von diesen finanziellen Leistungen kommt es dann mitunter zum zivilgesellschaftlichen Engagement von MitarbeiterInnen, häufig über persönliche Kontakte mit den EmpfängerInnen einer Spende. Allerdings ist auch hier nicht immer ersichtlich, ob z.B. bei Veranstaltungen tatsächlich MitarbeiterInnen eingesetzt werden, ob ihr Volunteering tatsächlich als Arbeitszeit zählt usw. Warum eher selten Volunteering stattfindet, wie es praktiziert wird und welche Erfahrungen Unternehmen generell mit familienrelevanten, externen CSR-Maßnahmen in ihrem betrieblichen Alltag machen, wird nun im gerade laufenden zweiten Forschungsmodul der Studie in einer qualitativen Erhebung mit Unternehmen am ÖIF untersucht. Die Ergebnisse werden im Jahr 2007 vorliegen. | **Christine Geserick**



C. Geserick, A. Haider, B. Cizek, G. Baumgartner: **Familienrelevante CSR-Maßnahmen österreichischer Unternehmen 2005. Eine Recherche zu externen Maßnahmen.** ÖIF-Working Paper Nr. 53. Wien 2006.

INFO

Christine Geserick M.A., Soziologin am Österreichischen Institut für Familienforschung (ÖIF)
 Tel: +43-1-5351454-11
 E-Mail: christine.geserick@oif.ac.at

S · E · R · V · I · C · E

INFO

Sozialkompetenz aus der Ferne

Das an deutschen Fachhochschulen angebotene Fernstudium "Sozialkompetenz" ist ein Weiterbildungsangebot für Menschen, die ihre Fähigkeiten im Umgang mit anderen Menschen stärken und weiterentwickeln möchten. Die Studierenden setzen sich im Rahmen des zweisemestrigen Fernstudiums zeit- und ortsunabhängig mit Themen wie Konfliktbewältigung, Team- und Kommunikationsfähigkeiten, Mitarbeitermotivation, Persönlichkeits- und Organisationsentwicklung, Projektmanagement oder Kreativität auseinander. Zusätzlich zu klassischen Lehrinhalten stehen auf einer Lernplattform multimediale Anwendungen mit Web-Based-Trainings zur Verfügung. Über dieses Medium stehen die Studierenden auch per Mail, Chat oder in Diskussionsforen mit DozentInnen und anderen TeilnehmerInnen in Kontakt. In begegnungsintensiven Präsenzphasen wird das Selbsterlernte mittels Übungen und Rollenspielen in praktische Bezüge umgesetzt. Angeboten wird der Studiengang von der Zentralstelle für Fernstudien an Fachhochschulen (ZFH) in Kooperation mit den Fachhochschulen Darmstadt, Fulda, Mainz, Worms und Zweibrücken.

Info: www.sozialkompetenz.info

INFO

n@tzwirk pflege

Interaktives Online-Tagebuch pflegender Menschen

Die Caritas in Oberösterreich hat ein weblog für pflegende Angehörige und MitarbeiterInnen der Mobilen Dienste eingerichtet. Diese können dort ihre Erlebnisse aus dem Pflegealltag in Form von regelmäßigen "Tagebucheinträgen" im Internet publizieren. Dadurch entsteht eine Plattform, in deren Rahmen Erfahrungen ausgetauscht, kommentiert und Rat eingeholt werden können. Der Austausch mit anderen ist für pflegende Angehörige besonders wichtig, um die Belastungen besser bewältigen zu können. Gleichzeitig werden die Herausforderungen der Pflege für die Öffentlichkeit transparent und verstehbar gemacht. Betreut werden die "BloggerInnen" vom Studiengang "Kommunikation, Wissen, Medien" der FH Oberösterreich, Campus Hagenberg. Das Konzept zum weblog wurde gemeinsam entwickelt und die Einschulung in Hagenberg durchgeführt. Der Zugang zum weblog erfolgt über die Caritas-Homepage. Alle Interessierten sind eingeladen, Kommentare abzugeben und Beiträge zu diskutieren.

Info: www.caritas-linz.at/weblog

BUCH

Mediation an Schulen

Mediation wird in Deutschlands Schulen immer mehr zum Thema. Besonders in den letzten Jahren ist es zu einer Ausweitung und Diversifizierung des Streitschlichterkonzeptes und zur verstärkten Durchführung von Schulmediationsprojekten gekommen. Die im VS Verlag veröffentlichte Studie ist die erste bundesweite Evaluation von Schulmediationsprojekten in Deutschland. Es werden Evaluationsergebnisse über den Stand, die Rahmenbedingungen und unterschiedliche Umsetzungsformen, insbesondere von Peer-Mediationsprojekten, dargestellt. Darüber hinaus werden Fragen nach den Wirkungen von Mediationsprojekten, der Rolle von Mediation im System Schule und erfolgreichen Strategien zur Umsetzung von Mediation an Schulen untersucht. Die Ergebnisse der Studie dürften auch für den Bereich der Schulmediation in Österreich interessant sein.

Sabine Behn et al.: **Mediation an Schulen. Eine bundesdeutsche Evaluation.** VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2006. ISBN 3-531-15083-9

IMPRESSUM
Medieninhaber: Österreichisches Institut für Familienforschung - Universität
Wien | 1010 Wien | Gonzagagasse 19/8 | www.oif.ac.at
Hrsg: Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Mazal, Mag. Rudolf K. Schipfer
Chefredaktion: Mag. Christina Luef

KONTAKT: christina.luef@oif.ac.at | Tel: +43-1-5351454-21
DVR: 0065528

Österreichische Post AG / Sponsoring: Post Verlagspostamt: 1010 Wien
Zulassungsnr. 02Z031820S

Gefördert durch das Bundesministerium für soziale
Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz

