

Berufseinsteiger meets Corporate Volunteering: eine quantitative Auswertung zum betrieblichen Freiwilligenengagement anhand der Daten aus den Absolventenstudien an der Universität zu Köln

Corporate Volunteering (CV), das betriebliche Freiwilligenengagement, „[...] beschreibt die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements der Beschäftigten und den Einsatz von Humanressourcen eines Unternehmens für gesellschaftliche Aufgaben“ (BRAUN 2010: 28). Der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem CV mangelt es im deutschsprachigen Raum an einer eigenständigen Forschungsgemeinschaft, die dieses Themenfeld systematisch weiterentwickelt (vgl. GENTILE 2012: 64; GENTILE et al. 2011: 108 f; BLOHM 2010: 106 f). So ist die CV-Forschung vorwiegend integriert in die Forschung zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility resp. CSR) sowie in die zum bürgerschaftlichen Engagement derselben (Corporate Citizenship resp. CC), wobei sich auch diese Forschungsstränge, speziell empirisch, in Deutschland als defizitär erweisen (vgl. BRAUN/BACKHAUS-MAUL 2010: 50 f, 143; POLTERAUER 2010: 208; zum CV als Teil der CSR- und CC-Forschung vgl. GENTILE 2012: 64; GENTILE et al. 2011: 108 f; BLOHM 2010: 106 f). Zusätzlich stehen unterschiedliche soziokulturelle und gesellschaftspolitische Hintergründe einer unreflektierten Übertragung der Ergebnisse ausländischer Studien auf deutsche Verhältnisse entgegen (vgl. zu dieser grundlegenden Problematik bspw. BOOTH et al. 2009: 244; RUNTE et al. 2010; GENTILE 2009: 70 ff; RUDOLPH 2004: 38).

Umfragen zum Auftreten und zur Ausgestaltung des CV in Deutschland sind dementsprechend rar in ihrem Auftreten. Sie sind zumeist als Unternehmensumfrage konzipiert und basieren auf einer verhältnismäßig kleinen Stichprobe (vgl. VIS A VIS AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION GMBH 2010; HERZIG 2006; BRANDS&VALUES GMBH 2007: 14 ff).¹ Davon unabhängig zu betrachten sind nach wissenschaftlichen Standards durchgeführte Studien, die sich einzelnen CV-Aktivitäten in Unternehmen widmen, obgleich auch diese in Deutschland nur vereinzelt zu finden sind (vgl. bspw. BLOHM 2010: 61 ff; SPRAUL 2010). Größere Umfragen existieren hingegen zum bürgerschaftlichen Engagement von Unternehmen oder zur gesellschaftlichen Verantwortung derselben, also zu CC oder zur CSR, die allerdings wiederum primär als Unternehmensumfragen konzipiert sind (vgl. DEUTSCHER BUNDESTAG 2012: 34,

¹ HERZIG: N=47; VIS A VIS AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION GMBH: N=25; BRANDS&VALUES GMBH: N=68

233 ff; BRAUN 2010a: 90 ff, MAAß 2009: 19 ff; WEGNER 2007; FORSA 2005; BERTELSMANN STIFTUNG 2006; MAAß/CLEMENS 2002; SEITZ 2002).²

Eine sowohl sektor- als auch arbeitgeberübergreifende Befragung der aktiven oder potenziellen Teilnehmer³ am CV, spezifiziert auf die Zielgruppe der Hochschulabsolventen unterschiedlichster Studiengänge kurz nach ihrem Berufseinstieg, gibt es bis dato weder für Deutschland noch international. Die Möglichkeit, diese Zielgruppe zu ihrer subjektiven Einschätzung der Möglichkeit ihrer Teilnahme am und der Gestaltungsformen des betrieblichen Freiwilligenengagements ihres Arbeitgebers zu befragen, darüber hinaus eine Einschätzung des Wunsches nach einem betrieblichen Freiwilligenengagement innerhalb dieser Zielgruppe zu erhalten, darauf aufbauend weitere neue Erkenntnisse zum CV zu gewinnen sowie einzelne, auf Ergebnissen aus nationalen wie internationalen Studien basierende Hypothesen anhand dieser Zielgruppe zu überprüfen, bot sich im Rahmen der Absolventenstudien an der Universität zu Köln im Jahr 2011 an. Hier wurden folgende Fragen zum CV in den Befragungsbogen integriert:

1. Haben Sie sich schon einmal im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeit ehrenamtlich engagiert oder wird Ihr ehrenamtliches Engagement derzeit durch Ihren Arbeitgeber gefördert (Corporate Volunteering)?
2. Wie fördert Ihr Arbeitgeber ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter?
3. Sind diese Fördermaßnahmen für ehrenamtliches Engagement Bestandteil einer Personalentwicklungsmaßnahme?
4. Möchten Sie sich zukünftig im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeit ehrenamtlich engagieren (Corporate Volunteering)?

Die Frage vier zum Wunsch nach einem CV-Angebot des Arbeitgebers sollte Rückschlüsse dahingehend zulassen, wie groß das Potenzial für betriebliches Freiwilligenengagement und damit das Interesse dieser Zielgruppe am CV ist. Denn eine Verneinung der ersten Frage ist m.E. nicht mit einem Desinteresse der Befragten gleichzusetzen. Im Fall einer Verneinung könnte es sich genauso gut um eine Restriktion des CV von Seiten des Arbeitgebers generell, um eine Restriktion für diese Zielgruppe oder aber auch um ein mögliches Kommunikationsdefizit im Unternehmen bzw. in der Organisation handeln. Die Frage drei sollte Aufschluss

² vgl. BRANDS&VALUES GMBH 2007: 4 ff oder LUNAU/WETTSTEIN 2004 als zwei Beispiele für die Befragung einer anderen Zielgruppe als die der Unternehmen, hier bspw. der Öffentlichkeit oder Arbeitssuchender, zu ihrer Sichtweise auf die CSR in Deutschland.

³ Für die bessere Lesbarkeit wird in diesem Artikel bei den verschiedenen thematisierten Personengruppen nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist implizit enthalten.

darüber geben, inwieweit das betriebliche Freiwilligenengagement offenkundig in der Praxis als Personalentwicklungsinstrument angesehen wird (vgl. zur Debatte um die Sichtweise auf das CV als Personalentwicklungsinstrument in Theorie und Praxis bspw. GENTILE 2012: 57 f; MUTZ 2008: 243 f; BRAUN 2010: 29 ff; VIS A VIS AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION GMBH 2010: 12; BRANDS&VALUES GMBH 2007: 21). Die Umschreibung des CV-Begriffs mit dem Ausdruck ‚Ehrenamtliches Engagement im Rahmen der beruflichen Tätigkeit‘ sollte der besseren Verständlichkeit des Sachverhalts bei den Befragten dienen (vgl. zu dieser Problematik LORENZ et al. 2011: 189; GENTILE/LORENZ 2011: 83).

Abgesehen von der ausschließlichen Beantwortung dieser vier Fragen bot sich durch die Einbindung in die Absolventenstudien die Möglichkeit an, Zusammenhänge sowohl zwischen der Teilnahme am CV als auch zwischen dem Wunsch nach einem CV-Angebot und Merkmalen wie der Wahl des abgeschlossenen Studienfachs, der Intensität des freigemeinnützigen Engagements,⁴ der derzeitigen Möglichkeit einer freien Arbeitszeitgestaltung, der Zufriedenheit mit dem derzeitigen Tätigkeitsfeld oder der Zufriedenheit mit der derzeitigen beruflichen Situation insgesamt für diese Zielgruppe zu überprüfen.

Somit lag folgendes Erkenntnisinteresse der Untersuchung im Detail zugrunde:

1. Inwieweit und in welcher Form stellt das CV ein Arbeitgeberangebot dar, dass Hochschulabsolventen in der ersten Zeit ihrer beruflichen Tätigkeit ihrer subjektiven Einschätzung nach angeboten oder von ihnen wahrgenommen wird?
2. Existiert bei diesem Angebot eine offizielle Verknüpfung mit der Personalentwicklung?
3. Ist das CV ein Arbeitgeberangebot, das für Hochschulabsolventen in der ersten Zeit ihrer beruflichen Tätigkeit von Interesse ist?
4. Gibt es spezifische Zielgruppenmerkmale wie die Wahl des abgeschlossenen Studienfachs, die Art des Hochschulabschlusses, der derzeitige Arbeitssektor oder die derzeitige hauptsächliche Tätigkeit, die einen Einfluss auf die mögliche Teilnahme am CV haben?

⁴ Mit dem Wort Intensität soll hier die Häufigkeit der Ausübung freigemeinnützigen Engagements des Mitarbeiters in seiner Vergangenheit und Gegenwart und damit seine Verwobenheit mit freigemeinnützigem Engagement ausgedrückt werden.

Unter freigemeinnützigem Engagement wird im Folgenden das private gemeinnützige Engagement des Mitarbeiters verstanden.

Des Weiteren wurden folgende Hypothesen für die vorliegende Zielgruppe auf ihre Gültigkeit überprüft:

H1: Die Intensität des freigemeinnützigen Engagements des Mitarbeiters erhöht die Wahrscheinlichkeit seiner Teilnahme am CV.

H2: Das Ausmaß der Möglichkeit zur freien Arbeitszeitgestaltung erhöht die Wahrscheinlichkeit der Mitarbeiterteilnahme am CV.

H3: Die Zufriedenheit des Mitarbeiters mit seiner derzeitigen beruflichen Situation hat einen positiven Effekt auf die Wahrscheinlichkeit seiner Teilnahme am CV.

H4: Die Zufriedenheit des Mitarbeiters mit seinem derzeitigen Tätigkeitsfeld hat einen positiven Effekt auf die Wahrscheinlichkeit seiner Teilnahme am CV.

H5: Die Frage nach der Ausübung freigemeinnützigen Engagements im Vorstellungsgespräch erhöht die Wahrscheinlichkeit der Mitarbeiterteilnahme am CV.

Die Hypothesen H1 bis H4 basieren auf den Ergebnissen aus folgenden Studien: KAMLAGE et al. 2013: 17 ff, 20 f fanden heraus, dass Aktionstage als eine Form des CV ein attraktives Angebot für Mitarbeiter darstellen, die gegenwärtig oder in der Vergangenheit freiwillig aktiv sind bzw. waren. MACPHAIL/BOWLES 2009: 410 f bestätigen auf Basis einer kanadischen Umfrage, dass eine flexible Arbeitszeitgestaltung eine überdurchschnittlich häufige Unterstützungsform des Arbeitgebers für die Ausübung des gemeinnützigen Engagements der Mitarbeiter ist. Zudem weisen sie als den häufigsten Grund für die Nichtausübung gemeinnützigen Engagements den Zeitmangel aus. KAPSALIS 1999: 17 f, 20 stellte darüber hinaus ebenfalls im Rahmen einer kanadischen Umfrage einen positiven signifikanten Effekt der flexiblen Arbeitszeitgestaltung auf die Anzahl der Stunden gemeinnützigen Engagements der Mitarbeiter fest. Die Hypothese zur beruflichen Zufriedenheit sowie die zur Zufriedenheit mit dem derzeitigen Tätigkeitsfeld basieren auf den Ergebnissen von PETERSON 2004: 615, 623, 625. Sie fand einen positiven signifikanten Effekt im Rahmen einer US-amerikanischen Umfrage zwischen der Arbeitszufriedenheit resp. der Zufriedenheit am Arbeitsplatz der weiblichen Mitarbeiter und ihrem gemeinnützigen Engagement, unabhängig davon, ob es sich um das CV oder um das freigemeinnützige Engagement handelte. Lediglich für die Zusammenhangshypothese zwischen der Frage nach der Ausübung freigemeinnützigen Engagements im Vorstellungsgespräch und der Wahrscheinlichkeit der Mitarbeiterteilnahme am CV gibt es keine expliziten Studienergebnisse, die als Referenz dienen könnten. Aufgrund der Vermutung eines positiven Zusammenhangs zwischen der Intensität des freigemeinnützigen Engagements und der Wahrscheinlichkeit der Teilnahme des Mitarbeiters am CV sollte aber auch

diese Hypothese, die sich ebenfalls auf das freigemeinnützige Engagement bezieht, im Rahmen der Auswertung untersucht werden.

Datenerhebung und Merkmale der Stichprobe

Die Absolventenbefragung an der Universität zu Köln wird einmal jährlich durchgeführt, erstmals im Oktober 2008 zum Prüfungsjahrgang 2007. Die dieser Studie zugrundeliegenden Daten wurden zwischen dem 01.10.2011 und dem 29.02.2012 erhoben. Sie beziehen sich auf den Prüfungsjahrgang 2010, also auf diejenigen Absolventen, die ihr Studium zwischen dem 01.10.2009 und dem 30.09.2010 erfolgreich an der Universität zu Köln abgeschlossen haben. Von den 5.195 angeschriebenen Absolventen konnten 4.360 postalisch erreicht werden, N=1.600 haben an der Befragung teilgenommen, was einer Netto-Rücklaufquote von 36,7% entspricht. Auf die Fragen 1. und 4. zum CV konnten dabei nur diejenigen Absolventen antworten, die zum Zeitpunkt der Befragung angaben, in einem Beschäftigungsverhältnis zu stehen.⁵ Die Fragen 2. und 3. konnten nur diejenigen Absolventen beantwortet, die wiederum auf die Frage 1. mit ‚Ja‘ geantwortet hatten.

Die dementsprechend für diese Auswertung relevante Stichprobe besteht aus 1.023 Absolventen (N=1.023), größtenteils (66%) im Alter von 26-30 Jahren. 65% sind Frauen und 35% Männer. Der mit Abstand am häufigsten verliehene Studienabschluss (40%) war das Diplom. 38% und somit die meisten Absolventen haben ein Studienfach aus den Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften studiert, gefolgt von den Absolventen eines Fachs der Studienrichtung Sprach- und Kulturwissenschaften (31%). In ihrer derzeitigen Tätigkeit arbeitet über die Hälfte der vorliegenden Stichprobe im Öffentlichen Bereich, also bspw. im Öffentlichen Dienst oder in der Öffentlichen Verwaltung. 44% geben als ihre hauptsächliche Tätigkeit ‚Lehre/Unterricht/Forschung‘ an, gefolgt von einer Tätigkeit im kaufmännischen Bereich bzw. in der Verwaltung (25%) (vgl. für die vollständige Darstellung der Stichprobencharakteristika Tab. 1 im Anhang).

Ergebnisse

Auf die Frage, ob sie sich schon einmal im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit ehrenamtlich engagiert haben oder ob ihr ehrenamtliches Engagement derzeit durch den Arbeitgeber gefördert wird, haben 6% der Befragten (N=61) positiv geantwortet. 88% dieser Absolventen hat-

⁵ Zu einem Beschäftigungsverhältnis zählen gemäß den Absolventenstudien bezahlte berufliche Ausbildungen wie ein Referendariat oder eine Facharztausbildung, nicht jedoch vorübergehende studienferne Jobs zum Geldverdienen.

ten zum Zeitpunkt der Befragung maximal 2 Jahre und 2 Monate ihr derzeitiges Beschäftigungsverhältnis inne, was die Charakterisierung als Berufseinsteiger unterstreicht. Den Wunsch, sich zukünftig im Rahmen der beruflichen Tätigkeit ehrenamtlich zu engagieren, äußerten im Vergleich 34% (N=344) der Befragten (vgl. Tab. 2 im Anhang). Die beiden Gruppen weisen mit 82% der 61 Absolventen aus Frage 1 eine sehr große Überschneidung auf.

Bei der Frage nach der Art der Engagementförderung, also nach den bekannten CV-Maßnahmen, waren Mehrfachnennungen möglich. Am häufigsten wurde mit 44% der Freiwilligentag oder Gruppenaktionen angegeben, gefolgt von Matching Funds, also von Geld- und Sachspenden an die Gemeinwohlorganisation, für die sich die Mitarbeiter einsetzen (37%). Als dritthäufigste Maßnahme kristallisierte sich mit 29% die Freistellung heraus, also die Möglichkeit, bezahlten Urlaub für ein gemeinnütziges Projekt zu nehmen. Innerbetriebliche Ansprechpartner für eine Beratung zum bürgerschaftlichen Engagement existieren bei 27% der Arbeitgeber, und jeweils 24% der Befragten gaben an, dass ihr Arbeitgeber sie durch die Zurverfügungstellung der firmeneigenen Infrastruktur sowie durch die Möglichkeit eines Engagements in einem Mentoringprogramm unterstützt. Im Gegensatz dazu kannte keiner der Absolventen den Personaltausch als CV-Maßnahme, und nur 2% von ihnen wurden schon einmal mit der Möglichkeit konfrontiert, ein Sozialpraktikum in einer sozialen Einrichtung zu absolvieren oder haben beim eigenen Arbeitgeber von dieser Möglichkeit gehört (vgl. für die vollständige Darstellung der CV-Maßnahmen Tab. 3 im Anhang).

Auf die Frage nach der Verknüpfung des CV mit der Personalentwicklung antworteten 13% der 61 Absolventen, dass sie von dieser Verknüpfung wissen. Den übrigen war diese Konstellation entweder nicht bekannt (45%) oder sie wurde verneint (43%).

Zur Überprüfung möglicher Einflussfaktoren, die sich auf die Teilnahmewahrscheinlichkeit der Zielgruppe am CV auswirken könnten, wurden zuerst verschiedene Merkmale der Stichprobe in Beziehung zu den Antworten zur Teilnahme am und zu dem Wunsch nach CV gesetzt und auf signifikante Effekte geprüft. Im weiteren Verlauf wird somit nur von Effekten, Korrelationen und Zusammenhängen gesprochen, wenn diese auch signifikant sind. Die Prüfung über das Zusammenhangsmaß Phi ergab, dass die Merkmale ‚Studienabschluss‘, ‚derzeitiger Arbeitssektor‘ und ‚derzeitige hauptsächliche Tätigkeit‘ weder auf die Teilnahme am noch auf den Wunsch nach CV einen Einfluss haben. Die Wahl des abgeschlossenen Studienfachs weist hingegen einen Effekt auf den Wunsch nach CV auf. Zur Spezifizierung

dieses Effekts wurden daraufhin einzelne Korrelationen betrachtet, was zu folgendem Ergebnis führte: Die Studienfachbereiche Sprach- und Kulturwissenschaften sowie Kunst und Kunstwissenschaft weisen einen negativen Zusammenhang mit dem Wunsch nach CV auf, während die Studienfachbereiche Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie Reginalstudien/-wissenschaften einen positiven Zusammenhang aufweisen. Von diesen Effekten ist der stärkste bei dem Studienfachbereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zu verzeichnen, obgleich dieser mit 0,144 immer noch einen nur schwachen Effekt darstellt (vgl. für Details Tab. 4 im Anhang). Bei den übrigen Studienfachbereichen gibt es keine Effekte.

Für die Überprüfung der fünf Hypothesen H1 bis H5 wurden weitere Angaben der Befragten in Beziehung zu den Antworten zum Wunsch nach sowie zur Teilnahme am CV gesetzt. Hierfür wurden die Antworten auf folgende Fragen näher betrachtet: ‚Haben Sie sich während Ihrer Schulzeit ehrenamtlich engagiert?‘, ‚Haben Sie sich während Ihres Studiums ehrenamtlich engagiert?‘, ‚Engagieren Sie sich derzeit neben ihrer beruflichen Tätigkeit ehrenamtlich?‘, ‚Wurden Sie im Vorstellungsgespräch auf ehrenamtliches Engagement angesprochen?‘, ‚Inwieweit haben Sie in Ihrer derzeitigen beruflichen Tätigkeit die Möglichkeit, Ihre Arbeitszeit frei zu gestalten?‘, ‚Inwieweit sind Sie mit dem Tätigkeitsfeld Ihrer derzeitigen Anstellung zufrieden?‘, ‚Inwieweit sind Sie mit Ihrer beruflichen Situation insgesamt zufrieden?‘

Zur Überprüfung der Hypothese H1 wurde die Intensität des freigemeinnützigen Engagements wie folgt abgebildet: Zu einer Gruppe ‚nie engagiert‘ wurden diejenigen zusammengefasst, die sich weder während ihrer Schulzeit noch während ihres Studiums freigemeinnützig engagiert haben noch derzeit neben ihrer beruflichen Tätigkeit freigemeinnützig engagiert sind. Zu einer Gruppe ‚wenig engagiert‘ wurden diejenigen zusammengefasst, die sich zu einem der drei Zeitfenster und zu der Gruppe ‚engagiert‘ entsprechend diejenigen, die sich in zwei der drei Zeitfenster freigemeinnützig engagiert haben oder möglicherweise derzeit freigemeinnützig engagiert sind. Zu der Gruppe ‚sehr engagiert‘ wurden abschließend diejenigen zusammengefasst, die sich in den beiden vergangenen Zeitfenstern freigemeinnützig engagiert haben und zudem derzeit neben dem Beruf freigemeinnützig engagiert sind.

Die Auswertung ergab, dass sowohl die Teilnahme am als auch der Wunsch nach CV mit der Intensität des freigemeinnützigen Engagements sowie mit der Frage nach diesem im Vorstellungsgespräch positiv korrelieren. Die Effekte sind bei der Intensität des freigemeinnützigen Engagements mit 0,221 bzw. 0,231 am stärksten ausgeprägt. Des Weiteren ist eine

positive Korrelation zwischen der Teilnahme am CV und dem Grad der Möglichkeit, die eigene Arbeitszeit frei zu gestalten sowie dem Ausmaß der Zufriedenheit mit der beruflichen Situation insgesamt festzustellen (0,064 resp. 0,078). Bei dem Wunsch nach CV sind hingegen für diese beiden Variablen keine Effekte festzustellen. Die Auswertung zum Ausmaß der Zufriedenheit mit dem derzeitigen beruflichen Tätigkeitsfeld führte bei beiden Angaben zu keinem Effekt (vgl. für Details Tab. 5 im Anhang).

Wird die Intensität des freigemeinnützigen Engagements abschließend noch einmal genauer betrachtet, so lässt sich feststellen, dass die Gruppe der Befragten, die am CV teilgenommen haben bzw. teilnimmt, in ihrer Freizeit engagierter gewesen ist als die Gruppe der Befragten, die ‚nur‘ den Wunsch nach CV geäußert hat (vgl. für Details Tab. 6 im Anhang). Diese Feststellung spiegelt sich dabei nicht in den Korrelationswerten wider.

Interpretation der Ergebnisse

Die aktive Teilnahme am CV ist mit einem Anteil von 6% bei den Berufseinsteigern mit akademischem Abschluss sehr gering. Nichtsdestotrotz scheint das Interesse am CV mit 34% zwar nicht flächendeckend, aber zumindest wesentlich größer zu sein. Die Diskrepanz zwischen diesen beiden Ergebnissen deckt ein Engagementpotenzial von 85% auf, d.h. 85% derjenigen, die den Wunsch geäußert haben, sich zukünftig im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit ehrenamtlich zu engagieren, haben bis zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht am CV teilgenommen.⁶ Diese Berufseinsteiger würden sich demzufolge mit einer großen Wahrscheinlichkeit engagieren, wenn ihnen die Möglichkeit vom Arbeitgeber geschaffen werden würde.⁷ Diese Ergebnisse sprechen dafür, dass die geringe Quote der aktiven Teilnehmer am CV unter Berufseinsteigern mit akademischem Abschluss mit einer eher geringen Wahrscheinlichkeit auf ein Desinteresse der Hochschulabsolventen zurückzuführen ist, sondern eher auf ein fehlendes Angebot vom Arbeitgeber oder auf eine schlechte innerbetriebliche Kommunikation der Möglichkeit zum CV. Das fehlende Angebot könnte sich dabei entweder auf die gesamte Belegschaft beziehen oder nur auf die hier untersuchte Zielgruppe. Die Forschungsfrage 3 kann somit prinzipiell bejaht werden, auch wenn das CV nach den Ergebnissen der vorliegenden Studie kein Angebot darstellt, dass für Hochschulabsolventen in den

⁶ N=287 von N=337 Befragten

Die Differenz zu den N=344 Befragten kommt dadurch zustande, dass nicht alle Befragten, die sich positiv zu dem Wunsch nach CV geäußert haben, auch auf die Frage der Teilnahme am CV geantwortet haben.

⁷ Zu einem ähnlichen Ergebnis im Hinblick auf ein großes noch ungenutztes Engagementpotenzial kam auch die Studie der BRANDS&VALUES GMBH 2007: 10 ff.

ersten Jahren ihrer Berufstätigkeit von überdurchschnittlicher Relevanz ist. Bzgl. der Forschungsfrage 1 ist festzuhalten, dass mit nur 6% positiver Antworten das Ausmaß des Angebots von CV oder die Wahrnehmung desselben als gering einzustufen ist.⁸ Auch eine offizielle Verknüpfung mit der Personalentwicklung (Forschungsfrage 2) muss auf Basis der vorliegenden Auswertungsergebnisse, auch vor dem Hintergrund der offensichtlich geringen Bekanntheit dieser Verknüpfung, eher negiert werden. Diese Tatsache wundert nicht, wenn die bei den Befragten bekannten und vom Arbeitgeber angebotenen CV-Maßnahmen näher betrachtet werden. Denn abgesehen von der Gruppenaktion werden die CV-Aktivitäten, die gerne mit dem Erwerb von Kompetenzen und somit auch mit der Personalentwicklung in Zusammenhang gebracht werden wie das Sozialpraktikum, der Personaltausch, das Mentoring oder auch das Secondment⁹ (vgl. SCHÖFFMANN 2003: 113 ff), dem subjektiven Kenntnisstand der Befragten zufolge eher selten oder gar nicht vom Arbeitgeber angeboten.

Die Forschungsfrage 4 kann nur zu Teilen bejaht werden, zum einen nur in Bezug auf das zielgruppenspezifische Merkmal ‚Wahl des abgeschlossenen Studienfachs‘, zum anderen nur mit Einschränkung auf das Interesse am CV. So haben Hochschulabsolventen mit einem Abschluss im Studienfachbereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften oder im Bereich Regionalstudien eher ein Interesse am CV, Hochschulabsolventen mit einem Abschluss im Studienfachbereich Sprach- und Kulturwissenschaften oder Kunst und Kunstwissenschaft sogar eher weniger ein Interesse als Absolventen anderer Studienfachbereiche. Dass dieser Effekt für den Wunsch nach CV nachweisbar ist, jedoch nicht für die tatsächliche Teilnahme, könnte m.E. erneut ein Indiz dafür sein, dass eher der Arbeitgeber den restriktiven Faktor darstellt als der Wille des Mitarbeiters. Denn wie bereits erwähnt obliegt das Interesse am CV allein dem Mitarbeiter, während die tatsächliche Teilnahme auch von der Möglichkeit abhängt, die der Arbeitgeber in der Hinsicht überhaupt bietet.

Werden abschließend die Auswertungen zu den fünf Hypothesen betrachtet, so können die Hypothesen H1 und H5 uneingeschränkt bestätigt werden. Denn sowohl zwischen der Intensität des freigemeinnützigen Engagements und den beiden CV-Fragen als auch zwischen diesen und der Erwähnung freigemeinnützigen Engagements im Vorstellungsgespräch bestehen nachweislich positive Effekte. Für H5 könnte m.E. möglicherweise als Begründung fun-

⁸ Die einzelnen Formen des CV wurden bereits im Rahmen der Ergebnisvorstellung dargestellt.

⁹ Das Secondment wurde im Fragebogen mit folgender Formulierung umschrieben: ‚Der Arbeitgeber zahlt ihren Lohn fort, während Sie längerfristig in einer gemeinnützigen Einrichtung arbeiten‘.

gieren, dass für Arbeitgeber, die im Vorstellungsgespräch nach freigemeinnützigem Engagement fragen, dieses Engagement einen höheren Stellenwert hat und somit das CV möglicherweise eher von ihnen angeboten wird. Als weitere Erklärung könnte dienen, dass diese Arbeitgeber auch eher Hochschulabsolventen einstellen, die eine Affinität zu freigemeinnütziger Tätigkeit signalisieren, was einen Selektionsprozess auslöst. Oder die Mitarbeiter fühlen sich aufgrund der Ansprache im Vorstellungsgespräch später unterschwellig zum Interesse an CV genötigt, was sie zu einer Teilnahme am CV oder auch zu einer Signalisierung von Interesse am CV in der Befragung bewegt hat.

Die Hypothesen H2 und H3 werden hingegen auf Basis der Auswertungsergebnisse unterstützt, nicht jedoch uneingeschränkt bestätigt. Denn es zeichnen sich jeweils nur positive Effekte zwischen der Teilnahme am CV und den beiden Variablen ‚Ausmaß der freien Arbeitszeitgestaltung‘ und ‚Ausmaß der Zufriedenheit mit der derzeitigen beruflichen Situation‘ ab, nicht aber zwischen diesen und dem Interesse am CV. Dieser zweite positive Effekt wäre m.E. allerdings für die uneingeschränkte Bestätigung der beiden Hypothesen von Nöten, um eine Ergebnisverfälschung durch die Abhängigkeit von der vom Arbeitgeber eröffneten Möglichkeit zum CV auszuschließen. Zudem ist zu erwähnen, dass die Effekte in diesen beiden Fällen nur schwach ausgeprägt sind. In Bezug auf das Ergebnis zu H2 ist interessanterweise festzustellen, dass gerade die CV-Maßnahmen, die in der Befragung mitunter am häufigsten angegeben wurden wie der Aktionstag oder die Freistellung, häufig vom Arbeitgeber gerade durch eine freie resp. flexible Arbeitszeitgestaltung unterstützt werden. Die Freistellung stellt im Endeffekt sogar einen Ausdruck flexibler Arbeitszeitgestaltung dar. Dies könnte ein weiterer Grund für den positiven, wenn auch nur schwachen Effekt sein, der aber nicht generalisierbar ist. H4 wird hingegen nicht unterstützt. Wenn ein positiver Effekt zwischen den Fragen zum CV und der Zufriedenheit mit dem derzeitigen beruflichen Tätigkeitsfeld (H4) bestanden hätte, so hätte dieses Ergebnis m.E. das Auftreten des positiven Effekts bei H3 indirekt bestärken können, da ein Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit mit dem derzeitigen Tätigkeitsfeld und der Zufriedenheit mit der derzeitigen beruflichen Situation hätte unterstellt werden können. Die Tatsache, dass dies nicht eingetreten ist, unterstützt m.E. demzufolge weiterhin die Einschränkung von H3. Umgekehrt hätte ein nachweisbarer negativer Effekt bei H3 m.E. bspw. auf einen Substitutionseffekt in der Form hindeuten können, dass eine Teilnahme am CV eine Unzufriedenheit beim Mitarbeiter mit dem derzeitigen Tätigkeitsfeld ausgleichen könnte. Dies ist aber auch nicht der Fall.

Einschränkung der Ergebnisinterpretation und weiterer Forschungsbedarf

Wie in jeder Studie ist auch die vorliegende Auswertung mit einigen Einschränkungen konfrontiert. Befragungen zum CV unterliegen, wie auch Befragungen zur CSR oder zum CC, einer möglichen Verzerrung der Ergebnisse aufgrund der sozialen Erwünschtheit des Untersuchungsgegenstandes (vgl. bspw. BOOTH ET AL. 2009: 243; KAMLAGE ET AL 2013: 7). Dies könnte auch in der hier vorgestellten Befragung zu einer künstlichen Inflation der Interessenbekundung am CV geführt haben. Ein weiteres und ebenfalls für die vorliegende Auswertung relevantes Problem liegt in der fehlenden Möglichkeit einer Kausalitätsprüfung der Zusammenhänge (vgl. bspw. BOOTH ET AL. 2009: 243; VELEVA et al. 2012: 123 f, 138; KAPSALIS 1999: 17). Dieses Problem kann jedoch für die vorliegende Studie zu großen Teilen entschärft werden. Bei den Effekten der Studienfachbereiche liegt das Problem umgekehrter Kausalität bspw. gar nicht vor, und für die Hypothesen H1 und H5 trifft es aufgrund der vorwiegend retrospektiven Sicht auf das freigemeinnützige Engagement ebenfalls nicht zu. Lediglich bei H2 und H3 ist das beschriebene Problem nicht auszuschließen, wobei beide Hypothesen auch nur eingeschränkt bestätigt werden. Darüber hinaus ist bei H2 zu bedenken, dass die beiden Fragen absolut unabhängig voneinander in der Absolventenbefragung gestellt wurden. Die Wahrscheinlichkeit, dass somit die Befragten bei der Frage nach dem Ausmaß der derzeitigen freien Arbeitszeitgestaltung an das CV gedacht haben, ohne dass ein jeglicher Bezug zum CV zu diesem Zeitpunkt im Fragebogen absehbar gewesen ist, ist m.E. sehr gering.¹⁰ Die Frage nach der Zufriedenheit mit der derzeitigen beruflichen Situation (H3) wurde hingegen erst nach den Fragen zum CV im Fragebogen gestellt und lässt somit die Möglichkeit einer umgekehrten Kausalität zu.

Um die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zu bestätigen oder zu entkräften, müsste weitere Forschung folgen. Hierfür würde sich bspw. eine Untersuchung der Folgejahre im Rahmen der Absolventenstudien anbieten, auf denen aufbauend Trendaussagen getätigt werden könnten. Des Weiteren könnten ähnlichen Befragungen im Rahmen der Absolventenstudien an anderen Hochschulen in Nordrhein-Westfalen oder in anderen Regionen Deutschlands durchgeführt werden, um mögliche regionale Unterschiede ausfindig zu machen oder um die Möglichkeit zu eröffnen, die Ergebnisse auf die Bundesebene zu generalisieren. Eine mögliche Anschlussforschung könnte auch in Bezug auf Einzelaspekte interessant sein, bspw. die Untersuchung einzelner Sektoren oder Tätigkeitsfelder und ihrer Verknüpfung mit der Teil-

¹⁰ Die umgekehrte Kausalität würde sich so begründen lassen, dass Mitarbeitern von ihrem Arbeitgeber mehr Freiheit in der Arbeitszeitgestaltung gegeben werden würde, weil sie am CV teilnehmen.

nahme am oder dem Interesse an betrieblichem Freiwilligenengagement von Hochschulabsolventen in der ersten Zeit ihrer Berufstätigkeit.

Zusammenfassung

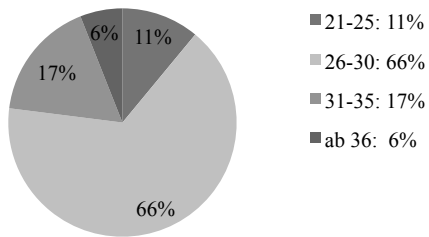
Inwieweit ist das CV für Hochschulabsolventen in der ersten Zeit ihrer beruflichen Tätigkeit von Relevanz? Gibt es spezifische Zielgruppenmerkmale, die einen Einfluss auf das Interesse oder die Teilnahme am CV haben? Inwieweit bedingen freigemeinnütziges Engagement oder die Zufriedenheit mit der derzeitigen beruflichen Situation die Wahrscheinlichkeit einer Teilnahme am CV? Mit diesen und ähnlichen Fragen befasste sich der vorliegende Artikel auf Grundlage der Daten aus den Absolventenstudien der Universität zu Köln aus dem Jahr 2011/12. Die Ergebnisse lassen u.a. darauf schließen, dass das CV ein Angebot darstellt, das für junge Berufseinsteiger mit akademischem Abschluss zwar von prinzipiellem Interesse, aber nicht von überdurchschnittlicher Relevanz ist. Im Vergleich zwischen der aktiven Teilnahme am und dem Wunsch nach CV konnte ein ungenutztes Engagementpotenzial von 85% identifiziert werden. Dabei scheint die Wahl bestimmter Studienfächer einen Einfluss auf das Interesse am CV zu haben. Zudem konnten im Besonderen positive Effekte sowohl zwischen der Intensität des freigemeinnützigen Engagements als auch zwischen der Erwähnung desselben im Vorstellungsgespräch und der Wahrscheinlichkeit einer Teilnahme am CV festgestellt werden.

Diese Untersuchung sollte einen Beitrag dazu leisten, eine zumindest kleine Lücke in der noch defizitären CV-Forschung in Deutschland zu schließen. Dabei wurde sich einer Zielgruppe zugewandt, die in dieser Konstellation bis zum heutigen Tag noch nicht in der nationalen wie internationalen CV-Forschung untersucht wurde. Weitere Forschungen, die an die hier vorliegenden Ergebnisse anknüpfen, sind zu begrüßen.

Sandra Schöneborn (Dipl.-Hdl.)
Wissenschaftliche Mitarbeiterin am
ProfessionalCenter der Universität zu Köln

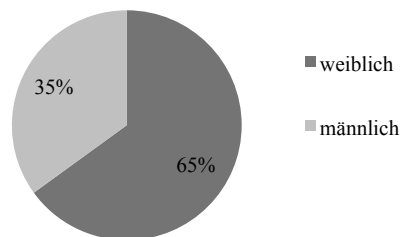
Anhang

Alter



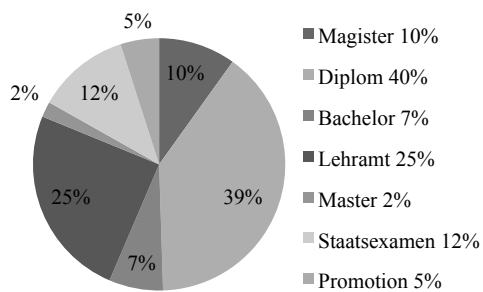
N=1023

Geschlecht



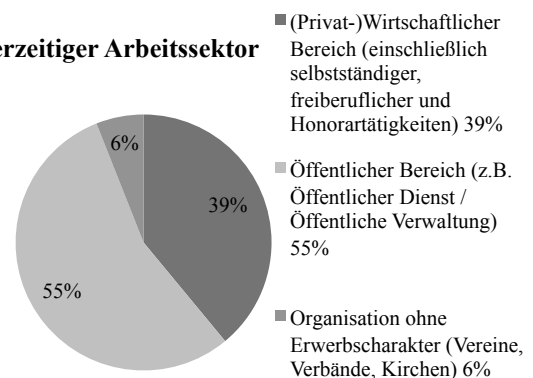
N=1023

Studienabschluss



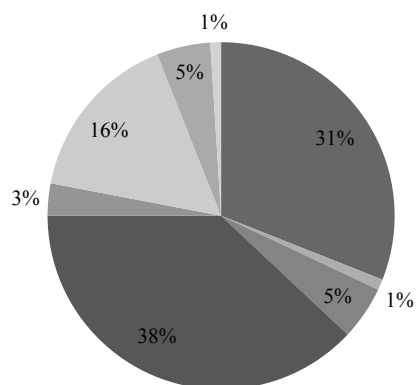
N=1015

Derzeitiger Arbeitssektor



N=917

Studienfachbereich



N=1023

- Sprach- & Kulturwissenschaften 31%
- Medienwissenschaft 1%
- Sonderpädagogik 5%
- Rechts-, Wirtschafts- & Sozialwissenschaften 38%
- Regionalstudien/-wissenschaften 3%
- Mathematik/Naturwissenschaften 16%
- Humanmedizin/Gesundheitswissenschaften 5%
- Kunst/Kunstwissenschaft 1%

Derzeitige hauptsächlichen Tätigkeit

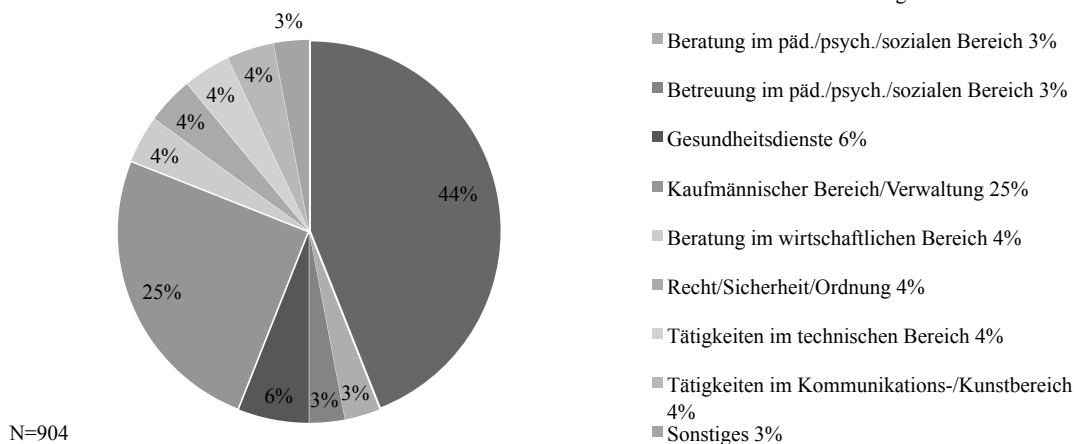


Tabelle 1: Stichprobencharakteristika

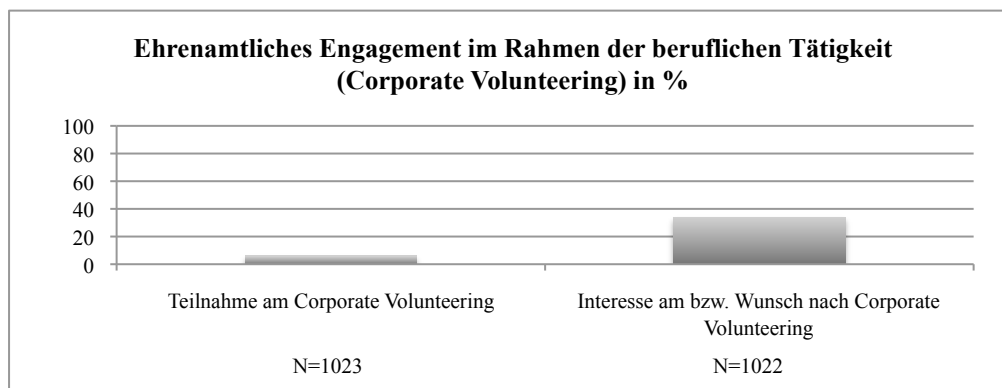


Tabelle 2: Teilnahme am und Wunsch nach dem CV im Vergleich

Wie fördert Ihr Arbeitgeber ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter? * N=41. Es waren Mehrfachnennungen möglich.	Gültige Prozepte
Die firmeneigene Infrastruktur, z.B. PC, Firmenwagen, wird zur Verfügung gestellt.	24%
Innerbetriebliche Ansprechpartner für bürgerschaftliches Engagement beraten die Mitarbeiter bei Bedarf.	27%
Der Arbeitgeber leistet Geld- oder Sachspenden an die Gemeinwohlorganisation, für die Sie sich einsetzen.	37%
Der Arbeitgeber veranstaltet Freiwilligentage oder Gruppenaktionen, wie z.B. Volunteer Day, Day of Caring, Days of Serving (ca. 1 Tag).	44%
Der Arbeitgeber gibt Ihnen die Möglichkeit, bezahlten Urlaub für ein gemeinnütziges Projekt zu nehmen (ca. 3 Tage).	29%
Der Arbeitgeber bietet den MitarbeiterInnen an, sich in einem Mentorenprogramm zu engagieren.	24%
Der Arbeitgeber lässt Sie eine unternehmenstypische Dienstleistung für ein Non-Profit Unternehmen kostenfrei durchzuführen.	20%
Der Arbeitgeber ermöglicht es, in der Arbeitszeit ein Sozialpraktikum in einer sozialen Einrichtung zu absolvieren (ca. 1 Woche).	2%
Der Arbeitgeber ermöglicht einen kurzfristigen Arbeitsplatztausch mit einem/r Mitarbeiter/in einer sozialen Einrichtung.	0%
Der Arbeitgeber zahlt ihren Lohn fort, während Sie längerfristig in einer gemeinnützigen Einrichtung arbeiten.	7%
Sonstiges	7%

Tabelle 3: Angebotene bzw. dem Befragten bekannte CV-Maßnahmen

	Sprach- & Kulturwissenschaften	Rechts-, Wirtschafts- & Sozialwissenschaften	Regionalstudien/-wissenschaften	Kunst/Kunstwissenschaft
Wunsch nach zukünftigem ehrenamtlichen Engagement im Rahmen der beruflichen Tätigkeit (Corporate Volunteering)	- 0,118**	0,144**	0,063*	- 0,066*

Anmerkungen: Korrelation nach Pearson; N=1.022; ** p <= 0,01; * p <= 0,05

Tabelle 4: Korrelationen: Studienfachbereiche und Wunsch nach CV

	Intensität des freigemeinnützigen Engagements	Ansprache im Vorstellungsgespräch	Möglichkeit zur freien Gestaltung der Arbeitszeit	Zufriedenheit mit der beruflichen Situation
Ehrenamtliches Engagement im Rahmen der beruflichen Tätigkeit (Corporate Volunteering)	0,221**	0,177**	0,064*	0,078*
Wunsch nach zukünftigem ehrenamtlichen Engagement im Rahmen der beruflichen Tätigkeit (Corporate Volunteering)	0,231**	0,192**	- 0,051	- 0,034

Anmerkungen: Korrelation nach Spearman außer bei Variable ‚Ansprache im Vorstellungsgespräch‘, dort nach Pearson; N=908-995; ** p <= 0,01; * p <= 0,05

Tabelle 5: Korrelationen zur Hypothesenüberprüfung

	Nie engagiert	Ein wenig engagiert	Engagiert	Sehr engagiert
Ehrenamtliches Engagement im Rahmen der beruflichen Tätigkeit (Corporate Volunteering) N=56	9%	23%	30%	38%
Wunsch nach zukünftigem ehrenamtlichen Engagement im Rahmen der beruflichen Tätigkeit (Corporate Volunteering) N=334	29%	26%	30%	15%

Tabelle 6: Intensität des freigemeinnützigen Engagements

Literatur

- BERTELSMANN STIFTUNG (Hrsg.) (2006): Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Detailauswertung. Dokumentation der Ergebnisse einer Unternehmensbefragung der Bertelsmann Stiftung. Gütersloh 2006.
- BLOHM, G. (2010): Psychological Aspects of Corporate Volunteering / Psychologische Wirkfaktoren von Corporate Volunteering. München 2010.
- BOOTH, J. E. / PARK, K. W. / GLOMB, T. M. (2009): Employer-Supported Volunteering Benefits: Gift exchange among employers, employees and volunteer organizations. In: Human Resource Management, Vol. 48, No. 2, pp. 227-249.
- BRAUN, S. (2010): Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland. Zwischen Tradition und Innovation. In: BMFSFJ - BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (Hrsg.): Monitor Engagement. Ausgabe Nr. 3. 1. Aufl., Berlin 2010, <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Monitor-Engagement-Nr.3.property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>, download am 19.06.2014.
- BRAUN, S. (2010a): Zwischen nationalen Traditionen und globalen Herausforderungen: Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in der sozialen Marktwirtschaft der Bundesrepublik Deutschland. In: BRAUN, S. (Hrsg.): Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Der deutsche Weg im internationalen Kontext. 1. Aufl., Wiesbaden 2010, S. 85-105.
- BRAUN, S. / BACKHAUS-MAUL, H. (2010): Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland. Eine sozialwissenschaftliche Sekundäranalyse. 1. Aufl., Wiesbaden 2010.
- BRANDS&VALUES GMBH (Hrsg.) (2007): Hand in Hand. ‚Corporate Volunteering‘ als Instrument der Organisationsentwicklung in Deutschland. Bremen 2007.
- DEUTSCHER BUNDESTAG (Hrsg.) (2012): Erster Engagementbericht – Für eine Kultur der Mitverantwortung. Bericht der Sachverständigenkommission und Stellungnahme der Bundesregierung. 17. Wahlperiode, Drucksache 17/10580, Berlin, <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Engagement/Pdf-Anlagen/engagementbericht-langfassung.property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>, download am 19.06.2014.
- FORSA – GESELLSCHAFT FÜR SOZIALFORSCHUNG UND STATISTISCHE ANALYSEN MBH (Hrsg.) (2005): ‚Corporate Social Responsibility‘ in Deutschland. Berlin 2005, http://www.sr.din.de/sixcms_upload/media/2090/Umfrageergebnisse_CSR.pdf, download am 19.06.2014.

- GENTILE, G.-C. (2012): Corporate Volunteering und seine Facetten. In: WEHNER, T. / GENTILE, G.-C. (Hrsg.): Corporate Volunteering. Unternehmen im Spannungsfeld von Effizienz und Ethik. Wiesbaden 2012, S. 55-64.
- GENTILE, G.-C. (2009): Corporate Volunteering als Ausdruck gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen. Eine explorative Untersuchung zur Ausgestaltung von Corporate Volunteering aus organisationspsychologischer/-soziologischer Perspektive. Zürich 2009.
- GENTILE, G.-C. / LORENZ, C. (2012): Schweizer Unternehmen als gute Bürger – Eine Tradition im Wandel der Zeit. In: WEHNER, T. / GENTILE, G.-C. (Hrsg.): Corporate Volunteering. Unternehmen im Spannungsfeld von Effizienz und Ethik. Wiesbaden 2012, S. 79-89.
- GENTILE, G.-C. / LORENZ, C. / WEHNER, T. (2011): Introduction: A humanistic stance towards CV – taking a critical perspective on the role of business in society. In: International Journal of Business Environment, Vol. 4, No. 2, pp. 107-120.
- KAMLAGE, J.-H. / WINKLER, N. / MEWES, J. / GRUNDER, I. (2013): Corporate Volunteering: Engagement in Bremer Unternehmen. Analyse freiwilliger Tageseinsätze aus Sicht der MitarbeiterInnen am Beispiel des Bremer Day of Caring 2009. Bremen 2013, http://www.awapp.uni-bremen.de/wp-content/uploads/2013/03/corporate-volunteering-engagement-in-bremer-unternehmen_2013.pdf, download am 22.06.2014.
- KAPSALIS, C. (1999): Employer Support for Employee Voluntarism. In: Human Resources and Skills Development Canada, MPRA Paper No. 26141, http://mpra.ub.uni-muenchen.de/26141/1/MPRA_paper_26141.pdf, download am 22.06.2014.
- LORENZ, C. / GENTILE, G.-C. / WEHNER, T. (2011): How, why, and to what end? Corporate volunteering as corporate social performance. In: International Journal of Business Environment, Vol. 4, No. 2, pp. 183-205.
- LUNAU, Y. / WETTSTEIN, F. (2004): Die soziale Verantwortung der Wirtschaft. Was Bürger von Unternehmen erwarten. Bern/Stuttgart/Wien 2004.
- MAAB, F. (2009): Kooperative Ansätze im Corporate Citizenship. Erfolgsfaktoren gemeinschaftlichen Bürgerengagements von Unternehmen im deutschen Mittelstand. 1. Aufl., München/Mering 2009.
- MAAB, F. / CLEMENS, R. (2002): Corporate Citizenship: Das Unternehmen als ‚guter Bürger‘. In: INSTITUT FÜR MITTELSTANDSFORSCHUNG (Hrsg.): Schriften zur Mittelstandsforschung Nr. 94 NF. 1. Aufl., Wiesbaden 2002.

- MACPHAIL, F. / BOWLES, P. (2009): Corporate Social Responsibility as Support for Employee Volunteers: Impacts, Gender Puzzles and Policy Implications in Canada. In: *Journal of Business Ethics*, Vol. 84, Issue 3, pp. 405-416.
- MUTZ, G. (2008): Corporate Volunteering I. In: HABISCH, A. / SCHMIDPETER, R. / NEUREITER, M. (Hrsg.): *Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager*. Berlin/Heidelberg 2008, S. 241-249.
- PETERSON, D. K. (2004): Benefits of participation in corporate volunteer programs: employees' perceptions. In: *Personnel Review*, Vol. 33, Issue 6, pp. 615-627.
- POLTERAUER, J. (2010): Unternehmensengagement als ‚Corporate Citizen‘. Zum Stand der empirischen Corporate Citizenship-Forschung in Deutschland. In: BACKHAUS-MAUL, H. / BIEDERMANN, C. / NÄHRLICH, S. / POLTERAUER, J. (Hrsg.): *Corporate Citizenship in Deutschland. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven*. 2. Aufl., Wiesbaden 2010, S. 203-239.
- RUDOLPH, B. (2004): Neue Kooperationsbeziehungen zwischen dem Dritten und dem Ersten Sektor – Wege zu nachhaltigen zivilgesellschaftlichen Partnerschaften? In: BIRKHÖLZER, K. / KISTLER, E. / MUTZ, G. (Hrsg.): *Der Dritte Sektor. Partner für Wirtschaft und Arbeitsmarkt*. 1. Aufl., Wiesbaden 2004, S. 35-97.
- RUNTE, M. / BASIL, D. Z. / RUNTE, R. (2010): Corporate Support for Employee Volunteerism Within Canada: A Cross-Cultural Perspective. In: *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, Vol. 22, Issue 4, pp. 247-263.
- SCHÖFFMANN, D. (2003): Do it yourself. Anregungen für interessierte Unternehmen. In: SCHÖFFMANN, D. (Hrsg.): *Wenn alle gewinnen. Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen*. 2. Aufl., Hamburg 2003, S. 105-146.
- SEITZ, B. (2002): Corporate Citizenship: Zwischen Idee und Geschäft. In: WIELAND, J. / CONRADI, W. (Hrsg.): *Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement – unternehmerischer Nutzen*. Marburg 2002, S. 23-195.
- SPRAUL, K. (2010): Social Movements Producing Social Capital: The Case of Corporate Volunteering. Fifth Organization Studies Workshop "Social Movements, Civil Societies and Corporations", 26-28 May, Margaux, Frankreich 2010.
- VELEVA, V. / PARKER, S. / LEE, A. / PINNEY, C. (2012): Measuring the Business Impacts of Community Involvement: The Case of Employee Volunteering at UL. In: *Business and Society Review*, Vol. 1117, Issue 1, pp. 123-142.

WEGNER, M. (2007): Das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen in Baden-Württemberg – Ergebnisse einer repräsentativen Studie und weiterführende Deutungen. In: Wirtschaftspsychologie, Jg. 9, Heft 1, S. 48-57.