



Hamburger Unternehmerintag 2005

Gesellschaftliche Verantwortung und persönliches Wachstum
durch ehrenamtliches Engagement

mit

Hannelore Scheele, Käthe Ahlmann Stiftung

Annemarie Dose, Hamburger Tafel e.V.

Elke Overdick, Overdick Coaching und Training (Moderation)

Prof. Dr. h.c. Christa Randzio-Plath, Marie-Schlei-Verein e.V.

Ines Kitzing, Baustoffzentrum Hass + Hatje

Frage: Wie haben Sie Ihre Projekte aufgezogen? Wie sind Sie herangegangen?

Annemarie Dose sagt, sie sei ganz naiv an die Hamburger Tafel herangegangen. Sie wäre auf der Suche nach einer sinnvollen Betätigung gewesen, hätte damals ungefähr zeitgleich von einer Tafel in den USA und in Berlin erfahren, und gewußt, dass sie so etwas auch machen möchte. Daraufhin hätte sie beide Einrichtungen besucht und dann viele Kontakte in Hamburg gemacht, u.a. zu Hinz und Kunzt und die haben gesagt: Du musst eine Pressekonferenz machen, und ab dann war der Damm gebrochen. Es gab von Anfang an viel Zuspruch. Aber ohne die Naivität, wenn sie damals gewusst hätte, was auf sie zukam, hätte sie sich vielleicht nicht mehr getraut, die Hamburger Tafel zu machen.

Für Prof. Dr. Christa Randzio-Plath ist ihrer Tätigkeit für den Marie-Schlei-Verein die ideale Synergie zwischen ihrem Interesse für internationale Zusammenarbeit und den vielen Kontakten aus der langjährigen internationalen Tätigkeit. Wichtig für eine ehrenamtliche, soziale Tätigkeit sei das Herzblut.

Hannelore Scheele hat in der Käthe Almann Stiftung einen Bereich gefunden, in dem Sie ihr unternehmerisches Know-how an jüngere Frauen weitergeben kann. Zunächst war geplant, das Mentoringprogramm unter dem Dach des VdU Verbandes deutscher Unternehmerinnen anzubieten. Das ging aus vereinsrechtlichen Gründen nicht. Deshalb wurde die Stiftung gegründet. Bis 2004 wurde die Käthe Almann Stiftung durch das Land NRW gefördert. Das Stiftungskapital haben 18 Unternehmerinnen gestiftet.

Ines Kitzing engagiert sich projektbezogen. Zuletzt hat sie sich für die Austragung der Landesgartenschau Schleswig-Holsteins in Ellerhoop stark gemacht und die Bewerbung in einem kleinen Projektteam mit drei Personen vorangetrieben. In der Bewerbungsphase ging es vor allem darum, Kontakte zu knüpfen.

Frage: Wie kann die Finanzierung sozialer Projekte gelingen?

Tenor 1: Die Deutschen geben gerne, wenn Sie wissen wofür. Geld zu bekommen ist kein Problem, wenn man die Menschen direkt anspricht und ihnen deutlich macht: Ich habe das und

das vor und brauche Dein Geld da und da für. Man darf sich nur nicht scheuen, die Spendendose rumzureichen.

Tenor 2: Es gibt Projekte, mit denen es leichter ist, Spenden zu akquirieren und Projekte, mit denen es schwieriger ist. Leichter haben es Projekte mit lokalem Bezug. Da kann man hingehen und zusehen, wie ein Projekt Nutzen bringt. Schwierig ist das Spendenmarketing für Projekte der internationalen Solidarität. Da ist die Rechenschaft schwieriger zu leisten. Mit Kindern lassen sich vergleichsweise einfach Gelder sammeln. Aber die Kinderpatenschaften helfen kaum, weil der Familienzusammenhalt daran nicht wächst. Frauen, die erwiesenermaßen zur Stabilisierung von Familien und Gesellschaften beitragen, sind jedoch ein schwieriges Spendenthema. Der Zusammenhang, dass die Unterstützung eines Frauenprojekts in einem Dritte-Welt-Land etwa über den Marie-Schlei-Verein sich positiv auswirkt auf die Entspannung im Nord-Süd-Gefälle und damit letztendlich friedensstiftend ist, ist nicht so leicht erfahrbar wie beispielsweise die Linderung von Hunger in Hamburg durch die Hamburger Tafel.

Tenor 3: Empfehlungsschreiben können manchmal bei der Kontaktaufnahme zu wichtigen Stellen helfen – der persönliche Kontakt ist aber immer besser.

Tenor 4: Es gibt viele Menschen, die gerne bei einer sinnvollen Aufgabe mitmachen. Aber nur die wenigsten sind gerne Zugpferd.

Frage: Warum sollte eine Unternehmerin sich ehrenamtlich/sozial engagieren?

Tenor 1: In der demokratischen Zivilgesellschaft hat jeder die Verpflichtung, einen politischen Beitrag zu leisten. Man kann nicht alles dem Staat überlassen, jeder ist gefordert. Niemand kann aber überall zugleich sein. Bei der Auswahl geeigneter Projekte ist es deshalb sinnvoll für eine Unternehmerin, darauf zu achten,

- dass sie beim Projekt mit Herzblut dabei ist,
- dass das Projekt gut zum Unternehmen passt (z.B. positive Effekte für die Kunden hat) und
- dass es PR-mäßig etwas bringt.

Tenor 2: Wer Erfolg haben will im Ehrenamt, muss egoistisch sein. Man braucht den Erfolg, sonst macht man das Projekt nicht lange.

Tenor 3: Die Kontakte, die man knüpft, können einem persönlich, aber auch dem Unternehmen sehr viel geben.

Konkret zum Mentoring: Auch die Mentorin lernt ungeheuer viel von den jungen Unternehmerinnen. Im Grunde ist das Mentoring ein Geben und Nehmen. Und die gestandenen Unternehmerinnen sind oft ganz erstaunt, zu erfahren, was sie alles weiterzugeben haben.

Frage: Wie kann man sich einbringen?

Tenor 1: Das hängt von den eigenen Interessen, Vorlieben und Fähigkeiten ab.

Tenor 2: Geldspenden sind wohl fast immer willkommen. Oft auch Sachspenden.

Beispiel: Eine der Teilnehmerinnen bot den anwesenden Referentinnen spontan an, bei einem ihrer kommenden Projekte bei der Grafik zu helfen.