



Wettbewerbsbeitrag

Unternehmen:  
Adam Opel GmbH, Rüsselsheim / Standort Bochum

[www.opel.de](http://www.opel.de)

Partner:  
Stiftung Bürger für Bürger, Berlin

**1. Titel / Kurzbezeichnung des Engagements**

General Motors Volunteer Plus International (GMVPI)

**2. Ziele**

Förderung des gesellschaftlich/bürgerschaftlichen Engagements von Mitarbeitern der General Motors Corporation und ihrer Tochterunternehmen weltweit

**3. Charakter**

Mit 50 Stunden bürgerschaftlichem Engagement können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Adam Opel GmbH und ihrer Tochtergesellschaften 250 US-Dollar für jene gemeinnützige Organisation verdienen, für die das Engagement erbracht wurde. Mit dem Programm "General Motors Volunteer Plus International" soll das bürgerschaftliche Engagement von Mitarbeitern zu Gunsten von Benachteiligten und Unterprivilegierten gefördert werden. Die Förderung darf nur als gemeinnützig anerkannten Organisationen zugute kommen, die sich für Behinderte, Obdachlose, Sozialhilfeempfänger, benachteiligte Kinder und Jugendliche etc. einsetzen.

Die Fördermittel kommen von der General Motors Foundation in Detroit/USA, die weltweit mit der Non-Profit-Organisation United Way International (UWI) zusammenarbeitet. UWI kann entsprechende Zahlungen an seinen deutschen Partner, die Stiftung Bürger für Bürger, vornehmen. Diese wiederum leitet das Geld nach Antragsprüfung an die lokalen Organisationen weiter.

**4. Ressourcen**

Kompetenz und Engagement der Mitarbeiter wird mit Spende an entsprechende Organisationen gefördert/anerkannt

**5. Partner**

Wie beschrieben unterstützt die Stiftung Bürger für Bürger das Programm administrativ und als neutrale Prüfinstitution.

**6. Beteiligte aus dem Unternehmen**

Das Programm steht in Deutschland allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Adam Opel GmbH und ihrer Tochtergesellschaften offen. Intern hat die Mitarbeiterzeitung bereits mehrfach berichtet. Der Anreiz für die Mitarbeiter besteht darin, dass ihr in der Freizeit erbrachtes Engagement durch eine entsprechende Geldzuwendung an die Organisation, für die sich der/die Mitarbeiter/in eingesetzt hat, zusätzlich belohnt wird.

## 7. Bedeutung des Engagements für das Unternehmen

Für die Adam Opel GmbH genauso wie für die General Motors Corporation hat gesellschaftliches Engagement Tradition. Viele einzelne Aktionen z.B. gegen Fremdenhass und Ausgrenzung (Möln) aber auch spontane Aktionen ("Eine Stunde für die Flutopfer") stehen für dieses Engagement.

## 8. Motivation

GMVPI läuft in den USA seit 1999. Aufgrund der großen Resonanz dort wurde es Zug um Zug auf weitere Länder ausgedehnt.

## 9. Wirkung

1. Aktive Unterstützung für gemeinnützige Organisationen
2. Anerkennung von uneigennützigem, bürgerschaftlichen Engagement
3. Förderung der Identifikation mit dem Unternehmen

## 10. Dauerhaftigkeit

Das Engagement ist

längerfristig bzw. unbefristet angelegt.

## 11. Verhältnis zum Kerngeschäft und der Kernkompetenz

Indirekt: Mobilität ist ein gesellschaftliches Grundbedürfnis und einer der entscheidenden sozio-ökonomischen Entwicklungsfaktoren. Demnach sind Anbieter von Mobilität besonders tief in der Gesellschaft verankert.

## 12. Veröffentlichte Informationen zum Engagement

[http://www.gm.com/company/gmability/community/vol\\_plus/volunteer\\_testimonials.html](http://www.gm.com/company/gmability/community/vol_plus/volunteer_testimonials.html)