



Geschäftsbericht 2007

 PERFORMANCE

 LEISTUNG

 FÖRDERUNG

Die Kräfte gemeinsam bündeln



Bettina Ferdman Guerrier,
Gründerin und
General-Direktorin

Im Jahr 2007 hat Philiat seine vermittelnden und verkaufsfördernden Aktivitäten fortgesetzt und dabei über ihren Auftrag nachgedacht, nämlich die Zielvorstellungen zu verfeinern, um im Dienste ihrer Mitglieder und Partner aus nächster Nähe zur Marktentwicklung beisteuern zu können. Unsere Erfolge dürfen uns keineswegs diese konstanten Fragestellungen vergessen lassen, sei es bei unserem Angebot wie auch bei der notwendigen Organisation für dessen Verbesserung. Die Gesellschaft verändert sich rasch, ihre Ansprüche ebenfalls.

Nehmen wir die nachhaltige Entwicklung: Seit zwei oder drei Jahren wird sie beinahe täglich im Zusammenhang mit dem Klimawandel und den sich häufenden Katastrophen zitiert. Dies ist zweifelsfrei notwendig. Aber Philiat muss einen Weg finden, daran zu erinnern, dass der Umweltschutz lediglich EINE der drei Säulen dieser nachhaltigen Entwicklung ist, und dass es auch die wirtschaftliche und soziale Dimension zu integrieren gilt.

Als Expertin des sozialen Bereichs muss Philiat die Rolle ihren Partnern gegenüber wahrnehmen, die alle sehr bestrebt sind, sich mit dringenden Massnahmen gegen die Klimaerwärmung zu engagieren. Wie kann diesem Wunsch Rechnung getragen und dabei unseren Partnern in Erinnerung gerufen werden, nicht zu vergessen, dass wir gemeinsam am Aufbau einer Gesellschaft arbeiten müssen, deren wirtschaftlicher Aufschwung sowohl Respekt vor

der Natur wie auch vor allen Individuen bedingt? Diese Grundsatzfragen stellen wir uns ebenso wie Sie sich diese als Mitglieder und Partner von Philiat zweifelsfrei stellen werden. Weder Philiat noch Sie kennen die allgemein gültige Antwort darauf. Folgen Sie Philiat auf ihrem überzeugenden Weg, um diese Aufgabe der Citizenship und gesellschaftlichen Verantwortung, die wir uns gestellt haben, zu erfüllen, nämlich Austausch, Zusammenarbeit und Bündelung unserer Kräfte, an welchem Ende der Kette wir auch sind.

Ein Dankeschön an alle, die dies schon seit Jahren begriffen haben, ein Willkommen an alle, die sich uns anschliessen oder sich uns in den nächsten Monaten anschliessen werden.

Wie kann die soziale Dimension der nachhaltigen Entwicklung in unsere Strategie integriert werden?

Welchen Grad an Mitarbeit möchten wir mit unseren Partnerinnen und Partnern erreichen?

Wie kann die Wirkung der Partnerschaft in den Unternehmungen gemessen werden?

«Citizenship und gesellschaftliche Verantwortung: Austausch, Zusammenarbeit und Bündelung unserer Kräfte, an welchem Ende der Kette wir auch sind.»

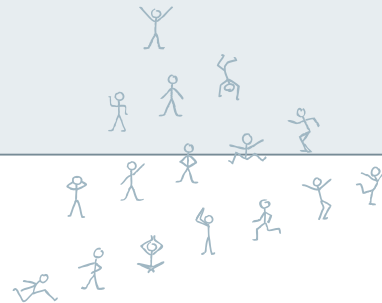


Begegnungen an der Humagora 2007, Genf

Eine positive Dynamik

Im Jahr 2007 hat Philiat einen Umsatz von über einer Million erreicht, wenig mehr als im vorherigen Jahr. Diese Progression ist ein gutes Vorzeichen, da sie uns erlaubt, die Schulden nach und nach zu reduzieren. Zudem kann sich Philiat auf ein erneuertes Team stützen, um die Herausforderungen anzunehmen, die sie bei ihrer Aufgabe gegenüber den Unternehmen bezüglich gesellschaftlicher Verantwortung erwarten.

Philippe Nordmann, Präsident von Philiat



Sich besser kennen und verstehen lernen



Am 20. November 2007 hat die Stiftung Philias in Genf zum zweiten Mal das Forum Humagora organisiert. Mit Erfolg, denn 28 Unternehmen und ebenso viele Organisationen haben ihre bereits bestehende oder sich in Entwicklung befindende Partnerschaften doppelt so vielen Leuten wie im vergangenen Jahr, nämlich 250 Personen, Ausstellenden, Besucherinnen und Besuchern, vorstellen können.

„Nachhaltiges Wachstum sowie die Entwicklung unserer Gesellschaften können nur durch Unternehmerinnen und Unternehmer erreicht werden, die dieses Vermächtnis verantwortungsvoll und sorgfältig nächsten Generationen hinterlassen. Um dies zu erreichen, müssen sich die Akteure begegnen.“: Treffender hätte Patrick Odier, Managing Partner von Lombard Odier Darier Hentsch & Cie, die Existenzberechtigung der Humagora, diesem einzigartigen Forum, wo Leute aus Welten, die, oft ohne sich wirklich zu kennen, miteinander in Kontakt kommen, kaum definieren können.

Missverständnisse zerstreuen

Zu Beginn dieser Agora Citizenship ist Philias tatsächlich oft Missverständnissen und fehlendem Verständnis zwischen dem Privatsektor, der auf Leistung ausgerichtet ist, und gemeinnützigen Organisationen, begegnet. Beide Seiten missverstehen das Funktionieren und den Einsatz des Gegenübers und haben eine beschränkte Sichtweise.

Die Unternehmen, die sorgsam darauf bedacht sind, Sozial- oder Umwelt-Projekte zu unterstützen, vermögen nicht immer die Komplexität der Vereinswelt zu erfassen. Diese haben ihrerseits Mühe, die täglichen Zwänge und Leistungsansprüche zu verstehen, oder misstrauen dem Einfluss, den diese Unternehmen auf ihr Funktionieren haben könnten. Daher kommt das Interesse für eine Plattform wie Humagora, die in Partnerschaft mit der Privatbank Lombard Odier Darier Hentsch & Cie, der MCI Gruppe und der Zeitschrift BILANZ organisiert wurde und Begegnungen ermöglicht, ohne die jede Form von Partnerschaft, die über eine finanzielle Unterstützung hinausgeht, schwieriger wäre. Dank der Beila-



Laetitia Gill, Membership Director, Philias
Céline de Wurstemberger, Verantwortliche
Community Investment, Philias
Sébastien Miazza, Pro Natura Genf



François Longchamp,
Regierungsrat, verantwortlich
für Sozial- und Arbeitsmarktpolitik

ge „Charity“ unserer Presse-Partnerin, bietet Philias den Teilnehmenden eine ganzjährige Visibilität, die allen ermöglicht, Projekte und deren Akteure kennenzulernen. Wir wünschen uns, dass diese Beilage der jährliche unentbehrliche Führer der Sozialpartnerschaft in der Schweiz wird.

Die vorgestellten Projekte wurden von einer Jury, bestehend aus sechs Experten aus dem privaten, dem öffentlichen- und dem Vereins-Sektor, nach folgenden vier Kriterien ausgewählt: Die Zweckmässigkeit der gedeckten Bedürfnisse, ihre Wirkung auf die Gemeinschaft, die Relevanz der Vorteile für die NGO und das Unternehmen, und schliesslich ihre Realisierbarkeit. Diese können durch folgende Massnahmen durchgeführt werden: Einbringen von Wissen, Finanzhilfe oder Naturalspende. Manchmal ist es das Unternehmen, das die Initiative seiner Mitarbeitenden unterstützt: Durch das Organisieren eines Tages für die Gemeinschaft oder die Bereitstellung einer Partner-Spende (bei welchem das Unternehmen den von den Angestellten gespendeten Beitrag verdoppelt), etc.

Der Erfolg der Workshops

Der Preis HUMAGORA 2007 wurde an British American Tobacco Switzerland (BAT) und der Caritas Waadt für die Qualität ihrer Partnerschaft zur sozialen und beruflichen Wiedereingliederung junger Erwachsener mit Schwierigkeiten überreicht.

Besonders erwähnenswert ist der Erfolg des interaktiven Workshops, der von Laetitia Gill, Membership Director des Netzwerks Philias, animiert worden ist und auf die Sensibilisierung der Organisationen für eine Annäherung an Unternehmen gerichtet ist.

„Die kurze Zeit, die ich an der Humagora verbringen durfte, hat mir ermöglicht, sehr interessante Projekte und Partnerschaften zu entdecken und Kontakte mit äusserst wertvollen Menschen zu knüpfen“, folgerte ein Teilnehmer anlässlich der Auswertung des Tages.

Die Wirksamkeit des Netzwerks optimieren

Im Jahr 2007 haben sich zwei Unternehmen dem Netzwerk Philius angeschlossen: Die MCI Gruppe und die Merrill Lynch Bank (Suisse) SA, womit dieses nun 24 Mitglieder zählt. Dies ist eine grosse Befriedigung und ein Ansporn für uns. Befriedigung, weil all diese Unternehmen damit die Notwendigkeit unserer Arbeit anerkennen. Ansporn, weil diese Beitritte nicht nur einfach ein Ziel an sich sein sollen, sondern ein Potenzial an Austausch und Teilen von „Best Practice“ unter den Mitgliedern darstellen.

Das bedeutet für Philius, nicht auf gut gemachtem Weg Halt zu machen, sondern Wege zu finden, um die Unternehmen immer mehr zusammenzuschliessen; um den Dialog mit der gesamten Gesellschaft weiterzuführen, Katalysator für Initiativen und Projekte zu sein, um intern wie extern eine positive Dynamik zu unterhalten. Im Jahr 2007 hat sich unsere Bestreben darauf konzentriert, um diese ins Zentrum unserer Aktion im Jahr 2008 zu setzen. Dies ist eine grosse Herausforderung, die wir gerne annehmen.

Geteilte Werte

Um gut zu funktionieren, muss ein reales oder virtuelles Netzwerk aus einem einfachen und klaren Modell ohne unnütze Formalitäten geschaffen sein. Das Wichtigste ist aber, dass es sich auf starke und geteilte Werte abstützen kann. Auf diese Weise arbeiten heute viele Individuen, Vereinigungen wie Philius und Unternehmen. Diese zeigen uns täglich, wie wir wirkungsvoller und leistungsfähiger zusammenarbeiten und interagieren können. Diese Netzwerke sind die Modelle der Zukunft.

*Dominique Freymond
Einer der fünf Gründungsmitglieder und
Animatoren des Club des Quatre Saisons
www.clubdesquatresaisons.ch*

Charta des Unternehmensnetzwerks

Das Philius Netzwerk vereint Schweizer Unternehmen aus allen Wirtschaftsbereichen. Die Mitglieder des Netzwerks sind sich sowohl ihrer Rolle in der Gesellschaft als auch der Notwendigkeit bewusst, sich im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung zu engagieren. Sie verpflichten sich:

- ethische und soziale Werte in der Wirtschaft zu fördern
- die drei Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung (die wirtschaftliche, die soziale und die Umweltdimension) in die Entscheidungsprozesse des Unternehmens zu integrieren
- offen zu sein für den Dialog mit den Stakeholdern
- die Reflexion, die Forschung und die Bildung im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung zu fördern
- Programme zu unterstützen, die dazu beitragen, die Situation des Einzelnen in der Gemeinschaft zu verbessern
- ihr Engagement im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung und die praktische Umsetzung offen zu kommunizieren
- über ihre während des Jahres realisierten Aktivitäten zu informieren und Ziele für die Zukunft zu formulieren

November 2006

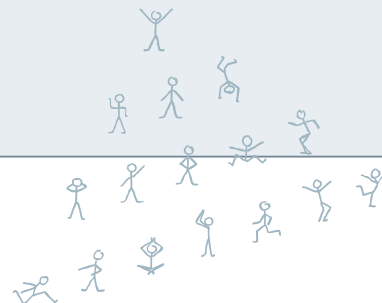
philius
BUSINESS & SOCIETY

Das Mitglieder-Netzwerk von Philius am 31. Dezember 2007

- Centre Info SA
- Diageo Suisse SA
- Firmenich SA
- Ethos Stiftung
- BCV Gruppe
- Holcim (Schweiz) AG
- KPMG Schweiz
- Lombard Odier Darier Hentsch & Cie
- Manor AG
- Manpower AG
- MCI Group
- Merrill Lynch Bank (Suisse) SA
- Microsoft Schweiz GmbH
- Nestlé SA
- Novartis Consumer Health SA
- Orange Communications SA
- PRO entreprise sociale privée
- Randstad (Schweiz) AG
- Rentes Genevoises
- Swiss Re
- Syngenta International AG
- Union Bancaire Privée
- Zurich Financial Services



Im Jahr 2006 haben die ersten Freiwilligentage der HSBC in der Schweiz in Partnerschaft mit verschiedenen Vereinigungen, die sich mit benachteiligten Kindern und der Umwelt befassen, darunter der WWF, stattgefunden. Im Jahr 2007 haben wir mit dem WWF vier verschiedene Projekte durchgeführt: Der von Patinnen und Paten unterstützte Sponsorenlauf, welcher zum Ziel hatte, Mittel für ein Projekt gegen die Klimaerwärmung zu sammeln, eine Stand-Aktion in den „Rues-Basses“ von Genf um die Bevölkerung für dieselbe Problematik zu sensibilisieren. Die beiden anderen Projekte befassten sich mit der Renaturierung eines didaktischen Gartens des WWF, sowie der Beobachtung des biologischen Zustands eines Flusses.



Die Wirkung messen um Leistung anzustreben

Am 24. April 2007 hat Philiias erstmalig in der Schweiz das Evaluations-Modell der London Benchmarking Group (LBG) vorgestellt, ein Instrument, das den Unternehmen ermöglicht, die Wirkung ihres Engagements sowohl in der Gemeinschaft wie auch bei sich selbst zu messen.

Seit rund zehn Jahren möchten sich immer mehr Unternehmen auf andere Weise in die Gemeinschaften, in denen sie arbeiten, investieren. Von reiner Philantropie, diskretem Mäzenentums möchte man in aller Öffentlichkeit zu gesellschaftlicher Verantwortung durch den Abschluss von langfristigen Partnerschaften übergehen. Das Engagement wird vielfältiger, bindet die Mitarbeitenden mit ein und wird professionalisiert. Es wird ein wirklicher Austausch angestrebt, der beide Parteien bereichert.

Während zehn Jahren hat Philiias die Weiterentwicklung der Beziehung zwischen den Unternehmen und den Vereinigungen messen können. Diese haben begonnen sich zu verstehen, seit sie dieselbe Sprache sprechen, nämlich jene der Effizienz. Philiias steht dem Spender bei der Professionalisierung seiner Hilfe bezüglich Strukturierung seiner Aktivität eben-

so zur Seite, wie dem Empfänger, der sich dazu verpflichtet, die Wirksamkeit seiner Aktion darzulegen. Die Anforderung an Resultate wird zu einem immer stärker geteilten Ziel. Um diese intern wie auch in der Gemeinschaft zu messen, braucht es leistungsfähige Instrumente.

Wie zum Zeitpunkt der Organisation, kann Philiias ihr Sachwissen bei der Auswertung einbringen, um ihren Mitgliedern die bestehenden Analyse-Raster vorzustellen, wie jenes der LBG, ein englisches Modell, das 1994 erstellt wurde und auf einfachste Weise den Unternehmen erlaubt, die Auswirkung ihres Engagements zu evaluieren und somit ihre Investitionen zu rechtfertigen. Das Vorstellen dieses Instruments stand im Zentrum der Philiias-Jahreskonferenz 2007, die von Swiss Re unterstützt worden ist.



David Logan, Co-chair
Corporate Citizenship,
London

Deutschschweizer Premiere

Im Jahr 2007 hat Philiias den „Philiias CSR Award“ in der Deutschschweiz organisiert. Zwei Studenten der Universität Zürich, Leonie Radtke und Marc Grasser, haben am 24. April anlässlich der Jahreskonferenz den Preis für ihre Analyse eines konkreten Projektes für gesellschaftliche Verantwortung in der Manor Gruppe, erarbeitet unter der Leitung von Herrn Professor Dr. Andreas Scherer, erhalten.

In Partnerschaft mit Lombard Odier Darier Hentsch & Cie hat Philiias im Jahr 2004 den „Philiias CSR Award“ lanciert, um junge Leute mittels einer konkreten Erfahrung für gesellschaftliche Verantwortung in Unternehmen zu sensibilisieren. Dieser richtet sich an Studierende im letzten Studienjahr, die damit die Gelegenheit erhalten, ihre praktische Ausbildung zu vertiefen. Die besten Forschungsarbeiten werden von einer multidisziplinären Jury beurteilt und mit einem Aufenthalt in einer europäischen Stadt belohnt. Dort wird zudem der Besuch eines Partners von Philiias und eines führenden Unternehmens in gesellschaftlicher Verantwortung für die Preisträger organisiert. Die Preisträger 2007 sind im Laufe des Jahres nach London gereist.

Die Jury, präsiert von Stefan Eiselin (Tages Anzeiger), setzt sich aus Vertretern der Privatwirtschaft, der akademischen Welt und der Zivilgesellschaft zusammen. Sie hat Leonie Radtke und Marc Grasser für die Originalität und die Qualität ihrer Arbeit und für deren Überzeugungsfähigkeit gewählt.

philiias '07
CSR AWARD



Cesar De Brito, Lombard Odier Darier Hentsch & Cie
David Halley, Business in the Community
Leonie Radtke, Preisträgerin 2007
Marc Grasser, Preisträger 2007
Bettina Ferdman Guerrier, Philiias

Der Austausch: Zentraler Punkt der Partnerschaft

Die HSBC Private Bank (Suisse) SA will sich ab 2008 dem Philiass Netzwerk anschliessen. Ihr CEO, Peter Braunwalder, möchte weiterhin von Philiass' Sachwissen Nutzen ziehen und hofft, dass die HSBC auf diese Weise ihre Erfahrung mit andern am Netzwerk beteiligten Unternehmen austauschen kann.



Peter Braunwalder,
CEO, HSBC
Private Bank (Suisse) SA

Weshalb diese Wahl einer Partnerschaft anstelle einer einfachen finanziellen Unterstützung?

Das Engagement von Mitarbeitenden in Gemeinschaften, in denen wir arbeiten, hat Tradition bei der HSBC-Gruppe – unsere englischen Kolleginnen und Kollegen üben diese seit langem aus. Die HSBC Private Bank (Suisse) SA hat 2006 beschlossen, über eine finanzielle Unterstützung hinauszugehen und ihre Mitarbeitende in einer Partnervereinigung einzubinden. Mit einem ersten Ziel, in sinnvolle Projekte mit konkretem Nutzen, für sie wie für uns, zu investieren. HSBC bietet freiwilligen Mitarbeitern die Möglichkeit, während des Arbeitstages ihre Zeit und/oder ihr Können in den Dienst einer Aktion zu stellen. Zudem möchten wir sie mit diesen Aktivitäten während und nach der Veranstaltung motivieren, indem wir ihnen vorschlagen, als Projektleiter am Tag des Events teilzunehmen oder ihr Interesse für ein persönliches Engagement anregen.

Ist diese Art von Initiative heute für ein Unternehmen wichtig?

Wir stellen eine reelle Erwartung seitens der Angestellten in Bezug auf eine Stellungnahme und ein philanthropisches Engagement ihres Arbeitgebers fest. Zudem ist die Definition einer Strategie bezüglich nachhaltiger Entwicklung der Schlüssel zu nachhaltigem Wachstum in grossen Unternehmen. In der HSBC-Gruppe gehen wir davon aus, dass der Finanzsektor die Gelegenheit zu einer Vorrangstellung im Bezug auf zahlreiche Sozial- und Umwelt-Projekte hat, besonders hinsichtlich der Klimaveränderung.

Handelt es sich dabei um einen Ansatz zur Weiterbildung für die Mitarbeitenden?

Man kann immer einen Nutzen aus der Freiwilligenarbeit ziehen. Ob man Jugendliche mit Schwierigkeiten trifft, sich einer anderen sozialen Realität oder dem Zustand unseres Planeten bewusst wird. Und nach den Grundsätzen von „Öffnung und Teilen“ handeln zu können, sind äusserst wichtige Werte für eine derart internationale Bank wie die HSBC.

Melden sich viele dafür an?

Über 250 Personen haben an beiden ersten Veranstaltungen teilgenommen, was ein grosser Erfolg ist, sowohl seitens Philiass wie auch seitens unserer Erwartungen auf Direktionsebene oder der positiven Rückmeldung der Vereinigungen und des Personals.

Ist die soziale Partnerschaft ein wahrhafter Austausch, d.h. eine Bereicherung für beide Parteien?

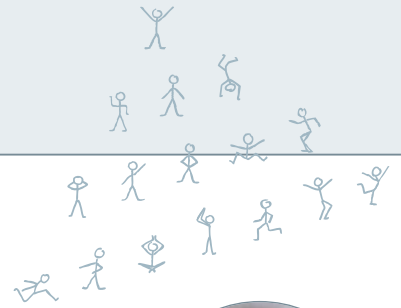
Der Austausch, die Partnerschaft. Dies sind die zentralen Punkte dieser Vorgehensweise. Austausch zwischen unseren Projektleitern und den Vereinigungen, dank der Brücke, die Philiass geschaffen hat, Austausch zwischen unseren Mitarbeitenden vor Ort am Tag des Programmes. Dieses Unternehmens-Ehrenamtlichkeit ermöglicht auch eine Weiterentwicklung in Richtung nachhaltigerer Partnerschaften, sowohl zwischen Kolleginnen und Kollegen verschiedener Abteilungen als auch in der Beziehung mit den Partnervereinigungen.

Philiass, Expertein des Sozialen Dialogs

Bestimmte Unternehmen oder Gemeinschaften möchten einen Dialog schaffen oder verstärken, den sie mit allen Personen und Organisationen, die Einfluss auf ihre Funktionsweise haben, führen. Als Vermittlerin erleichtert Philiass den Dialog zwischen den „Stakeholdern“ und ermöglicht somit den Kunden, Medien, Behörden, Partnern usw. sich frei über die Aktivität des Unternehmens auszudrücken und Kritik anzubringen und/oder Verbesserungsvorschläge einzubringen. Folglich kann das Unternehmen diese bezüglich seiner Strategie in seine Zielvorstellungen integrieren. Unser Team sammelt diese Informationen und begleitet das Unternehmen beim Verfassen seines Sozialberichts.

Im Jahr 2007 hat Philiass die Weiterentwicklung der Umsetzung des Engagements von British American Tobacco Switzerland (BAT) im Laufe des ersten Zyklus dieses Sozialberichts über die Jahre 2005/06 mitverfolgt. Das Unternehmen hat konkrete Massnahmen für die elf Bereiche, in denen es sich engagiert hat, ergriffen. Im Rahmen des zweiten Zyklus des Sozialberichts hat Philiass mit diesem Unternehmen bei der Auswahl und Einladung der „Stakeholder“, sowie bei der Moderation der Sitzungen zusammengearbeitet.

Zudem hat Philiass die Zusammenarbeit mit dem Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (EBGB) weiterverfolgt und einen Beitrag an die Sensibilisierungskampagne für die Human Resources-Abteilungen geleistet, welche die Notwendigkeit der Integration behinderter Menschen in der Rekrutierungspolitik thematisiert.



Bis zum Ende des Vorhabens gehen

Seit 42 Jahren beherbergt das Heim „Arabelle“ in Genf in seinen 17 Zimmern Frauen und deren Kinder, die Opfer von Gewalt wurden oder sich in sehr schwierigen Situationen befinden. Dieses Heim hat eine Besonderheit: Es hat eine Krippe, wo die jungen Bewohnerinnen und Bewohner mit Kindern aus dem Quartier zusammenkommen. Die Direktorin, Françoise Huttenmoser, erklärt, weshalb das Heim seit mehreren Jahren mit Philiass zusammenarbeitet.



Françoise Huttenmoser
Direktorin
des „Foyer Arabelle“

Was bedeutet diese Teilnahme am Philiass-Netzwerk für Sie?

Einer mittelgrossen Vereinigung wie wir, die nicht über einen Verantwortlichen verfügt, der für die partnerschaftliche Zusammenarbeit zuständig ist, erleichtert Philiass den Kontakt zu Unternehmen, zu denen wir sonst keinen Zugang hätten. Dies ist ein unentbehrliches verbindendes Element.

Was bedeutet das konkret?

„Arabelle“ kann von Zeit zu Zeit auf die Präsenz, Energie und Ideen von auswärtigen Leuten anlässlich deren Freiwilligentage zählen.

Welche Vorteile sehen sie in einer solchen Partnerschaft?

Die Anerkennung unserer Tätigkeit und der Situation der Frauen, die wir beherbergen. Vor allem ist es aber ein Austausch zwischen zwei Gruppen von Menschen, die sich sonst nicht begegnen würden. Ich sehe darin auch eine Anregung durch einen Blick von Aussen.

Ist ein Tag pro Jahr ausreichend um wirklich miteinander in Kontakt zu treten?

Diese Tage sind oft der Ausgangspunkt um sich ken-

nenzulernen und andere Formen der Zusammenarbeit und einen gegenseitigen Beitrag in Betracht zu ziehen. Sie ermöglichen uns auch unser Freiwilligen-Netz zu erweitern. An solchen Tagen erleben wir eindrückliche Momente, es gibt wirklich ein „davor“ und ein „danach“.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Ich möchte die Veranstaltungen und Begegnungen zwischen diesen zwei Welten diversifizieren und auch die Idee eines gegenseitigen Austausches konkretisieren. Wir könnten beispielsweise die Frage „Gewalt in der Ehe“ in den Unternehmen thematisieren, eine Problematik die jede und jeden Einzelnen betreffen kann.

Mit welchem Ziel?

Wenn wir miteinander Zeit verbringen, ändert das die Sichtweise einander gegenüber. Wenn wir die Partnerschaft langfristig nutzen könnten und damit z.B. erreichen könnten, dass ein Unternehmen 25 % seiner Praktikumsplätze für Bewohnerinnen von „Arabelle“ reserviert, würden wir Partner in der beruflichen Wiedereingliederung werden und das wäre wirklich wunderbar!

Mit Philiass, sich engagieren wird zu einem entscheidenden Pluspunkt

Philiass begleitet die Unternehmen, die sich in einem Partnerschafts-Vorhaben engagieren möchten. Damit dieses für alle Parteien erfolgreich sein kann, ist eine vorgängige Analyse notwendig, um die Bedürfnisse der lokalen Gemeinschaft einerseits und die Prioritäten und Erwartungen des Unternehmens andererseits zu definieren. Bei der Synthese, die auch den Interessen und Fähigkeiten der Mitarbeitenden Rechnung trägt, wandelt unser Team die in den Dienst der Gemeinschaft gestellte Investition, wie das Mäzenatentum, in einen entscheidenden Pluspunkt für das Unternehmen um.

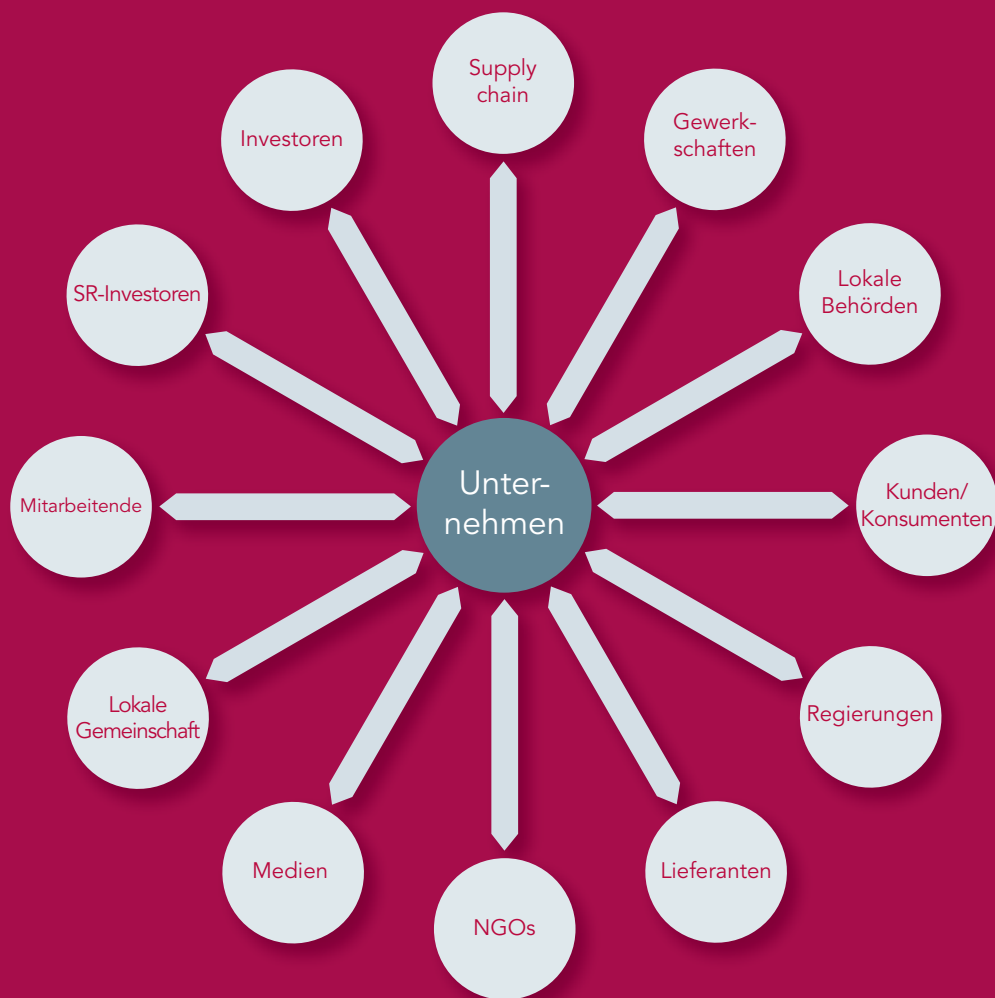
Sind die passenden Partner ausgewählt, unterstützt Philiass die Durchführung und auch die Evaluation des Projektes.

Auf diese Weise hat sich Philiass im Jahr 2007 an 80 Projekten impliziert, an denen 641 freiwillige Mitarbeitende für 78 Vereinigungen aus den verschiedensten Bereichen und allen Landesteilen der Schweiz teilgenommen haben: Von der Medienausbildung gemeinnütziger Organisationen zusammen mit Edipresse, über die Organisation eines Fussballturniers für 120 an Diabetes erkrankten Kindern aus vier verschiedenen Ländern, gemeinsam mit Medtronic, Beratung für soziale Investitionen für Siemens, Zusammenarbeit mit Julius Baer bis zu Unternehmens-Freiwilligentagen – bei Novartis, Firmenich, SIG, KPMG und HSBC Private Bank (Suisse) SA – Tage, an denen die Mitarbeitenden mit zahlreichen Begünstigten von Vereinigungen in Kontakt kamen.

Mitarbeitende von Firmenich streichen die Lokale des „Foyer Arabelle“ frisch



Das gesellschaftlich verantwortliche Unternehmen



Clos de la Fonderie 17 • CH-1227 Carouge - Genf
Tel. +41 (0)22 308 46 50 • Fax +41 (0)22 308 46 56

www.philias.org