

Kerstin Albrecht und Sandra Oppikofer

Das Projekt «more...»

Wohlbefinden und soziale Kompetenz durch Freiwilligentätigkeit

Universität Zürich
Zentrum für Gerontologie

Zürcher Schriften zur Gerontologie
Nr. 1 • 2004

ISSN 1660-7651

Inhalt

1	EINLEITUNG	5
2	AUSGANGSLAGE UND PROJEKTBSCHRIEB	7
2.1	ORGANISATION UND AUFBAU	7
2.2	ZIELSETZUNGEN	7
2.2.1	<i>Wissenschaftliche Ziele</i>	8
2.2.2	<i>Unternehmerische Ziele</i>	8
2.2.3	<i>Gesellschaftliche Ziele</i>	8
3	THEORETISCHER HINTERGRUND	9
3.1	DIE ENTWICKLUNG DES ALTERNS IN DER GESELLSCHAFT	9
3.2	KOGNITIVE BEEINTRÄCHTIGUNG UND DEMENZ	10
3.2.1	<i>Diagnostik</i>	10
3.2.2	<i>Epidemiologie</i>	11
3.2.3	<i>Ätiologie</i>	12
3.2.4	<i>Verlauf und Mortalität</i>	12
3.3	SOZIALE NETZWERKE UND SOZIALE UNTERSTÜTZUNG KOGNITIV BEEINTRÄCHTIGTER ÄLTERER MENSCHEN	13
3.3.1	<i>Soziale Netzwerke älterer Menschen</i>	13
3.3.2	<i>Netzwerkorientierte Interventionen</i>	14
3.3.3	<i>Soziale Unterstützung im Alter</i>	15
3.3.4	<i>Erhaltene versus wahrgenommene Unterstützung</i>	15
3.3.5	<i>Auswirkungen sozialer Unterstützung im Alter</i>	16
3.3.6	<i>Soziale Unterstützung und Betreuung zuhause lebender, kognitiv beeinträchtigter älterer Menschen</i>	16
3.4	SOZIALE BEZIEHUNGEN	16
3.5	LEBENSQUALITÄT UND WOHLBEFINDEN	18
3.5.1	<i>Lebensqualität</i>	18
3.5.2	<i>Wohlbefinden</i>	19
3.5.3	<i>Wohlbefinden im Alter und soziale Aktivität</i>	20
3.5.4	<i>Lebensqualität und Wohlbefinden im Alter bei kognitiver Beeinträchtigung</i>	21
3.6	ARBEIT MIT FREIWILLIGEN	22
3.6.1	<i>Die Freiwilligentätigkeit</i>	23
3.6.2	<i>Freiwilligentätigkeit mit Betagten</i>	23
3.6.3	<i>Potential heutiger Freiwilliger</i>	24

3.6.4	<i>Rekrutierung Freiwilliger</i>	24
3.6.5	<i>Einführung und Selektion der Freiwilligen</i>	25
3.6.6	<i>Ausbildung Freiwilliger</i>	26
3.6.7	<i>Supervision und Weiterbildung Freiwilliger</i>	26
3.7	FREIWILLIGENTÄTIGKEIT IN UNTERNEHMEN.....	27
3.7.1	<i>Corporate Citizenship</i>	27
3.7.2	<i>Corporate Volunteering</i>	28
3.7.3	<i>Nutzen und Kosten aus der Sicht der Beteiligten</i>	30
3.7.4	<i>Erfolgreiche Praxis und Verbreitung des Corporate Volunteering</i>	32
3.8	DIE MENSCHLICHE SUCHE NACH SINN.....	32
3.8.1	<i>Die Psychologie des Lebenssinns</i>	33
3.8.2	<i>Implizite Theorien des Lebenssinns</i>	33
3.8.3	<i>Lebenssinn und Wohlbefinden</i>	33
3.8.4	<i>Sinnfindung durch Freiwilligentätigkeit bei kognitiv beeinträchtigten alten Menschen</i>	34
3.9	SOZIALE KOMPETENZ IM UNTERNEHMEN	34
3.9.1	<i>Soziale Kompetenz als berufliche Anforderung</i>	35
3.9.2	<i>Messung sozialer Kompetenz</i>	35
3.9.3	<i>Soziale Kompetenz und Corporate Volunteering</i>	36
3.9.4	<i>Freiwilligentätigkeit als Trainingsfeld für soziale Kompetenz</i>	36
3.10	VERÄNDERUNGEN IM VERHALTEN, DEN EINSTELLUNGEN UND DEM WERTESYSTEM	37
4	FRAGESTELLUNG UND HYPOTHESEN	39
4.1	DER EFFEKT REGELMÄSSIGER BESUCHE AUF DIE BESUCHTEN.....	39
4.1.1	<i>Replikation der Käferberg-Besucherstudie</i>	39
4.1.2	<i>Effekte auf Aktivität und Autonomie</i>	39
4.1.3	<i>Effekte auf die Depressivität</i>	40
4.1.4	<i>Wahrgenommene Kontakthäufigkeit</i>	40
4.2	DER EFFEKT REGELMÄSSIGER BESUCHE AUF DIE BESUCHER	40
4.2.1	<i>Lebenszufriedenheit und Wohlbefinden</i>	40
4.2.2	<i>Soziale Kompetenz</i>	42
4.2.3	<i>Identifikation mit dem Unternehmen und Einstellung zum Arbeitgeber</i>	42
5	METHODIK	43
5.1	WISSENSCHAFTLICHE FUNDIERUNG UND OPERATIONALISIERBARKEIT	43
5.1.1	<i>Experimentelle Forschung</i>	43
5.1.2	<i>Längsschnittstudie</i>	43

5.1.3	<i>Cover Storys</i>	44
5.2	ERHEBUNGSMETHODEN.....	44
5.2.1	<i>Fragebogenverfahren</i>	44
5.2.2	<i>Interviews</i>	44
5.2.3	<i>Projektive Verfahren</i>	45
5.3	BESUCHTENBEFRAGUNG.....	45
5.3.1	<i>Erhebungsbogen</i>	46
5.3.2	<i>Instrumente der Besuchtenbefragung</i>	46
5.3.3	<i>Projektives Verfahren: Baum-Test</i>	50
5.3.4	<i>Fremdbeurteilung: Spitex-Befragung</i>	51
5.4	BESUCHERBEFRAGUNG.....	54
5.4.1	<i>Fragebogenerhebung zur Besucher-Selbstbeurteilung</i>	55
	<i>Besuchsrapport</i>	61
5.4.4	<i>Instrumente der Fremdbeurteilung: Partnerbefragung</i>	62
6	UNTERSUCHUNGSDESIGN	64
6.1	UNTERSUCHUNGSABLAUF.....	65
6.1.1	<i>Phase 1: Organisation und Rekrutierung</i>	66
6.1.2	<i>Phase 2: Information und Schulung</i>	67
6.1.3	<i>Phase 3: Erste Datenerhebung</i>	68
6.1.4	<i>Phase 4 und 5: Durchführung der Besuche</i>	69
6.2	GRUNDGESAMTHEIT UND STICHPROBE.....	70
6.2.1	<i>Stichprobe der Besuchten</i>	70
6.2.2	<i>Stichprobe der Besucher</i>	71
7	ERGEBNISSE	74
7.1	DER EFFEKT REGELMÄSSIGER BESUCHE AUF DIE BESUCHTEN.....	74
7.1.1	<i>Hypothese 1a: Besuchseffekte auf die Lebensqualität</i>	74
7.1.2	<i>Hypothese 1b: Besuchseffekte auf das allgemeine Wohlbefinden</i>	76
7.1.3	<i>Hypothese 2: Besuchseffekte auf Aktivität und Autonomie</i>	80
7.1.4	<i>Frage 1: Besuchseffekte auf den physischen und psychischen Gesundheits-zustand</i>	81
7.1.5	<i>Hypothese 3: Besuchseffekte auf die subjektiv wahrgenommene Kontakt-häufigkeit</i>	82
7.1.6	<i>Hypothese 4: Einfluss der bisherigen Kontakthäufigkeit auf die Besuchs-effekte</i>	83
7.1.7	<i>Hypothese 5: Zusammenhang zwischen den Besuchseffekten auf die Besuchten und die Besucher</i>	85
7.1.8	<i>Analyse offener Fragen</i>	86

7.1.9	<i>Der Baum-Test</i>	87
7.2	DER EFFEKT REGELMÄSSIGER BESUCHE AUF DIE BESUCHER	89
7.2.1	<i>Hypothese 6: Besuchseffekte auf das Wohlbefinden der Besucher</i>	89
7.2.2	<i>Frage 2: Soziodemographische Einflüsse</i>	91
7.2.3	<i>Hypothese 7: Besuchseffekte auf die soziale Kompetenz der Besucher</i>	92
7.2.4	<i>Frage 3: Soziodemographische Einflüsse</i>	93
7.2.4	<i>Hypothese 8: Besuchseffekte auf die soziale Unterstützung der Besucher</i>	95
7.2.5	<i>Hypothese 9: Besuchseffekte auf die Einstellung zum Arbeitgeber</i>	96
7.2.6	<i>Hypothese 10: Besuchseffekte auf die Identifikation mit dem Unternehmen</i>	97
7.3	BESUCHSBERICHTE	97
7.3.1	<i>Frage 4: Motive der Besucher</i>	99
7.4	GELERNTES UND ERHALTENE LEBENSHILFE DANK DER BESUCHE	100
8	DISKUSSION	102
8.1	EFFEKTE AUF DIE BESUCHTEN.....	102
8.1.1	<i>Lebensqualität und allgemeines Wohlbefinden</i>	102
8.1.2	<i>Psychische und physische Gesundheit</i>	105
8.1.3	<i>Wahrgenommene Kontakthäufigkeit und Einsamkeit</i>	105
8.1.4	<i>Der Einfluss der Kontakthäufigkeit auf den Besuchseffekt</i>	106
8.1.5	<i>Qualitative Datenanalyse</i>	106
8.1.6	<i>Vergleich zwischen Fremd- und Selbstbeurteilung</i>	107
8.2	EFFEKTE AUF DIE BESUCHER	107
8.2.1	<i>Allgemeines Wohlbefinden und Lebenszufriedenheit</i>	108
8.2.2	<i>Soziale Kompetenz</i>	109
8.2.3	<i>Identifikation mit dem Unternehmen und Einstellung zum Arbeitgeber</i>	110
8.2.4	<i>Soziale Unterstützung</i>	110
8.2.5	<i>Durch die Besuche Gelerntes und erhaltene Lebenshilfe</i>	110
8.2.6	<i>Motive für Freiwilligentätigkeit</i>	111
8.2.7	<i>Besuchsberichte</i>	112
8.3	ZUSAMMENHANG ZWISCHEN DEN BESUCHSEFFekten AUF DIE BESUCHER UND DIE BESUCHTEN	113
8.4	METHODISCHES VORGEHEN UND UNTERSUCHUNGSDESIGN	113
8.4.1	<i>Äussere Einflüsse</i>	113
8.4.2	<i>Validitäts- und Reliabilitätsprobleme in der experimentellen Forschung</i>	114
8.4.3	<i>Messinstrumente</i>	116
8.4.4	<i>Statistische Messgrössen und Verfahren</i>	117

9 ERKENNTNISSE UND AUSBLICK	119
9.1 FAZIT ZUM PROJEKT „MORE...“	119
9.2 IMPLIKATIONEN FÜR FREIWILLIGENPROJEKTE	120
9.2.1 <i>Rekrutierung Freiwilliger</i>	120
9.2.2 <i>Selektion Freiwilliger</i>	121
9.2.3 <i>Ausbildung, Begleitung und Weiterbildung Freiwilliger</i>	121
9.2.4 <i>Fazit</i>	122
9.3 CORPORATE VOLUNTEERING ZUR PERSONALENTWICKLUNG.....	123
9.3.1 <i>Unterstützung und Anerkennung der Freiwilligentätigkeit von Mitarbeitern</i>	123
9.3.2 <i>Flexible Einsatzmöglichkeiten</i>	124
9.3.3 <i>Transfer erworbener Ressourcen</i>	124
9.3.4 <i>Gezielter Einsatz in Freiwilligenprojekten</i>	125
10 LITERATUR	127

1 Einleitung

"A civilization flourishes when people plant trees under which they will never sit." – GREEK PROVERB

Soziale Verantwortung

Viele Menschen unserer Industriegesellschaft fühlen sich im Erwerbsleben und in der nachberuflichen Lebensphase nur einseitig ausgelastet und suchen einen Ausgleich oder eine zusätzliche, sinnstiftende Herausforderung (Auhagen, 2000; Wong & Fry, 1998). Darüber hinaus ist deutlich eine Tendenz spürbar, sich vermehrt für eine bessere moralische, soziale und politische Umwelt zu engagieren. Unternehmen als Ganzes, aber auch Einzelpersonen suchen nach Wirkungsfeldern zur Übernahme sozialer Verantwortung in unserer Gesellschaft (Thoits & Hewitt, 2001).

Der gegenwärtige Übergang von der arbeitsteiligen Industriegesellschaft hin zu einer globalen Informations- und Wissensgesellschaft ist ein zentraler Auslöser gesellschaftlichen Wandels. Die zunehmende Flexibilisierung und Individualisierung der Lebensverhältnisse beeinträchtigt die sozialen Strukturen. Um diesem Trend entgegenzusteuern, ist ein Wandlungsprozess im Sinne einer innovativen Verbindung von Staat, freiem Markt und Selbstorganisation erforderlich (,Wohlfahrtspluralismus'). Die Freiwilligentätigkeit in Unternehmungen kann als eine entsprechende Vermittlungsstruktur betrachtet werden, die überdies eine Erprobung neuer Arbeitsformen mit sich bringt (Tingler, 2002).

Gesellschaftliche Herausforderungen

In den letzten Jahrzehnten hat die durchschnittliche Lebenserwartung in allen entwickelten Industriestaaten stark zugenommen. Damit einher geht eine Veränderung in der Bevölkerungsstruktur, insbesondere ein Anstieg des Bevölkerungsanteils älterer Menschen (Bundesamt für Statistik, 1998). Infolge der steigenden Zahl der Hochaltrigen ist damit zu rechnen, dass gesundheitliche Störungen und Behinderungen und damit die Inanspruchnahme staatlicher Gesundheitsleistungen stark zunehmen werden (Bovay & Tabin, 1998). Obwohl ein Grossteil der Hochaltrigen zuhause gepflegt wird, dürfte die Rolle des Sozialstaates durch den Wandel der Sozialstruktur zunehmend wichtiger werden. Der Staat alleine kann heute kaum mehr soziale Sicherheit gewährleisten. Die Folge ist ein Mangel an öffentlichen und institutionalisierten Betreuungsmöglichkeiten sowie eine zunehmende Isolierung insbesondere kognitiv beeinträchtigter und schwierig zu betreuender Personen (Brugha, 1995; Netz, 1996; Wettstein, 1991). Umso mehr gewinnt die Freiwilligentätigkeit in diesen Bereichen an Bedeutung. Sie kann als eine an das Individuum gebundene Bürgertugend verstanden werden, welche die gemeinnützigen Aspekte des Sozialstaates ergänzt (Ammann, 2001a). Corporate Volunteering im Sinne einer ,Lebensdienlichkeit' der Ökonomie (Ulrich & Maak, 2000) bietet einen möglichen Rahmen zur Bewältigung anstehender gesellschaftlicher Herausforderungen.

Corporate Volunteering

Dadurch, dass Unternehmungen Freiwilligentätigkeit für gemeinnützige Zwecke ausserhalb ihres Kerngeschäftes fördern, bieten sie Mitarbeitern¹ die Gelegenheit zu einem uneigennützigem Engagement (Littmann-Wernli, 2002). So vermag betrieblich unterstützte Freiwilligentätigkeit die Anliegen der Mitarbeiter bezüglich gemeinnütziger, sinnstiftender Aktivität und sozialer Verantwortungsübernahme mit den sozialen-, Fortbildungs- und PR-Zielen des Unternehmens zu verbinden. Die Wahrnehmung sozialer Verantwortung durch das Unternehmen steigert dessen Ansehen bei den Mitarbeitern und verstärkt deren Identifikation mit dem Arbeitgeber.

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde im Allgemeinen die männliche Form verwendet. Nur wenn es inhaltlich notwendig war, wurde die weibliche Form benutzt.

Verschiedene Studien zeigen, dass dies wiederum oft zu einer Steigerung des betrieblichen Engagements und der Arbeitszufriedenheit seitens der Mitarbeiter führt (u.a. Bartel, 1998; Elsbach & Glynn, 1996).

Das Projekt „more...“

Das Projekt „more...“ bot aktiven und pensionierten Mitarbeitern von Zürcher Dienstleistungsunternehmen die Möglichkeit, regelmässige Besuche bei kognitiv beeinträchtigten, allein lebenden alten Menschen durchzuführen. Zusammenkünfte sowie Aus- und Weiterbildungen ergänzten das Programm. Dadurch erhielten die Freiwilligen die Gelegenheit, sich persönlich weiterzuentwickeln, ihre Sozialkompetenz zu erweitern, ihr Wohlbefinden zu steigern, einen persönlichen und sinnstiftenden Ausgleich zu finden und ihr eigenes soziales Netz auszubauen.

Die Käferberg-Besucherstudie (Albrecht & Oppikofer, 2000; Heilmann, 2001; Oppikofer, Albrecht, Schelling & Wettstein, 2002) hat gezeigt, dass regelmässige Besuche durch Freiwillige einen signifikant positiven Einfluss auf das Wohlbefinden und auf das aus Krankheiten resultierende Leiden dementer Heimbewohner ausüben. Die Besuche wurden von den Heimbewohnern wahrgenommen und verminderten zudem deren Aggressivität, Depressivität und Einsamkeitsgefühl. Gerade Freiwillige können durch ihre Unbelastetheit oft unbeschwerter als Angehörige auf ältere, kognitiv beeinträchtigte Menschen zugehen, bei ihnen Lebensfreude und Wohlbefinden fördern und damit ihrer sozialen Isolation entgegenwirken.

Indem Unternehmen Möglichkeiten zur Freiwilligentätigkeit schaffen, lassen sich betriebliche und gesellschaftliche Interessen mit dem Wunsch von Mitarbeitern und Pensionierten nach sinnstiftender Tätigkeit und den Bedürfnissen einsamer, kognitiv beeinträchtigter, älterer Menschen vereinen. Eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten.

2 Ausgangslage und Projektbeschreibung

Der gemeinsame Wunsch, sich für ältere Menschen zu engagieren und dabei die Auswirkungen sozialer Unterstützung auf die Beteiligten wissenschaftlich zu untersuchen, führte im Herbst 2000 zur Entstehung des Projektes „more...“. Initiiert wurde es durch Cornelia Wagner (UBS AG), Albert Wettstein (Universität Zürich, Zentrum für Gerontologie), Kerstin Albrecht und Sandra Oppikofer (Universität Zürich, Psychologisches Institut, Sozialpsychologie I).

Als Hauptsponsor des Projektes konnte die UBS-Stiftung für Soziales und Ausbildung gewonnen werden. Zusätzlich beteiligten sich der Stadtärztliche Dienst Zürich und Migros Kulturprozent finanziell am Projekt. Weitere Partner, welche das Projekt aktiv unterstützten, sind: Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich; Psychologisches Institut, Sozialpsychologie I, Universität Zürich; Institut für Arbeitspsychologie, ETH Zürich; Spitex Zürich; Stiftung Alterswohnungen der Stadt Zürich; Memoryklinik Entlisberg.

Dienstleistungsunternehmen, die „more...“ durch interne Kommunikation die Möglichkeit boten, aktive und pensionierte Mitarbeiter als Freiwillige zu gewinnen, waren: UBS AG, Verkehrsbetriebe Zürich (VBZ), KPMG Fides und Universität Zürich.

2.1 Organisation und Aufbau

Während zwei aufeinanderfolgenden zehnwöchigen Besuchsphasen erhielt eine ausgewählte Gruppe zuhause lebender, kognitiv beeinträchtigter Betagter regelmässige, angekündigte Besuche. Die Besucher wurden aus Schweizer Dienstleistungsunternehmen rekrutiert, im Umgang mit dementen Menschen geschult und in den Besuchsphasen betreut. Vor und nach den Besuchsphasen fand eine ausführliche Datenerhebung in Bezug auf die in der Einleitung genannten Fragestellungen statt. Das Projekt „more...“ besteht im Wesentlichen aus drei Phasen:

1. Organisationsphase

Nach der Entwicklung des Forschungsdesigns wurden Unternehmen gesucht, die Interesse zeigten, am Projekt teilzunehmen und sich finanziell daran zu beteiligen. Ferner wurden Besucher und Besuchsempfänger rekrutiert sowie die Schulungen und Weiterbildungen konzipiert.

2. Operative Phase

In der operativen Phase wurden Besuche durchgeführt, wissenschaftliche Daten erhoben sowie Aus- und Weiterbildungen und Supervisionen angeboten.

3. Datenauswertungsphase

Über die drei Phasen hinaus wurde das Projekt für alle Beteiligten, welche dies wünschten, weitergeführt. So wurden auch nach der Forschungsphase Projekttreffen angeboten und ein Grossteil der Besuche wurde weitergeführt.

2.2 Zielsetzungen

Die Ziele des Projekts „more...“ gehen über eine wissenschaftliche Fragestellung hinaus, indem das Projekt im Rahmen seines Wirkungsfeldes auch unternehmerische und gesellschaftliche Ziele verfolgt.

2.2.1 Wissenschaftliche Ziele

Die Käferberg-Besucherstudie

Das Projekt „more...“ beinhaltet eine Replikation der Käferberg-Besucherstudie von Albrecht & Oppikofer (2000). Nunmehr wurde untersucht, ob regelmässige Besuche auch auf das Wohlbefinden und die kognitive Leistungsfähigkeit von zuhause lebenden, kognitiv beeinträchtigten, alten Menschen einen positiven Einfluss ausüben.

Eine ebenfalls an der Universität Zürich (Sozialpsychologie I) verfasste Lizentiatsarbeit untersuchte diesen Gegenstand zu den ersten zwei Messzeitpunkten (Affolter, Schmid & Zbinden, 2002). Die entsprechenden Ergebnisse wurden in die vorliegende Studie eingeflochten.

Förderung der sozialen Kompetenz und der Lebensqualität durch Freiwilligentätigkeit

Ferner wurde untersucht, ob bzw. inwiefern die soziale Kompetenz, das Wohlbefinden und die Lebensqualität der Freiwilligen durch regelmässige Besuche respektive durch Schulung, Weiterbildung und Supervision gefördert und gesteigert werden können.

Verbesserung der Einstellung zum Arbeitgeber und der Identifikation mit dem Unternehmen

Es wurde geprüft, ob die Einstellung der Mitarbeitern gegenüber ihrem Arbeitgeber und deren Identifikation mit dem Unternehmen durch das soziale Engagement des eigenen Betriebes gesteigert wird.

Motivation Freiwillige

Die Motive zur Teilnahme an einem Freiwilligenengagement dieser Art wurden aufgezeigt. Anhand der Ergebnisse werden Empfehlungen zur gezielten Rekrutierung Freiwilliger formuliert.

2.2.2 Unternehmerische Ziele

Schaffung sinnstiftender Tätigkeit

Auf unternehmerischer Ebene wurde abgeklärt, ob ein Besuchsdienst für kognitiv beeinträchtigte, einsame ältere Menschen einen geeigneten Rahmen für Freiwilligentätigkeit in der beruflichen oder nachberuflichen Phase darstellt. Es werden Empfehlungen zum Aufbau von Freiwilligenprojekten und zur Förderung der Freiwilligentätigkeit in Unternehmungen formuliert und Vorschläge für eine Freiwilligenkoordinationsstelle oder -plattform ausgearbeitet, welche es Pensionierten und Mitarbeitern erlaubt, sich sozial und aktiv zu engagieren.

2.2.3 Gesellschaftliche Ziele

Das politiktheoretische Konzept des so genannten ‚Kommunitarismus‘ zeichnet sich durch die Forderung nach weniger Staat, mehr politischer Einflussnahme des Einzelnen sowie nach aktiver Übernahme staatlicher Aufgaben durch den Bürger aus. Den Kommunitariern geht es um „die Rekonstruktion der Gemeinschaft, die Community, um die Wiederherstellung der Bürgertugenden, um ein neues Verantwortungsbewusstsein der Menschen, um die Stärkung der moralischen Grundlagen unserer Gesellschaft.“ (Etzioni, 1995, S. 277). Kommunitaristisches Denken engagiert sich für die Ausgewogenheit zwischen individuellen Rechten und sozialer Verantwortung (Nübel, 2000).

In diesem Sinne verfolgt das Projekt „more...“ nicht nur individuelle und unternehmerische Ziele, sondern bezieht auch die kommunitaristische Vision einer Zivilgesellschaft in ihr Konzept mit ein. Das Pilotprojekt soll neue Wege aufzeigen, wie das soziale Verantwortungsbewusstsein bei Arbeitnehmern und Pensionierten erweitert werden kann.