



Gewinnung von Unternehmen für das bürgerschaftliche Engagement

Ein Strategiebaukasten in 5 Schritten

Impressum:

Gewinnung von Unternehmen für das bürgerschaftliche Engagement

Ein Strategiebaukasten in 5 Schritten

Elisa Faltermeier

Nikolaus Sigrist

© 2019 Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland

Herausgegeben im Auftrag des Programms »Engagierte Stadt« der Körper-Stiftung, Hamburg
Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland im fjs e. V.
Marchlewskistraße 27 • 10243 Berlin

Gewinnung von Unternehmen für das bürgerschaftliche Engagement - Ein Strategiebaukasten in 5 Schritten

Warum sollten Unternehmen für die Engagementförderung gewonnen werden?

Kooperationen zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen, Kommunen oder Städten dienen dem Ziel gesellschaftliche Herausforderungen und Probleme des Gemeinwesens gemeinsam zu bearbeiten und zu lösen. Der Schwerpunkt des Handlungsfeldes Gemeinwesen liegt dabei in den Beziehungen, welche ein Unternehmen in seinem direkten Umfeld betreibt. Diese Kooperationsbeziehungen entwickeln sich am besten aus konkreter Praxis und Erfahrung vor Ort. Besteht eine Vielzahl von Beziehungen zwischen verschiedenen Trägern, Unternehmen und Einrichtungen der Verwaltung, so kann ein Netzwerk entstehen, welches sich gegenseitig unterstützt und somit eine produktive und nachhaltige Zusammenarbeit lebt. Dadurch entstehen neue Zugänge zur gesellschaftlichen Teilhabe für alle Menschen.

Die Zusammenarbeit kann auf verschiedenen Wegen stattfinden: Das/Die Unternehmen stellt/stellen verschiedene Ressourcen wie Zeit, Geld, Know-how oder Sachmittel zur Verfügung. Unterstützung kann ebenfalls durch Spenden, Sponsoring oder Mitarbeiter*innenfreistellung erfolgen. Auch das in Anspruch nehmen von kostenpflichtigen Leistungen der Kooperationspartner*innen ist denkbar.

Unternehmenskooperation(en) und Unternehmensstiftungen sind die entscheidenden Säulen für die Handlungsfähigkeit im Gemeinwesen. Für die Unternehmen hat das Engagement im besten Fall einen unterstützenden Wert für gesellschaftliche Anliegen und zugleich positive Auswirkungen auf die Unternehmensentwicklung - eine klassische „win-win-Situation“.

Wie können Unternehmen für die Engagementförderung gewonnen werden und wie kann eine langfristige und erfolgreiche Kooperation gelingen?

Leider gibt es keine Patentlösung für die Gewinnung von Unternehmen für die Engagementförderung. Das Zustandekommen von Kooperationen braucht Zeit und am Anfang stehen eine Menge Überlegungen an. Doch dieser Aufwand lohnt sich: Langjährige Unternehmenskooperationen können Ihnen nachhaltig beim Umsetzen Ihrer Ziele helfen.

Um Beziehungen aufzubauen haben sich einfache und niedrigschwellige Projekte als ein erfolgreicher Einstieg erwiesen. Auch wenn hierdurch teilweise „nur“ einmalige oder kurzfristige Kooperationen entstehen, dienen diese dennoch dem Beziehungsaufbau, geben Einblicke in Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit Unternehmen und zeigen, dass durch das gemeinsame Handeln etwas Sinnvolles für alle entstehen kann. Gelingt es das Thema Gewinnung von Unternehmen für Kooperationen längerfristig zu verfolgen, so werden nicht nur neue Perspektiven eröffnet, sondern auch eine gewinnbringende und mehrwertschaffende Zusammenarbeit etabliert.

Die nachfolgenden Schritte unseres Strategiebaukastens sollen Ihnen dabei helfen eine Kooperation zu planen, mögliche Unternehmen anzusprechen, die Zusammenarbeit zu etablieren und somit erfolgreich Unternehmen für die Engagementförderung zu gewinnen.

•1. Die Planung der Kooperation(en)

Zu Beginn stehen viele Überlegungen, wie Unternehmen für die Engagementförderung gewonnen werden können, an. Um strukturiert vorzugehen, helfen W-Fragen (wer, was, wieso, weshalb, warum ...). Während der Planungsphase sollten Sie zuerst Ihre **Grundsatzziele formulieren**. Im Fokus steht hierbei die Frage, **wofür** Sie ein Unternehmen gewinnen möchten und was Sie dabei konkret erreichen möchten.

Brauchen Sie einen finanziellen Zuschuss?

Benötigen Sie Räumlichkeiten, ein Fahrzeug oder belegte Brötchen?

Möchten Sie, dass Unternehmen ihre Mitarbeiter*innen für etwas freistellen?

Brauchen Sie fachliche Unterstützung, z.B.: bei der Buchhaltung, im Marketing oder bei der Öffentlichkeitsarbeit?

Sollen Unternehmen sich an den Vergünstigungen, beispielsweise einer Ehrenamtskarte, beteiligen?

...

Die Antworten auf diese Fragen bestimmen Ihr weiteres Vorgehen. Nun, da Sie ein konkretes Ziel entwickelt haben, können Sie Ihre konkrete Planung zur Erreichung des Zieles angehen. Benennen Sie dazu zunächst die zur Erreichung notwendigen **Einzelziele**. Um diese Ziele zu klären und zu benennen, können folgende Fragen helfen:

Welches Format würde zu uns passen?

Mit der Hilfe welches Unternehmens kann dies umgesetzt werden?

Welche Unternehmen gibt es in der Region? Und welche davon kämen in Frage für eine Kooperation?

Was soll von den Unternehmen erbeten werden?

...

Anschließend gilt es die *Arbeitsschritte*, die zu diesen Zielen führen, festzuhalten und einen *Zeitplan* sowie *Verantwortliche* festzulegen.

Ziel	Aktivität	Verantwortlich	Bis wann

•2. Geeignete Unternehmen finden und Zugänge zu Kooperationen klären

Um eine Kooperation anzufragen und um Ihre Ziele umzusetzen, bedarf es nun **geeignete Partner*innen**. Doch wo sind diese auszumachen? Auch hier hilft es, sich einige Fragen zu stellen und Antworten darauf zu finden:

Welche Unternehmen kommen für das konkrete Ziel in Frage?

Wo sind diese Unternehmen auszumachen?

Kennen Sie bereits Unternehmer*innen?

Haben Sie schon mal mit Unternehmer*innen zusammengearbeitet?

Kennen Sie privat Unternehmer*innen? Kennen Sie jemanden, der jemanden kennt?

Gibt es in Ihrem Netzwerk, jemanden, der jemanden kennt?

Spielen Unternehmen nur in finanzieller Hinsicht eine Rolle oder können sie auch aufgrund von anderen Aspekten einen Mehrwert für Sie bieten?

Zudem lohnt es sich einen Blick ins Handelsregister zu werfen, sowie Kontakt mit den Industrie- und Handwerkskammern aufzunehmen.

Bei der Recherche und Suche nach geeigneten Partner*innen ist es sehr hilfreich, sich des **eigenen Profils bewusst zu sein**. So kann schnell deutlich werden, ob eine Zusammenarbeit mit dem gefundenen Unternehmen vorstellbar ist. Zudem sollten Sie so viele **Informationen** wie möglich **über potenzielle Partner*innen** sammeln.

Was könnten Motive sein, warum sich diese/r Unternehmer*in engagieren würde(n)?

Welche/r Unternehmer*in würde sich aus seinem/ihrem Weltbild heraus engagieren?

Welche Werte werden vertreten? Wie können Sie an dieser Stelle anknüpfen?

Haben sich diese Unternehmen schon einmal engagiert? In welcher Form (Geld, Sachleistungen, andere Unterstützung)? Bei welchem Projekt? Mit welchem Ziel? Aus welchem Grund?

Gibt es jemanden vor Ort, der/die besondere Beziehung/en zu einem/einer Unternehmer*in pflegt?

Prüfen Sie auch die Webseite des Unternehmens auf Engagement. Eventuell finden Sie hierbei Anknüpfungspunkte.

•3. Kontaktaufnahme

Nachdem Sie ihre Ziele festgelegt haben und sich Gedanken darübergemacht haben, welche Unternehmen Sie ansprechen können, geht es nun um die Frage, wie Sie mit den bevorzugten zukünftigen Kooperationspartner*innen in Kontakt treten können. Die Erfahrung zeigt, dass Unternehmer*innen tendenziell wenig Zeit haben. Das bedeutet, dass eine zielgerichtete Kommunikation notwendig ist und konkrete Angebote hilfreich sein können. Gute Vorarbeit, klare Ziele und ein klares Profil machen sich hier bezahlt.

Überlegen Sie sich eine Strategie. Beispielsweise kann es helfen zunächst ein großes Unternehmen zu gewinnen, eventuell kleinere kommen hinzu. Auch hilft es oft über Sachanfragen an Unternehmen heranzutreten. Diese werden oft gerne vergeben. Auf diese Weise bauen Sie eine Beziehung auf, welche für Sie von Nutzen sein kann. Nehmen Sie an einem Unternehmensfrühstück oder anderen Veranstaltungen mit Unternehmer*innen teil und gehen Sie so auf bestehende Netzwerke zu. Nutzen Sie bereits bestehende berufliche, sowie private Kontakte, die Marktplatzmethode (<https://www.gute-geschaefte.org/marktplatz-methode/>). Rufen Sie in den Unternehmen an und vereinbaren Sie Termine. Machen Sie auf den Mehrwert auf einer Sozialkompetenzebene aufmerksam. Betonen Sie den persönlichen Mehrwert und den Mehrwert für das Unternehmen. Bei einem Gespräch lohnt sich auch den Hinweis darauf, dass es für Ihre künftigen Kooperationspartner*innen von Interesse ist, wenn Ihre Stadt attraktiv ist und bleibt.

•4. Angebote formulieren und gemeinsame Kooperationsprojekte entwickeln

Nun, da Sie den Kontakt hergestellt haben und Ihr Anliegen vorstellen möchten, sollten Sie **konkrete Angebote und Vorstellungen** an die Unternehmenspartner*innen **formulieren**. Das können zum einen Dienstleistungen sein, welche Sie dem Unternehmen anbieten. Arbeiten Sie hierfür ein konkretes Angebot aus, welches Sie Ihren zukünftigen Kooperationspartner*innen vorlegen können. Andererseits gibt es weitere Formate, bei welchen sich die Unternehmen in anderer Form an einer Zusammenarbeit beteiligen. Folgende Formate sind hierfür denkbar:

Corporate Volunteering/Lokale Aktionstage: Freistellung von Mitarbeiter*innen für Ehrenamt

Social Days: Mitarbeiter*innen aus Unternehmen engagieren sich zusammen mit anderen Freiwilligen in gemeinnützigen Organisationen

lokales Geld, lokale Pfandspende, Sachleistungen

„Nachtschicht“: Mitarbeitende von Unternehmen arbeiten eine Nacht (z.B. bis 2 Uhr) an einem Konzept für eine soziale Organisation (oftmals Marketing; ÖA)

Marktplatz: Ressourcentausch zwischen Unternehmen und sozialen Organisationen

Rabatte für Ehrenamtliche: muss durch Kommune/FWA entwickelt werden und auf Grundlage der Ehrenamtskarte vergeben werden

Sponsoring-Formate: Name/Werbung wird gegen Geld/Waren getauscht (Achtung: Umsatzsteuer pflichtig)

Sachleistungen im Kerngeschäft: z.B. Übernahme der Stromkosten durch Stadtwerke

Runde (Themen-)Tische und Netzwerke begründen

50-jähriges Jubiläum Verein und Unternehmen

Fachkraft Geflüchtete: Mentoring Zivilgesellschaft

Öffnung von Betriebs- und Beschaffungswegen; Bereitstellung der Unternehmens-Logistik

Einsatz eigener Kontakte (z.B. Lieferant*innen, Kund*innen)

Lobbyismus für Gemeinwesenorganisationen bzw. Anliegen im Gemeinwesen

Bereitstellung zusätzlicher Praktikums-, Beschäftigungs-, Qualifizierungsmöglichkeiten

...

•5. Kooperation(en) erproben und festigen

Sie haben alle Schritte der Planung der Kooperation(en) erledigt, Kontakt aufgenommen und sind eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit einem Unternehmen eingegangen? Perfekt! Dann geben Sie sich und dem Unternehmen nun Zeit Ihre Kooperation zu erproben und einen guten gemeinsamen Weg zu finden.

Formulieren Sie positives Feedback und Zufriedenheit ebenso wie Bedenken und Schwierigkeiten, die sich in der Zusammenarbeit ergeben. Überprüfen Sie in regelmäßigen Abständen ob die Kooperation dazu beiträgt Ihre anfangs formulierten Ziele zu erreichen. Ist dies nicht der Fall sollten Sie sich fragen ob sich eventuell ein anderer Mehrwert ergibt. Wenn Sie auch dies nicht bejahen können, ist es eventuell an der Zeit sich nach anderen oder weiteren Unternehmen umzusehen, welche zur Engagementförderung gewonnen werden können.

Check-Box: Gewinnung von Unternehmen für Kooperationen

1	Grundsatzziele	
	Einzelziele	
	Arbeitsschritte, Zeitplan, Verantwortliche	
2	Geeignete Unternehmen finden	
	Eigenes Profil vergegenwärtigen	
	Informationen über potenzielle Partner*innen	
3	Kontaktaufnahme	
4	Konkrete Angebote und Vorstellungen formulieren	
5	Kooperation(en) erproben und festigen	

Literatur

Damm, Diethelm; Lang, Reinhard. **Zehn Arbeitsschritte zur Unternehmenskooperation.** Berlin 2004

Abgerufen am 11.02.2019:

https://www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/Publikationen/upj_10_schritte.pdf

Lokaler Aktionstag für Unternehmen und Gemeinnützige - Eine praxisorientierte Schritt-für-Schritt-Anleitung. UPJ-Leitfaden: Berlin 2009

Abgerufen am 12.02.2019:

https://www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/Publikationen/upj_leitfaden_lokaler_aktionstag2009.pdf

Lang, Reinhard; Sturm, Ellen Sturm. **Neue Verbindungen schaffen - Unternehmenskooperationen für gemeinnützige Organisationen.** UPJ-Leitfaden: Berlin 2015

<https://www.upj.de/Leitfaden-Neue-Verbindungen-schaffen-Unternehmenskooperationen-f.297.0.html>

Unternehmenskooperation, Soziales Kapital und regionale Entwicklung. Unternehmenskooperation auf regionaler Ebene initiieren. UPJ-Arbeitspapier: Berlin 2008

Abgerufen am 12.02.2019:

https://www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/Publikationen/upj_sozialeskapital_ukoop_2008.pdf

Jakob, Gisela; Koch, Claudia; Schuppler, Nicole. **Leitfaden für die lokale Engagementförderung - Akteure, Infrastrukturen, Instrumente.** Frankfurt am Main 2008

Abgerufen am 11.02.2019:

<https://www.gemeinsam-aktiv.de/mm/Leitfaden.pdf>

Engagementstrategie Baden-Württemberg - Lebensräume zu „Engagement-Räumen“ entwickeln - Ergebnisse des Beteiligungsprozesses und Bewertung. Stuttgart 2014

Abgerufen am 13.02.2019:

https://sozialministerium.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-sm/intern/downloads/Downloads_Burgerengagement/Engagementstrategie_BW_2014.pdf