

ONLINE-STIFTUNGSWOCHE

Unternehmenskooperationen entwickeln

André Koch-Engelmann, UPJ

Eine Initiative von



Projekträger



In Kooperation mit



Mit Unterstützung von



UPJ – Netzwerk für Corporate Citizenship und CSR



Kooperation: Definitionen

„Jede Zusammenarbeit zur Erreichung eines **gemeinsamen Zwecks**, wobei das Verhalten der Beteiligten durch **gemeinsam Willensbildung** aufeinander abgestimmt wird.“ (dtv Lexikon)

„Kooperation (lateinisch *cooperatio* ‚Zusammenwirkung‘, ‚Mitwirkung‘) ist das **zweckgerichtete Zusammenwirken** zweier oder mehrerer Lebewesen, Personen oder Systeme mit **gemeinschaftlichen Zielen**. (wikipedia.de)

> Gemeinsame Ziele + gemeinsames Wirken



Unternehmenskooperation

Unternehmenskooperationen

= neue Verbindungen von Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen und öffentlicher Verwaltung, um konkrete Themen im Gemeinwesen gemeinsam zu bearbeiten

= geplante Zusammenarbeit zum Nutzen aller Beteiligten und zur Erreichung gemeinsamer, gemeinwohlorientierter Ziele

Unternehmenskooperationen sind kein neues Instrument und kein spezifisches Format in der Zusammenarbeit mit Unternehmen. Es ist in erster Linie eine Frage der Haltung und ein Ausdruck für eine bestimmte Art von Beziehung zueinander.



Unternehmensengagement: Formen und Instrumente

Spenden und
Sponsoring

Sach- und
Produktspenden

Dienstleistungen

Pro-bono-
Engagement

Know-how-Transfer

Mitarbeiter-
engagement

Logistik und
Infrastruktur

Kontakte, Image
und Einfluss

Stiftungen

Unternehmensengagement: Zahlen

Erster Engagementbericht der Bundesregierung (2012)

96% der Unternehmen (über 500 MA) bzw. 63% (bis 50 MA) sind engagiert

90% des Engagements ist an den Standort gebunden

80% unterstützen lokale Akteure

Monitor Unternehmensengagement (CC-Survey, 2018)

Geldspenden: 45% (regelmäßig) + 35% (in Einzelfällen)

Sachspenden: 25% + 42%

Kostenlose Dienstleistungen: 13% + 41%

Corporate Volunteering: 7% + 30%

Eigene Projekte: 7% + 12%

Kooperation mit lokalen Vereinen: 48% + 39%

www.cc-survey.de

Unternehmensengagement: Themen



Warum kooperieren?

Motive für Unternehmensengagement

Unternehmen bzw. Unternehmer*innen haben unterschiedliche Motive, sich zu engagieren: Familien- oder Firmentradition, Werteorientierung, Gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen, Wirtschaftliche Ziele, Verbundenheit mit Region, Prägende persönliche Erfahrungen...

Gründe für Kooperationen mit Gemeinnützigen

Gemeinnützige sind die Experten für gesellschaftliche Herausforderungen

Gemeinnützige verfügen über Fachpersonal und haben Zugang zu Zielgruppen

Gemeinnützige haben den gesellschaftlichen „Auftrag“

Warum kooperieren?

Gründe für Unternehmenskooperationen – für Gemeinnützige

Neue Sichtweisen, Herangehensweisen und Kompetenzen

Zusätzliche Ressourcen (Produkte, Dienstleistungen, Expertise, Kontakte)

Neue Angebote und Leistungen für die Zielgruppen/Adressaten der Organisation

Unterstützung für die eigene Organisationentwicklung

Neue Mitstreiter*innen für das ideelle Anliegen

Unternehmenskooperationen sollten fachlich begründet werden: Welcher konkrete Mehrwert entsteht für die Adressaten, die Organisation oder das Gemeinwesen insgesamt?

Perspektive der Unternehmen

„Wir fördern heute viel gezielter und schauen, dass sowohl der Projektinhalt, als auch Größe und Kultur der Organisationen gut zu unserem Unternehmen passen. Mehr Passgenauigkeit, weniger Bauchladen. Außerdem sind wir zunehmend an mittel- bis langfristigen Partnerschaften interessiert. [...] Wichtig ist dabei eine professionelle Arbeit sowie das, was für die benachteiligten Menschen unterm Strich bewirkt wird. Hier schauen wir sehr genau hin.

Wenn es in Projekten zu Schwierigkeiten kommt, erwarten wir, dass unsere Partner offen mit uns in Dialog dazu gehen. Ein transparenter Austausch führt in der Regel dazu, dass sich neue Lösungswege finden und das gegenseitige Vertrauen wächst.“

*Janne Klar, Abteilungsleiterin HRM/ Soziales Engagement,
Dr. Ausbüttel & Co. GmbH*

Perspektive der Unternehmen


"Wir konzentrieren unser gesellschaftliches Engagement auf die Metropolregion Rhein-Neckar. Wir wollen das Lebensumfeld an unseren Standorten positiv mitgestalten. Das tun wir auf verschiedene Arten. Gemeinnützige Einrichtungen können jederzeit eine Förderanfrage stellen und wenn das Vorhaben unsere allgemeinen Kriterien erfüllt, unterstützen wir es durch eine Spende.

Bei größeren, längerfristigen Förderprojekten ist uns wichtig, diese gemeinsam mit unseren Partnern wirkungsorientiert und damit möglichst nachhaltig aufzusetzen, d.h. vorher genau zu überlegen, welche Veränderungen und gemeinsamen Ziele wir erreichen wollen und wie wir diese messen können. Wir verstehen uns hier in einer partnerschaftlichen Beziehung, in der alle Beteiligten einen offenen Austausch pflegen und an einem Strang ziehen.“

Iris Weber-Mucha

Gesellschaftliches Engagement am Standort Ludwigshafen, BASF SE

Die Zusammenarbeit von Unternehmen und Gemeinnützigen hat sich gewandelt

1. Unternehmen wollen verstärkt mitgestalten. Sie wollen mehr sein als „Gönner“ oder Geldgeber.
 2. Unternehmen setzen in ihrem Engagement verschiedene Formen und Instrumente ein. Spenden und Sponsoring sind nur ein Teil davon.
 3. Unternehmen wollen Wirkung erzielen und über Ergebnisse informiert werden. Es geht nicht mehr darum, irgendwie „Gutes“ zu tun.
 4. Unternehmen schätzen die Expertise von gemeinnützigen Organisationen. Sie suchen Partner, keine Bittsteller.
- 



André Koch-Engelmann

Senior-Projektmanager

UPJ Netzwerk für Corporate Citizenship und CSR

www.upj.de

www.twitter.com/UPJ

www.linkedin.com/company/upj/

Kontakt:

andre.koch-engelmann@upj.de

www.linkedin.com/in/kochengelmann



ONLINE-STIFTUNGSWOCHE

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!

Bildnachweis: © Visual Generation, stock.adobe.com

Eine Initiative von



Projekträger



In Kooperation mit



Mit Unterstützung von

