

# Möglichkeiten und Chancen von Kooperationen.

Neue Verbindungen schaffen zwischen Zivilgesellschaft, Kommune und Wirtschaft

**Katharina Dreuw**

**UPJ Büro Frankfurt**

**Fachtag *Bildung kooperativ denken*, Transferagentur Kommunales Bildungsmanagement Hessen**

Frankfurt, 03. Mai 2018

## Inhalt

- Kurzvorstellung UPJ e.V.
- Hintergrundinformationen CSR / CC
- Motive für Engagement der Unternehmen
- Vielfalt des Unternehmensengagements und Beispiele
- Zieldimensionen gemeinnütziger Partner
- Gute Projekte und wie die Kooperation gelingt

# UPJ-Netzwerk für Corporate Citizenship und CSR



- informieren
- vernetzen
- beraten
- Projekte



- 27 gem. regionale **Mittlerorganisationen** in 15 Bundesländern
- 2 SprecherInnen im Vorstand des UPJ e.V. (mit beratender Stimme)
- [upj.de/Mittlernetzwerk.110.0.html](http://upj.de/Mittlernetzwerk.110.0.html)

- 41 **Unternehmen** unterschiedlicher Größen und Branchen in einem bundesweiten Netzwerk
- 2 SprecherInnen im Vorstand des UPJ e.V. (mit beratender Stimme)
- [upj.de/Unternehmensnetzwerk.55.0.htm](http://upj.de/Unternehmensnetzwerk.55.0.htm)

# Hintergrundinformationen CSR / CC

# Engagement von Unternehmen: Begriffe und Hintergrund I

## — Corporate Social Responsibility (CSR)

= „Verantwortliche Unternehmensführung“

Mit CSR sollen soziale, ökologische und ökonomische Aspekte verknüpft werden, um das Gemeinwohl zu steigern und gleichzeitig einen Unternehmenserfolg zu generieren.

Handlungsfelder: Markt – Umwelt – Arbeitsplatz – Gemeinwesen

## Warum CSR?

Kein Unternehmen agiert im luftleeren Raum.

— Viele gesellschaftliche Herausforderungen brennen Unternehmen und den betroffenen Menschen gleichermaßen unter den Nägeln

— CSR ist mehr als nur ein kurzfristiger Hype

- Globalisierung
- Klimawandel
- Steigende Energie- und Rohstoffpreise
- Demografischer Wandel
- Urbanisierung
- Soziale Ungleichheit
- Fachkräftemangel
- Vertrauenskrise
- ...



**Langfristige Treiber**

— Aufgabenteilung zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft führt oft nicht mehr zu den benötigten Ergebnissen

# Corporate Social Responsibility (CSR)

Beitrag von Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung

## CSR-Handlungsfelder

Markt	Umwelt	Arbeitsplatz	Gemeinwesen
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lieferkette</li> <li>■ Produktverantwortung</li> <li>■ Anti-Korruption</li> <li>■ Verbraucherschutz</li> <li>■ Verantwortliches Marketing</li> <li>■ Transparenz</li> <li>■ Ausgegrenzte Kundensegmente</li> <li>■ Faire Partnerschaft mit Geschäftspartnern</li> <li>■ ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Klimaschutz</li> <li>■ Ressourcen- und Energieverbrauch</li> <li>■ Erneuerbare Energien</li> <li>■ Abfall- und Gefahrstoffmanagement</li> <li>■ Biodiversität</li> <li>■ Umweltbewusstsein der Mitarbeiter</li> <li>■ Umweltmanagement</li> <li>■ ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz</li> <li>■ Work-Life-Balance</li> <li>■ Vielfalt, Chancengleichheit, Antidiskriminierung</li> <li>■ Personalentwicklung</li> <li>■ Arbeitnehmerrechte, Vorschlagswesen</li> <li>■ Faire Bezahlung, Mitarbeiterbeteiligung</li> <li>■ Menschenrechte</li> <li>■ ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Unternehmensstiftungen, -spenden, Sponsoring</li> <li>■ Cause Related Marketing</li> <li>■ Auftragsvergabe an NPO</li> <li>■ Corporate Volunteering</li> <li>■ Joint Ventures</li> <li>■ Lobbying</li> <li>■ Soziales Risikokapital</li> <li>■ .</li> </ul>
Ökonomie	Ökologie	Soziales	

# Engagement von Unternehmen: Begriffe und Hintergrund II

## — Corporate Social Responsibility (CSR)

= „Verantwortliche Unternehmensführung“

Mit CSR sollen soziale, ökologische und ökonomische Aspekte verknüpft werden, um das Gemeinwohl zu steigern und gleichzeitig einen Unternehmenserfolg zu generieren.

Handlungsfelder: Markt – Umwelt – Arbeitsplatz – Gemeinwesen

## — Corporate Citizenship (CC)

= Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen

## — Corporate Volunteering

= Ehrenamtliches Engagement von Mitarbeitern/-innen  
(Zeit, Arbeitskraft, Know-how, ...) im Namen ihres Unternehmens



# Motive für Engagement der Unternehmen

# Warum engagieren sich Unternehmen im Gemeinwesen?

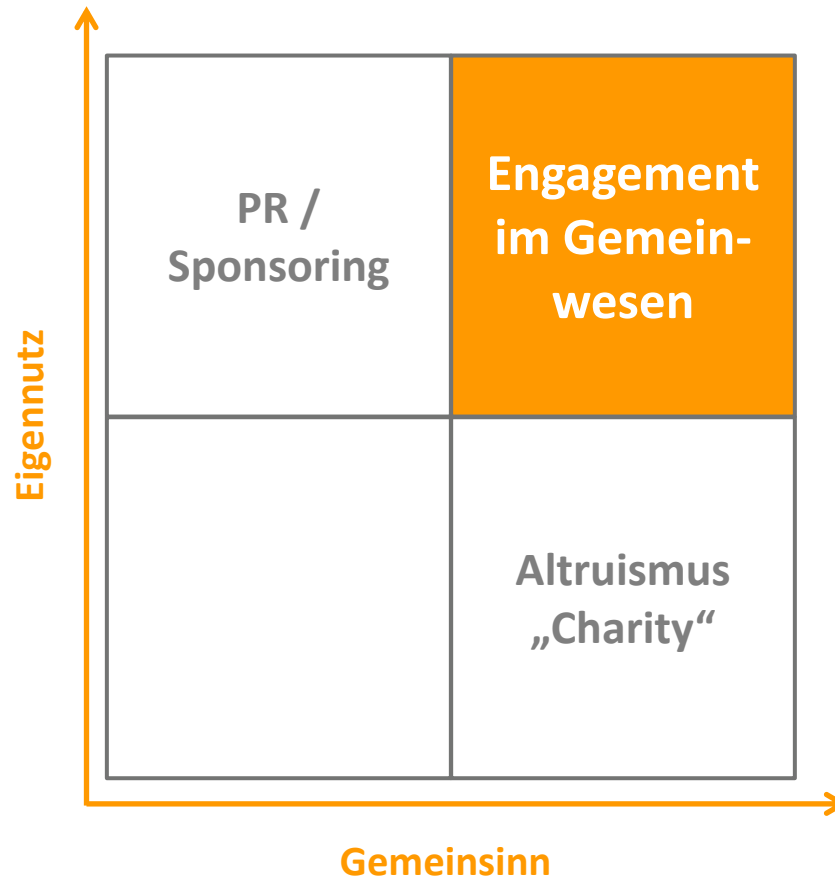
- Sinnvolles Engagement am Standort, Verbundenheit mit Beschäftigten und Region: Etwas „zurückgeben“, wo man erfolgreich wirtschaftet, mit den eigenen Ressourcen etwas Gutes bewirken
- Positiver Einfluss auf das Betriebsklima // Bindung von MA
- Personalentwicklung // Stärkung der Sozialkompetenz der MA // Teambuilding
- Wahrnehmung nach innen und außen als engagiertes Unternehmen
- Knüpfen neuer Kontakte und Kooperationen
- Blick über den Tellerrand // Begegnung mit den Akteuren in der Sozialen Arbeit und den Zielgruppen der Einrichtungen

# Weshalb Mitarbeiter sich engagieren ... (Volunteering)

<p><b>Geselligkeit</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andere Menschen kennenlernen</li> <li>• Kollegen in anderem Umfeld kennenlernen</li> <li>• Gemeinschaftserlebnis</li> </ul>
<p><b>Gestaltungswille</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verantwortung in der Gesellschaft übernehmen</li> <li>• Etwas bewegen, Einfluss nehmen</li> <li>• Die Welt ein kleines Stück lebenswerter machen</li> </ul>
<p><b>Persönliche Entwicklung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbsterfahrung im ungewohnten Umfeld</li> <li>• Soziale Kompetenzen erweitern</li> <li>• Erfahrung mit existenziellen Themen</li> </ul>
<p><b>Pflichtgefühl</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einer muss es ja machen</li> <li>• Etwas der Gesellschaft zurückgeben</li> <li>• Kompetenzen sinnvoll einsetzen</li> </ul>
<p><b>Status</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Ruhm und Ehre“</li> <li>• Gesellschaftliche Anerkennung</li> <li>• Sichtbarkeit</li> </ul>

Sinnstiftung

Freude



→ Mit Engagementprojekten im Gemeinwesen können Unternehmen wirtschaftlichen Nutzen mit gesellschaftlichem Nutzen verbinden.

# Vielfalt des Unternehmensengagements und Beispiele

# Die Vielfalt des Unternehmensengagements









„Unser bunter Raum“

Renovierung des Hausaufgabenraums der AGS



„Unser Traum vom Garten“



ags | Arbeitsgemeinschaft Schelmengraben e.V.



„Stadtteilplan“



IMMER WEDER DESIGN

>ZUKUNFTSLABOR<  
WIESENADEN



**Reichwein**  
BAUZENTRUM



„Abenteuertage im Biberbau“



**Naspa**



Mit 3 städt. Kitas & der Grundschule





UPJ

gemeinsam aktiv  
Stadtteilkollegium Schelmengraben



„Spielnachmittag im Moritz-Lang-Haus“



„Ausflug nach Frankfurt in den Palmengarten!“

A\_H\_W  
AltenHilfe Wiesbaden  
DIE WILHELM-SCHMIDT-KLINIK FÜR LÄNDERGERIATRIE WIESBADEN  
Moritz-Lang-Haus, Karl-Arnold-Str. 13, 65199 Wiesbaden



UPJ



„Meine Küche & mein Herz“  
Das Schelmengraben-Kochbuch  
samt Website, Film &  
Crowdfunding-Kampagne

ags | Arbeitsgemeinschaft Schelmengraben e.V.

TEXT:  
Simone Ried  
Gabriella Vitiello  
Julia Lauhoff  
Julia Richter



LUDMILA LORENZ



MICHAEL LINK PHOTOGRAPHY



UPJ

Elektroinstallation im Stadtteilbüro



„Getränkestand“

Stadtteilstfest Schelmengraben

Baumstark



HERRCHEN & SCHMITT  
LANDSCHAFTSARCHITECTEN GBR

haas&Co.  
Magnettechnik GmbH



Veranstaltung im Jobbüro  
„Bewerbungstipps vom Chef“

# Zieldimensionen gemeinnütziger Partner

# Was können gemeinnützige Einrichtungen durch die Kooperation mit Unternehmen gewinnen?

→ **Vier**  
**Ziel-Dimensionen:**

**Ressourcen  
für die eigenen  
Ziele/Aufgaben**  
(Zeit, Kontakte,  
Know-how, Material,  
finanzielle Mittel)

**Angebote für  
Zielgruppe  
verbessern bzw.  
erweitern**

**Kommunikation der  
eigenen Anliegen,  
Wahrnehmung  
nach außen**

**Unterstützung bzw.  
Weiterentwicklung  
der Organisation  
selbst**

## Gute Kooperationsprojekte erzielen einen vierfachen Mehrwert:

1. für die beteiligten Unternehmen,
2. für die gemeinnützigen Projektträger,
3. für deren Adressaten/Klienten
4. und für das Funktionieren des Gemeinwesens insgesamt.

# Ziel: Soziale Kooperationen für regionale Entwicklung

- + Neue Aufgabenteilung**
- > Funktionierendes Gemeinwesen**
  - zusätzliches Engagement, Ressourcen, Kompetenzen
  - verbesserte Infrastruktur
  - Soziales Kapital erhöhen

- + Problemlösungskompetenz**
- > Soziales Kapital**
  - Ressourcen
  - Adressaten, Projekt
  - Kompetenzen, Organisation
  - Kommunikation
  - Gemeinwesen/Quartier



## Erfolgsfaktoren

- gemeinsame Agenda
  - abgestimmte Aktivitäten
  - regelmäßige Überprüfung anhand einheitlicher Indikatoren
  - gegenseitiges Lernen
  - zentrales Management durch Backbone-Organisation
- (Kania/Kramer 2011)

- + Umfeldbedingungen**
- > Wettbewerbsfähigkeit**
  - Personal
  - Marketing/ Vertrieb
  - Unternehmenskommunikation
  - Standortentwicklung

# Gute Projekte und wie die Kooperation gelingt

# Qualitätsmerkmale für Projekte

- Das Projekt ist **sinnvoll** - ein **echter Bedarf** wird bearbeitet  
(der Bedarf ist zum Zeitpunkt des Projekts anderweitig nicht oder nur mit viel höherem Aufwand zu decken)
- **Win-win: Nutzen auf beiden Seiten** muss gegeben sein
- Projekt ist **machbar** (rechtlich, praktisch, zeitlich, finanziell umsetzbar)
- Der **Unterstützungsbedarf** kann **konkret** beschrieben werden
- **Ressourcen auf Einrichtungsseite** sind vorhanden  
(vor allem Zeit für die Koordination)
- Realistische **Kosten-/Nutzen-Abwägung** (für beide Seiten!)
- Direkte **Begegnung** / Erfahrung / Austausch sind möglich
- Kreativität: Verschiedene Formen der Unterstützung durch Unternehmen sind mitgedacht
- Beteiligung der Zielgruppe an der Problemlösung (> Nachhaltigkeit)

## Kooperation in der Praxis

- **Positive Haltung** zur Grundidee von Kooperationen zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen, Freiwilligkeit
- **Respekt** und gegenseitiges Anerkennen „anderer“ Strukturen
- **gemeinsame Ziele, gemeinsames Tun**
- **Transparenz:** Ziele und Rahmenbedingungen des Partners sehen und mitdenken, **offene Kommunikation** „von Mensch zu Mensch“
- **Augenhöhe** – Nutzen auf beiden Seiten wird gesehen und angestrebt
- **Zuverlässigkeit** und **feste Ansprechpartner/-innen** auf beiden Seiten, klare Absprachen, die auch eingehalten werden
- gemeinsamer **Projektplan/Zeitplan**, aber auch **Flexibilität!**
- **Kontakt zur Zielgruppe:** „Sinn“ des Projekts ist direkt erfahrbar
- **Anerkennungskultur** – auch „nach dem Projekt“
- **langfristige Partnerschaft** verringert „Reibungsverluste“



## 6 Arbeitsschritte für erfolgreiche Unternehmenskooperationen

1. Erarbeiten Sie ein Profil Ihrer Organisation und identifizieren Sie Element, die für Unternehmen interessant sein können.
2. Überlegen Sie, ob und wie die Zusammenarbeit mit einem Unternehmen für Ihre Organisation und Ihre Ziele hilfreich wäre. Benennen Sie konkrete Kooperationsbedarfe.
3. Überprüfen Sie, ob Ihre Organisation die Voraussetzungen für eine Kooperation erfüllt („Institutional Readiness“) und wo Sie ggf. nachjustieren müssten.
4. Recherchieren Sie potenzielle Kooperationspartner
5. Gehen Sie mit Ihrem Kooperationsangebot auf geeignete Unternehmenspartner zu.
6. Beginnen Sie gemeinsam mit dem Partner die Projektplanung. Setzen Sie die festgelegten Maßnahmen um und bewerten Sie gemeinsam die Zielerreichung.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Haben Sie noch Fragen?

Katharina Dreuw  
Projektleiterin Büro Frankfurt  
katharina.dreuw@upj.de  
Tel. 069 67830939



# Möglichkeiten und Chancen von Kooperationen.

Neue Verbindungen schaffen zwischen Zivilgesellschaft, Kommune und Wirtschaft

**Katharina Dreuw**

**UPJ Büro Frankfurt**

**Fachtag *Bildung kooperativ denken*, Transferagentur Kommunales Bildungsmanagement Hessen**

Frankfurt, 03. Mai 2018