

- NPOs können die Einbeziehung von weiteren Partnern aus dem Dritten Sektor anbahnen;
- NPOs sollten die Kooperation mit Unternehmen selbstbewusst kommunizieren;
- einen eindeutigen und dauerhaften Ansprechpartner bzw. Projektleiter benennen;
- die Projektauswahl bzw. -gestaltung auch dahingehend optimieren, dass ein gegenseitiges Kennen- und Verstehenlernen erfolgt sowie ein Wissenstransfer in beide Richtungen stattfindet.

- sich bei Public-Private Partnerships (PPP) auch finanziell engagieren;
- regionale Netzwerke und Erfahrungsaustausch organisieren;
- das Einschalten von geeigneten Vermittlern finanziell oder organisatorisch unterstützen;
- bei übergreifenden Großprojekten Evaluierungs- und Koordinationsaufgaben übernehmen.

Informationen und Ansprechpartner:

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)
Bundesgeschäftsstelle
– in Trägerschaft des Deutschen Vereins für
öffentliche und private Fürsorge e. V. –
Michaelkirchstraße 17/18
10179 Berlin

Tel.: 030/62980-110
Fax: 030/62980-151
E-Mail: info@b-b-e.de
www.b-b-e.de

Dieser Flyer wurde aus Mitteln des BMFSFJ für die Förderung der Arbeit der Geschäftsstelle des BBE finanziert.

Dieser Flyer wurde Ihnen überreicht durch:

Corporate-Citizenship-Aktivitäten haben einen starken regionalen oder kommunalen Bezug, da sie häufig im direkten gesellschaftlichen Umfeld von Unternehmen stattfinden. Kommunen können als hilfreiche Partner agieren und werden so zum dritten wichtigen Akteur, um Corporate-Citizenship-Projekte zu fördern und zu realisieren.

Was Kommunen von ihren Partnern erwarten:

- Offenheit in Bezug auf Umfang und Ziele der geplanten Corporate-Citizenship-Aktivitäten;
- Benennung eindeutiger Ansprechpartner bei den jeweiligen Akteuren;
- grundsätzliche Kooperationsbereitschaft mit der Kommune.

Was Kommunen tun können:

- sich als Makler und Berater für Unternehmen und NPOs in Sachen Corporate Citizenship verstehen;
- einen Ansprechpartner für alle Angelegenheiten in Zusammenhang mit Corporate Citizenship benennen;

Vom Nebeneinander zum Miteinander!

Erfolgsfaktoren für Corporate-
Citizenship-Partnerschaft

Miteinander statt neben- oder gegeneinander!

Viele Unternehmen engagieren sich heute für die Gesellschaft. Sie verfolgen dabei zunehmend die Idee des Corporate Citizenship (CC). Der Begriff kommt aus dem Angelsächsischen und kann frei übersetzt werden mit bürgerschaftlichem Engagement von Unternehmen. Unternehmen streben an, dieses gesellschaftliche Engagement mit ihrer Geschäftsstrategie zu verbinden, sodass eine win-win-Situation für Unternehmen und Gesellschaft entsteht.

Corporate-Citizenship-Aktivitäten sind erfolgreich, wenn sie dauerhaft und partnerschaftlich angelegt sind. Doch die jeweiligen Partner kommen aus sehr unterschiedlichen Gruppen der Gesellschaft: aus der Wirtschaft, der Kultur, dem Sozialbereich, dem Sport oder der Verwaltung.

Bisher handelten diese Akteure der Bürgergesellschaft nebeneinander, hin und wieder sogar gegeneinander. Nicht selten gab es bei Kooperationen Missverständnisse, die im schlechtesten Fall die Zusammenarbeit sogar scheitern lassen können. Deshalb ist es für die Partner in Corporate-Citizenship-Projekten wichtig, die gegenseitigen Erwartungen und Ziele zu kennen und diese im Vorfeld zu besprechen, um ein größtmögliches Miteinander zu erreichen.

Der vorliegende Flyer enthält Hinweise, wie Unternehmen, Non-Profit-Organisationen (NPOs) und Kommunen ihre Corporate-Citizenship-Partnerschaften gestalten bzw. optimieren können. Diese sind das Ergebnis der Arbeitsgruppe „Erwartungen an CC-Partnerschaften“ im Rahmen der Projektgruppe 6 „Corporate Citizenship“ des BBE.

Was Unternehmen von ihren Partnern erwarten:

- Aufgeschlossenheit für die Interessen und Ziele des Unternehmens, die neben dem sozialen z. B. auch im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit liegen können;
- NPOs sollten mit möglichst genauen Vorstellungen und einem konkreten konzeptionellen Ansatz auf Unternehmen zugehen;
- die ausschließliche Fokussierung von NPOs auf finanzielle Unterstützung ist häufig nicht zielführend, gemeinsame Projektarbeiten und ggf. die Übernahme der Projektkoordination durch die NPOs entsprechen oft besser den Unternehmensinteressen;
- Kommunen können Unternehmen bei der Suche nach Partnern und der Kontaktaufnahme unterstützen und als Makler auf dem lokalen/regionalen „Corporate-Citizenship-Markt“ fungieren;
- bei den Partnern sollte es einen eindeutigen Ansprechpartner (one face to the customer) für Corporate-Citizenship-Aktivitäten geben.

Was Unternehmen tun können:

- ihre Ziele von Beginn an deutlich formulieren und transparent machen;
- die CC-Aktivitäten als gemeinsame Erfolge darstellen und die Partner bei der Kommunikation miteinbeziehen;
- Unterstützung geben bei der weiteren Suche nach und Vernetzung mit anderen Partnern aus der Wirtschaft;
- keine Dominanz beim Management der Partnerschaft anstreben;
- möglichst wenig Wechsel der verantwortlichen Personen, um Kontinuität und Vertrauen aufzubauen;

- neben Finanzen spezifisches Wissen und Fähigkeiten einbringen;
- bei aufkommenden Problemen nicht aufgeben, sondern versuchen, die Partnerschaft auch über schwierige Situationen hinweg aufrechtzuerhalten.

Was Non-Profit-Organisationen von ihren Partnern erwarten:

- einen Umgang auf gleicher Augenhöhe, d. h. eine partnerschaftliche und wertschätzende Zusammenarbeit;
- Unternehmen sollten sich auf ihr soziales Engagement einlassen und es nicht ausschließlich als Element einer Geschäftsstrategie betrachten;
- finanzielle Interessen stehen zwar nicht immer im Vordergrund – angesichts gekürzter öffentlicher Zuschüsse spielt die finanzielle Unterstützung jedoch eine wichtige Rolle;
- Kommunen können das Einschalten von Vermittlern organisatorisch bzw. finanziell unterstützen;
- eine an der Sache orientierte Nachhaltigkeit des Engagements auch über die üblichen Projektzeiträume hinaus.

Was Non-Profit-Organisationen tun können:

- klare Kommunikation über die Ziele und den Umfang ihrer Aktivitäten und ihrer Erwartungen an die Unternehmen;
- Einschalten von erfahrenen Vermittlern, um ein optimales Matching zwischen den Partnern zu erreichen;