

V13 Argumente für die Beteiligung von Unternehmen

- Helfen und Engagement machen Spaß und ein gutes Gefühl !
- Gemeinsam in kleinen Schritten den Standort / das Gemeinwesen verbessern
- Teil einer neuen Initiative in der Stadt sein
- Neue Ideen für Engagement bekommen und
 - interessante Menschen,
 - engagierte Vereine, Initiativen, Schulen und Einrichtungen,
 - echte Bedarfe im Gemeinwesen (vor der Tür)
 kennen lernen. So kann man sich dort für ein besseres Gemeinwesen einsetzen, wo es einem nötig und möglich erscheint.
- Lokaler Aktionstag als Alternative zu Spendenanfragen:
 - Bei der Projektbörse direkt ein passendes Projekt finden, das mein spezifisches Angebot gut gebrauchen kann (statt sich durch die vielen Spendenbriefe zu wühlen);
 - Engagement effektiv festlegen und vereinbaren
- Geld steht nicht im Mittelpunkt - Unternehmen haben eine Menge mehr fürs Gemeinwesen zu bieten: Zeit, spezifische Kompetenzen und Ressourcen, die einfach, unkompliziert und wirksam zur Verfügung gestellt werden können - und für die unterstützten Anliegen im Gemeinwesen unterm Strich mehr „Wert“ sind als Geld
- Und: Bei der Börse kann es auch zu unvorhergesehenen Anregungen für Projekte kommen, die man vielleicht viel besser, wirkungsvoller, passender findet, als das, was man bis dahin als Engagement gemacht hat.

Schließlich: Es geht hier nicht ums (unpersönliche) Geben.

Statt „Logo auf Flyer“ oder „Bild von Scheckübergabe in der Zeitung“ - Gemeinnützige haben viel mehr zu bieten - z.B.:

- In gemeinnützigen Organisationen mal was ganz anderes Erleben / Lernen in einer anderen Lebenswelt (Nutzen im Personalbereich) - z.B.
 - beim ehrenamtlichen Einsatz in einer Organisation anstelle des Betriebsausfluges
 - Projektmanagement / Teamfähigkeit / soziale Kompetenz bei ehrenamtlichen Einsätzen von Auszubildenden oder von Führungskräften in sozialen Organisationen trainieren
 - Zufriedenheit / Stolz auf die Firma, Betriebsbindung, Unternehmenswerte leben
- Organisationen sind Experten
 - Fachwissen / Beratung der Organisation - z.B. bei Suchtberatung, Kinderbetreuung, Einsatz von behinderten MitarbeiterInnen
 - Unterstützung bei Betriebsfeiern (mit Programm, durch Logistik, Materialien)
- Organisationen und ihre MitarbeiterInnen sind Multiplikatoren / Kunden (Nutzen im Marketing / Vertrieb)
 - Kundenbindung / Verkaufsförderung mit Engagement (z.B. wie Krombacher-Regenwaldprojekt, „Mucki-Brötchen“ der Bäckerei Plentz in Schwante bei Berlin, „Bananen für die Region“ von Globus Naturkost in Eberswalde)
 - Wissen über / Zugang zu Zielgruppen der Organisation, die zugleich Kunden sind; Einblick in den "Markt" (für Produktentwicklung, Werbung)

- Mund zu Mund Propaganda (Nutzen in Öffentlichkeitsarbeit / Unternehmenskommunikation)
 - Kontakt zu / Bekanntheit bei Zielgruppen der Organisation
- Nutzen bei der Regional-/Standortentwicklung
 - intaktes Umfeld, tatkräftige Beteiligung an der Lösung konkreter Probleme am Standort: z.B. Familie und Beruf, sozial-kulturelle Infrastruktur, Bildung und Eigeninitiative, Intoleranz und Rechtsextremismus, sozialer Zusammenhalt, Wir-Gefühl,