

V15 Tipps für die Vorbereitung der Organisationen

Vor der Infoveranstaltung für die Organisationen sollte sich das Komitee auf die u.g. Fragen vorbereiten und diese während der Infoveranstaltung für die Vorbereitung von Projekten für den Lokalen Aktionstag und zur Vorbereitung auf die Projektbörse ansprechen. Ggf. kann den Organisation eine Übersicht zu den wichtigsten Punkten an die Hand geben werden.

Wichtig: Die u.g. Hinweise dienen nur der Orientierung, sind keine Rechts- oder Steuerberatung und ersetzen nicht die Auskunft einschlägiger Expertinnen und Fachleute! Falls erforderlich können die Wohlfahrtsverbände oder die Geschäftsführungen größerer gemeinnütziger Organisationen vor Ort Zugang zu einer entsprechenden Beratung vermitteln.

Das Komitee sollte bei der Infoveranstaltung darüber hinaus

- Anmeldeformulare bereithalten
- den Anmeldeschluss zur Projektbörse bekannt geben.

Weitere Materialien und Vorlagen für die Infoveranstaltung finden Sie auf www.upj.de/aktionstag

1. Welche Projekte sind für den Lokalen Aktionstag geeignet?

Die Aufgabe der Unternehmens-Teams sollte so konzipiert sein, dass sie an einem Tag gut machbar ist und ein sichtbares, sinnvolles Ergebnis bringt - aber auch nicht schon nach 2-3 Stunden erledigt ist.

- Das kann ein Vorhaben sein, das schon lange aufgeschoben wurde, bei dieser Gelegenheit aber endlich in Angriff genommen und an einem Tag realisiert werden kann, weil viele HelferInnen anpacken, wie z.B. die Einrichtung / Neugestaltung eines Soezelenraums (Aktivprojekt).
- Oder eine Aktivität, die nur mit einer ausreichenden Anzahl Ehrenamtlicher durchgeführt werden kann, wie bspw. ein Ausflug, bei dem die Begegnung im Mittelpunkt steht (Begegnungsprojekt).
- Oder ein „internes“ Vorhaben, für das man spezielles Fachwissen braucht, wie bspw. die Entwicklung eines Logos, die Einrichtung einer Budgetkontrolle auf Excel-Basis oder die Überarbeitung von Arbeitsverträgen (Kompetenzprojekt).
- An manchen Orten sind durch den Lokalen Aktionstag inspiriert Projekte entwickelt worden, die seitdem regelmäßig mit mehreren ehrenamtlichen Teams aus Unternehmen durchgeführt werden - z.B. eine Kinder-Olympiade oder ein Fußballturnier einer Anlaufstelle für ehemalige Straffällige mit Mannschaften aus Unternehmen, dem Rat der Stadt und der Polizei.

Je deutlicher der Nutzen für die Organisation und ihre Adressaten / Nutzer / Klienten herauskommt, umso besser. Es sollte gar nicht erst versucht werden, an diesem einen Tag „die Welt zu retten“ - aber am Ende des Tages soll für alle Beteiligten ein sichtbares Ergebnis und ein schönes Erlebnis stehen.

Bitte bedenken: Das Projekt sollte auch bei schlechtem Wetter umsetzbar sein !

Kontakt zur Zielgruppe

Häufig haben die Unternehmen schon bestimmte Zielgruppen im Kopf, für die sie sich engagieren und mit denen sie am Lokalen Aktionstag zusammenarbeiten wollen – Kinder, Jugendliche, Behinderte oder ältere Menschen. Dieser Wunsch sollte möglichst berücksichtigt und ein direktes Zusammenwirken bei der Umsetzung des Projekts am Lokalen Aktionstag eingeplant werden. Ein Beispiel zeigt, was möglichst nicht passieren sollte:

In einem Kindergarten unterstützte ein Team von Mitarbeitern die Neugestaltung des Außenengeländes. Um die Arbeit des Teams nicht zu stören, wurden die Kinder zweimal am

Tag (nach der Mittagspause und zum Ende) zum Projektgeschehen geholt. Nach dem Projekt erklärten die Unternehmensmitarbeiter, dass sie sich sehr gewünscht hätten, dass die Kinder mehr miteinbezogen worden wären.

Was erwarten die Unternehmen?

Jedes Unternehmen wird für sich definieren können, warum es sich im Gemeinwesen engagiert. Die Motivlage reicht vom positiven Gefühl, das jedes Engagement hinterlässt, und der Überzeugung, dass sich jede und jeder für sein Umfeld einsetzen sollte, bis hin zu eher auf die Unternehmensentwicklung bezogenen Nutzenerwartungen, wie bspw. Profilierung in der Öffentlichkeit, Bereicherung der Unternehmenskultur und des Betriebsklimas, oder der Multiplikationseffekt durch Mund-zu-Mund-Propaganda bei potenziellen Kunden vor Ort. Für viele Unternehmen ist darüber hinaus der Beitrag zur Standortentwicklung, der mit dem Lokalen Aktionstag insgesamt geleistet wird, bedeutsam oder die Einschätzung, dass man auf gestiegene Erwartungen der Öffentlichkeit an das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen reagieren sollte.

Siehe auch Vorlage V 13: Argumente für die Beteiligung von Unternehmen

2. Projekt-Entwicklung

Projektidee entwickeln – Unternehmen in die Vorbereitung einbeziehen

Die Unternehmen wollen sich aktiv in ein konkretes Projekt einbringen. Deshalb sollte die Projektidee bei der Börse klar, verständlich und vollständig formuliert werden. Etwaige Unwägbarkeiten sollten unbedingt angesprochen werden – was nicht heißt, dass der Einsatz bereits bei der Projektbörse von Anfang bis Ende durchgeplant sein sollte, denn dann bleibt kein Gestaltungsspielraum mehr für den künftigen Kooperationspartner.

Wenn ein Ausflug gemacht werden soll, können noch das Ziel oder verschiedene Zielorte zur Auswahl stehen oder das Rahmenprogramm gemeinsam überlegt werden.

Planen Sie also ausreichend Zeit ein, damit „ihr“ Unternehmen dann kreativ bei der Planung und Organisation mitwirken kann.

Was dürfen die Projekte kosten?

Projekte, für deren Umsetzung ein erheblicher Geldbetrag notwendig ist, sind für einen Lokalen Aktionstag ungeeignet. Finanzielles Engagement steht nicht im Zentrum – zumal die Freistellung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die Unternehmen bereits ein Kostenfaktor ist. Natürlich ist für die Umgestaltung eines Gartens oder Raumes Material erforderlich, der Bus, der zum Ausflug gebraucht wird, muss wahrscheinlich bezahlt werden. Darüber muss bei der Börse gesprochen werden. Grundsätzlich geht es aber nicht in erster Linie um finanzielle Mittel für ein Projekt. Es ist also vorab zu überlegen, was unbedingt gebraucht wird, und inwieweit die gemeinnützige Organisation selbst einen Part übernehmen oder Mittel dafür beschaffen kann. Verbleibende Teilbeträge werden die Unternehmen leichter übernehmen können.

Wer kümmert sich um die Verpflegung während des Lokalen Aktionstages?

Die Verpflegung erfolgt vor Ort in den Projekten, dies wird von den gemeinnützigen Organisationen geregelt. Die Finanzierung kann zum Teil von dem Unternehmen übernommen werden. Umso wichtiger ist es, auch dieses Thema schon auf der Projektbörse, spätestens aber im Rahmen der gemeinsamen Projektvorbereitung anzusprechen.

Wie viele Projekte sollte eine Organisation vorbereiten?

Das überlässt man am besten den gemeinnützigen Organisationen. Allerdings sollten bei der Projektbörse alle gemeinnützigen Organisationen unter gleichen Bedingungen starten – etwa mit der gleichen Präsentationsfläche, egal wie viele Projekte eingereicht werden.

Eine große Zahl an Projekten kann dazu führen, dass der Schwerpunkt der gemeinnützigen Organisation von den Partnern nicht mehr wahrgenommen wird: Die Projektbörse ist zeitlich begrenzt, sodass die potenziellen Projektpartner zunächst versuchen, sich einen Überblick über das Projektangebot zu verschaffen. Eine fokussierte Darstellung weniger Projekte hat den Vorteil einer aufmerksamkeitsstarken, profilierten und schnell erfassbaren Präsentation.

Gibt es eine Vorauswahl von Projekten?

Eine Vorauswahl an Projektangeboten durch das Organisationskomitee ist nicht sinnvoll. Erstens wissen die gemeinnützigen Organisationen am besten, wo sie Unterstützung benötigen. Zweitens liegt die Entscheidung über die Unterstützung bei den Unternehmen.

3. Anmeldung zur Projektbörse

- Gemeinnützige Organisation kurz beschreiben
- Projekt kurz skizzieren, eventuell mit Foto
- Besonderheiten des Projekts darstellen, z.B. besondere Anforderungen an Unternehmens-Teams, Umfeld (sozialer Brennpunkt etc.), Zielgruppe, etc.
- Indoor/Outdoor
- Unterstützungsbedarf konkret formulieren
- Minimale und maximale Personenanzahl festlegen

Anmeldeschluss zur Börse ➔ spätestens zwei Wochen vor der Projektbörse

Besonders einladend für die Unternehmen sind

- ein Übersichtsplan gleich am Eingang der Börse auf dem die Stände mit Organisation und Projekttitel vermerkt sind,
- ein Informationsblatt mit allen Organisationen, Projekttiteln und Standnummern

4. Präsentation bei der Projektbörse

Die Präsentation der Projekte bei der Projektbörse muss den Unternehmensvertretern eindeutig zeigen: Hier steht ein Team voll hinter seinem Projekt. Hier geht es nicht nur um zusätzliche Ressourcen, sondern um die Begegnung und das gemeinsame Arbeiten an einem Projekt. Und hier wird die Idee des Lokalen Aktionstags getragen.

Das Komitee klärt, welche Hilfsmittel für jede Organisation zur Verfügung stehen (Moderationswand, Stehtisch, Stromanschluss, etc).

Guter Projekttitel

Der Titel des Projektes fällt den Unternehmen bei der Börse üblicherweise als erstes ins Auge. Wer durch den Titel Aufmerksamkeit und Neugierde wecken kann, hat zumindest schon mal die Möglichkeit, ins Gespräch zu kommen und Fragen zu beantworten. Wichtig: Der Projekttitel sollte aber nicht nur Aufmerksamkeit erzeugen, sondern auch Anliegen und Zielgruppe herausstellen.

Die Aidshilfe xy suchte Unterstützung für bessere Kommunikationsunterlagen und bot deshalb auf der Projektbörse das Projekt „Eine Broschüre für die Aidshilfe“ an – ein klarer Titel, aber nur relevant für Unternehmen, die ohnehin schon eine solche Aktivität im Kopf hatten. „Aidskranker sucht Öffentlichkeit“ hätte vielleicht mehr Unternehmen interessiert, die nichts

mit Druck und Gestaltung zu tun haben, aber mit ihren entsprechenden Abteilungen und Kontakten das Projekt dennoch realisieren könnten.

5. Projekt-Planung

Nachdem sich Unternehmen und Organisation bei der Projektbörse gefunden und ein Projekt vereinbart haben, erfolgt die konkrete Planung und Vorbereitung des Projekts direkt zwischen Unternehmen und Organisation in der Zeit bis zum Lokalen Aktionstag.

Halten Sie alle Absprachen fest. Sinnvoll ist es, auf beiden „Seiten“ einen Ansprechpartner für erforderliche Absprachen zwischendurch zu bestimmen.

Was ist beim Versicherungsschutz zu beachten?

Jede gemeinnützige Organisation muss prüfen, welche Unfall- und Haftpflichtversicherung sie für ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abgeschlossen hat. In der Regel ist dies über die Berufsgenossenschaft abgedeckt, muss aber sicherheitshalber genau geklärt werden. Auch die Unternehmen sollten prüfen, wie ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter versichert sind, wenn das Projekt in der Arbeitszeit oder in der Freizeit stattfindet. Gegebenenfalls muss das Unternehmen eine Zusatzversicherung für den Lokalen Aktionstag abschließen. Generell bestehen in allen Bundesländern Rahmenverträge für Ehrenamtliche, die die jeweilige Landesregierung für den Fall abgeschlossen hat, dass in einer gemeinnützigen Organisation kein ausreichender Versicherungsschutz für Ehrenamtliche besteht und die dann subsidiär eintreten. Sprechen Sie ggf. das Organisationskomitee an, das sich hier kundig gemacht hat.

Wie sieht die steuerliche Betrachtung des Engagements der Unternehmen aus?

Die Unterstützung durch ein Unternehmen am Lokalen Aktionstag ist steuerlich gesehen eine Spende an die gemeinnützige Organisation. Bei Geld- und Sachspenden im Zusammenhang mit der Durchführung eines Projekts können gemeinnützige Organisation Zuwendungsbestätigungen ausstellen. Wenn eine reguläre Unternehmens-Dienstleistung pro bono erbracht wird, kann das Unternehmen auf die Begleichung der Rechnung verzichten und den Rechnungsbetrag anschließend spenden. Für das ehrenamtliche Engagement durch ein Team von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, das nichts mit den regulären Leistungen des Unternehmens zu tun hat, verlangen Unternehmen in der Regel keine Zuwendungsbestätigung. Sprechen Sie ggf. das Organisationskomitee an, das sich hier kundig gemacht hat.

Was passiert, wenn Mitarbeitende des Unternehmens etwas herstellen, das nicht nicht funktions-tüchtig ist oder etwas im Nachhinein kaputtgeht oder Dritte schädigt?

Grundsätzlich haftet die gemeinnützige Organisation für die Ergebnisse des Lokalen Aktionstages. Entsprechend muss sie dafür sorgen, dass eventuell notwendige Genehmigungen für die Projektarbeiten vorliegen (etwa eine Baugenehmigung) und die Ergebnisse anschließend gegebenenfalls offiziell abgenommen werden. Unternehmen, denen diese Aussage zu wenig belastbar erscheint, könnten evtl. darum bitten, dass eine schriftliche Haftungsbegrenzung vereinbart wird.

- Das Organisationskomitee sollte über den Stand der Vorbereitung informiert werden, v.a. wenn es ein Problem geben sollte.
- Das Komitee wird sich nach der Börse bemühen, für Projekte und Unternehmen, die keinen passenden Partner gefunden haben, eine gute Lösung zu finden.

Ansprechpartnerin/Ansprechpartner im Komitee für Fragen:

Name, Kontaktdaten