

Verbindungen gestalten!

CSR und gesellschaftliche Innovationen

Jahrestagung des UPJ-Netzwerks engagierter
Unternehmen und Mittlerorganisationen



Fit für die Kooperation: Anforderungen an NPO

- **Uwe Kleinert**, Coca Cola / **Karin Schmid**, Amway
- **Dr. Christoph Schank**, Universität St. Gallen, Institut für Wirtschaftsethik
- **Monika Nitsche**, Der PARITÄTISCHE Bayern
- **André Koch-Engelmann**, UPJ

Moderation

Prof. Dr. Egon Endres, Kath. Stiftungsfachhochschule München

Präsentiert von



Amt für Soziale Arbeit

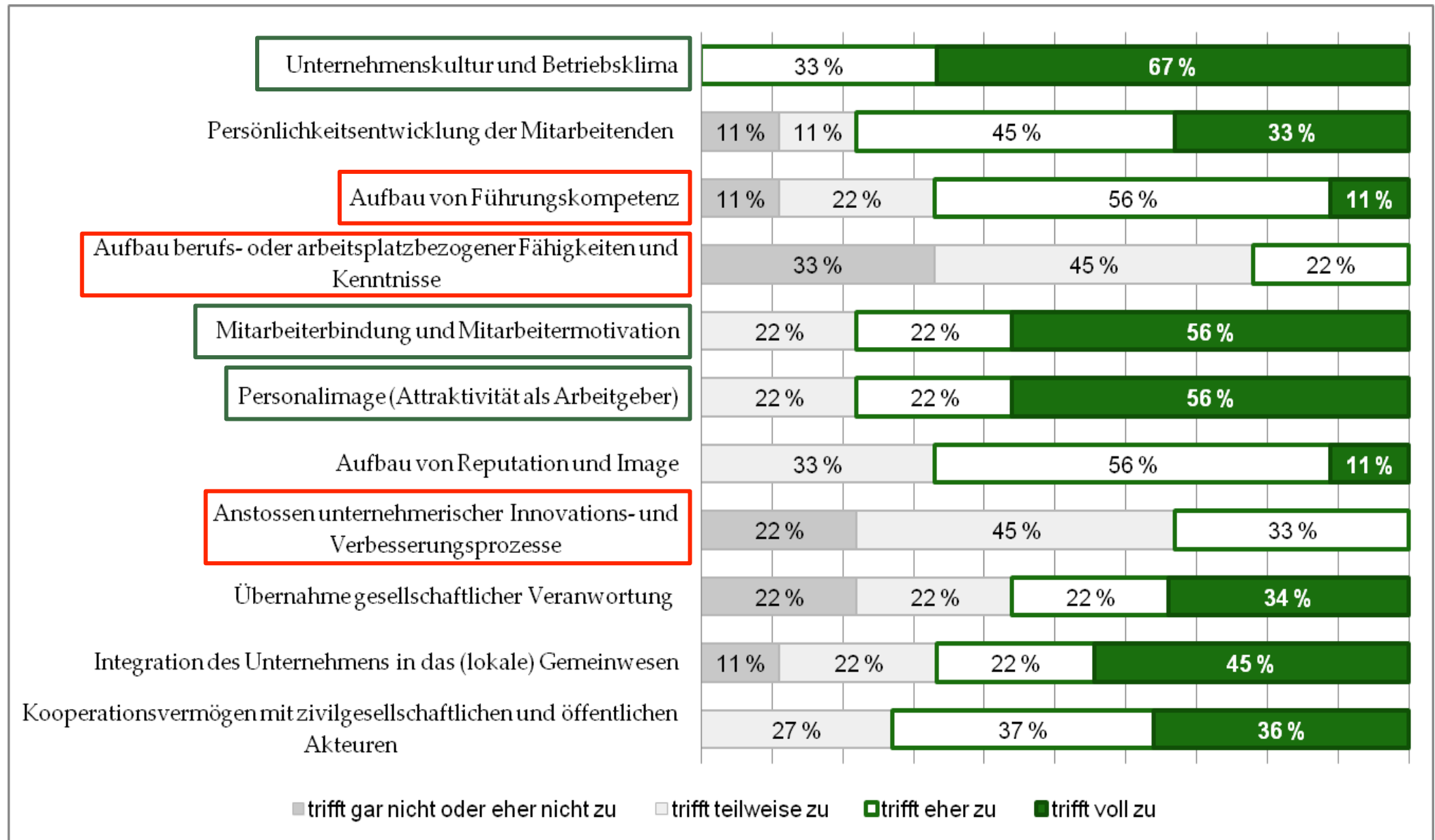
UPJ-Jahrestagung 2012

Corporate Volunteering Ein Konzept weiterdenken

Dr. Christoph Schank
Institut für Wirtschaftsethik
Universität St.Gallen
christoph.schank@unisg.ch

Berlin, 12.03.2012

Was Corporate Volunteering für Unternehmen heute leistet – und was es mit der Hilfe der NPOs noch könnte!



Corporate Volunteering mit einem gesellschaftlichen Gewinn – die NPO hat es in der Hand

Ausgangslage (Unternehmen)

- ❖ Gerade kleinere und mittlere Unternehmen sind für Corporate Volunteering motiviert, aber es herrscht Unklarheit über
- ❖ den gesellschaftlichen Bedarf,
- ❖ den passenden Partner,
- ❖ Prozesse, Ziele und Erfolgsgrößen und nicht zuletzt
- ❖ einen eigenen Nutzen über ein philanthropisches Bedürfnis hinaus.

Ausgangslage (NPO)

- ❖ Non-Profit-Organisationen hingegen
- ❖ kennen den gesellschaftlichen Bedarf,
- ❖ haben häufig Prozess- und Kooperationswissen und
- ❖ mögliche Lösungshypothesen für Problemlagen.

Handreichungen für NPOs

- ❖ Unternehmen und ihre Mitarbeiter verfügen aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit über wertvolles Humankapital – genau dieses sollte genutzt werden:
 - ❖ Bankangestellte helfen erfolgreicher Jugendlichen aus der Schuldenfalle als dass sie Klassenräume streichen.
 - ❖ Verlagsfachleute können in Altenheimen Spieleabende veranstalten – oder den Heimbewohnern dabei helfen, ihr Leben für die Nachwelt zu Papier zu bringen.
- ❖ NPOs sollten verdeutlichen: Freiwilligenengagement bedeutet Wirken, aber auch Lernen. Gute Programme können Fachwissen vertiefen, Perspektiven eröffnen und Innovationsprozesse in Unternehmen und NPOs anstoßen.
- ❖ Corporate Volunteering ist keine Beschäftigungstherapie – es soll reale Probleme lösen. Dafür braucht es Erfolgsgrößen, Prozesspläne und eventuell eine Evaluation – für das Unternehmen und die NPO

Anforderungen an ein modernes Corporate Volunteering

- ❖ Corporate Volunteering muss an einem Bedarf ansetzen – nicht ihn erzeugen.
- ❖ Corporate Volunteering verhält sich komplementär zum Kerngeschäft – nicht als Antipode.
- ❖ Spezielle Kompetenzen, Fachwissen und Ressourcen des Unternehmens müssen durch die NPO gezielt nachgefragt werden.
- ❖ Corporate Volunteering benötigt eine Kooperationskultur ohne Bittsteller – NPOs sind wichtige Begleiter und Partner in relevanten Lernprozessen.
- ❖ Corporate Volunteering muss integratives Element einer Unternehmenskultur des Lernens, Entwickelns und Engagierens sein.

**Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

Fit für die Kooperation

Anforderungen an NPO / Fortbildung „Gute Sachen“

André Koch-Engelmann
Projektmanager UPJ

Berlin, 12. März 2012

Eine (fiktive) Unternehmensanfrage

„Guten Tag, sehr geehrte Damen und Herren,

wir sind ein Tochterunternehmen der Firma ABC und ansässig in Musterstadt. Wir möchten in den Frühlingsmonaten gern einmal im Monat mit jeweils 20 Kollegen für eine Stunde in ein Waisenhaus zum Spielen kommen. Die Kollegen möchten auch Kuscheltiere und Spielzeug spenden.

Damit wir unser Engagement/ unsere Spende auch an die richtige Adresse(n) richten, hoffe ich, dass Sie mir sagen können, welche Waisenhäuser es in Musterstadt und Umgebung gibt, und welche Sie als spendenwürdig empfehlen möchten. Waisenhäuser mit schlechtem Ruf, schlechter Publicity kommen für uns als Unternehmen nicht in Frage!

Ich freue mich, bald von Ihnen zu hören. Sollten Sie noch Fragen haben, stehe ich Ihnen natürlich jederzeit gerne zur Verfügung! Vielen herzlichen Dank vorab!

Mit freundlichen Grüßen

P. Mustermann

Personalmarketing-Beauftragte/r“

Anforderungen an NPO

Erfolgreiche Unternehmenskooperationen sind nicht voraussetzungsfrei. NPO benötigen dafür:

- ein **Bewusstsein** für die eigene Organisation (Selbstverständnis, Auftrag, Werte)
- eine klare **Haltung** zu Unternehmensengagement
- (Erfahrungs-) **Wissen** und Know How zu Unternehmensengagement
- Verständliche, realistische, flexible und sinnvolle **Angebote** für Unternehmen („Produkte“)

Die Angebote sollten ein tatsächlichen „Mehrwert“ für die Adressaten der Organisation oder für die Organisationsentwicklung (und damit für das Gemeinwesen) haben – dann sind sie auch attraktiv für Unternehmen.

Gute Sachen: Qualifizierung für NPO

- Qualifizierungsangebot für kleine und mittlere NPO zu verschiedenen Handlungsfeldern von Unternehmenskooperation/ CC
- Qualifizierung „on the job“: Seminare und Praxisprojekt
- Hintergrund: Gute Geschäfte (Marktplatz-Methode)
- Ziele: Erfolge von Gute Geschäfte strukturell verankern und Anzahl qualifizierter NPO deutlich erhöhen
- 16 TN pro Durchgang, 2 TN pro NPO
- Regionaler Fokus und regionaler Veranstalter
- bundesweite Servicestelle, erprobte Materialien, Experten-Pool
- Pilotphase: Herbst 2012/Frühjahr 2013, 2-3 Standorte

Gute Sachen: Inhalte der Qualifizierung

Module

- 3 Seminare und 1 Workshop (Kollegiale Beratung)
- Begleitendes Coaching und Help-Desk
- Entwicklung und Durchführung Praxisprojekt
- Auftakt- und Abschlussveranstaltung

Inhalte

- Eigene Organisation, Identität, Werte
- Gründe für und Formen von Unternehmensengagement
- Anforderungen von Unternehmen an NPO
- Ideenschmiede und Planungswerkstatt für Kooperationsprojekte



unternehmen. verbinden. gestalten

André Koch-Engelmann

andre.koch-engelmann@upj.de

www.upj.de

twitter.com/UPJ