

Unternehmenspartnerschaften – Kooperationen in Cottbus

Ein Leitfaden für Unternehmen und gemeinnützige Organisationen



Herausgeber: Der Paritätische LV Brandenburg e.V. - Freiwilligenagentur Cottbus

An dieser Stelle bedanken wir uns bei allen, die mit uns gemeinsam Projekte angestoßen und umgesetzt haben. Mit diesem Leitfaden wird Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen, Verwaltungen und sonstigen Interessierten ein Werkzeug zur Umsetzung ihrer Engagement-Projekte zur Verfügung gestellt.

Impressum

Der PARITÄTISCHE Landesverband Brandenburg e.V. - Freiwilligenagentur Cottbus
Zielona-Gora-Str.16, 03048 Cottbus
Tel (0355) 488 86 65

Redaktion: Karen Wichmann, Antje Schrader
Fotos: Antje Müller, www.antjemueller.com, Katrin Daate, Maik Heyde
www.freiwilligenagentur-cottbus.de
12/2014

Das Projekt „Unternehmenspartnerschaften“ wurde gefördert und unterstützt durch:



Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkungen	5
1. Die Freiwilligenagentur Cottbus	6
2. Unternehmenspartnerschaften – Kooperationen in Cottbus	6
2.1 Nutzen für Unternehmen	7
2.2 Nutzen für gemeinnützige Organisationen	8
3. Wie entstehen Unternehmenspartnerschaften?	9
3.1 Unternehmen	9
3.2 Gemeinnützige Einrichtungen	11
4. Praxisformate für Unternehmenspartnerschaften	12
4.1 Aktiv- und Begegnungsprojekte	12
4.1.1 Tipps zur Organisation und Durchführung für Unternehmen	13
4.1.2 Tipps zur Organisation und Durchführung für gemeinnützige Einrichtungen	14
4.1.3 Nutzen	15
4.2 Kompetenzprojekte	16
4.3 Marktplatz – Plattform für Kooperationen	17
4.3.1 Tipps zur Vorbereitung	18
4.3.2 Nutzen	18
5. Ausgewählte Praxisbeispiele für Unternehmenspartnerschaften	19
6. Anlagen	20
Freiwilligenagentur - unser Service	21
Literaturverzeichnis	22
Kooperationspartner	23
Kontakte Bürgerschaftliches Engagement	23

Vorbemerkungen

Der Paritätische Landesverband Brandenburg e.V. unterstützt verschiedene Formen des Bürgerschaftlichen Engagements. Das Programm Soziale Stadt ermöglichte mit der Bereitstellung von Fördermitteln durch Bund, Land und Kommune eine ganz besondere Form der Unterstützung neue und innovative Ansätze zu erproben. Im Rahmen des Projektes „Unternehmenspartnerschaften“ hat die Freiwilligenagentur Cottbus, in Trägerschaft des Paritätischen, diverse Ansätze entwickelt und in der Region erfolgreich ausprobiert.

Netzwerke aus Unternehmen, öffentlichen Verwaltungen und gemeinnützigen Organisationen, die soziale Kooperationen eingehen, sind in der Lage, kluge Lösungen für viele gesellschaftliche Probleme zu erzielen. Zugleich erwirken sie damit einen Nutzen für die eigene Entwicklung.

Traditionell engagieren sich Unternehmen im Gemeinwesen meist mit Spenden und Sponsoring. Dieses Gefüge ist in Bewegung gekommen, es verändert sich dabei zugunsten einer aktiven Unterstützung. Nicht das Monetäre steht mehr allein im Vordergrund. Unternehmen möchten sich mit ihren Beschäftigten, mit Know-how und mit Sachleistungen aktiv in ihrem Umfeld einbringen. Sie wollen selbst auswählen, ob sie sich im Sozialen, in der Bildung, der Ökologie, der Kultur oder im Sport unterstützend einbringen. Themen wie Familienfreundlichkeit, Bildung und Pflege sind nicht mehr nur Themen der Sozialwirtschaft und des Staates. Die Verantwortung für die eigenen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen hat sich verändert. So kann ein Engagement auch als Investition in die Region verstanden werden.

Immer häufiger werden Kooperationen zwischen Unternehmen der Wirtschaft und sozialen Organisationen gelebt. So verlassen beispielsweise Auszubildende oder Beschäftigte für einen Tag ihren Arbeitsplatz und bauen einen Wasserspielplatz, verbringen einen Tag mit Kindern oder unternehmen einen Ausflug mit SeniorInnen in den Tierpark.

Bürgerschaftliches Engagement wirkt beidseitig und gewinnbringend. MitarbeiterInnen von Unternehmen bekommen Einblick in eine ihnen oft fremde Lebenswelt und machen Erfahrungen in ungewohnten Situationen, was ihre Persönlichkeit auch im Hinblick auf ihr Arbeitsleben stärkt. Gemeinnützige Organisationen realisieren Projekte, die sie ohne ehrenamtliche Unterstützung nicht hätten umsetzen können.

1. Die Freiwilligenagentur Cottbus

Die Freiwilligenagentur Cottbus fördert das bürgerschaftliche Engagement in Cottbus. Sie informiert, berät und qualifiziert gemeinnützige Organisationen und regt mit innovativen Projekten und Veranstaltungen den öffentlichen Austausch und eine Anerkennungskultur für Freiwilligenarbeit an. Die Freiwilligenagentur versteht sich auch als Brückenbauer zwischen unterschiedlichen Akteuren in der Stadt Cottbus. Dafür verfügt sie über ein Netz von möglichen Einsatzstellen für Engagement. Unternehmen und Verwaltungen, die sich gesellschaftlich engagieren wollen, bietet sie eine Plattform, um gemeinnützige Projekte und Organisationen kennenzulernen.

www.freiwilligenagentur-cottbus.de

2. Unternehmenspartnerschaften – Kooperationen in Cottbus

Seit 2007 befördert die Freiwilligenagentur Cottbus die Entwicklung von Unternehmenspartnerschaften. In den ersten Jahren wurde der Ansatz des Marktplatzes „Gute Geschäfte“ ausprobiert und etabliert. Um folgend ein Netzwerk engagierter Unternehmen, öffentlicher Verwaltung und gemeinnütziger Organisationen in Cottbus aufzubauen. Die Freiwilligenagentur hat im Zeitraum 2010-2014 das Projekt „Unternehmenspartnerschaften“ aus den Mitteln des Bund-Land-Kommune Förderprogramms „Soziale Stadt“ realisiert.

Mit diesem Ansatz unterstützt die Freiwilligenagentur Cottbus die Anbahnung von Kooperationsprozessen zwischen privaten, kommunalen Unternehmen, Verwaltung und der Sozialwirtschaft. Seit 2010 wurden gezielt Impulse gesetzt, Methoden erprobt und bereichsübergreifende Aktivitäten initiiert. Dadurch konnten bislang erfolgreiche Partnerschaften entstehen.

Gelegenheiten schaffen

Die Erfahrungen bestätigen die Feststellung, dass es eines Vermittlers bedarf, der die Situationen und Gelegenheiten für ein Engagement schafft und die Partner zusammenbringt.

Mit der folgenden Auflistung einiger Effekte

möchten wir zeigen, dass gelungene Unternehmenspartnerschaften nicht nur für viele EinwohnerInnen unserer Region, sondern auch direkt für alle beteiligten Kooperationspartner ein Mehrwert sind.



2.1 Nutzen der Unternehmenspartnerschaften

Viele Unternehmen erkennen, dass sie ihr Umfeld mehr als bisher beachten müssen. Bildung, sozialer Zusammenhalt, Toleranz, eine bedarfsbezogene soziale und kulturelle Infrastruktur, Eigeninitiative, Familienfreundlichkeit, Gesundheit, Qualifikation für Ausbildung und Arbeit - die weichen Standortfaktoren werden zunehmend als bedeutsame Faktoren für eine positive Unternehmensentwicklung erkannt.

Durch eine Partnerschaft mit Vereinen oder Einrichtungen nimmt ein Unternehmen soziale Verantwortung wahr und dokumentiert dies in der Öffentlichkeit. So kann Antriebsenergie für eine gelingende Öffentlichkeitsarbeit generiert werden. Kreative Auftritte mit einem ausschließlich positiv belegten Thema bewirken erfahrungsgemäß eine überdurchschnittliche Präsenz in den Medien. Damit eignet sich diese Form des „Social Sponsoring“ hervorragend als Marketing-Tool, kann die Marke und das Image eines Unternehmens stärken und die Kaufentscheidung von Kunden positiv beeinflussen.

Darüber hinaus lässt sich auch ein interner Mehrwert für ein Unternehmen darstellen: Über das Engagement in gemeinnützigen Vereinen und Einrichtungen werden die Sozialkompetenzen der MitarbeiterInnen gefordert und gefördert. Aspekte, die sich positiv auf die Qualität der Teamarbeit in Ihrem Unternehmen auswirken werden.

Im Hinblick auf die Herausforderungen des Fachkräftemangels in Brandenburg sind besonders die positiven Effekte eines sozialen Engagements auf Mitarbeiterbindung und -motivation hervorzuheben. Seit den 1980er-Jahren entwickelt sich zunehmend die Erkenntnis, dass Investitionen ins Gemeinwesen durchaus ein Gewinn für ein Unternehmen sind und auch die MitarbeiterInnen zufriedener machen. Internationale Studien zeigen, dass bis zu 80 Prozent aller Beschäftigten sich stärker mit einem Unternehmen identifizieren und loyal sind, wenn dieses sich sozial positioniert.

Das Institut „Ipos“ hat in einer Studie belegt, dass sechs von zehn Berufstätigen in einem sozial engagierten Unternehmen arbeiten wollen. Einen weiteren sehr interessanten Aspekt liefert die Studie des „Instituts Industrial Society“, in welcher es 82 Prozent hochqualifizierter Bewerber ablehnen, in Unternehmen zu arbeiten, dessen Wertvorstellung von ihnen nicht geteilt wird. (<http://www.dolphin-aid.de/helfen/sponsoring>)



„Gute Geschäfte“ abschließen auf dem Marktplatz für Unternehmen und gemeinnützige Einrichtungen

„Wir haben viele neue und nette Kontakte in der Region geknüpft, langjährige Zusammenarbeit ist entstanden und wir sind begeistert, dass wir sehr viel bewirken können, ohne das immer gleich von Geld die Rede ist.“

Heike Wernitz, Geschäftsführerin envia Service GmbH

2.2 Nutzen für gemeinnützige Organisationen

Der Nutzen für gemeinnützige Organisationen liegt auf der Hand: Sie bekommen Hilfe, geraten nicht in die Rolle des Bittstellers, da sie ihren Partnern Ihre speziellen Kompetenzen zur Verfügung stellen können.

Die Kooperation mit Unternehmen kann gemeinnützige Organisationen in die Lage versetzen, Ideen zu realisieren, die ohne Unterstützung vielleicht nicht möglich gewesen wären. Begegnungsprojekte bieten den NutzerInnen der Einrichtungen zusätzliche Angebote und ermöglichen Kontakte zu neuen Menschen.

Von großem Mehrwert kann es sein, die direkt im Unternehmen oder in seinem Netzwerk vorhandenen Kompetenzen von z.B. Führungskräften und Beschäftigten nutzen zu können. Nicht selten verfügen auch Unternehmen über Infrastrukturen, die vor allem gemeinnützigen Einrichtun-

gen nicht zur Verfügung stehen. Die Möglichkeit der gelegentlichen Nutzung von zum Beispiel Räumen oder Fahrzeugen bietet die Basis für die Umsetzung zusätzlicher Aktivitäten.

Nicht zu unterschätzen sind die Effekte der objektiven Draufsicht eines Partners, der mit seinen Kompetenzen mitunter sogar in der Lage ist, bei der Behebung von grundlegenden Problemen zu unterstützen. In längerfristigen Partnerschaften kann es so mitunter gelingen, durch die Einbindung des Partners die Ziele einer Organisation besser zu verwirklichen. Schlussendlich liefern Unternehmenspartnerschaften auch gemeinnützigen Organisationen wertvolle Impulse für die Öffentlichkeitsarbeit.



Auszubildende der Stadtverwaltung in der Begegnungsstätte des Volkssolidarität Landesverband Brandenburg e.V.



Auszubildende der envia Service GmbH mit SeniorInnen in der Begegnungsstätte des Malteser Hilfsdienst e.V.



3. Wie entstehen Unternehmenspartnerschaften

Gelingende Unternehmenspartnerschaften benötigen eine gute Vorbereitung aller Beteiligten. Einige Hinweise und Tipps sind im Folgenden zusammengestellt. Falls die internen Vorbehalte zu groß sind, sollte von einer Kooperation Abstand genommen werden. Die Gefahr, zwischen den Erwartungen des Partners einerseits und den Bedenken in der eigenen Organisation andererseits aufzugeben zu werden ist groß.

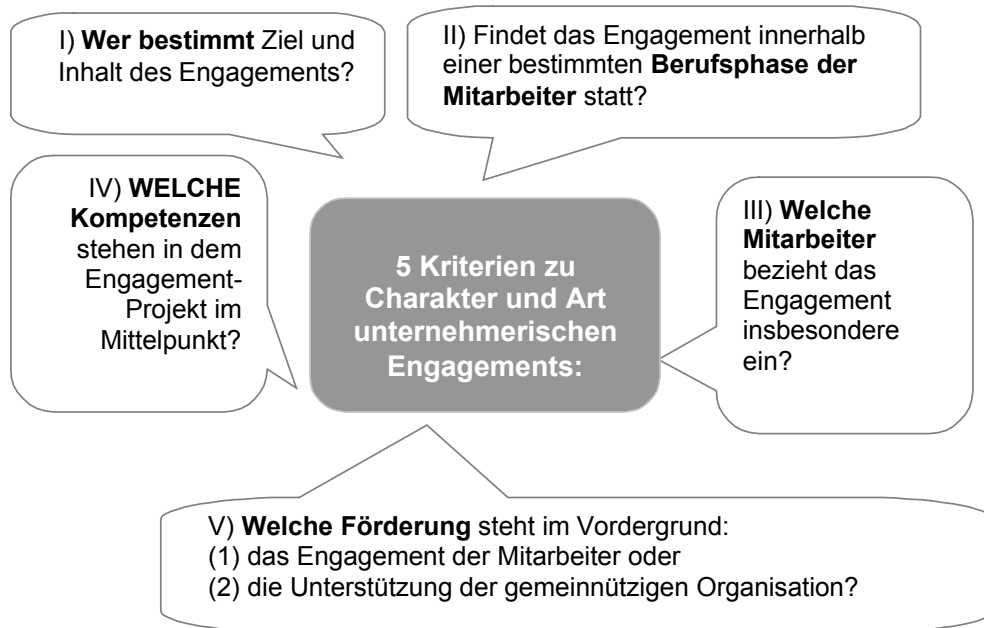
3.1. Unternehmen

Gesellschaftliches Engagement und eine verantwortliche Unternehmensführung haben in vielen Unternehmen Tradition. Es gibt aber auch Möglichkeiten, das gesellschaftliche Engagement stärker als bisher zu bündeln und systematischer in alle Bereiche der Unternehmenstätigkeit zu integrieren und damit den Nutzen zu erhöhen. Egal, ob man sich als Unternehmen mit Zeit, Know-how, seinen Mitarbeitern, Unterstützungsleistungen oder anderen Ressourcen im Gemeinwesen einbringen will, es bedarf verschiedener Instrumente und Wege.

Folgende grundsätzliche Fragen gehören zu den ersten strategischen Überlegungen, um Engagementformen auszuprobieren, bzw. ggf. langfristig in ein Unternehmen zu integrieren:

- Welche Engagementformen passen zum Unternehmen?
- Welche Ressourcen gibt es im Unternehmen?
- Wer benötigt in der Region Unterstützung und passt zum Unternehmen?
- Wie erfolgt die erste Kontaktaufnahme?
- Wie können die Aktivitäten kommuniziert werden?
- Soll das Engagement langfristig in das Unternehmen integriert werden?

Die Kölner Kommunikationsagentur VIS a VIS GmbH betrachtete bundesweit Praxisbeispiele unternehmerischen Bürgerengagements mittels Personaleinsatz bis zu Projekteinsätzen in sozialen Aufgabenfeldern. Daraus sind weitere fünf Kriterien herausgearbeitet worden, die bei der vertiefenden Überprüfung und Auswahl des passenden Engagements eine zusätzliche Hilfestellung leisten können.



Quelle: Dokumentation, der Kommunikationsagentur VIS a VIS GmbH, für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, betrachtet bundesweit Praxisbeispiele unternehmerischen Bürgerengagements mittels Personaleinsatz bis zu Projekteinsätzen in sozialen Aufgabenfeldern.

Das bundesweite Netzwerk UPJ (Unternehmen Partner der Jugend) hat Kooperationsprojekte zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen ausgewertet und stellt folgende drei Aspekte heraus:

- es müssen Kooperationspartner gefunden werden die den Interessen und Bedarfen aller Beteiligten entsprechen und gemeinsam definierte Probleme lösen (win-win Prinzip),
- die VertreterInnen der unterschiedlichen Partner müssen „miteinander können“,
- es gibt Motoren, ModeratorInnen und /oder MentorInnen für den Verständigungsprozess zwischen den bisher noch ungewöhnlichen Partnern.

(vgl. Damm/ Lang (2004) Handbuch Unternehmenskooperation)

Anlage (12)

10 Projektideen für das Engagement von Unternehmen im Gemeinwesen



3.2 Gemeinnützige Organisationen

Für die gemeinnützigen Organisationen gilt: vor dem ersten Kontakt mit Unternehmen sollte Klarheit darüber bestehen, was sie durch eine Unternehmenspartnerschaft erreichen wollen und welche Art von Unterstützung dafür infrage käme. Die Auswahl der Unternehmen, die angesprochen werden sollen, sollten sorgfältig ausgewählt werden. Informationen über die Strukturen und Angebote des Unternehmens und ein Blick in das Leitbild helfen zu prüfen, ob das Unternehmen tatsächlich zur eigenen Organisation passt.

Unternehmenspartnerschaften funktionieren auf der Grundlage des Gebens und Nehmens. Jedes Unternehmen kann und wird eine Gegenleistung von gemeinnützigen Organisation oder der Partnerschaft erwarten.

Als Experte für soziale Themen haben gemeinnützige Organisationen viel zu bieten und ver-

handeln auf gleicher Augenhöhe.

Wenn Klarheit über Kooperationsmöglichkeiten besteht sollten Aufgaben und Zuständigkeiten in einer Verabredung konkret und verbindlich verabredet werden.

Wichtig sind klare Regelungen zur Kommunikation und der Außendarstellung. Die gelingende Umsetzung von Partnerschaften hängt von den handelnden Akteuren ab, deshalb sollten verbindliche AnsprechpartnerInnen für die Partnerschaften festgelegt sein, die dann auch über die notwendigen Zeitressourcen und Entscheidungsbefugnisse verfügen sollten. (vgl. Bertelsmann Stiftung: *An einem Strang ziehen - Gemeinnützige Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen*)

Folgende grundsätzlichen Fragen sollten vorher geklärt werden:

- Welche Erwartungen werden an den Partner gestellt?
- Welches Unternehmen der Region passt zu der Organisation?
- Welche Aufgabe soll mit Unterstützung des Partners gelöst werden?



Freiwilligentag der Auszubildenden der Stadtverwaltung Cottbus auf dem Biohof Auguste der Lebenshilfe Werkstätten Hand in Hand gGmbH

4. Praxisformate für Unternehmenspartnerschaften

Im Wesentlichen lassen sich die Projektformate wie folgt strukturieren:

- **Aktivprojekte:** Hier geht es um körperlichen Einsatz, wie etwa Renovierungs- oder Bauaktionen auf Spielplätzen, in Kitas, Schulen oder Wohnheimen.
- **Begegnungsprojekte:** Bei diesem Format steht der direkte Kontakt von Mensch zu Mensch im Vordergrund. Das ist unter anderem der Fall bei der Begleitung eines Ausflugs von RollstuhlfahrerInnen oder beim Vorlesen in einer Schule.
- **Kompetenzprojekte:** Hier ist fachliches Wissen gefragt. Einzelne MitarbeiterInnen bringen allein oder in kleinen Gruppen ihre beruflichen Kompetenzen ein – zum Beispiel bei Bewerbungstrainings, bei der Gestaltung von Faltblättern, bei Steuer- und Rechtsangelegenheiten oder bei betriebswirtschaftlichen Fragen. (Quelle: *upj_leitfaden_lokaler_aktionstag2009.pdf*)
- **Marktplatz „Gute Geschäfte“:** Der Marktplatz ist eine jährliche Veranstaltung, auf der sich Unternehmen und gemeinnützige Organisationen treffen um Vereinbarungen für ein Engagement zu treffen. Er bietet eine gute Plattform zur Gewinnung von Partnern.

4.1 Aktiv- und Begegnungsprojekte

In diesem Leitfaden werden die beiden Formate Aktivprojekte und Begegnungsprojekte zusammengefasst, da sie sich in der Organisation und Durchführung nicht wesentlich unterscheiden. Lediglich bei der ersten Überlegung, muss die Entscheidung getroffen werden, welche Tätigkeiten bevorzugt werden: Sollen es eher praktische Tätigkeiten sein oder sollen Begegnungen stattfinden, mit Menschen Zeit verbringen? An Aktionstagen dieser Art – auch Freiwilligentage genannt - engagieren sich Beschäftigte und/ oder Auszubildende einen Tag lang oder ein paar Stunden in einer gemeinnützigen Einrichtung. Sie könnten einen Ausflug mit SeniorInnen in den Tierpark unternehmen, Spielgeräte in einer Kita streichen oder Grünanlagen in Wohneinrichtungen für Menschen mit Behinderung pflegen. Solche „Freiwilligentage für Beschäftigte/ Auszubildende“ aus Unternehmen haben sich als Instrument für Unternehmenspartnerschaften bewährt. Sie sind einfach entwickelbar und flexibel gestaltbar.



Azubis der Stadtverwaltung Cottbus und Mitarbeiter der Lebenshilfe Werkstätten Hand in Hand gGmbH auf dem Biohof Auguste

4.1.1 Tipps zur Organisation und Durchführung für Unternehmen

Folgende grundsätzlichen Fragen sollten vorab, am besten im Team, geklärt werden:

- In welchem Bereich und für welche KlientInnen soll der Aktionstag durchgeführt werden: für Kinder, Jugendliche, alte Menschen oder Menschen mit einer Behinderung?
- Welche Tätigkeiten werden bevorzugt – sollen es eher praktische Tätigkeiten sein oder sollen Begegnungen stattfinden, mit Menschen Zeit verbringen?
- Welchen Zweck hat der Aktionstag?
- Wer soll an dem Aktionstag mitwirken - Teams, Führungskräfte oder Auszubildende?

Die Projektinhalte sollten so konzipiert sein, dass sie an einem Tag umsetzbar sind. Am Ende sollte ein sichtbares und sinnvolles Ergebnis stehen. Je deutlicher der Nutzen für die gemeinnützige Organisation und ihre Klienten herauskommt, umso motivierender wirkt das auf die TeilnehmerInnen. Ein wichtiger Aspekt sind ebenfalls die Vorbereitung und Begleitung. Die Details sollten mit den Partnern rechtzeitig geplant werden. Angefangen bei benötigten Materialien und Werkzeugen und der Versorgung am Tage bis zur rechtlichen Absicherung der Akteure.

Bei der Planung eines gemeinsamen Ausfluges z.B. mit SeniorInnen sollten in der Vorbereitung die Tagesstruktur der Einrichtung bedacht werden. Zu welcher Tageszeit ist ein Ausflug möglich und machbar? Werden noch andere Hilfsmittel benötigt, z.B. für den Transport bei weiteren Wegen?

Die Anleitung der Arbeiten bei baulichen Aktivitäten erfolgt oft durch Beschäftigte der Einrichtung, die Materialien stehen zur Verfügung und ein Arbeitsplan für die anfallenden Tätigkeiten ist im Vorfeld erstellt worden.



Das Tagesziel im Blick, haben die TeilnehmerInnen die Gelegenheit, sich jenseits ihrer sonstigen Zusammenarbeit als Team kennenzulernen. Ein gemütliches Zusammensein am Ende der Aktion kann für eine erste kleine Auswertung genutzt werden und ist zugleich ein Dankeschön an alle Beteiligten.

Eine Auswertung bietet den MitarbeiterInnen die Gelegenheit ihre Eindrücke und Verbesserungsvorschläge zu äußern. Das Ergebnis bietet eine gute Grundlage für den nächsten Aktionstag und der Überprüfung, ob die internen Ziele erreicht wurden. (vgl. [upj_leitfaden_lokaler_aktionstag2009.pdf](#))

Anlagen (1) Leitfaden zur Entwicklung von Engagement-Projekten / Freiwilligentag, (2) Checkliste Teameinsatz planen – Erfolgskriterien (3) Zeitplan und Verantwortlichkeiten für einen Aktionstag (4) Leitfaden: Mögliche Einsatzfelder und Aufgabenbereiche für Mitarbeiterengagement (5) Checkliste für den Aktionstag (6) Fragebogen Individuelle Bewertung der TeilnehmerInnen eines Freiwilligentages

4.1.2 Tipps zur Organisation und Durchführung für gemeinnützige Einrichtungen

Die Projektinhalte sollten so konzipiert sein, dass sie an einem Tag umsetzbar sind. Am Ende sollte ein sichtbares und sinnvolles Ergebnis stehen. Je deutlicher der Nutzen für die gemeinnützige Organisation und ihre Klienten herauskommt, umso motivierender wirkt das auf die TeilnehmerInnen. Die Vorbereitung und Begleitung sind ebenfalls ein wichtiger Aspekt. Beginnen Sie rechtzeitig, die Details mit den Partnern zu planen. Angefangen bei benötigten Materialien und Werkzeugen und der Versorgung am Tage bis zur rechtlichen Absicherung der Akteure sollte an alles gedacht werden.

- Bedarfe ermitteln, Projekte entwickeln
- Projektart: für Teams oder einzelne Personen
- Organisation und Rahmen schaffen für die Durchführung der Projekte

Lassen Sie am Ende des Tages die Aktion gemeinsam ausklingen und schauen Sie stolz auf das Geschaffene. Ein gemütliches Zusammensein kann für eine erste kleine Auswertung genutzt werden und ist gleichzeitig ein Dankeschön an Ihren Partner und an alle Beteiligten.



Anlagen

- (1) Leitfaden zur Entwicklung von Engagement-Projekten / Freiwilligentag,
- (2) Teameinsatz planen – Erfolgskriterien
- (3) Zeitplan und Verantwortlichkeiten für einen Aktionstag
- (7) Fragebogen im Rahmen der Evaluation von Teameinsätzen

Die Organisation lief gut, allerdings hatten wir alle vergessen das Frühstück einzuplanen. So etwas kann passieren. Die Zeit hat auch nicht ausgereicht um den Stall komplett fertigzustellen, das hatten wir aber auch nicht erwartet. Wir haben festgestellt, dass die Freiwilligen noch intensiver in die Vorbereitungen eingebunden werden sollten, damit sie wirklich genau wissen, was sie vor Ort erwartet. Die ganze Aktion war aber so toll, dass wir beim nächsten Mal weitere Freiwillige von unserer Seite mit dazu holen möchten. Gemeinsames Tun verbindet und baut Vorurteile ab.

Eike Hockwin, Jugendhilfe Cottbus e.V.

4.1.3 Nutzen der Aktiv- und Begegnungsprojekte

Unternehmen

Gemeinnützige Organisationen

- gemeinsames Tun und Erleben verbindet
- Verständnis füreinander entwickeln und vertiefen
- während der Zusammenarbeit werden eigene Stärken wahrgenommen
- bessere öffentliche Wahrnehmung

für Beschäftigte / Auszubildende

- Freiwilligentage bieten Lernorte im sozialen Raum
- Erfahrungen im Umgang mit Menschen machen
- Teamarbeit im anderen Setting
- Selbstwirksamkeit erfahren
- Engagement-Erfahrungen machen

für NutzerInnen/ BesucherInnen der Einrichtungen

- Abwechslung und zusätzliche Zuwendung für NutzerInnen der Einrichtung
- Umsetzung kleinerer/ größerer Projekte
- Gewinnung neuer Freiwilliger über Engagement-Projekte



Auszubildende der Stadtverwaltung in der Kita-Pfiffikus der Jugend- und Sozialwerk gGmbH



Beschäftigte der egWohnen mit Mitgliedern des Flüchtlingsverein trommeln für die Fußballmeisterschaft



Schülerinnen der Sachsendorfer Oberschule bei ihrem Engagement im Rahmen eines Schulprojektes mit Senioren der Tagespflege des AWO Brandenburg Süd e.V.

4.2 Kompetenzprojekte

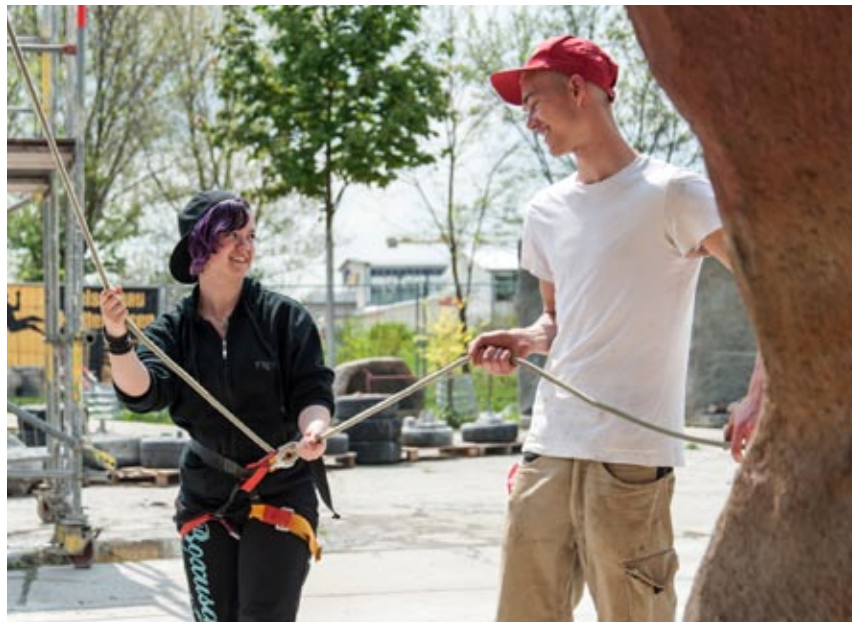
Eine spezielle Möglichkeit von Patenschaften stellen Kompetenzprojekte dar. Im Vordergrund stehen hier das Einbringen von Wissen und Know-how. Sowohl in Unternehmen als auch in gemeinnützigen Einrichtungen ist erfahrungsgemäß sehr viel Spezialwissen vorhanden. Kompetenzprojekte können vor allem bei der Weiterentwicklung der Organisations- und Angebotsstrukturen helfen. Beispielhaft sind z.B. Weiterbildungen und Workshops von MitarbeiterInnen eines Unternehmens in den Bereichen Management, Finanzen für gemeinnützige Organisationen oder die Umsetzung

von Teamtrainings oder Workshops des sozialen Lernens durch Fachkräfte der Sozialwirtschaft in den Teams von Unternehmen.

Kompetenzprojekte können aber auch den NutzerInnen gemeinnütziger Organisationen zugute kommen, indem z. B. MitarbeiterInnen von Unternehmen ihr Wissen, ihre Erfahrungen in Patenprojekten an Kinder, Jugendliche oder ältere Menschen weitergeben

In den letzten Jahren sind insbesondere für Kinder und Jugendliche „Bildungspatenschaften“ entstanden, zum Beispiel Initiativen zur besseren Lesefähigkeiten bei Schulkindern. Beschäftigte aus Unternehmen können ehrenamtliche Aufgaben im Bereich der Hausaufgabenbetreuung oder Nachhilfe - Schulpaten für Schüler und Schülerinnen in naturwissenschaftlichen Fächern und Fremdsprachen übernehmen.

Beispielhaft ist auch die Erstellung einer Konzeption zur Außenraumgestaltung für eine Integrations-Kindertagesstätte durch das Architekturbüro keller, meyer, wittig.



Mitarbeiter der Firma Brand-Felsenbau „built a rock“ leitet Schülerin an

„Meine Arbeit erfordert Kreativität. Durch das Engagement bekomme ich von den Vereinen jede Menge Input, den ich im Geschäft umsetzen kann. Außerdem finde ich so mögliche Mitarbeiter, Lehrlinge oder Praktikanten.“

Jens Brand, Geschäftsführer Brand-Felsenbau „built a rock“



4.3 Marktplatz – Plattform für Kooperationen

Eine ganz andere Herangehensweise sich zu engagieren bietet der Marktplatz „Gute Geschäfte“. Seit 2007 wird er in Cottbus erfolgreich durchgeführt. Der Marktplatz bietet Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen eine Plattform, miteinander zu verhandeln und Engagement-Vereinbarungen zu treffen. Ziel der zweistündigen Veranstaltung ist es, Vereinbarungen für zeitlich begrenzte, projektbezogene Partnerschaften zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen abzuschließen. Gefragt sind Sachmittel, Know-how und Zeit-Spenden. Um ein gutes Geschäft abschließen zu können, benennt jeder Handelspartner konkrete Angebote und Gesuche. Das Wort „Verhandeln“ ist unbedingt wörtlich zu nehmen, denn hier herrscht der Grundsatz von Angebot und Nachfrage. Im Angebot sind betriebliches Know-how, persönliche Kompetenzen, Sachleistungen und Manpower. Die gemeinnützigen Organisationen bieten etwas aus ihrem Arbeitsumfeld an, wie zum Beispiel Produkte der hauseigenen Töpferwerkstatt als Präsent für Geschäftskunden. Beide Seiten werden bei den Verhandlungen von „Maklern“ unterstützt. Eine Regel auf dem Marktplatz lautet: Alles darf verhandelt werden, nur die Frage nach Geld ist Tabu!

4.3.1 Tipps zur Vorbereitung

Eine gute Vorbereitung ist wichtig und beeinflusst das zufriedenstellende Ergebnis enorm. Die Beteiligten sollten offen ihre Wünsche, Erwartungen und Möglichkeiten kommunizieren. Für die Umsetzung des Engagements sind zusätzliche Ressourcen nötig, dies sollte von Anfang an bedacht werden! Die am Marktplatz teilnehmenden Personen sollten befugt sein, verbindliche Zusagen zu machen und Entscheidungen zu treffen.

www.gute-geschaefte-cottbus.de



Es können verschiedene Ressourcen und Kompetenzen eingesetzt werden:

Aktivitäten und Begegnung

Mitarbeiter-Teams unterstützen soziale Einrichtungen bei der Umsetzung von Projekten (Spielgeräte streichen, Ausflüge mit Senioren...)

Wissen und Kompetenzen

z.B. Öffentlichkeitsarbeit für Non-Profit-Organisationen, Fundraising, Marketing-Beratung, EDV-Schulungen usw.

- Praktikumsplätze
- Qualifizierungs- und Orientierungsmöglichkeiten

Logistik und Sachmittel

- z.B. Räume, Werkstätten, Werkzeuge, Fahrzeugen oder Transportkapazitäten
- Spenden: Büromaterial, Computer, Baumaterial usw.

In den Vereinbarungen wird konkret festgehalten, welche „Guten Geschäfte“ verabredet wurden und wann sie umgesetzt werden. Die ausgehandelten schriftlichen Vereinbarungen werden von ehrenamtlichen „Notaren“ besiegelt und symbolisieren so die gewünschte Verbindlichkeit. Damit soll eine gelingende Umsetzung gesichert werden.

4.3.2 Nutzen

Die Vorteile liegen auf der Hand:

- Unternehmen lernen in kurzer Zeit verschiedene Projekte und Akteure aus dem gemeinnützigen Bereich persönlich kennen.
- Gemeinnützige Organisationen haben die Möglichkeit, engagierte Unternehmer persönlich anzusprechen und sie von ihrem Anliegen zu überzeugen.
- Übliche Klischees werden abgebaut, Hemmschwellen vermindert, die Kontaktaufnahme wird einfacher.



Anlagen

- (8) Leitfaden zur Marktplatzvorbereitung für gemeinnützige Organisationen
- (9) Gute Beispiele für „Gute Geschäfte“
- (10) Formale Fragen zu Steuern, Haftung, Versicherung, Steuerrechtliche Aspekte der Marktplatz-Methode
- (11) Schreiben betr. ertragssteuerliche Behandlungen des Sponsoring

5. Ausgewählte Praxisbeispiele für Unternehmenspartnerschaften

Im Rahmen des Projektes „Unternehmenspartnerschaften“ des Programmes „Soziale Stadt“ wurden u.a. diese Projekte beispielhaft durchgeführt:

1. **Esel streichen und Berge versetzen**

Partner: Kita Pfiffikus, Jugend- und Sozialwerk gGmbH und Stadtverwaltung Cottbus

2. **Ein Sinnesgarten für demenzkranke Menschen**

Partner: Stadtverwaltung Cottbus, Gerontopsychiatrische Tagespflegeeinrichtung,
Träger: Volkssolidarität LVB e.V. RV Lausitz

3. **Mal ein ganz anderer Tag - auf dem Biohof Auguste**

Partner: Stadtverwaltung Cottbus, Einrichtung: Biohof Auguste
Lebenshilfe Werkstätten Hand in Hand g GmbH

4. **Gemeinsam backen & bunte Baucontainer**

Partner: Projekt Jugend für Sandow, Stiftung SPI und Kita Pfiffikus, Träger: Jugend- und Sozialwerk gGmbH

5. **Anpacken im Menschenrechtszentrum**

Partner: Menschenrechtszentrum Cottbus und SOL'jowo Catering

6. **Starke Mädchen - Gemeinsam ins Licht rücken**

Partner: Mia Mädchen, Frauenzentrum Cottbus e.V. und Fotograf Maik Heyde, FotoWinzer

7. **Bau eines Wasserspielplatzes**

Partner: Montessori-Kinderhaus, Paritätische Kita gGmbH und Felsenbau Jens Brand

8. **Ein Ausflug in den Tierpark**

Partner: Wohnstätte für Senioren Cottbus Ströbitz

Träger: Arbeiterwohlfahrt RV BrandenburgSüd e.V. und envia Service GmbH

9. **Gartenarbeit, Sport & Spiel**

Partner: Malteser Hilfsdienst e.V. Dienststelle Cottbus und envia Service GmbH



6. Anlagen

Bereitstellung von Materialien und Handreichungen zur Planung, Vorbereitung und Durchführung von Engagement-Projekten

1. Leitfaden zur Entwicklung von Engagement-Projekten / Freiwilligentag
2. Checkliste Teameinsatz planen – Erfolgskriterien (für gemeinnützige Organisationen)
3. Zeitplan und Verantwortlichkeiten für einen Freiwilligentag/ Aktionstag
4. Leitfaden: Mögliche Einsatzfelder und Aufgabenbereiche für Mitarbeiterengagement
5. Checkliste für den Aktionstag
6. Fragebogen: Individuelle Bewertung der Teilnehmer eines Freiwilligentages
7. Fragebogen: für gemeinnützige Einrichtungen im Rahmen der Evaluation von Teameinsätzen
8. Leitfaden zur Marktplatzvorbereitung für gemeinnützige Einrichtungen und Organisationen
9. Gute Beispiele für „Gute Geschäfte“
10. Formale Fragen zu Steuern, Haftung, Versicherung, Steuerrechtliche Aspekte der Marktplatz-Methode
11. Schreiben betr. ertragssteuerliche Behandlungen des Sponsoring
12. 10 Projektideen für das Engagement von Unternehmen im Gemeinwesen
13. Freiwilligenagentur – Service für Unternehmenspartnerschaften
14. Exposé Ausstellung „Freiwillig in Cottbus“



„Es ist nicht schwer anderen eine Freude zu bereiten, egal ob man einen Kaninchenstall baut oder mit Senioren einen Ausflug in den Tierpark macht. Schon mit Kleinigkeiten kann man viel bewirken. Es hat mir Spaß gemacht im Team zu arbeiten und mit älteren Menschen Zeit zu verbringen. Ich finde es gut, dass mein Ausbildungsbetrieb sich sozial engagiert und die Azubis aktiv einbindet. Ich bin froh diese Erfahrungen gesammelt zu haben, ohne sie hätte ich mich bestimmt nicht dazu entschieden mich auch privat für meine Mitmenschen zu engagieren.“

Maria Barz, 19 Jahre, 3. Lehrjahr

Freiwilligenagentur – unser Service

Unternehmensengagement: Die Freiwilligenagentur hat mit dem Projekt vielfache Impulse für Unternehmenspartnerschaften gesetzt und wird auch weiterhin das Thema Unternehmensengagement begleiten.

Beratung in Sandow: Ab Januar 2015 wird eine monatliche Beratung zu ehrenamtlichen Tätigkeiten im Stadtteil angeboten.
Ort: Generationen-Begegnungsstätte des Herbstlaub e.V., Am Doll 1, 03024 Cottbus

Freiwilligen-Café: In einer lockeren Atmosphäre - bei Kaffee und Kuchen - können Beschäftigte aus Unternehmen sowie BürgerInnen Angebote für ehrenamtliche Tätigkeiten und gemeinnützige Einrichtungen kennenlernen.

Foto-Ausstellung „Freiwillig in Cottbus“: Die Wander-Fotoausstellung zeigt die Vielfalt von Engagement und Menschen, die sich engagieren. Die Wanderausstellung mit 29 Bildern kann in anderen Häusern gezeigt werden.



Kontakt:
Freiwilligenagentur Cottbus
Telefon (0355) 4 888 663
www.freiwilligenagentur-cottbus.de



Literatur- und Quellenverzeichnis

Klein, Ansgar: BBE – Soziale Kooperationen zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen, Anforderungen aus Sicht der Zivilgesellschaft - 10 Thesen

Dreowski, Felix (2004): Corporate Citizenship - Ein Leitfadens für soziales Engagement mittelständischer Unternehmen, Berlin

Damm, Diethelm / Lang, Reinhard (2004): Handbuch Unternehmenskooperation. Erfahrungen mit Corporate Citizenship: Zehn Arbeitsschritte zur Unternehmenspartnerschaft, Berlin

Internetseiten

Lokaler Aktionstag für Unternehmen und Gemeinnützige. Eine praxisorientierte Schritt-für-Schritt-Anleitung. http://www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/Publikationen/upj_leitfaden_lokaler_aktionstag2009.pdf

Bertelsmann-Stiftung: An einem Strang ziehen. Soziale Investoren: http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-0770AD59-2E438A13/bst/xcms_bst_dms_27379_27380_2.pdf

Gute Geschäfte, Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige, Der Paritätische Brandenburg, www.gute-geschaefte-cottbus.de

Kooperationspartner für „Unternehmenspartnerschaften“ während der Projektlaufzeit

CMT Cottbus Congress, Messe & Touristik GmbH
EGC Entwicklungsgesellschaft Cottbus mbH
envia Service GmbH
Jens Brand Felsenbau GmbH
Jugendhilfe Cottbus e.V.
Jugend- und Sozialwerk gemeinnützige GmbH
Frauenzentrum Cottbus e.V.
Regionale Kontakt- und Informationsstelle für Selbsthilfe
Stadtverwaltung Cottbus
BVMW Bundesverband mittelständische Wirtschaft envia Service GmbH
UPJ - Unternehmen Partner der Jugend

Kontakte für Bürgerschaftliches Engagement

Freiwilligenagentur Cottbus

Zielona-Gora-Str.16, 03048 Cottbus
Tel.: 0355 / 488 86 63
E-Mail: info@freiwilligenagentur-cottbus.de
www.freiwilligenagentur-cottbus.de

Stadtteilmanagement Sandow

Stadtteiladen
Hermannstraße 13, 03042 Cottbus
Tel.: 0355 / 529 54 08

Seniorenbüro der Stadt Cottbus

Stadtverwaltung Cottbus
Neumarkt 5
Tel. 0355 / 612 29 89
E-Mail: senioren@cottbus.de
www.cottbus.de