



ARBEITSMATERIAL FÜR MIGRANTEN- ORGANISATIONEN

**Forum der Kulturen Stuttgart e. V.
House of Resources**

Marktplatz 4 · 70173 Stuttgart –
Tel. 0711/248 48 08-26
Fax 0711/248 48 08-88

hor-stuttgart@forum-der-kulturen.de
house-of-resources-stuttgart.de

Digitale Unternehmens-Kooperationen

Was ist der Vorteil von Kooperationen mit Unternehmen?

Wenn sich Unternehmen für eine bestimmte soziale Sache engagieren, profitiert die Gesellschaft – und auch die Unternehmen. Sie verbessern ihr Image. Und sie finden gute Mitarbeiter*innen, neue Kund*innen und Geschäftspartner*innen. So können sie wachsen.

Für (post-) migrantische Organisationen können Unternehmen über eine lange Zeit Förderer und Partner sein. Sie können nicht nur Geld spenden, sondern auch Wissen und Zeit.

Die (post-) migrantischen Organisationen sind dabei keine Bittsteller, sondern können sich zu Partnern entwickeln.

Inhalt:

1. Arten von Unternehmens-Kooperationen..... S. 2
2. Partner*innen für Kooperationen finden..... S. 4
3. Kooperationen gestalten..... S. 6



Der Inhalt dieser Arbeitsunterlage stammt von Ellen Herzog. Sie leitet den Bereich Unternehmens-Kooperationen bei der gemeinnützigen ArbeiterKind.de gGmbH. Seit über 10 Jahren ist sie im Non-Profit-Bereich tätig. Den Vortrag *Digitale Unternehmenskooperationen* hat Ellen Herzog im Rahmen der vom Haus des Stiftens bereits zum dritten Mal organisierten Woche *Fundraising.digital* gehalten. Vom 22.-25. März 2021 drehte sich in diesem Jahr passend zur aktuellen Arbeitssituation alles um das Thema *Digital im Dialog – jetzt erst Recht!* Das House of Resources im Forum der Kulturen e. V. dankt Ellen Herzog, dass sie ihren Vortrag für diese Arbeitsunterlage zur Verfügung stellt.

1. Arten von Unternehmens-Kooperationen

1.1 CSR-Partnerschaften

CSR heißt Corporate Social Responsibility. Das bedeutet, dass sich ein Unternehmen für soziale Ziele einsetzen will.

- Das Unternehmen spendet der (post-) migrantischen Organisation Zeit, Wissen und Geld.
- Die beiden Kooperations-Partner können einen Vertrag schließen, wenn sie das möchten – mündlich oder schriftlich.
- Das Unternehmen unterstützt die (post-) migrantische Organisation bei der gemeinnützigen Arbeit. Dafür hilft die (post-) migrantische Organisation dem Unternehmen bei seinen CSR-Aktivitäten.
- ACHTUNG: Das kostet viel Zeit!

1.2 Einnahmen durch Sponsoring

Sponsoring bedeutet, dass ein Unternehmen eine (post-) migrantische Organisation durch Geld-, Sach- und Dienstleistungen unterstützt und dafür eine Gegenleistung erhält.

- ACHTUNG: Die (post-) migrantische Organisation muss gemeinnützig sein! Sonst muss das eingenommene Geld versteuert werden. Prüfen Sie also im Vorfeld genau, welche steuerlichen Bestimmungen für Ihre Organisation gelten.
- Die beiden Kooperations-Partner schließen einen schriftlichen Vertrag, in dem Leistung und Gegenleistung festgelegt werden.
- Das Unternehmen unterstützt die (post-) migrantische Organisation bei der gemeinnützigen Arbeit. Dafür hilft die (post-) migrantische Organisation dem Unternehmen bei seinen Aktivitäten.
- Kostet nicht so viel Zeit wie eine CSR-Partnerschaft.

1.3 Firmenspenden

- Das Unternehmen spendet dem Verein Zeit, Wissen und Geld.
- Ein Vertrag ist nicht nötig.
- Die Spende kann für einen bestimmten Zweck sein, muss sie aber nicht.
- Das Unternehmen unterstützt die (post-) migrantische Organisation bei der gemeinnützigen Arbeit.
- Der Zeitaufwand ist je nach Kooperation unterschiedlich.

1.4 Förderung durch Unternehmens-Stiftungen

Eine Unternehmens-Stiftung ist ein Teil eines Unternehmens, bei dem man Geld beantragen kann. Sie besteht über viele Jahre und unterstützt viele verschiedene Aktivitäten von z. B. gemeinnützigen Organisationen.

- Die Unternehmens-Stiftung gibt der (post-)migrantischen Organisation Geld, um ein bestimmtes Projekt zu fördern.
- Die (post-)migrantische Organisation muss sich mit einem Antrag bewerben und beschreiben, welche Ziele das Projekt hat.
- Das Geld kann nur für dieses beantragte Projekt genutzt werden.
- Das Unternehmen unterstützt die (post-)migrantische Organisation bei der gemeinnützigen Arbeit für die Zeit des beantragten Projekts.
- Der Zeitaufwand ist je nach Stiftung und Projekt unterschiedlich.

1.5 Spenden-Plattformen

Im Internet gibt es einige Plattformen, auf denen man Spenden sammeln kann.

- Zum Beispiel gibt es die Plattformen:
 - Global Giving
 - Your Cause
 - Benevity
- **ACHTUNG:** Für die Nutzung von internationalen Spendenplattformen müssen alle Unterlagen einer (post-)migrantischen Organisation ins Englische übersetzt und regelmäßig aktualisiert werden. Dies kann Kosten um die 1000 € verursachen. Es sollte also abgewogen werden, ob sich die Kosten lohnen und wie hoch der Nutzen für die (post-) migrantische Organisation ist. Zudem muss eine (post-) migrantische Organisation gewisse Voraussetzung erfüllen, um auf einer solchen Plattform Spenden sammeln zu können. Diese Voraussetzungen sollten zuerst geprüft werden.



ARBEITSMATERIAL FÜR MIGRANTEN- ORGANISATIONEN

2. Partner*innen für Kooperationen finden

»Alles ist besser als nichts!«

2.1 Erste Vorbereitungen

- Welche Unternehmen oder welche Branchen passen zu uns?
- Welche Werte haben wir, welche Werte haben die Unternehmen? Welche Ziele hat unsere Arbeit? Welchen Sinn soll die Zusammenarbeit haben?
- Machen Sie Ihre Erfolge sichtbar. Zeigen Sie transparent, was Sie machen. Nutzen Sie dafür Zeitungsberichte über Ihre (post-) migrantische Organisation. Schreiben Sie selbst über Ihre Arbeit und geben Sie diese Texte an Zeitungen. Oder zeigen Sie Ihre Aktivitäten auf Social-Media-Kanälen.
- Entwickeln Sie einen »Ideen-Katalog«. Was kann unsere Organisation leisten? Was ist zuviel?
- Wichtige Voraussetzung: Die Leitung der (post-) migrantischen Organisation unterstützt die Kooperation.
- Mit wem in der (post-) migrantischen Organisation können interessierte Unternehmen sprechen? Diese Ansprechperson muss leicht zu erreichen sein.
- Kooperationen sind Teamwork. Unternehmen und (post-) migrantische Organisationen müssen gut zusammenarbeiten können. Auch in der (post-) migrantischen Organisation ist eine gute Zusammenarbeit wichtig.

2.2 Anbahnung – Wie finden wir Partner*innen?

- Sinnvoll ist es, Unternehmen oder Netzwerke aus derselben Stadt oder aus der nahen Umgebung zu finden.
- Mit wem müssen wir sprechen? Wer ist im Unternehmen für Kooperationen verantwortlich? Der Geschäftsführer? Die Abteilung für CSR, für Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit oder die Personalabteilung (Human Resources)?
- Welche Themen hat die (post-) migrantische Organisation mit dem Unternehmen gemeinsam?
- Wie können wir am besten kommunizieren? Per Telefon, Skype, E-Mail, persönlichem Brief etc.?

»Das Wasser wird nicht wärmer, wenn du später springst!«

2.3 Aufbau – Wie lernen wir uns kennen?

- Personen ansprechen: im virtuellen Raum oder persönlich
- Seien Sie vorbereitet. Informieren Sie sich über das Unternehmen und Ihre*n Gesprächspartner*in. Finden Sie heraus, ob das Unternehmen schon andere Kooperationen hat.
- Seien Sie flexibel. Der/Die Gesprächspartner*in bringt vielleicht auch eigene Ideen ein.
- Bauen Sie eine Beziehung auf. Pflegen Sie die Beziehung gut. Das geht besonders gut im virtuellen Raum.

- **virtuell**
 - Auf welchen (digitalen) Veranstaltungen sind Unternehmen, die Sie kennenlernen sollten?
 - Werden Sie Mitglied auf digitalen Plattformen. Dort können die passenden Unternehmen Sie hören und sehen.
 - Wiederholen Sie öfters, was Ihre Ziele sind. Es kann sein, dass die richtige Person gerade nicht zugehört hat.

- **persönlich**
 - Sprechen Sie als Mensch mit anderen Menschen.
 - Nehmen Sie an Konferenzen teil.
 - Nutzen Sie Diskussionen.
 - Zeigen Sie Ihrem/Ihrer Gesprächspartner*in, was Sie gemeinsam haben.
 - Welchen Nutzen hat Ihr*e Gesprächspartner*in von der Kooperation?
 - Begeistern Sie Ihre*n Gesprächspartner*in!
 - Nutzen Sie soziale Netzwerke. Dort werden Sie immer gelesen. E-Mails landen oft im Papierkorb.

»Stell dir vor, du bist auf einer Party und keiner spricht dich an!«

3. Kooperationen gestalten

»Eine Kooperation ist erfolgreich, wenn die Partner viele Gemeinsamkeiten finden.«

3.1 Erfahrungen aus der Praxis von ArbeiterKind.de

- Denken Sie kreativ.
- Ganz aktuell: Corona ermöglicht neue digitale Wege und Formate.
- Bauen Sie Ihr Netzwerk sinnvoll und mit Blick auf mögliche Kooperationen auf.
- Fragen Sie Menschen, die Sie kennen: Hilfst du uns? Kennst du Unternehmen, die zu uns passen?
- Sprechen Sie auch Unternehmen an, die Sie nicht kennen. Rufen Sie einfach mal an.
- Keine Angst vor großen Unternehmen!
- Schauen Sie sich ganz unterschiedliche Unternehmen an.
- »Folgen« Sie den Unternehmen auf Social-Media-Kanälen, in der Zeitung usw.
- Verlinken oder taggen Sie Personen. Machen Sie klar, was Sie gemeinsam haben.
- Nutzen Sie Plattformen, auf denen die Personen sind, die Sie ansprechen wollen.
- Finden Sie heraus, welche Werte die (post-) migrantische Organisation und das Unternehmen verbinden.
- Schaffen Sie gemeinsam etwas Wertvolles.
- Seien Sie offen für neue Ideen.

»Gute Beziehungen wachsen langsam, aber dafür stetig.«

3.2 Denken Sie nach über ...

- ... Wissensmanagement: Wer in der (post-) migrantischen Organisation und im Unternehmen weiß Bescheid über die Kooperation? Wer kann weiterarbeiten, wenn eine Person geht?
- ... Beziehungen: Social-Media-Beziehungen bestehen zwischen zwei Personen. Wie geht es weiter, wenn eine Person die (post-) migrantische Organisation oder das Unternehmen verlässt?
- ... Was Ihnen wichtig ist: Die Werte des Unternehmens und der (post-) migrantischen Organisation sollten gut zusammenpassen. Dann hält die Kooperation lange und die gemeinsamen Aktivitäten machen zufrieden.
- ... Zeit und Kraft: Es dauert eine Weile, bis Kooperationen aufgebaut sind. Geben Sie sich so viel Zeit! Geben Sie nicht gleich auf! Manchmal sind viele Versuche nötig.

3.3 Kooperationen können sich lohnen, wenn ...

- ... genügend Menschen mitarbeiten und wenn diese genug Zeit haben.
- ... Sie sich für das Unternehmen interessieren, mit dem Sie kooperieren wollen.
- ... Sie genügend Zeit und Lust auf digitale Plattformen haben.
- ... Sie genügend Zeit für Ihre Partner*innen im Unternehmen haben.
- ... Sie wirklich mehr Geld oder Wissen für Ihre (post-) migrantische Organisation benötigen und einsammeln wollen.

»Stell dir vor, du bist auf einer Party und willst neue Leute kennenlernen. Weil du etwas Tolles zu erzählen hast!«