

Praxishilfe für kleine und mittlere Unternehmen Zusammenarbeit mit gemein- nützigen Organisationen in der Region systematisch angehen

Neue Potenziale für ein erfolgreiches Unternehmen nutzen. Eine Selbstbewertung

**CHANCENGLEICHHEIT
& DIVERSITY**



Die Praxishilfe für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) **„Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in der Region systematisch angehen“** wurde vom „Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement“ (BBE) und der „Offensive Mittelstand – Gut für Deutschland“ (OM) im Zusammenhang mit dem BBE/OM-Leitfaden „Zusammenarbeit gemeinnütziger Organisationen mit kleinen und mittleren Unternehmen in der Region“ erarbeitet. Sie korrespondiert mit der entsprechenden Praxishilfe für gemeinnützige Organisationen „Zusammenarbeit mit KMU in der Region systematisch angehen“.

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) wurde auf Empfehlung der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags zur „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ (1999-2002) 2002 gegründet. Es vernetzt Organisationen aus Zivilgesellschaft, Staat und Kommunen, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien zu den Themen der jungen und eng zusammenhängenden Politikfelder der Engagement- und Demokratiep politik. Zu den Schwerpunktthemen gehören gute Rahmenbedingungen für Engagement und Partizipation und nachhaltige sowie kompetente gemeinnützige Infrastrukturen. Das größte Wissens- und Kompetenz-Netzwerk der Zivilgesellschaft vernetzt die Träger- und Förderorganisationen des Engagements von über 30 Mio. Menschen in Deutschland zu fast allen die Gesellschaft bewegenden Themen, in mehr als 620 000 gemeinnützigen Organisationen mit zugleich Millionen hauptamtlichen Arbeitnehmer*innen. Mit seinem weitgespannten Mitgliederkreis und breit angelegten Diskurs- und Transferstrukturen, mit Arbeitsgruppen und Themenpat*innen, Landesnetzwerken und Entwicklungsprojekten ist das BBE auf die anstehenden Zukunftsfragen orientiert.

Offensive Mittelstand (OM)

Die Offensive Mittelstand (OM) ist ein Aktionsbündnis, das kleine und mittlere Unternehmen unterstützt, die digitale Transformation und den demografischen Wandel durch produktive, soziale, gesundheits- und umweltgerechte Unternehmensführung als Chance zu nutzen. Derzeit arbeiten über 400 Partnerorganisationen in der „Offensive Mittelstand“, unter anderem Unternehmerverbände, Innungen, Handwerkskammern, Gewerkschaften, Fach- und Berufsverbände, Bundesministerien und Länder, Berufsgenossenschaften, Krankenkassen, Forschungsinstitute und Dienstleister. Die OM-Partnerorganisationen entwickeln qualitätsgesicherte OM-Praxisvereinbarungen sowie Selbstchecks und sie fördern gemeinsame regionale Unterstützungsstrukturen.



Inhalt

Vorwort	2
Wie kann mit der Praxishilfe gearbeitet werden?	3

Praxishilfe für kleine und mittlere Unternehmen „Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in der Region systematisch angehen“

1	Strategischer Nutzen	5
2	Möglichkeiten der Zusammenarbeit	6
3	Zusammenarbeit planen	7
4	Gemeinnütziges Engagement der Beschäftigten fördern	8
5	Kontaktentwicklung zu gemeinnützigen Organisationen	9
6	Vereinbarungen	10
7	Interne Organisation der Zusammenarbeit	11

Impressum

Maßnahmenplan

Vorwort

Die gemeinnützigen Organisationen¹ sowie die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)² stehen gleichermaßen vor dynamischen Veränderungen und drängenden Herausforderungen: Angesichts des Fachkräftemangels in der Wirtschaft und im Hinblick auf Nachwuchsprobleme, vor allem im klassischen Ehrenamt wird es immer wichtiger, vorhandene Möglichkeiten wirkungsvoller und vor allem gemeinsam zu nutzen. Und es sind neue Kompetenzen erforderlich, um die digitale Transformation zu nutzen und zu meistern. Wertschätzende Personalführung, lebenslanges Lernen, systematische Planung, nachhaltiges Handeln und nicht zuletzt ein guter Umgang mit dem digitalen Wandel oder Vielfalt sind in beiden Sphären zunehmend gefragt.

Die Erfahrungen des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE) und der Offensive Mittelstand (OM) belegen: Bei der Bewältigung der Herausforderungen kann helfen, wenn gemeinnützige Organisationen mit kleinen und mittleren Unternehmen in der Region zusammenarbeiten – unterstützt von den intermediären Organisationen³. BBE und OM sind überzeugt: Die Kooperation kann für beide Seiten einen hohen Nutzen bringen. Dazu braucht es neue Blickrichtungen, kreative Entschlüsse und Handlungspfade auf beiden Seiten.

Die Zusammenarbeit ist sehr naheliegend, denn es geht oft um dieselben Menschen, die mit einem Bein im Arbeitsleben, mit dem anderen in der Zivilgesellschaft stehen. Ihre Kompetenzen und ihr motiviertes Engagement werden zugleich in beiden Sektoren gebraucht.

Das Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE) und die Offensive Mittelstand (OM) haben einen gemeinsamen Leitfaden entwickelt, in dem sie Impulse geben, welchen Nutzen eine Zusammenarbeit für die beiden Handlungssektoren haben kann. Gleichzeitig werden Impulse und Denkanstöße gegeben, wie diese Zusammenarbeit systematischer gestaltet werden kann. OM und BBE bieten dafür bereits heute vorhandene Konzepte und Maßnahmen sowie funktionierende Strukturen und Netze.

Auf der Grundlage dieses Leitfadens haben BBE und OM je eine Praxishilfe für gemeinnützige Organisationen sowie für kleine und mittlere Unternehmen entwickelt, die helfen, die Zusammenarbeit in der Region konkret zu gestalten. Die hier vorliegende Praxishilfe „Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in der Region systematisch angehen“ richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen. Sie beschreibt eine gute Praxis und sie basiert auf dem Stand der Wissenschaft (siehe auch Recherchebericht Synergie Unternehmen/Zivilgesellschaft)

Mit der Praxishilfe können Sie sich viele Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen für ihr Unternehmen systematisch erschließen. Diese Praxishilfe will Impulse und Denkanstöße geben, wie diese Zusammenarbeit gestaltet werden kann. Sie beschreibt die Praxis erfolgreicher und guter Zusammenarbeit von gemeinnützigen Organisationen mit kleinen und mittleren Unternehmen in der Region.

Mit der Praxishilfe können Unternehmer*innen von kleinen und mittleren Unternehmen jeder Größe systematisch ihre Prozesse und Möglichkeiten überprüfen. Darüber hinaus ist die Praxishilfe auch für Führungskräfte von Abteilungen oder Teams in größeren Unternehmen geeignet. Es empfiehlt sich, bei der Bearbeitung der Praxishilfe auch die Beschäftigten und ihre Interessenvertretung zu beteiligen. Zudem eignet sie sich für Berater*innen, die Unternehmen unterstützen.

¹ Gemeinnützige Organisationen = Institutionen mit Gemeinwohlorientierung bzw. Gemeinnützigkeitsstatus. Je nach Fragestellung und Handlungsziel: Organisationen mit selbst organisierten freiwillig Engagierten (z. B. Selbsthilfegruppen), Organisationen mit unterstützenden Hauptamtlichen oder deren Organisationen (z. B. Wohlfahrtsorganisationen)

² Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) = Kleinst- und Kleinbetriebe (1-20 Beschäftigte) 40 % aller Beschäftigten und 30 % aller Auszubildenden. Mittlere Betriebe (21 - 250 Beschäftigte) 30 % aller Beschäftigten und 30 % aller Auszubildenden (nach IfM Bonn)

³ Intermediäre Organisationen = Arbeitgeberverbände, Gewerkschaften, Kammern/Innungen, Berufs- und Fachverbände, Wirtschaftsförderung, Sozialversicherungen, Technologie-Beratungsstellen usw. Für die Zivilgesellschaft: Freiwilligenagenturen und -zentren, Selbsthilfekontaktstellen, Seniorenbüros, Bürgerstiftungen usw.

Wie kann mit der Praxishilfe gearbeitet werden?

► Schritt 1

Sie gehen die sieben Checkpunkte durch und überlegen, ob Sie Handlungsbedarf haben. Dabei bewerten Sie selbst, wie gut Sie mit Ihrer gemeinnützigen Organisation im Bereich dieses Checkpunktes aufgestellt sind. Die Bewertung orientiert sich an einer Ampelsystematik mit grün für „Zur Zeit kein Handlungsbedarf“, gelb für „Handlungsbedarf“ und rot für „dringenden Handlungsbedarf“. Diese eigene Bewertung dauert zwischen 10 und 30 Minuten.

► Schritt 2

Danach legen Sie im Maßnahmenplan (hintere Umschlagseite) die wichtigsten Maßnahmen fest, die Sie für Ihr Unternehmen angehen wollen. Dazu schauen Sie sich die Checkpunkte an, bei denen Sie dringenden Handlungsbedarf (rot) oder Handlungsbedarf (gelb) angekreuzt haben.

Tragen Sie dann die wichtigsten Checkpunkte in den Maßnahmenplan ein (Spalte 1) und legen Sie dazu die für Ihr Unternehmen geeigneten Maßnahmen fest (Spalte 2). In den jeweiligen Checkpunkten finden Sie Beispiele für Maßnahmen. Als nächstes sollten Sie die Prioritäten der Maßnahmen festlegen (Spalte 3). Schließlich sollten Sie festlegen, wer für die Umsetzung der Maßnahmen verantwortlich ist (Spalte 4), wann mit der Maßnahme begonnen wird (Spalte 5) und wann die Umsetzung der Maßnahme kontrolliert wird (Spalte 6). Es können auch mehrere Maßnah-





**Zusammenarbeit
mit gemeinnützigen
Organisationen**

Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in der Region systematisch angehen

Ziel:

Um die strategischen Ziele unseres Unternehmens zu erreichen, nutzen wir auch die Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen. Wir erkennen die Potenziale, die in der Zusammenarbeit für die Entwicklung unserer Beschäftigten, für die Gewinnung von neuem Personal und für die Förderung unseres Unternehmensbildes in der Region stecken und fördern das Engagement auf verschiedenen Ebenen.

Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 1. Strategischer Nutzen

Wir wissen, welchen strategischen Nutzen die Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen für uns hat.

Strategischer Nutzen kann z. B. sein:

Gemeinnütziges Engagement:

- ▶ ermöglicht Kontakte zu potenziellen Fachkräften und Auszubildenden, steigert die Chancen der Personalrekrutierung (Arbeitgeberattraktivität).
- ▶ unterstützt die Personalbindung durch soziales Engagement des Unternehmens.
- ▶ schult soziales und verantwortungsbewusstes Verhalten und fördert die Persönlichkeitsbildung von Beschäftigten, die sich in gemeinnützigen Organisationen engagieren.
- ▶ schafft ein positives Bild bei Kund*innen und fördert die Kundenbeziehungen.
- ▶ führt zur Gewinnung neuer Kund*innen.
- ▶ ermöglicht Kennenlernen von Kundenbedarfen.
- ▶ sichert Aufträge ab.
- ▶ fördert die Bekanntheit und den Absatz der Produkte und Dienstleistungen.
- ▶ zeigt die soziale und moralische Verantwortung für die Gesellschaft und die Region.
- ▶ erschließt Wissen, Kompetenzen und Denkweisen von gemeinnützigen Organisationen.





Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf
 ■ Handlungsbedarf
 ■ Dringender Handlungsbedarf

► 2. Möglichkeiten der Zusammenarbeit

Wir kennen die Themen und Ziele möglicher Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen und haben festgelegt, welche für uns in Frage kommen. Wir haben auch überlegt, welche Möglichkeiten wir den gemeinnützigen Organisationen bieten können.

Mögliche Themen und Ziele für unser Unternehmen –Beispiele:

- Entwicklung von verantwortungsbewusstem und sozialem Verhalten unserer Beschäftigten durch Engagement bei gemeinnützigen Organisationen.
- Kontakt zu Personen, die für das Unternehmen gewonnen werden können (wie Fachkräfte, Migrant*innen, Auszubildende).
- Kontakt zu potenziellen Kund*innen.
- Schaffung eines positiven sozial engagierten Unternehmensbildes.
- Mentor*innen aus der Zivilgesellschaft zur Vorbereitung möglicher Ausbildungskandidat*innen auf das Ausbildungsverhältnis und zur Vermeidung drohender Ausbildungsabbrüche.
- Angebote zur Förderung von Teambewusstsein, Zusammengehörigkeitsgefühl und Unternehmenskultur durch Patenschaften von Teams aus den Unternehmen für bestimmte Aufgaben in Naturparks, in der sozialen Pflege, in der kirchlichen Arbeit, im Engagement von Sportvereinen anstreben und entsprechend attraktive Angebote entwickeln.
- Maßgeschneiderte Angebote Suchtprävention und Therapie für KMU-Betriebe.
- Vorhandenes besonderes Know-how für berufliche Inklusion zur Verfügung stellen.
- Unterstützung von Engagement-Projekten oder -ideen (Beratung).

Möglichkeiten, die wir gemeinnützigen Organisationen bieten

- Fachliche Kompetenzen aus dem Betrieb über Engagement von Beschäftigten den gemeinnützigen Organisationen zur Verfügung stellen – wie Kompetenzen über Buchhaltung, Umgang mit IT, Qualitätsmanagement, Marketing, Nutzung von Social Media.
- Flexible Arbeitszeitregelungen ermöglichen, z.B. für Feuerwehr, THW.
- Perspektiv-Coaching für ältere Beschäftigte (ab 55) zur letzten Berufsphase und darüber hinaus unter Berücksichtigung auch gemeinnütziger Perspektiven (sog. „Flying Talents“).
- Finanzielle Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements (Spenden und Finanzmitteln (Sponsoring)).
- Finanzierung von einzelnen Projekten wie Gerätschaften, Arbeitsmittel, Räume, Renovierung und Sanierung, Trikots, Sponsor-Veranstaltungen für Vereine oder soziales Sponsoring, dadurch soziales Engagement dokumentieren und Image in der Region fördern.
- Hospitationen von Funktionsträgern, Haupt- und Gemeinnützigen in Unternehmen zum Kennenlernen professioneller Prozesse.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 3. Zusammenarbeit planen (1)

Wir haben einen Plan entwickelt, wie die festgelegten Themen und Zielen mit gemeinnützigen Organisationen umgesetzt und erreicht werden.

Anregungen aus der Praxis:

- Analysieren, welche Führungskräfte und Beschäftigten bereit in gemeinnützigen Organisationen engagiert sind.
- Die Anregungen und Kompetenzen der eigenen Führungskräfte und Beschäftigten in die Planung der Zusammenarbeit mit den gemeinnützigen Organisationen einbeziehen.
- Art der Zusammenarbeit festlegen, z. B. gemeinsame Projekte (wie Service Learning, Perspektiv-Coaching, Förderung von Teambewusstsein, soziale -/Umweltprojekte), Expertise aus der gemeinnützigen Organisation nutzen, Expertise in gemeinnützige Organisationen einbringen (z. B. Prozesswissen, technisches Know-How), Sponsoring.
- Sich die unterschiedlichen Denk- und Sprachverständnisse von gemeinnützigen Organisationen und Unternehmen bewusst machen, sie bei der Zusammenarbeit beachten und Missverständnisse einzukalkulieren..
- Vor- und Nachteile (Risiken) der jeweiligen Möglichkeiten der Zusammenarbeit analysieren und festlegen.
- Die Themen festlegen, bei denen eine Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen sinnvoll ist, wie z. B. Klimawandel, Energiewende, Digitalisierung, Migrationsfragen, soziales Engagement, Technische Unterstützung, Bildungsfragen.
- Ziele definieren, die gemeinsam mit der gemeinnützigen Organisation bei diesen Themen verfolgt werden.)
- Grundlegende Maßnahmen festlegen, wie die Zusammenarbeit aussehen könnte. Maßnahmen können z. B. sein:
 - Führungskräfte und Beschäftigten gezielt zum privaten Engagement motivieren.
 - Themen der gemeinnützigen Organisationen unterstützen, mit bekannt machen und fördern.
 - Gezielte Unterstützung von einzelnen Projekten und Aktionen einer gemeinnützigen Organisation (z. B. Sponsoring, Spenden, Sachleistungen, Logistik, Gerätschaften, Arbeitsmittel, Räume, Renovierung und Sanierung, Trikots).
 - Auszubildende oder Fachkräfte für den Betrieb gewinnen („Beschäftigte werben Beschäftigte“) wie z. B. Migrant*innen.
 - Angebote für Betriebliche Bildung mit Modulen aus der Zivilgesellschaft (allgemeinen Angeboten und speziellen Formaten) zur Fachkompetenz und personalen Kompetenz einschließlich Sozialkompetenz von Führungskräften und anderen Beschäftigten entwickeln
 - mit gemeinnütziger Organisation geeignete Formate (z.B. für Service Learning) einschließlich Ergebniserwartung verabreden.
 - Maßnahmen zum Schutz der Umwelt, Engagement in Schulen und Kindergärten, in Feuerwehren, in Flüchtlingsunterkünften oder Angebote von Maßnahmen zur beruflichen Entwicklung über Praktika oder Nachhilfe in der Schule.
 - Patenschaften von Teams aus den Unternehmen für bestimmte Aufgaben in Naturparks, in der sozialen Pflege, in der kirchlichen Arbeit, im Engagement von Sportvereinen.
 - Unterstützung bei Suchtprävention und Therapie im Betrieb durch gemeinnützige Organisationen (z.B. Selbsthilfeorganisationen).
 - Know-how für berufliche Inklusion auch mit Expertise von gemeinnützigen Organisationen (Fachorganisationen und Selbsthilfegruppen) sichern.
- Qualitätskriterien festlegen, die die gemeinnützigen Organisationen erfüllen müssen, um unseren Werten und Intentionen zu entsprechen. Kriterien sind z. B. Themen und Werte der gemeinnützigen Organisation passen zum Unternehmen, positive Außendarstellung der gemeinnützigen Organisationen, Kundengruppen des Unternehmens werden erreicht.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

▶ 3. Zusammenarbeit planen (2)

- ▶ Überlegen und festlegen, wie Arbeitsabläufe und Vorgaben im Unternehmen um Prozesse der Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen in der Region ergänzt werden müssen.
- ▶ Die Planung, der Ziele, Themen und Maßnahmen der Zusammenarbeit schriftlich festhalten, damit unsere Führungskräfte und Beschäftigten die Gespräche mit den gemeinnützigen Organisationen in der Region fundiert führen können.
- ▶ Abbruchkriterien für die Zusammenarbeit festlegen, wie z. B. Verstoß gegen die festgelegten Qualitätskriterien oder Vereinbarungen.
- ▶ Information regionaler Anlaufstellen über unsere Wünsche mit gemeinnützigen Organisationen zu kooperieren (z.B. an Freiwilligenzentren, Wirtschaftsförderung, Kammern, Verbände, regionale Netzwerke, Kommune, Bundesagentur für Arbeit).



▶ 4. Gemeinnütziges Engagement der Beschäftigten fördern

Wir unterstützen und ermutigen Beschäftigte und Führungskräfte, sich gemeinnützig zu engagieren (z. B. in Vereinen, Selbsthilfegruppen, Hilfswerken, Kammern, Bürgerinitiativen, Kirche).

Anregungen aus der Praxis:

- ▶ Auf betrieblichen Besprechungen Beschäftigte ermutigen sich aktiv gemeinnützig zu betätigen und qualifizierte Aufgaben im Engagement zu übernehmen.
- ▶ Frühzeitig ältere Beschäftigte darauf ansprechen, wie sie einen fließenden Übergang zwischen Vorruhestandsphase und Ruhestand gestalten können und sie dabei unterstützen.
- ▶ Beschäftigte und Führungskräfte im Betrieb über ihr gemeinnütziges Engagement berichten lassen.
- ▶ Gespräch mit Beschäftigten über mögliche Synergien zwischen betrieblicher und gemeinnütziger Tätigkeit führen.
- ▶ Flexible Gestaltung von Arbeitszeiten prüfen, so dass gemeinnützige Aufgaben ausgeübt werden können, in Abstimmung mit Beschäftigten und ggfls. mit der jeweiligen gemeinnützigen Organisation.
- ▶ Kompetenzen erfassen, die sich Beschäftigte in ihrer gemeinnützigen Tätigkeit erworben haben (z. B. in Stellenbeschreibungen).
- ▶ Thema „gemeinnütziges Engagement“ bei Betriebsversammlungen oder Besprechungen einbringen.
- ▶ Thema „gemeinnütziges Engagement“ des Beschäftigten beim Mitarbeitergespräch berücksichtigen.
- ▶ Führungskräfte bitten, eigene Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem gemeinnützigen Engagement an die Beschäftigten weiter zu geben.
- ▶ Vorträge und Berichte einzelner Beschäftigter für Kolleg*innen ermöglichen, bei denen vom Ehrenamt und dort erworbenem Wissen berichtet wird.
- ▶ Bestärken der Beschäftigten, das Engagement zu nutzen, um die Unternehmenswerte und das Unternehmen auch in ihrem gemeinnützigen Umfeld darzustellen, und so für das Unternehmen zu werben.
- ▶ Informationen über gemeinnützige Tätigkeiten sammeln und den Beschäftigten zur Verfügung stellen.





Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

Handlungsbedarf

► 5. Kontakte zu gemeinnützigen Organisationen entwickeln

Wir bauen auf Grundlage unserer Planung den Kontakt zu gemeinnützigen Organisationen in der Region systematisch, gezielt und bewusst auf und sprechen geeignete gemeinnützige Organisationen an.

Anregungen aus der Praxis - Beispiele:

- Recherchieren, welche gemeinnützigen Organisationen in der Region für die geplante Zusammenarbeit in der Region passen könnten.
- Überprüfen, welche Kontakte zu gemeinnützigen Organisationen in der Region bereits bestehen, z. B. Liste „Welche Beschäftigte arbeiten in welcher gemeinnützigen Organisation“ erstellen.
- Festlegen, welche Informationshilfen über uns für die Kontaktaufnahme zu den gemeinnützigen Organisationen in der Region eingesetzt werden sollen, z. B. Flyer, Infoblätter, Homepage. Gegebenenfalls in diesen Medien noch das Thema Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in der Region ergänzen.
- Vor der ersten Kontaktaufnahme überprüfen, ob die gemeinnützige Organisation unseren Kriterien entsprechen (siehe Checkpunkt 3), z. B. Informationen über Satzung der gemeinnützigen Organisation, Selbstbeschreibung auf der Homepage, Informationen von Mitgliedern, Ruf der gemeinnützigen Organisation in der Region.
- Festlegen, wer auf Grundlage der Planung (siehe Checkpunkt 3) Kontakt zur gemeinnützigen Organisation aufnimmt.
- Spezifische Rahmenbedingungen beachten, nach denen die Partner aus den gemeinnützigen Organisationen arbeiten und Sprache und Erwartungshaltung an diese Bedingungen anpassen.
- Unternehmen bei gemeinnützigen Organisationen vorstellen.
- Herausfinden, welche gemeinnützige Organisation in welchen Netzwerken mitarbeitet und ob diese nutzbar sind.
- Veranstaltung, Kongresse und Messen zur Kontaktaufnahme und zum ersten Kennenlernen nutzen, z. B. Veranstaltungen der Kommune oder von Freiwilligenzentren, „Tage des Ehrenamts“, Ehrenamtsbörse.
- Die Erfahrungen anderer KMU in der Zusammenarbeit mit den gemeinnützigen Organisationen allgemein in der Region, aber auch mit einzelnen gemeinnützigen Organisationen austauschen.
- Bei Kontakten mit gemeinnützigen Organisationen zu einem frühen Zeitpunkt klären, ob diesen die BBE/OM-Praxishilfe „Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in der Region systematisch angehen“ bekannt ist und gegebenenfalls darauf hinwirken diese zu nutzen.
- Bei der Kontaktaufnahme gegebenenfalls Hilfe von außen hinzuziehen, z. B. von Kammern, Wirtschaftsförderung, qualifizierten und vertrauenswürdigen Berater*Innen.
- Gemeinnützige Organisationen, die grundsätzlich kooperationsbereit sind aber nicht zu den eigenen Möglichkeiten der Zusammenarbeit passen, an andere KMU oder Ansprechpartner*innen/Anlaufstellen verweisen.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

▶ 6. Vereinbarungen

Wir besprechen und vereinbaren mit der gemeinnützigen Organisation, wie wir zusammen arbeiten und uns gegenseitig unterstützen können. Wir benennen dabei eindeutig die beiderseitigen Ziele, die Themen, die Verfahren und die erforderlichen Ressourcen.

Anregungen für die Vereinbarungen aus der Praxis - Beispiele:

Bei umfassenderen Projekten der Zusammenarbeit hat es sich bewährt, diese möglichst im Vorfeld gemeinsam genauer zu beschreiben und zu vereinbaren. Hierzu sollten beispielsweise folgende Aspekte berücksichtigt werden:

- ▶ Ziel, Umfang und Maßnahmen der Zusammenarbeit möglichst konkret beschreiben.
- ▶ Die Ansprechpartner*innen, die die Arbeit koordinieren und organisieren, namentlich festlegen.
- ▶ Rahmenbedingungen konkret vereinbaren wie z. B. je nach Art der Zusammenarbeit Personen, erforderliche Kompetenzen, Zeitaufwände, Arbeitsmittel, Räume, Finanzmittel.
- ▶ Vereinbaren, wie gegebenenfalls Weisungsbefugnisse geregelt sind.
- ▶ Vereinbaren, welche Informationen gegenseitig erforderlich sind und welche Kommunikationswege zu beachten sind und welche Personen wann und wie einzubeziehen sind.
- ▶ Vereinbaren, ob und wie Aspekte der Sicherheit und Gesundheit bei der Zusammenarbeit sowie Aspekte des Umweltschutzes zu berücksichtigen sind.
- ▶ Vereinbaren, wie eventuelle Konflikte in der Zusammenarbeit zu regeln sind.
- ▶ Versicherungsrechtliche Aspekte bei der Zusammenarbeit berücksichtigen (wie Haftpflicht, Sozialversicherungsleistungen).
- ▶ Regelmäßige Gespräche vereinbaren, in denen gemeinsam die Zusammenarbeit ausgewertet wird und Verbesserungsmaßnahmen festgelegt werden.
- ▶ Führungskräfte und Beschäftigte bei der Festlegung der Zusammenarbeit mit den gemeinnützigen Organisationen mit einbinden und ihre Erfahrungen sowie ihre Kompetenzen mit einbeziehen.
- ▶ Gemeinnützige Arbeit nicht „missbrauchen“ indem z. B. bisher bezahlte Leistungen ersetzt werden (z.B. bei Beratungsleistungen, Service Learning, Mentoring).
- ▶ Prüfen, ob öffentliche Fördergelder für die Finanzierung der Zusammenarbeit beantragt werden können und sollen.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 7. Interne Organisation der Zusammenarbeit

Damit wir möglichst viel von der vereinbarten Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Organisation in der Region haben, bereiten wir diese sorgfältig intern vor (z. B. in einem gemeinsamen Gespräch aller von uns beteiligten Personen). Wir nutzen die Kooperation für die Verbesserung unseres öffentlichen Auftretens.



Anregungen aus der Praxis, für die Organisation der Zusammenarbeit - Beispiele:

- ▶ Festlegen, welche Beschäftigten und Führungskräfte die Zusammenarbeit von unserer Seite durchführen und wer sie verantwortlich koordiniert (Ansprechpartner*innen).
- ▶ Alle beteiligten Beschäftigten und Führungskräfte detailliert über das Ziel, die Funktion und die konkreten Maßnahmen der Zusammenarbeit informieren.
- ▶ Alle beteiligten Beschäftigten und Führungskräfte detailliert über die Ansprechpartner*innen, die Informations- und Kommunikationswege, über die Weisungsbefugnisse, Zeitaufwände, Verfahren zur Konfliktregelung und Verbesserungsprozesse sowie die Abbruchkriterien informieren.
- ▶ Alle beteiligten Beschäftigten und Führungskräfte über die Anforderungen der Zusammenarbeit informieren und sie gegebenenfalls unterweisen – wie Anforderungen zur Sicherheit und Gesundheit, zum Umweltschutz.
- ▶ Gegebenenfalls die beteiligten Beschäftigten und Führungskräfte befähigen, ihre Aufgaben in der Zusammenarbeit erfüllen zu können (z. B. durch Weiterbildung)
- ▶ Ein Verfahren mit den beteiligten Beschäftigten und Führungskräften vereinbaren, wie die Ergebnisse und die Qualität sowie die Wirksamkeit der Zusammenarbeit auszuwerten und einzuschätzen sind und wie intern Verbesserungen vorgenommen werden können, z. B. turnusmäßige Gespräche.
- ▶ Die Rückmeldungen seitens der gemeinnützigen Organisationen als Außenblick auf das eigene Handeln als Bereicherung wahrnehmen und sie in das Handeln und die Unternehmenswerte einbringen.
- ▶ Alle Beschäftigten und Führungskräfte im Betrieb über die Ziele und die Funktion der Zusammenarbeit sowie über deren Fortgang informieren. Thema „gemeinnütziges Engagement“ als festen Punkt in Besprechungen aufnehmen.
- ▶ Organisieren, dass über die Zusammenarbeit öffentlich berichtet wird, z. B. Pressemeldungen, Beiträge auf Veranstaltungen, Homepage, Social-Media-Plattformen. Dabei auch Engagement nutzen, um die Unternehmenswerte öffentlichkeitswirksam darzustellen.
- ▶ Kooperation zum Anlass nehmen, eigene Leistungsfähigkeit öffentlich darzustellen. Gegebenenfalls auch das Thema „gemeinnütziges Engagement“ in die Kundenbefragung integrieren
- ▶ Überprüfen, ob Steuervorteile bei der Unterstützung von gemeinnützigen Organisationen geltend gemacht werden können
- ▶ Gegebenenfalls überlegen, ob es sinnvoll sein könnte, weitere Unternehmen in der Region in die Zusammenarbeit einzubeziehen.

IMPRESSUM

Praxishilfe für kleine und mittlere Unternehmen

„Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in der Region systematisch angehen“



**OFFENSIVE
MITTELSTAND**
GUT FÜR DEUTSCHLAND

**Herausgeber:**

„Offensive Mittelstand – Gut für Deutschland“
c/o Stiftung „Mittelstand-Gesellschaft-Verantwortung“
Kurfürsten-Anlage 62
69115 Heidelberg
www.offensive-mittelstand.de

BBE Geschäftsstelle gemeinnützige GmbH

Michaelkirchstr. 17–18
10179 Berlin-Mitte
www.b-b-e.de

Vorsitzender des Stiftungsvorstandes: Oleg Cernavin**Geschäftsführer:** PD Dr. Ansgar Klein**Konzept und Entwicklung:**

Fachhochschule des Mittelstands (FHM), BC GmbH Forschung, Bundesnetzwerk bürgerschaftliches Engagement (BBE), ifaa – Institut für angewandte Arbeitswissenschaft e. V., itb – Institut für Betriebsführung im DHI e. V., RWK Kompetenzzentrum e. V. sowie das ver.di Bildungswerk Hessen e. V.


Die Praxishilfe wurde am 21.11.2019 vom Strategiekreis der Offensive Mittelstand und am 11.10.2019 vom Koordinierungsausschuss des Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement verabschiedet.

Fotos: © nd3000 – stock.adobe.com (Titel, S. 4), © Yakobchuk Olena – stock.adobe.com (S. 6), © leszekglasner – stock.adobe.com (S. 9), © freebird7977 – stock.adobe.com (S. 10)

Grafik: Yannik Hödl (itb - Institut für Betriebsführung, Karlsruhe)**Druck:** Medialogik, Karlsruhe

ISBN 978-3-00-064726-0

© BBE Geschäftsstelle gemeinnützige GmbH, Stiftung „Mittelstand-Gesellschaft-Verantwortung“, Berlin/Heidelberg 2019

<p>Gefördert durch:</p>  <p>Bundesministerium für Arbeit und Soziales</p> <p>aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages</p>	<p>Im Rahmen der Initiative:</p>  <p>INITIATIVE NEUE QUALITÄT DER ARBEIT</p>	<p>Fachlich begleitet durch:</p>  <p>baua: Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin</p>
<p>Die Praxishilfe für kleine und mittlere Unternehmen „Zusammenarbeit mit gemeinnützige Organisationen in der Region systematisch angehen“ wurde entwickelt im Rahmen des Verbundprojektes „Diversity-Check“ gefördert vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)</p>		

Sie können die Praxishilfe „Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen in der Region systematisch angehen“ über www.offensive-mittelstand.de oder www.b-b-e.de bestellen.

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Zustimmung der Stiftung Mittelstand - Gesellschaft - Verantwortung und BBE Geschäftsstelle gGmbH.

