Kategorie Innen & Außenkommunikation / Unterkategorie Unternehmenskooperation / Werkzeug

**Checkliste für die Planung und Durchführung einer Kooperation mit einem Unternehmen**

|  |
| --- |
| **Vorüberlegungen** |
| **Werte, Erfolge, Leitbild des Vereins** | * Ist die Unterstützung durch ein Unternehmen mit unseren Idealen und Werten vereinbar?
* Mit welchen Firmen wollen wir zusammenarbeiten? Mit welchen nicht?
* Welche Erfolge können wir aufweisen? Wie können wir aufzeigen, dass wir einen gesellschaftlichen / kulturellen Nutzen erarbeiten?
* Was ist das innovative, modellhafte, zukunftsweisende, unkonventionelle, kreative an unserer Projektidee, für die wir beim Unternehmen um Unterstützung werben?
* Kann unser Image auf das Image des Unternehmens besonders gut übertragen werden?
 |
| **Argumente für die Zusammenarbeit sammeln** | * Welche Probleme lassen sich auf Seite des Unternehmens und auf unserer Seite durch die Zusammenarbeit lösen?
* Welche Vorteile / Risiken bietet die Kooperation uns und dem Unternehmen?
* Haben wir für unser Projekt gar prominente Unterstützung?
* Was könnten für ein Unternehmen die drei Hauptgründe sein, unser Angebot anzunehmen?
* Wie kostengünstig ist die Spendengelegenheit, das Corporate Volunteering Projekt, das Sponsoringangebot, die Abverkaufsaktion für das Unternehmen im Vergleich zu anderen Kommunikationsinstrumenten, Werbeformen, Personalentwicklungsmaßnahmen?
 |
| **Kriterien für Unternehmenspartner** | * Gibt es ggf. Einschränkungen in der Wahl unserer potentiellen Unternehmenspartner? (Branchen, Firmen, Standort, Zeit, Dauer, Umfang)
 |
| **Fundraisingziel** | * Welchen Bedarf möchten wir durch die Kooperation mit einem Unternehmen decken?
* Bis wann müssen wir unser Fundraisingziel erreicht haben? Haben wir ausreichend Zeit für die Gewinnung eines Unternehmens?
 |
| **Fundraisingprojekt****Kosten****Steuerliche Relevanz** | * Was genau wollen wir dem Unternehmen anbieten? (Spendengelegenheit, Corporate Volunteering-Projekt, Sponsoringangebot, Abverkaufsaktion...)
* Wie sehen die Angebote möglicher Mitbewerber aus?
* Welche Argumente können wir dem Verantwortlichen auf Unternehmensseite liefern, damit dieser intern die Unterstützung verantworten kann?
* Was genau wird uns die Zusammenarbeit kosten? (Personaleinsatz, Zeiteinsatz, Ehrenamtliche, etc.)
* Gibt es steuerliche Konsequenzen für den Verein, entstehen durch die Unternehmensleistungen steuerliche Pflichten?
 |
| **Recherche nach Unternehmen** |
| **Vorhandene Kontakte****Örtliche Nähe****Sachbezug****Zielgruppenbezug** | * Zu welchen Unternehmen haben wir bereits Kontakt? (Zulieferer, Kunden, private Kontakte, Kooperation in Arbeitskreisen, ehemalige Unterstützer)
* Gibt es in unserem Umfeld Unternehmen, die sich sozial, kulturell oder sonst ideell engagieren?
* Gibt es einen sachlichen Bezug für das ins Auge gefasste Unternehmen zu unserem Projekt? (inhaltliche Verbundenheit, Interesse der Mitarbeiter)
* Gibt es einen Zielgruppenbezug? Übereinstimmung unserer Zielgruppe mit den Zielgruppen des Unternehmens?
 |
| **Ansprache von Unternehmen** |
| **Die richtige Stelle****Gegenleistung****Erstkontakt****Projektskizze** | * Wen muss ich im Unternehmen ansprechen? (Kommunikations-, Marketing-, CSR- , Personalabteilung oder Geschäftsführung)
* Welche Gegenleistung für die Unterstützung des Unternehmens erbringen wir?
* Gibt es schon Kontakte zum Unternehmen, die für die Erstansprache genutzt werden können?
* Gibt es eine Projektskizze, Präsentationsmappe oder kurze Power Point Präsentation?
 |
| **Vereinbarungen** |
| **Dokumentation****fester Ansprechpartner****Kommunikation** | * In welcher Weise werden die Vereinbarungen zwischen dem Unternehmen und der Organisation dokumentiert?
* Gibt es einen Verantwortlichen und kontinuierlichen Ansprechpartner auf beiden Seiten?
* Wie soll die Partnerschaft kommuniziert werden?
* Ist für das Unternehmen die Verbreitung der Kooperation interessant oder handelt es sich um ein „stilles Engagement“?
* Bieten wir dem potentiellen Unterstützer gute Kommunikations-möglichkeiten?
 |
| **Erfolgskontrolle** |
| **Messbarkeit** | * Lässt sich die Wirkung der Unterstützung (Kundenzugang, Zielgruppenansprache, Teamentwicklung der Mitarbeiter) für das Unternehmen messen?
 |
| **Kontaktpflege** |
| **Dank****Kontaktpflege** | * Welche Möglichkeiten gibt es, dem Unternehmen zu danken?
* Wie werden Sie den Kontakt pflegen?
 |
| **Zeit- und Maßnahmenplan** |
|  | * Haben Sie einen internen Zeit- und Maßnahmenplan aufgestellt?
 |

Adaptiert aus: Lindlacher, Peter; Gregory, Alexander: Fundraising in Süddeutschland, hrsg. von Ev. Bildungswerk München, Institut für Beratung und Projektentwicklung, Der Paritätische Baden-Württemberg, Neu-Ulm 2010, S. 218-220. (Neuauflage ab ca. April 2015 unter dem Titel „A. Gregory / T. Schmotz (Hg.), „Fundraising vor Ort“)

Schlagwort: Unternehmenskooperationen