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