Kategorie Innen & Außenkommunikation / Unterkategorie Unternehmenskooperation / Werkzeug

Schaubild: **Beziehungsaufbau (idealtypisch) mit einem Unternehmen**

**Schritt 1:** Erstkontakt herstellen durch eine Sach- bzw. Produktspende

Unternehmen sind eher dazu geneigt, Sach- als Geldspenden zu geben, da sie mit ihrem eigenen Produkt besser als mit einem Scheck werben können.

Bitten Sie **Baumärkte** um Renovierungsmaterial, **Hotels** um Gratisübernachtungen, ein **Speiseeisunter-nehmen** um einen Beitrag fürs Sommerfest, ein **Kreditinstitut** um Räumlichkeiten für eine Kunstausstellung, ein **Gasunternehmen** um das Helium für ihre Jubiläumsballons oder z.B. Behörden, wie das Deutsche Patentamt und Ministerien, Ihnen ausrangierte Büromöbel und Computer z.V. zu stellen.

**B**

**E**

**Z**

**I**

**E**

**H**

**U**

**N**

**G**

**S**

**A**

**U**

**F**

**B**

**A**

**U**

**Schritt 2:** Erstkontakt stärken, Einsicht in Ihre Organisation geben

**ZIEL:** Vertrauen aufbauen, Bekanntheit stärken, Identifikation mit Einrichtung

**MÖGLICHKEITEN:**

* **Pro-bono-Leistungen** (Agentur entwirft Ihren Homepageauftritt, Unternehmensberatung berät Ihre Einrichtung im Bereich Kosteneinsparung)
* **Corporate Volunteering**, d.h. dieFreistellung der Unternehmensmitarbeiter für soziale Projekte in und außerhalb der Arbeitszeit (z.B. Bau eines Sinnesgartens in einem Seniorenheim)
* **Seitenwechselprogramme**, d.h. ein Unternehmensvertreter besucht für ein oder mehrere Tage eine gemeinnützige Einrichtung und umgekehrt
* **Secondments**, d.h. ein IT-Mitarbeiter wird für längere Zeit (6-12 Monate) vom Unternehmen freigestellt, um z.B. eine bestimmte Software für einen Verein zu entwickeln und zu implementieren.
* Binden Sie Unternehmensmitarbeiter als Helfer bei einer Ihrer **Benefizveranstaltungen** ein.

**Schritt 3:** um Geldspende bitten

**MÖGLICHKEITEN:**

* **Anlassspenden** bitten Sie ein Unternehmen auf Weihnachtsgeschenke für Mitarbeiter und Kunden zu Gunsten Ihres Projekts zu verzichten.
* **Matching-Funds**, d.h. Unternehmen erhöhen oder verdoppeln oft die Spenden Ihrer Mitarbeiter an Gemeinnützige
* **Kundenspende:** Zahnärzte bitten Ihre Patienten um eine Zahngoldspende, die Ihrer Organisation zu Gute kommt, Die Bäckerei „Hofpfisterei“ in München bittet Ihre Kunden um eine Spende für das Münchner Tierheim
* **Payroll Giving:** Bitten Sie Unternehmen oder auch große Verwaltungen darum, die Kleingeld-beträge der Nettolöhne an Ihren Verein zu spenden.
* **Abverkaufsaktion: z**.B. zehn Cent pro verkauftem Produkt eines Lebensmittelherstellers wird Ihrer Organisation gespendet.

Folgende Gründe sind ausschlaggebend für das Zustandekommen einer Kooperation:

1. Beziehung, 2. gute Erfahrung mit vorausgehenden Kontakt

3. Ihre Marke / Ihr Ruf

4. Ihr Thema / Projekt, 5. Zielgruppe (das Unternehmen sucht hier nach Übereinstimmung mit eigener Zielgruppe bzw. Kunden)

6. Standort, 7. Zeitpunkt

Oft wird aus Marketinggründen die Kooperation unter ein bestimmtes Leitmotiv / Motto gestellt.

**Schritt 4:** Längerfristige Kooperation / Partnerschaft auf Augenhöhe

**Schlagworte: Unternehmenskooperation**