



**Dieter Schöffmann:  
Engagementpartnerschaften  
anregen & Kontakte knüpfen**

Fachtagung „Bürgerschaftliches  
Engagement von Unternehmen“,  
Leipzig, 21. November 2003

---

---

---

---

---

---

---

---

... durch die Kommune

... durch die gemeinnützige Organisation



---

---

---

---

---

---

---

---

**Die Kommune**



---

---

---

---

---

---

---

---

## **Unternehmen für ein investives Engagement gewinnen**

- ✓ Öffentliche Veranstaltungen – z.B. in Kooperation mit der IHK
- ✓ Veröffentlichung guter Praxisbeispiele
- ✓ Öffentliche Anerkennung
- ✓ Ansprechpartner beim Amt OB – u.a. zum Abbau von Engagementbarrieren
- ✓ Bereitstellung bzw. Vermittlung von Beratungskompetenz für Unternehmen



---

---

---

---

---

---

---

---

## **Partnerschaften anregen**

- ✓ Begegnungs- / Vermittlungsbörse
- ✓ Freiwilligentag
- ✓ Einrichtung bzw. Unterstützung einer kompetenten Mittlerstruktur (Freiwilligenagentur ...)
- ✓ Öffentliche Anerkennung gelungener Kooperation
- ✓ Qualifizierungsangebote für gemeinnützige Organisationen



---

---

---

---

---

---

---

---

## **Lokale strategische Problemlösungspartnerschaften**

- ✓ Relevanten Handlungsbedarf definieren
- ✓ Veranstaltung von Strategie- bzw. Entwicklungswerkstätten
- ✓ Organisations- / Koordinationsstelle beim Amt OB oder kompetenter Entwicklungsagentur (Freiwilligenagentur ...)



---

---

---

---

---

---

---

---

## Die gemeinnützige Organisation



---

---

---

---

---

---

---

---

## Partnerschaften anbahnen

- I. Wen gibt es in Ihrem Einzugsgebiet?
  
- II. Den eigenen Bedarf klären.



---

---

---

---

---

---

---

---

- IV. Den Erstkontakt herstellen:
  - Netzwerke in's Unternehmen
  - Persönliche Einführung
  - Brief
  - Seminare, Werkstätten, Veranstaltungen



---

---

---

---

---

---

---

---

- IV. Hausaufgaben erledigen: das Unternehmen kennen lernen.**
- V. Mögliche Interessen des Unternehmens identifizieren.**
- VI. Projektplanung für die weitere Kontaktaufnahme – Was ist das Besondere Ihrer Organisation?**




---

---

---

---

---

---

---

---

## **Anleitung zum Scheitern**

- ↘ Unklare Ziele
- ↘ Ein dominanter Partner
- ↘ Kulturelle Barrieren
- ↘ Mangelnde Kommunikation
- ↘ Zusagen nicht einhalten
- ↘ Nachlassendes Interesse
- ↘ Mangelnde Offenheit
- ↘ Mangelnde Professionalität




---

---

---

---

---

---

---

---

## **Zur Person**



**Dieter Schöffmann**

Geschäftsführer der VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH, Berater für strategische Kommunikation und Marketing im Dienstleistungssektor. U.a. Beratung bzw. Begleitung von Unternehmen bei der strategischen Positionierung spezifischer Corporate Citizenship-Engagements und bei der Integration von Corporate Volunteering in die Personalentwicklung. Herausgeber des Fachbuches „Wenn alle gewinnen. Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen“ (Hamburg 2001)

Vorstandsmitglied der Stiftung Bürger für Bürger




---

---

---

---

---

---

---

---

## **VIS a VIS Agentur für Kommunikation**

Agentur für Corporate Identity & Citizenship, integrierte und strategische Kommunikation und Marketing (inkl. Fundraising) mit den Leistungsschwerpunkten strategische Beratung, Konzeption und Projektentwicklung.

Im Schwerpunkt sind wir gewerbliche wie nichtgewerbliche Dienstleistungsunternehmen und Verbände - vor allem aus den Branchen Gesundheit, Soziales & Wohlfahrt, Bildung & Kultur, Ökologie, Gesellschaftspolitik - tätig.

Gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern bieten wir Full Service und mehr.

VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

50933 Köln, Stolberger Str. 3

Tel. 0221/95 45 67-0, Fax -5, E-mail: [post@visavis-agentur.de](mailto:post@visavis-agentur.de)



---

---

---

---

---

---

---

---