

# Kooperationen mit NPO – die Sicht der Wirtschaft

**Axel Schilling**

**Jürg Schneider**

Hochschule für Wirtschaft

Institut für Nonprofit und Public Management NPPM

# Pros und Cons der Zusammenarbeit Wirtschaft – kirchliche Organisationen

## Übersicht

- Die Empirie – wie arbeitet die Wirtschaft mit NPO zusammen?
- Ergebnisse des Projekts CorVo der FHNW und der ETH (Axel Schilling)
- Praktische Beispiele
- Empfehlungen für die Kooperation zwischen kirchlichen Organisationen und der Wirtschaft
- Diskussion/Fragen

## Einleitung: Pros und Cons 1/3

**Ein Entscheid, sich als NPO für die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft zu interessieren, ist grundsätzlich richtig und verspricht durchaus Erfolgspotential**

- NPO engagieren sich zunehmend auch in Europa in Zusammenarbeitsprojekte mit der Wirtschaft, die Kooperation ist also empirisch erfolgversprechend
- Die Wirtschaft bewegt sich tendenziell eher weg von zu stark personenorientierten Kooperationen und weg vom Engagement nur in eng begrenzten Bereichen (wie dem Sport), hin zu einer breiteren Palette von Engagements
- Tendenzen in der Wirtschaft, wie die Tendenz zur Sozialberichterstattung und zum Nachweis des nachhaltigen Managements, befördern das Potential für die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und NPO
- Unternehmen und Wirtschaftsorganisationen wollen von Image und Marke der NPO profitieren, Zusammenarbeit wird zu einem Win-Win-Spiel für beide beteiligten Partner

## Pros und Cons 2/3

**Die Zusammenarbeit von kirchlichen Organisationen und kirchlichen NPO mit der Wirtschaft ist nicht unproblematisch; kirchliche Organisationen sind nicht die typischen Partner der Wirtschaft**

- kirchliche Organisationen werden oft als „parastaatlich“ angesehen, als Organisationen mit öffentlichem Auftrag. Die Wirtschaft versteht sich nicht als „Sponsor“ der öffentlichen Hand.
- Die Wirtschaft geht oft davon aus, dass die Finanzierungsbasis der Kirche steuerlicher Natur ist, dass man deshalb kirchliche Anliegen nicht zu unterstützen braucht, dass kirchliche Anliegen nicht zu dem gehören, was man als bürgerschaftliches Engagement bezeichnet.
- Die Wirtschaft betrachtet kirchliche Organisationen oft als „falschen Partner“:
  - **Weil man mit der Wahl eines kirchlichen Partners oft „die andere Kirche“ nicht wählt**
  - **Die Botschaft und der Auftrag der Kirche passen teilweise nicht in die Passform der von der Wirtschaft gewünschten Kooperation**
  - **Die Positionierung kirchlicher Organisationen ist oft breit und deshalb nicht auf die viel spezifischeren Bedürfnisse der Wirtschaft abgestimmt.**

## Pros und Cons 3/3

**Fazit: Die Zusammenarbeit kirchliche NPO – Wirtschaft ist  
erfolgsversprechend, wenn sie richtig geplant und eingefädelt ist**

- Die Anliegen von Wirtschaftspartnern und kirchlicher NPO müssen gegenseitig passen
- Die Form der Zusammenarbeit muss passen und diese Formen sind vielfältig (siehe nächste Folien)
- Die Win-Win-Situation muss gegeben sein, d.h. der Wirtschaftspartner muss profitieren, aber die kirchliche NPO auch (in Form eines Beitrags aber auch dadurch, dass ihr Image und ihre Marke nicht durch den Wirtschaftspartner beeinträchtigt oder ausgeblendet wird (Beispiel: „Schulen ans Netz“/EDK-Swisscom)

# Schweizweite Befragung von Wirtschaftsunternehmen und NPO\*

## Teilnehmende

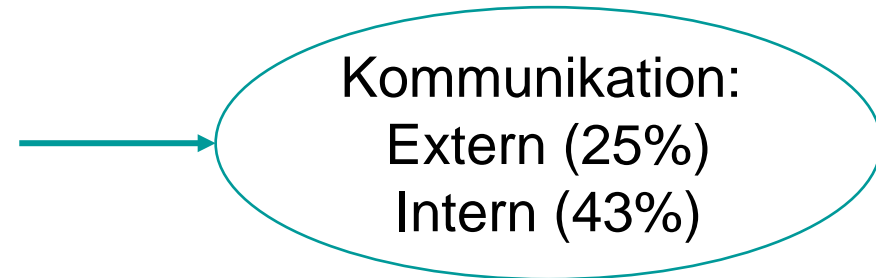
- Wirtschaftsunternehmen: 2096    NPO: 468
- Auskunftspersonen:
  - **Wirtschaftsunternehmen: haupts. Inhabende und Geschäftsführende**
  - **NPO: haupts. Geschäftsführende u. Präsidierende (70.4%)**
- Bei der NPO-Befragung stammen 3.9% der NPO aus dem Bereich „Religion“

\* Das Projekt CorVo ist eine Zusammenarbeit zwischen dem Institut NPPM und der ETH Zürich

## Resultate der Befragungen 1/6

### Häufigste Engagementformen

- Wirtschaftsunternehmen:
  - **Finanzielle Spenden (85%)**
  - **Naturalien (69%)**
  - **Corporate Volunteering (36%)**
- NPO:
  - **Finanzielle Spenden (76%)**
  - **Naturalien (45%)**
  - **Corporate Volunteering (12.6%)**



### NPO Religion:

- 50%**
- 33%**
- 11%**

## Resultate der Befragungen 2/6

### Beweggründe für gemeinnütziges Engagement ...

- ... für Wirtschaftsunternehmen:
  - **Persönliches Anliegen (73%)**
  - **Ausdruck gesellschaftlicher Verantwortung (72%)**
  - **Image/Reputation (51%)**
  - **Unternehmensgewinn steigern (4%)**
- ... für NPO (Corporate Volunteering):
  - **Akzeptanzsteigerung in der Öffentlichkeit (47%)**
  - **Zusätzliche finanzielle Mittel nach einem CV-Einsatz (39%)**
  - **Bekanntwerden der NPO (37%)**



## Resultate der Befragungen 3/6

### Voraussetzungen für gemeinnütziges Engagement

- **Persönliche Kontakte zu Personen im Unternehmen (77%)**
- **Es müssen Ideen vorhanden sein, wie Unterstützung eingesetzt wird (77%)**
- **Es muss ein Nutzen für Unternehmen erkennbar sein (67%)**
- **Es muss zum Image der NPO passen (62%)**

## Resultate der Befragungen 4/6

### Resultate für NPO: Freiwillige

- **Freiwilligenmanagement:**
  - **Für 73% sind Freiwillige entscheidend oder wichtig für die Zweckerfüllung ihrer Organisation**
  - **Knapp zwei Drittel gehen von einer stark oder zunehmenden Bedeutung der Freiwilligenarbeit aus**
  - **58% haben kein Konzept zur Gewinnung und Betreuung von Freiwilligen**
- **Funktionen der Freiwilligen:**
  - **Organisation und Durchführung von Projekten (49%)**
  - **Öffentlichkeitsarbeit/Repräsentative Aufgaben (42%)**
  - **Administration (34%)**
  - **Fundraising (31%)**

## Resultate der Befragungen 5/6

### Fazit Wirtschaftsunternehmen

- Gemeinnütziges Engagement ist nicht selten, aber wird nicht beim Namen (z.B. Corporate Citizenship, Corporate Volunteering) genannt
- Engagement ist krisenresistent
- **Grossunternehmen** engagieren sich häufiger als KMU
- **D-Schweiz** > Romandie > Tessin
- Beweggründe: **genuines Verantwortungsbewusstsein** > langfristiger Eigennutzen > kurzfristiger Eigennutzen

## Resultate der Befragungen 6/6

### Fazit NPO (Corporate Volunteering)

- Zusammenarbeit wird zu 62% von Unternehmen initialisiert
- Corporate Volunteers stammen zu 44% aus Banken- und Versicherungsbranche
- Zwei Drittel der Kooperationen sind in langfristige Partnerschaft eingebettet
- 63% gehen von einer steigenden Bedeutung von CV in den nächsten drei Jahren aus
- Drei Viertel geht davon aus, dass die Wirtschaftskrise CV nicht beeinflussen wird

# Transfertagung am 16. Juni 2010

**ETH**  
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich  
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

**Erweiterte Wertschöpfung**

**Schweizer Unternehmen engagieren sich für die Gesellschaft**

Erkenntnisse aus Grossunternehmen und NPO

Gestaltungsempfehlungen für KMU

**Eine Transfertagung**



Handlungsempfehlungen

**16. Juni 2010**

ETH Zürich | Rämistr. 101 | Raum: HG D7.1

[www.corvo-schweiz.ch](http://www.corvo-schweiz.ch)

**n|w** Fachhochschule Nordwestschweiz

**programm**

9.15 - 9.30 Eröffnung & Begrüssung  
Projektleitung FHWW | Prof. Dr. Axel Schilling

9.30 - 11.00 Forschungsprojekt CorVo.ch:  
Highlights, Ergebnisse, Diskussion  
Projektteam CorVo.ch

11.00 - 11.30 Kaffeepause

11.30 - 13.00 Workshopphase 1  
siehe [www.corvo-schweiz.ch](http://www.corvo-schweiz.ch)

13.00 - 14.00 StehLunch

14.00 - 15.30 Workshopphase 2  
siehe [www.corvo-schweiz.ch](http://www.corvo-schweiz.ch)

15.30 - 16.00 Kaffeepause

16.00 - 17.30 Podiumsdiskussion | mit Publikum

**Win-Win - und keine Verlierer?**  
Regel Riess, Director Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, Berlebachanstellung  
Dr. Carlo Kröpfer, Mitglied der Geschäftsleitung, Caritas Schweiz  
Prof. Dr. Georg v. Schnutgen, Leiter Centre for Philanthropy Studies, Basel  
Daniel Wierer, Mitglied der Geschäftsleitung ecos, Basel  
und Geschäftsführer der Stiftung Ethica in der Deutschschweiz  
Dr. Günter Pfeiffer, Leiter Personalwesen, Swisscom  
Moderator: Heinz Altkofer, Leiter Soziales, Migros Kulturprozent  
Praxisbegleitung: Dr. Stefan Gross, Neuland & Partner

17.30 - 17.45 Ausblick und Verabschiedung  
Projektleitung ETH Zürich | Prof. Dr. Theo Wimmer

ab 17.45 Apéro

**ETH**  
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich  
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

**n|w** Fachhochschule Nordwestschweiz

**workshop**

1. Der Corporate Volunteer: Freiwilligkeit als Bürger oder als Mitarbeiter?
2. Corporate Volunteering – Spagat zwischen Wunsch und Wirklichkeit? Gestaltungsnotwendigkeiten im betrieblichen Alltag
3. Soziale Verantwortung in Familienbetrieben und mittelgrossen Unternehmen
4. Zum Gutes-tun gezwungen? Die Grenzen der Freiwilligkeit im CV
5. Strategische Verankerung von gemeinnützigem Engagement in KMU
6. Tue Gutes und rede darüber: Externe Kommunikation von gemeinnützigem Engagement
7. Sich besser kennen, sich besser verstehen: Die Humagora - Plattform zur Förderung des gegenseitigen Verständnisses zwischen NPO und Unternehmen.
8. Unternehmen stiften: Ein Modell für KMU?

\*In der Regel werden die Workshops jeweils ein Mal am Vor- und Nachmittag angeboten.

**ETH**  
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich  
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

**n|w** Fachhochschule Nordwestschweiz

## Kanton Zug

### Wenn Wirtschaft und Kirche sich begegnen

#### Forum Kirche und Wirtschaft

**D**ie jüngste Finanzkrise zeigte es deutlich: Die Frage nach Werten und Moralitäten ist zentral für den Wirtschaftsetzler. Wie sieht es heute ja aus? Woher kommen die Werte? Woher kommen die Moralitäten? Woher kommen die Werte? Woher kommen die Moralitäten? Woher kommen die Werte? Woher kommen die Moralitäten?

Christoph Böhm, Leiter der Pastoralen Offenen Kirche und Wirtschaft der katholischen Kirche im Kanton Zug, betont genau diese wichtige Frage: Woher kommen die Werte? Woher kommen die Moralitäten? Woher kommen die Werte? Woher kommen die Moralitäten? Woher kommen die Werte? Woher kommen die Moralitäten?

denen sich die Beteiligten frei und ohne den Zwang des Erfolgs befragen können. Aber auch junge Verantwortungen sind wichtig. Verantwortung und Führung sind die Schlüssel. Im Dialog ist es wichtig, dass wir uns nicht nur über die Werte, sondern auch über die Moralitäten und die Moralitäten befragen können. Deshalb werden wir uns in diesem Forum mit diesen Themen befassen. Wir werden uns mit diesen Themen befassen. Wir werden uns mit diesen Themen befassen.

Und die Kirche? Wie wird kirchliche Mitarbeit in der Wirtschaft? Eine wichtige Frage. Es geht um die Werte und die Moralitäten. Es geht um die Werte und die Moralitäten. Es geht um die Werte und die Moralitäten.

darüber ist es wichtig, dass sich auch kirchliche Mitarbeiter über diese Werte und Moralitäten befragen können. Das ist ein wichtiger Punkt. Das ist ein wichtiger Punkt. Das ist ein wichtiger Punkt.

Quelle: Böhm

#### Wirtschaft und Werte – Orientierung und Perspektiven

Bei diesem Meeting werden die Werte und Moralitäten der Wirtschaft und der Kirche diskutiert. Es geht um die Werte und die Moralitäten. Es geht um die Werte und die Moralitäten. Es geht um die Werte und die Moralitäten.

Die Werte und Moralitäten sind ein wichtiger Punkt. Die Werte und Moralitäten sind ein wichtiger Punkt. Die Werte und Moralitäten sind ein wichtiger Punkt. Die Werte und Moralitäten sind ein wichtiger Punkt.

#### Forum Kirche und Wirtschaft

Die Mitarbeit in der Kirche und Wirtschaft ist ein wichtiger Punkt. Die Mitarbeit in der Kirche und Wirtschaft ist ein wichtiger Punkt. Die Mitarbeit in der Kirche und Wirtschaft ist ein wichtiger Punkt.



Christoph Böhm, Leiter der Pastoralen Offenen Kirche und Wirtschaft

## Beispiele für Kooperation (2)

### Praktikumsprojekt: Kooperation zwischen Kirche und Post (Deutschland)

Zehn junge Frauen und Männer absolvieren zurzeit ein "Praktikum PLUS", eine siebenmonatige Einstiegsqualifizierung, die möglichst in einen regulären Ausbildungsplatz münden soll. Um die sozialpädagogische Betreuung kümmert sich die Neue Arbeit Niederrhein, die Beschäftigungs-, Qualifizierungs- und Beratungseinrichtung des evangelischen Kirchenkreises Moers und seiner Gemeinden.

"Ohne Arbeit ist es in unserer Gesellschaft ganz schwer", sagte der rheinische Präses Nikolaus Schneider. Deshalb unterstütze und fördere die Kirche solche Praktikumsplätze, die es auch benachteiligten Jugendlichen ermögliche, ins Arbeitsleben "hineinzurutschen".

Seit Januar sind die jungen Männer und Frauen den Angaben zufolge mit Postzustellern unterwegs, sortieren Briefe, leeren Briefkästen und lernen Briefzentren kennen. Zusätzlich lernen die Teilnehmer gemeinsam Deutsch, Mathematik und Grundlagen des Lernens. Diejenigen Jugendlichen, die sich im Praktikum bewähren, bekommen den Angaben zufolge ab August einen Ausbildungsplatz zur Fachkraft für Kurier-, Express- und Postdienstleistungen.

Die Deutsche Post DHL beteiligt sich nach eigenen Angaben seit 2001 an Programmen zum Abbau der Jugendarbeitslosigkeit. Im vergangenen Jahr hat der Post- und Logistikkonzern 300 sogenannte "Perspektive Gelb"-Praktika als Einstiegsqualifizierungen angeboten. Fast 90 Prozent der Praktikanten seien anschließend auch in eine Ausbildung übernommen worden, hieß es.

## Beispiele für Kooperation (3)



### Angebote

- \* Einbringen von sozialem und spirituellem Aspekten in Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen von Firmen und Wirtschaftsverbänden
- \* Zusammenarbeit mit Arbeitsgruppen von Industrie und Kirche bei Fragen über Arbeit, Beruf und Betriebs- und Unternehmensführung
- \* Weiterbildungsangebote für spezifische Zielgruppen aus der Arbeitswelt
- \* Kurse in Wirtschaftsethik für Schüler/-innen
- \* Lebenskundliche Veranstaltungen für Berufsmaturanden/-innen
- \* Begleitung von Arbeitslosenprojekten
- Predigtendienst in Pfarreien und Kirchgemeinden
- \* Vorträge und Kurse im Rahmen der kirchlichen Erwachsenenbildung
- \* Qualifizierte persönliche Beratung in Krisensituationen und bei Sinnfragen des Arbeitslebens sowie bei Konflikten zwischen Menschen unterschiedlicher Kultur und Religion



## Beispiele für Kooperationsfelder

- Ethikdiskurs z.B. mit Wirtschaftsverband
- Schuldenberatung z.B. mit Bank oder Post und Versicherungen
- Integrationsprojekte, z.B. mit Verbänden oder Grossfirmen und öffentl. Hand
- Jugendarbeit, z.B. mit Sponsoring durch geeignete Firma
- soziales Engagement, z.B. durch Firma, die ihre Sozialbilanz dokumentieren will

# Empfehlungen für Kooperation

## Zusammenfassung

- Eine Kooperationspolitik will geplant sein und sollte Teil der Strategie sein
- Die Arten der Zusammenarbeit mit der Wirtschaft muss gekonnt und kreativ ausgewählt werden
- Die geografische Ebene muss richtig gewählt sein
- Kooperationsnetzwerke sind oft erfolgversprechender als Einzelkämpfer
- Projekte sind erfolgsversprechender als Organisationen, das „goldrichtige“ Projekt passt zum Anliegen der Wirtschaft und nützt dem Anliegen der NPO