Unternehmen erfolgreich ansprechen

Veranstaltung MINT vernetzt



Leona Picker

Mail LinkedIn

Agenda

Warum?
Warum sind Unternehmenskooperationen relevant?

Was?
Was sind Unternehmenskooperationen eigentlich?

Wie?
Wie entstehen Kooperationen: von Anbahnung bis Pflege

Was macht sie erfolgreich?
Tipps und Erfolgsfaktoren

SkalaCAMPUS

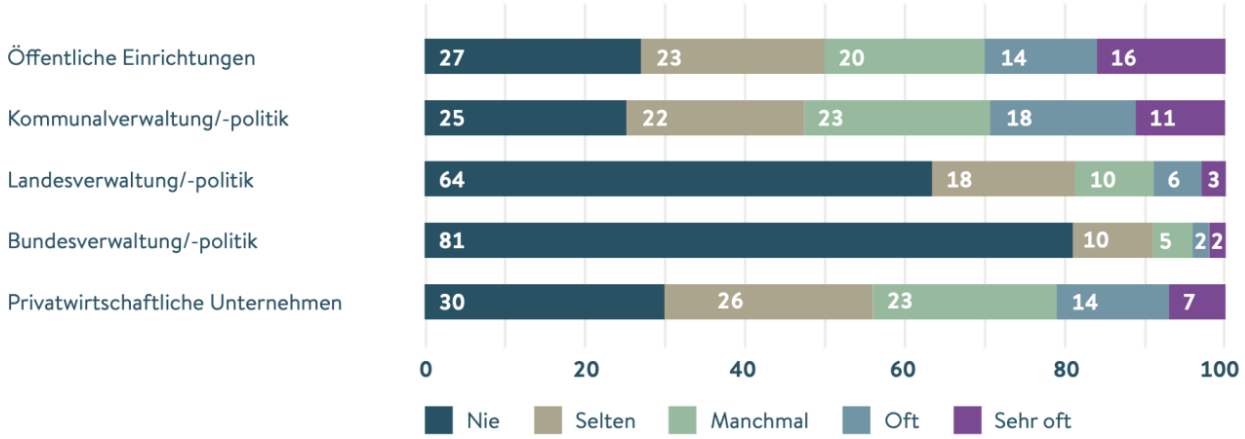
Warum kooperieren NPOs mit Unternehmen?
Das klassische Finanzierungsmodell steht unter großem Druck

Stagnierende und schrumpfende Steuereinnahmen: es wird weniger Geld verteilt.[1]

Wachsende Kritik an zivilgesellschaftlichen Akteuren.[2]

Abbildung 29
Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen und Akteuren

Wie oft arbeitet Ihre Organisation mit den folgenden Organisationen und Institutionen zusammen? Anteile in Prozent



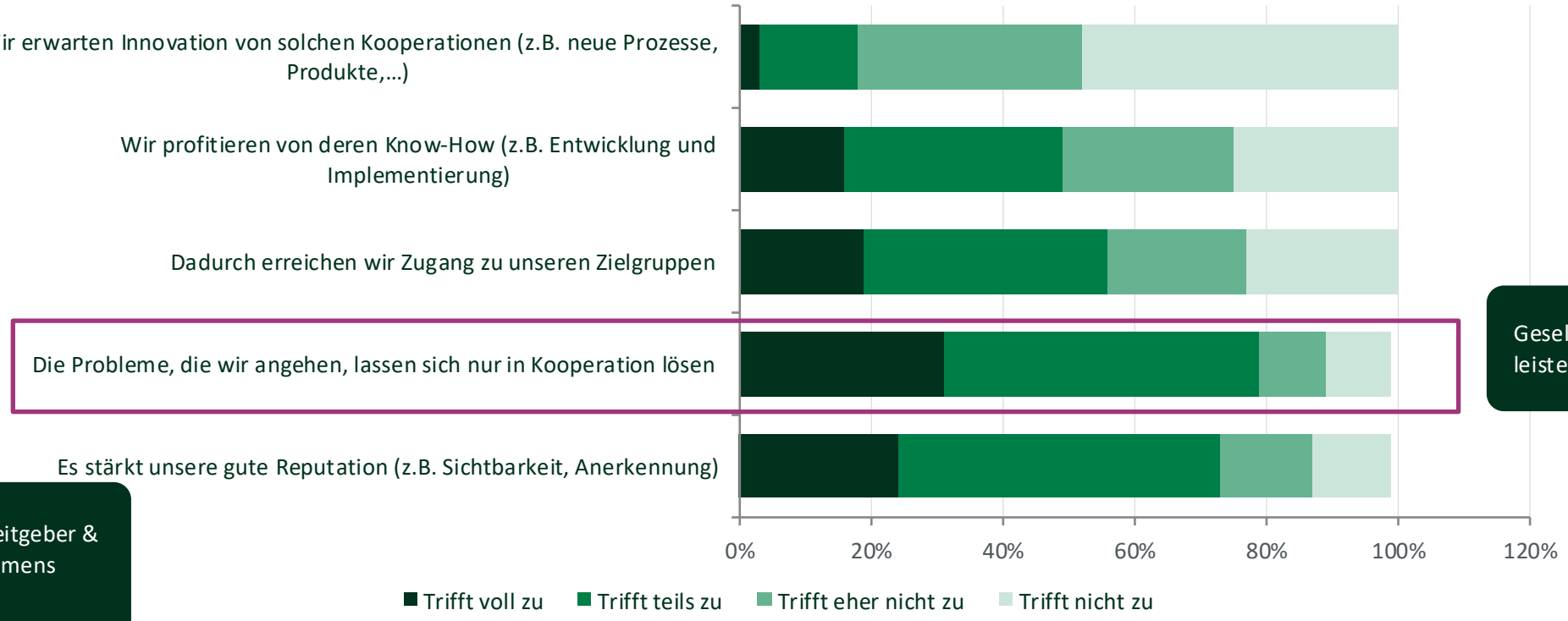
Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=11.886–12.396, gewichtet. Aufgrund von Rundungsabweichungen ergeben die Werte nicht immer die aggregierte Summe von 100.

Es gibt Potenziale im Ausbau von Unternehmenskooperationen !

[1]2025. Maecenata Stiftung, Ansgar Gessner & Philipp Hoelscher: „Denkanstöße für die Zivilgesellschaft“.
[2]2025. Maecenata Stiftung, Siri Hummel & Peter Schubert: „Das Anti-NGO-Narrativ – Wie versucht wird, die Zivilgesellschaft zu delegitimieren“.
[3]2023. Stifterverband, Peter Schuber, David Kuhn, Birthe Tahmaz „ZiviZ-Survey 2023: Zivilgesellschaftliche Organisationen im Wandel – Gestaltungspotenziale erkennen. Resilienz und Vielfalt stärken“.

Warum kooperieren Unternehmen mit NPOs?

(% der Unternehmen, nur Einfachantwort)



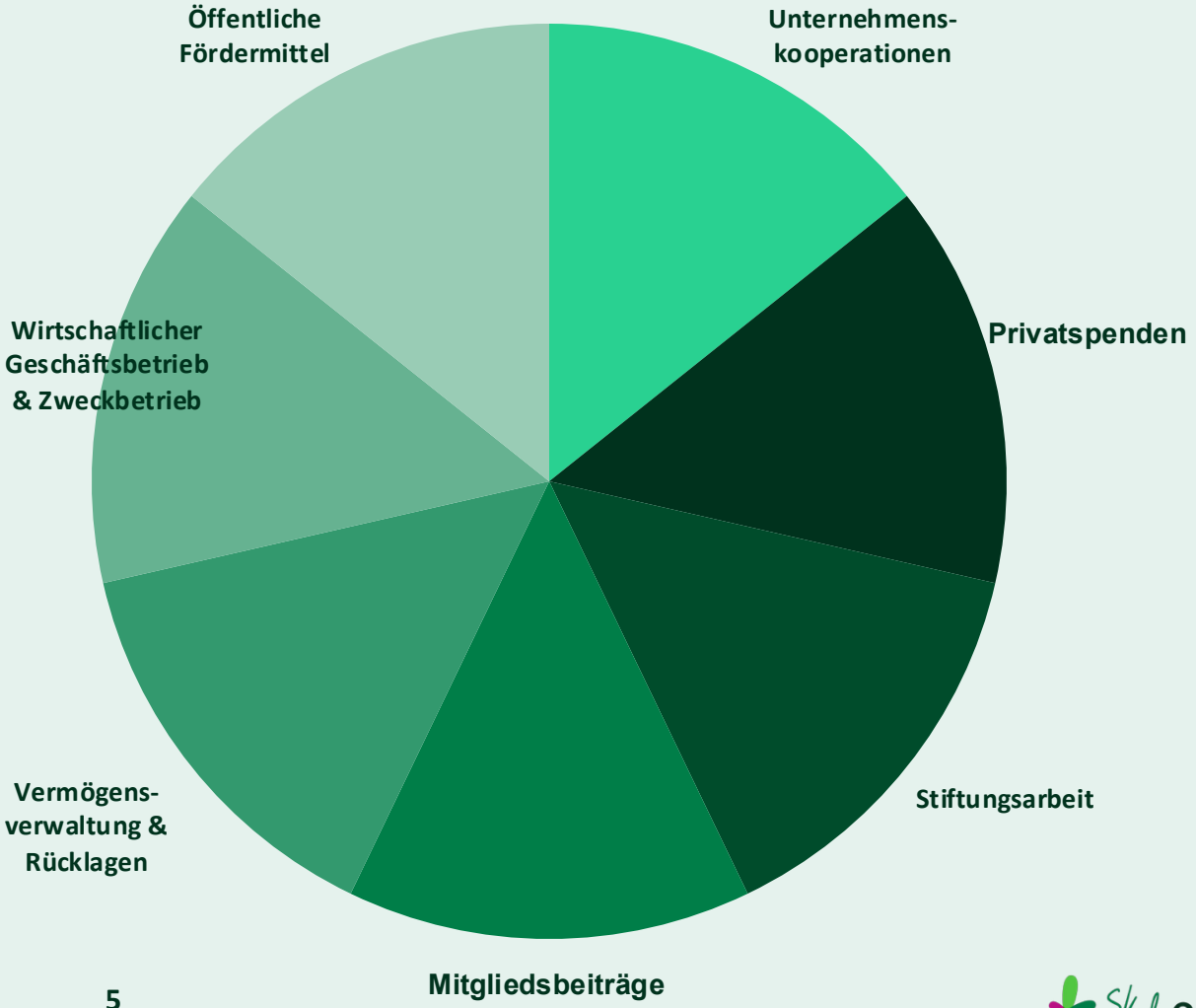
Gesellschafftlichen Beitrag leisten

Attraktivität als Arbeitgeber & Image des Unternehmens verbessern

Quelle: ZiviZ (2018)

SkalaCAMPUS

Je vielfältiger der Finanzierungsmix ist desto resilienter die Finanzierungsstruktur



Unternehmenskooperationen

- sind nicht die Lösung aller Finanzierungsprobleme
- sind kein Ersatz für Fördermittel, sondern ein strategischer Baustein im Fundraising-Mix
- ermöglichen zusätzliche Ressourcen und Handlungsspielraum

Unternehmenskooperationen bringen nicht nur Geld, sondern unterschiedliche Ressourcen



Finanzielle Ressourcen

- Geldspenden * (einmalig oder regelmäßig)
- Double-the-Donation-Kampagne, Matching-Fund (z.B. „Verdopplungs-Aktionen“)
- Cause-Related-Marketing (anlassbezogenes Marketing)



Materielle Ressourcen

- Sach- und Produktspenden*
- Infrastrukturleistungen
- pro bono Dienstleistungen

Immaterielle Ressourcen

- Reichweiten-Spende
- Zugang zu Netzwerken
- Sichtbarkeit



Personelle Ressourcen

- Skilled (Fachwissen)
- Unskilled (Zeit)
- Punktuell (einmalig)
- Regelmäßig (wiederkehrend)
- Multiplikator:innen für die Vision

*Spenden: Ob es sich im individuellen Fall i.S.d Finanzamtes um Spenden oder Sponsoring handelt ist stets zu prüfen!

Finanzielle Ressourcen

Unternehmen stellen einmalig oder langfristig Geldmittel zur Verfügung

Typische Formate:

- Geldspenden (einmalig / regelmäßig)
- Sponsoring (z. B. für Angebote, Veranstaltungen, Fahrzeuge)
- Cause-Related Marketing: anlassbezogenes Marketing (Ein Teil des Produktpreises fließt an den Verband; Kommunikation ist Teil der Kooperation)
- Matching-Kampagnen: (Ein Unternehmen erhöht Spendenwirkung, indem es eingehende Spenden bis Betrag X oder um Y % ergänzt)

Beispiel:

- Ein regionales Unternehmen finanziert über eine jährliche Geldspende ein Wohlfahrts-Angebot oder tritt als Sponsor für einen Sozialbus auf.

Einordnung:

- Hohe Flexibilität
- klare Abgrenzung zwischen **Spende** (ohne Gegenleistung) und **Sponsoring** (mit Gegenleistung) notwendig.



Materielle Ressourcen

Dinge
Infrastruktur
Leistungen

Materielle Unternehmenskooperationen

- Unternehmen stellen Sachleistungen oder Infrastruktur zur Verfügung
- Reduziert Kosten und ermöglicht Angebote

Typische Formate:

- Sachspenden (Lebensmittel, Kleidung, Möbel, Technik)
- Infrastruktur (Räume, Fahrzeuge, IT-Ausstattung)
- Dienstleistungen pro bono (Logistik, Druck, Software)

Beispiel:

- Ein Möbelhaus stattet eine Unterkunft mit Betten und Schränken aus
- Ein IT-Unternehmen stellt Softwarelizenzen zur Verfügung

Einordnung:

- Guter, niedrigschwelliger Einstieg in Kooperationen (kennenlernen, Vertrauen aufbauen)
- Kein Ersatz für Geld, aber wirksam zur Entlastung von Budgets
- Reale Bewertung der Sachspenden ansetzen!

Personelle Ressourcen

Zeit
Know-how
Engagement

Personelle Unternehmenskooperationen:

- Mitarbeitende von Unternehmen engagieren sich mit Zeit oder Fachwissen
- Fokus auf Engagement, Qualifizierung und Beziehung
- Stärkt Strukturen und Sichtbarkeit

Typische Formate:

- Corporate (unskilled) Volunteering (Aktionstage, praktische Einsätze)
- Skilled Volunteering (IT, Recht, Kommunikation, Strategie)
- Mentoring- und Qualifizierungsangebote

Beispiele

- Ein Unternehmen unterstützt einen Kreisverband mit einem Aktionstag
- Ein Unternehmen berät ehrenamtlich beim Aufbau digitaler Prozesse

Einordnung:

- Tendenziell anspruchsvoll, erfordert gute Koordination und klare Rahmung
- Kein finanzieller Ertrag, aber hoher Mehrwert für Organisation und Partnerschaft

Spende

Eine Spende ist eine **freiwillige Zuwendung**

- ohne rechtliche Verpflichtung
- **ohne Gegenleistung**
- Zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke
- Zuwendungsbestätigung möglich

➔ Auf die Einhaltung dieser Prinzipien achten

Sobald der/die Zahlende einen wirtschaftlichen Vorteil erhält, ist es keine Spende mehr!

Sponsoring

Sponsoring ist eine Zuwendung mit einer Gegenleistung, also Bedingungen.

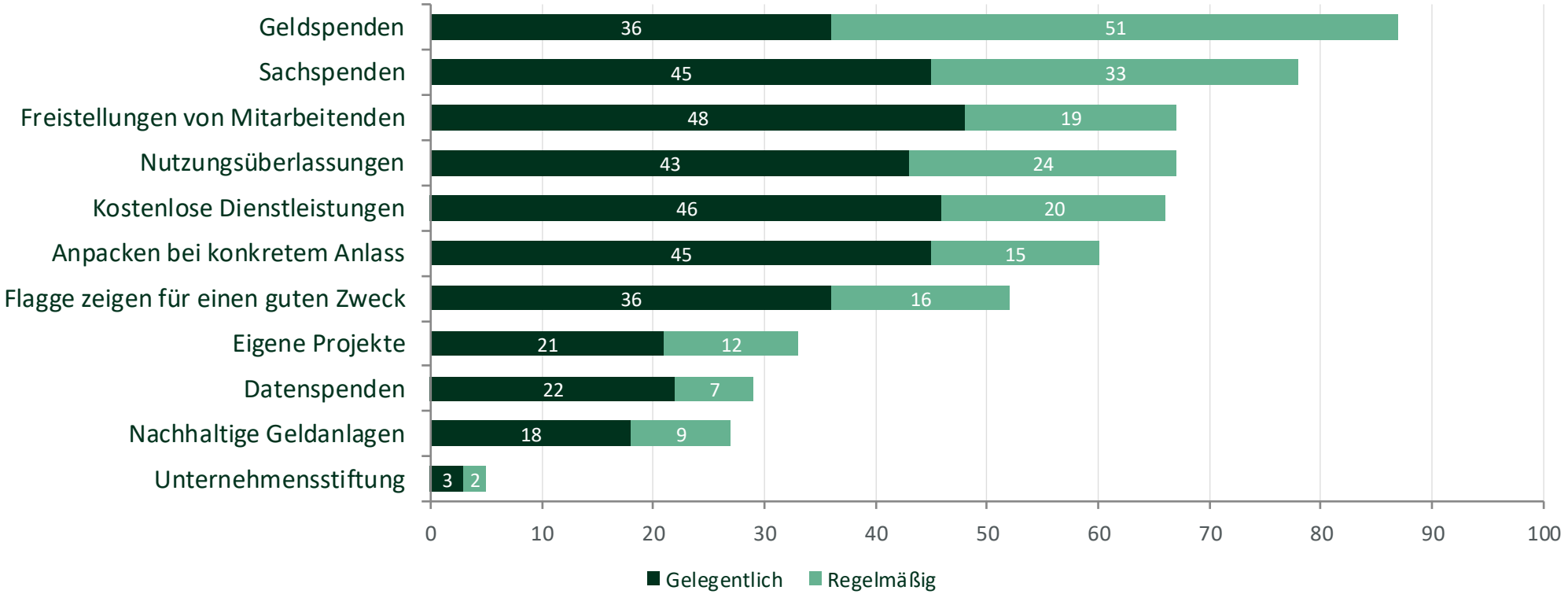
- **mit Gegenleistung** (z.B. konkrete Werbeleistung, Nutzungsrechte, sonstige wirtschaftliche Vorteile)
- Kann steuerpflichtige Leistungen auslösen
- Aktives/passives Sponsoring kann in den ideelen Bereich oder wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb fallen

➔ Schriftliche Vereinbarung & Dokumentation

Wenn es keine Spende ist, kann das Unternehmen die Zahlung als Betriebsausgabe geltend machen.

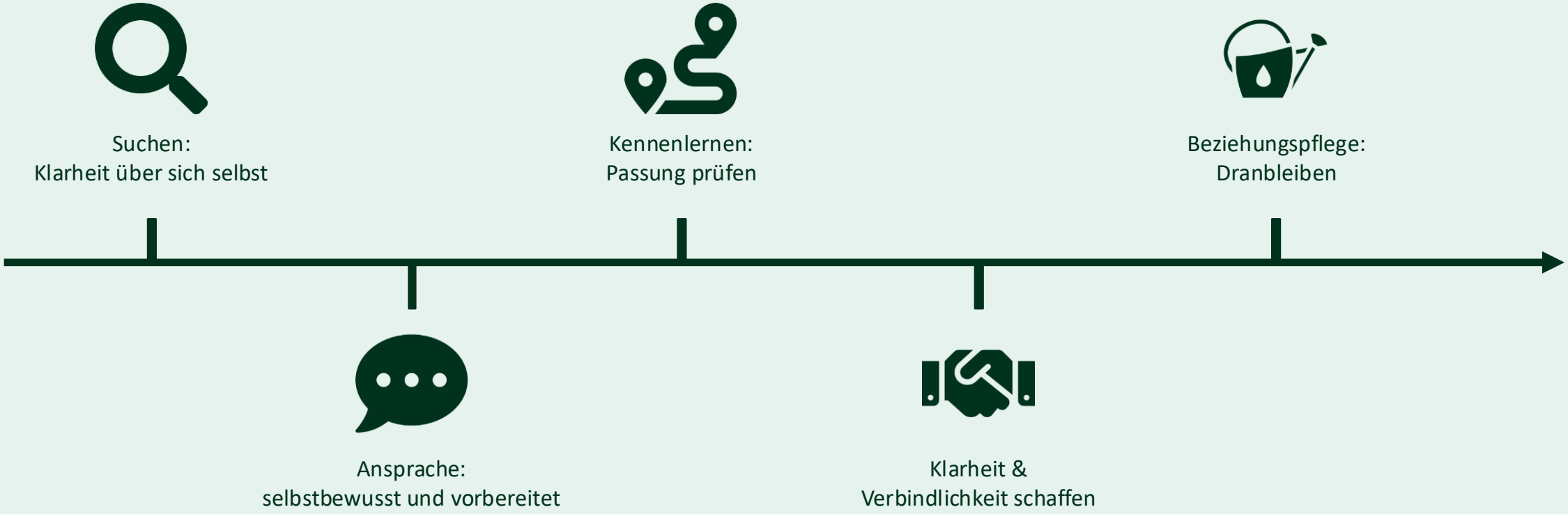
Warum ist das so streng geregelt?
Spenden sind steuerlich begünstigt, weil sie **uneigennützig** erfolgen.
Im Zweifel: rechtliche/ steuerliche Beratung einholen!

Die Verteilung unterschiedlicher Engagementformen von Unternehmen



Quelle: ZiviZ Monitor Unternehmensengagement (2022)

Unternehmenskooperationen sind Beziehungsarbeit



Suchen: Klarheit über sich selbst

Wer nicht weiß, was er sucht, findet selten das Richtige.

➔ Strategische Klarheit vor Kontaktaufnahme

- **Klarheit über Ressourcen:**
  - Was können und wollen wir leisten – und was nicht?
- **Klarheit über Bedarfe:**
  - Welche Art von Kooperation passt zu unserer Organisation?
  - Welche konkreten Bedarfe haben wir?
  - Was für eine Beziehung suchen wir?
  - Welche Werte sind nicht verhandelbar?
- **Klarheit über Mehrwerte:**
  - Lokale Verankerung
  - Hohe Reputation und Vertrauen
  - Vielseitige Infrastruktur -> viele Anknüpfungspunkte

Praxistipp:

Definiert Wunschpartner statt nur Ausschlusskriterien.

Nicht nur klären, *wer nicht passt*, sondern bewusst festlegen, *welche Unternehmen gut passen*.

Ansprechen: Selbstbewusst und vorbereitet

Gute Kooperationen entstehen nicht durch Bitten, sondern durch Angebote

➔ Gezielte, vorbereitete Ansprache mit klarer Nutzenargumentation

1. Nutzt die nächste, naheliegende Chance

- Bestehende Beziehungen, Veranstaltungen, gemeinsame Themen, regionale Nähe oder natürliche Anknüpfungspunkte

2. Wählt bewusst

- **Kriterienliste**: Werte, Reichweite, Ressourcen, Reputation, Kontaktaufnahme
- **Netzwerk-Mapping:** Wer kennt wen?
- Unternehmen und Ansprechperson (Position) gezielt ansprechen

3. Baut (gedanklich) ein Pitchdeck, um:

- Eine klare Botschaft: Warum wir?
- Eine strategische Brücke
- Ein verständliches, konkretes Angebot

Praxistipp:

Macht konkrete Vorschläge statt abstrakter Bitten.

Zeigt 2–3 klar umrissene Kooperationsideen: so wird aus Interesse ein Gespräch auf Augenhöhe.

Kennenlernen: Erwartungen abgleichen

Nicht jede gute Idee wird automatisch eine gute Partnerschaft

➔ Kennenlernen mit ehrlicher Erwartungsklärung

Offene Kommunikation über:

- Erwartungen, Motive, Grenzen
- Klärung: Was ist dem Unternehmen wichtig? Was uns?
- Offenheit für Unterschiede
- Früh über mögliche Spannungen sprechen
- Gemeinsame Entwicklungsperspektiven aufzeigen

Etabliert eine offene, partnerschaftliche Kultur:

Es geht um ein Miteinander und Synergien,

nicht um ein Gegeneinander.

Praxistipp:

Sprecht Erwartungen auf beiden Seiten offen an.

Was wünscht ihr euch von der Kooperation, was könnt und wollt ihr geben, wo liegen Grenzen?

Klarheit & Verbindlichkeit schaffen

Verbindlichkeit schützt die Partner und die Beziehung

➔ Strukturierte Vereinbarungen statt impliziter Erwartungen

Erwartungen explizit machen:

- Klare Absprachen zu Umfang, Dauer, Leistungen
- Transparenz zu Kommunikation und Sichtbarkeit
- Klare Zuständigkeiten auf beiden Seiten

Vertragliche & steuerlich sauber aufsetzen

- Vertragliche Regelungen, wo sinnvoll
- **Steuerlich gut beraten lassen:**

Alle Szenarien sind OK, sie müssen nur sauber in ihre Sphären sortiert werden

- Gegenleistungen sind bspw. Nennungen, öffentliche Darstellungen
- Ordentlich in der Buchhaltung umsetzen

Praxistipp:

Nennt Testphasen beim Namen und schafft Verbindlichkeit.

Lieber klar befristet starten, transparent regeln und steuerlich prüfen, als schwammig bleiben.

Beziehungspflege: Dranbleiben

Beziehungen brauchen Pflege, sonst verkommen sie.

➔ Nach dem Vertragsabschluss geht es erst richtig los! Aktives Partnermanagement statt Projektdenke

1. Kontakt strukturieren:

- Regelmäßiger und verlässlicher Kontakt mit Dokumentation (bspw. quartalsweise)
- Offener Austausch und Feedback

2. Gemeinsame Kommunikation von Wirkung

Gemeinsamer Erfolg verbindet und steigert die Attraktivität

3. Wertschätzung zeigen

- Wertschätzung und Verlässlichkeit durch bspw. Newsletter: Dank & Anerkennung personalisieren
- Raum für Weiterentwicklung oder auch saubere Beendigung

Praxistipp:

Pflegt Kooperationen aktiv und fragt nach.

Regelmäßiger Kontakt, saubere Dokumentation (z. B. CRM) und eine offene Feedbackkultur halten Partnerschaften lebendig.

Tipps und Erfolgsfaktoren

Checkliste

- ✓ **Was?**
  - ✓ Was bieten wir an, und was nicht?
  - ✓ Auswahl Kooperationsformate
  - ✓ Definition Umfang der Formate
- ✓ **Wer?**
  - ✓ Gemeinsame Werte und Ziele
  - ✓ Gemeinsame Zielgruppe
  - ✓ Regionale Partner (KMU) vs. Konzerne
  - ✓ Verwandte Thematik und natürlicher Fit
- ✓ **Wie?**
  - ✓ Vertragliche Regelungen
  - ✓ Saubere steuerliche Einordnung (Sponsoring & wGB)
  - ✓ Ordentliche Buchhaltung
  - ✓ Nachweise & Dokumentation zur Kooperation (Verträge, Zuwendungsbescheinigungen)

“

Keine Organisation ist zu klein für Unternehmenskooperationen!

Es geht nicht um die Größe, sondern um das passende Format.

Gute Partnerschaften starten
klein, klar und pragmatisch
mit einem überschaubaren Einstieg, einem Testballon und der Bereitschaft, gemeinsam zu lernen.

ZUM WEITER INFORMIEREN

Bildung

Online-Kurs: Unternehmenskooperationen

Artikel: Spende oder Sponsoring?

ZUM WEITER SPRECHEN



Beratung

leona.picker@skala-campus.de

Leona Picker

SkalaCAMPUS

Unsere Beratung: Gemeinnützig. Strategisch. Wirkungsvoll

Wir beraten zu allen Themen des **Non-Profit-Managements** (außer Gemeinnützigkeitsrecht).
Unabhängig und neutral, aber immer mit einer klaren Haltung.

- Strategie & Ausrichtung
- Wirkungsorientierung
- Finanzen
- Gründung & Skalierung
- Geschäftsfeldentwicklung
- Kommunikation
- Change-Management & Transformation
- Strukturen & Prozesse
- Strategisches Fundraising
- Führung, Zusammenarbeit & Personalmanagement



Buche ein kostenfreies Erstgespräch unter **beratung@skala-campus.org**