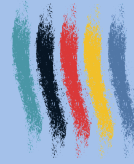


Hilfe, ich bin im Vorstand!

"Hilfe ich bin im Vorstand!" ist
ein Projekt des



Förderverein des
Bundeszuwanderungs-
und Integrationsrat e. V.

Brunnenstr. 181, 10119 Berlin

www.bzi-bundesintegrationsrat.de/bepart/

Telefon: 030 450 891 19

EFFIZIENTE SITZUNGSKULTUR.
ERFOLGREICHE LOBBYARBEIT.
KOOPERATIONEN BILDEN.



Gefördert durch



Be
Part

ein Projekt von



gefördert durch



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Migration, Flüchtlinge und
Integration

Gefördert
durch die



Bundeszentrale für
politische Bildung

Über uns:

Der Bundeszuwanderungs- und Integrationsrat (BZI) ist der bundesweite Zusammenschluss der Landesorganisationen kommunaler Integrations-, Migrations- und Ausländerbeiräte. Der BZI und seine Mitglieder setzen sich für die politische, rechtliche und soziale Gleichstellung in unserer Gesellschaft ein. Wir arbeiten religionen-, ethnien-, und parteiübergreifend. Mit unserer Arbeit bestreben wir politische Partizipation von Migrant*innen zu erweitern und gleichzeitig sie zu motivieren bestehende Möglichkeiten intensiver in Anspruch nehmen.



Unsere Überzeugung als BZI ist:

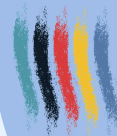
Nur mit einer starken Stimme der Vielfalt, insbesondere in der Kommune, kann die politische und gesellschaftliche Landschaft teilhabegerechter werden.

Zum Projekt:

Verbandsarbeit ist eine sehr bedeutende institutionalisierte Form des Engagements und der informellen politischen Teilhabe. Ehrenamtliche Vorstände leisten mit ihren knappen Geld- und Zeitressourcen einen wichtigen Beitrag dazu, unsere Gesellschaft vielfältiger zu gestalten.

Das BePart-Teilprojekt "Hilfe, ich bin im Vorstand!" vermittelt Hilfestellungen in drei Themenbereichen, die Vertreter*innen der migrantischen Organisationen und Integrations-/Ausländerbeiräten darin bestärken sollen, ihre Arbeit effizienter, ressourcenschonender und wirksamer zu gestalten. Dadurch können sie ihren Organisationen und Gremien mehr Gewicht und Sichtbarkeit verleihen. Gleichzeitig steigern sie ihre eigene politische Selbstwirksamkeit sowie die ihrer Organisationen.

konzipiert vom

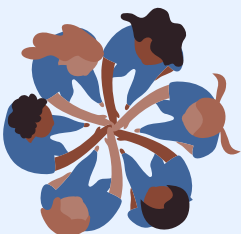


BZI Bundeszuwanderungs- und Integrationsrat

Die drei Projektsäulen:

LUST STATT FRUST

Effizienter arbeiten.
Hauptamt führen.
Zusammen gewinnen.



POLITISCHE LOBBYARBEIT

Kompetent auftreten.
Wirksam kommunizieren.
Sichtbarer werden.



GUTE SACHE KOMPAKT

Allianzen bilden.
Kooperationen finden.
Zusammen gewinnen.



LUST STATT FRUST

Effizienter arbeiten. Hauptamt führen.
Zusammen gewinnen.

Im Modul Lust statt Frust wurden Teilnehmende aus den kommunalen Integrationsbeiräten und den Vereinen mit Migrationsthemen bestärkt, ihre Vorstandsarbeit besser zu koordinieren, die Aufgaben besser aufzuteilen, sowie als ehrenamtliche Arbeitgeber*innen ihre Führungsskills zu optimieren. Ein übergeordnetes Ziel dabei war, dass sie ihr Gremium/Verband extern und intern strategisch weiterentwickeln. Dazu gehören u.a. die Klärung der Motive und Rollen im Vorstand, Instrumente für das Personalmanagement und die Ansprache von Zielgruppen.



Ziele

- Verständnis über die Rolle und Aufgabenfelder des Vorstand
- Zusammenspiel von politischer Teilhabe und Ehrenamt im Verein/Integrationsbeirat
- Aufgaben und Rollenteilung im Vorstand
- Prozessoptimierung und Strategientwicklung Grundlagen für interne Kommunikation
- Erwartungsmanagement
- Führungsinstrumente für eine gelungene Zusammenarbeit mit Hauptamt
- Sicherung der Nachhaltigkeit im Verein/Integrationsbeirat

“

Stimmen der Teilnehmenden

"Ich engagiere mich weil ich fand, dass es Vorbilder und ein Sprachrohr für Migrant*innen brauchte."

"Ich bin ehrenamtlich aktiv geworden, um sichtbar zu machen, was nicht sichtbar war."

”

Sitzungsinhalte

Der Verein und der Vorstand

- Definition und gesellschaftliche Bedeutung von Ehrenamt
- Motivationen für Engagement und Selbstbild der Teilnehmenden
- Rollen und Aufgaben des Vorstands
- Diskussion über Rollenwahrnehmung und Prioritäten

Die Vorstandsarbeit im Alltag

- Entwicklung einer Strategie und der Themenschwerpunkte
- Aufgabenaufteilung, z. B. mit Talentdatenbank, Ideenwerkstatt
- Mitgliedermanagement
- Transparenz & Verbindlichkeit

Meetingslust statt Meetingsfrust

- Strategische Tagesordnung
- Sitzungskultur (Redezeiten, Wortmeldungen, Zeitmanagement)
- Rolle der Protokolle für Erfolgskontrolle und Verbindlichkeit

Instrumente für ehrenamtliche Führungsposition

- Erwartungsmanagement zur Entschärfung des Konfliktpotenzials
- Klärung der Weisungsbefugnisse
- Anerkennungskultur und Augenhöhe
- Prozessoptimierung und interne Kommunikation
- Transparenz, Zeitmanagement und Verbindlichkeit

Nachwuchs/Mitgliedergewinnung


Tipps für effiziente & gelungene Gremiensitzungen

- Intention und Agenda der Sitzung vorher abstimmen
- Die Tagesordnungspunkte strategisch aufreihen (nach Umfang, Zielstellung und erforderliche Zeit), z. B. nach dem „I-E-D -Prinzip“: Informationen - Entscheidungen - Debatten/Aussprachen
- Für die einzelnen Tagesordnungspunkte ein Zeitfenster einplanen
- Kompetente und neutrale Sitzungsleitung/Moderation hat Überblick, Struktur, Zeitgefühl und Autorität
- Mut für Intervention von "Vielredner*innen" und bei langen Wortbeiträgen
- Inklusive (verständliche) Sprache fördert ein respektvolles und wertschätzendes Miteinander und ermutigt zur Teilhabe! Menschen, die sich sprachlich nicht kompetent einschätzen, trauen sich dann mehr ihre Meinung zu äußern.
- Wissen und die Erfahrung Aller in den Austausch einbeziehen, z. B. durch Reißverschlussverfahren (Frau-Mann-Frau) oder einleitende Fragen
- Entscheidungsfindungsprozesse für alle verständlich gestalten
- TOP "Sonstiges", Feind vom Zeitmanagement, ersatzlos streichen
- Beschlüsse, Vereinbarungen dokumentieren, kommunizieren und nachverfolgen.

So macht Gremienarbeit (mehr) Spaß

- Erzählen Sie (z.B. den Mitglieder) von Ihrer Arbeit.
- Transparenz ist der Schlüssel für mehr Anerkennung
- Wagen Sie den Blick über den eigenen Teller (Verein/Integrationsbeirat) - wie machen es andere?
- Planen Sie Meilensteine für die Amtszeit im Beirat oder als Vorstand des Vereins (Strategiesitzung, Ideenwerkstatt)
- Meistern Sie Aufgabenvielfalt mit Aufgabenverteilung
- Harmonie im Vorstand bedeutet nicht Gleichförmigkeit, bieten Sie Raum für den Austausch und Meinungsvielfalt
- Binden Sie Mitglieder und Interessierte ein (Talentendatenbank)
- Sorgen Sie für die Nachhaltigkeit und Wissenstransfer
- Eine lebendige Vereinskultur durch Nachwuchs- und Mitgliedergewinnung
- Stärken Sie ihre Positionen durch Allianzen und Netzwerke

Nach der Sitzung ist vor der Sitzung: Das Protokoll	
Ergebnisprotokoll	den Wortlaut der gefaßten und abgelehnten Beschlüsse unter Angabe des Abstimmungsergebnisses
Kurzprotokoll	+ den Wortlaut der zu Protokoll gegebenen Äußerungen
Verlaufsprotokoll	+ den Diskussionsverlauf bezüglich der Beschlußthemen in sinngemäßer Zusammenfassung
ausführliches Protokoll	+ den Diskussionsverlauf bezüglich der Beschlußthemen und die meisten Wortbeiträge jeweils in sinngemäßer Zusammenfassung
Wortprotokoll	+ alle Meinungsäußerungen durch Stenografie oder (zustimmungspflichtiger!) Bandaufzeichnung

Stützpunkt des Bundesverbandes für Integrationsarbeit e. V. 

Auszug aus der Präsentation

Die kommunalen Integrationsberäte und die Vereinsarbeit sind nicht nur "das Herzstück unserer Demokratie", sie sind auch entscheidend für den Zusammenhalt. Die Komplexität der Vorschriften im Ehrenamt, aber auch in der Kommunalpolitik heutzutage nimmt stets zu. Das führt dazu, dass bei Neubesetzungen weniger Menschen sich für den Integrationsbeirat aufstellen oder Vorstandsarbeit anstreben. Oder aber, dass ihre anfängliche Motivation dafür mit der Zeit nachlässt. Daher wollten wir mit diesem Seminar realistische Einblicke in die Anforderungen an einer Mitarbeit im Integrationsbeirat/ehrenamtlichen Vorstandsarbeit verschaffen, Stolpersteine aufzeigen und gemeinsam Wege eruiieren, die den Arbeitsaufwand balancieren bevor es zu Ermüdungserscheinungen kommt. Der Mix von erfahrenen und weniger erfahrenen Teilnehmenden bot uns einen Einblick, wie die tatsächliche Arbeit in den jeweiligen Gremien funktioniert und welche Bedarfe es gibt.

Ein zentrales Thema z. B. in nahezu allen Sitzungen war, die Gestaltung einer effizienten und lebendigen Sitzungskultur. Während einige über ausschweifende Redebeiträgen von den immer gleichen Personen oder komplexen "Amtsdeutsch" klagten; suchten andere nach Lösungen für mehr Ergebnisorientierung. Überregional stellte man fest: eine unattraktive Sitzungskultur beeinflusst langfristig die Teilnahmebereitschaft negativ. Mit Denkanstößen für die strategische Sitzungsplanung, den Empfehlungen für die Moderation und Nacharbeitung der Sitzungen bestrebten wir dann die Wirkung der Arbeit zu steigern, um zum nachhaltigen politischen Engagement beizutragen.

Egal ob jung oder alt - neue Interessent*innen tragen zur Nachhaltigkeit einer Organisation, eines Gremiums bei. Deshalb war Nachwuchsgewinnung ein weiterer Schwerpunkt des Moduls. Für Integrationsberäte ist die Frage, wie Anreize für junge migrantische Menschen geschaffen werden können, damit die sich für Wahlen aufstellen und sich aktiv einbringen, existenziell um die Reichweite und Wirkung des Beirats zu steigern. So wurden mit Teilnehmenden Wege eruiert, die die Hemmschwellen für junge/außenstehende Menschen abmildern können; z. B. indem der Fokus bei der Ansprache stärker auf die politische Teilhabe/Mitentscheidung gesetzt wird. Auch wurde an dieser Stelle eine stärkere Vernetzungs- und Informationsarbeit vorgeschlagen, z. B. Infostände, bei denen man mit neuen Menschen in Kontakt tritt, über die Rolle des Beirats in der Kommune aufklärt und somit aktiv Nachwuchsförderung betrieben wird.



“ Stimmen der Teilnehmenden ”

"Ich will anderen (geflüchteten) Frauen Mut machen, sich zu engagieren."

"Meine politische Teilhabe ist wichtig, weil Demokratiefeinde immer stärker werden!"

"Wir haben einen Redebedarf für unsere Baustellen; das wurde mir durch die Sitzung bewusster."

"Ich habe mich [durch den Workshop] bestätigt und gestärkt gefühlt."

"Die Sitzung hat mir geholfen vorhandenes Wissen aufzufrischen, zu strukturieren und neue Ideen zu entwickeln."

"Ich habe noch einmal gemerkt, wie wichtig es ist Hauptamt zur Unterstützung vom Ehrenamt zu haben."

"Ich habe neue Ideen für die Arbeit beim Ausländerbeirat entwickelt."

POLITISCHE LOBBYARBEIT

Kompetent auftreten. Wirksam kommunizieren.
Sichtbarer werden.

Knapp 3000 Verbände sind als „politische Verbände“ beim Deutschen Bundestag registriert (Stand 02.12.2020). Inhaltlich reicht das Spektrum vom Kaninchenzüchterverein bis hin zum Bundesverband der Deutschen Industrie. So gehen im Bundeshaus fünfmal mehr InteressensvertreterInnen ein und aus, als es Parlamentarier*innen gibt. **Politische Lobbyarbeit** ist für Vereine und Integrationsbeiräte ebenso wichtig wie für wirtschaftliche Unternehmen. Ganz im Sinne des Ziels des BePart Projekts, die Repräsentation und Partizipation von Teilnehmenden zu stärken, fokussierte sich dieses Modul unseres Teilprojekts darauf, die Wirksamkeit der Lobbyarbeit auf die Politik (-schaffenden) zu steigern, damit die Gremien und ihre Vertreter*innen als politische Akteure sichtbarer werden, ihre Forderungen stärker durchsetzen und verstetigen können.

Deshalb sensibilisierte das Modul zum einen über die Arbeitsweisen des Politikbetriebs auf und zum anderen vermittelte es die Grundlagen der Medienarbeit als Vehicle für unabhängiges, nachhaltiges politisches Lobbying.

Das Räderwerk der politischen Lobbyarbeit



Dr. Deniz Nergiz
Nila Sarabi

Förderverein des
Bundeszweiten
Integrationsrat e. V.

Be
Part

Auszug aus der Präsentation

Ziele

- Stärkung der politischen Teilhabe durch selbstbewussten Auftreten im Austausch mit der Politik
- Wissen über die Funktionsweise des politischen Räderwerks
- Prozessoptimierung beim politischen Austausch
- Steigerung der medialen Wirksamkeit
- Wirkungsoptimierung auf Social Media

Sitzungsinhalte

Definition und Kontext der politischen Lobbyarbeit

- Die Rolle der MOs für Politiker*innen / Die Rolle der Politiker*innen für MOs

Entwicklung einer Lobbystrategie

- Inhalte identifizieren/definieren
- Ziele definieren und differenzieren
- Allianzen bilden und Kräfte vereinen

Stufen in der politischen Lobbyarbeit

- Policy, polity, politics

Grundregeln für eine gelungene Lobbyarbeit

Weg der politischen Lobbyarbeit I: Der direkte Austausch mit Politikschaffenden

- Vor- und Nachbereitung

Wege der Lobbyarbeit II: Medienarbeit

- Nachrichtenwert
- Die DNA einer Pressemitteilung

Wege der Lobbyarbeit III: Social Lobbying/Social Media

- Grundsätze und Eigenschaften von Lobbying auf Social Media
- Instrumente für die Planung und Gestaltung von Beiträgen
- Aufbau von Netzwerken und Follower auf Sozial Media

How to - Termine besser ausschöpfen

Eine gute Planung und Vorbereitung ist das A&O eines wirksamen Austauschs. Um das bestmögliche Ergebnis aus ihrer Begegnung mit einem/ einer Politiker*in zu erzielen, empfiehlt es sich:

- Ausreichend Zeit für Terminvereinbarung einzuplanen
- Das Gegenüber (Akteur*innen und Positionen) zu kennen und vorab zu analysieren
- Den Termin ein paar Tage o. eine Woche vorher nochmal zu bestätigen
- Informationen über das Treffen einzuholen (wie viele Personen dürfen dabei sein, welche Anmeldemodalitäten sind nötig usw.)
- Informationen über die Organisation und mögliche Themen vorab zu kommunizieren
- Die Themen für den Ablauf des Gesprächs untereinander zuabstimmen (z. B. Rollen- und Thementeilung, Briefings damit alle auf dem gleichen Stand sind etc.)
- Den Kontakt auf Mitarbeiterebene nicht unterschätzen: bei inhaltlichen Vorbereitungen und im Nachgang sich mit Referent*innen austauschen
- Sofern zugelassen das Treffen für die Öffentlichkeitsarbeit dokumentieren (kurzer Text, Foto)

How to - Pressemitteilung:

1. Vorbereitung

- An wen richtet sich die Pressemitteilung?
- Was soll hängen bleiben? -> Was ist meine Kernbotschaft in einem Satz
- Wann versenden?

2. Struktur

- „Sexy“ Überschrift
- Lead mit Datum und Ort
- Nennung von Ansprechpartner*innen
- der Anfang muss beeindrucken
- W-Fragen im ersten Absatz
- maximal 1 Seite (40-60 Zeilen pro Seite)

3. Stil

- verständlich formulieren
- kurze, prägnante Sätze & starke Zitate
- klare Sprache, aktive Verbform
- Bei Namen: Funktion, Titel, Vorname
- Abkürzungen beim ersten Gebrauch ausschreiben
- Fachbegriffe erklären, Fremdwörter vermeiden
- Ich/ Wir-Perspektive vermeiden
- Prägnanter Satzsatz aber vorsicht: es wird von hinten gekürzt!

Mit einer Nachricht, die...

- neu, aktuell, brisant oder relevant ist
- Emotionen weckt
- interessante Protagonist*innen hat
- starke Zitate bietet
- nah an Lebensrealitäten der Konsument*innen ist
- nur relevante Zahlen/Daten/Fakten vermittelt
- für externe verständlich aufbereitet ist
- zum richtigen Zeitpunkt an die richtigen Empfänger vermittelt wird!

... wecke ich Interesse bei
Medienschaffenden

Politische Lobbyarbeit spielt in allen Aktivitäten des Ehrenamts, ob im Beirat oder Verein, eine wichtige Rolle. Denn diese fließen in die gesellschaftspolitische Prozesse ein und machen unterrepräsentierte Gruppen und Anliegen sichtbar. Aber nicht alle Aktivitäten erzeugen die gleiche Wirkung. Was zählt ist, dass die Aktivitäten - ein direkter Austausch mit Politiker*innen, eine öffentliche Aktion oder eine Pressemitteilung - durchdacht und entsprechend der geltenden Spielregeln gestaltet werden. Das erfordert erstens eine Reflektion darüber, welche Ressourcen einem zur Verfügung stehen, wie diese effizient eingebracht werden können und welche Ziele erreicht werden wollen und viertens mit etwas Mut zur Lücke!

Mit Vorlagen können die Outputs sowohl vom politischen Lobbying als auch von Medien- und Öffentlichkeitsarbeit besser und schneller vorbereitet werden. Planungs- und Gestaltungstools (z. B. Redaktionspläne, Online-plattformen wie Canva etc.) minimieren den Zeitaufwand, während Allianzen und Bündnisse mit anderen Organisationen und Personen der Öffentlichkeit die Reichweite und Wirkung von Aktivitäten steigern.

Ein wichtiges Erkenntnis war zudem, dass für Integrationsbeiräte die Verwaltungsvorschriften häufig hohe Hürden aufstellen, wenn diese über die zentralen Pressemitteilungen hinaus, externe Medienarbeit machen wollen, z. B. durch Profile in sozialen Medien. Dabei können solche Medien die Arbeit bekannter und attraktiver machen. Obgleich die Sitzung keine konkrete Lösung anbieten konnte, eruierten wir alternative Wege, um die Arbeit trotz den Umständen besser zu werben.

“ Stimmen der Teilnehmenden ”

"Ich nehme neue Perspektiven für meine Vorstandsarbeit mit."

" Die Tipps zum Vorplanen und Zeitsparen beim Lobbying v.a. auf Social Media fand ich sehr gut und werde diese umsetzen."

"Eine Struktur, wie Treffen mit Politiker*innen ablaufen und was ich beachten muss, gibt mir Sicherheit für zukünftige Treffen."

"Der Einblick in die Nutzung von Sozialen Medien, hat mir einen realistischen Eindruck vom Arbeitsaufwand vermittelt."

"Ich muss meine Stimme nutzen, sonst tun es andere, die meine Probleme nicht kennen, für mich."

"Mit meiner Teilhabe möchte ich den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken!"

Checkliste -

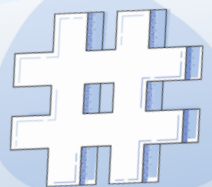
Lobbying in Sozialen Medien:

- Zielgruppe genau kennen
- Relevanten Nutzer*innen folgen
- Konkrete und anschauliche Inhalte/ Lösungen anbieten
- Eigene Inhalte mit aktuellen Ereignissen verknüpfen
- Hashtags nutzen
- Miteinander vernetzen!
- Experimentieren und Spaß haben!

Netzwerk aufbauen, Reichweite erhöhen

- Welchen Accounts sollten Sie folgen? Kommunalpolitiker*innen, Wahlkreisabgeordnete, relevant Entscheidungsträger*innen, Mitglieder zuständiger Ausschüsse
- Welche Hashtags zum Thema sind bereits im Umlauf? fachpolitische Sprecher*innen der Bundes- und Landtagsfraktionen, anderen MOs
- Interaktion: Teilen, Liken, Kommentieren!

Auszug aus der Präsentation



GUTE SACHE KOMPAKT

Allianzen bilden. Kooperationen finden.

Zusammen gewinnen.

„Gute Sache“ ist ein Qualifizierungsformat für die Zielgruppe, die nutzenstiftende Wege für die Zusammenarbeit mit Unternehmen, jenseits von Spenden und Sponsoring aufzeigt. Die Planung und Durchführung wurde von einem Referenten des „UPJ Netzwerk für Corporate Citizenship und CSR“ organisiert. Speziell für dieses Projekt war ein wichtiger Aspekt, den migrantischen Organisationen und Gremien Hilfestellungen für die „Übersetzungsarbeit“ zu leisten, damit sie ihre Arbeit den Unternehmen besser präsentieren und dadurch Kooperationen gewinnen können. Als ein übergeordnetes Ziel sollten diese Kooperationen, die Integrationsarbeit in der Gesellschaft besser miteinander verzahnen. Die Säule half Teilnehmenden ihre eigenen Erfahrungen mit Unternehmenskooperationen besser einzuordnen und inspirierte gleichzeitig dazu, wie und vor allem mit welchen Unternehmen sie kooperieren könnten. Auch die Unterschiede von Formen des Sponsoring und Kooperationen sowie rechtliche Aspekte wurden besprochen.



Auszug aus der Präsentation

Sitzungsinhalte

- **Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen**
 - Themen, Zahlen, Motive und Instrumente
- **Unternehmenskooperationen**
 - Begriffe, Gründe und Perspektiven
- **Zusammenarbeit gestalten**
 - Anknüpfungspunkte bei Unternehmensansprache
 - Welches Unternehmen passt?
 - Welches Thema passt?

Ziele

- Den Horizont von Möglichkeiten und Formen der Zusammenarbeit mit Unternehmen erweitern
- Bisherige Bemühungen und Kooperationen reflektieren
- Vereinsarbeit für Unternehmen interessant kommunizieren, "übersetzen" können
- Verstehen mit welchen Themen welche Unternehmen angesprochen werden sollten

“ Stimmen der Teilnehmenden ”

"Die vielen möglichen Formen von Kooperationen waren mir nicht bewusst. Durch die Sitzung habe ich erst erkannt, was wir bereits schon anwenden und an welchen Stellen wir noch Kooperationen ausbauen könnten."

"Ich habe noch einmal gemerkt, welche Möglichkeiten sich öffnen, wenn das Ehrenamt Hauptamt zur Unterstützung hat."

"Jetzt habe ich die Unterschiede zwischen Spenden, Sponsoring und Kooperation besser verstanden und kann so, Unternehmen selbstbewusster ansprechen."

Wandel in der Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit von Unternehmen und Gemeinnützigen hat sich gewandelt.

- Unternehmen wollen verstärkt mitgestalten. Sie wollen mehr sein als „Gönner“ oder Geldgeber.
- Unternehmen setzen in ihrem Engagement verschiedene Formen und Instrumente ein. Spenden und Sponsoring sind nur ein Teil davon.
- Unternehmen wollen Wirkung erzielen und über Ergebnisse informiert werden. Es geht nicht mehr darum, irgendwie „Gutes“ zu tun.
- Unternehmen schätzen die Expertise von gemeinnützigen Organisationen. Sie suchen Partner, keine Bittsteller.

„In der globalisierten Welt ist die Wirtschaft auf das Geschick, das Wissen und die Kreativität jedes Einzelnen angewiesen, gleich welcher Herkunft, welchen Geschlechts oder welcher Religion.“

Auszug aus der Präsentation

Unternehmensengagement: Formen und Instrumente

- Spenden und Sponsoring
- Sach- und Produktspenden
Dienstleistungen
- Pro-bono-Engagement
- Know-how-Transfer
- Mitarbeiterengagement
- Logistik und Infrastruktur
- Kontakte, Image und Einfluss
- Stiftungen

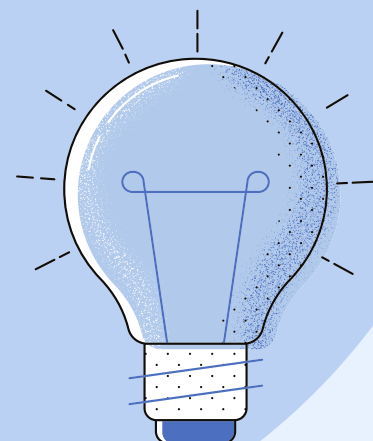
Gründe für Unternehmenskooperation:

Gemeinnützige

- Neue Sichtweisen, Herangehensweisen und Kompetenzen
- Zusätzliche Ressourcen (Produkte, Dienstleistungen, Expertise...)
- Neue Angebote und Leistungen für die Zielgruppe
- Unterstützung für die eigene Organisationentwicklung
- Neue Mitstreiter*innen für das ideelle Anliegen

Für Unternehmen

- Suchen Expert*innen „im Feld“
- Zugang zu Themen und Zielgruppe
- Legitimation für eigenes Handeln
- Bündelung von Ressourcen



Gerade für migrantische Vereine und für Integrationsbeiräte ist es häufig schwer an Unternehmen heranzutreten und sich zu präsentieren. Mehrere Gründe spielen eine Rolle: geringere Zeit- und Personalressourcen aber auch geringes Know-how zu rechtlichen Fragen; Wissenslücken darüber, wie und mit welcher Art von Unternehmen die Belange kommuniziert werden sollten, aber auch geringes Interesse seitens Unternehmen für die Themen steht reger Zusammenarbeit im Wege. Überregional stellen Teilnehmende fest: Gerade Vereine und Gremien in der Integrationsarbeit, aufgrund sehr geringer Geldressourcen auf solche Kooperationen angewiesen sind, das Interesse bei den Unternehmen aber überschaubar bleibt. Für den Zusammenhalt in der vielfältigen Gesellschaft sei die gemeinsame Anstrengung jedoch essenziell.

Durch reale Beispiele von möglichen Formen der Unternehmenskooperationen vor Ort und in Gruppenarbeit erarbeiteten Teilnehmende eigene Ideen und diskutierten fördernde Vorgehensweisen. Ein Denkanstoß aus dieser Diskussion war, dass es einen fördernden Einfluss für das Zustandekommen einer Kooperation haben kann, wenn Integrationsbeiräte in ihrer Kontaktaufnahme mit Unternehmen die kommunalen Funktionsträger*innen und/oder der Verwaltung einbinden. Somit können sie mehr Verbindlichkeit aufzeigen und gleichzeitig als kommunalpolitische Akteure*innen die Potenziale ihrer Kommunen steigern, indem sie sie vernetzen. Den Vereinen könnten z. B. ihre Angebote (z. B. in diversen Herkunftssprachen) dazu helfen mehr Interesse bei dem jeweiligem Unternehmen zu erzeugen, wenn das Unternehmen diese an seine Mitarbeiter*innen anbieten kann.

Darüber hinaus wurden verschiedene Plattformen und Organisationen vorgestellt, die auf Pro-Bono Angebote oder dessen Vermittlung spezialisiert sind (z.B. www.stifter-helfen.de und probono-rechtsberatung.de).

Wie und welche Unternehmen angesprochen werden sollten, ist von Thema zu Thema und von Unternehmen zu Unternehmen individuell zu analysieren. Wichtig dabei sei aber, so der Referent, Gemeinsamkeiten zwischen den Anfrager und das angefragte Unternehmen herzustellen.

Durch die gemeinsame Reflexion der eigenen Ideen konnten die Teilnehmenden darin bestärkt werden, selbstbewusst die Unternehmensgewinnung in die Hand zu nehmen um schlussendlich die Akteuren*innen Vielfalt zu steigern.

“ Stimmen der Teilnehmenden ”

"Die Erkenntnis, dass Unternehmen bei Geldbitten meistens 'Nein' sagen, für andere Arten der Kooperation aber offen sind, gibt mir neue Impulse für zukünftige Projektvorhaben."

Ich habe gelernt, dass es besser ist mit Unternehmer*innen auf der persönlichen Ebene Anknüpfungspunkte zu unseren Anfragen zu finden, statt auf einer rein abstrakten Ebene unsere Arbeit zu präsentieren."

"Vieles von dem, was wir gehört haben, setzen wir so oder so ähnlich schon um. Jetzt haben alltägliche Praktiken für mich aber einen Namen und vor allem eine bessere Struktur."

Über UPJ

UPJ ist das Netzwerk engagierter Unternehmen und gemeinnütziger Mittlerorganisationen in Deutschland. Im Mittelpunkt stehen Projekte, die zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen, indem sie neue Verbindungen zwischen Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen und öffentlichen Verwaltungen schaffen. Diese Akteure unterstützt der gemeinnützige UPJ e.V. darüber hinaus mit Informationen und Beratung bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Corporate Citizenship und Corporate Social Responsibility Aktivitäten.