

Soziales Engagement von Unternehmen

Viele KUM-Unternehmen möchten sich an ihrem Standort sozial engagieren
Sie wissen aber nicht wie und wo
Denn die gemeinnützige Szene ist unübersichtlich
Unternehmen möchten helfen
Sie wünschen Kontakt, zum Beispiel zu benachteiligten Gruppen
Dafür fehlen oft Zeit oder Methoden



Das Besondere am Marktplatz

Die Marktplatz-Methode:

Kommunikation - direkt, konkret und effektiv

Der Marktplatz ist ein Instrument zum Aufbau eines sozialen Netzwerks

Erwartungen der Gemeinnützigen an die Unternehmen:

Geschäftliche Kompetenz

Wissenstransfer

Sachleistungen

Geld ist tabu

Unverbindlichkeit der Teilnahme



Unternehmen gewinnen - Gute Argumente für gute Geschäfte:

- Überblick über die lokale Bürgergesellschaft
- Zusammenarbeit mit einer Gemeinwohlorganisation erproben
- Investment in die Entwicklung des Gemeinwesens
- Ungewöhnliche Erfahrungen für MitarbeiterInnen
- Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit und –bindung
- Ungewöhnliche Form von Öffentlichkeitsarbeit
- Netzwerk mit ähnlich innovativen Unternehmen
- Erprobung der Kompetenzen in anderen Themenfeldern
- Neue Kunden finden
- Von Gemeinnützigen und Kommunen lernen



Unternehmen gewinnen – Wege

Vorbereitende Maßnahmen:

- Nutzung vorhandener Kontakte und Gewinnung neuer Kontakte
- Flyer, digitale Medien, Social Networks, Presse
- Messen, Informations- oder Netzwerkveranstaltungen
- Persönliche Ansprache

