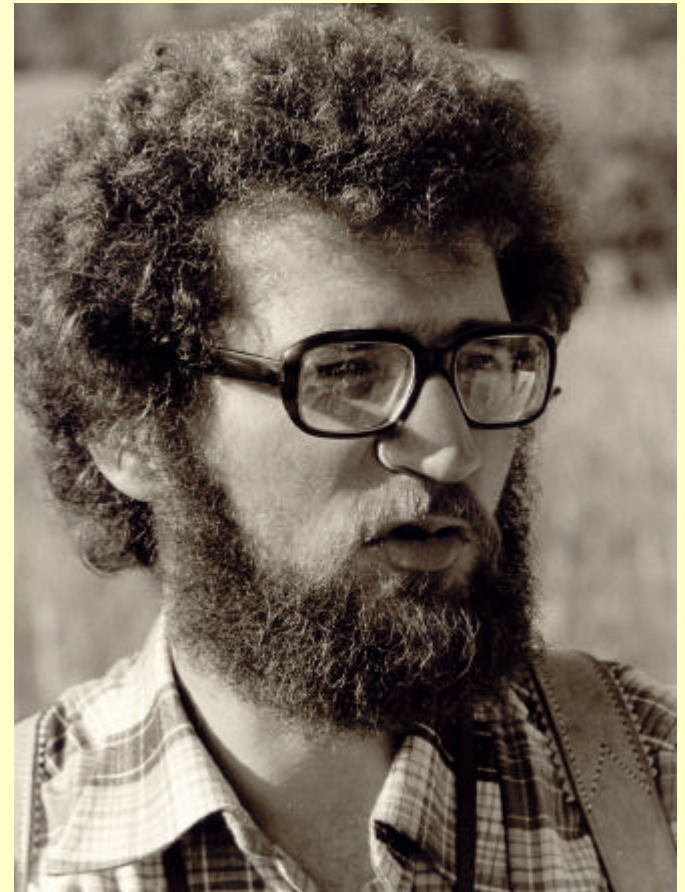


# Unternehmen als Förderer



# Unternehmen als Förderer

## Arten der Kooperation

- **Mäzenatentum**
- **Spende**
- **Sponsoring**
- **Gemeinsames Projekt**
- **Lizenzvergabe**

# Unternehmen als Förderer

## Motivation Umweltverbände

- **Zusätzliche Einnahmen erzielen**
- **Bessere Öffentlichkeitsarbeit**
- **In Dialog mit Unternehmen eintreten**
- **Fortschritt für Natur und Umwelt**
- **Unternehmen ökologisieren**
- **Neue Zielgruppen erreichen**

# Unternehmen als Förderer

## Motivation von Unternehmen

- **Besseres Image/ gesellschaftl. Engagement**
- **Persönliches Interesse des Unternehmers**
- **Bessere interne und externe Kommunikation**
- **Sponsoringstrategie bei Großunternehmen**
- **Interesse am Dialog mit NGOs**
- **Steuern sparen**

# Unternehmen als Förderer

## Spende

- **Altruistische Motive im Vordergrund**
- **Keine Gegenleistung der NGO**
- **Kommunikation durch Unternehmen und NGO**
- **Spendenbescheinigung**
- **Im Regelfall ohne Vertrag**

# Unternehmen als Förderer

## Sponsoring

- Werbung im Vordergrund
- Klare Gegenleistung der NGO
- Kommunikation durch Unternehmen und NGO
- Keine Spendenbescheinigung
- Im Regelfall mit Vertrag

# Unternehmen als Förderer

## Projektskizze Sponsoring

- **Idee/Projektbeschreibung**
- **Sponsornutzen**
- **Öffentlichkeitswirkung**
- **Projektablauf/Termine**
- **Zielgruppenanalyse**
- **Kosten für Unternehmen**

# Unternehmen als Förderer

## Sponsorleistungen

- **Finanzielle Unterstützung**
- **Sachleistungen (Fahrzeuge, Möbel, Geräte)**
- **Dienstleistungen (Raum, Transport, Personal)**
- **Unterstützung bei PR (Anzeigen, Versand)**

# Unternehmen als Förderer

## Sponsoringvertrag

- **Leistungen Sponsor/NGO**
- **Zeitliche und räumliche Abwicklung**
- **Finanztechnische Abwicklung**
- **Informationsaustausch**
- **Kein Einfluss des Sponsors auf Inhalte**
- **Ansprechpartner bestimmen**

# Unternehmen als Förderer

## Berliner Erklärung

- **Definition:**

**Unter Umweltsponsoring wird eine partnerschaftliche Kooperation zwischen Umweltverbänden und Unternehmen auf dem Gebiet des Natur- und Umweltschutzes zum beiderseitigen Vorteil verstanden.**

# Unternehmen als Förderer

## Thesen und Leitlinien

- **Gegenseitiges Vertrauen**
- **Glaubwürdigkeit durch Einbindung in Strategie und Kommunikationskonzept**
- **Umweltstrategie und Umwelthandeln**
- **Grundsätze der Kooperation publizieren**
- **Beitrag für Wirtschaft und Gesellschaft**
- **Klare vertragliche Regelungen**