

Gute Partnerschaft zwischen Nonprofit-Organisationen (NPOs) und Unternehmen

FUSO.MA und „Gute Partnerschaften“ in der MRN

Unternehmerische Erfolgssteigerungen sowie weitreichende Einflussnahme im sozialen Bereich sind ohne gute Partnerschaften zwischen NPOs und Wirtschaftsunternehmen nicht mehr denkbar. Dabei ist ein Wandel von Konfrontation hin zu mehr Kooperation zwischen den Sektoren zu erkennen. Das ist dadurch zu erklären, dass Partnerschaften heute nicht mehr nur aus philanthropischer Motivation heraus eingegangen werden, sondern für beide Partner strategische Entscheidungen darstellen. Neben der Förderung der individuellen Ziele wirken sich gute Partnerschaften zwischen den Sektoren positiv auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt aus. Dies stellt die viel gepriesene Win-Win-Situation aller Beteiligten dar. Gute Partnerschaften zeichnen sich dadurch aus, dass die unterschiedlichen Selbstverständnisse der Partner berücksichtigt werden. Daraus ergibt sich, dass gute Partnerschaften im Gespräch miteinander entstehen und nicht verordnet werden. Durch einen intensiven und regelmäßigen Austausch werden diese Unterschiede nicht mehr zum Problem, sondern können fruchtbare Ideen fördern.

„Gute Partnerschaften“ in der Fachliteratur – Indikatoren und Herausforderungen

In der Literatur wird die Zusammenarbeit von Unternehmen und NPOs als Partnerschaft aber auch als Kooperation bezeichnet. Nach Berschorner et al. können Kooperationen nur dann gelingen, wenn die Kooperationspartner ein ähnliches ethisches und moralisches Verständnis haben (2010). Werden diese Grundüberzeugungen der Partner nicht geteilt, ist von einer langfristigen Kooperation abzuraten. Verbindungen zwischen NPOs und Unternehmen haben den Vorteil, dass die Partner im Kerngeschäft nicht miteinander konkurrieren und sich ausschließlich auf das *Ziel* der Kooperation konzentrieren können. Es ist daher wichtig, dieses Ziel gemeinsam und so präzise wie möglich zu definieren, sodass die Rollen zugeteilt und die Grenzen der Kooperation abgeschätzt werden können. Von Zeit zu Zeit ist es hilfreich einen *Perspektivwechsel* einzunehmen, um ein tieferes Verständnis für den Partner zu erlangen. Beide Partner sollten eigene Lösungsansätze vorstellen dürfen und gleichzeitig offen für neue Vorschläge sein (Teusler 2008). Wesentlicher Indikator für eine gute Kooperation ist ein *regelmäßiger Austausch* über den aktuellen Stand sowie über den zukünftigen Verlauf eines Projekts. Dazu zählt auch die *Offenheit*, auftretende Probleme zeitnah zu kommunizieren, sodass die Erreichung der gemeinsamen Ziele und das Vertrauen des Partners nicht gefährdet werden. Ein regelmäßiger Austausch beugt somit der Entfremdung und Orientierungslosigkeit vor (Ulbrich 2011).

Gute Partnerschaften – Möglichkeiten und Chancen für NPOs und Unternehmen in der MRN

Gute Partnerschaften bieten sowohl für NPOs, als auch für Unternehmen eine Möglichkeit ihre (Wettbewerbs-)Position zu stärken. Obwohl soziales Engagement häufig vom Kerngeschäft der Unternehmen abweicht, kann es dieses jedoch auch gleichzeitig fördern. Nachhaltiges Wirtschaften von Unternehmen kann die Identifikation mit dem Unternehmen steigern und somit die Zufriedenheit von Kunden, Lieferanten und (potentiellen) Mitarbeitern steigern.

Auf der anderen Seite bietet eine gute Partnerschaft den NPOs die Chance, Unternehmen für soziale und ökologische Themen zu sensibilisieren. Des Weiteren haben NPOs die Möglichkeit, durch gute Kooperationen Prozessabläufe von gewinnorientierten Unternehmen zu adaptieren und ihre eigenen Prozesse weiter zu professionalisieren, sodass Spendengelder noch effektiver eingesetzt werden. Die Art der Zusammenarbeit bezieht sich nicht ausschließlich auf monetäre Unterstützung seitens der Unternehmen, sondern kann sich beispielsweise auch in der Bereitstellung des Fuhrparks für lokale Vereine, in dem Angebot für Praktikantenstellen oder in kostenlosen Bewerbertrainings ausdrücken. Der wesentliche Ratschlag für eine gelingende Kooperation ist die Offenheit für den Partner. FUSO.MA möchte die Kooperationspartner beider Sektoren dabei unterstützen die folgenden Indikatoren einer guten Partnerschaft zu erreichen: gemeinsame Ziele definieren, regelmäßiger Austausch, Offenheit und Perspektivwechsel (Pettendrup 2011).

Literatur

Beschorner, Thomas et al. (2010): „Kooperation und Ethik“; 1. Auflage, München: Mering: Hampp Verlag

Pettendrup, Hugo W. (2011): „Unternehmenskooperationen – die Zusammenarbeit zwischen Non-Profit-Organisationen und Unternehmen: Einführung und Ausblick“, Verlag Dashöfer GmbH
<http://www.kompass-sozialmanagement.de/unternehmenskooperationen-die-zusammenarbeit-zwischen-non-profit-organisationen-und-unternehmen%3A-einf%C3%BChrung-und-ausblick.html?src=5>; Abruf: 12.05.2018

Teusler, Nadine (2008): „Strategische Stabilitätsfaktoren in Unternehmenskooperationen – Eine kausalanalytische Betrachtung“, Wiesbaden: Gabler Verlag

Ulbrich, Mirko C. (2011): „Performance und Vertrauen in Unternehmenskooperationen: Eine Metaanalyse zu den Bestimmungsfaktoren für den Zusammenhang zwischen Performance und Vertrauen in Unternehmenskooperationen“, Kassel: Kassel Univ. Press Verlag