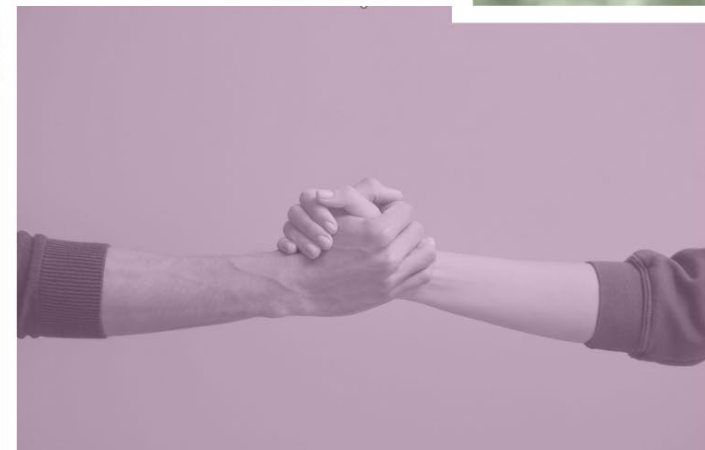


Unternehmen als Partner gewinnen – aber wofür eigentlich?

Bundesprogramm Mehrgenerationenhaus
Ideenkonferenzen September & Oktober 2025

André Koch-Engelmann | UPJ



UPJ – Netzwerk für Unternehmensverantwortung und gesellschaftliches Engagement

Als bundesweit tätige Nonprofit-Organisation für verantwortliche Unternehmensführung, gesellschaftliches Engagement und sektorenverbindende Kooperationen verbinden wir Menschen und Organisationen, die Verantwortung für einen gerechten Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft übernehmen.

Mit unserem Netzwerk engagierter Unternehmen und dem Netzwerk gemeinnütziger und kommunaler Mittlerorganisationen bündeln wir Kräfte.

Wir bieten einen Ort für kollegiale Beratung, vertrauensvollen Austausch und persönliche Begegnungen.

Mit unseren Projekten und Programmen wirken wir lokal, regional und bundesweit. Wir treiben positive Veränderungen für Klima, Umwelt und nachhaltige Lieferketten voran. Wir stärken den gesellschaftlichen Zusammenhalt, indem wir das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen unterstützen.

Unsere Themen



Klima & Umwelt



**Nachhaltige
Lieferketten**



Pro Bono



**Lokales
Engagement und
Kooperation**



Unsere Grundüberzeugung

Zentrale gesellschaftliche Herausforderungen

- sind hoch komplex und vielschichtig
- können nicht durch eine Maßnahme (oder einfache Antworten) gelöst werden
- betreffen viele verschiedene Menschen und Gruppen
- die Wirksamkeit von Änderungen und Lösungen ist nur schwer vorhersagbar

Weder staatliche Akteure noch Zivilgesellschaft oder Wirtschaft können diese gesellschaftlichen Herausforderungen alleine lösen.

„Was alle angeht, können nur alle lösen. Jeder Versuch eines Einzelnen oder einer Gruppe, für sich zu lösen, was alle angeht, muss scheitern.“ (Friedrich Dürrenmatt)



Wie engagieren sich Unternehmen?

Spenden und
Sponsoring

Sach- und
Produktspenden

Unternehmens-
stiftungen

Mitarbeiter*innen-
Engagement

Pro-bono-Engagement

Dienstleistungen

Know-how-Transfer

Nutzungs-
überlassungen

Kontakte, Einfluss,
Reputation

Wie stark engagieren sich Unternehmen?

Erster Engagementbericht der Bundesregierung (2012)

96% der Unternehmen (über 500 MA) bzw. 63% (bis 50 MA) sind engagiert
90% des Engagements ist an den Standort gebunden
80% unterstützen lokale Akteure

Monitor Unternehmensengagement (2022)

87% spenden Geld (51% regelmäßig)
78% stellen Sachspenden zur Verfügung (33% regelmäßig)
67% stellen Mitarbeiter frei (19% regelmäßig)
67% engagieren sich mit Nutzungsüberlassungen (24% regelmäßig)
66% stellen Dienstleistungen kostenlos zur Verfügung (20% regelmäßig)
32% der Unternehmen setzen eigene Projekte um (12% regelmäßig)

Achtung: Zahlen aus 2025 unter: <https://ziviz.de/monitor-unternehmensengagement>

Warum engagieren sich Unternehmen?

Worin liegt der Mehrwert für das Unternehmen?

- 59% Bindung von Mitarbeitenden
- 52% Attraktivität als Arbeitgeber stärken
- 52% Ruf des Unternehmens verbessern
- 39% Kompetenzen von Mitarbeitenden stärken
- 22% Attraktivität des Standortes stärken

- >> Ökonomische Nutzenargumentation („business case“) ist okay
- >> einseitige business case Orientierung wird zu recht kritisiert

Warum engagieren sich Unternehmen?



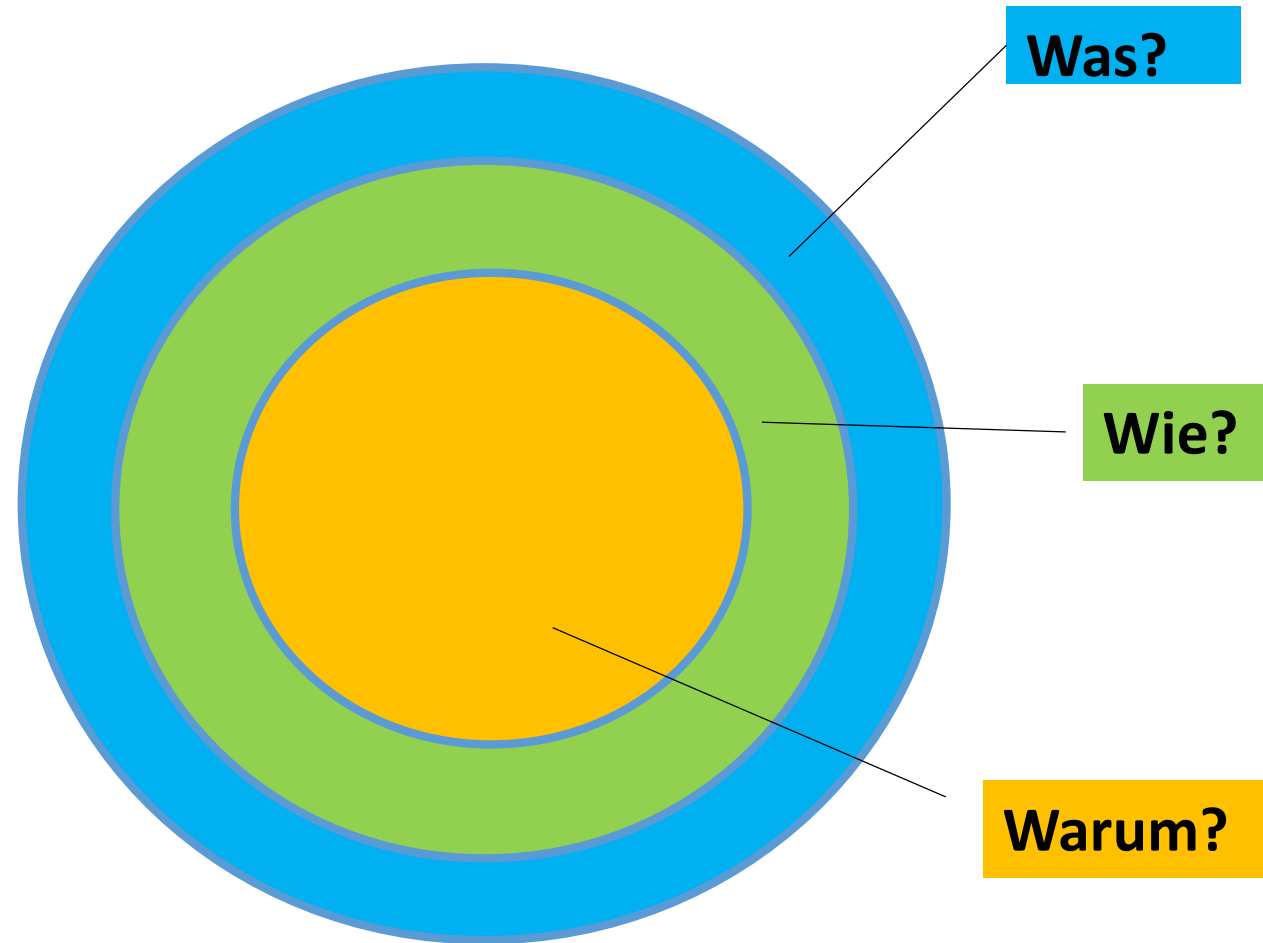
Unternehmen als Kooperationspartner: Warum eigentlich?



„Frag immer erst: WARUM?“

*„Warum stehst du morgens auf?
Warum gibt es dein Unternehmen?
Dein Warum sollte der Grund, dein Ziel,
deine Überzeugung sein, die dich dazu inspiriert,
das zu tun, was du tust.
Wenn du deine Gedanken, deine Handlungen
und Gespräche mit einem Warum beginnst, inspirierst
du andere.“*

The Golden Circle



Unternehmen als Kooperationspartner: Was könnte das bringen?

Neue Sichtweisen und Kompetenzen

Neue Mitstreiter*innen und zusätzliche Ressourcen

Neue Angebote und Leistungen für die Zielgruppe

Unterstützung bei der Organisationsentwicklung

Unterstützung bei der Kommunikation unserer Anliegen

Zusammenarbeit bei organisationsübergreifende Herausforderung im Gemeinwesen

Gute Beispiele

Zusätzliche Angebote und Leistungen

- Bewerbungstrainings durch Personalchefin
- Bildungspatenschaften für herkunftsbenachteiligte Schüler*innen
- Auszubildende als Lesementor*innen
- Renovierung einer Realschule
- Sport- und Kochangebote für adipöse Kinder

Organisationsentwicklung

- Marketingabteilung hilft bei Leitbildentwicklung
- Einführung eines neuen Buchhaltungssystems
- Mobile Zugriffsmöglichkeiten auf Dokumente für Streetworker

Gute Beispiele

Bessere Kommunikation des eigenen Anliegens

- Artikel zur Hospizarbeit im Kundenmagazin
- Inklusive Modeschau im lokalen Modehaus
- Plakatkampagne „Arschbombe mit MS“
- Infos der Freiwilligenagentur in Unternehmen
- Imagekampagne für „angestaubten“ Verein

Organisationsübergreifende Herausforderungen im Gemeinwesen

- Sektorenübergreifende Netzwerke
- Stadtteilpaten für benachteiligte Quartiere
- Spendenfonds für Bildungsgerechtigkeit

Kleingruppenarbeit: Ideenwerkstatt

Welchen Beitrag können engagierte Unternehmen für die Arbeit des MGH leisten? Was können wir zusammen (besser) erreichen?

Gruppe 1: Sinnvolle Ergänzung der Angebote für die Zielgruppe

Gruppe 2: Professionalisierung, Organisationsentwicklung, bessere Kommunikation

Gruppe 3: Organisationsübergreifende Herausforderungen im Gemeinwesen



André Koch-Engelmann

andre.koch-engelmann@upj.de

[linkedin.com/in/kochengelmann](https://www.linkedin.com/in/kochengelmann)

www.upj.de

upj.de/newsletter

[linkedin.com/company/upj](https://www.linkedin.com/company/upj)