



Einweihung	1
Regionalgruppe des Deutscher Fundraising Verband e.V.	2
Interkultur.Pro	2
Wettbewerbskonzept	2
Unternehmen – engagiert in Köln	3
3WIN e.V. Institut für Bürgerengagement gegründet	3
Erhebung zum weltweiten Community Involvement der Merck KGaA..	3
VIS a VIS ist Mitglied in internationalem Partnernetzwerk für gesellschaftliches Unternehmensengagement.....	4
Veranstaltungshinweise.....	4
Veröffentlichungen	5
Literaturhinweise.....	6
Impressum	6



*Sehr geehrte Damen und Herren,
auf den nächsten Seiten finden Sie Informationen aus unserer
Agenturarbeit. Wir freuen uns über Rückmeldungen und beantworten
gerne Ihre Fragen.*

Eine interessante Lektüre wünschen

Stephanie Jüres – Gabi Klein – Dieter Schöffmann

Einweihung

Seit nunmehr fünf Monaten wirft ein neues Schild an einer Hauswand im Kunibertsviertel Fragen auf. Wofür steht die Aufschrift „VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH“? Was wird in den Büroräumen produziert? Wie bringt man VIS a VIS auf einen Punkt? „Ein Faible für Komplexität; die Lust, mit verschiedenen Leuten zu arbeiten“ so Dieter Schöffmanns spontane Antwort auf die Frage des Vermieters. Wer sich die Gäste anschaute, die die Einweihung der neuen Büroräume am 20. März feierten, konnte sich selber von der Vielfalt der Kooperationspartner und Kunden überzeugen. Mehr als 70 Gäste aus dem gemeinnützigen Sektor, von Unternehmen und der öffentlichen Hand stießen beim Kölschen Buffet an. Der Kabarettist Heinrich Pacht stellte dies auch als den besonderen Wert von VIS a VIS dar: Brücken zu bauen zwischen verschiedenen Welten oder, wie



Vor dem Hintergrund eines bestehenden Titelschutzanspruches verzichten wir im Titel auf die Nennung unseres Agenturnamens. Sie finden ihn spätestens auf der letzten Seite im Impressum.

er es formulierte: „VIS a VIS ist nicht nur gegenüber, sondern auch miteinander, übereinander, untereinander.“ Bei strahlendem Sonnenschein genossen die Gäste den Balkon, den Blick auf den Rhein und den Rückblick auf die teils langjährige Zusammenarbeit mit VIS a VIS.

Wer nicht an der Einweihung teilnehmen konnte oder VIS a VIS noch einmal besuchen möchte, ist herzlich willkommen für ein Gespräch über neue Aufträge, Projektideen oder einfach nur auf eine Tasse Kaffee mit Blick auf den Rhein.

Regionalgruppe des Deutschen Fundraising Verband e.V.



Gemeinsam mit Elke Böhme-Barz, Leiterin der Stabsstelle Fundraising des Caritasverbandes für die Stadt Köln e.V. und Wilfried Theißen-Boljahn von der Paritätischen Geldberatung eG organisiert Gabi Klein von VIS a VIS ab Frühjahr 2009 die Treffen der Köln-Bonner Regionalgruppe des Deutschen Fundraising Verbandes e.V.

Das Team vereint jahrelange Fundraising Erfahrung aus Sicht von gemeinnützigen Organisationen sowie aus der Beratungs- bzw. Agenturperspektive. Die ca. vierteljährlich stattfindenden Regionaltreffen richten sich an Mitglieder des Deutschen Fundraisingverbandes sowie an interessierte Nichtmitglieder aus der Region.

Infos und Aufnahme in den
Einladungsverteiler:

Gabi Klein, VIS a VIS, Tel. 0221 – 42060732
E-Mail: fr-regio@visavis-agentur.de

An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an Helene Reuther, Geschäftsführerin der morgenwelt agentur für social marketing GmbH, die die Regionalgruppe Köln-Bonn seit 1997 geleitet hat.

Interkultur.Pro



Unter der Federführung der Kulturabteilung der Staatskanzlei NRW geht Interkultur.Pro in die zweite Runde. In verschiedenen Modulen bietet Interkultur.Pro ein breites Spektrum zur Professionalisierung interkultureller Kunst- und Kultureinrichtungen an. Unterstützt durch wissenschaftliche Diskurse zu Fragen der Interkultur wird die interkulturelle Kunst- und Kulturarbeit im Land erfolgreich und lang anhaltend verankert. Wie beim ersten Durchlauf im Jahr 2008 wurde VIS a VIS mit der Durchführung des sechstägigen Workshops „Finanzierungsstrategien und –maßnahmen“ beauftragt. VIS a VIS konzipiert und realisiert die Qualifizierung gemeinsam mit AFundS – Agentur für Fundraising und Soziales aus Hamburg.

www.interkulturpro.de

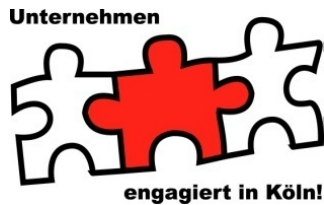
Wettbewerbskonzept



VIS a VIS hat nicht nur im Auftrag der Bertelsmann Stiftung die Methode des „Marktplatz ‚Gute Geschäfte‘“ nach Deutschland übertragen, sondern nimmt auch selbst als engagiertes Unternehmen am Kölner Marktplatz teil. Mit den Fragen „Wie können wir Jugendliche für einen Musikwettbewerb zum Thema ‚Hoffnung‘ begeistern und uns gleichzeitig als Verein positionieren?“ und „Können Sie uns hierbei unterstützen?“ war der Verein Ümit e.V. bei VIS a VIS an der richtigen Adresse, so dass sich beide Seiten beim Kölner Marktplatz „Gute Geschäfte“ 2008 handelseinig wurden. Aufbauend auf den Erfah-

www.uemit.net

ungen in verschiedenen Unternehmenswettbewerben und den Kontakten zur regionalen Jugendhilfe- und -musikszene entwarf VIS a VIS ein detailliertes Strategiekonzept inklusive eines Leitfadens für die Umsetzung als pro-bono-Dienstleistung für Ümit e.V.



www.unternehmen.engagiert-in-koeln.de

Unternehmen – engagiert in Köln

Nun schon im vierten Mal wurde VIS a VIS mit Dienstleistungen für die Initiative „Unternehmen – engagiert in Köln“ des Kölner Netzwerkes Bürgerengagement beauftragt. Seit 2006 besteht diese Initiative, mit der Unternehmen zu einem bürgerschaftlichen Engagement in Köln angeregt werden. Die Aufgaben von VIS a VIS liegen vor allem in der Gewinnung weiterer Unternehmen und in der Vorbereitung der jährlichen Verleihung eines Jury- und eines über Onlinevoting ermittelten Bürgerpreises für das engagierte Unternehmen des Jahres.

3WIN e.V. Institut für Bürgerengagement gegründet



www.3win-institut.de

VIS a VIS realisiert als Kommunikationsagentur für Kunden immer wieder Kampagnen, Medien oder Maßnahmen, die zu Bürgerengagement bzw. Bürgergesellschaft beitragen, wie zum Beispiel: Kampagne „Handeln Ehrensache“ des Diakonischen Werkes der EKD (2000-2002), ENTERPreis-Unternehmenswettbewerb des Landes NRW (2007), Marktplatzmethode „Gute Geschäfte“ der Bertelsmann Stiftung, Initiative „Unternehmen – engagiert in Köln“ des Kölner Netzwerk Bürgerengagement (seit 2006). Darüber hinaus engagiert sich VIS a VIS als Unternehmen immer wieder zu Gunsten einer vielfältigen und lebendigen Bürgergesellschaft. Vor diesem Hintergrund hat VIS a VIS gemeinsam mit Kooperationspartnern und weiteren an Bürgerengagement Interessierten Ende vergangenen Jahres den gemeinnützigen Verein 3WIN e.V. gegründet.

Der Verein 3WIN e.V. Institut für Bürgerengagement soll mit entsprechenden Initiativen, Projekten und Maßnahmen zur Stärkung und Belebung der Bürgergesellschaft, zur Mehrung und Vielfalt des bürgerschaftlichen Engagements und so zur Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts und der bürgerschaftlichen Problemlösungsfähigkeit beitragen. Ein besonderes Augenmerk wird der Verein auf sektorübergreifende Engagementpartnerschaften richten – also auf Kooperationen zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen, öffentlichen Einrichtungen u.a.m.

Erhebung zum weltweiten Community Involvement der Merck KGaA

Das Pharmaunternehmen Merck KGaA mit Hauptsitz in Darmstadt ermittelt seit vergangem Jahr weltweit das standortbezogene gesellschaftliche Engagement seiner Tochtergesellschaften. Bei der diesjährigen Erhebung wurde Merck von VIS a VIS unterstützt, und zwar bei der inhaltlichen Weiterentwicklung des Erhebungsinstrumentariums sowie bei der Datenauswertung und –interpretation für



die externe und interne Berichterstattung. Von Bedeutung war hier insbesondere die Angleichung der Erhebungssystematik an den international sich durchsetzenden Standard der London Benchmarking Group.

VIS a VIS befasst sich schon seit Jahren mit der Entwicklung und Evaluation wirkungsorientierten gesellschaftlichen Unternehmensengagements und ist der deutsche Partner im internationalen LBG-Dienstleisternetzwerk.

www.lbg-deutschland.de

VIS a VIS ist Mitglied in internationalem Partnernetzwerk für gesellschaftliches Unternehmensengagement



www.csr360gpn.org

Das „CSR360 Global Partner Network“ ist ein internationales Netzwerk von Expertenorganisationen und Dienstleistern für das gesellschaftliche Unternehmensengagement. Neben zahlreichen gemeinnützigen Organisationen rund um die Welt ist VIS a VIS einer der wenigen gewerblichen Dienstleister, die aufgrund ihrer Kompetenz und ihres besonderen Engagements für dieses Themenfeld in das Netzwerk aufgenommen wurden. Organisiert wird das Netzwerk von „Business in the Community“ in Großbritannien. BitC wird von über 700 großen wie kleinen Unternehmen getragen und realisiert verschiedene Projekte für gesellschaftlich wirksames Unternehmensengagement.



www.bitc.org.uk

VIS a VIS ist schon seit dem Jahr 2000 in regem Erfahrungsaustausch mit Spezialisten für gesellschaftliches Unternehmensengagement (und hier insbesondere Corporate Volunteering) in anderen europäischen Ländern. Dies versetzt die Agentur in die Lage, frühzeitig internationale Trends zu identifizieren und für unsere Kunden nutzbringend aufzugreifen und grenzüberschreitende Projekte gesellschaftlichen Unternehmensengagements zu konzipieren und zu begleiten.

Veranstaltungshinweise

Regionale Corporate Citizenship-Gesprächskreise

Seit nahezu 9 Jahren lädt VIS a VIS gemeinsam mit regionalen Kooperationspartnern Corporate Citizenship-Verantwortliche und -Interessierte aus Unternehmen zu den halbjährlich stattfindenden CC-Clubs ein. Jedes Treffen steht unter einem besonderen Thema wie z.B.: „Kommunikation des gesellschaftlichen Unternehmensengagements“, „CC in der Presse“, „Wirkungen des gesellschaftlichen Unternehmensengagements anstreben und messen“, ...

Im März 2009 fand der CC-Club Rhein-Ruhr bei der Provinzial Rheinland Versicherung AG in Düsseldorf statt und im April 2009 der CC-Club Rhein-Main bei Freshfields Bruckhaus Deringer LLP in Frankfurt.

Beide CC-Gesprächskreise hatten neben der Vorstellung der jeweiligen Engagements der Gastgeber als Themenschwerpunkt: "Die aktuelle Wirtschaftskrise und Unternehmensverantwortung: Wird Corporate Citizenship jetzt zum zu kürzenden Kostenfaktor oder jetzt erst recht

zum strategischen Investment?" – Die Antwort lautete bei beiden Treffen in der Tendenz: „Jetzt erst recht!“ und keine Einsparung beim Corporate Volunteering. Allerdings gibt es bei einigen Unternehmen Einsparungen beim rein finanziellen Engagement (Spenden und Sponsoring).

Die nächsten Termine:

Infos und Aufnahme in den
Einladungsverteiler: post@visavis-agentur.de

Weitere Infos:
www.visavis-agentur.de

Im Herbst 2009 wird CC-Club Rhein-Ruhr bei der Generali Deutschland Holding AG in Köln mit dem Themenschwerpunkt „Corporate Social Responsibility und Schule“ stattfinden und der CC-Club Rhein-Main bei Roland Berger Strategy Consultants in Frankfurt (das Thema steht hier noch nicht fest).

Treffen der Regionalgruppe Köln-Bonn des Deutschen Fundraising Verband e.V.



Am 25.05.2009 trifft sich die Regionalgruppe Köln-Bonn zum Thema „Fundraising beginnt von oben - Ein Praxisbeispiel zur Implementierung des Fundraisings“.

Am Beispiel ihrer Organisation zeigt die Referentin und Mitveranstalterin Elke Böhme-Barz vom Caritasverband für die Stadt Köln e.V., wie es durch ein vom Vorstand hoch priorisiertes Projekt möglich wurde, Fundraising strategisch im Verband zu verwurzeln.

Die Teilnahme an den qualifizierenden und das eigene Netzwerk unterstützenden Treffen kostet für Mitglieder des Fundraising Verbandes 5 € und für Nichtmitglieder 10 €.

Infos und Anmeldung:
Gabi Klein, VIS a VIS, Tel. 0221 – 42060732,
E-Mail: fr-regio@visavis-agentur.de

Das Treffen findet statt am Montag, 25. Mai 2009, von 18:30 – 20:30 Uhr, beim Caritasverband für die Stadt Köln e.V., Bartholomäus-Schink-Str. 6, 50825 Köln

Veröffentlichungen

Neuaufgabe: Praxisdokumentation „Unternehmen in der Gesellschaft – Engagement mit Kompetenz und Personal“



Die aktualisierte Praxisdokumentation regt mit mehr als 55 regionalen und nationalen Beispielen zur Nachahmung an. Unaufhaltsam wächst die Bereitschaft von Unternehmen, sich als „Gute Bürger“ für die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen einzusetzen. Relativ neu ist dabei der Trend weg von der herkömmlichen Geldspende hin zur Nutzung der spezifischen Kompetenzen eines Unternehmens: Sein spezifisches Know-how und das Engagement seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die von VIS a VIS veröffentlichte und jährlich aktualisierte Praxisdokumentation zeigt die Vielfalt der Engagements, den Gewinn für die Unternehmen und das Gemeinwesen und regt so zur Nachahmung an. Die Unternehmen beschreiben in einer Selbstauskunft Art und Umfang ihres Engagements, Hintergrund, Motive, Nutzen und Erfolge.

Interessierten Journalisten dient die Dokumentation als Grundlage für ihre Recherchen. Immer mehr Unternehmen nutzen die Dokumentation als Informationsquelle und Ideengeber.

Unternehmen in jeder Größe und Branche sind eingeladen, ihr Engagement in der Praxisdokumentation zu präsentieren.

Die Praxisdokumentation erhalten Sie kostenlos unter post@visavis-agentur.de

Literaturhinweise

„Lohnt es sich, 'gut' zu sein?“ – Unternehmerische Sozialkampagnen als Instrument der Markenkommunikation“ ist der Titel der Masterarbeit von Simone Elpers. Die Leitfrage beantwortet Frau Elpers mit einem eingeschränkten Ja. Für ein uneingeschränktes Ja sei die „strategische Verzahnung von CSR- und Markenaktivitäten“ erforderlich. VIS a VIS-Geschäftsführer Dieter Schöffmann war einer der Experten, die von Frau Elpers für diese Arbeit interviewt wurden. Die Masterarbeit ist erhältlich bei: Simone Elpers, E-Mail: simone.elpers@uni-muenster.de.

Unter dem Titel *„Nutzen- und Wirkungsanalyse des Corporate Citizenship-Engagement. am Beispiel der London Benchmarking Group“* hat Daniela Bartholomies ihre Diplomarbeit verfasst. Frau Bartholomies war von 2007 bis 2008 als studentische Hilfskraft für VIS a VIS tätig und hat sich in dieser Zeit dem Thema der Wirkungsanalyse von Unternehmensengagement genähert. Für ihre Diplomarbeit konnte Frau Bartholomies u.a. auf Materialien und Konzepte aus der Agenturarbeit zurückgreifen.

Die Diplomarbeit ist erhältlich bei: Daniela Bartholomies, E-Mail: daniela.bartholomies@gmail.com

Impressum

TETE a TETE Informationen aus der Agenturarbeit

herausgegeben von: VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH

Johannisstraße 79, 50668 Köln, Tel. 0221/420 60 73-0

post@visavis-agentur.de

Redaktion: Gabi Klein, Dieter Schöffmann (v.i.S.d.P.)

Fotos: VIS a VIS

Ausgabe 01/2009 – Mai 2009