

## **Kooperationen der Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung e. V. (Bundesverband) mit Wirtschaftsunternehmen**

### **1. Einleitung**

Die Arbeitsgemeinschaft Natur und Umweltbildung – Bundesverband e. V. (ANU-Bundesverband) ist der Dach- und Fachverband der Umweltzentren, Initiativen, AnbieterInnen, FreiberuflerInnen/ Selbständigen und weiteren Einzelpersonen, die in der außerschulischen Umweltbildung tätig sind. Ziel der Verbandsarbeit ist die Förderung von Natur- und Umweltbildung i. S. von Bildung für nachhaltige Entwicklung. Der Rahmen für diese Arbeit wird mit dem Leitbild sowie der Satzung beschrieben.

Der ANU Bundesverband e. V. möchte gemeinsam mit Wirtschaftsunternehmen an der Verwirklichung dieser Zielsetzung arbeiten und Natur- und Umweltbildung i. S. von Bildung für nachhaltige Entwicklung verstärkt in die Öffentlichkeit bringen. Diese Zusammenarbeit bietet für den ANU-Bundesverband und die privaten Wirtschaftsunternehmen Potential, voneinander zu lernen und von den jeweiligen individuellen Stärken zu profitieren.

Wirtschaftsunternehmen sind wesentliche Bestandteile unserer Gesellschaft. Es liegt in ihrer Verantwortung, sich den ökonomischen, sozialen, ökologischen und kulturellen Herausforderungen in einer globalisierten Welt zu stellen und durch Handeln im Sinne der Nachhaltigkeit die Grundlagen der Zukunft zu sichern.

Die (Umwelt)Bildung ist nach wie vor Aufgabe des Staates. Es liegt in seiner Verantwortung, sie zu finanzieren. Die bisherigen finanziellen Mittel für die Umweltbildung müssen deshalb erhalten und in der Zukunft weiter ausgebaut werden.

Die Potentiale der Umweltbildung sind noch nicht ausgeschöpft und die finanziellen Aufwendungen dafür übersteigen bereits jetzt die Zuwendungen des Staates. Die Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen bietet eine unverzichtbare Chance für gemeinsame Projekte und Mitteleinwerbung.

### **2. Abgrenzung zwischen Sponsoring und Spenden**

Unter **Sponsoring** verstehen wir die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in ökologischen, sozialen, kulturellen, wissenschaftlichen, kirchlichen, sportlichen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen. Damit sind auch regelmäßig eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung in der Öffentlichkeitsarbeit verbunden. Die Leistungen eines Sponsors und Empfängers der Leistungen beruhen dabei auf einer vertraglichen Vereinbarung, in der Art und Umfang der Leistungen beider geregelt sind. Leistung und Gegenleistung müssen nicht gleichwertig sein. Sponsoring beruht auf der freien Entscheidung zweier Partner, ist zeitlich befristet, vertraglich geregelt und kann von jeder Seite gekündigt werden. Sponsoring unterliegt bestimmten steuerlichen Bestimmungen, eine Zuordnung als Spende ist grundsätzlich ausgeschlossen. Absolute Ausnahmen gibt es nur bei untergeordnetem Hinweis ohne Hervorhebung von Logo und Namenszug, Emblem etc..<sup>1)</sup>

Die Tatsache, dass der Gesponserte für die finanzielle Förderung eine Gegenleistung erbringt, unterscheidet Sponsoring grundsätzlich von Spenden. Die **Spende** ist eine freiwillige und unentgeltliche Wertabgabe in Form von Geld- oder Sachzuwendungen, die

das geldwerte Vermögen des Spenders im Sinne eines Vermögensopfers mindert und keine Gegenleistung erfordert. <sup>2)</sup>

Die einzige Ausnahme der Gegenleistung ist die Ausstellung einer abzugsfähigen Spendenbescheinigung. Abzugsfähige Spendenbescheinigungen können Einrichtungen ausstellen, die im Sinne der §§51-68 Abgabenordnung (AO) gemeinnützigen, mildtätigen, wissenschaftlichen, religiösen oder kirchlichen Zwecken dienen und als solche anerkannt sind.

Die Abgrenzung zwischen Sponsoring und Spenden findet auch in der steuerlichen Behandlung, bei dem Sponsor wie auch bei dem Spender ihren Niederschlag. Sind Spenden aufgrund der erteilten Spendenbescheinigung für den Spendengeber als Sonderausgaben absetzbar und für den Spendenempfänger ohne steuerliche Konsequenzen, so können Sponsoringleistungen von den Sponsoren als Betriebsausgaben geltend gemacht werden und unter bestimmten Voraussetzungen bei dem Gesponserten zur Steuerpflicht führen. <sup>3)</sup>

---

<sup>1)</sup> Buchna, J., Kießling, H. (2002): Gemeinnützigkeit im Steuerrecht. 7. Auflage.- Achim.

<sup>2)</sup> Boochs, W. (2000): Sponsoring in der Praxis.- Köln.

<sup>3)</sup> Fundraising Akademie (2006, Hrsg.): Fundraising. 3. aktualisierte Auflage.- Wiesbaden.

### **3. Grundsätze und Ziele einer Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen**

#### **3.1 Grundsätze der Zusammenarbeit**

Die Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen birgt Chancen und Risiken, die vor Abschluss einer Kooperation immer sorgfältig abzuwägen sind (siehe Ablaufplan für Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen, Schritt 1).

Die Prinzipien des „Global Compact“ sind zunächst die Grundsätze für die Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen (siehe Anhang).

Weitere Bedingungen für eine Zusammenarbeit sind:

- Die öffentliche Wirkung der Kooperation muss beachtet werden.
- Die Glaubwürdigkeit der ANU muss erhalten bleiben.
- Die inhaltliche, organisatorische und finanzielle Unabhängigkeit der ANU darf nicht angetastet werden.

#### **3.2 Ziele der Zusammenarbeit**

In einem Prozess des gegenseitigen Lernens zwischen der ANU und den Wirtschaftsunternehmen sollen neue konkrete Handlungsmöglichkeiten für die Bildung für nachhaltige Entwicklung entwickelt und umgesetzt werden.

Ziel ist es, das Angebot der Wirtschaft zur Unterstützung der Bildung für nachhaltige Entwicklung erfolgreich und gemeinsam mit der ANU zu fördern und auszubauen.

Die Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen soll zu einer höheren Breitenwirkung der Umweltbildung im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung in der Öffentlichkeit führen.

Durch die Zusammenarbeit mit der ANU wird angestrebt, die Nachhaltigkeit in den Unternehmen, z. B. regionale Kreisläufe und gerechte globale Wirtschaftsbeziehungen, zu fördern. Mit Unterstützung der ANU soll die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens im Sinne einer Corporate Social Responsibility (CSR) vorangebracht werden.

#### **4. Voraussetzungen für eine Kooperation**

- 1) Das Image und die Ziele des Unternehmens und der ANU dürfen nicht unverträglich sein.
- 2) Die Unternehmen sollen über die Kriterien von „Global Compact“ hinaus folgende unternehmerische Voraussetzungen erfüllen:
  - Festschreibung von Natur- und Umweltschutz sowie Nachhaltigkeit als Unternehmensziel in den Unternehmensgrundsätzen (wünschenswert: Zertifizierung nach ISO und/oder EMAS-Richtlinien)
  - klare Verantwortlichkeiten im Unternehmen für den Umweltschutz (Umweltbeauftragte oder -abteilungen)
  - ausgewiesene finanzielle Ressourcen für Umweltschutzaufgaben
  - Einbeziehung der Arbeitnehmer/innen und ihrer Vertretungen in die umweltgerechte Unternehmensführung (z. B. durch hausinterne Fortbildungen, Mitspracherecht für die Umweltbeauftragten, Einbeziehung des Betriebsrates)
  - Das Unternehmen gibt auf Verlangen der ANU umfassend Auskünfte über Firmenstruktur, Produkte, Produktionsmethoden, Bauinvestitionen und Energieverbrauch.
- 3) Die Zusammenarbeit mit Unternehmen verläuft grundsätzlich projektbezogen und bedeutet keine pauschale Unterstützung der ANU durch das Unternehmen.
- 4) Über Inhalt, Konditionen und Laufzeit des Projektes werden klare vertragliche Vereinbarungen getroffen.
- 5) Die organisatorische und politische Unabhängigkeit der ANU darf durch die Kooperation in keinem Fall gefährdet werden. Die Kritikmöglichkeit gegenüber dem Kooperationspartner muss erhalten bleiben.
- 6) In jedem Einzelfall müssen nachvollziehbare Kriterien für die Kooperation erarbeitet und Zielvorgaben festgelegt werden. Diese sollen jederzeit von den Mitgliedern eingesehen werden können.

#### **5 Rahmenbedingungen für Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen**

##### **5.1 Verfahren und Entscheidungsfindung**

Die Beschlussfassung über Wirtschaftskooperationen ist Aufgabe des Sprecherrates der ANU. Bei sich anbahnenden Kooperationen werden die Landesverbände konsultiert. Nach der Konsultation müssen die Kooperationen mit der 3/4-Mehrheit aller Sprecherratsmitglieder beschlossen werden.

Die ANU entscheidet eigenverantwortlich über die Auswahl der Sponsoren. Es gelten die in den Richtlinien festgeschriebenen Grundsätze und Ziele für Kooperationen (Punkt 3) sowie die Voraussetzungen (Punkt 4) und der Ausschluss von Kooperationen (Punkt 5.4).

##### **5.2 Vertragliche Regelungen zwischen Partnern**

Bei Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen handelt es sich um operative und befristete Projektpartnerschaften. Sie werden auf der Grundlage einer schriftlichen Vereinbarung durchgeführt.

Für jede Form der Zusammenarbeit müssen folgende Punkte klar formuliert, schriftlich festgehalten und je nach Dauer der Zusammenarbeit fortgeschrieben und überprüft werden:

- klare Formulierung des Kooperationsgegenstandes
- exakte Benennung des Kooperationspartners (z. B. gesamter Konzern, Tochterunternehmen, Zweigstellen, einzelne Abteilungen)
- Vereinbarung klarer und überprüfbarer Ziele
- Vereinbarung eines verbindlichen Zeitplans
- Festlegung von Art, Umfang und Zeitpunkt von Geldflüssen und anderen Ressourcen
- klare Aufgabenverteilung und Benennung von Ansprechpartnern sowie Zuständigkeiten
- Regelungen über das Vorgehen bei Zielabweichungen, Meinungsunterschieden bzw. Konflikten mit dem Kooperationspartner oder Wegfall der Kooperationsgrundlage
- Vereinbarung von Kündigungsklauseln
- präzise Vereinbarung über Inhalte und Form des Auftretens und der Kommunikation in beiderseitigem Einvernehmen
- Regelung der Eigentums- und Nutzungsrechte an entstandenen Produkten, auch für die Zeit nach Projektabschluss.
- Beschreibung des Nutzens im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung

### 5.3 Verwendung der Logos

Die Nutzung der Logos der Vertragspartner (ANU und Wirtschaftsunternehmen) ist projektbezogen und wird im Kooperationsvertrag geregelt.

### 5.4 Beendigung der Kooperation

Die ANU hat das Recht, die Zusammenarbeit mit Unternehmen zu beenden, wenn die vertraglich festgesetzten Konditionen nicht eingehalten werden.

### 5.5 Berichterstattung

Der Sprecherrat der ANU berichtet den Mitgliedern regelmäßig ein Mal im Jahr im Rahmen der Mitgliederversammlung über die Formen und den Stand der Zusammenarbeit.

## **Ablaufplan für Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen**

### **Schritt 1: Akquisephase**

#### **a) Ansprache durch die ANU**

Es muss geprüft werden, in welchen Arbeitsbereichen welcher Bedarf für eine Kooperation besteht, wie diese Kooperation aussehen könnte, aus welchen Branchen die passenden Partner kommen könnten und welche Ziele erreicht werden sollen.

Auf dieser Grundlage wird ein erstes Grobkonzept erstellt und eine Vorauswahl an möglichen Partnern getroffen. Die potenziellen Partner werden anschließend auf folgende Punkte geprüft:

- S- Seriositätsprüfung:** Auf der Grundlage des Medienprofils, einer Auswertung der Geschäftspraktiken und -grundsätze, des publizierten Leitbildes, des bisherigen CSR-Engagements und CSR-Maßnahmen des Unternehmens (Erklärung siehe Anhang) wird seine Seriosität bewertet.
- R- Risikoabschätzung:** Im Anschluss daran wird eine Risikoabschätzung vorgenommen, mit der bewertet wird, welche positiven Aspekte, welchen Mehrwert, aber auch welche Risiken die Kooperation für das Image und die Reputation der ANU haben kann.

Bei einer insgesamt positiven Gesamteinschätzung ist der nächste Schritt die Kontaktaufnahme zum Unternehmen. Bei einem vorhandenen Kontakt, sollte ein Anschreiben mit dem Vorhaben und den Zielen kurz und prägnant an das Unternehmen gerichtet werden. Bei Interesse seitens des Unternehmens findet anschließend ein persönliches Gespräch mit den Unternehmensvertretern statt.

### **b) Anfrage eines Unternehmens**

Hat ein Unternehmen Interesse an einer Kooperation mit der ANU wird das Unternehmen auf vier Arten geprüft:

- P- Prüfung und Bedarf auf Umsetzbarkeit:** Zunächst wird die vom Unternehmen vorgeschlagene Kooperation auf Umsetzbarkeit und Bedarf geprüft. Zentrale Fragestellung ist dabei, ob die Kooperation den Handlungsspielraum der ANU hinsichtlich ihrer eigenen strategischen Ausrichtung erhöht, sowohl inhaltlich als auch durch eine entsprechende Bereitstellung von Ressourcen durch das kooperierende Unternehmen.

**S- Seriositätsprüfung:** siehe unter a)

**R- Risikoabschätzung:** siehe unter a)

Bei einer insgesamt positiven Gesamteinschätzung ist der nächste Schritt ein persönliches Gespräch mit den Unternehmensvertretern.

### **Schritt 2: Persönliches Gespräch mit Unternehmensvertretern**

Auf der Grundlage der vorgestellten Kooperationsmöglichkeit werden in einem persönlichen Gespräch die Interessen und Ziele detailliert erörtert. Die Richtlinien für Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen sind dabei die Basis des Gesprächs und die Voraussetzung für eine Kooperation.

Das Unternehmen ist zu einer Selbstauskunft verpflichtet, so wie es die Richtlinien für Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen vorschreiben.

Auf der Grundlage des Gesprächs und der Akzeptanz der Richtlinien wird ein Kooperationskonzept entwickelt, das nach endgültiger Abstimmung u.a. die Schwerpunkte, Maßnahmen, Dauer und Ziele der Kooperation sowie die Sach- oder Finanzleistungen festlegt. Darüber hinaus sollte ein Zeit- und Maßnahmenplan entwickelt werden.

### **Schritt 3: Steuerrechtliche Prüfung**

Die steuerrechtliche Gestaltung der Kooperation muss in Übereinstimmung mit geltendem Vereinsrecht, Gemeinnützigkeitsrecht und Zuwendungsrecht überprüft werden.

#### **Schritt 4: Vertragsabschluss**

Auf der Grundlage des Kooperationskonzeptes, des Zeit- und Maßnahmenplans wird ein Vertrag zwischen den Kooperationspartnern geschlossen. Die genauen Inhalte des Vertrages sind gemäß Punkt 6.2 der Richtlinien für Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen einzusehen.

#### **Schritt 5: Durchführung und Evaluation**

Die Durchführung erfolgt gemäß Kooperationskonzept, Zeit- und Maßnahmenplan. Nach Abschluss der Kooperation erfolgt eine Auswertung, in die alle Informationen und Ergebnisse des Kooperationsprojektes einfließen.

### **Anhang**

#### **Die Prinzipien des „Global Compact“**

Am 26. Juli 2000 begann die operative Phase der vom damaligen Generalsekretär der Vereinten Nationen, Kofi Annan, ins Leben gerufenen Initiative „Global Compact“. Mit dieser Initiative wurden Unternehmen dazu aufgerufen, einem weltweiten Pakt beizutreten, um zukünftig die Globalisierung ökologischer und sozialer zu gestalten und die Ziele der Vereinten Nationen durch ihre Aktivitäten zu unterstützen. Kern des „Global Compact“ bilden 10 Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltstandards und zur Korruptionsbekämpfung – dabei greifen diese Prinzipien auf die Bestimmungen und Deklarationen der Vereinten Nationen und ihrer Organisationen zurück.

1. Das Unternehmen respektiert und stärkt die Grundfreiheiten und fördert ihre Einhaltung innerhalb seiner Einflussosphäre.
2. Das Unternehmen respektiert und stärkt die Menschenrechte und fördert ihre Einhaltung innerhalb seiner Einflussosphäre.
3. Das Unternehmen respektiert die Rechte seiner Beschäftigten und erkennt sie an.
4. Das Unternehmen schließt alle Formen von Zwangsarbeit bzw. erzwungener Arbeit aus.
5. Das Unternehmen verpflichtet sich, an der Abschaffung von Kinderarbeit mitzuwirken.
6. Das Unternehmen schließt jede Diskriminierung in Bezug auf Beschäftigung und Beruf aus.
7. Das Unternehmen nimmt eine vorsorgende Haltung gegenüber Umweltgefährdungen ein.
8. Das Unternehmen ergreift Initiativen zur Förderung größeren Umweltbewusstseins.
9. Das Unternehmen setzt sich im Rahmen seiner Möglichkeiten aktiv gegen den Klimawandel ein.
10. Das Unternehmen unterstützt den Einsatz umweltfreundlicher Technologien.
11. Das Unternehmen produziert keine eindeutig gesundheitsgefährdenden Produkte.
12. Das Unternehmen tritt gegen jede Art der Korruption ein.<sup>4)</sup>

#### **Corporate Social Responsibility (CSR):**

Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein Bestandteil der Nachhaltigkeitsdiskussion. Es ist ein Konzept unternehmerischer Verantwortung, das die Idee der Nachhaltigkeit aufnimmt und die drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales mit konkretem unternehmerischen Handeln verbindet. Entsprechend umfasst CSR die unterschiedlichsten Aktivitäten der Unternehmen in den Feldern der sozialen, ethischen und ökologischen Verantwortung, mit

denen nachhaltige Entwicklung im unternehmerischen Alltag umgesetzt wird. CSR-Aktivitäten gehen über gesetzliche Verpflichtungen hinaus, d. h. sie sind freiwillig und das Ergebnis von Eigeninitiative und Eigenverantwortung der Unternehmen. <sup>6)</sup>

---

<sup>4)</sup> Internetportal der Vereinten Nationen [http://global\\_compact.know-library.net/](http://global_compact.know-library.net/) und der GTZ/Koordinator des deutschen GC-Netzwerkes <http://www.gtz.de/de/leistungsangebote/13195.htm>

<sup>5)</sup> Verbandsposition Bund Naturschutz Bayern „Ökosponsoring/Kooperation mit der Wirtschaft“, September 1995

<sup>6)</sup> <http://www.csrgermany.de/www/csrcms.nsf/id/>

Erstellt vom ANU-Bundessprecherrat am 20.10.07 in enger Anlehnung an ein Papier der ANU Bayern vom 18.9.07, von der Mitgliederversammlung des Bundesverbands geändert und verabschiedet am 29.11.07