

# philiass<sup>'10</sup> HUMAGORA

Nehmen Sie an der Humagora 2010 teil  
und präsentieren Sie ihr  
Partnerschaftsprojekt!

Teilnahmekonditionen für Organisationen



## Teilnahmebedingungen für Organisationen

<b>Was ist die Humagora?</b>	<p>Eine Plattform des Austausches und des Dialogs, aber auch der Beratung, die darauf abzielt, Verbindungen zwischen den privaten und nicht-gewinnorientierten Sektoren zu schaffen. Dabei wird ein holistischer Ansatz verfolgt, der Praxis und Theorie in einer einzigartigen Weise kombiniert.</p> <p>Auf der praktischen Seite erleichtert eine Netzwerkzone in der Form eines „<b>Marktplatzes</b>“ die Begegnung zwischen den beiden Sektoren. In dieser Zone haben nicht-gewinnorientierte Organisationen die Gelegenheit, sich selbst und ihre bereits begonnenen sowie zukünftigen Projekte vorzustellen, um so neue Partnerschaften aufzubauen.</p> <p>Parallel zum „Marktplatz“ werden in einer <b>Ausstellung</b> innovative und schon verwirklichte Partnerschaften vorgestellt. Diese Ausstellung gibt Ihrer Partnerschaft die verdiente Sichtbarkeit und soll als Inspirationsquelle für die Besucher dienen. Alle ausgewählten Projekte der Ausstellung nehmen automatisch am „Humagora <b>Award</b>“ teil. Eine unabhängige Jury selektioniert die Projekte für die Ausstellung und wählt daraus den Gewinner des „Humagora Awards“ für die innovativste Partnerschaft mit der grössten Auswirkung aus.</p> <p>Im theoretischen Teil finden <b>Working Sessions</b> und eine <b>Debatte</b> mit prominenten Rednern statt. Sie erhalten die Möglichkeit, direkt mit diesen Personen zu diskutieren. Alle TeilnehmerInnen sind hierfür automatisch angemeldet.</p> <p>Nach den drei vom Erfolg gekrönten Veranstaltungen von 2006, 2007 und 2008 in Genf findet die Humagora dieses Jahr erstmals in der Deutschschweiz statt.</p>
<b>Ziel und Thema der diesjährigen Humagora</b>	<p>Das <b>Ziel</b> der Humagora ist es, gegenseitiges Wissen zwischen dem privaten und nicht-gewinnorientierten Sektor aufzubauen um so zu einem besseren Verständnis für einander zu gelangen. Nur so können neue und nachhaltige Partnerschaftsprojekte initiiert werden. Im Vordergrund steht wie jedes Jahr die persönliche Begegnung.</p> <p>Als <b>Thema</b> insbesondere im theoretischen Teil steht im Zentrum, wie Unternehmen ihr soziales Engagement („Corporate Citizenship“) mit ihrem Kerngeschäft verbinden können und damit zu Innovation auf beiden Seiten beitragen können.</p>
<b>Zeitpunkt und Ort</b>	<p>24. März 2010, 09.45 Uhr bis 16.50 Uhr Volkshaus Zürich, Helvetiaplatz</p>
<b>Wer anwesend sein wird</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertreter der Privatwirtschaft aus der ganzen Schweiz</li> <li>• Vertreter nicht-gewinnorientierter Organisationen aus der Schweiz und aus dem internationalen Umfeld</li> </ul>
<b>Warum Sie teilnehmen sollten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorstellen und Aufbauen von neuen Partnerschafts-Projekten</li> <li>• Kennenlernen von neuen potentiellen Partnern</li> <li>• Verstärkung der Sichtbarkeit Ihrer Organisation und Ihrer Aktivitäten beim privaten Sektor</li> <li>• Austausch mit anderen Organisationen und den anwesenden Unternehmen zu praktikablen Lösungen des Engagements von Unternehmen in der Gemeinschaft</li> </ul>



## Teilnahmebedingungen für Organisationen

<b>Programm</b>		Unternehmen in der Gesellschaft.
		<ul style="list-style-type: none"><li>• Inspiration durch die Ausstellung von bereits realisierten Partnerschaften</li></ul>
	10.00 Uhr	Begrüssung Corine Mauch, Stadtpräsidentin Zürich
	10.25 Uhr	Working Session 1: Wie und warum gehen Organisationen und Unternehmen Partnerschaften ein? Nationale und internationale theoretische Erkenntnisse. Prof. Theo Wehner (ETHZ) Valerie Bockstette (Senior Consultant, Foundation Strategy Group, FSG)
	11.25 Uhr	Working Session 2: Wie und warum gehen Organisationen und Unternehmen Partnerschaften ein? Nationale und internationale praktische Erfahrung. Joanna Hafenmayer (Sustainability Officer Citizenship Lead, Microsoft (Switzerland) GmbH) Maria Jose Subiela (Programme manager Community Impact, BITC) (in Englisch) James Daffurn (Community Investment Manager, Freshfields Bruckhaus Deringer) (in Englisch)
	12.35 Uhr	Networking Lunch
	13.35 Uhr	Eröffnung Marktplatz und Ausstellung
	15.30 Uhr	Humagora Award
	15.50 Uhr	Debatte: Corporate Citizenship – Feigenblatt oder Kerngeschäft? Beat Jans (Geschäftsleitungsmitglied, Pro Natura Schweiz) Vincent Lusser (Head of internal communication and member of the board of director, International Committee of the Red Cross) Roger Neiningner (Head of Audit, KPMG AG) Anton Scherrer (Chairman Swisscom)
	16.40 Uhr	Zusammenfassung und Ausblick Daniel Wiener (Geschäftsleiter Philiass Deutschschweiz)

## Teilnahmebedingungen für Organisationen

Marktplatz	
Wie Sie am Marktplatz teil nehmen können	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beschreiben Sie Philiass ein bereits begonnenes oder zukünftiges Projekt, für welches Sie einen Partner suchen und über das Sie während des Marktplatzes mit den anwesenden Unternehmen unter anderem sprechen möchten.</li><li>• Füllen Sie dazu das <b>Projektblatt Marktplatz</b> aus und senden Sie es bis am <b>4. März 2010</b> an: <a href="mailto:marco.grossmann@philiass.org">marco.grossmann@philiass.org</a>.</li><li>• Achten Sie darauf, dass Ihre Organisation und Ihr Projekt den Basisbedingungen entsprechen, die auf Seite 6 dieses Dokuments zitiert sind.</li></ul>
Wie das Projektblatt auszufüllen ist	<p>Folgende Punkte müssen beim Ausfüllen des Projektblattes Marktplatz berücksichtigt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Beschreiben Sie Ihr Projekt, das den Basisbedingungen entspricht (vgl. S. 6)</li><li>• Dabei darf eine A4 Seite nicht überschritten werden.</li><li>• Ebenso muss die Vorgabe von 4'000 Zeichen eingehalten werden (inkl. Leerzeichen, Schrift Arial 10).</li><li>• Das maschinell ausgefüllte Projektblatt ist bis spätestens am <b>4. März 2010</b> an Philiass zu senden.</li></ul> <p><b>Wichtig: Projektblätter, die diese Punkte nicht berücksichtigen, werden nicht am Selektionsprozess teilnehmen.</b></p>
Selektionsprozess Marktplatz	<p>Das Selektionskomitee der Ausgabe 2007 hat die Basisbedingungen und die Auswahlkriterien festgelegt. Diese finden auch dieses Jahr Anwendung.</p> <p>Ausschliesslich jene Projekte, die den Basisbedingungen entsprechen, werden am Selektionsprozess teilnehmen.</p> <p>Die Philiass-Stiftung wird die Projekte auf der Basis von vier Auswahlkriterien evaluieren (siehe Seite 7). Die Teilnehmerzahl ist beschränkt.</p> <p>Die Ergebnisse werden Ihnen <b>spätestens am 11. März 2010</b> mitgeteilt. Keine Information wird in dieser Beziehung zuvor übermittelt.</p>
Teilnahmegebühr Marktplatz	<p>In der Teilnahme von <b>200 CHF</b> sind enthalten:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Eine Ausstellungsfläche für Kommunikations-Unterlagen während der Veranstaltung, insbesondere während des „Marktplatzes“</li><li>• Zwei Eintritte, mit welchen sie an der gesamten Humagora teilnehmen können</li></ul> <p><b>Wichtig: Dokumente (Plakate, Flyers, Prospekte) die der Vorstellung Ihres Projekts und Ihrer Organisation an Ihrem Stand dienen, müssen von der Organisation mitgebracht werden.</b></p>



## Teilnahmebedingungen für Organisationen

---

### Kontakt

Für Fragen wenden Sie sich bitte an:

Marco Grossmann

Stiftung Philiass

Elisabethenstrasse 22

4051 Basel

Tel: 061 205 10 36

Fax: 061 271 10 10

---

## Anhang: Basisbedingungen und Auswahlkriterien für nicht-gewinnorientierte Organisationen

### A. Basisbedingungen

Die Partnerschaftsprojekte, die durch die nicht-gewinnorientierten Organisationen (nachfolgend Organisationen genannt) vorgeschlagen werden, müssen die Basisbedingungen erfüllen, um am Auswahlvorgang teilnehmen zu können. Projekte, die eine oder mehrere von diesen Bedingungen nicht erfüllen, können nicht daran partizipieren.

1. Thematisches Kriterium: Das vorgeschlagene Projekt muss eine soziale oder ökologische Ausrichtung haben. Projekte humanitärer Ausrichtung sind im Bereich Soziales mit eingeschlossen.
2. Geographisches Kriterium: Ihre Organisation muss in der Schweiz ansässig sein.
3. Partnerschaftskriterium: Die Projekte müssen Partnerschafts-Ideen vorstellen. Unter „Partnerschaft“ wird hier eine zielgerichtete Zusammenarbeit zwischen einem Unternehmen und einer Organisation verstanden, welche beide Seiten begünstigt („win win“). Die Partnerschaft geht daher über karitative Schenkungen oder Spenden (Philanthropie) hinaus und beinhaltet einen Austausch zwischen den Partnern, sowie Aktivitäten in Verbindung mit der „Corporate Citizenship“-Politik eines Unternehmens.

Einige Beispiele zu Partnerschaften:

- Produktbezogene Partnerschaft: Ein Unternehmen kommuniziert über ein Produkt, dessen Gewinn zu einem bestimmten Teil in eine Organisation fließt.  
Zum Beispiel: Ein Mobiltelefonunternehmen zahlt einen Prozentsatz jedes SMS, das während einer gewissen Periode gesendet wurde, an eine Organisation.
  - Partnerschaft, die mit dem Kerngeschäft des Unternehmens zusammenhängt: Ein Unternehmen stellt gewisse Strukturen oder Dienste zur Verfügung, um ein soziales oder ökologisches Projekt zu fördern.  
Zum Beispiel: Die Post transportiert kostenlos Pakete, die für die am meisten benachteiligten Menschen in unserer Gesellschaft bestimmt sind.
  - Partnerschaft, die mit dem Know-how des Unternehmens zusammenhängt: Ein Unternehmen stellt sein Know-how zur Verfügung, um eine Organisation kostenlos davon profitieren zu lassen.  
Zum Beispiel: Ein Unternehmen stellt temporär seine Spezialisten der Personalabteilung zur Verfügung, um die Arbeitslosen auf die Suche nach einem Arbeitsplatz vorzubereiten.
  - Partnerschaft durch freiwillige Mitarbeiter des Unternehmens: Ein Unternehmen gibt seinen Mitarbeitern Zeit um sich freiwillig in einer Organisation zu engagieren.  
Zum Beispiel: Ausflüge mit betagten Menschen, Reinigung eines Waldes, Renovierung eines Raumes einer Organisation usw.
  - Partnerschaft „Matched-giving“: Ein Unternehmen ermutigt seine Mitarbeiter, eine finanzielle Spende zu tätigen und beschließt, diese Spende beispielsweise zu verdoppeln.
  - Projektpartnerschaft: Ein Unternehmen beteiligt sich mittel- bis langfristig mit einem finanziellen Beitrag an einem der Projekte einer Organisation.
4. Die Organisationen können nur ein Partnerschaftsprojekt vorlegen und füllen das Projektblatt gemäss den Instruktionen aus (Eingabefrist, Umfang usw.).
  5. Organisationen dürfen ein zu einem früheren Zeitpunkt für die Humagora eingereichtes Projekt nicht ein weiteres Mal einreichen.
  6. Organisationen ohne Erwerbszweck müssen den Bedingungen entsprechen, die im Zivilgesetzbuch definiert wurden (art.60ß für Organisationen und 80ß für die Gründungen).

## B. Auswahlkriterien

Alle Projekte, die den Basisbedingungen entsprechen (siehe oben), werden aufgrund der folgenden Kriterien bewertet :

1. Abgedeckte Bedürfnisrelevanz: Die durch die Partnerschaft gedeckten Bedürfnisse wurden klar definiert und entsprechen realen Bedürfnissen der Gesellschaft.
2. Relevanz der Vorteile für die Partner („win-win“): Die Vorteile für jeden der Partner wurden deutlich definiert und sehen Gewinne vor, die den Erwartungen der Partner entsprechen.
3. Auswirkung des Projekts in der Gemeinschaft.
4. Realistischer und realisierbarer Charakter des Projekts: Die Aspekte, die mit der Verwirklichung des Projekts zusammenhängen, müssen deutlich definiert werden (Budgetschätzung, logistische und operationelle Aspekte).