

Gute Partner der Schaffhauser Wirtschaft

Schaffhauser Firmen gemeinsam mit Non-Profit-Organisationen
aus der Region

11 gute Gründe für ein Engagement

Ihr Engagement zahlt sich aus

- Es reicht nicht, für ein Produkt bekannt zu sein. Die Gesellschaft erwartet darüber hinaus Einsatz für ökologische, soziale oder kulturelle Zwecke.

Sie wollen guter Nachbar und verlässlicher Partner vor Ort sein

- Das Engagement von Firmen erweitert das Angebot - je breiter und vielfältiger das regionale und lokale Angebot, desto besser ist die Lebensqualität des Einzelnen.

Sie bestimmen das Angebot mit

- Mit dem Engagement positioniert sich das Unternehmen als Trendsetter und kann mitbestimmen, wie sich die Region präsentiert und verändert.

Ihre Mitarbeitenden sind engagiert – Sie schätzen das“

- Mitarbeiterzufriedenheit entsteht auch durch Anerkennung. Wenn das Unternehmen Projekte und Initiativen unterstützt, die Mitarbeitende „gut“ finden, fühlen sie sich bestätigt.

Sie wollen die besten

- Firmen stehen im Wettbewerb um qualifizierte, engagierte und standorttreue Mitarbeitende
- Zugehörigkeit erfolgt über Interessen. Wenn Mitarbeitende Angebote finden, die ihnen entsprechen, finden sie Kontakte zu Gleichgesinnten und können sich besser integrieren.
- Identifikation fördert Beheimatung.

Die Familie Ihrer Mitarbeitenden ist Ihnen wichtig

- Familie: Ein breites und qualitativ gutes Angebot im Bereich von Freizeit, Jugend, Kultur und Schule ist für Familien entscheidend.
- Fachleute, die abseits von Paris, New York oder Singapur arbeiten wollen, sind häufig Menschen, die grossen Wert legen auf Teilhabe, gute Kontakte und Sorgfalt gegenüber der Umwelt.

Sie fördern Ihre Mitarbeitenden in neuen Lernfeldern

- Einsätze von Mitarbeitenden in Corporate Citizenship-Projekten schulen die Kommunikations- und Teamfähigkeit, Eigenaktivität, Kreativität sowie Sozial- und Führungskompetenz.

Sie sind Teil der Region

- Den politischen Entscheidungsträgern zeigt sich das Unternehmen als verantwortungsvoller und interessierter Partner.
- Durch Engagement entstehen wichtige persönliche Kontakte, da Non-Profit-Projekte häufig durch die öffentliche Hand und durch politische Gremien unterstützt werden.

Verpflichtung ist Ihr Anliegen

- Gegenüber Geschäftspartnern und Kunden ist das ein Engagement ein Weg, die eigene Verantwortung und Verpflichtung aufzuzeigen.
- In der Unternehmenskommunikation und im Marketing kann durch Non-Profit-Projekte eine Differenzierung am Markt erzielt, das Image verbessert und der Bekanntheitsgrad erhöht werden.

Die Interessen Ihrer Kunden sind Ihre Interessen

- Die Beteiligung an Non-Profit-Projekten und -Organisationen ist eine Chance, Trends zu erkennen und zusätzliche Einblicke in Märkte und in das Verhalten von Konsumentinnen und Konsumenten zu erhalten.
- 2 von 5 Personen leisten Freiwilligenarbeit. Sie sind gemäss Statistik gut gebildet, ökonomisch abgesichert, leben in Familienstrukturen und sind mittleren Alters – also genau der ideale Arbeitnehmer und die ideale Kundin!

Sie tun Gutes – für sich und für andere“

- Gutes tun tut gut! Auch Unternehmern.