

Cultural Guidelines

Haltungsprozess - Partnerschaften mit Unternehmen

Viva con Agua wächst und damit auch die Zahl von Unternehmenspartnerschaften. Damit ist häufig auch die Frage nach der kommerziellen Nutzung der Marke "Viva con Agua" verbunden. Mit diesem Artikel und den ganz unten verlinkten Richtlinien wollen wir eine Orientierung geben, wie Unternehmen mit Viva con Agua kooperieren können.

Grundsätzliche Haltung:

Verbindung ist unsere Grundannahme und wir haben eine offene Tür und ein offenes Ohr für Spenden-Partnerschaften. Wir glauben an "All Profit" - dies soll mit Viva con Agua auch in der Unternehmenswelt gelebt werden.

Spenden-Knigge für Unternehmen

Wir freuen uns über jede Firma, die unsere Arbeit mit einer Spende unterstützen möchte! DANKE!

Wir stehen euch gerne mit Tipps und Projekt-Infos zur Seite. Die wichtigsten Fragen zum Thema „Tue Gutes und sprich darüber“ findet ihr hier in unserem kleinen "Spenden-Knigge":

Freiwilligkeit:

Eine Spende ist immer freiwillig und nicht an Bedingungen oder Gegenleistungen geknüpft. Als Dank für diese Selbstlosigkeit spendiert das Steueramt bei Vorlage der von uns ausgestellten Spendenquittung ein bisschen Steuerrabatt ;-) Wir stellen die Spenden-Quittung jeweils anfangs Jahr aus.

Positive Kommunikation:

Kommuniziert eure Spende und eure Beweggründe gerne auf euren redaktionellen Kanälen. Dazu zählen u.a. Website, Social Media (organisch), Mitarbeiter-Magazin, Intranet, Weihnachtskarten etc. Wir helfen euch gerne bei einer positiven Kommunikation und stellen Infos zur Verfügung. *Kleiner Tipp: Wir empfehlen Sätze wie „Wir unterstützen mit unserer Spende die Organisation Viva con Agua. Diese setzt sich für den weltweiten Zugang zu sauberem Trinkwasser ein. Mehr über die Arbeit von Viva con Agua erfahrt ihr auf vivaconagua.ch“.*

Keine Verkaufsförderung:

Bitte nutzt die Spende nicht zur Verkaufsförderung auf Produkten, in Anzeigen, in bezahlten Werbe-Posts, POS-Material, TV-Spots, Plakaten usw. Dafür können wir unser Logo und den Namen Viva con Agua leider nicht zur Verfügung stellen.

Transparenz:

Transparenz ist uns sehr wichtig und kommt auch gut an! Deshalb freuen wir uns, wenn ihr in eurer Kommunikation die Spendensumme nennt. Dann können Kunden und Geschäftspartnerinnen euer Engagement auch direkt nachvollziehen.

Material für Verkaufsräume

Ihr habt Verkaufsräume (z.B. Restaurant, Bäckerei, Arztpraxis...) und möchtet dort euer Engagement für Viva con Agua kommunizieren? Meldet euch sehr gerne bei uns, uns fällt gemeinsam ein passender Auftritt ein.

Partnerkategorien

Wir definieren folgende konzentrische Kreise bzw. Kategorien bei der Betrachtung von Unternehmens-Partnerschaften:

- Der Kern: Die Marke Viva con Agua
- Kampagnen-Partnerschaften: Inhaltliche Allianzen
- Spenden-Partnerschaften: Tue Gutes und rede darüber
- Sponsoring: Unterstütze unsere Events
- Lizenzprodukte: Wasser- und Sanitärprodukte im Konsummarkt
- Dienstleister: Leistung - Gegenleistung



Was können Unternehmen bei Viva con Agua machen?

Logonutzung

Wir stellen Unternehmensspender:innen und Lizenzproduktkund:innen grundsätzlich unser Support-Logo zur redaktionellen Kommunikation zur Verfügung.

Die Kommunikation erfolgt nach der Spende und im Zusammenhang mit der Spende/Aktion für VcA.

Wir beraten gerne bei der richtigen Kommunikation.

WASH Projekte

Wir stellen zur redaktionellen Nutzung ausgewähltes Bildmaterial zur Verfügung. Immer im Zusammenhang mit der Spende/Aktion und nie ohne Copyright-Info.

Wir beraten gerne bei der positiven projektorientierten Kommunikation.

Produkte

Zur Bewerbung von VcA-Produkten im Detailhandel gibt es spezielles Werbematerial und einen Download Bereich auf unserer Website.

Mitgliedschaft im Social Business Club

Zur Vernetzung der verschiedenen Unternehmenspartner:innen von Viva con Agua, gibt es die Möglichkeit, Teil des [Social Business Clubs](#) zu werden.

Was können Unternehmen bei VcA *nicht* machen?

Werbung

Viva con Agua darf nicht ohne vorgängige Abstimmung werblich genutzt werden. D.h. kein Logo, Bildmaterial oder Schriftzug in aktiver Produktwerbung, auf POS-Material oder in Social Media Ads.

Engagement und Spenden sollten nicht zur Verkaufsförderung eingesetzt werden.

Platzierungen auf Produkten

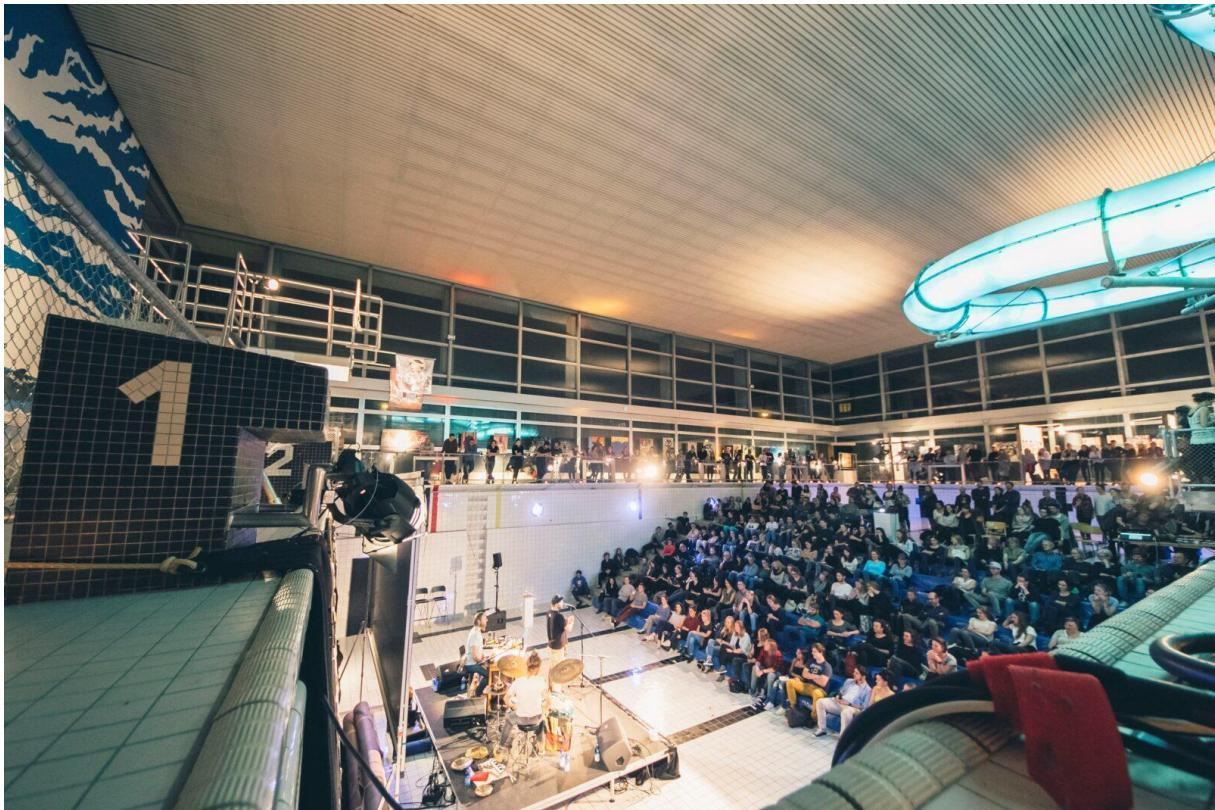
Es wird nur in sehr ausgewählten Fällen Logo-Platzierungen von Viva con Agua auf Produkten geben. Ausgenommen von dieser Regel sind Unternehmen in der Kategorie "Kampagnen-Partner:innen", welche inhaltlich eng mit Viva con Agua verknüpft sind und ein auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Geschäftsmodell verfolgen. Das ist im konkreten Fall: [bluu WASH aus Zürich](#) oder [Hydrophil aus Basel / Hamburg](#).

Sponsoring

Sponsoren von Viva con Agua-Events dürfen sehr gerne über ihr Engagement berichten. Ein Sponsoring findet im Rahmen eines ausgewählten Events (z.B. "All Stars"-Promispiel) oder einer von VcA organisierten Kampagne (z.B. "Move 4 Water") statt und ist immer an konkrete Gegenleistungen geknüpft.

Die Berichterstattung sollte aber stets im nachvollziehbaren Kontext der Veranstaltung stehen. Bsp: "*Proud Sponsor of Millerntor Gallery supporting Waterprojects of Viva con Agua*"

.



Partnerkriterien - "Cultural Guidelines"

Ökologische Haltung

Darf uns eigentlich jede:r spenden?

Grundsätzlich stehen wir für positive Verbindungen, das heisst, wir wollen insbesondere Brücken bauen zwischen Wirtschaft & Sozialem.

Marktwirtschaftliche Hebel dafür einsetzen, freudvoll die Welt im Sinne unserer Vision "Alle für Wasser - Wasser für alle" nachhaltig zu verbessern.

Trotzdem kann es sinnvoll sein, Anfragen und Spenden **abzulehnen**. Wichtig ist eine klare Haltung und eine klare Kommunikation.

Gewissensfrage: Euer Produkt/Geschäftsmodell ist leider in der Herstellung oder Anwendung schädlich für die Umwelt, verschmutzt oder verbraucht sehr viel wertvolles Trinkwasser oder die Arbeitsbedingungen (auch bei Zulieferern) sind eher fraglich? Dann bitte Hand aufs Herz! Eine Spende ist dann nicht der richtige Weg, bitte investiert das Geld lieber in eure eigene soziale & ökologische Weiterentwicklung.

Welche Fragen stellen wir uns und was liegt dem zu Grunde?

Fünf Bereiche, die wir uns bei Bedarf anschauen:

- **Geschäftsmodell**
- **Öffentliche Wahrnehmung**
- **Aufwandsbilanz VcA (ROI)**
- **Transformationspotenzial**
- **Wertschöpfung**

Checklisten zur Beurteilung produktbezogener Kooperationen sowie Unternehmenspartnerschaften generell: Es gibt einen [zweistufigen Check](#) für Unternehmungen, um Kampagnen-, oder Sponsoring-Partner zu werden.

Soziale Haltung

Viva con Agua steht für die Vielfalt und Vernetzung aller Menschen, welche die Vision «Alle für Wasser – Wasser für alle» teilen. Daher lehnen wir diskriminierendes Verhalten in Bezug auf Herkunft, Sexualität und Religion ab.

Team Kultur & Ethik

Ein Team von Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Wirtschaft, sozialer Arbeit und Ethnologie werden als "Ethik Beirat" Viva con Agua zukünftig beraten.