



Die Marktplatz-Methode

zur Anbahnung von Kooperationen
zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen

Rendsburg, 3. November 2010



Was ist ein "Marktplatz"?

- **„Handelsparkett“**
für engagierte Unternehmen und Gemeinnützige
Angebote <-> Nachfragen
niedrigschwellig, kurz, dynamisch, regelmäßig.
- **Ziele**
Verabredung konkreter Aktivitäten (Speed-Dating)
für die Verbesserung des gemeinsamen Umfeldes.
Neues Engagement anregen - jährliche Wiederholung.
Impuls für "Infrastruktur" geben.

Marktplatz-Szenario



Ein zentraler Saal in einer deutschen Stadt

Je 30 Vertreter von Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützigen Organisationen begegnen sich für zwei Stunden in dynamischer Atmosphäre („Speed Dating“).

Sie prüfen wechselseitig Engagementangebote und – nachfragen und treffen Vereinbarungen, die in den folgenden Wochen und Monaten realisiert werden.

Zum Marktplatzschluss wird das Engagementvolumen verkündet.

Beispiele:

- **Helfende Hände**
= ehrenamtliche Engagements von MitarbeiterInnen, Teams, Belegschaften
- **Helfende Köpfe, Wissen, Kenntnisse**
= Rat, Coaching, Beratung, Schulung, Qualifizierung, etc.
- **Hilfsmittel, Logistik**
= Räume, Kopiergerät, Gelände, Maschinen, Werkstätten, Frankiermaschine, Fuhrpark, Büromaterial, Werbeflächen, etc.
- **Gelegenheiten, Kontakte**
= zusätzliche Praktikums-, Beschäftigungs-, Qualifizierungsmöglichkeiten (z.B. für Behinderte oder benachteiligte Jugendliche)
= Vermittlung von Kontakten (z.B. zu Lieferanten, Kunden, Service-Clubs, Experten)
= Lobby für Anliegen im Gemeinwesen

Steh-Empfang, Verhandlung, Aufmerksamkeit



Handelsecken - Verbindlichkeit



Kümmerer



Start / Ende - und nachbörslicher Handel



Engagement-Marktplätze in Deutschland

- **Seit 2006**
 - in ca. 80 großen und kleinen Städten in Ost und West
 - lokale "Marken" etabliert
 - auch zu speziellen Themen
- **Ergebnisse**
 - von 40 bis zu 120 „Matches“ pro Marktplatz
 - zwischen 25 bis 100 Organisationen
 - und 15 bis 90 Unternehmen
- **Marktplätze im Internet**
 - www.gute-geschaefte.org (Bertelsmann Stiftung)
 - Kontakte, Materialien, Unterstützung
 - www.upj.de/aktionstag - Materialien, Checklisten

Ergebnisse

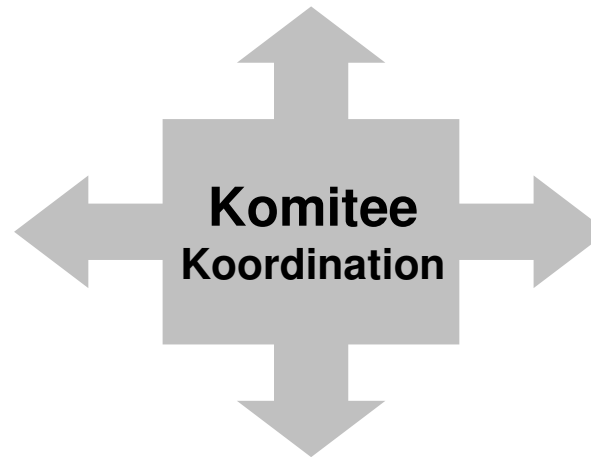
- **Aktivierung**
 - neues Engagement, Ressourcen, Kompetenzen vor Ort
 - Aktivierung von Unternehmens-MitarbeiterInnen
 - Öffnung von Organisationen, Verwaltung, Verbänden
- **Längerfristiges Engagement von Unternehmen**
 - jährlich regelmäßige Teilnahme
 - einzelne Folgeprojekte / mehrere Kooperationen im Nachgang
 - bedarfsbezogenes, unregelmäßiges aber stetiges Engagement
 - mit der selben / weiteren Organisationen
- **Impuls für Thema und lokale "Infrastruktur"**
 - weitere Aktivitäten
 - Vorbereitungskomitee als Mittler
 - Stärkung / Aktivierung bestehender Strukturen/Akteure
 - Gewinnung von Ressourcen

Unternehmen, Organisationen

- Gewinnung (1:1 !)
- Vorbereitung
- Begleitung bis zur Anmeldung
- Auswertung

Unterstützung

- Schirmherr
- Botschafter
- Ressourcen
(pro-bono, Geld)



Öffentlichkeitsarbeit

- Titel (lokale Marke)
- Materialien, Website
- Medien, Gremien,
Clubs, Verbände

Logistik

- Website-Pflege
- Anmeldungen, Verwaltung
- Veranstaltungen, Formulare
- ExpertInnen, Helfer/innen

UPJ

unternehmen. verbinden. gestalten

Viel Erfolg - und viel Vergnügen !



Mögliche Angebote an Unternehmen

- gutes Gefühl
- in kleinen Schritten gemeinsam den Standort verbessern
- mal was anderes erleben
 - Unterstützung der Personalarbeit
- Organisationen sind Experten
 - Unterstützung durch Fachwissen (Beratung, Sprachen, Betriebsfeste, ...)
- Organisationen sind Multiplikatoren / Kunden
 - Unterstützung für Marketing / Vertrieb
- Mund zu Mund Propaganda
 - Unterstützung für Öffentlichkeitsarbeit / Unternehmenskommunikation
- Unterstützung der Standort-/Regionalentwicklung