



Gute Geschäfte

Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige

Einführung in die Marktplatzmethode

zur Anbahnung von Kooperationen
zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen

Reinhard Lang
Heidelberg, 26. Mai 2011



Das 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 für Kooperationsvereinbarungen:

- **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

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 20 und 100 Organisationen
 - und 15 bis 90 Unternehmen
- **Marktplätze im Internet**
 - www.gute-geschaefte.org
 - = Materialien, Unterstützung, Kontakte zu ExpertInnen

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

Nachbereitung und Auswertung

■ Tag danach

- Ergebnis, Fotos, Pressemeldung, Liste Matches auf Website, Dankeschön an Unterstützer, ...
- ggf. Versand Matchvereinbarungen und Fragebogen (Auswertung)
- Ggf. Partner für U/O ohne Match suchen
- Kurze Auswertung im Komitee, Abfrage/Begleitung Matches

■ Auswertung

- Abfrage Matches (ca.8 Wochen), Beratungs-/Unterstützungsbedarf?
- www.Infos über realisierte Matches, Fotos, ...
- Gesamt-Auswertung Komitee (ca. 3 Monate)
- und Planung nächster Marktplatz: Termin, Verbesserungen, ...

Die Servicestelle Gute Geschäfte

UPJ im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

- Materialien: Leitfaden, Evaluation (Flyer)
- Pflege von Website und Toolbox
- Verschicken des Marktplatz-Koffers
- Workshops (Kennenlernen, Erfahrungsaustausch)
regionale Vernetzung
- HelpDesk per Telefon/Mail
- Vermittlung von ExpertInnen (Veranstaltung, Begleitung)
und erfahrenen Marktplätzen in der Nähe
- regelmäßige Abstimmung mit BSt. und Beirat



Gute Geschäfte

Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige

Viel Erfolg - und viel Vergnügen !



Kontakt:

Servicestelle Gute Geschäfte

UPJ e.V. | Brunnenstr. 181 | 10119 Berlin

T: 030 2787 4060 | M: info@upj.de

www.gute-geschaefte.org

www.upj.de