



Gute Geschäfte

Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige

Die Marktplatzmethode

zur Anbahnung von Kooperationen
zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen

Hannover, 2. November 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.

Ergebnisse



Gute Geschäfte

Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige

- **Seit 2006**
 - in 80-90 großen und kleinen Städten
 - in Ost und West, Stadt und Land
 - über 200 Marktplätze bisher
 - auch zu speziellen Themen
 - lokale "Marken" etabliert
- **Neue Kooperationen und Beteiligte**
von 25 bis zu 120 „Matches“ pro Marktplatz - gesamt ca. 10.000
zwischen 20 und 100 Organisationen
und 10 bis 90 Unternehmen

Steh-Empfang, Verhandlung, Aufmerksamkeit



Handelsecken - Verbindlichkeit



Kümmerer



Start / Ende - und nachbörslicher Handel



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

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, ...

Gruppenarbeit

11:00 Von der Idee zur erfolgreichen Umsetzung

13:00 Arbeit in Kleingruppen

- Warum wollen wir einen Marktplatz initiieren?
- Welche Akteure müssen wir aktivieren?
- Was brauchen wir - und was haben wir schon?
- Was haben wir zu bieten?

14:45 Kaffeepause

15:00 Was macht den Marktplatz für Unternehmen attraktiv?

15:40 Marktplatz-Toolbox und -Servicestelle
Fragen und Antworten

16:30 Ende



Gute Geschäfte

Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige

[Startseite](#)

[Die Marktplatz-Methode](#)

[Nutzen der Marktplätze](#)

[Organisation](#)

[Marktplätze in
Deutschland](#)

[Unternehmensinitiative](#)

[Methode & Material](#)

[Evaluation der Methode](#)

[Downloads](#)

[Service](#)

[Toolbox zur Marktplatz-
Methode](#)

[Abwandlungen der
Methode](#)

[Startseite](#)

[drucken](#) [senden](#)

Jahreskonferenz zur Marktplatz-Methode in Berlin – Resümee der Bertelsmann Stiftung zu „Gute Geschäfte



Zum letzten Mal fand unter der Ägide der Bertelsmann Stiftung Ende November in Berlin eine große Konferenz zur Marktplatz-Methode statt. Ca. 75 Kooperationsmanager und Marktplatz-Organisatoren diskutierten dort im Anschluss an die Übergabe der Auszeichnung im Wettbewerb „Land der Ideen“ über die Effekte und Wirkungen der Marktplatz-Methode. Drei wichtige Learnings stellten die Teilnehmer im Blick auf die Wirkungen „Guter Geschäfte“ besonders heraus:

- Die Marktplatz-Methode kann gemeinnützige Organisationen aus eingefahrenen Wegen des eigenen Handelns und den damit verbundenen Selbstverständlichkeiten herausführen. Auf längere Sicht haben sie die Chance, sich eine unternehmerische(re) Weltsicht zu erarbeiten. Mit dieser Sichtweise können sie dann neue, produktive Kooperationen erschließen.
- Die Methode bietet gleichzeitig Unternehmen die Möglichkeit, im aktiven Tun (Vor-) Urteile gegenüber Gemeinnützigen zu revidieren und durch eine bei gemeinschaftlichen Projekten erarbeitete Sicht zu ergänzen, die verstärkt Gemeinwohlinteressen in den geschäftlichen Fokus nimmt.
- Hinsichtlich des Projektmanagements „Guter Geschäfte“ scheint es darüber hinaus ein besonders wichtiger Erfolgsfaktor zu sein, dass in der Projektgruppe „die Chemie einfach stimmen muss“, um die vielen Widrigkeiten, die diesem neuen Thema in den Kommunen zunächst entgegen prallen, gelassen und souverän zu überwinden.

Insgesamt fällt das Resümee der Bertelsmann Stiftung zu diesem Projekt überaus positiv aus: Seit 2007 haben an ca. 60 Standorten über 125 Marktplatzplätze in Deutschland und Österreich

Deutschland Land der Ideen



Ausgewählter Ort 2010

PARTNER

Bertelsmann Stiftung

KPMG
VORWEG GEHEN

Gute Geschäfte ist eine Initiative der
Bertelsmann Stiftung
mit Unterstützung von KPMG
und RWE.

ANSICHTEN ÜBER DIE MARKTPLATZ-METHODE



- ▶ Die Marktplatz-Methode
- ▶ Nutzen der Marktplätze
- ▶ Organisation
- ▶ Marktplätze in Deutschland
- ▶ Unternehmensinitiative
- ▶ Methode & Material
- ▶ Evaluation der Methode
- ▶ Downloads
- ▶ Service

▶ **Toolbox zur Marktplatz-Methode**

- ▶ **Idee**
- ▶ Planung
- ▶ Öffentlichkeitsarbeit
- ▶ Teilnehmer gewinnen
- ▶ Infoveranstaltung
- ▶ HelferInnen vorbereiten
- ▶ Marktplatz organisieren
- ▶ Dokumentation
- ▶ Marktplatz evaluieren

Toolbox zur Marktplatz-Methode



Diese „Marktplatz-Toolbox“ ist neben dem Marktplatz-Leitfaden ein weiteres praktisches Unterstützungsangebot für die Verbreitung der Marktplatz-Methode. Die Toolbox stellt erprobte Vorlagen von vielen erfahrenen Vorbereitungsgruppen für alle Arbeitsmaterialien zum Download bereit, die für die Organisation und Durchführung eines Marktplatzes nützlich sind.

Die Toolbox ist gegliedert nach den groben Phasen der Organisation und Durchführung eines Marktplatzes: Von der Idee (Was ist ein Marktplatz?) und der Planung, über die

Öffentlichkeitsarbeit, Teilnehmergebung, Infoveranstaltungen für Organisationen und die Vorbereitung der Helfer bis hin zur Durchführung und Dokumentation des Marktplatzes.

Bei der Auswahl der vielen Unterlagen, die uns für die Toolbox sehr großzügig zur Verfügung gestellt wurden, haben wir darauf geachtet, dass Materialien aus kleinen und großen Städte, aus Stadt und Land, Ost und West ebenso zu finden sind, wie ausgefeiltere und aufwändiger gestaltete als auch einfachere Vorlagen, die ihren Zweck aber ebenfalls erfüllt haben. Die Quellen sind zur Information jeweils angegeben. Die Vorlagen stehen als Word-Datei, umfangreichere Unterlagen (wie z.B. Dokumentationen) und einige andere Dokumente, die als Anregung nützlich sind, stehen als PDF zum Download zur Verfügung. Alle Materialien der Toolbox können 1:1 übernommen oder für den Einsatz vor Ort angepasst werden.

Die Bertelsmann Stiftung bedankt sich bei allen Marktplatz-Organisatoren, die uns für diese Website Materialien zur Verfügung gestellt haben. Wir bitten um Verständnis, dass nicht alle Dokumente publiziert werden konnten.

<http://www.gute-geschaefte.org/270.0.html>

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

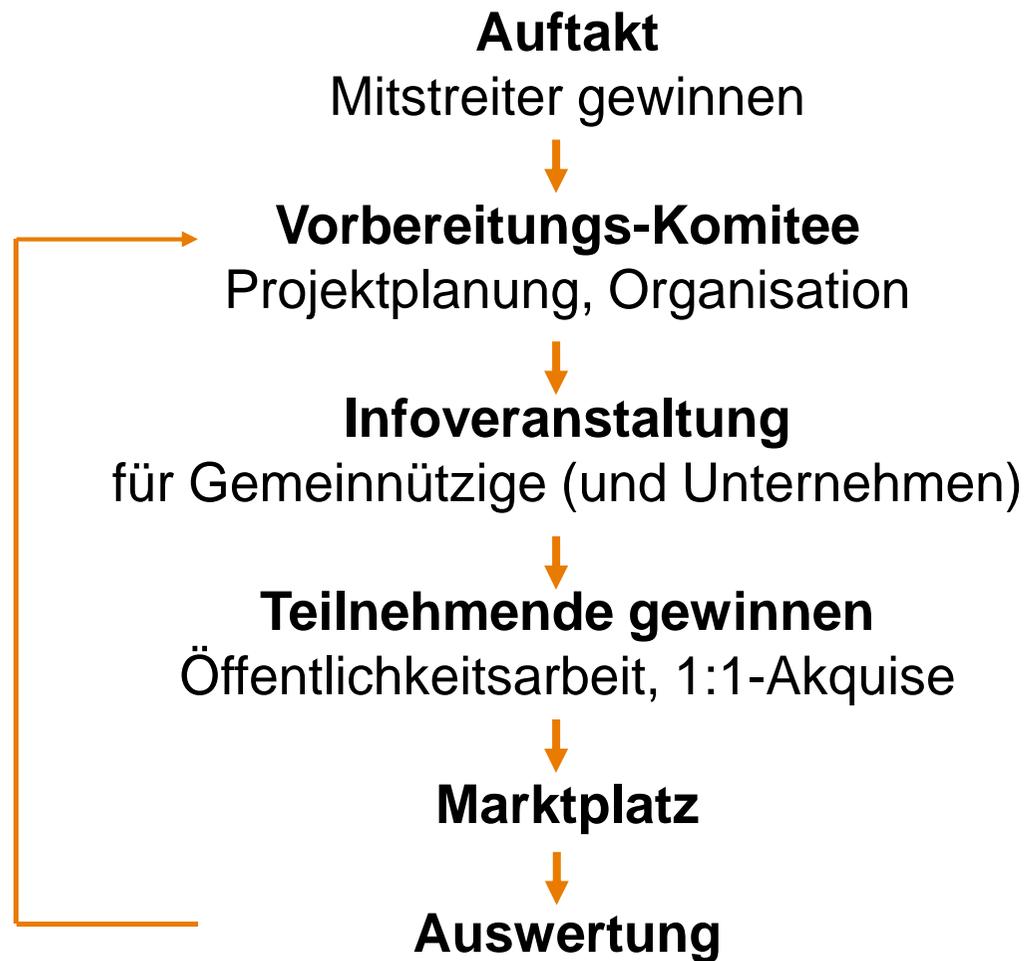
Viel Erfolg - und viel Vergnügen !



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

Marktplatz-Organisation



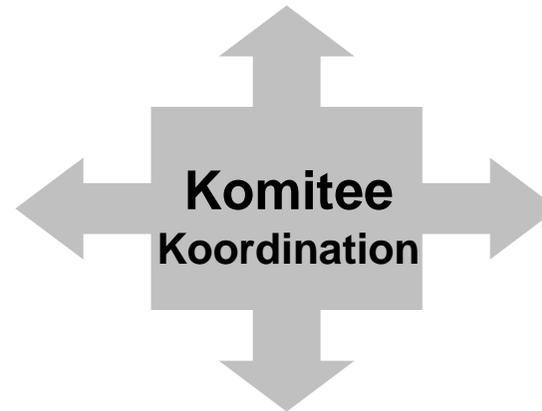
Aufgaben Vorbereitungskomitee

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

Projektideen



**Kinderolympiade
„Spielen statt Streiten“**



**Fussballturnier mit
Ex-Sträflingen**



**Erstellung einer
Broschüre**



**Ausflug zu einem
Bauspielplatz**



Aufbau eines Tippies



**Zahlenwerkstatt für die
Wummelbude bauen**

UPJ: Netzwerk für Corporate Citizenship und CSR



- informieren
- vernetzen
- beraten
- Projekte



- 26 gemeinnützige Mittlerorganisationen
- in 14 Bundesländern

- 29 Unternehmen im bundesweiten Netzwerk
- 40 Unternehmen in zwei regionalen Netzwerken (Brandenburg, Rhein-Main)