



Gute Geschäfte Kassel
Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige



FreiwilligenZentrum Kassel e.V.
Spohrstrasse 5
D-34117 Kassel

Tel: 0561.10 24 25
Fax: 0561.739 86 79
E-mail: info@freiwilligenzentrumkassel.de
www.freiwilligenzentrumkassel.de

Informationen zum Projekt „Gute Geschäfte“
finden Sie auch im Internet unter

www.kasseler-gute-geschäfte.de

Dokumentation

Gute Geschäfte

1. Kasseler Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige

WUNSCHERFÜLLER



Freiwilligen Zentrum Kassel
...macht Sinn!



Gute Geschäfte Kassel
Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige

Eine Idee wandert aus Holland nach Kassel

Henk Kinds, niederländischer Erfinder der Marktplatz-Methode: „Mir sagte man, die Deutschen seien nicht so spontan. Das stimmt nicht: Alle hier in Kassel waren sehr kreativ!“

KASSEL; 8. November 2006. „Kassel ist beim Ehrenamt und bürgerschaftlichen Engagement in Hessen ganz weit vorne!“ Die das zur Eröffnung des 1. Kasseler Marktplatzes sagt, muss es wissen: Oda Scheibelhuber, Staatssekretärin im hessischen Innenministerium. Was in den Niederlanden Beursvloer heißt, ist unter dem Marktplatz-Motto „Gute Geschäfte“ in Nordhessen angekommen.

Überzeugendes Kasseler Konzept

Im Rückblick klingt alles ganz einfach: Das FreiwilligenZentrum Kassel setzt sich 2006 in einer bundesweiten Ausschreibung der Bertelsmann Stiftung neben den Freiwilligenagenturen in Frankfurt/Main und Jena durch. Innerhalb ihrer Kampagne „Corporate Social Responsibility – Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ will die Gütersloher Stiftung die niederländische Marktplatz-Methode in Deutschland einführen. In Kooperation mit der Kasseler Sparkasse bewirbt sich das Freiwilligen-Zentrum Kassel und bekommt den Zuschlag: Unter der Konkurrenz von 26 Bewerbern der Beweis für ein überzeugendes Konzept!

Freiwilliges Engagement im Wert von 80.130 Euro

Am 8. November 2006 ist es soweit: 25 Unternehmen, Selbständige und Freiberufler handeln mit 27 gemeinnützigen Organisationen auf dem 1. Kasseler Marktplatz gut 60 Vereinbarungen über beiderseitiges freiwilliges Engagement im Wert von 80 130 Euro aus. Der Anfang für neue soziale Partnerschaften zwischen gemeinnützigen Initiativen und Unternehmen in Nordhessen ist gemacht.

Im Scheinwerfer der Öffentlichkeit

„Bürgerschaftliches Engagement und innovatives Denken gehören ans Licht der Öffentlichkeit“, ruft Oda Scheibelhuber den Beteiligten zu, bevor das Handeln losgeht. In Kassel ist der öffentliche Scheinwerfer bereits angegangen: Zeitungen und Hörfunk berichten ausführlich. Die niederländische Beursvloer-Idee hat Lust auf mehr gemacht. Im März 2008 wird der Startgong für den 2. Kasseler Marktplatz geschlagen.

Marktplätze – ein neues Kapitel bürgerschaftlichen Engagements

„Gute Geschäfte“, das Motto klingt nach handfestem Ausloten von Angebot und Nachfrage, nach Preis- und Leistungsverhandlungen, nach Geschäftsabschlüssen...

...mit einem Unterschied: Es geht um die gute Sache. Und genau so ist es am 8. November 2006 in Kassel. Das Foyer der Kasseler Sparkasse wird zum Marktplatz, gemeinnützige Organisationen werden zu Handelspartnern, Unternehmer werden zu sozial Arbeitenden: Das FreiwilligenZentrum Kassel schlägt mit dem 1. Kasseler Marktplatz ein neues Kapitel bürgerschaftlichen Engagements in Nordhessens Metropole auf.

Schildchen für die Wiedererkennung

Mohrrüben im Marktkorb, Aktenordner als Kopfschmuck, Pferdchen aus Pappmachee: Die weitläufige Eingangshalle des Bankinstituts füllt sich schon kurz nach 17 Uhr. Vor der Anmeldung bildet sich eine lange Schlange. Unter den Wartenden fallen die Vertreter der Organisationen mit ihren einfallsreichen Kostümen sofort ins Auge. Dezent erscheinen dagegen die Unternehmer und ihre Mitarbeiter. Damit das gegenseitige Erkennen trotzdem nicht dem Zufall überlassen bleibt, gibt's farbige Namensschildchen: grüne für die Organisationen, orange für die Unternehmen, gelbe fürs Organisationsteam und weiße für die Gäste.

Fast 99 Luftballons

„Man-/Womanpower“, „Kompetenzen/Know How“, „Mittel“, „Marketing, PR und Internet“, „Netzwerke“ ist auf Schildern in Luftballonform über den Themen-Handelsplätzen zu lesen. An den Säulen der Markthalle sind die Wünsche und Gegenleistungen der Organisationen angeschlagen. Die Makler, erkennbar an ihren blau-weißen Schärpen, postieren sich an den verschiedenen Handelsplätzen.

Büroorganisation für Akrobatik

„Alles ist verhandelbar – außer Geld“, ermuntert Projektleiterin Anneke Gittermann vom Freiwilligen-Zentrum die Akteure und tut geheimnisvoll, „vielleicht treffen Sie gleich Ihren Traumpartner!“

Um 17.30 Uhr schlägt Staatssekretärin Oda Scheibelhuber in Vertretung des Schirmherrn, Ministerpräsident Roland Koch, den Gong. Jetzt ist anderthalb Stunden lang „Speed Dating“ angesagt.

Sofort taucht der Saal in ein vielstimmiges Gemurmel. Gespräche, wohin das Auge blickt. Die Vertragsformulare werden mit größter Ernsthaftigkeit ausgefüllt: Art des Einsatzes seitens der Unternehmen, Gegenleistung der Organisationen, Arbeitsaufwand und geschätzter Wert der Vereinbarung in Euro.

Da wird ein Workshop für Büroorganisation gegen einen Akrobatikkurs, das Konzept für eine Gartenanlage gegen ein internationales Büfett, eine Inforeveranstaltung über Vereinsrecht gegen einen Familien-nachmittag im Hexenhaus verhandelt.

Wenn die Wunscherfüllerin ihre helfende Hand ausstreckt

Wer im Gewusel nicht gleich findet, was er sucht, bekommt Hilfe:

- von Moderatorin Andrea Ortolano, die als Wunscherfüllerin den Suchenden an die Hand nimmt
- von den Maklern, die jeweils auf ihrem Handelsplatz, wissen, wer zu wem passen könnte
- von Staatssekretärin Oda Scheibelhuber, die persönlich ans Mikrofon läuft und noch freie Angebote ausruft.

Vom Berichterstatter zum Vertragspartner

Am Tisch des Expertenteams können die erfolgreichen Handelspartner es gar nicht erwarten, ihre Vereinbarung zu besiegeln. Flugs den Vertrag registrieren lassen und zum nächsten Sondierungsgespräch auschwärmen. Nahezu jede Organisation und jedes Unternehmen trifft mehrere Vereinbarungen mit verschiedenen Partnern. Und selbst der Journalist, der eigentlich „nur“ zur Berichterstattung kam, lässt sich vom Handelsfieber packen und bietet Hilfe in Sachen Pressearbeit an.

Geschafft! Über 60 Engagement-Vereinbarungen

Die Atmosphäre ist locker. Hier und da ist ein Lachen zu hören, ein erstauntes „Aha“, ein energiegeladenes „na, dann wollen wir mal!“.

Mancher Handeltreibende braucht eine kurze Verschnaufpause, sinkt in einen der Sessel, nimmt einen Schluck Mineralwasser oder Saft. Dann geht's weiter. Der Austausch ist so intensiv, dass die Zeit nur so dahinfliegt. Als nach anderthalb Stunden der Schlussgong ertönt, mag kaum einer glauben, dass der Handel für dieses Mal schon vorbei sein soll.

Für kurze Zeit tritt andächtige Stille ein. Projektleiterin Anneke Gittermann gibt bekannt, dass über 60 „Gute Geschäfte“ gemacht worden sind. Die Marktplatz-Methode hat in Kassel Fuß gefasst.



Beispiele gefällig?

Die Planungsgesellschaft terra aqua plant für den AKGG, Arbeitskreis Gemeindenahe Gesundheitsversorgung, eine Wasserspielstätte. Die terra aqua-Mitarbeiter gehen dafür mit AKGG-Kanus aufs Wasser und ihre Kinder dürfen in die Ferienbetreuung.

Truss Haustechnik überlässt den Freunden des Puppen- und Spielzeugmuseums eine Ausstellungsküche für eine Fotoausstellung. Dafür gibt's auf der nächsten Weihnachtsfeier eine Märchenauf-führung für die Mitarbeiter.

Die Kasseler Entwässerungsbetriebe machen eine Betriebsführung. Sie bieten Infos zur Ausbildung im Unternehmen und über Praktika. Vabia, Verein für Ausbildung und Beratung, Integration und Arbeit in Vellmar bei Kassel, entführt die Mitarbeiter der Entwässerungsbetriebe auf eine Reise durch die Industriegeschichte Kassels.

Die Unternehmensberatung Müller + Partner hilft dem Circus Rambazotti beim Zeitmanagement und in der Arbeitsorganisation auf die Sprünge. Rambazotti revanchiert sich mit einem Zirkus-Workshop.

Roberts Marken und Kommunikation hilft dem Verein Soziale Hilfe bei der Werbung fürs Tigerentenrennen und der Gewinnung von Unternehmen, die diese mittlerweile besondere Benefizveranstaltung unterstützen. Als Dankeschön werden für Robert Köster und sein Team am großen Tag 200 Tigerenten auf der Fulda zu Wasser gelassen.

Niederländisch für Marktplatz-Händler

„Beursvloer“: Das Wort ist niederländisch und heißt Börsenparkett. Doch während wir in Deutschland an die Frankfurter Börse oder die New Yorker Wall Street denken, hat das Wort bei unseren holländischen Nachbarn seit einiger Zeit einen Zweiklang. Börse im herkömmlichen Sinn
...und Marktplatz für gesellschaftliche Anliegen: Nachfrage und Angebot von Freiwilligenarbeit bestimmen hier das Geschehen.

Freiwilliges Engagement ist in den Niederlanden ein selbstverständlicher Teil des Alltagslebens. Schon 1996 startete die Beursvloer-Methode zunächst auf einem nationalen Marktplatz. Grundidee: Unterneh-

men und gemeinnützige Organisationen begegnen sich ebenbürtig. Sie tauschen zum beiderseitigen Gewinn Leistung und Gegenleistung aus. Doch etliche Projekte verliefen im Sande, weil der landesweite Rahmen zu groß, zu unübersichtlich war.

Die Idee wurde deshalb noch lange nicht begraben, sondern weiterentwickelt: 2001 gab es in Arnheim den ersten lokalen „beursvloer“. Im Jahr 2006 waren es schon 25. Die Methode verbreitete sich sehr schnell übers ganze Land. Firmen und Organisationen schlossen „matches“ – Engagement-Verträge.

„Die Zeit ist reif“, sagt Henk Kinds, Vordenker und Entwickler der Marktplatz-Methode in den Niederlanden. Das meint er auch für Deutschland, auch für Kassel!

„Die Kreativität ist beeindruckend“



Herr Kinds, als Erfinder der Marktplatz-Methode in den Niederlanden können Sie vergleichen: Was haben die Beursvloers bei Ihnen zuhause und der 1. Kasseler Marktplatz gemeinsam?

Henk Kinds: Die Begeisterung ist die Gleiche. Alle sind ganz engagiert und konzentriert dabei. Auch die Wünsche, also Angebot und Nachfrage, sind sehr ähnlich.

Was ist in Kassel anders?

Henk Kinds: Die Kreativität der Organisationen hier in Kassel ist größer. Ihre Darstellung ist viel bunter. Da könnten die Niederländer mal hierher schauen und Beispiele sammeln.

Und das, obwohl die Niederländer „alte Hasen“ in Sachen Marktplatz-Methode sind?

Henk Kinds: Ja, es wäre gut, wenn sich Partnerschaften zwischen deutschen und niederländischen Marktplätzen entwickeln. Das könnte ein guter gegenseitiger Austausch sein.

Wie profitiert die Gesellschaft insgesamt von den Marktplätzen?

Henk Kinds: Sie profitiert erstens natürlich durch die Beiträge, die die Firmen für die gemeinnützigen Organisationen leisten – auch im materiellen Sinn. Zweitens, und meines Erachtens ist das wichtiger: Die Gesellschaft profitiert immateriell. Denn die Kooperationen zwischen den beiden Bereichen bieten neue Chancen für Innovation und Tragfähigkeit im sozialen Bereich.

Damit die Marktplätze funktionieren, müssen die „richtigen“ Partner daran teilnehmen: Für welche Unternehmen ist der Marktplatz der passende Handelsplatz?

Henk Kinds: Er passt für große und für kleine Unternehmen. Die Großen suchen vielleicht eher Engagementmöglichkeiten für ihre Mitarbeiter, die Kleinen können ihre Sachmittel und Fachkenntnisse sehr gut einsetzen.

Wie sehen Sie die Zukunft für die Marktplatz-Methode in Deutschland?

Henk Kinds: Zunächst wird es noch viel mehr Städte und Gemeinden geben, in denen die Marktplätze stattfinden. Später werden sich daraus auch viele neue Formen von Speed Dating entwickeln. Das war ein guter Start hier in Kassel und in den beiden anderen Städten. Es geht weiter!

Nordhessische Salami-Taktik

Es ist in der Politik so, es ist in der Wirtschaft so: Die wirklich guten Gespräche ergeben sich beim Essen. Warum sollte das als krönender Abschluss des 1. Kasseler Marktplatzes anders sein? Eben!

Verhandeln, erläutern, Verträge abschließen: Die „Guten Geschäfte“ haben hungrig und durstig, aber keinesfalls müde gemacht. Gerade noch Händler und Käufer, jetzt Tischnachbarn.

Auf der Galerie des Sparkassen-Foyers ist ein Büffet aufgebaut, das verbrauchte Energie im Nu zurückbringt. Ahle Worscht – die nordhessische Salami darf nicht fehlen –, Rohkost, Käse, viele leckere Kleinigkeiten und im Ausschank vom Mineralwasser bis zum Wein aus den hessischen Staatsgütern für jeden etwas.

Schnell sind die Stehtische umlagert. Ein Small Talk-Stimmengewirr erfüllt die Luft. Wer ist wer, was macht er sonst noch so? „Ach, vorhin gar nicht gesehen!“ Das gute Gefühl, gemeinsam etwas Neues ausprobiert zu haben, schafft eine heiter verbindende Atmosphäre. Und ehe sich's die Gesprächspartner versehen, ist sogar noch ein neuer Kontakt geknüpft, kommt noch ein weiteres Geschäft unter Dach und Fach.

Gerd Placke, Projektleiter bei der Bertelsmann Stiftung, die den Stein in Kassel, Frankfurt und Jena ins Rollen brachte, ist beeindruckt: „Dass die Leute hinterher noch so lange beieinander bleiben – das ist eine Kasseler Spezialität!“



Das Marktplatz-Erfolgsrezept

Man nehme:

- ein einfaches Konzept: Wirtschaft trifft Soziales
- einen überschaubaren Zeitrahmen: anderthalb Stunden
- Gemeinnützige, die auf Augenhöhe mit Unternehmen verhandeln wollen
- Unternehmen, die Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen wünschen
- viele Organisationstalente, angeleitet vom FreiwilligenZentrum Kassel
- einen geeigneten Ort: Platz genug für „Gute Geschäfte“
- einen vitalisierenden Imbiss: Stärkung und Small Talk inbegriffen

Man genieße:

- gemeinsames Engagement von Unternehmen und Gemeinnützigen,
- das beide Seiten bereichert und unsere Stadt lebens- und lebenswerter macht

Sieben gute Gründe

für Unternehmen

Für engagierte Unternehmen geht es auf dem Marktplatz um mehr als Wohltätigkeit. Es geht um das Schaffen von win-win-Situationen. Aktives Engagement im eigenen lokalen Umfeld kann Firmen helfen, ...

1. neue Märkte aufzutun
2. den Stolz der Mitarbeiter auf das Unternehmen zu steigern
3. neue Kunden zu finden
4. Kontakt in die Politik und zu anderen Unternehmen zu knüpfen
5. sich in der Stadt zu verankern
6. ihren Bekanntheitsgrad zu steigern
7. und einen Tick besser zu sein als die Konkurrenz.

für Gemeinnützige

Die aktive Zusammenarbeit mit Unternehmen bedeutet für gemeinnützige Organisationen eine Investition in die Zukunft. Gut vorbereitet kann sie Gemeinnützigen helfen, ...

1. das eigene Netzwerk zu vergrößern
2. das Selbstbewusstsein der Organisation zu steigern
3. den Zusammenhalt im Team zu stärken
4. von Unternehmen zu lernen
5. sich klar zu machen, dass man Unternehmen etwas zu bieten hat
6. von staatlichen Leistungen unabhängiger zu werden
7. gute Projekte öffentlichkeitswirksam umzusetzen.

Das Echo des Marktplatz-Gongs weit über den Tag hinaus

Die Unternehmen loben

- das angenehme, lockere und arbeitsame Klima
- die Organisationen als Handelspartner auf Augenhöhe
- das bunte Markttreiben
- die ideenreiche Präsentation der Gemeinnützigen
- die professionelle Organisation des FreiwilligenZentrums Kassel
- den anschließenden Imbiss als runden Abschluss.



Die Gemeinnützigen loben

- die lebendige und kommunikative Stimmung
- das Geben und Nehmen zwischen Wirtschaft und Sozialem
- das Sparkassen-Foyer als ideale Markthalle
- Moderatorin und Makler als freundliche Helfer
- die intensive Vorbereitung im Marktplatz-Workshop
- den anschließenden Imbiss als Stärkungs- und Gesprächsforum.

„Gut, dass es nicht um Geld ging“

Mit der Entscheidung des FreiwilligenZentrums Kassel, die Marktplatz-Methode nach Kassel zu holen, beginnt die Suche nach Unternehmenspartnern.

Die Ausschreibung der Bertelsmann Stiftung für die Pilot-Marktplätze macht es nämlich zur Bedingung, dass eine Freiwilligenagentur und ein örtliches Unternehmen sich für die Organisation und Umsetzung des Projektes verbindlich zusammentun. Schnell findet sich mit der Kasseler Sparkasse genau dieser Partner.

Schon seit langem unterstützt sie das FreiwilligenZentrum und den Freiwilligentag in Kassel. Auch für die neue Idee springt der zündende Funke sofort über. Die Kasseler Sparkasse übernimmt das Eventmanagement, und sie lässt ihre Kontakte bei der Akquise von Unternehmen spielen.

Wolfram Ebert, Stellvertretendes Vorstandsmitglied der Kasseler Sparkasse, hat gemeinsam mit weiteren Kollegen an der Organisation des 1. Kasseler Marktplatzes selbst mitgewirkt. Er ist überzeugt von der Marktplatz-Methode:

„Wir waren von der Idee von Anfang an begeistert und haben sofort zugesagt.“

Wir sind selbst ein gemeinnütziges Unternehmen. Das heißt: Wir nehmen es sehr ernst, einen Teil des Gewinnes, den wir in der Region erwirtschaften, an die Menschen in der Region zurückzugeben. Mit vier Stiftungen fördern wir seit vielen Jahren soziale, kulturelle und sportliche Initiativen.

Die Idee des Marktplatzes werden wir auch in Zukunft unterstützen. Sie motiviert Unternehmen zu gesellschaftlichem Tun. Sie gibt ihnen die Möglichkeit, von sich aus aktiv nach einem passenden sozialen Engagement zu suchen und nicht nur auf Anfragen wie Spendenbriefe zu reagieren. Unternehmer, die auf dem 1. Kasseler Marktplatz vertreten waren, und mit denen ich anschließend gesprochen habe, waren begeistert. Sie empfanden es als gut, dass es nicht um Geld sondern um Arbeitskraft, Material und Know How ging.

Ich selbst war beeindruckt, wie viele verschiedene Menschen sich trafen und wie bunt der Marktplatz war. Bei einer der Organisationen traf ich sogar einen Bekannten, den ich 20 Jahre lang nicht gesehen hatte. So wurde der Marktplatz für mich – und sicher für andere auch – zu einem sehr persönlichen Erlebnis.“



Wolfram Ebert
Kasseler Sparkasse





Der Beginn wunderbarer Freundschaften

Firmen, die sich engagieren; Gemeinnützige, die Unterstützer suchen: Das gibt es doch schon. Warum haben Sie die Marktplatz-Idee nach Kassel geholt?

Anneke Gittermann: Üblicherweise sieht es ja so aus: Auf den Schreibtischen der Unternehmen stapeln sich die Spendenanfragen. Das kann zur echten Belastung werden, wie mir mehrere Unternehmer berichteten.

Auf der anderen Seite fühlen sich die Organisationen in der Rolle eines Bittstellers überhaupt nicht wohl. In den Niederlanden habe ich während eines Marktplatzes die Begeisterung, Freude und positive Atmosphäre erlebt. Das zeigte mir, dass es möglich ist, Engagement auf eine sehr lustvolle Art anzubringen. Auf dem Marktplatz kann jeder mit jedem in Kontakt kommen und unmittelbar entscheiden: Wäre das was für mich?

Diese Art Speed Dating für Unternehmen und Gemeinnützige erleben beide Seiten als inspirierende Erfahrung.

Kein Projekt der Welt funktioniert ohne professionelle Vorbereitung. Was war im Vorfeld für den 1. Kasseler Marktplatz zu tun?

Anneke Gittermann: Man braucht nur engagementbereite Unternehmen, gemeinnützige Organisationen, einen guten Veranstaltungsraum und eineinhalb Stunden Zeit: Schon ist es ein Marktplatz!

Im Ernst: Hinter diesem Grundprinzip stehen ein gutes halbes Jahr Vorbereitung sowie intensive Konzept-, Überzeugungs- und Akquisearbeit unter der Projektleitung des FreiwilligenZentrums gemeinsam mit Projektpartnern aus der Wirtschaft und dem Non-Profit-Bereich.

Die Homepage zu erstellen, die Organisationen zu briefen, für den Abend zu werben, die Unternehmen zu informieren, Engagementfelder zu erschließen sowie Botschafter, Makler und Moderatoren zu finden – für all das haben die Partner aus der Projektgruppe ihre Ressourcen zu Verfügung gestellt.

Den Organisationen wurden vorher Workshops zusammen mit der Unternehmensberatung Müller + Partner angeboten. Was bekamen sie dort mit auf den Weg?

Anneke Gittermann: Wir haben vermittelt, dass Geld nicht alles ist, dass es sich lohnt, über vielfältigere Formen der Unterstützung nachzudenken. Da geht es um Know How, Sachmittel, Infrastruktur und Kontakte.

Die Organisationen haben im Workshop erarbeitet, was sie selbst zu bieten haben. Und das ist mehr als genug, um selbstbewusst und auf gleicher Augenhöhe in die Verhandlungen mit den Unternehmen zu treten.

Sie sind im Vorbereitungs-Workshop zusammen Fahrstuhl gefahren?

Anneke Gittermann: So ähnlich. In der sogenannten „Fahrstuhlübung“ haben wir folgende Situation durchgespielt: Sie begegnen im Aufzug Mr. Right. Sie müssen es schaffen, sich binnen kürzester Zeit interessant rüberzubringen – damit hinterher noch eine gemeinsame Tasse Kaffee drin ist und der Beginn einer wunderbaren Freundschaft genossen werden kann.

Genau so ging es später auf dem Marktplatz zu: Erst intensiv handeln und „Gute Geschäfte“ machen, dann am Büfett plauschen.

Wie haben Sie das Treiben auf dem 1. Kasseler Marktplatz empfunden?

Anneke Gittermann: Bunt, verlockend und vielfältig. Es hat mich riesig gefreut, dass es so wuselig-schön war und dass so viele „Gute Geschäfte“ gemacht wurden, von denen alle profitieren – Gemeinnützige, Unternehmen, die dahinter stehenden Menschen und Kassel als Stadt.

Und das ist ja erst der Anfang gewesen. Denn das, was wir hier begonnen haben, setzt sich in den gegründeten Partnerschaften fort.

Es gab über 60 Vereinbarungen, die auf dem Marktplatz geschlossen wurden. Waren das Tauschgeschäfte oder mehr?

Anneke Gittermann: Viel mehr als Tauschgeschäfte! Denn neben den schriftlichen Vereinbarungen gab es viele Kontakte, die in der Zwischenzeit ebenfalls zu Engagements geführt haben. Darüber hinaus geht es immer darum, gemeinsam etwas für die Gesellschaft zu tun und damit Verantwortung für unsere Stadt und die Menschen um uns herum zu übernehmen.

„Höchste Rendite, denn jeder ist Geber und Nehmer“

Er kam als Berichterstatter für seine Zeitung, er ging als guter Geschäftspartner des Sozialdienstes katholischer Frauen. Die Initiative zum 1. Kasseler Marktplatz hatte Claus Peter Müller von der Grün, Redakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, von vornherein begeistert. Also war er mit Block und Stift am 8. November 2006 zur Stelle. Doch dann brachte ihm der Abend mehr als den Stoff für einen Zeitungsartikel.

Mit zwei Vereinbarungen kam er zurück: Unterstützung in der Pressearbeit des Sozialdienstes und ein von ihm und seiner Frau zubereitetes Abendessen. Beim Gegenangebot, für seine Söhne eine Babypuppe als Vorbereitung auf das Elterndasein mitzunehmen, winkte er fröhlich ab. Er setzt da voll auf die Vernunft seiner beiden Sprösslinge.

„Von der Stimmung auf dem 1. Kasseler Marktplatz habe ich mich sofort anstecken und inspirieren lassen. Es war wie am Samstag morgen, wenn es in der Kasseler Markthalle richtig voll ist. Die Dichte und Enge sind stimulierend!“

Plötzlich hatte ich eine Babypuppe im Arm. So eine Puppe, mit der Jugendliche schon mal ausprobieren können, wie sich das Leben mit einem Säugling ver-

ändert. Die freiwilligen Helferinnen des Sozialdienstes katholischer Frauen kamen spontan auf mich zu und haben mich mit ihrer herzlichen Art sofort überzeugt: Ich helfe.

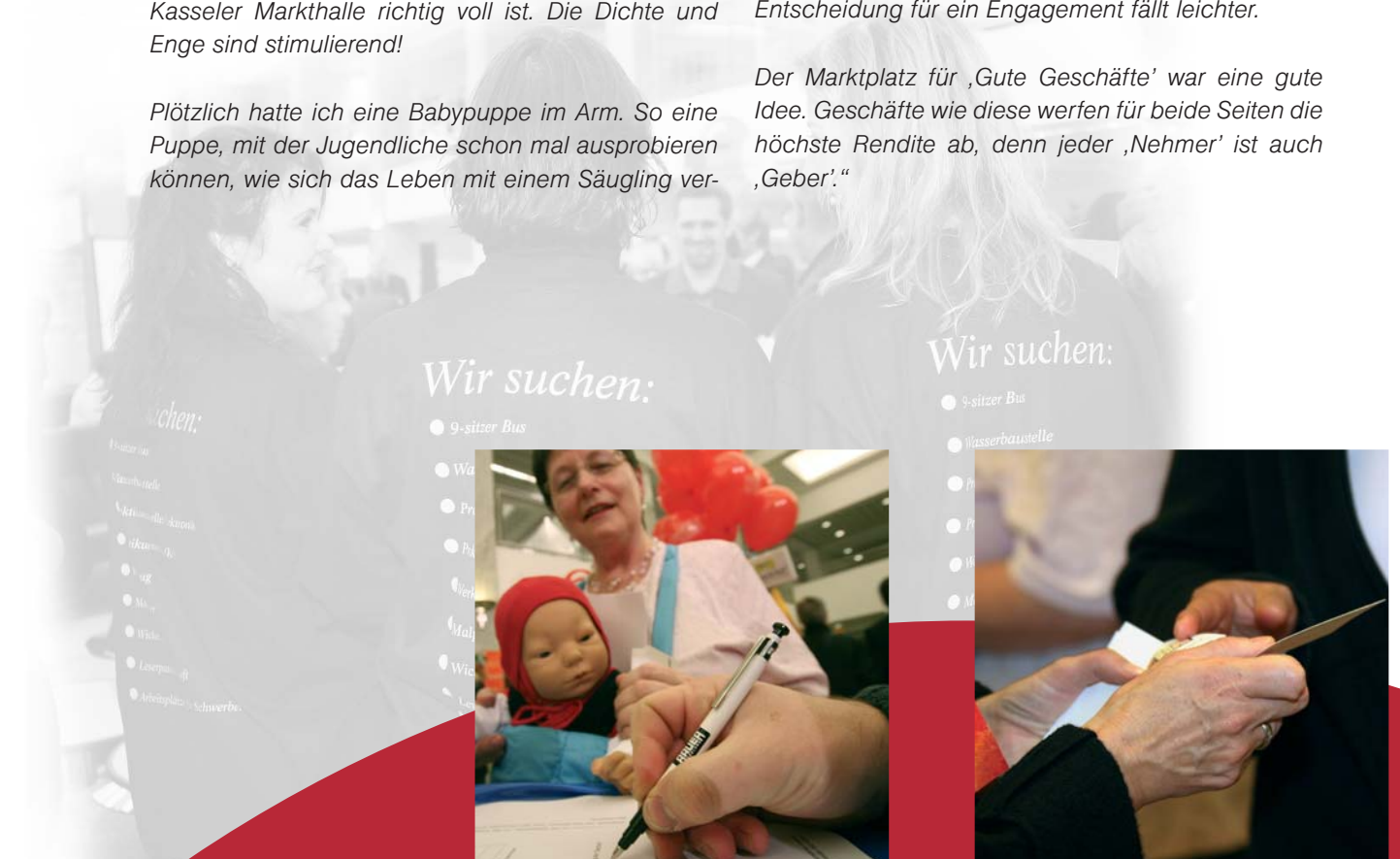
Einen Vormittag schon habe ich über Pressearbeit referiert. Und was noch wichtiger ist: Gemeinsam mit meiner Frau habe ich mich verpflichtet, für die Sozialdienst-Mitarbeiter oder als Benefizveranstaltung zu kochen.

Ich habe mit solch einem Essen schon zu anderer Gelegenheit gute Erfahrungen gesammelt. Denn auch Spender wollen überzeugt werden. Zahlreiche Organisationen werben Geld ein, doch die Umworbene können nicht jedem helfen. Sie wären überfordert. Die Einladung zum Essen macht es beiden Seiten einfacher. Zudem wird das gute Werk zu einem genussorientierten Erlebnis. Man sitzt lange bei- einander, hat Zeit für Gespräche. Es ergeben sich neue Perspektiven, der Horizont weitet sich und die Entscheidung für ein Engagement fällt leichter.

Der Marktplatz für ‚Gute Geschäfte‘ war eine gute Idee. Geschäfte wie diese werfen für beide Seiten die höchste Rendite ab, denn jeder ‚Nehmer‘ ist auch ‚Geber‘.“



Claus Peter Müller von der Grün
Journalist



„Freiwilliges Engagement ist auch PR“

Reinhild Kassing, Illustratorin und Cartoonistin, hat auf dem 1. Kasseler Marktplatz zwei Engagement-Vereinbarungen getroffen:

Für den fab, Verein zur Förderung der Autonomie Behinderter, entwirft sie eine Zeichnung, die für die Feierlichkeiten zum 20-jährigen Bestehen des Vereins verwendet werden kann; für den Sozialen Friedensdienst gestaltet sie eine Postkarte. Belohnung: ein Dinner im Dunkelcafé; ein Vortrag über Friedensprojekte in Übersee.

„Aus meiner Biografie ist mir freiwilliges Engagement überhaupt nicht fremd. ‚Arbeit‘ ist für mich nie nur bezahlte Erwerbsarbeit gewesen. Ich stelle beiden Projekten meine Arbeit, mein Handwerk als Zeichnerin, ohne Bezahlung zur Verfügung. Den Begriff ‚Ehrenamt‘ verwende ich dafür nicht so gern. Ich gehe mit der Arbeit aus diesen Marktplatz-Verträgen genauso um, wie mit meiner anderen Arbeit.“



Ich fand es interessant, wie sich die einzelnen Projekte auf dem Marktplatz präsentierten. Das Gewusel, die relative Zeitnot passten – ich würde nicht drei Stunden damit zubringen wollen. Allerdings hätte ich es als Freiberuflerin gut gefunden, wenn noch Gelegenheit zu Kontakten der Unternehmen untereinander gewesen wäre.

Für mich bietet sich die Chance, in Projekte, die ich schon lange vom Namen und von außen kenne, rein zu schnuppern, und die Leute, die dahinter stehen, kennen zu lernen.

Natürlich ist freiwilliges Engagement für mich auch PR. Die jeweiligen Produkte sind mit meinem Namen verbunden. Gleichzeitig muss ich auch darauf achten, dass nicht ein generelles Bild entsteht: Die Reinhild macht so was auch ohne Geld.

Auf den Vortrag über Friedensarbeit in anderen Ländern freue ich mich. So etwas schaue ich mir gerne an. Und der Besuch im Dunkelcafé ist wirklich etwas Spannendes. Das wollte ich schon lange mal machen.“

Boris Boxan, Inhaber von Boxan Repro + Druck in Kassel, hat auf dem 1. Kasseler Marktplatz gleich fünfmal „ja“ gesagt.

Dafür, dass er für die Georg-Büchner-Schule einen Praktikumsplatz zur Verfügung stellt, gibt's Brennholz. Für den Hospizverein Kassel werden zwei Broschüren gedruckt, die Organisation informiert über das aktuelle Thema Patientenverfügung. Für die Freunde des Puppen- und Spielzeugmuseums wird ein Flyer gestaltet und gedruckt. Weihnachtsmärchen sind zu gegebener Zeit das Dankeschön. Und das FreiwilligenZentrum Kassel bekommt den Druck des Plakates für den 6. Freiwilligentag. Die roten Poster mit dem Schriftzug „Freiwillig in Kassel!“ genießen inzwischen Kultstatus. Die Freiwilligenagentur revanchiert sich mit einem Freiwilligentagsprojekt für die Boxan-Mitarbeiter.

„Wider Erwarten gab es von Seiten der Gemeinnützigen sehr interessante Angebote, die darüber hinaus mit viel Mühe und Einfallsreichtum präsentiert

Boris Boxan
Boxan Repro + Druck



wurden. Dies hat mir sehr imponiert und mich bewegt, insgesamt fünf Verträge abzuschließen.

Teilweise sind sie bereits eingelöst worden. Aber bisher ist kein Projekt komplett abgeschlossen. Das liegt an einer langwierigen Vorarbeitsphase oder es dreht sich um Projekte, die erst im Laufe des Sommers aktuell werden. Zum Beispiel der Freiwilligentag. Für das FreiwilligenZentrum engagieren wir uns schon lange – unter anderem mit dem kostenlosen Druck von Prospekten, Plakaten, Flyern und anderem.

Zugegeben: Anfangs war ich skeptisch und hatte befürchtet, dass sich der Marktplatz zu einer einseitigen Veranstaltung auf Kosten der Unternehmen entwickeln würde. Dem war aber nicht so!

Ich finde, das Konzept ist voll aufgegangen und hat für beide Seiten einen interessanten Austausch gebracht. Ich habe darüber hinaus neue Kontakte in unterschiedliche Richtungen knüpfen können, die für mich geschäftlich interessant sein könnten.“

Peter Husheer, Notar:
Das war keine Arbeit,
das war Vergnügen!

Oda Scheibelhuber, Staatssekretärin
im hessischen Innenministerium:
Kassel ist beim Ehrenamt und beim
bürgerschaftlichen Engagement in
Hessen ganz weit vorne!

Henk Kinds, Erfinder der
Marktplatz-Methode: Alle in Kassel
waren sehr kreativ. Es wäre gut,
wenn die Niederländer mal
hierher guckten.

Alexander Koisser vom Zirkus
Buntmaus: Durch unser selbst-
bewusstes Auftreten fühlten wir
uns auf Augenhöhe. Wir haben
ja schließlich nicht gebettelt,
sondern Geschäfte gemacht.

Hilla Zavelberg-Simon vom Migrationsdienst
des Caritasverbandes: Persönlicher Kontakt
in Augenhöhe hat wesentlich mehr Effekt
und positive Wirkkraft als ein Brief oder ein
anonymes Telefonat.
Der Veranstaltungsrahmen insgesamt hat
dies sehr gut möglich gemacht. Seriosität,
Professionalität und Kompetenz auf beiden
Seiten ist dadurch gut erkennbar geworden.

Rut Wilken vom Arbeitskreis
Gemeindenahe Gesundheits-
versorgung: Klar, wir sind beim
nächsten Mal wieder dabei!

Rita Besserer von Soziale Hilfe:
Es war leicht für uns, mit den Unter-
nehmern in Kontakt zu kommen.
Durch unsere ‚Aufmachung‘ kamen
wir gut ins Gespräch. Wir sind locker
auf die Anbieter zugegangen, weil wir
wussten, dass alle etwas wollen. Und
wir fühlten uns mit den Unternehmern
auf Augenhöhe. Schließlich hatten wir
auch etwas im Gepäck.

Bertram Hilgen, Oberbürgermeister:
Gute Geschäfte ist eine tolle Sache
mit jeweils zwei Partnern und drei
Gewinnern: Denn das Projekt stiftet nicht
nur sinnvolle Kooperationen zwischen
den gemeinnützigen Organisationen
einerseits und den Unternehmen anderer-
seits. Auch das kommunale Gemein-
wesen insgesamt profitiert, da die bereits
vielfältige und vitale Landschaft bürgerli-
chen Engagements in unserer Stadt
durch den 'Kasseler Marktplatz für
Unternehmen und Gemeinnützige' um
einen weiteren innovativen Aspekt
bereichert wird.

Susanne Woble vom Ponydrome,
Verein für therapeutisches Reiten:
Aus den Gesprächen mit anderen
Beteiligten – sowohl Vertreter der
Gemeinnützigen als auch Unter-
nehmern – nach dem Marktplatz
weiß ich, dass alle sich willkom-
men gefühlt haben. Es war eine
tolle offene Stimmung in allen
Räumen.

Frank Hellbrück vom Erfahrungsfeld
der Sinne: Genau das, was wir
gesucht haben, haben wir nicht
gefunden – aber es entstanden
in Gesprächen neue Ideen und
Möglichkeiten, die vielleicht sogar
wertvoller für uns waren, als einfach
das angeboten zu bekommen, was
man gerade sucht.

Carsten Bansch von kleine bühne 70: Einen
besonders schönen Deal haben wir mit der
Sozialen Hilfe geschlossen. Da die Soziale Hilfe
viele Wohnungslose betreut, die sehr gern ein
wenig handwerklich arbeiten würden, haben
wir vereinbart, dass fünf dieser Menschen uns
im nächsten Sommer helfen, das Theater
umzubauen. Wir sorgen im Gegenzug für die
Verpflegung und natürlich freien Eintritt zu
einer Vorstellung. So haben wir nicht nur eine
win-win-Vereinbarung geschlossen, sondern
eine win-win-win-Vereinbarung!

Danke

Die Projektgruppe

- Harold Becker, Paritätischer Wohlfahrtsverband
- Wolfram Ebert, Kasseler Sparkasse
- Dr. Alexandra Engel, HAWK Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst
- Anneke Gittermann, FreiwilligenZentrum Kassel
- Klaus Homburg, Kasseler Sparkasse
- Robert Köster, Roberts Marken+Kommunikation
- Benedikt Nasemann, FreiwilligenZentrum Kassel
- Gerrett Siebert, Direktmarketing und mehr
- Christian Stahl, Müller+Partner
- Sonja Trieschmann, Müller+Partner

Der Schirmherr

- Roland Koch, Ministerpräsident, vertreten durch
- Oda Scheibelhuber, Staatssekretärin

Die Botschafter

- Dr. Jürgen Barthel, Stadtkämmerer
- Rainer Dierichs
- Jens Hager van der Laan
- Bertram Hilgen, Oberbürgermeister
- Anne Janz, Stadträtin
- Pfr. Herbert Lucan, Referat Wirtschaft-Soziales-Arbeit der EKKW
- Michael Lezius, Arbeitsgemeinschaft Partnerschaft in der Wirtschaft
- Ullrich Messmer, IG Metall
- Prof. Dr. Rolf-Dieter Postlep, Präsident der Universität Kassel
- Holger Schach, Regionalmanagement Nordhessen
- Katharina Seewald, DGB
- Dr. Fritz Westhelle, Dithmar Westhelle Assenmacher Zwingmann & Partner
- Thomas Wirz, Direktor der Sozialversicherungsträger für den Gartenbau

Die MaklerInnen

- Harold Becker
- Dr. Jürgen Barthel
- Dr. Alexandra Engel
- Dr. Kristina Schaefer
- Gerrett Siebert
- Dr. Fritz Westhelle

Das Expertenteam

- Jürgen Heß
- Dr. Peter Husheer
- Jörg Kempe
- Stephan Sander

Die Moderatorin

- Andrea C. Ortolano

Die Unternehmen

- Anwaltskanzlei Göhlich
- Architekturbüro Elfarouk
- Boxan Repro+Druck
- büro für eventmarketing
- Business-Human Potential Development
- DGB Nordhessen
- Dithmar Westhelle Assenmacher Zwingmann & Partner
- Dr. Harald Mollberg GmbH
- CHC IT-Solutions
- FES e.K.
- Geschirrverleih Zabel
- GWG der Stadt Kassel
- Hübner GmbH
- Kasseler Entwässerungsbetrieb
- Kassel-Inside
- Müller+Partner, Personal- und Organisationsentwicklung
- Claus Peter Müller von der Grün, Journalist
- Packkunst Thomas Becker & Jörg Gnau
- Plansecur Stiftung
- Planungsgemeinschaft terra aqua
- Reinhild Kassing, Illustratorin und Cartoonistin
- Roberts Marken+Kommunikation
- Rühlig Document management GmbH
- Schütz EDV-Beratung
- Universität Kassel

Die Bertelsmann Stiftung

- Dr. Gerd Placke
- Henk Kinds
- Dieter Schöffmann

Die Förderer

- Förderverein R.D.
- Bertelsmann Stiftung
- Kasseler Sparkasse
- Land Hessen
- Müller+Partner
- Roberts Marken+Kommunikation
- SMA

Projektleitung

- Anneke Gittermann, FreiwilligenZentrum Kassel

Die gemeinnützigen Organisationen

- AKGG Arbeitskreis Gemeindenaher Gesundheitsversorgung
- Deutsche Parkinson Vereinigung
- Die Knirpse
- Erfahrungsfeld zur Entfaltung der Sinne Kassel
- Evangelisch-Freikirchliche Gemeinde Kassel Möncheberg
- Frauentreff Brückenhof
- Freie Waldorfschule Kassel
- FreiwilligenZentrum Kassel
- Freunde des Puppen- und Spielzeugmuseums Kassel
- Hospizverein Kassel
- i-Punkt – Lernhof Natur und Geschichte
- Jugendmigrationsdienst des Caritasverbandes
- Kassel spielt
- Kinder- und Jugendcircus Rambazotti
- Kleine Bühne 70
- Kulturzentrum Schlachthof
- Mütterzentrum - Verein zur Förderung der Lebensqualität für kleine und große Menschen
- Ponydrome Kassel
- Pro Dokument gemeinnützige GmbH
- Sozialdienst katholischer Frauen
- Soziale Hilfe
- Sozialer Friedensdienst Kassel
- Spielmobil Rote Rübe e.V.
- VABIA Vellmar
- Verein zur Förderung der Autonomie Behinderter FAB
- Wendepunkt 50 plus
- ZirkuTopia - Zirkus Buntmaus



Auffallen ist Trumpf: Isaac Eshum (Sozialgruppe Kassel, von links), Susanne Woble (Ponydrome Kassel), Roland Müller (Sozialgruppe), Bettina Zellner und Canny Bonick (beide vom Ponydrome) präsentierten auf Plakaten ihre Wünsche und Angebote.

Börse voller guter Taten

Bilanz des ersten Marktplatzes: 60 Verträge zwischen Firmen und Sozialeinrichtungen

KASSEL. Viola Jäger und Günther Burford machten schon nach einer Viertelstunde strahlende Gesichter. Für das Spielmobil Rote Rübe ergatterten sie den dringend benötigten Koffer. Allerdings nicht kostenlos. Die gemeinnützigen Spätmacher vom Dienst wendeten für die spendende Firma ein Kinder-Betriebsfest zu veranstalten.

Ein typischer Handel, von denen es am Mittwochabend in der Kasseler Sparkasse beim ersten Marktplatz mehr als 60 Kasseleer Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen gab. Die Börse der guten Tat, zuerst von den Holländern erfolgreich entwickelt, von der Bertelsmann-Stiftung nach als Pilot-Deutschland von der Hessischen Regierung unterstützt, auch in Kassel in Klamme gemein-

Ziel: Gute Geschäfte für beide Seiten

Freiwilligenzentrum organisiert Marktplatz - Plattform für Firmen und Gemeinnützige

KASSEL. Unter dem Motto „Gute Geschäfte“ veranstaltete das Freiwilligenzentrum Kassel in Kooperation mit der Kasseler Sparkasse und der Bertelsmann-Stiftung am 8. November den 1. Kasseler Marktplatz. Er soll Unternehmen und gemeinnützige Organisationen aus der Region in Kontakt bringen.

Die Idee eines solchen Marktplatzes stammt aus den Niederlanden. Der Marktplatz bietet Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen Raum, sich auf Augenhöhe zu begegnen. Der eine sagt, was er entbehren kann, und der andere, was er braucht.

Auch der 1. Kasseler Marktplatz verfolgt das Ziel, neue Partnerschaften zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen zu stiften. Das Freiwilligenzentrum rät, sich im Vorfeld zu überlegen, was die eigene Organisation oder Initiative einem Unternehmen Gutes tun kann, damit für beide Seiten ein gutes Geschäft daraus wird. Um entsprechende Ideen entwickeln oder vervollkommen zu können, erhalten die teilnehmenden Organisationen im September ein Training mit einer Unternehmensberatung.

So könnte die Pfadfindergruppe dem Unternehmen, das ihr bei der Einrichtung der Homepage geholfen hat, ein kleines Überlebenstraining im Habichtswald anbieten. Nachgefragt werden können im Gegenzug zum Beispiel ausrangierter Computer für ein Projekt „Senioren an den PC“ oder Hilfe bei der Produktion eines Flyers für einen Förderverein. Nach Geld zu fragen, ist auf dem Marktplatz tabu. Die Projektleitung für den Marktplatz liegt beim Freiwilligenzentrum Kassel, das darin eine gute Möglichkeit sieht, Unternehmensengagement zu fördern und neue Netzwerke bürgerschaftlichen Engagements zu knüpfen.

Gemeinnützige Organisationen, die Interesse an der Teilnahme haben, müssen sich umgehend beim Freiwilligenzentrum Kassel unter Tel. 0561/10 24 25 melden oder eine E-Mail an agfreiwilligenzentrumkassel.de schreiben. (els)

Der Kitt für die Gesellschaft

Sozialkapital lässt sich auch anders bilden: Auf so genannten Marktplätzen tauschen Unternehmen und Gemeinnützige Leistungen aus

VON JÜRGEN SCHULTHEIS

Gut möglich, dass die Bürgergesellschaft zügellos ist. Dass diejenigen, die sich dieser so glücklicher Gesellschaft zurechnen, um- und umso zufriedener, je häufiger sie Partner wechseln: dass, wer Vielpartnerei zum Programm macht, begehrt ist, wenn er in selbstorganisierten Kontaktböden Partner sucht, die seine Wünsche befriedigen. Und dass er, wovon kaum einer spricht, mit seinen flotten Dreieren, manchmal gar Vieren oder Fünfern, Sozialkapital bildet und den Kitt beschafft, der das Zusammenhalt, was man Gesellschaft nennt.

Von Sozialkapital war bei der Bertelsmann-Stiftung in Berlin kürzlich zwar nicht die Rede, als es um neue soziale Partnerschaften zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen Organisationen ging. Dafür debattierten Praktiker von Freiwilligen-Agenturen, Unternehmer und Wissenschaftler umso intensiver über das, was die Stiftung doppeldeutig „gute Geschäfte“ nennt. Diese werden auf so genannten Marktplätzen abgeschlossen: Unternehmen bieten praktische Hilfe an, Vertreter von gemeinnützigen Organisationen fragen jene Unterstützung nach und bedanken sich mit eigenen Angeboten. Tauschgeschäfte im besten Sinn. Wer ein Büro reorganisiert, bekommt Unterstützung bei der Wiedereingliederung von ehemals Alkoholabhängigen. Wer einen Leihofen baut, erhält dafür ein Kinderfest. Wer einen Bodenbelag im Kindergarten legt, wird mit einem Dinner im Dunkeln belohnt. Wer dabei mit dem über welches Projekt eine Kooperation vereinbart, wer sich für wie der Partner entscheidet, liegt im Ermessen der Verhandlenden.

In Kooperation mit der Bertelsmann-Stiftung haben Freiwilligen-Agenturen in Jena, Kassel und Frankfurt 2006 die ersten Marktplätze in Deutschland veranstaltet. Dabei sind 600 befristete Partnerschaften entstanden. Sie belegen das vorbildliche Engagement der Beteiligten und hätten geholfen, dass gesellschaftlicher Zusammenhalt entsteht, sagte Liz Mohn, stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Stiftung.

Die Formen des Engagements sind vielfältig. Sie reichen vom Handwerker, der ein Wasserbecken im Kindergarten montiert, bis hin zum „Seitenwechsel“, bei dem Führungskräfte aus den oberen Etagen in den Keller der Gesellschaft wechseln und eine kleine, aber wichtige, Dienstleistung an Flüchtlingen helfen. Für den Einstieg ins Engagement gibt es beim Marktplatz keine Festlegung von Ausmaß und Art der Unterstützung, weshalb die Tauschbörse der Guten gestinnten zwischen „niedrigschwelligem Angebot“ (Dieter Schöffmann, Agentur Vis à Vis) zählt.

Nicht gebettelt, sondern verhandelt

Zudem klärt der Marktplatz das problematische Verhältnis von Spender und Hilfeempfänger, von oben und unten, indem die Partner einander auf gleicher Höhe begegnen. „Wir haben nicht gebettelt, wir haben Geschäfte gemacht“, sagt Anneke Gittermann, Geschäftsführerin des Freiwilligenzentrums Kassel. Der Marktplatz gebe die Möglichkeit, dauerhafte soziale Partnerschaften aufzubauen und ein Klima zu schaffen, in dem sich alle wohlfühlen. Darin könnte der Erfolg der Methode liegen, die in bald dreißig deutschen Städten angeboten werden wird.

Wer Bürgergesellschaft als Selbstorganisations- und Selbsthilfefähigkeit von Menschen und Unternehmen versteht, wird in diesen Tagen viel Anlass haben, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Einerseits schwindet das Vertrauen der Bürger in staatliche Institutionen, worauf Liz Mohn in Berlin



Suche Projekt-Unterstützung, biete Teilhabe an gesellschaftlicher Verantwortung: So lauten die Geschäfte auf dem Marktplatz in Kassel.

„Bürokratie dämpft das Engagement“

Die Politik sollte unbürokratischer und flexibler reagieren, wenn sich Unternehmen gesellschaftlich engagieren, sagt RWE-Vorstandsmittel Alwin Fitting.

Frankfurter Rundschau: Herr Fitting, was versteht RWE unter gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen, unter Corporate Social Responsibility (CSR)?

Alwin Fitting: Wir wollen das Unternehmen nachhaltig, das heißt langfristig erfolgreich ausrichten, und das gelingt uns nur, wenn wir uns mit der Gesellschaft auch identifizieren, in der wir tätig sind.

Was machen Sie konkret?

In Richtung Gesellschaft beispielsweise ist für uns Bildung und Ausbildung ein wichtiges Thema. Es reicht nicht allein aus, über Berufsausbildung zu sprechen, wir dürfen die Jugendlichen nicht außer Acht lassen. In unserem 2004 jährlich hundert Jugendliche ohne Ausbildungsstelle. In unseren Ausbildungsstellen lernen sie neben technischen Fähigkeiten auch Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit und die anschließende

Die anschließende

Die anschließende

Die anschließende

Die anschließende

Die anschließende

Die anschließende

Die anschließende

„Gute Geschäfte“ für 80130 Euro

Firmen und gemeinnützige Organisationen handeln in Kassel erstmals Kooperationen aus – auf Augenhöhe

Wirtschaft trifft Soziales – 25 Unternehmen, Selbstständige, Freiberufler und 27 gemeinnützige Organisationen handelten beim ersten Kasseler Marktplatz am Mittwoch Vereinbarungen über freiwilliges Engagement im Wert von 80 130 Euro aus.

KASSEL. Coaching in Büroorganisation gegen Zirkusvorstellung, rutschfester Bodenbelag gegen Diner im Dunkeln oder Bau eines Leihbackofens gegen Kinderfest. In mehr als 60 schriftlichen Vereinbarungen haben Unternehmen und Gemeinnützige ihre „Guten Geschäfte“, so das Motto des „1. Kasseler Marktplatz“, niedergelegt.

Das Freiwilligenzentrum Kassel hatte die Premiere für die aus den Niederlanden stammende „Beursvloer“ (Börsenparkett) – Methode organisiert. „Unternehmen wollen ihre gesellschaftliche Verantwortung gestalten, gemeinnützige Organisationen haben Bedarf an Unterstützung“, sagt Projektleiterin Anneke Gittermann.

Dabei treten die Organisationen bei den Unternehmen nicht als Bittsteller auf, sondern als Partner auf Augenhöhe, denn sie überlegen sich, was sie für die Unterstüt-

zung bieten können. Augenfällig machten die Gemeinnützigen auf ihre Wünsche am Mittwochabend aufmerksam: Mit Kostümen, Plakaten und Mohrrüben im Marktkorb liefen die Vertreter durchs Foyer der Kasseler Sparkasse in der Wolfschloß und verhandelten mit engagementwilligen Unternehmen über ihren Einsatz.

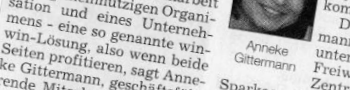
Die Unternehmen konnten sich beispielsweise als „Paten“ für das Spielmobil Rote Rübe um Reparatur und Wartung der Fahrzeugteile kümmern. Im Gegenzug bot das Spielmobil, ein Betriebsfest zu gestalten. Als Dankeschön für Hilfe bei der Umgestaltung des Speiseraums der Kasseler Waldorfschule luden die Schüler zu einem selbst gekochten Essen in die Schulküche ein. Und wer den Freunden des Puppen- und Spielzeugmuseums Unterstützung beim Katalogisieren ihrer Objekte zusagte, kann nun lernen, wie man Puppen und Teddybären selbst bestreift.

„Das ist ein spannendes Projekt“, sagt Anja Marquardt vom Arbeitskreis gemeinnützige Gesundheitsförderung (AGKG e.V.). Erfolgreich hat sie einen Neun-Sitzer-Bus ergattert, in dem nun jeden Dienstagmorgen Kinder und Jugendliche zum Fußball gefahren werden können: „Jemand leiht uns für ein halbes Jahr einen Bus – und wir leihen ihm unsere Kanus für ein Betriebsfest.“ Erhielt unsere Kanus für ein Betriebsfest. Erhielt unsere Kanus für ein Betriebsfest. Erhielt unsere Kanus für ein Betriebsfest.

Ein halbes Jahr einen Bus – und wir leihen ihm unsere Kanus für ein Betriebsfest. Erhielt unsere Kanus für ein Betriebsfest. Erhielt unsere Kanus für ein Betriebsfest.

Wenn beide Seiten profitieren

Freiwilligen-Zentrum und Sparkasse haben „Marktplatz“ bei Bertelsmann-Stiftung



Anneke Gittermann



Wolfram Ebert

KASSEL. Ein junger Webdesigner unterstützt ein Amateurtheater bei der Erstellung von Internet-Seiten. Das über die fachliche Unterstützung, und der Webdesigner liefert über ein Referenzprojekt. Ein Beispiel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen einer gemeinnützigen Organisation und eines Unternehmens – eine so genannte Win-Win-Lösung, also wenn beide Seiten profitieren, sagt Anneke Gittermann, Geschäftsführerin des Freiwilligenzentrums Kassel.

Sparkasse bei der Vorbereitung eines Marktplatzes, bei dem 30 gemeinnützige Organisationen und 30 Unternehmen aus Kassel teilnehmen sollen. Bei dieser Veranstaltung, die voraussichtlich Anfang

fang November 2006 in Kassel stattfinden wird, sollen sich die Partner finden. Internationale Erfahrungen zeigen, dass der Erfolg für den Erfolg von lokalen Partnerschaften methodisches Wissen und Management-Kompetenz notwendig seien, so Dr. Gerd Placke von der Bertelsmann-Stiftung.

Eine Umfrage in Baden-Württemberg habe jüngst ergeben, dass dort 70 Prozent der Unternehmen mehr für die Gemeinnützigen machen würden, wenn sie nur wüssten wie und

ches es sich zur Aufgabe gesetzt habe, das bürgerschaftliche Engagement in Kassel zu fördern, sagt Gittermann. Entprechend habe die Entwicklungsbüro für bürgerschaftliches Engagement beim Thema schon vor Jahren einen Schwerpunkt gesetzt und Firmengruppen und Gruppen auch tatkräftig Gutes tun, ist dabei nur ein Beispiel unter vielen.

Der Freiwilligentag, an dem jedes Jahr neben Einzelpersonen und Gruppen auch tatkräftig Gutes tun, ist dabei nur ein Beispiel unter vielen.

Erster Marktplatz für Engagierte

Firmen und Vereine treffen sich in Kassel und Frankfurt

Freiwilligenzentren in Kassel und Frankfurt veranstalten erstmals in Deutschland Marktplätze, auf denen Unternehmen Wissen und praktische Hilfe gemeinnützigen Organisationen anbieten. Die Idee aus den Niederlanden ist dort schon lange erfolgreich.

FRANKFURT/KASSEL: Wer kann Räume für eine Fest anbieten, wer spendet gebrauchte Computer, organisiert das Catering für eine Veranstaltung, stellt Freiwillige für die Hausaufgabenhilfe oder kann eine Vereinszeitschrift drucken? Der Bedarf an großer und kleiner Hilfe in gemeinnützigen Organisationen ist groß – und wächst, seit der Staat immer häufiger Geld kürzt oder streicht, das solchen Initiativen und Organisationen die Arbeit erleichtert hat.

Mit sogenannten „Marktplätzen“ soll diese Nachfrage künftig von Unternehmen befriedigt werden. Dabei treffen Vereine und Organisationen, die Unterstützung brau-

chen, mit Vertretern von Firmen zusammen, die Hilfe geben können. In Frankfurt bereitet das Büro Aktiv in Kooperation mit der Deutschen Bank und der Metzlerbank den ersten Marktplatz vor, der am 9. November im Hermann-Josef-Abs-Saal der Deutschen Bank veranstaltet wird. 70 Vereine haben sich nach Angaben von Martin Berner, Geschäftsführer von Büro Aktiv, bereits gemeldet. Außerdem liegen dem Projektteam 15 Zusagen von Unternehmen zu, die Wissen und praktische Hilfe anbieten wollen.

„Jedes zweite Unternehmen, das wir angefragt haben, hat bisher zugesagt“, sagt Thowilliger, Leiter der Abteilung Freiwilligenarbeit bei der Deutschen Bank. Am 9. November sollen dann 50 Unternehmen und 50 Organisationen zusammenkommen, um ihre Kooperationen auszuhandeln. Börsenprofi Frank Lehmann wird den Frankfurter Marktplatz moderieren.

Begegnung auf Augenhöhe

In Kassel organisiert das Freiwilligenzentrum den Marktplatz, der am 8. November im Foyer der Kasseler Sparkasse veranstaltet wird. Nach Auskunft von Anneke Gittermann, Geschäftsführerin des Zentrums, haben 26 Organisationen und Initiativen ihre Teilnahme zugesagt. „Die Organisationen sind angetan von dem Projekt und freuen sich, dass sie den Unternehmen auf gleicher Augenhöhe begegnen können.“ Die Organisationen bieten den Unternehmen an, Ausflüge für den Betrieb zu organisieren oder ein Kneipenprojekt zu realisieren.

MARKTPLATZ

■ Auf dem Marktplatz profitieren gemeinnützige Organisationen und Unternehmen gleichermaßen.

■ Die Vereine und Initiativen erhalten konkrete Hilfe, die Unternehmen gewinnen Reputation durch ihr Engagement.

■ Geldtransfers sind beim Marktplatz ausgeschlossen.

SCHU

www.bueroaktiv-frankfurt.de
www.freiwilligenzentrumkassel.de
www.buergerstiftung-zwickau.de



Gute Geschäfte für beide Seiten sind das Ziel

Freiwilligen-Zentrum Kassel lädt Firmen und Ehrenamtliche zum 1. Kasseler Marktplatz in die Räume der Sparkasse ein

KASSEL: Wirtschaft trifft Soziales: Auf dem 1. Kasseler Marktplatz „Gute Geschäfte“ begegnen sich am Mittwoch, 8. November, Unternehmen, Selbstständige, Freiberufler und gemeinnützige Organisationen, um zwei Stunden miteinander zu handeln. Im Angebot sind unter anderem die Gestaltung eines Zirkusfoyers, Ideen für einen Kurzfilm für eine integrative Kindeinrichtung, der stundenweise Verleih eines Kleinbusses für Jungfußballer und ausrangierte Computer für ein Internetcafé für Jugendliche.

Im Gegenzug haben die Organisationen kreative Ideen entwickelt als Dankeschön für das Engagement der Unternehmen: einen Kurs im Bogenschießen für die Mitarbeiter etwa und ein schönes Ambiente für die nächste Betriebsfeier.

Chance für Engagement für Unternehmen ist eine gute Chance, sich konkret für ihr soziales Umfeld zu engagieren, neue Erfahrungen zu machen und gleichzeitig das eigene Image zu fördern“, sagt Projektleiterin Anneke Gittermann vom Freiwilligen-Zentrum Kassel. „Kura gesagt: Es geht um gute Taten, bei denen alle Seiten gewinnen.“

Der Kasseler Marktplatz gehört zu den drei Pilotprojekten der Bertelsmann-Stiftung, die niederländische Marktplatz-Methode nach Deutschland holen.

Schirmherr Roland Koch. Für die beiden hessischen Pilotprojekte in Kassel und Frankfurt

Angliedern und Nachfragern vermitteln. Zu den Unternehmen, die ihr Kommen bereits zugesagt haben, gehören unter anderem die Gemeinnützige Wohnbaugesellschaft Kassel (GWG), Roberts Marken + Kommunikation, Schütz EDV-Beratung und die Agentur für Eventmarketing.

1. Kasseler Marktplatz, Mittwoch, 8. November, ab 17.30 Uhr im Foyer der Kasseler Sparkasse.

Börse der guten Tat

1. Kasseler Marktplatz: Vereinbarungen im Wert von 80.130 Euro getroffen

■ Kassel. Wirtschaft trifft Soziales: Für einen errechneten Gegenwert von 80.130 Euro handelten kürzlich auf dem 1. Kasseler Marktplatz „Gute Geschäfte“ 25 Unternehmen, Selbstständige, Freiberufler und 27 gemeinnützige Organisationen Vereinbarungen über freiwilliges Engagement aus. Sich gemeinsam für Kassel zu engagieren stand dabei im Vordergrund.

Sehr kreativ

In über 60 schriftlich festgehaltenen Vereinbarungen kamen die unterschiedlichsten „Guten Geschäfte“ zustande: Getauscht wurden zum Beispiel Coaching in Büroorganisation gegen Zirkusvorstellung, rutschfester Bodenbelag gegen Dinner im Dunkeln oder Bau eines Lehmbackofens gegen Kinderfest. Der niederländische Erfinder der Marktplatz-Methode, Henk Kinds, war vom nordhessischen Handeln beeindruckt: „Mir sagte man, die Deutschen seien nicht so spontan. Das stimmt nicht. Alle hier in Kassel waren sehr kreativ.“

Schon Staatssekretärin Oda Scheibelhuber hatte in ihrer Eröffnungsrede gestanden: „So bunt habe ich mir das nicht vorgestellt!“ Viele der gemeinnützigen Organisationen hatten sehr augenfällig auf ihre Wünsche aufmerksam gemacht: mit Kostümen, Plakaten, Mohrrüben im Marktkorb liefen die Vertreter durchs Foyer der Kasseler Sparkasse und traten in Verhandlungen mit engagierten Unternehmen. Nach dem Startgongeschlag der Staatssekretärin übernahm die Kasseler Er-



Hielt die Zügel in der Hand: Innen-Staatssekretärin Oda Scheibelhuber (4.v.l.) mit Anneke Gittermann, Projektleiterin „Gute Geschäfte“ Kassel. Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige und Geschäftsführende Mitarbeiterin FreiwilligenZentrum Kassel und Mitgliedern sozial engagierter Vereine und Unternehmen.

Fotos: Schaumölle



Dr. Gerd Placke (li.), Projektmanager für die „Guten Geschäfte“ bei der Bertelsmann Stiftung, mit Notar Dr. Peter Husheer.

desweit ausgeschrieben hatte und für den das FreiwilligenZentrum Kassel gemeinsam mit der Kasseler Sparkasse unter 26 Bewerbern den Zuschlag erhielt.

Impressum

Herausgeber

FreiwilligenZentrum Kassel e.V.
Spohrstrasse 5
D-34117 Kassel
Tel: 0561.10 24 25
Fax: 0561.739 86 79
E-mail: info@freiwilligenzentrumkassel.de

www.freiwilligenzentrumkassel.de
www.kasseler-gute-geschäfte.de
www.freiwillig-in-kassel.de

Text

Irene Graefe, Journalistenbüro schwarz auf weiß

Fotos

Uwe Zucchi

Grafik-Design und Satz

Sabine Dilling

Redaktion

Anneke Gittermann, FreiwilligenZentrum Kassel

Druck

Boxan Repro+Druck

Diese Broschüre wurde erstellt mit freundlicher Unterstützung durch die Hessische Landesregierung.

