



MACHEN SIE GUTE GESCHÄFTE

Ganz ohne Geld.

Dokumentation 2008



Gute Geschäfte

Marktplatz für Unternehmen
und Gemeinnützige

Veranstalter und Unterstützer 2008



Liebe Kölner Unternehmen, liebe Kölner gemeinnützige Organisationen,

dass die Bürgergesellschaft in Köln fortschrittlich ist und des Öfteren neue Wege geht, das hat sie in der langen Geschichte unserer Stadt immer wieder unter Beweis gestellt. So auch mit der Kontaktbörse für gesellschaftliches Engagement, die Unternehmen und Vertreter gemeinnütziger Organisationen aus den verschiedensten Bereichen zusammenführt. Der direkte Austausch und die Verhandlungen sind wichtige Schritte zur unmittelbaren Kooperation.

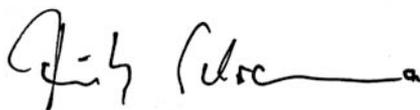
Ein Gewinn für alle Beteiligten

Unternehmen und gemeinnützige Organisationen haben beim Marktplatz „Gute Geschäfte“ eine neue, inspirierende Möglichkeit, Brücken zu bauen und Gutes zu tun. Unternehmen bringen ihre Kenntnisse und ihre Ressourcen in Bereichen ein, die gemeinnützigen Organisationen nicht immer in einem ausreichenden Maß zur Verfügung stehen. Gemeinnützige Organisationen geben Einblicke und immaterielle Werte weiter. Damit ist diese Initiative ein Ge-

winn für alle Beteiligten, unsere Stadt sowie unsere Bürgerinnen und Bürger. Als Oberbürgermeister der Stadt Köln habe ich gerne die Schirmherrschaft über den Marktplatz „Gute Geschäfte“ übernommen, denn er ist wertvoll für die weitere Entwicklung des Bürgerengagements in Köln.

Ich danke dem Veranstalterkreis ganz herzlich, dass er diese Veranstaltung so gelungen initiiert und umgesetzt hat und hoffe, dass der Marktplatz noch viele weitere „Gute Geschäfte“ macht. Denn fest steht: Nur durch ein solches freiwilliges füreinander Einstehen und Kümern bleibt Köln lebens- und liebenswert.

Ihr



Fritz Schramma
Oberbürgermeister der Stadt Köln, Schirmherr des Marktplatzes „Gute Geschäfte“

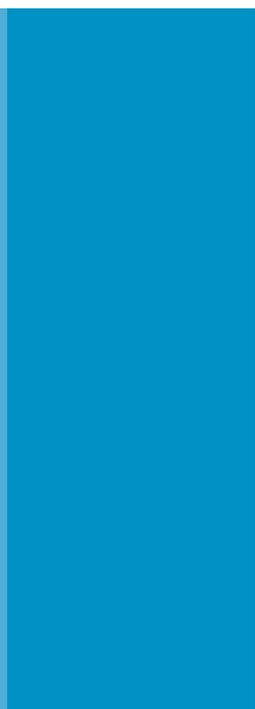




Inhalt

Gewinnen durch gute Geschäfte	Seite 6
Win – Win – Win	Seite 7
Die vier Handelsecken	Seite 8
Stolze Bilanz	Seite 9
Der Kölner Marktplatz in der Presse	Seite 10
Der Marktplatz und seine Akteure	Seite 12
Vorbereitung, Geldwert	Seite 14
Sieben Regeln	Seite 15
Stimmen vom Marktplatz.....	Seite 16

Marktplatz „Gute Geschäfte“ – 30.10.2008



Die Teilnehmer	Seite 18
Interview mit Ulla Eberhard	Seite 20
Evaluation	Seite 22

Ansprechpartner	Seite 23
---------------------------------------	--------------------------

Impressum	Rückseite
---------------------------------	---------------------------

Gewinnen durch gute Geschäfte

In den Niederlanden unter „Beursvloer“ etabliert, fand diese Idee in Deutschland bereits in über 50 Kommunen ihre Entsprechung unter dem Titel Marktplatz „Gute Geschäfte“. In Köln wird der Marktplatz inzwischen ebenfalls zur Tradition. 2007 ging er in Köln zum ersten Mal an den Start.

Kontaktbörse für gesellschaftliches Engagement

Der Marktplatz „Gute Geschäfte“ enthält sowohl Elemente einer Börse als auch eines lokalen Marktplatzes. Zahlreiche Unternehmen und gemeinnützige Organisationen treffen sich an einem Ort für eine begrenzte Zeit, um miteinander gesellschaftliche Engagements auszuhandeln und zu vereinbaren. Angebot und Nachfrage bestimmen dabei das bunte Treiben auf dem Marktplatz. Sowohl tatkräftiges Engagement der Mitarbeiter als auch Kompetenzen, Kontakte und Sachmittel der Unternehmen fin-

Bunter Abend, bunte Teilnehmer: Denn wer auffiel, kam schneller ins Gespräch.

den hier Ihren Handelsraum. Geld ist bei allen Verhandlungen tabu.

Pferd sucht Datenkümmerer

Genau so bunt wie das Treiben, waren auch die Angebote und Wünsche, die auf dem Marktplatz zueinander fanden.

So unterstützte die datafixx GmbH das Zentrum für therapeutisches Reiten e.V. bei der Verwaltung seiner Daten. Die Pädagogen können so auf professionell verarbeitete Daten zurückgreifen und sich auf ihr Kerngeschäft, den Umgang mit Mensch und Pferd, konzentrieren.

Wirtschaftsprüfer sorgen für einen guten Auftritt

Um eine etwas andere Art der professionellen Datenverarbeitung ging es in Köln-Porz: Hier engagierten sich Wirtschaftsprüfer für Jugendliche des Jugendzentrums Offene Tür Arche Nova mit einem Bewerbungstraining. Die Jugendlichen hatten so die Möglichkeit, Ihre Bewerbungsunterlagen professionell und gut strukturiert zu gestalten, um somit ihr Auftreten und ihre Anliegen besser präsentieren zu können. Das schaffte neue Perspektiven.

Neue Aussichten

Aber auch für diejenigen, die schon im Job sind, kann eine neue Aussicht hilfreich sein.

So konnten sich die Mitarbeiter der Lebenshilfe NRW über einen neuen Overhead-Projektor freuen, der ihnen vom Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung für ihre Arbeit geschenkt wurde.

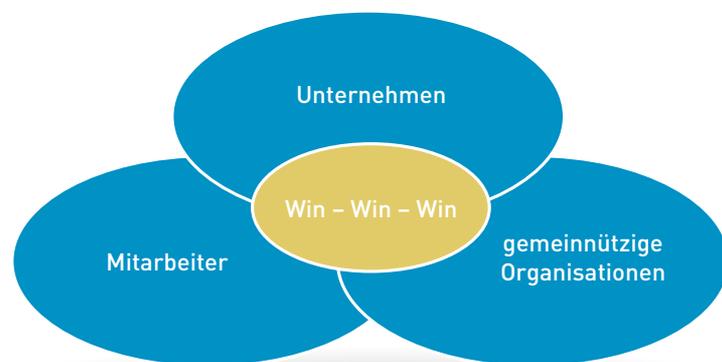


Win – Win – Win

Das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen für gemeinnützige Organisationen ist ein Gewinn für alle Beteiligten. Nicht nur die gemeinnützigen Organisationen und ihre Zielgruppen profitieren, sondern auch die Unternehmen und ihre Mitarbeiter. Das ist einer der Erfolgsfaktoren des Kölner Marktplatzes „Gute Geschäfte“.

Unternehmen

- Unternehmen erhalten auf dem Marktplatz einen guten Überblick über das lokale Gemeinwesen
- Gemeinnütziges Engagement trägt zu einer positiven Unternehmenskultur bei und fördert Teamentwicklungsprozesse
- Unternehmen positionieren sich durch ihr Engagement als attraktiver Arbeitgeber für vorhandene und potentielle Mitarbeiter
- Auch Kunden nehmen die gute Reputation des Unternehmens durch das Engagement wahr
- Übernahme von Verantwortung ohne den Einsatz von Geld



Die Mengenlehre als Vorbild des gemeinsamen Erfolges! Der Marktplatz „Gute Geschäfte“ hat nicht nur im Hinblick auf den Gewinn die gemeinsame Schnittmenge offenbart, auch der Kontakt und die guten Gespräche haben alle ein wenig näher rücken lassen.

Gemeinnützige Organisationen

- Gemeinnützige Organisationen erhalten Unterstützung in der Erfüllung ihrer Aufgaben
- Unternehmensengagement ermöglicht zusätzliche und bessere Angebote für die Zielgruppen der Einrichtungen
- Die gemeinnützigen Organisationen erhalten durch das Unternehmensengagement und den Kontakt zu Unternehmen neue Impulse für ihre Arbeit und die Entwicklung ihrer Organisationen
- Die Präsenz auf dem Marktplatz hat eine gute Öffentlichkeitswirkung. Organisationen werden als innovativ und offen wahrgenommen.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

- Mitarbeiter haben auf dem Marktplatz und bei der Umsetzung der getroffenen Vereinbarungen die Möglichkeit zu informellen und handlungsorientierten Lernprozessen in ungewohnten Bereichen.
- Die Projekte mit den gemeinnützigen Organisationen und ihren Zielgruppen fördert die sozialen Kompetenzen.
- Mitarbeiter erhalten durch die neuen Erfahrungen neue Impulse.

Orientierung für alle: Die vier Handelsecken

Sachspenden, Mitarbeiterereinsatz, Veranstaltungen und Know-how sind die Handelsecken des Kölner Marktplatzes. Sie bieten Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen eine räumliche Orientierung für ihre inhaltlichen Verhandlungen.



Passendes Know-How gesucht: Ein angeregtes Gespräch zur Klärung von Angebot und Nachfrage. Mit Erfolg – es passte.

Know-how und Beratung

Unternehmen haben hier die Möglichkeit, sich mit ihrem firmenspezifischen Know-how für gemeinnützige Organisationen zu engagieren. Gemeinnützige Organisationen erhalten die Gelegenheit kompetente Unterstützung für ihre Ziele zu erhalten. So kann es im Know-how-Bereich beispielsweise um Bewerbungstraining für Jugendliche, die technische Beratung bei EDV-Problemen oder um Seminare zu einem bestimmten Thema gehen. Mitarbeiter der Unternehmen haben hier die Möglichkeit, Ihr Know-how in ungewohnten Arbeitsfeldern zu erproben.

„Ich habe mich als Sandwich verkleidet und mir ganz einfach auf den Rücken geschrieben: Wir brauchen ein Notebook.“
(Frau Kastell, Bürgerzentrum Engelshof)

Helfende Hände

Häufig fehlt es den gemeinnützigen Organisationen an zeitlichen Ressourcen. Helfende Hände, die Unternehmen hier mit der Arbeitskraft ihrer Mitarbeiter zur Verfügung stellen, sind ein Gewinn für die gemeinnützigen Organisationen. Egal ob es also um die Verschönerung Ihres Vereinshauses oder um Gartenarbeiten geht: Der Bedarf der gemeinnützigen Organisationen paart sich hier mit dem Tatendrang der Unternehmen. Es bedarf häufig keiner speziellen Kompetenzen, sondern einfach der Lust und des Engagements, kräftig anzupacken.

„Ich habe freiwillige Mitarbeiter im Gepäck, die Dienstleistungen und einige Sachspenden anzubieten haben ...“
(Nadja Hereitani, Super-RTL)

Sachleistungen

Manche Geräte, Mobiliar und anderes mehr, das in den Unternehmen keine Verwendung mehr findet, kann in den gemeinnützigen Organisationen die Arbeit sehr erleichtern oder zusätzliche Projekte ermöglichen. Typischerweise wechseln hier ausgediente technische Geräte, Mobiliar und Medien ihren Besitzer. Beispielsweise ermöglichen ausgediente Notebooks eines Unternehmens einen Interneteinführungskurs in einem SeniorenNetzwerk.

Veranstaltungen

Feste, Ausflüge und andere Veranstaltungen der Gemeinnützigen werden durch die Unterstützung von Unternehmen und ihren Mitarbeitern möglich. Hilfe bei der Organisation und Durchführung eines Festes sowie von Ausflügen kann hier gesucht und gefunden werden.

Ein Ausflug mit einer Gruppe von Rollstuhlfahrern oder Senioren ist beispielsweise häufig nur möglich, wenn es genügend Begleitpersonen gibt. Oder ein Selbsthilfverein für Familien mit chronisch erkrankten Kindern kann die Arbeit eines Sommerfestes, zusätzlich zur Pflege der Kinder und dem Alltag, nur bewältigen, wenn sie Unterstützung durch andere bekommt. Mitarbeiter erhalten hier besondere und bereichernde Einblicke in unbekannte Lebenswelten.

Stolze Bilanz: Ein Abend, 80 Teilnehmer, 67 Vereinbarungen

Das kann sich sehen lassen. 40 Unternehmen und 40 gemeinnützige Organisationen handelten „Gute Geschäfte“ aus. Hier finden Sie eine Auswahl aus den insgesamt 67 Vereinbarungen des Jahres 2008.

Helfende Hände

- Die Mitarbeiter von Stadtholz renovieren den Rolf-Lappe-Kindergarten.
- Mitarbeiter der Generali Deutschland Immobilien GmbH führen beim Zirkus- und Artistikzentrum Malerarbeiten durch.
- Die Deutsche Bank AG streicht mit ihren Mitarbeitern die Räume des Zirkus- und Artistikzentrums Köln.
- Die Stadt Köln unterstützt mit ihren Mitarbeitern die Dr. Dormagen Guffanti Stiftung beim Anlegen eines Sinnesgartens.

Know-how und Beratung

- Freshfields Bruckhaus Deringer LLP bildet die Mitarbeiter der Mukutathe Werkstatt in Vereinsrecht fort.
- Die Vis-à-Vis Agentur erstellt zusammen mit dem Ümit e.V. ein Konzept zur Teilnahme an einem Wettbewerb.
- Die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft führt Bewerbungstrainings für Jugendliche der Offenen Tür Arche Nova durch.
- Die Gläser Projekte GmbH unterstützt die Offene Tür Ohmstraße bei der Erstellung eines Fundraisingkonzeptes.
- Die Milestones Management GmbH unterstützt die Diakonie Michaelshoven bei der Planung und dem Aufbau eines Beschäftigungsbetriebs.
- Das Journalistenbüro Lamsfuß führt u.a. für die Lebenshilfe e.V. und die Mukutathe Werkstatt einen Medienworkshop durch.
- Dw-Consult Beratungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH unterstützt Mitarbeiter

des SBK Riehl bei der Teambildung.

- Die datafix GmbH unterstützt das Zentrum für therapeutisches Reiten bei der Datenverwaltung.
- Freshfields Bruckhaus Deringer LLP bietet den Organisatoren der VII. Gay Games Rechtsberatung an.

Veranstaltungen

- Mitarbeiter der Stadt Köln organisieren für Besucher der Überlebensstation „Gulliver“ einen geführten Stadtrundgang „Auf den Spuren der Römer“ und einen Besuch des Prätoriums.
- Das Marriott Hotel verköstigt die Kunden des Zentrums für therapeutisches Reiten.
- Das Dom-Hotel unterstützt den Förderverein Höhenberg organisatorisch bei seiner Nikolausfeier.

Sachleistungen

- Die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft schenkt der Kölner Freiwilligen Agentur zwei Notebooks.
- Die Cologne Print Company LTD. druckt Flyer u.a. für den Förderverein des Rautenstrauch-Joest-Museums und das Projekt „Lesewelten“ der Kölner Freiwilligen Agentur.
- Die Cyberdyne IT GmbH schenkt der AfB gGmbH ca. 20 Computer.
- Das Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung schenkt der Lebenshilfe NRW einen OHP-Projektor.
- Die Deutsche Bank AG bietet der Lebenshilfe e.V. ihre Fahrdienste an.

So kann es gehen: Ein Lächeln auf beiden Seiten, ein fester Händedruck: „Gute Geschäfte“ auch hier, für beide Partner.



Seniorentheater sucht Karaoke-Anlage

Beim „Marktplatz“ kamen Unternehmen und gemeinnützige Einrichtungen zusammen
Bei der Börse der besonderen Art in der IHK wurden insgesamt knapp 70 Kooperationen vereinbart.

VON CLEMENS SCHMINKE

Ganz gegen den „kasino-kapitalistischen“, zurzeit freilich angeschlagenen Zeitgeist galt im Börsensaal der Industrie- und Handelskammer das Motto: „Geld ist tabu.“ Zwar fand dort ein reger Handel mit Auktionsatmosphäre statt, doch den zuvor verkündeten Regeln gemäß ging es nur um den Wechsel von Waren und Dienstleistungen.

Schlicht „Marktplatz“ heißt das Konzept. Es stammt aus den Niederlanden, wo es entwickelt wurde, um den Austausch zwischen Firmen und sozialen Einrichtungen zu fördern. Jetzt fand in Köln zum zweiten

Mal eine solche Börse statt, bei der Vertreter von gemeinnützigen Institutionen und von Unternehmen zusammentrafen und Unterstützungsvereinbarungen aushandelten. Dabei stellten die Firmen im Sinne ehrenamtlichen Engagements Arbeitskraft, Fachkenntnisse, Mittel und Kontakte zur Verfügung.

Im Börsensaal waren vier „Handelsecken“ zu den Themen „Helfende Hände“, „Know-how und Beratung“, „Veranstaltungen“ und „Sachleistungen“ eingerichtet, und in der Mitte stand ein Geviert aus Tischen, an denen „Prüfer“ warteten und die Engagementvereinbarungen formell beglaubigten. Rund 120 Vertreter von gemeinnützigen Einrichtungen, Vereinen und Initiativen auf der einen sowie Firmen auf der anderen Seite,

kenntlich gemacht mit gelben oder blauen Ansteckschildchen, waren gekommen und hatten eine Stunde Zeit, Kooperationen anzubahnen, bei denen über den Saal verteilte „Makler“ halfen. Oberbürgermeister Fritz Schramma, der nicht müde wird, die Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements in der Stadt hervorzuheben, eröffnete die Börse zünftig mit einem Gongschlag.

Gewinn für alle Seiten
SUSANNE FRIEDRICH

Da suchte ein Seniorentheater, repräsentiert durch kostümierte Frauen, unter anderem einen Ghetto-Blaster, einen Beamer und eine Karaoke-Anlage, dort warb die „Lebenshilfe“ NRW um einen Grafiker oder Layouter für die Öffentlichkeitsarbeit. Die Bandbreite der Wünsche reichte von der Organisation einer Fahrbereitschaft für Behinderte über Computer für

ein Jugendzentrum bis zum Druck der Jubiläumsschrift für ein Seniorenzentrum.

Zufrieden mit dem Ergebnis der Veranstaltung zeigte sich „Marktplatz“-Projektleiterin Susanne Friedrich von der Kölner Freiwilligen-Agentur, der die Koordination der Börse oblag. Friedrich sprach anschließend von einem „Gewinn für alle Seiten“.

Insgesamt 67 Engagement-Vereinbarungen wurden an diesem Abend geschlossen; Know-how-Vermittlung, Sach- und Zeitspenden entsprechen nach ihren Angaben einem Gegenwert von 106 000 Euro.

Beim ersten „Marktplatz“ im vergangenen Jahr hatten die beteiligten Partner 56 Vereinbarungen mit einem Gesamtgegenwert von rund 118 000 Euro getroffen.

INHALT

- BLICKPUNKT**
 - 2. Kölner Marktplatz
- VORGESTELLT**
 - Schach-WM im Rheinland
- INTERN**
 - Darke-Schön-Kaffee 2008
 - KLEZQ: Das Programm 2009
- KOOPERATION**
 - Gemeinsam für Alkohabekämpfung
 - Kurz- und Gut-Seminare
- SPORTJUGEND**
 - Neues zur Jugendbeihilfe

IMPRESSUM

Verantwortlich für den Inhalt: ...
Herausgeber: ...
Redaktion: ...
Vertrieb: ...

„Haben Partner“



Einige Stimmen zum ...
Köln nicht: „Mit unseren stark sportlich geprägten Angeboten fanden wir schnell aufmerksame Gesprächspartner. Die Köln Kick-Strahlen-Fußball Liga weckt Interesse, die Köln Kick-Strahlen-Kicker-Botschaft - wird schnell verstanden, und die weitgehend mobilen Angebote und Ansätze unseres Jugendtreffprojekts konnten so gut mit Interessierten ausgetauscht werden.“

SBSV 5 - Nippes: „Für unser Projekt war der Marktplatz die richtige Plattform, das angestrebte Ziel zu erreichen. Mit der von uns erzielten geschäftlichen Partnerschaft konnten wir auf dem Kölner Weg im Sommer 2010 durchzuführen, neue Impulse geben und haben hierdurch Selbstbewusstsein für weitere Verhandlungen gewinnen können. Eine Einladung zur bemanagerten Auktion wurde bereits erlassen, und wir sind sehr zuversichtlich, dass diese Maßnahme realisiert werden kann.“

Telekom-Post-SC Köln: „Der 2. Kölner Marktplatz hat für Sportvereine eine gute Möglichkeit, Kontakte zur Wirtschaft zu knüpfen. Ein Forum für Unternehmen und Vereine zu schaffen, ist den Veranstaltern gelungen. Dabei zeigt sich, dass Geld nicht alles ist. Die vielfältigen Ressourcen und geschäftlichen Möglichkeiten a.V., danken ...
Zentrum für Th ... die Veranstalt ... unheimlich viel ... interessierte Ma ... den Firmen als ... zigen Einrichtu ... eine engere Zu ... Fachmarkt hat un ... in der IHK. Wir ... mit denen wir Ph ... für den Marktplatz ... jekte haben sich ... ergeben. Teilweise ... auf diese Idee, was ... Wir sind sehr zuwe ... würden durchgeführ ... sind dies. Hilfe ber ... denschutz des Plan ... Computerprogram ... des Vereins (Wünsch ... tage in einem: Fern ... Kächeln eines Köln ... Hackspähen für ... würden im nächsten ... wieder dabei sein.“

Der Kölner Marktplatz in der Presse

„Seniorentheater sucht Karaoke-Anlage“ so titelt der Kölner Stadt-Anzeiger passend zum Marktplatz. „Gute Geschäfte“ verhandeln und diese öffentlichkeitswirksam zeigen, auch das ist eine der Möglichkeiten des Marktplatz „Gute Geschäfte“.

Die gute Resonanz in der Presse freut alle: die teilnehmenden Unternehmen und die teilnehmenden gemeinnützigen Organisationen, aber

auch für die Veranstalter des Marktplatz „Gute Geschäfte“ ist es ein positives Feedback.

„Tue Gutes und sprich darüber!“, hier ist die Kommunikation über die Printmedien eine gute Möglichkeit auf das eigene Engagement hinzuweisen und auch andere Unternehmen und gemeinnützige Organisationen zu motivieren, sich am Kölner Marktplatz „Gute Geschäfte“ zu beteiligen.

Ein Blick vor und hinter die Kulissen – Der Marktplatz und seine Akteure

Beim Marktplatz „Gute Geschäfte“ gelang ein gutes Zusammenspiel vieler Akteure. Von ihrem Einsatz und ihrem Engagement hing der Erfolg des Marktplatzes ab. Nur weil viele sichtbare und unsichtbare Hände gut ineinander griffen, konnten die „Guten Geschäfte“ gelingen und ein Erfolg für die Unternehmen und die gemeinnützigen Organisationen werden.

Der Schirmherr

Schirmherr des Marktplatzes war erneut Oberbürgermeister Fritz Schramma, der mit einer Rede die Veranstaltung eröffnete und mit einem Gongschlag den Beginn der Verhandlungen einläutete.

Der Moderator

Für die Moderation konnte Hans-Peter Justen gewonnen werden, der mit seiner Präsenz und seinem Engagement eine große Bereicherung der Veranstaltung darstellte.

Der Ort

Die Industrie- und Handelskammer zu Köln war 2008 der Gastgeber des Marktplatzes. Im Börsensaal der Industrie- und Handelskammer fanden alle zusammen.

Die Marktplatz-Macher

Vertreter aus Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen und der Kommune bündelten ihre Kompetenzen und ihr Engagement und organisierten gemeinsam und engagiert den Marktplatz „Gute Geschäfte“ für Köln.

VIELEN DANK!

Ein herzliches Dankeschön an alle, die sichtbar und unsichtbar den 2. Kölner Marktplatz „Gute Geschäfte“ mit Rat und Tat unterstützt haben.

Schirmherr

Oberbürgermeister
Fritz Schramma

Gastgeber

Industrie- und Handelskammer zu Köln

Koordination

Susanne Friedrich

Moderator

Hans-Peter Justen

Notare

Eric Bungard
Inga Buntenbroich
Frauke Gast
Catrin Hupp

Jörn Jooß

Wolfram Nolte
Dr. Monique Offelder

Dr. Tobias Rolfes

Corinna Steinmann

Makler

Ralf Friedrichs
Ulrike Han
Cornelia Harrer
Heike Klein

Henning Schäle

Anja Siempelkamp

Infotisch

Monika Dierksmeier
Carola Hoffmann
Rolf Kilzer
Stefan Koch
Evelyn Sattelmayer
Simone Selter
Anja Stiel

Fotograf

Robert Pudzianowski



Strahlende Gesichter: Der Veranstalterkreis des Marktplatzes „Gute Geschäfte“ 2008 blickt am Ende einer gelungenen Veranstaltung zufrieden in die Kamera des Fotografen.

Die Gesamtkoordination lag bei der Kölner Freiwilligen Agentur. Der Veranstalterkreis zeichnete sich insbesondere durch seine kompetente Vielfalt aus.

Anbieter und Nachfrager

Ziel war ein ausgewogenes Verhältnis von Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen. 40 Unternehmen haben sich als Anbieter angemeldet. Vertreten waren sowohl Klein- als auch Großunternehmen von produzierendem Gewerbe bis hin zu reinen Dienstleistern. 40 gemeinnützige Einrichtungen mit sozialem, kulturellem, ökologischem und sportlichem Schwerpunkt haben den Marktplatz für die Verfolgung ihrer Ziele als Nachfrager genutzt.

Die „Makler“

Die sogenannten „Makler“ unterstützten die Anbieter und Nachfrager bei der Suche nach einem passenden Kooperationspartner. Sie ha-

ben sich bereits im Vorfeld der Veranstaltung einen Überblick über Angebot und Bedürfnisse der Anbieter und Nachfrager auf dem Marktplatz verschafft, so dass sie punktgenaue Unterstützung bieten konnten.

Die „Notare“

Die sogenannten „Notare“ fixierten getroffene Vereinbarungen schriftlich und erzeugten so einen hohen Grad an Verbindlichkeit. Darüber hinaus prüften bzw. berechneten sie den Geldwert der vereinbarten Engagements.

Helfende Hände und mehr

Am Marktplatztag selbst wurde der Veranstalterkreis durch zahlreiche helfende Hände unterstützt. Weitere Helfer haben sich um den Auf- und Abbau, die Anmeldung der Teilnehmer sowie alle anderen anfallenden Aufgaben gekümmert. Mit ihrer Unterstützung war der Marktplatz eine gelungene Veranstaltung.

Vorbereitungsworkshops für gemeinnützige Organisationen

Nicht nur Kür, sondern auch Pflicht. Für die gemeinnützigen Organisationen war die Teilnahme an einem der Vorbereitungsworkshops notwendige Voraussetzung für die Teilnahme am Marktplatz. So konnten sie gut vorbereitet den Kontakt zu engagementbereiten Unternehmen herstellen.

Die wenigsten Mitarbeiter gemeinnütziger Organisationen sind es im Arbeitsalltag gewohnt, ihre Arbeit, ihre Ziele und ihre Anliegen präzise, knapp und attraktiv darzustellen.

Diese Fähigkeit ist jedoch auf dem Marktplatz „Gute Geschäfte“ elementar. Nur wenn es den gemeinnützigen Organisationen gelingt, die Unternehmen für ihr Anliegen zu begeistern, kommt es zu guten Vereinbarungen. Eine Fähigkeit, die im Arbeitsalltag auch in anderen Kontexten wichtig sein kann. Für die Verhandlungen auf dem Marktplatz selbst stand den Teilnehmern nur eine Stunde zur Verfügung, um ihre Ziele und Anliegen möglichst präzise bei den Unternehmen zu platzieren. Wenig

Zeit für viele Bedürfnisse. Hier waren die Vorbereitungsworkshops eine große Hilfestellung für die gemeinnützigen Organisationen im Kontakt mit den Unternehmen, um sich möglichst gut zu präsentieren.

Informationen für Unternehmen

Den interessierten und teilnehmenden Unternehmen wurden umfangreiche persönliche und schriftliche Informationen zur Verfügung gestellt. Auch sie hatten so die Gelegenheit, sich mit dieser neuen und innovativen Methode auseinanderzusetzen und sich entsprechend vorzubereiten.

106.000€ – Kann man so rechnen?

Ja, wir können. Denn mit der Umrechnung der getroffenen Vereinbarungen in ihren Geldwert wird deutlich, dass Kompetenz- und Zeitspenden ebenfalls einen (Geld-)Wert darstellen.

In Köln wurden folgende Werte zugrunde gelegt: 30 Euro pro Stunde Engagement von Mitarbeitern, 100 Euro für Beratungsleistungen und ähnliches. Sachleistungen wurden entsprechend ihres geschätzten Gegenwertes berechnet.

Insgesamt wurde so ein Ergebnis von 106.000 Euro erreicht. Ein Ergebnis, das sich sehen lassen kann und zu dem alle Akteure und Teilnehmer ih-

ren Beitrag geleistet haben. Diese 106.000 Euro stehen auch für die konkrete Unterstützung bestimmter Zielgruppen. Das vereinbarte monetäre Engagementvolumen wird so außerdem für alle Akteure und die Öffentlichkeit greifbar. Nicht berücksichtigt sind dabei die nachhaltigen, positiven Effekte, etwa durch ein Bewerbungstraining für Jugendliche in schwierigen Lebenslagen. Auch die positiven Effekte für Unternehmen und gemeinnützige Organisationen sowie ihre Mitarbeiter kommen noch hinzu.



Die Regeln: In sieben Schritten zur erfolgreichen Partnerschaft

Regeln erleichtern für alle das Geschehen des Marktplatzes. Im Folgenden finden Sie die 7 wichtigsten Regeln für erfolgreiche Kooperationen des Marktplatzes 2008.

1. Gehen Sie in die Handelsecke

...die zu Ihrer Nachfrage bzw. Ihrem Angebot passt. Sie haben die Wahl zwischen:

- Helfende Hände
- Know-how und Beratung
- Veranstaltungen
- Sachleistungen

2. Kommen Sie miteinander ins Gespräch.

Schauen Sie, ob Angebot und Nachfrage zusammen finden und welche Win-Win-Möglichkeiten entstehen können.

- a. Führen Sie Ihr Gespräch zügig zu Ende, damit auch andere noch zum Zuge kommen.
- b. Die Namensschilder sind in unterschiedlichen Farben gehalten. Sie können so zwischen der UnternehmensvertreterInnen, den VertreterInnen der gemeinnützigen Organisationen und den OrganisatorInnen unterscheiden.
- c. Benötigen Sie Unterstützung bei der Partnersuche, wenden Sie sich an einen Makler, den Sie an der auffälligen MAKLERWESTE erkennen.
- d. Ist Ihr Wunschpartner bereits in einer Verhandlung, signalisieren Sie kurz Ihr Verhandlungsinteresse und vereinbaren Sie einen Gesprächstermin.
- e. Wenn Sie mit den Verhandlungen am Ende sind, nehmen Sie ihr Namensschild ab und verlassen Sie bitte den Bereich des Raumes, der als Handlungsparkett dient. So können alle Beteiligten erkennen, wer noch auf der Suche ist und wer nicht mehr.

3. Die Frage nach Geld

...bzw. finanzieller Unterstützung ist bei diesem Marktplatz ausgeschlossen. Das gehört zum Konzept dieser Veranstaltung. Halten Sie sich bitte an diese Regel!

4. Tauschen Sie Visitenkarten aus

...damit Sie Ihre Gesprächspartner auch nach dem Marktplatz ohne Umwege erreichen und verständigen können.

5. Wenn Sie eine Engagementvereinbarung schließen

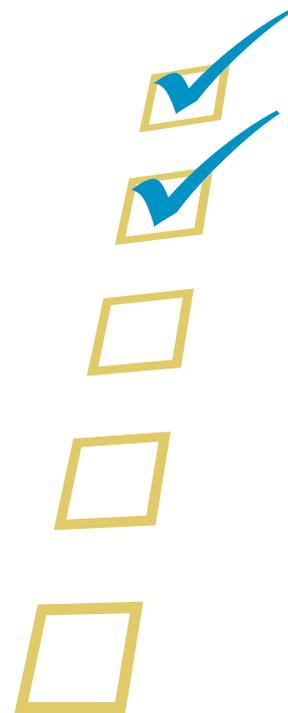
... tun Sie dies immer auf dem bereitliegenden Formular. Sie finden dieses in Ihrer Mappe und zusätzlich auf dem Infotisch.

6. Das Prüf- und Bestätigungsteam

Gehen Sie gemeinsam mit der ausgefüllten und unterzeichneten Vereinbarung zum Tisch des „Prüf- und Bestätigungsteams“. Dort wird Ihre Vereinbarung gegengelesen, der Geldwert der Engagementvereinbarung wird geschätzt, die Angaben registriert und Ihnen jeweils eine Kopie ausgehändigt.

7. Vereinbarungen konkretisieren

Konkretisieren Sie im Anschluss an den Marktplatz gemeinsam die getroffenen Vereinbarungen und führen Sie die erforderlichen Absprachen am besten innerhalb der nächsten drei Wochen durch.



„Die Kooperation mit den Gemeinnützigen ist eine „Referenz für die eigene Unternehmensdarstellung“

„Es war eine interessante Kooperation und interessante Aufgabe für meine Mitarbeiterin“

„Exzellente Vorbereitung, eine richtige 1 von mir“

„Durch die auf dem Marktplatz erfolgten Vereinbarungen erfolgte ein spannender Schritt in Richtung Integration“

Das denken die Teilnehmer

Die Zitate zeigen die positive Grundstimmung des Marktplatzes „Gute Geschäfte“. An erster Stelle allen Handelns des Veranstalterkreises steht natürlich das Ziel, dass alle Teilnehmer um das ein oder andere bereichert und zufrieden den Marktplatz verlassen.

„Exzellente Vorbereitung, eine richtige 1 von mir.“ zählte zu den Zitaten, die zeigen, dass sich der Marktplatz auf dem richtigen Weg befindet. Fragebögen am Ende der Veranstaltung helfen

uns dabei, die Feedbacks und Anregungen der Teilnehmer aufzugreifen und auf dem nächsten Marktplatz „Gute Geschäfte“ umzusetzen.

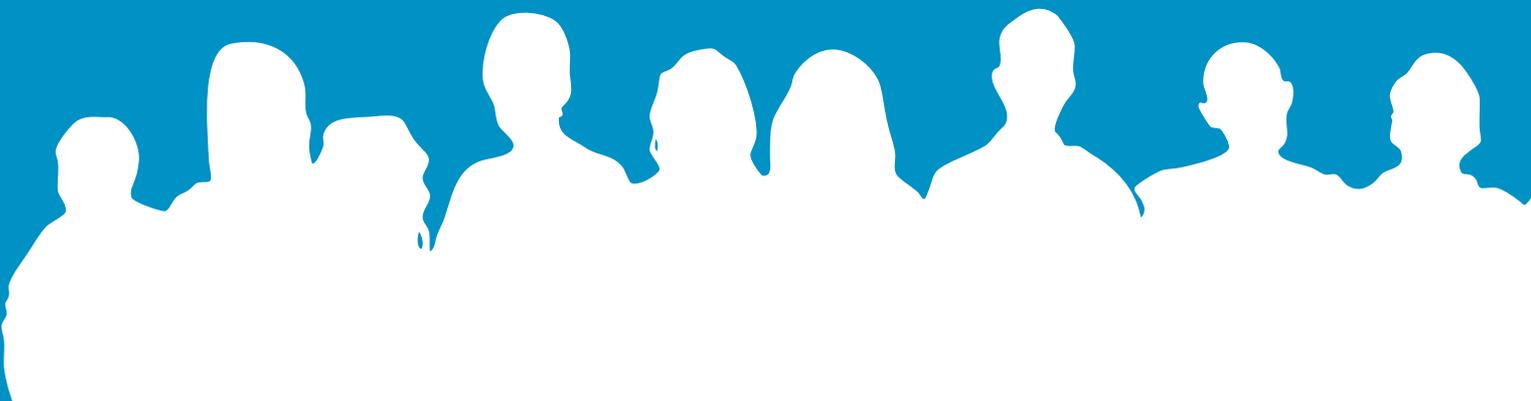
Hier gilt es insbesondere natürlich auch die Ergebnisse der Evaluation zu nutzen. Einen Auszug aus den Ergebnissen der Evaluation finden Sie auf den folgenden Seiten. Die Weiterentwicklung des Marktplatzes steht so auf verschiedenen Füßen.

„Ich habe gute Partner gefunden, die sich auf meine Angebote eingelassen haben. Sie selbst hatten auch gute Ideen“

„Toll. Sehr gut“

„Oh, die Veranstaltung ist sehr animierend. Sehr interessant, eine gute Idee“

„Das ist super organisiert, ganz Klasse. Ich finde, das ist eine tolle Idee und gut umgesetzt“



„Da simmer dabei“ – Die Teilnehmer

Ohne sie geht auf dem Marktplatz nichts: Die Anbieter und die Nachfrager 2008. Folgende Unternehmen und gemeinnützige Organisationen sind unserer Einladung gefolgt und haben sich aktiv am Marktplatz beteiligt.



Aktiv dabei: Eine „Strictly Mama“ im Gespräch mit einem Unternehmer.

Unternehmen:

- ABEQ - Akademie für Beratung und Qualifizierung GmbH
- AOK Rheinland/Hamburg – Die Gesundheitskasse
- Cologne Marriott® Hotel
- Cologne Print Company LTD.
- Cyberdyne IT GmbH
- datafixx GmbH
- Deutsche Bank AG
- Dom-Hotel Betriebsgesellschaft mbH
- Dr. Andreas Schubert
- dw-Consult
- Ebero GmbH & Co KG
- FDS GmbH
- Fitprovit
- Freshfields Bruckhaus Deringer LLP
- Generali Deutschland Holding AG - Zukunftsfonds
- Gläser Projekte GmbH
- Goldfaktor GbR
- Gothaer Versicherungsbank WaG
- Jakob Nettekoven Technische Handels GmbH
- Johnson Controls GmbH
- KLS Rechtsanwälte – Partnergesellschaft Köln – Erfurt
- Konrath FDS
- KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
- Le Meridien – Dom Hotel Köln
- macologne GmbH
- Marriot Hotel Köln
- Max-Planck-Institut f. Gesellschaftsforschung
- Milestones management consulting GmbH
- Miller GbR
- Organisations- und Personalentwicklung Angela Kämper-Laube

- pfm AG
- raum.4
- result GmbH
- RTL-interactive GmbH
- Stadt Köln – Kommunalstelle FABE im Amt des Oberbürgermeisters
- Stadtwaldholz
- trinedy GmbH
- Virtualform – Gesellschaft für Informations- und Interfacedesign mbH
- VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH
- Wirtschaftsunioren Köln

Gemeinnützige Organisationen:

- AFB – Arbeit für Menschen mit Behinderungen gGmbH
- Art of life – Europäisches Forum der Künste, Landesverband der Lebenshilfe NRW e.V.
- Begegnungszentrum im SeniorenNetzwerk Höhenberg
- Benedikt-Labre e.V. – OASE
- Bürgerzentrum Finkenbergr
- Caritas-Altenzentrum St. Joseph-Elisabeth
- Caritaswerkstätten Köln – Clara-Fey-Haus
- Diakonie Michaelshoven – Integrationshilfen
- Die Farbkleckse e.V.
- DLRG e.V.
- Fips e.V.
- Förderverein Höhenberg
- Gesellschaft für Völkerkunde zur Förderung des Rautenstrauch-Joest-Museums
- Gewaltfrei Lernen e.V.
- GOT Elsaßstraße – Kinder- und Jugendzentrum der Caritas
- Gymnasial-Sportverein Porz e.V.
- Haus der offenen Tür Porz e.V. – OT Arche Nova

- KALZ – Kölner Arbeitslosenzentrum e.V.
- Kölner Freiwilligen Agentur e.V.
- Kölner Netzwerk Bürgerengagement
- Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung Ortsvereinigung Köln e.V. – Wohnhaus Netzestraße
- MuKuTaThe – Werkstatt für Musik, Kunst, Tanz, Theater e.V.
- Rat und Tat e.V.
- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt
- RheinFlanke gGmbH – Köln kickt
- Rolf-Lappe-Kindergarten e.V.
- SeniorenNetzwerk Altstadt-Süd
- SeniorenNetzwerk Rodenkirchen
- Sozialbetriebe Köln gGmbH – Standort Riehl
- Sportclub Janus e.V.
- StadtBezirks-SportVerband 5 Köln-Nippes
- Städtisches Behindertenzentrum Dr. Dormagen-Guffanti
- Strictly Mama
- Telekom-Post-Sportgemeinschaft Köln e.V.
- Theaterpädagogisches Zentrum Köln e.V.
- Verein für Sport, Kultur und Engagement in der zweiten Lebenshälfte e.V.
- Wassersportfreunde Neptun e.V. Köln-Mülheim
- ZAK Zirkus- und Artistikzentrum
- Zentrum für therapeutisches Reiten e.V.

Das bunte Treiben des Marktplatzes „Gute Geschäfte“: Auf dem Parkett verhandeln Unternehmen und gemeinnützige Organisationen mögliche Kooperationsprojekte unterschiedlichster Art. Dabei sind der Fantasie keinerlei Grenzen gesetzt.



Interview mit Ulla Eberhard

Redaktion: Die Kölner Freiwilligen Agentur ist schon lange mit dem Thema gemeinnütziges Unternehmensengagement vertraut und in diesem Bereich tätig. Was hat sie dazu bewogen, gemeinsam mit VertreterInnen von Unternehmen, Kommune und gemeinnützigen Organisationen den Marktplatz als zusätzliches Angebot in Köln zu etablieren?

Ulla Eberhard: Ziel unseres Vereins ist die Förderung bürgerschaftlichen Engagements, auch von Unternehmen. Das machen wir, indem wir Akteure zusammenbringen, die sonst nicht zueinander fänden.

Unsere Aufgabe ist die Vermittlung von Engagementpartnern, hier von Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen. Wir sehen dabei die Notwendigkeit, Unternehmen verschiedene Möglichkeiten zu bieten, wie sie einen passenden Engagementpartner und ein geeignetes Projekt finden. Unternehmen sind so individuell wie auch die gemeinnützigen Organisationen. Bei unseren bisherigen Unternehmensangeboten wie FreiwilligenTag, KulturPaten und SeitenWechsel sind wir es, die die Akteure miteinander in Verbindung bringen, die Engagementpartnerschaften begleiten und ein Auge darauf haben, dass die Partnerschaften auch zum Erfolg führen.

Mit dem Marktplatz schaffen wir nur die Atmosphäre und den Raum für Begegnung, so dass die Akteure selbst herausfinden können, mit wem sie kooperieren wollen und was sie zusammen tun. Das ist neu und es funktioniert erstaunlich gut. Der Marktplatz ist eine gute Ergänzung zu unseren bisherigen Angeboten. Denn nicht alle Unternehmen und gemeinnützige Organisationen wollen unseren Komplettservice in Anspruch nehmen. Und für sie ist der Marktplatz genau das Richtige.

Redaktion: Die Kölner Freiwilligen Agentur hat sich bewusst dafür entschieden, den Marktplatz nicht allein zu veranstalten. Sechzehn Organisationen waren im letzten Jahr im Veranstalterkreis vertreten und dazu gehörten so unterschiedliche wie der Stadtsportbund und die Industrie- und Handelskammer. Das sind ja nicht gerade die „üblichen Verdächtigen“, die sonst auch immer zusammen arbeiten. Geht das gut?

Ulla Eberhard: Es ist nicht immer einfach, aber auf jeden Fall immer spannend. Die Kölner Freiwilligen Agentur ist eine Vertreterin der Philosophie, dass wir die Empfehlungen, die wir anderen geben, auch selbst praktizieren. Wenn wir antreten um ungewöhnliche Partnerschaften zu vermitteln, dann gehen wir auch selbst ungewöhnliche Partnerschaften ein. Wir haben uns sehr gefreut, dass so viele der Einladung zu diesem Wagnis gefolgt sind. Mittlerweile können wir sagen – und ich vermute, dass der Veranstalterkreis mir hier zustimmt – dass eine große Chance in der Zusammenarbeit von VertreterInnen der Freiwilligen Agentur, der Kommune, den gemeinnützigen Organisationen und nicht zuletzt der Unternehmen liegt. Ein unglaublicher Pool an fachlichen Ressourcen, Kontakten, Ideen und Perspektiven kommt hier regelmäßig zusammen, um den Kölner Marktplatz „Gute Geschäfte“ gemeinsam zu organisieren. Hier liegt ein großes Potenzial dieses Formates, von dem alle auch für das eigene Alltagsgeschäft profitieren.

Redaktion: Was hat Sie in diesem Prozess insgesamt am meisten überrascht?

Ulla Eberhard: Überrascht hat mich, wie leicht und schwer dieser Prozess zugleich war. Leicht,



Im Interview:
Ulla Eberhard, Geschäftsführerin der Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

weil alle Veranstalter an einem Strang gezogen haben, schwer, weil die unterschiedlichen Perspektiven immer wieder eine Berücksichtigung finden mussten. Aber darin liegt für mich auch eine Stärke. Alle BesucherInnen des Marktplatzes finden die Perspektive ihrer Herkunft so auch wieder.

Redaktion: Was sind für Sie die Haupteffekte des Marktplatzes?

Ulla Eberhard: Haupteffekt ist eine Kommunikation von gemeinnützigen Einrichtungen und Unternehmen auf Augenhöhe, wie sie sonst nicht immer anzutreffen ist. Es entstehen dabei Kooperationen, von denen alle profitieren. Insgesamt findet eine Öffnung der gemeinnützigen Einrichtungen und Unternehmen für Einflüsse von aussen statt, und das hat einen guten Einfluss auf Köln und seine BürgerInnen.

Redaktion: Wie haben Sie die große Vielfalt und Kreativität bei den Engagementgesuchen wahrgenommen?

Ulla Eberhard: Ich bin jedes Jahr aufs Neue gespannt, mit welchen guten Ideen die gemeinnützigen Organisationen ihren Bedarf und ihre Ziele darstellen. In diesem Bereich findet nach meiner Einsicht auch ein Wandel der gemeinnützigen Organisationen statt, die sich insgesamt mehr nach aussen öffnen, das wird auch an solchen Punkten sichtbar. Die Vielfalt wirkt aus meiner Sicht sehr anregend, macht neugierig und fördert „Gute Geschäfte“.

Redaktion: Was wünschen Sie dem Marktplatz „Gute Geschäfte“ für seine Zukunft? Wie sieht Ihre Vision aus?

„Kein Tag wie jeder andere.
Ganz ohne Geld.“

Ulla Eberhard: Ich wünsche dem Kölner Marktplatz eine lange Zukunft, die geprägt ist von positiven Weiterentwicklungsprozessen qualitativer wie quantitativer Art. Ich möchte noch mehr Unternehmen und gemeinnützige Einrichtungen beim nächsten Marktplatz sehen. Und ich möchte noch bessere Engagementpartnerschaften sehen. Wir sind schon ein gutes Stück vorangekommen in der Art, wie Engagementpartnerschaften gestaltet werden. Engagementpartnerschaften, bei denen sowohl die Unternehmen wie auch die gemeinnützigen Einrichtungen eng an ihren eigenen Zielen und Anliegen bleiben und keine Kooperation um jeden Preis eingehen. Das ist auch ein Lernprozess, den wir durch die Gestaltung des Marktplatzes unterstützen wollen. Ich denke, dass insbesondere dieses Format sich noch weiter entpuppt und am Ende alle erstaunt sind über den bunten Schmetterling.

Redaktion: Welche Überschrift beschreibt treffend Ihr Bild vom Kölner Marktplatz „Gute Geschäfte“?

Ulla Eberhard: Kein Tag wie jeder andere! Ganz ohne Geld.

Die Veranstaltung in Zahlen

Die Evaluationsergebnisse belegen schwarz auf weiß die Wirkung des Marktplatzes „Gute Geschäfte“ 2008. Insgesamt bestätigte die Evaluation den eingeschlagenen Weg und lieferte wichtige Erkenntnisse im Hinblick auf die folgenden Marktplätze und ihre „Guten Geschäfte“.

Im Rahmen eines Pilotprojektes der Bertelsmann-Stiftung wurde der Kölner Marktplatz „Gute Geschäfte“ 2008 evaluiert. Möglich wurde diese Evaluation durch eine Spende des Generali Holding AG – Zukunftsfonds. Univation, das mit der Evaluation beauftragte Unternehmen, befragte online und telefonisch die teilnehmenden Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen. Die Evaluation sollte in erster Linie Hinweise liefern, wie Organisation zukünftiger Kölner Marktplätze verbessert werden kann. Der Veranstalterkreis betrachtet den Marktplatz als „lernendes System“, das sich erst am Anfang einer vielversprechenden Entwicklung befindet. Erkenntnisse der Evaluation sollten uns bei der Planung kommender Marktplätze unterstützen, damit Unternehmen und gemeinnützige Organisationen möglichst gute Kooperationen eingehen können.

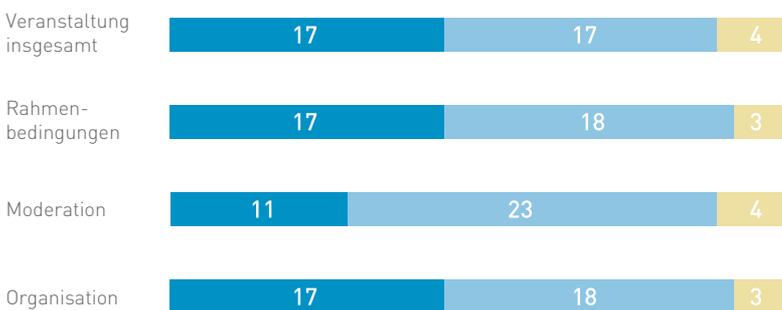
Zufriedene Gesichter auch in der schriftlichen Befragung

Insgesamt äußerten sich die teilnehmenden Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen positiv zum Marktplatz. Auch die Rahmenbedingungen und die Organisation wurden gut bewertet. Dasselbe galt für die umgesetzten Vereinbarungen, die sowohl für Unternehmen als auch gemeinnützige Einrichtungen überwiegend als nutzbringend und bereichernd wahrgenommen wurden. Die gezielte Unterstützung zur Kontaktaufnahme durch „Makler“ und zur schriftlichen Fixierung von Vereinbarungen durch „Notare“ wurde als hilfreich hervorgehoben. Der Schwerpunkt der vereinbarten Kooperationen lag im Bereich Dienstleistung/Know-how. Dies ist im Sinne der grundlegenden Idee des Konzepts „Gute Geschäfte“. Durch den Austausch von Wissen der Beteiligten entstehen gegenseitige Lernprozesse mit einem beidseitigen Mehrwehrt.

Insbesondere positiv hervorzuheben ist die hohe Zahl der tatsächlich umgesetzten Projekte und der Projekte, die sich gerade in Umsetzung befanden. Hier wird noch einmal die große Nachhaltigkeit des Marktplatzes und die Verbindlichkeit der getroffenen Vereinbarungen deutlich. Eine großartige Bestätigung für den Einsatz und die Beteiligung aller Akteure!

Wie beurteilen Sie rückblickend die Veranstaltung?

Insgesamt wurden 38 Teilnehmer im Bezug auf ihre Zufriedenheit mit der Veranstaltung befragt.



■ sehr gut ■ gut ■ schlecht ■ sehr schlecht

Quelle: Univation Institut für Evaluation

Die vollständige Evaluation kann bei der Kölner Freiwilligen Agentur eingesehen werden.

Fast alle möchten wiederkommen

19 Befragte, davon 8 Unternehmen und 11 gemeinnützige Organisationen, äußerten die Absicht, sich auch zukünftig am Kölner Marktplatz zu beteiligen. Sie möchten auch in Zukunft den gegenseitigen Befruchtungsprozess „guter Geschäfte“ für sich nutzen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Fragen Sie uns!

Wir informieren Sie gerne über unseren nächsten Marktplatz und beraten Sie zu allen anstehenden Fragen:

Kölner Freiwilligen Agentur e.V.
Kirsten Hinz
Projektleiterin Marktplatz „Gute Geschäfte“
Clemensstr. 7
50767 Köln
Telefon: 0221 - 88 82 78-27
Fax.: 0221 - 88 82 78-10
E-Mail: info@gute-geschaefte-koeln.de
Internet: www.gute-geschaefte-koeln.de

IMPRESSUM

Herausgeber: Kölner Freiwilligenagentur e.V.
Clemensstr. 7, 50676 Köln

Telefon: 02 21-8 88 27 80

E-Mail: info@gute-geschaefte-koeln.de

Internet: www.koeln-freiwillig.de

www.gute-geschaefte-koeln.de

V.i.S.d.P. Kirsten Hinz

Fotos: Robert Pudzianowski

Gestaltung: Dennis Hölscher

Druck: PrimaPrint, Köln



Diese Dokumentation wurde finanziert durch
den Generali Zukunftsfonds, ein gemeinnütziger
Fonds der Generali Deutschland Holding AG.