

Prof. Dr. Gisela Jakob

Neue Kooperationen mit der Marktplatz-Methode

Präsentation der Evaluationsergebnisse bei der Konferenz
der Bertelsmann Stiftung „Drei Jahre Gute Geschäfte“
am 2. Juni 2009 in Gütersloh

Zielsetzung der Evaluation

- Evaluation der Marktplätze zwischen Sept. 2006 und März 2009
- Projekt „Gute Geschäfte“ der Bertelsmann Stiftung
- Fokus: Mittlerorganisationen und deren Erfahrungen mit Marktplätzen

Methodisches Vorgehen

Befragung von Mittlerorganisationen mittels Fragebogen

- 36 Mittlerorganisationen angeschrieben
- Befragung vom 20.02.2009 – 05.03.2009

Methodisches Vorgehen

- Auswertung: 32 Fragebögen
- Mehrfachnennungen bei einzelnen Fragen
- Fokus auf letztem Marktplatz
- Problem: heterogene Ausgangsbasis bei vorhandenen Daten

Experteninterviews mit ausgewählten Mittlern

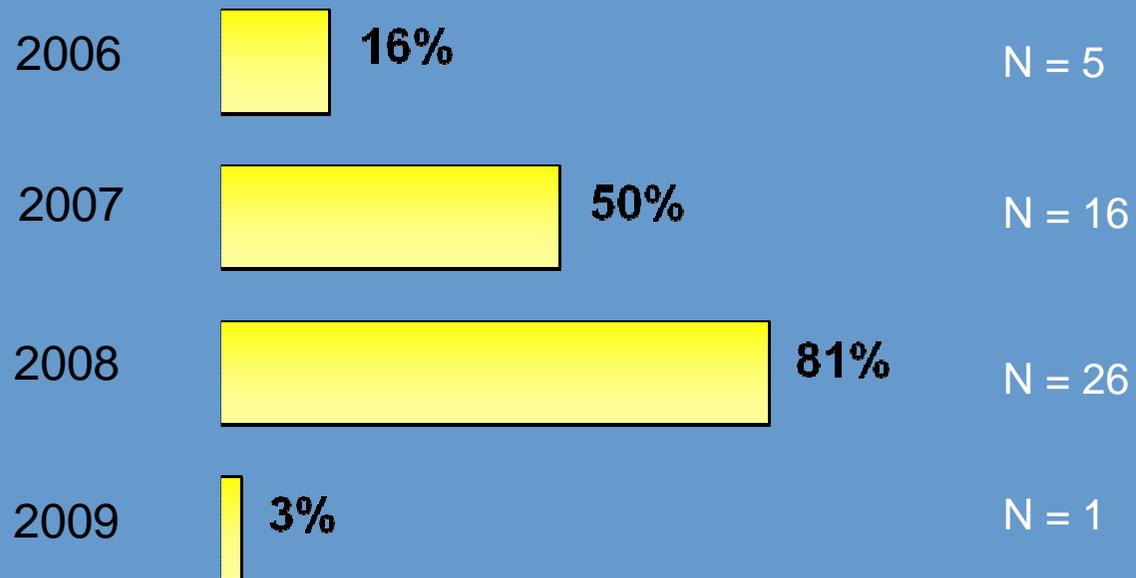
Eine Erfolgsmeldung vorab:

48 MARKTPLÄTZE FANDEN STATT

3481 VEREINBARUNGEN GETROFFEN

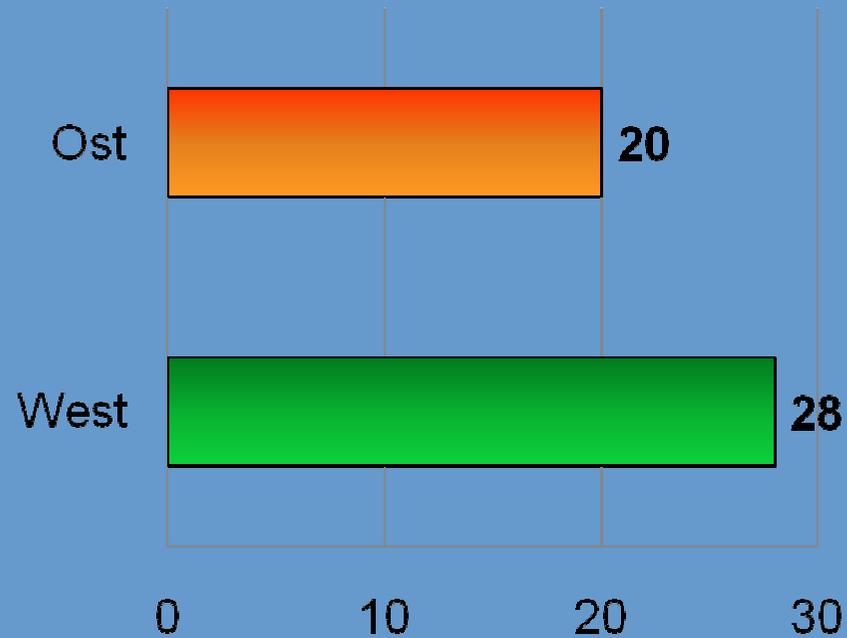
**97% DER MITTLER SIND (SEHR)
ZUFRIEDEN MIT ERGEBNIS DER
MARKTPLÄTZE**

48 erfasste Marktplätze 2006-2009

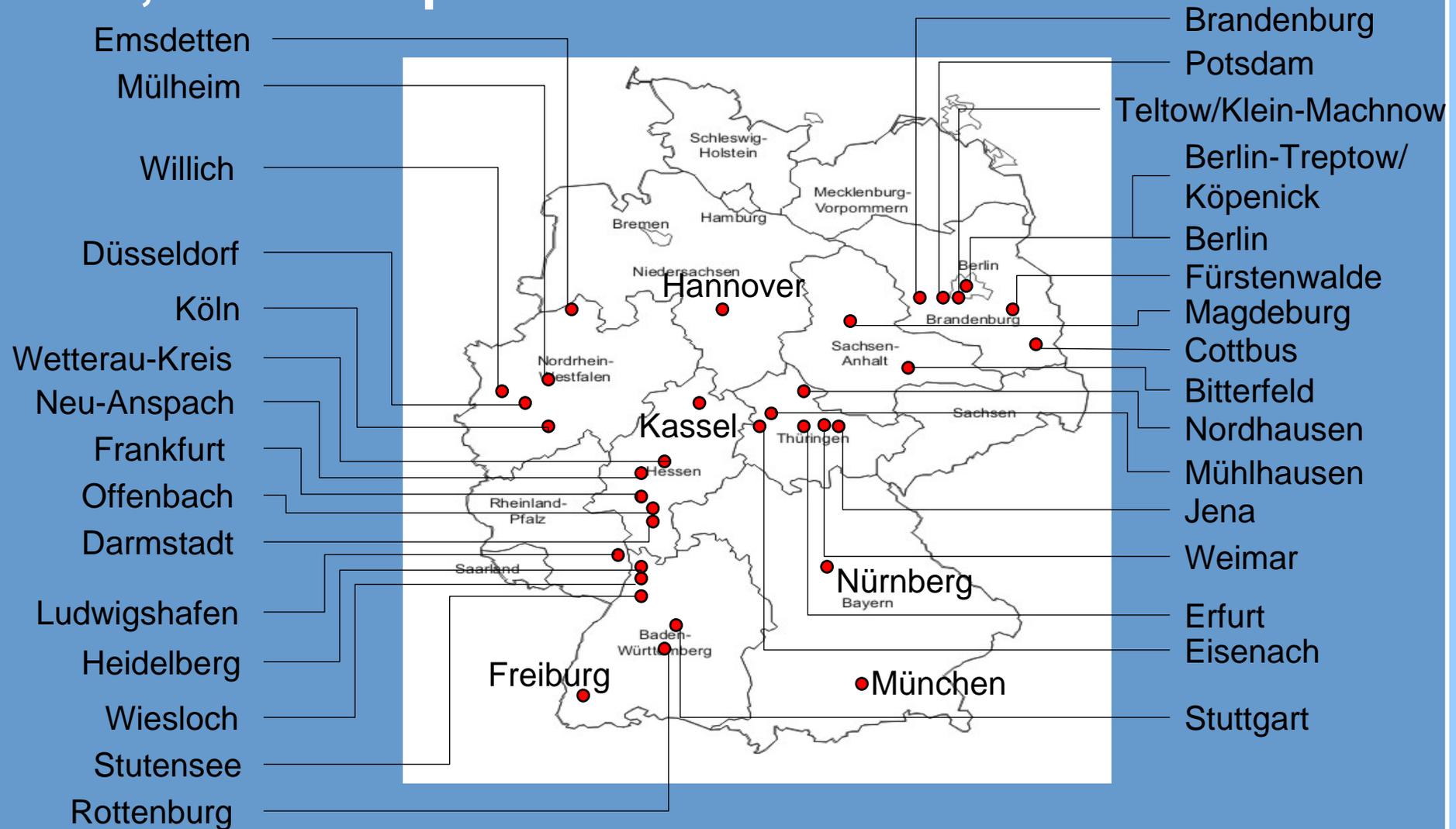


Basis gesamt:
N = 32

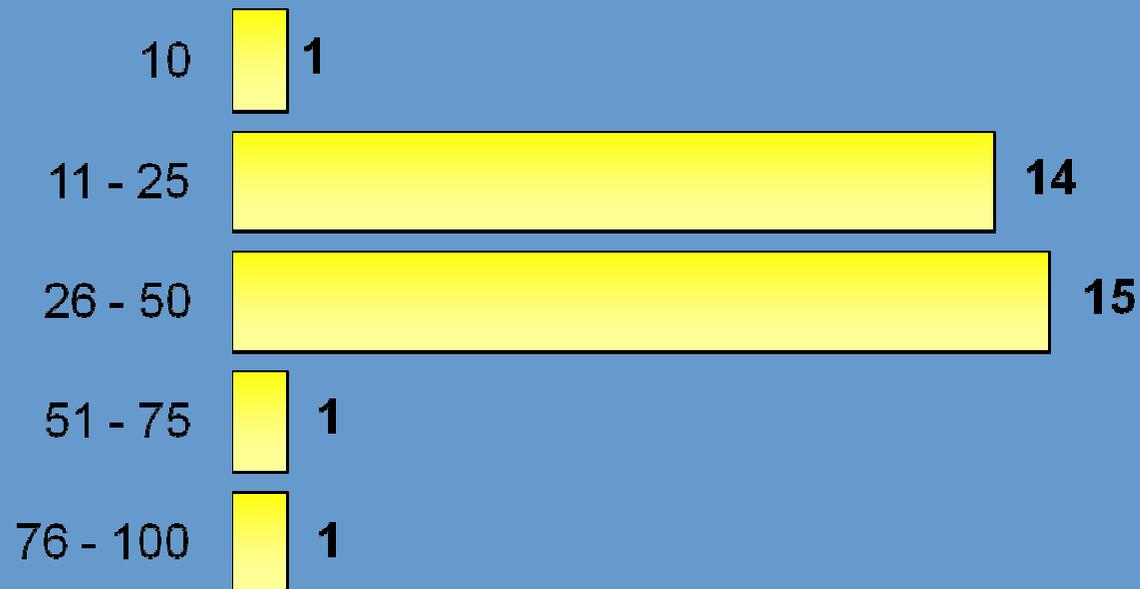
Zahl der Marktplätze 2006-2009



Orte, wo Marktplätze stattfanden



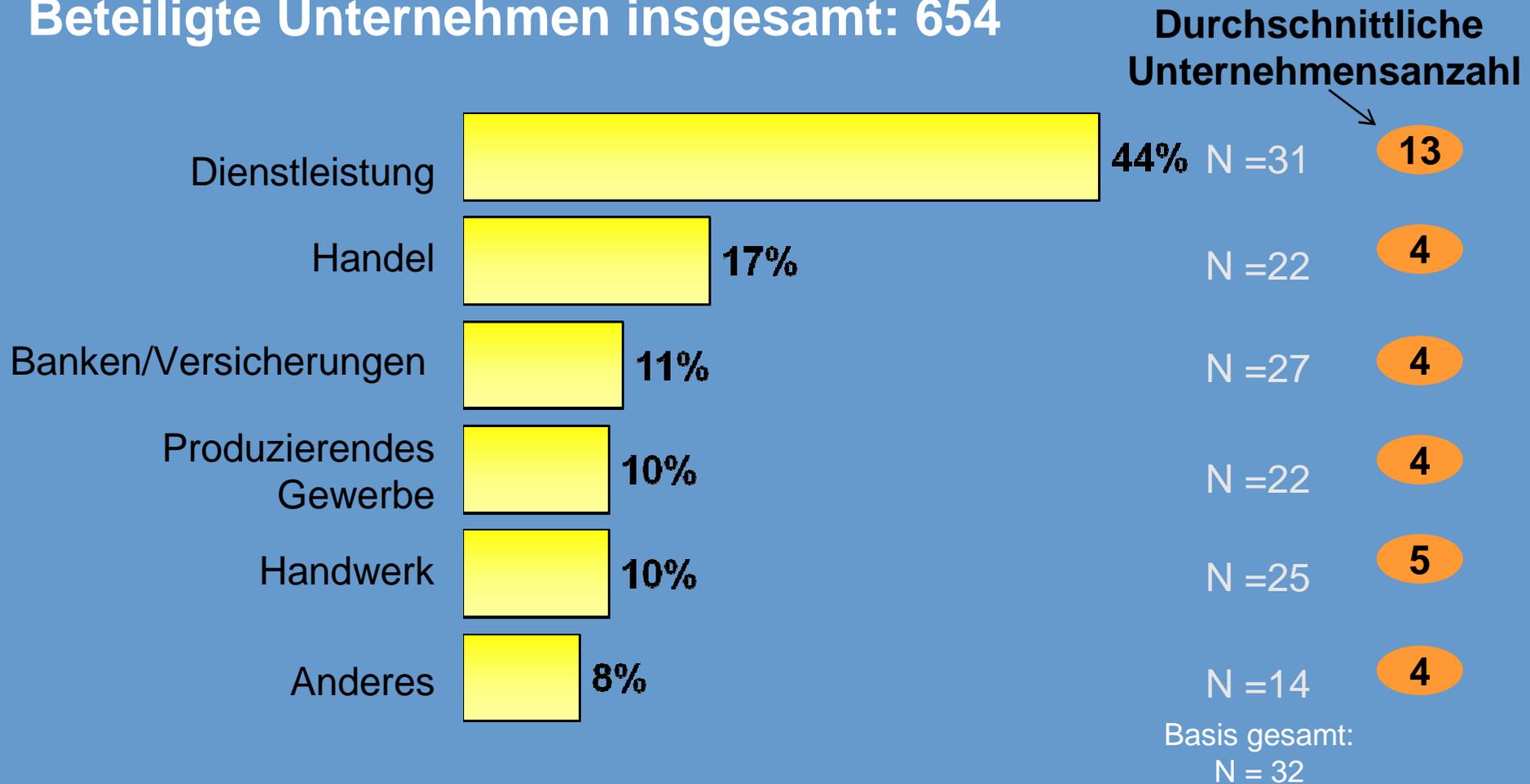
Anzahl beteiligter Unternehmen beim letzten Marktplatz: zwischen 10 und ca. 80 Unternehmen (absolute Zahlen)



Basis gesamt:
N = 32

Branchenzugehörigkeit der Unternehmen

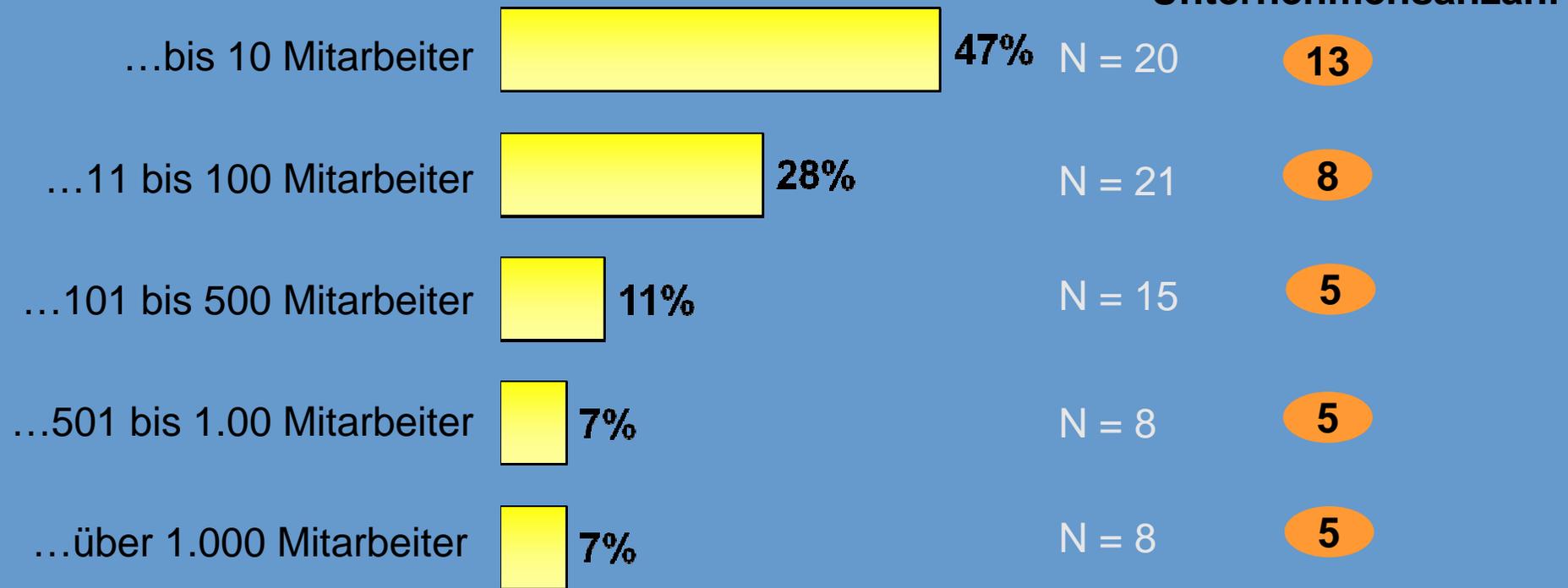
Beteiligte Unternehmen insgesamt: 654



Dominanz kleiner und mittlerer Unternehmen

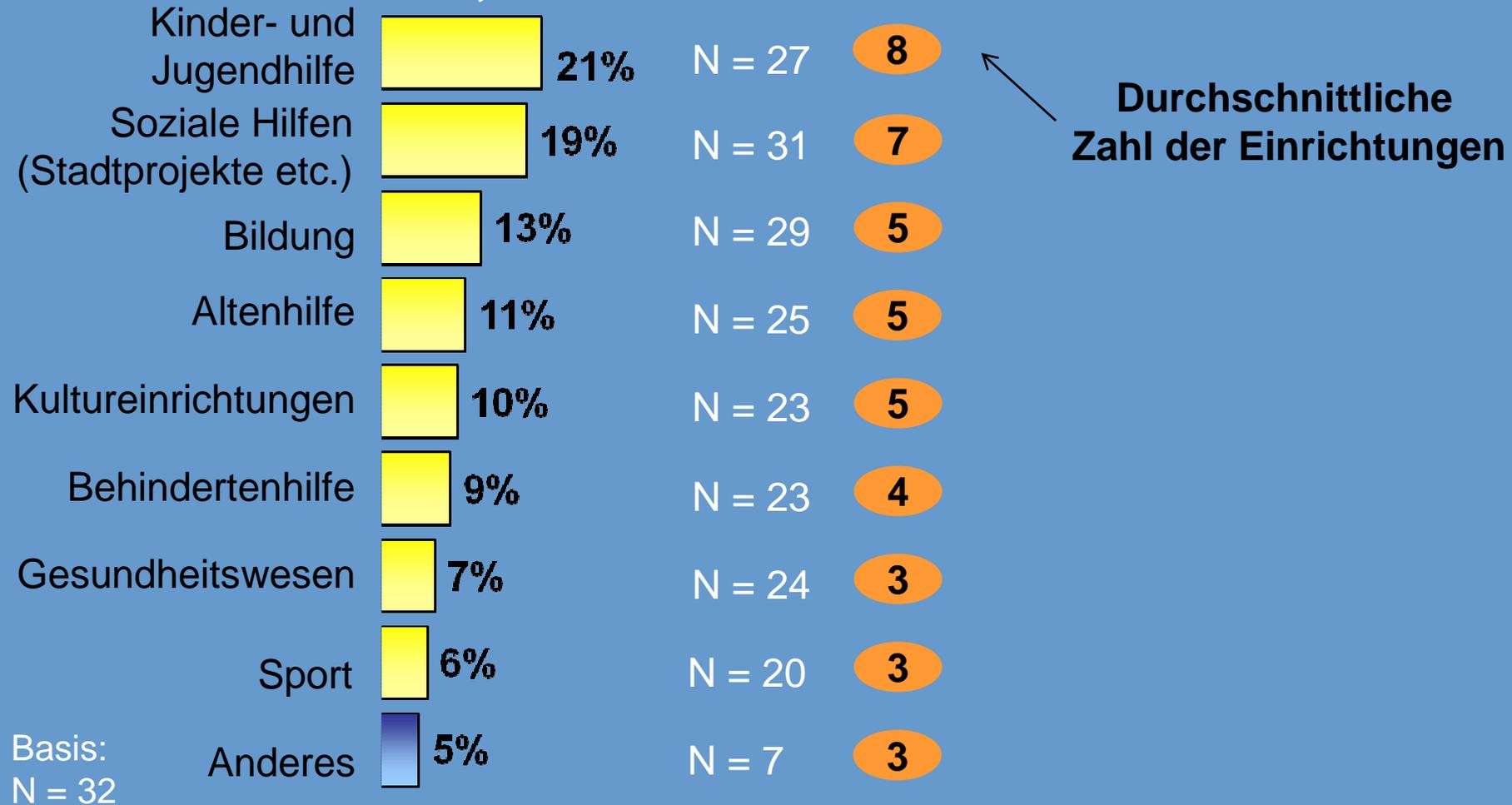
Beteiligte Unternehmen insgesamt: 654

Durchschnittliche
Unternehmensanzahl

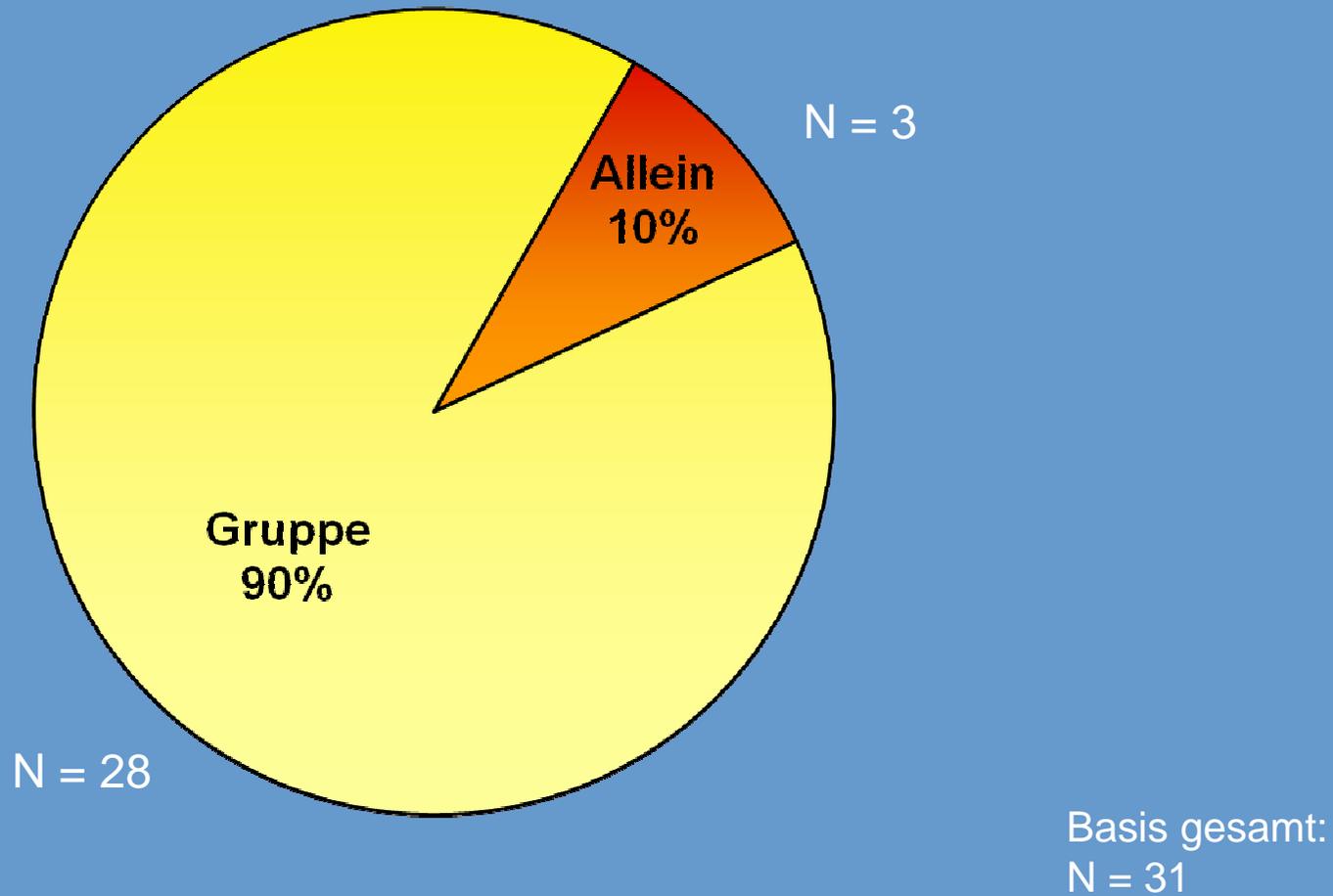


Basis: N = 24

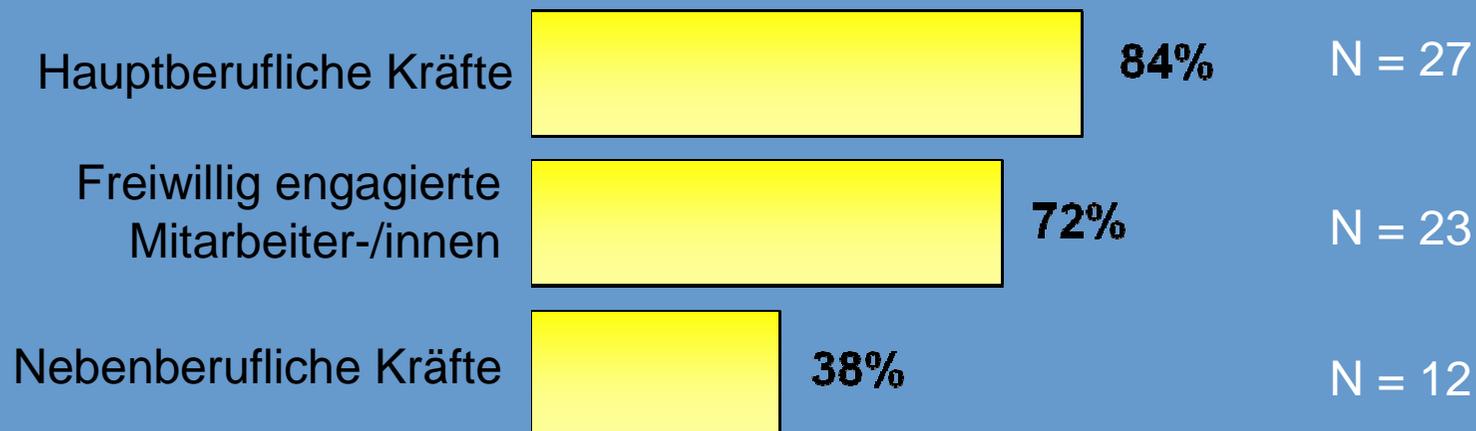
Anzahl gemeinnütziger Einrichtungen beim letzten MP: Gesamt 854; Varianz zwischen 12 und 90



Zentrale Bedeutung der Vorbereitungsgruppe



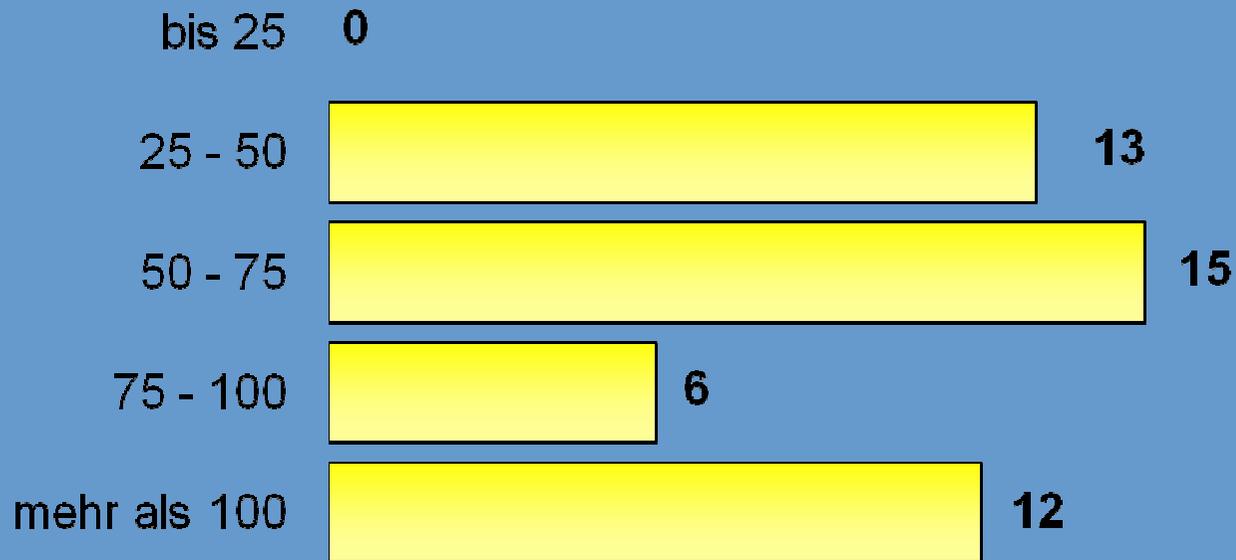
Kooperation von beruflichen und freiwilligen Mitarbeiter/-innen



Basis gesamt:
N = 32

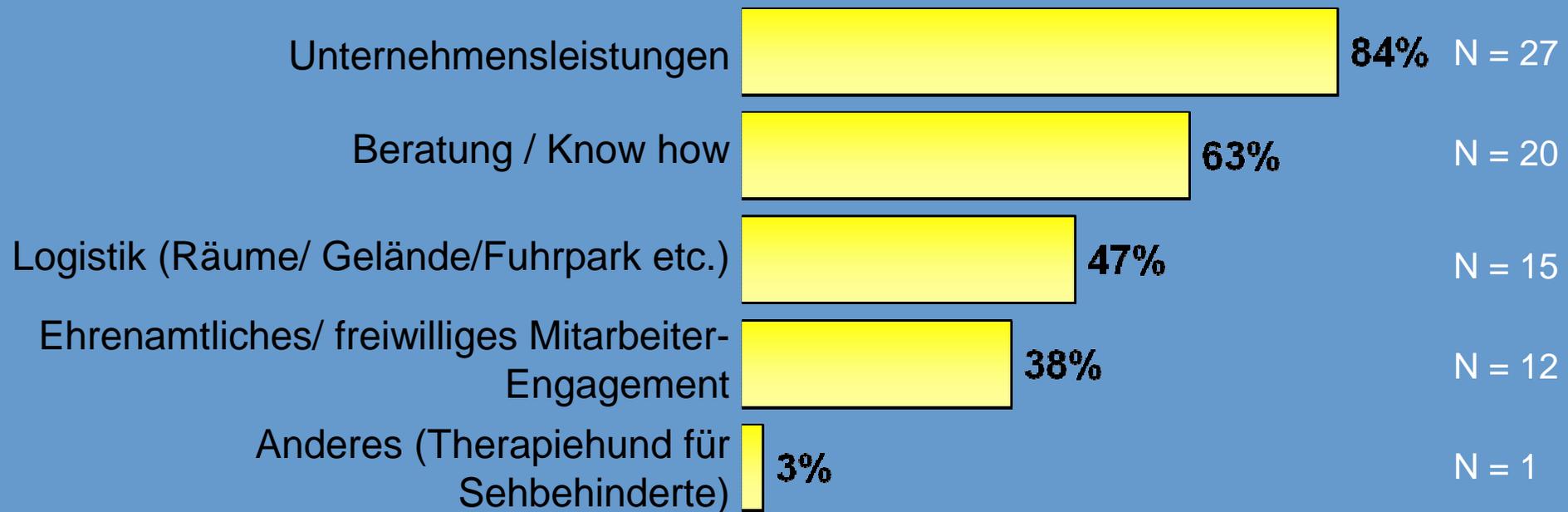
Zahl der Vereinbarungen: insgesamt 3.481

Zwischen 30 und ca. 160 Vereinbarungen bei einzelnen
Marktplätzen



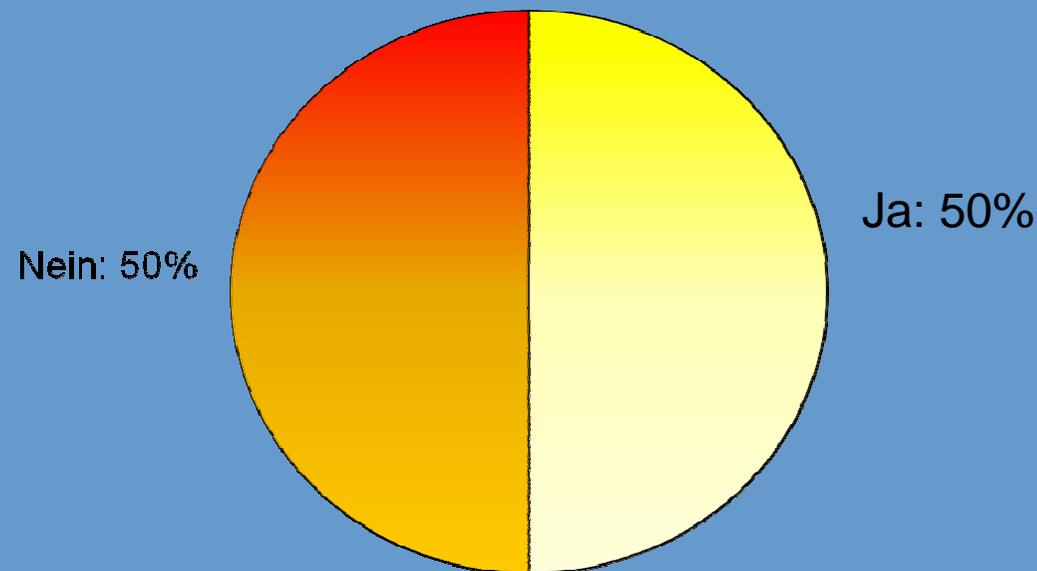
Basis gesamt:
N = 32

Schwerpunkte der Vereinbarungen



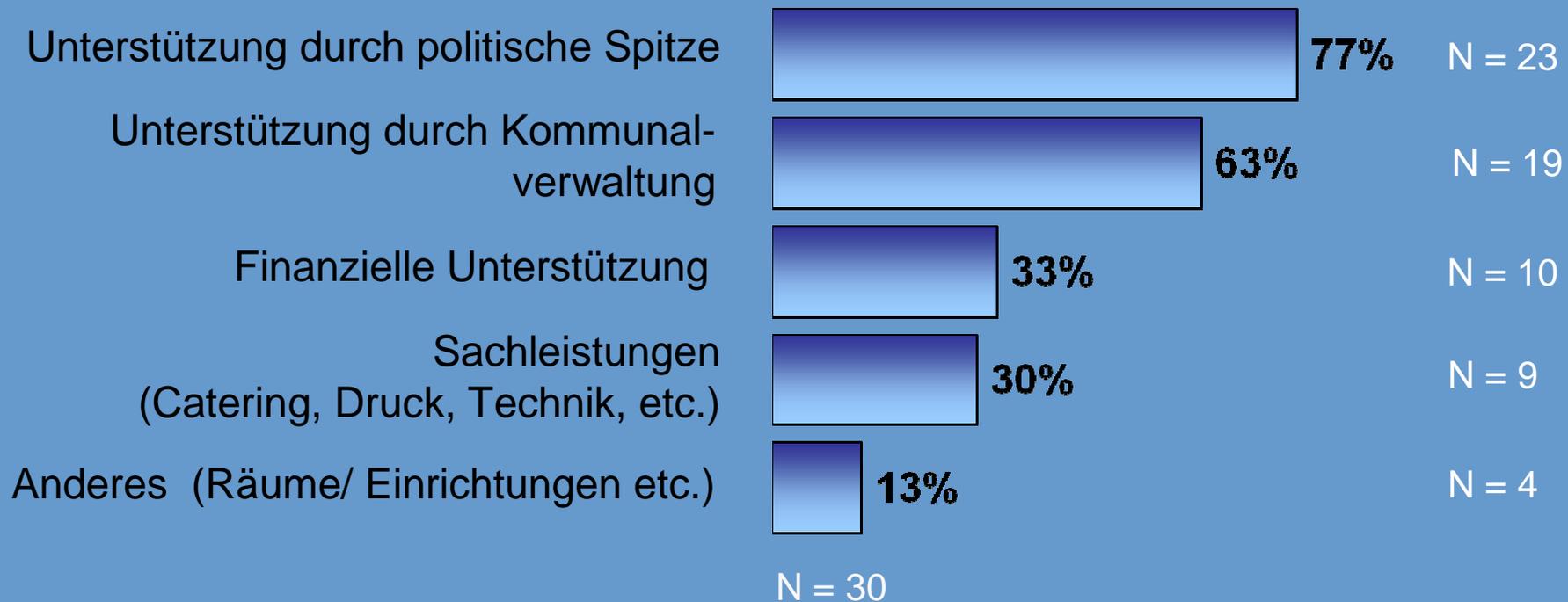
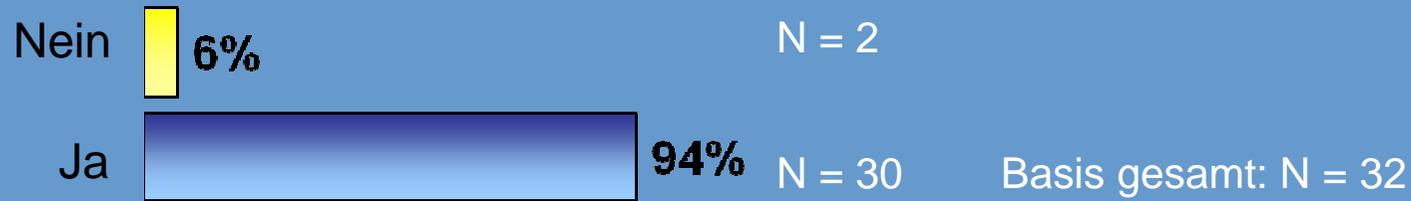
Basis gesamt:
N = 31

Ca. 70 % der Vereinbarungen umgesetzt!
**Wert der Vereinbarungen nur teilweise in Geld
umgerechnet!**

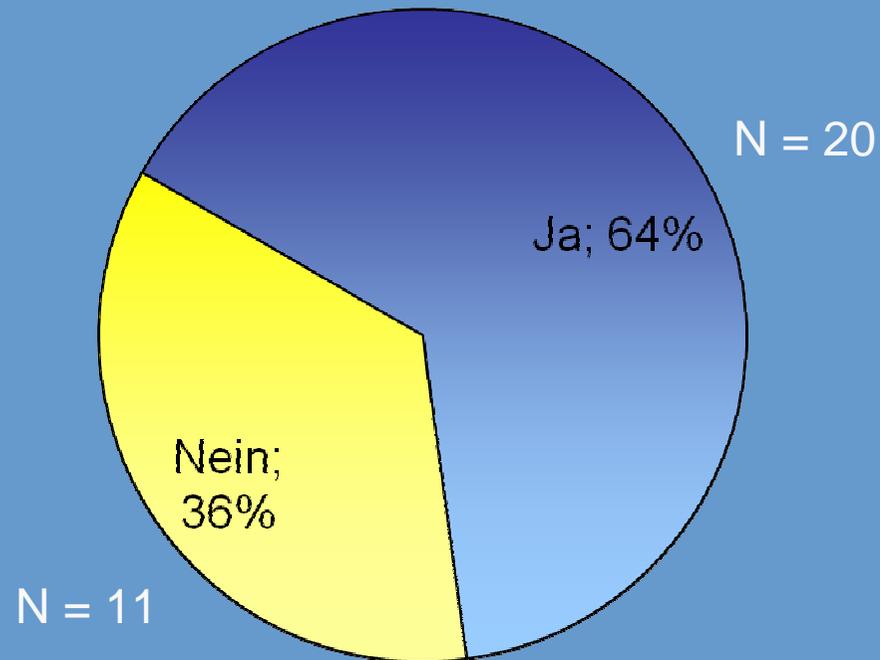


Basis gesamt:
N = 32

Breite Unterstützung durch Kommune

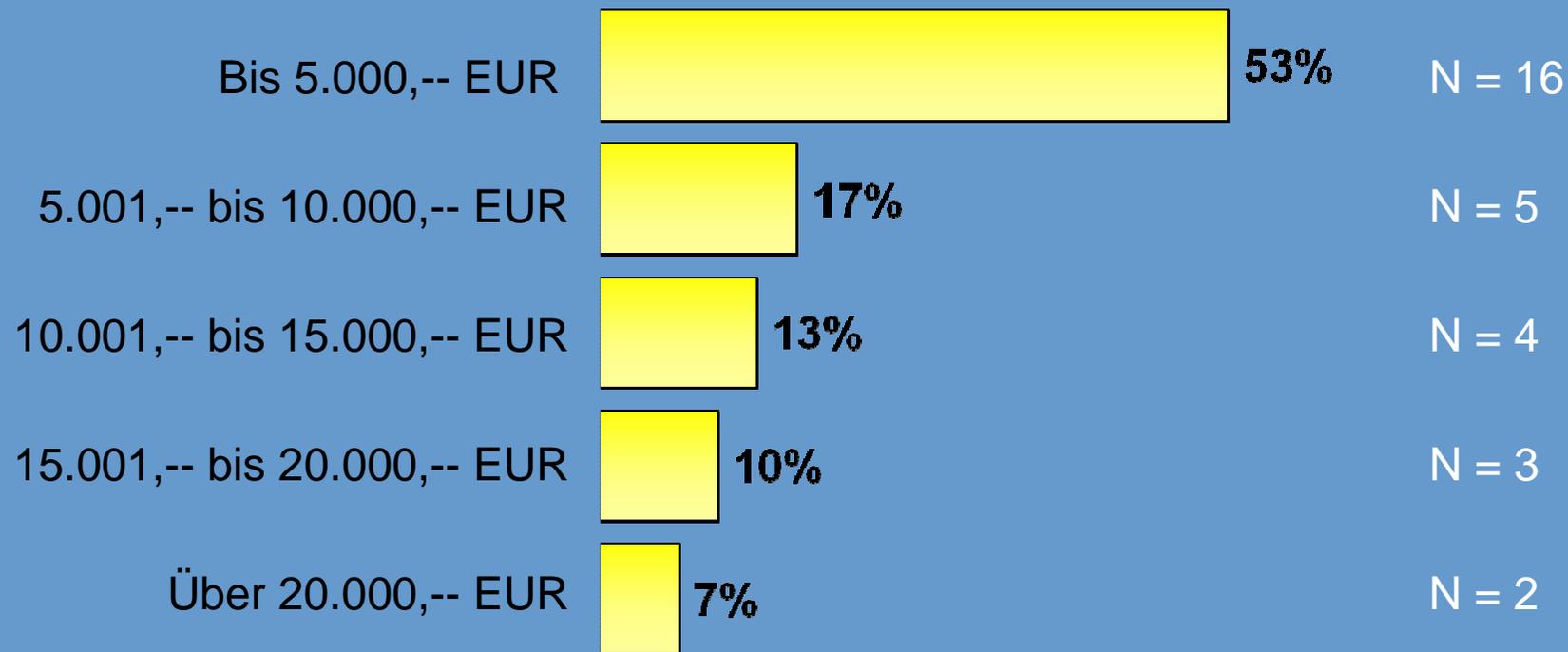


Kooperation mit örtlichen Wirtschaftsverbänden



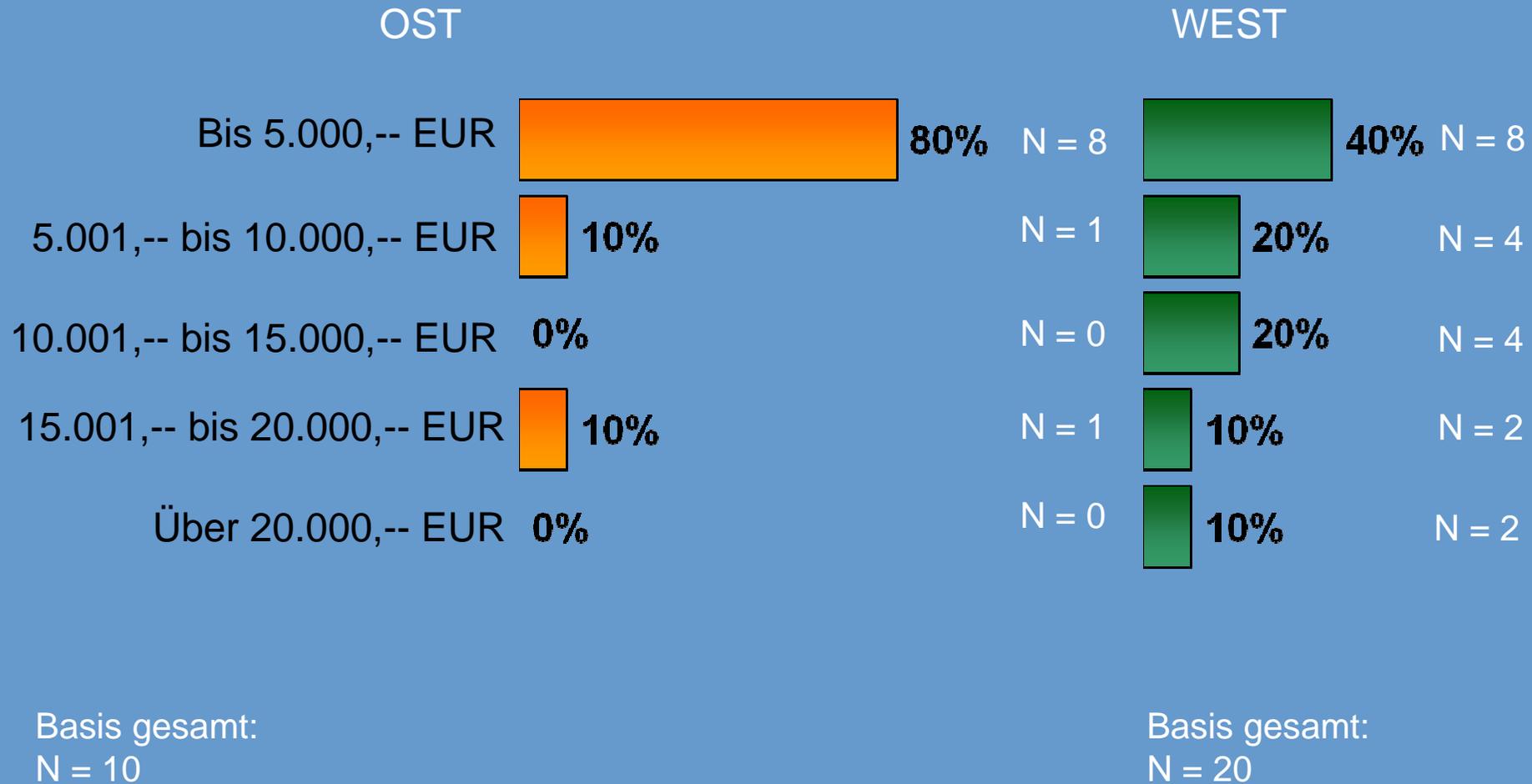
Basis gesamt:
N = 31

Kosten des (letzten) Marktplatzes

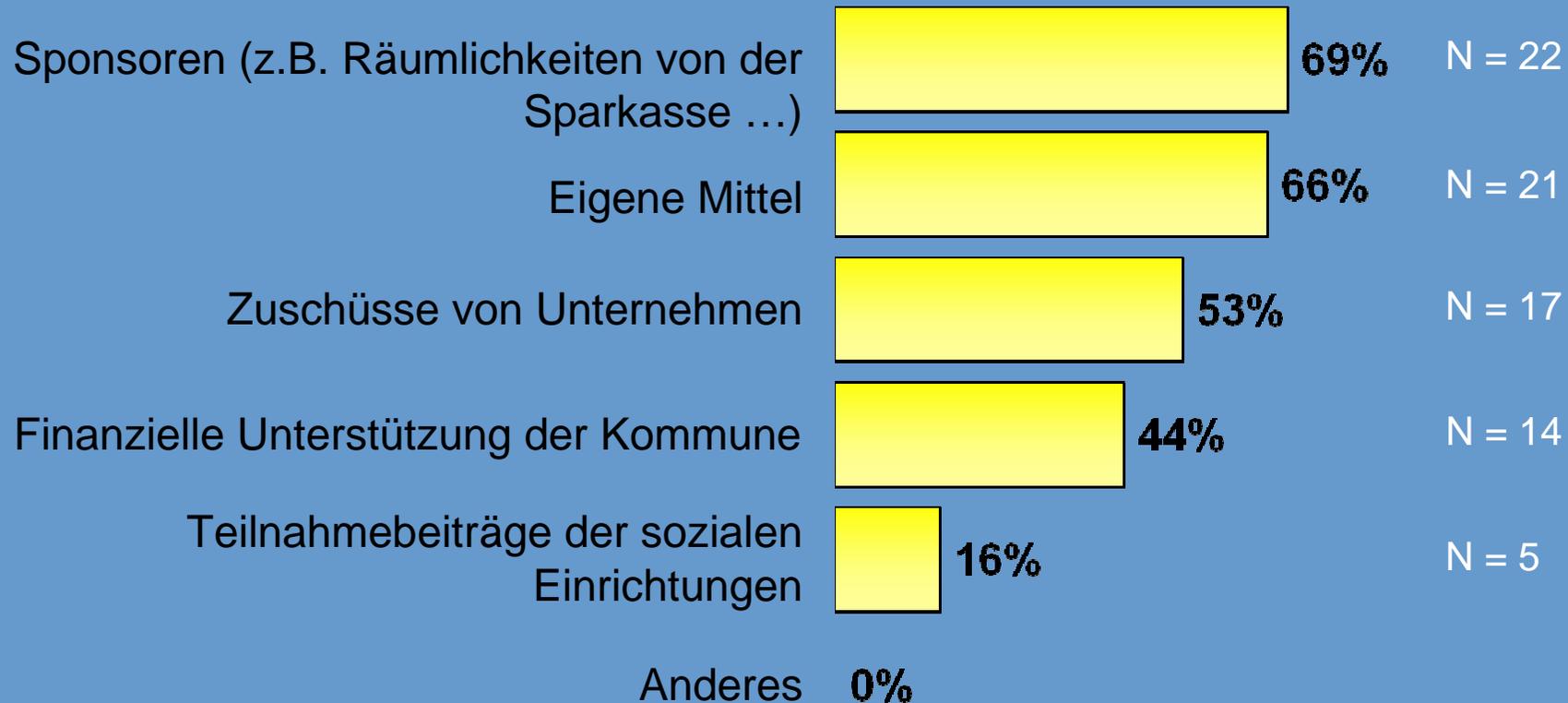


Basis gesamt:
N = 30

Kosten des letzten Marktplatzes in Ost und West

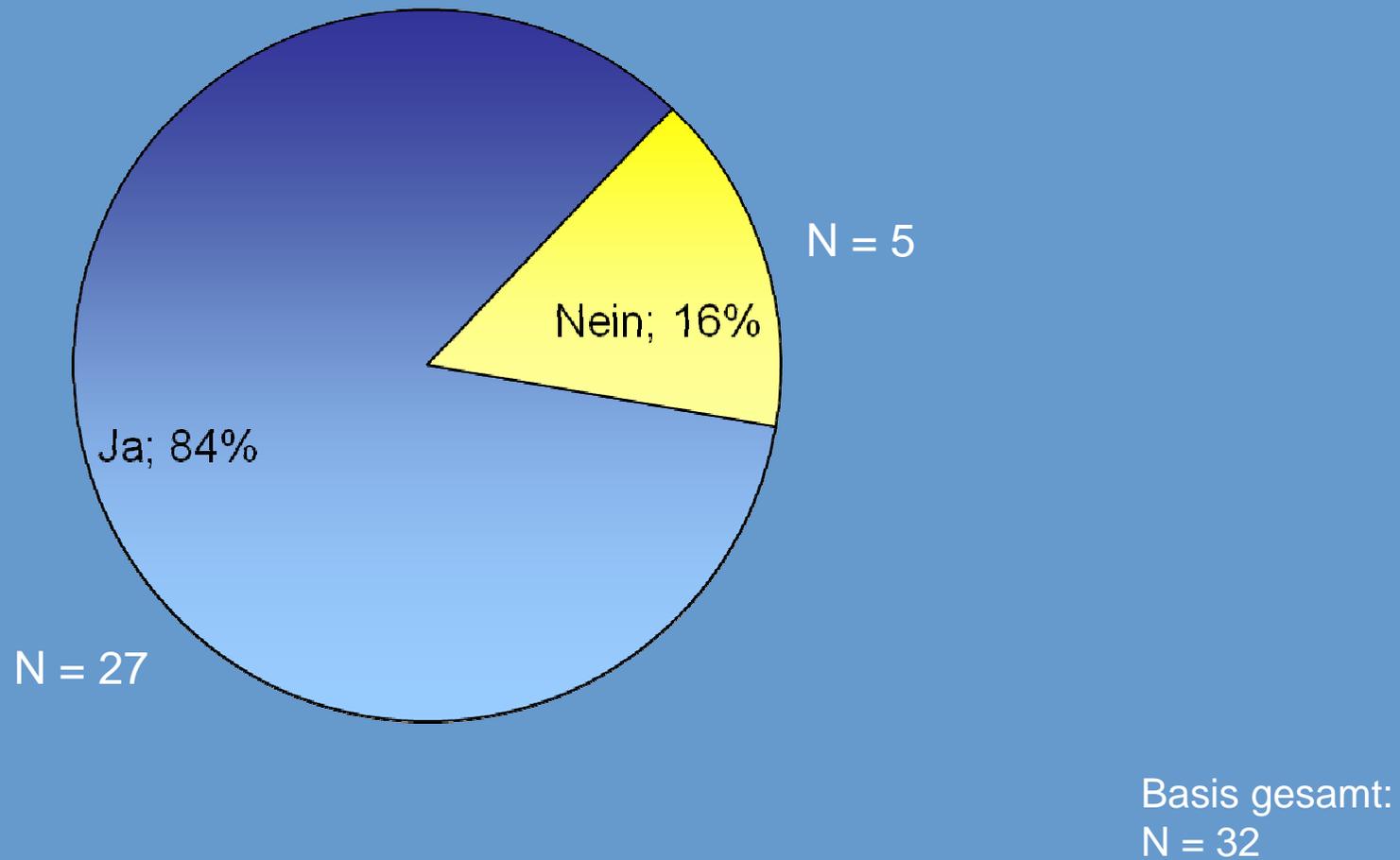


Bereitstellung finanzieller Mittel für Marktplatz

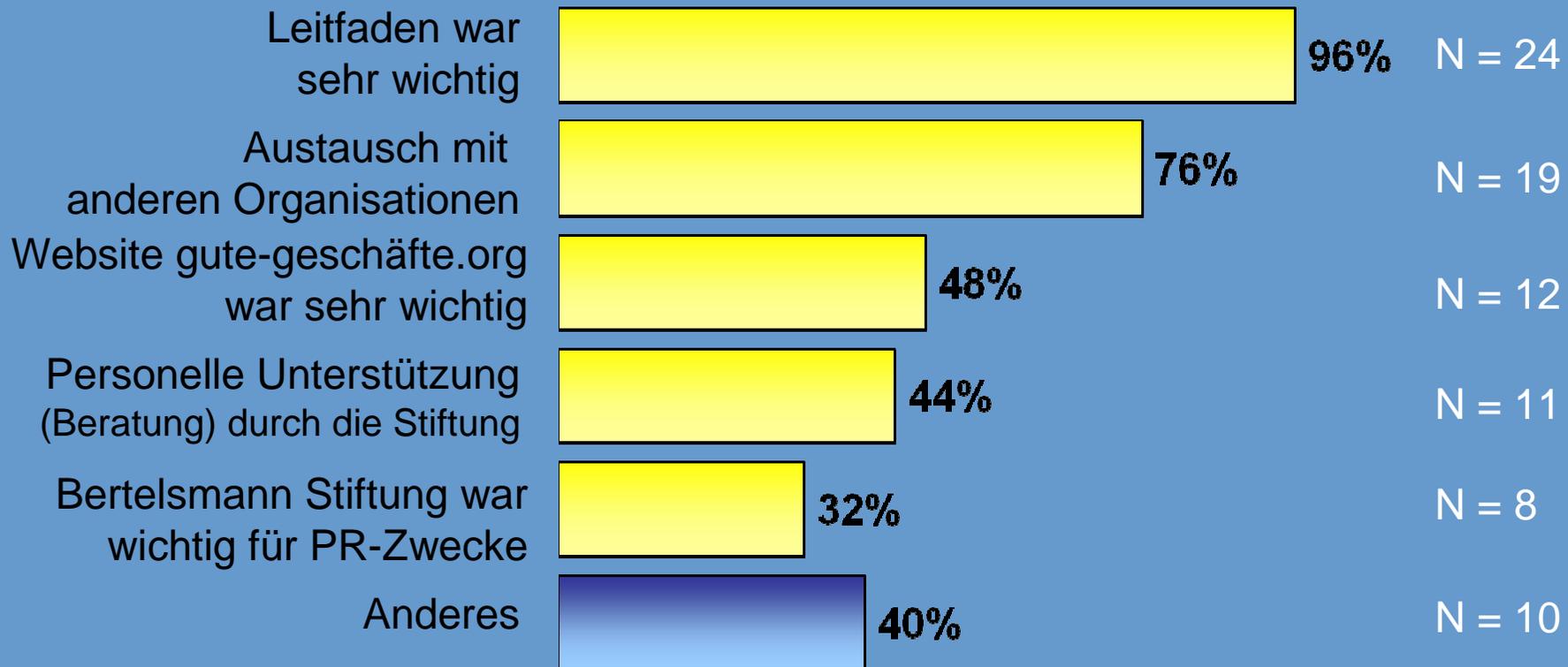


Basis gesamt:
N = 32

Unterstützung durch die Bertelsmann Stiftung

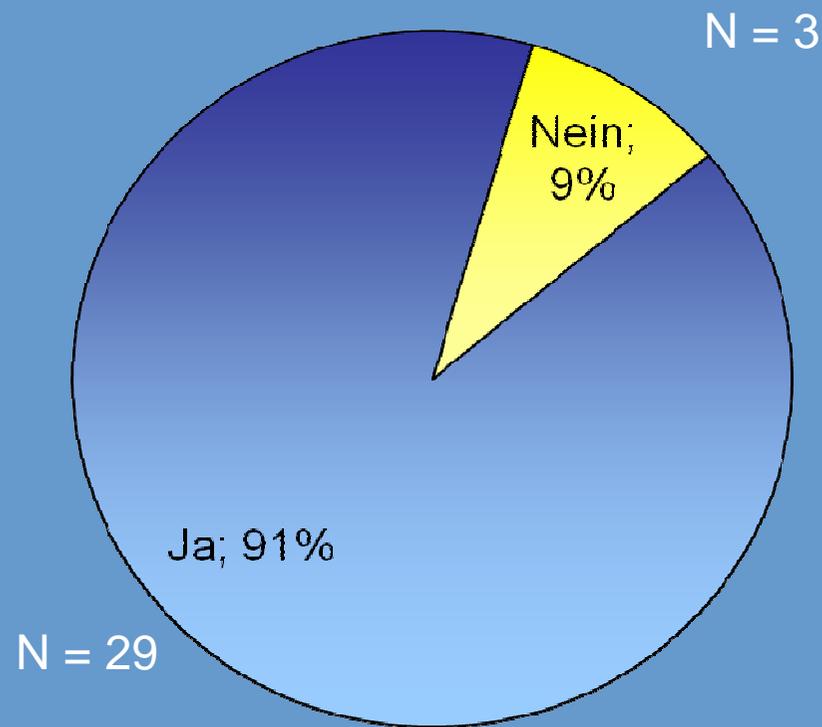


Formen der Unterstützung durch die Bertelsmann Stiftung



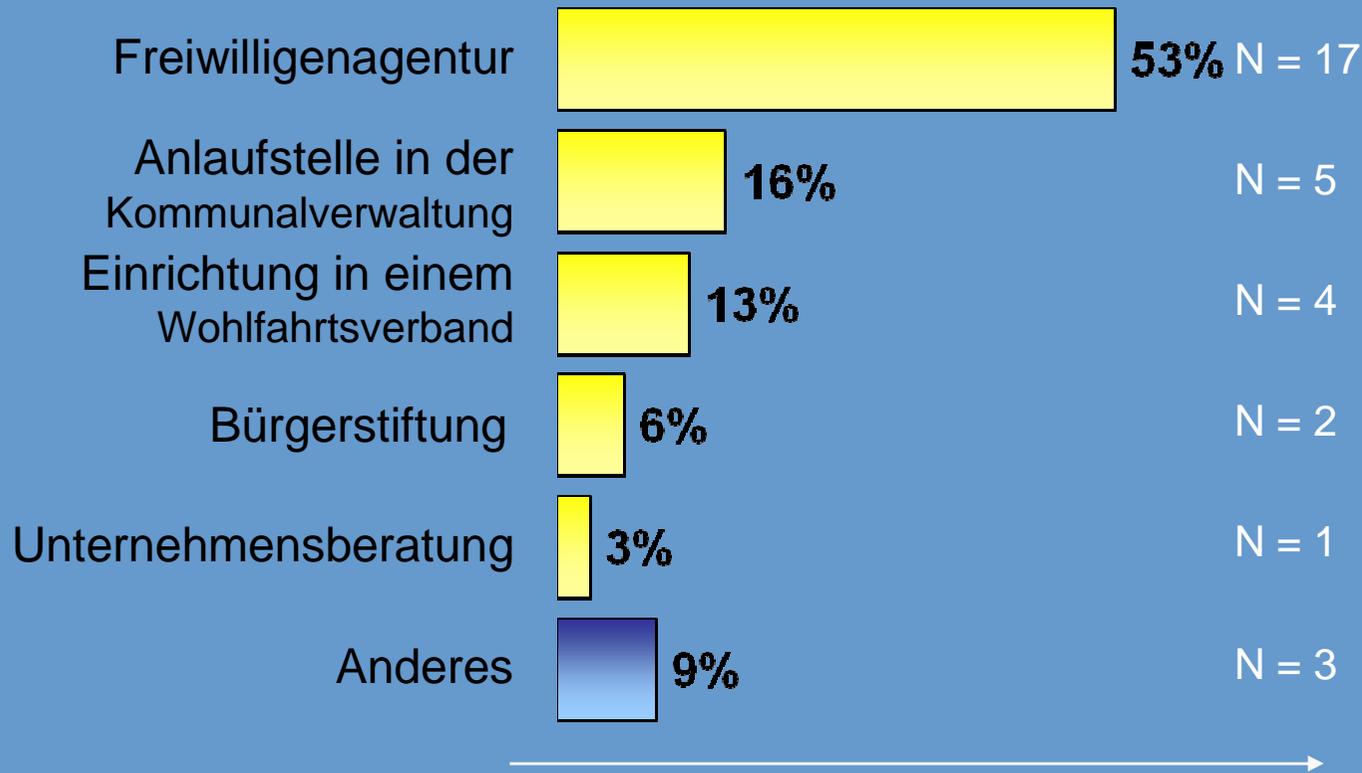
Basis gesamt:
N = 25

Planung weiterer Marktplätze



Basis gesamt:
N = 32

Beteiligte Mittlerorganisationen



Anderes und zwar...

Einzelnennungen:

- Lokales Bündnis für Familie
- Hochschule
- Eingetragener Verein

Basis gesamt: N = 32

Qualitätsmerkmale für erfolgreiche Marktplätze

- Erfordert besondere finanzielle und personelle Ressourcen
- Kooperation beruflicher und freiwillig engagierter Mitarbeiter-/innen
- Heterogen zusammengesetzte Vorbereitungsgruppe
- Einbindung in Gemeinwesen und Kooperation mit Kommune
- Fundiertes Wissen über Umsetzung der Vereinbarungen

Besondere Herausforderungen der Methode

- Gewinnung von Unternehmen übersteigt z.T. die Ressourcen der Mittler!
- Mangelnde Verbindlichkeit der gewonnenen Unternehmen
- Kein ausgewogenes Geben und Nehmen, sondern Unternehmen geben in erster Linie!
- Begleitung laufender Kooperationen?
- Nachhaltige Wirkungen?

Systematische Evaluation zukünftiger Marktplätze

- Bereits bei Vorbereitung und Durchführung berücksichtigen
- Arbeitsaufwand gezielt erfassen
- Daten zu den beteiligten Akteuren
- Umsetzung der Vereinbarungen verfolgen
- Erfordert personelle und finanzielle Ressourcen