

Anneke Gittermann

Der Beginn einer wunderbaren Freundschaft.

Marktplätze – mehr als nur ein Speed Date.

Wir haben es gerade im Film gehört: Ein Marktplatz, das ist Speed Dating zwischen Gemeinnützigen und Unternehmen.

Aber was ist das eigentlich – dieses Speed Dating? Bei Wikipedia ist dazu folgende Auskunft zu finden:

„Unter Speed Dating versteht man eine ursprünglich aus den USA stammende Methode, mögliche neue Flirt- oder Beziehungspartner zu finden, die sich in jüngster Zeit auch in deutschen Metropolen wachsender Beliebtheit erfreut.“

Nun weisen der Marktplatz und das Speed Dating tatsächlich etliche Gemeinsamkeiten auf:

Beide leben von Schnelligkeit und Vielfalt. Beim Speed Dating tummeln sich jede Menge Singles – Männer und Frauen –, beim Marktplatz treffen Unternehmen aus verschiedenen Branchen – vom Großunternehmen bis zur Freiberuflerin – auf unterschiedliche gemeinnützige Organisationen.

Und wie das Speed Dating lebt auch der Marktplatz von der zeitlichen Begrenzung: Nur 1 – 1 ½ Stunden sind es, in denen das Kennenlernen forciert wird, und gute Geschäfte unter Dach und Fach gebracht werden – dieses Tempo garantiert Konzentration, Abwechslung und viele neue Bekanntschaften.

Nicht zu übersehen ist auch die Übereinstimmung zwischen Marktplatzmethode und Speed Dating, wenn es darum geht, gemeinsame Perspektiven auszuloten. Bei Wikipedia heißt es dazu:

„In eng bemessener Zeit haben Singles die Gelegenheit, sich gegenseitig ein wenig kennenzulernen, gemeinsame Interessen und Hobbies und eventuelle Kinderwünsche abzufragen“.

Das klingt sehr nach dem Anstreben einer sogenannten win-win-Situation – und nach dem Marktplatz. Schließlich wird beim Marktplatz darauf geachtet, das man gemeinsam etwas Gutes auf die Beine stellt und die zu begründende Beziehung zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen beiden Seiten etwas bringt. Die

Kinderwünsche sind in diesem Fall die berechtigte Aussicht auf viele kleine Projekte, die man miteinander macht.

Aber es gibt auch deutliche Unterschiede:

Speed Datings sind in der Regel kommerziell ausgerichtete Veranstaltungen – beim Marktplatz hingegen ist Geld tabu.

Dafür geht es an verschiedenen Handelsplätzen um Handelsgüter, die ebenso wichtig sind und mitunter wesentlich unkomplizierter zu organisieren: Von fachlichem Know how und Beratungsleistungen über Räume und Sachmittel bis hin zum tatkräftigen Einsatz der Mitarbeiter - und einem mit Geld nicht aufzuwiegenden Gut: den richtigen Kontakten, dem passenden Netzwerk.

Ein weiterer Unterschied zwischen Speed Dating und Marktplatz:

Beim Speed Dating begibt man sich in aller Regel auf die Suche nach einem Partner - nämlich Mr. Right (oder Mrs. Right). Beim Marktplatz hingegen darf viel hemmungsloser vorgegangen werden: Je mehr Verabredungen getroffen werden, desto besser – denn immer handelt es sich um den Einsatz fürs große Ganze: für die Gesellschaft. Sogar Dreicksbeziehungen sind hier tolerierbar: In Kassel verbandelten sich so zwei Unternehmen parallel mit einer gemeinnützigen Organisation. Das eine stellt nun am nächsten Samstag seine Räume zur Verfügung, das andere seinen Geschäftsführer, der bei dieser Veranstaltung eine Laudatio hält. Überflüssig zu betonen, dass es zu diesem Event ohne das ungezwungene Kennenlernen beim Marktplatz nie gekommen wäre.

Es gibt noch einen dritten Unterschied zum herkömmlichen Speed Dating: Untersuchungen haben bewiesen, dass beim Speed Dating die inneren Werte nebensächlich sind; die Auswahl erfolgt in der Regel über das Kriterium der Attraktivität. Beim Marktplatz ist es zwar einerseits nicht von der Hand zu weisen, dass ein Kennenlernen durch attraktives Äußeres erleichtert wird (man denke nur an die beiden dekorativen Männer mit den Aktenordnern auf dem Kopf), letztendlich jedoch zählen Überzeugungsgeschick, Passgenauigkeit und die sinnvollen Ziele, die man mit den neu gewonnenen Partnern verfolgt.

Aber das Speed Date ist ja nur der Anfang. Eine innovative Möglichkeit für Gemeinnützige und Unternehmen miteinander in Kontakt zu kommen. Denn gerade in puncto Kontaktabnung liegt häufig der Hase im Pfeffer. Seien es gegenseitige Klischees, die das Aufeinanderzugehen erschweren – hier die kaffeetrinkende Sozialtante, dort der eiskalte Profitgeier – oder aber das Gefühl von Seiten der Unternehmer, „die wollen nur unser Geld“, sowie das mangelnde Vorstellungsvermögen mancher gemeinnütziger Organisationen, in anderen Kategorien zu denken als in Geld – nur zu selten mündet eine Anfrage oder ein tatsächlicher gesellschaftlicher Bedarf in ein Gespräch, einen Austausch. Und genau hier schließt die Marktplatzmethode eine Lücke.

Fernab von Spendenbriefen und -anrufen, die Unternehmen zum Teil überfluten und Schreibtische, Mobilboxen und Papierkörbe füllen, kann sich beim Marktplatz jeder direkt informieren und sich ein Bild davon machen, was an Engagement gebraucht wird. Und was geboten. Welchen Nutzen also beide Seiten davon haben. Und ob man die Nase von jemandem mag. Auf jeden Fall hat man die Wahl. Und echte Alternativen. Plus: die Möglichkeit zu verhandeln, wenn der Traumpartner vor einem steht, aber das gewünschte Engagement auf den ersten Blick nicht zu einem zu passen scheint. Oder man kommt gemeinsam auf andere gute Ideen. Der Marktplatz inspiriert.

„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 sich vorgestellt hat.“

Das sagt ein Vertreter einer gemeinnützigen Organisation im Rückblick – und nennt damit eine der wichtigsten Erkenntnisse des Marktplatzes: Es entsteht viel mehr als gedacht. Auch andere Dinge als geplant, überraschende. Da bahnt sich zum Beispiel ein lockerer Kontakt an beim Marktplatz, zu lose, um das ganze schriftlich auf einem der Vereinbarungsformulare zu fixieren. Und dann... „Wir haben richtig gute Geschäfte machen können“, sagt eine Mitarbeiterin vom Migrationsdienst der Caritas. „Schöner als je erwartet war ein spontaner Kontakt, mit dem wir gar nicht gerechnet hatten. Aber über den wir schon am nächsten Morgen die Zusage von 10 gebrauchten Super-Rechnern für unser Jugend-Internet-Café erhalten haben.“

Der Marktplatz zeigt Wirkung. Und das bunte, lebendige Klima ist ansteckend und motiviert zum Engagement. Leute zum Beispiel, die eigentlich nur als Beobachter zum Marktplatz gekommen sind und dann überraschend selbst eine Vereinbarung abschließen - wie bei uns in Kassel der Journalist einer renommierten Zeitung.

Extra motiviert wurde auch der Mann, der gerade im Film den wunderbaren Schlusssatz gesagt hat. Er ist Teilhaber einer über die Grenzen Hessens hinaus sehr erfolgreichen Kasseler Unternehmensberatung und wollte eigentlich beim Marktplatz eine Engagementvereinbarung treffen. Dass es dann fünf wurden, die mittlerweile alle umgesetzt sind, zeigt, dass sein Statement, „Sie erleben den Abend Ihres Lebens oder zumindest den des Jahres – und so etwas in der Form haben sie noch nicht erlebt“, kein bloßes Werbeversprechen ist.

Engagementversprechen zu geben fällt Unternehmen natürlich umso leichter, als sie genau merken, die wollen nicht nur was von uns – die haben uns auch was zu bieten. Denn im Vorfeld, und das gehört zum Marktplatzkonzept wie die Butter zum Brötchen, hatten die Gemeinnützigen sich sehr genau überlegt, wo denn ihre Stärken liegen – und waren zum Teil erstaunt darüber, wie viele Ideen - und übrigens auch Werte - dabei zustande kamen, die auch für Firmen und deren Mitarbeiter attraktiv sind:

Jonglieren lernen beim Kinderzirkus. Ein Dinner im Dunkelcafé. Der gute Name des Unternehmens auf Faltblättern und Plakaten. Eine Einladung zur gemeinsamen Grillparty, damit sich Unternehmen und Organisation besser kennen lernen. Oder aber Kinderbetreuung beim Betriebsfest.

So viel Interessantes geboten zu bekommen, hat die Engagementbereitschaft der Unternehmen sicherlich beflügelt. Und die gemeinnützigen Organisationen in ihren Nachfragen bestärkt, wie der Herr mit dem Zylinder vom integrativen Kinderzirkus mit folgendem Satz bestätigte:

„Durch unser selbstbewusstes Auftreten fühlten wir uns auf Augenhöhe. Wir haben ja schließlich nicht gebettelt, sondern Geschäfte gemacht.“

Geben und Nehmen ist ein unverzichtbares Prinzip des Marktplatzes. Aber darüber sollten wir uns im Klaren sein – es ist immer auch Mittel zum Zweck.

Wichtig sicherlich, um aus einem ersten Kontakt eine abwechslungsreiche Bekanntschaft und schließlich vielleicht eine wunderbare Freundschaft und dauerhafte soziale Partnerschaft zu machen.

Letztendlich aber liegt der Fokus auf dem Einsatz für die gute Sache - dem gemeinsamen Engagement für die Gesellschaft und das soziale Umfeld, in dem beide agieren. Es geht um das gemeinsame Suchen – und Finden – von Lösungen für gesellschaftliche Probleme. Dass Mitarbeiter aus Unternehmen und Mitarbeiter aus dem Non-Profit-Bereich daran arbeiten, dass es auch denen, die nicht vom Schicksal verwöhnt sind, besser geht. Dass ein soziales Klima entsteht, in dem sich alle wohlfühlen. Dass bürgerschaftliches Engagement eine Selbstverständlichkeit wird und die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung nicht eine Worthülse ist, sondern etwas sehr Lebendiges und Lustvolles. Ganz im Sinne Oscar Wildes, von dem der Ausspruch stammt: Seine Zeit zu beseelen, das ist der Mühe wert.

Über die Haltbarkeitsdauer von Beziehungen, die im Rahmen von Speed Datings entstehen, gibt Wikipedia übrigens keine Auskunft.

Was die Marktplatzmethode angeht, kann man da schon eher Vermutungen anstellen. In Frankfurt sind allein 87 Prozent der vereinbarten Verabredungen binnen vier Monaten umgesetzt worden. In Kassel wissen wir von neuen Vereinbarungen, die nach dem Marktplatz getroffen wurden – ein klares Indiz dafür, dass es weitergeht und einige Schneebälle auch ohne Wintereinbruch ins Rollen gekommen sind.

Und in Holland macht man schon seit 2001 gute Erfahrungen mit den bei Marktplätzen angestifteten sozialen Partnerschaften.

Und dass hier an diesem Abend Menschen aus Politik, Wirtschaft, Stiftungen, Bürgernetzwerken und Freiwilligenagenturen über den Marktplatz und seine Möglichkeiten ins Gespräch kommen, lässt hoffen, dass wir dort weitermachen, wo der Kultfilm Casablanca aufhört: Am Beginn einer wunderbaren Freundschaft.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.