

Die Marktplatzmethode

zur Anbahnung von Kooperationen
zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen

Essen, 11. Juni 2013



Das Marktplatz-Szenario



Ein zentraler Saal in einer deutschen Stadt

Je 30 Vertreter von Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützigen Organisationen begegnen sich für zwei Stunden in dynamischer Atmosphäre („Speed Dating“).

Sie prüfen wechselseitig Engagementangebote und -nachfragen und treffen Vereinbarungen, die in den folgenden Wochen und Monaten realisiert werden.

Zum Marktplatzschluss wird das Engagementvolumen verkündet.

Steh-Empfang, Verhandlung, Aufmerksamkeit



Handelsecken - Verbindlichkeit



Kümmerer



Start / Ende - und nachbörslicher Handel



Beispiele:

- **Helfende Hände**
= ehrenamtliche Engagements von MitarbeiterInnen, Teams, Belegschaften
- **Helfende Köpfe, Wissen, Kenntnisse**
= Rat, Coaching, Beratung, Schulung, Qualifizierung, etc.
- **Hilfsmittel, Logistik**
= Räume, Kopiergerät, Gelände, Maschinen, Werkstätten, Frankiermaschine, Fuhrpark, Büromaterial, Werbeflächen, etc.
- **Gelegenheiten, Kontakte**
= zusätzliche Praktikums-, Beschäftigungs-, Qualifizierungsmöglichkeiten (z.B. für Behinderte oder benachteiligte Jugendliche)
= Vermittlung von Kontakten (z.B. zu Lieferanten, Kunden, Service-Clubs, Experten)
= Lobby für Anliegen im Gemeinwesen

Ergebnisse



- **Seit 2006**
 - in gut 95 großen und kleinen Städten
 - in Ost und West, Stadt und Land
 - mind. 260 Marktplätze bisher
 - auch zu speziellen Themen
 - lokale "Marken" etabliert
- **Neue Kooperationen und Beteiligte**
von 25 bis zu 120 „Matches“ pro Marktplatz - gesamt ca. 15.000
zwischen 20 und 100 Organisationen
und 10 bis 90 Unternehmen

Ergebnisse (2)

- **Aktivierung**
 - neues Engagement, Ressourcen, Kompetenzen vor Ort
 - Aktivierung von Unternehmens-MitarbeiterInnen
 - Öffnung von Organisationen, Verwaltung, Verbänden
- **Längerfristiges Engagement von Unternehmen**
 - jährlich regelmäßige Teilnahme
 - einzelne Folgeprojekte / mehrere Kooperationen im Nachgang
 - bedarfsbezogenes, unregelmäßiges aber stetiges Engagement
 - mit der selben / weiteren Organisationen
- **Impuls für Thema und lokale "Infrastruktur"**
 - weitere Aktivitäten
 - Vorbereitungskomitee als Mittler
 - Stärkung / Aktivierung bestehender Strukturen/Akteure
 - Gewinnung von Ressourcen

Mögliche Angebote an Unternehmen

- gutes Gefühl
- in kleinen Schritten gemeinsam den Standort verbessern
- mal was anderes erleben
 - Unterstützung der Personalarbeit
- Organisationen sind Experten
 - Unterstützung durch Fachwissen (Beratung, Sprachen, Betriebsfeste, ...)
- Organisationen sind Multiplikatoren / Kunden
 - Unterstützung für Marketing / Vertrieb
- Mund zu Mund Propaganda
 - Unterstützung für Öffentlichkeitsarbeit / Unternehmenskommunikation
- Unterstützung der Standort-/Regionalentwicklung

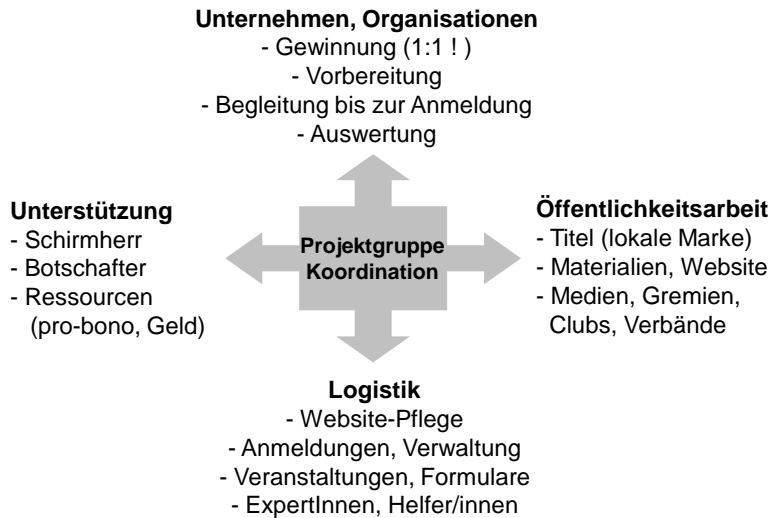
Von der Idee bis zum Marktplatz: Die Aufgaben der Projektgruppe

- Dr. Jörg Ernst, CBE / Ruhrdax

Marktplatz-Organisation



Aufgaben Projektgruppe



Nachbereitung und Auswertung

- **Tag danach**
 - Lokale Marke: Ergebnis, Fotos, Pressemeldung, Liste Matches auf Website, Dankeschön an Unterstützer, ... (Öffentlichkeitsarbeit)
 - Kooperationen: Ggf. Versand Matchvereinbarungen und Fragebogen (Auswertung), ggf. Partner für U/O ohne Match suchen
 - Verstetigung: Kurze Auswertung im Komitee, Abfrage/Begleitung der Matches
- **Auswertung**
 - Abfrage Matches (ca.8 Wochen), Beratungs-/Unterstützungsbedarf?
 - www.Infos über realisierte Matches, Fotos, ...
 - Gesamt-Auswertung Komitee (ca. 3 Monate danach)
 - und Planung nächster Marktplatz: Termin, Verbesserungen, ...

Gruppenarbeit

11:00 Von der Idee zur erfolgreichen Umsetzung

13:00 Arbeit in Kleingruppen

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

14:45 Kaffeepause

15:00 Was macht den Marktplatz für Unternehmen attraktiv?

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

16:30 Ende

Die Perspektive der Unternehmen

11:00 Von der Idee zur erfolgreichen Umsetzung

13:00 Arbeit in Kleingruppen

14:45 Kaffeepause

15:00 Was macht den Marktplatz für Unternehmen attraktiv?

- Petra Lapps, CP/COMPARTNER
 - > Mitwirkung im Vorbereitungskomitee
- Gabriele Masthoff, SimplyPossible Corp.
 - > Teilnahme am Marktplatz

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

16:30 Ende

Unterstützung

- 11:00 Von der Idee zur erfolgreichen Umsetzung
- 13:00 Arbeit in Kleingruppen
- 14:45 Kaffeepause
- 15:00 Was macht den Marktplatz für Unternehmen attraktiv?

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

- 16:30 Ende

Marktplatz für Gemeinnützig...	
Die Marktplatz-Methode	<h3>Toolbox zur Marktplatz-Methode</h3>  <p>Diese „Marktplatz-Toolbox“ ist neben dem Marktplatz-Leitfaden ein weiteres praktisches Unterstützungsangebot für die Verbreitung der Marktplatz-Methode. Die Toolbox stellt erprobte Vorlagen von vielen erfahrenen Vorbereitungsgruppen für alle Arbeitsmaterialien zum Download bereit, die für die Organisation und Durchführung eines Marktplatzes nützlich sind.</p> <p>Die Toolbox ist gegliedert nach den groben Phasen der Organisation und Durchführung eines Marktplatzes: Von der Idee (Was ist ein Marktplatz?) und der Planung, über die Öffentlichkeitsarbeit, Teilnehmerge Gewinnung, Infoveranstaltungen für Organisationen und die Vorbereitung der Helfer bis hin zur Durchführung und Dokumentation des Marktplatzes.</p> <p>Bei der Auswahl der vielen Unterlagen, die uns für die Toolbox sehr großzügig zur Verfügung gestellt wurden, haben wir darauf geachtet, dass Materialien aus kleinen und großen Städte, aus Stadt und Land, Ost und West ebenso zu finden sind, wie ausgefeiltere und aufwändiger gestaltete als auch einfachere Vorlagen, die ihren Zweck aber ebenfalls erfüllt haben. Die Quellen sind zur Information jeweils angegeben. Die Vorlagen stehen als Word-Datei, umfangreichere Unterlagen (wie z.B. Dokumentationen) und einige andere Dokumente, die als Anregung nützlich sind, stehen als PDF zum Download zur Verfügung. Alle Materialien der Toolbox können 1:1 übernommen oder für den Einsatz vor Ort angepasst werden.</p> <p>Die Bertelsmann Stiftung bedankt sich bei allen Marktplatz-Organisatoren, die uns für diese Website Materialien zur Verfügung gestellt haben. Wir bitten um Verständnis, dass nicht alle Dokumente publiziert werden konnten.</p> <p>http://www.gute-geschaefte.org/270.0.html</p>
Nutzen der Marktplätze	
Organisation	
Marktplätze in Deutschland	
Unternehmensinitiative	
Methode & Material	
Evaluation der Methode	
Downloads	
Service	
Toolbox zur Marktplatz-Methode	
▶ Idee	
▶ Planung	
▶ Öffentlichkeitsarbeit	
▶ Teilnehmer gewinnen	
▶ Infoveranstaltung	
▶ HelferInnen vorbereiten	
▶ Marktplatz organisieren	
▶ Dokumentation	
▶ Marktplatz evaluieren	

Die Servicestelle Gute Geschäfte

UPJ im Auftrag des "Beirats Gute Geschäfte":

- Materialien: KurzInfo, Leitfaden, Evaluation
- Verschicken des Marktplatz-Koffers
- Workshops (2 x Einführung, 1 x Erfahrungsaustausch)
- HelpDesk per Telefon/Mail
- Vermittlung von ExpertInnen (Veranstaltung, Begleitung) und erfahrenen Marktplätzen in der Nähe
- Pflege von Website und Toolbox
- regelmäßige Abstimmung mit BSt. und Beirat

UPJ: Netzwerk für Corporate Citizenship und CSR



- informieren
- vernetzen
- beraten
- Projekte



- 28 gemeinnützige Mittlerorganisationen
- in 15 Bundesländern

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



Viel Erfolg - und viel Vergnügen !



Kontakt:
Servicestelle Gute Geschäfte
UPJ e.V. | Brunnenstr. 181 | 10119 Berlin
T: 030 2787 4060 | M: info@upj.de
www.gute-geschaefte.org
www.upj.de