

Gute Geschäfte für guten Zweck

Erster Stuttgarter Marktplatz – Kooperation von gemeinnützigen Organisationen und Unternehmen

Helena Schiefer sucht mit ihren Blicken das Getümmel im Saal des Geno-Hauses ab. Als Leiterin des Ressorts Ehrenamt der Staatsgalerie betreut sie 100 Mitarbeiter, die dort ehrenamtlich tätig sind. Von dem ersten Stuttgarter Marktplatz erhofft sie sich ein Angebot zur Schulung ihrer Mitarbeiter im Service-Bereich.

Eine Maklerin der Freiwilligenagentur stellt den Kontakt zur Vertreterin der Geno-Akademie her: Monika Schewehinz schlägt ein Rhetorik- und Konfliktmanagement-Seminar für einen der Ehrenamtlichen vor, der das Gelernte dann als Multiplikator in der Staatsgalerie weitergeben soll. Als Gegenleistung bekommt die Seminarleitung eine Sonderführung durch die Galerie. Das

Ganze wird sofort bei einem der drei Marktplatz-Notare vertraglich festgehalten. „Das ist genau das, was ich suchte“, freut sich Helena Schiefer über das abgeschlossene Geschäft.

Wirksam auftreten

Zwei Männer in dunklen Anzügen und mit schwarzen Sonnenbrillen betreten den Veranstaltungssaal. Dabei ertasten sie sich den Weg mit ihren Blindenstöcken. Erst nach und nach wird klar, dass die Herren selbst an keiner Sehbehinderung leiden, sondern auf dem Markt das Berufsbildungswerk der Nikolauspflanze vertreten.

„Es liegt uns fern, mit unserer Verkleidung sehbehinderte Menschen zu veralbern, wir möchten aber auch als ge-

meinnützige Organisation wirksam auftreten“, sagt Jürgen Kempf. Die beiden Ausbilder haben es auf dem Marktplatz-Getümmel geschafft, eine Auszubildenden-Kooperation mit der Schreinerei Türenmann zu vereinbaren: Die Schreinerlehrlinge werden in der Nikolauspflanze eine Teeküche bauen, als Gegenleistung erhalten sie dort eine EDV-Schulung.

Gleichzeitig verspricht sich der Schreinermeister Tobias Müller-Livock einen hohen sozialen Lerneffekt für seine Auszubildenden im Umgang mit den sehbehinderten Altersgenossen.

Teeküche gegen EDV-Kurs

50 Arbeitsstunden wurden in der vertraglichen Vereinbarung für die Zusammenarbeit veranschlagt. „Wir freuen uns, dass es zu diesem Abschluss gekommen ist“, sagt Oliver Bauer von der Nikolauspflanze.

Der Stand der Arbeitsgemeinschaft Dritte Welt (AGDW) entspricht besonders einem Marktplatz: Zwei Körbe mit Äpfeln und Schildchen zeigen Angebot und Bedarf der Organisation auf. Jama Maqsudi hat auf diese Weise ein exotisches Geschäft abgeschlossen: Ein Internationales Maultaschenfest in Zusammenarbeit mit dem Maultaschenhersteller Bürger in einer Asylunterkunft.



Über ein Projekt sprach Andrea Laux vom Eltern-Kind-Zentrum Ekiz mit Friedrich Fahrbach vom Geno-Verband. Fotos: Horst Rudel

Was für die Flüchtlingsberatung ein schönes Fest ist, bietet dem Unternehmen die Möglichkeit zu werben. „Gefüllte Teigtaschen gibt es in vielen Ländern und Kulturen“, sagt Engagementpartner Martin Bihlmaier von Bürger. Diese internationalen Maultaschen-Variationen will Maqsudi auf dem Fest präsentieren.

Viele gute Geschäfte

Nach zwei Stunden Marktreiben verkündete Gabriele Bartsch von der Agentur „Mehrwert“ stolz das Resultat: 45 neue Engagementpartnerschaften im Umfang von 576 Arbeitsstunden sind entstanden. Martina Nicklaus



Vom autonomen Frauenhaus waren Monika Buchenmaier und Chris Scheuing-Bartelmess (von links) beim Marktplatz.



In Verhandlungen: Jürgen Kempf und Oliver Bauer von der Nikolauspflanze mit Schreiner Tobias Müller-Livock (von links).

Geben und Nehmen für Fortgeschrittene

Die Idee, Unternehmen und gemeinnützige Organisationen zusammenzubringen, stammt aus den Niederlanden. Wie auf einem Markt sollen Bietende und Suchende an einem gemeinsamen Ort direkt in Kontakt treten.

Die Plattform, die bei der Marktplatz-Methode für wenige Stunden geboten wird, soll dazu beitragen, dass Kooperationen mit beiderseitigem Nutzen entstehen.

Marktplatz-Methode

So kann ein Unternehmen sein Know-how und seine Ressourcen einer gemeinnützigen Organisation zur Verfügung stellen und gleichzeitig von deren persönlichem Einsatz profitieren. Außerdem bieten derartige

Erfahrungen einen Einblick in andere Lebenswelten, wie die einer Einrichtung für Menschen mit Sehbehinderungen.

Ein wichtiges Element der Marktplatz-Methode ist die Verbindlichkeit der Vereinbarungen: Notare halten die Abmachungen

zwischen den Kooperationspartnern an Ort und Stelle vertraglich fest. Somit soll der Grundstein für eine ernsthafte und längerfristige Zusammenarbeit gelegt werden. Dabei werden die Leistungen gleich in voraussichtlich erforderliche Arbeitsstunden umgerechnet.



Marktplatz-Notare machen die Vereinbarungen verbindlich.

In Deutschland fanden die ersten Marktplätze Ende letzten Jahres in Jena, Kassel und Frankfurt statt. Stuttgart ist nach Rottenburg der zweite Standort eines solchen Treffens in Baden-Württemberg.

Am 2. Juli eröffneten Oberbürgermeister Wolfgang Schus-

ter und Erwin Kuhn, Präsident des Württembergischen Genossenschaftsverbandes, im Geno-Haus den ersten Stuttgarter Marktplatz.

Organisiert wurde die Veranstaltung von der städtischen Stabsstelle für Bürgerschaftliches Engagement, dem Württembergischen Genossenschaftsverband und der gemeinnützigen Agentur „Mehrwert“.

Unter dem Motto „Gutes tun und gemeinsam gewinnen“ hatten die Veranstalter je-

weils 25 Unternehmen und Non-Profit-Organisationen eingeladen.

Die Teilnehmer wurden zur besseren Übersicht in die vier Themenbereiche „Feste und Feiern“, „Beratung und Begleitung“, „Berufsfindung und Bewerbung“ sowie „Hardware und Handwerk“ aufgeteilt. „Auf diese Weise sollen gute und passgenaue Geschäfte ermöglicht werden“, sagte Gabriele Bartsch, Geschäftsführerin der Agentur „Mehrwert“.

OB Schuster nannte die Wirtschaftskraft und das ehrenamtliche Engagement als wichtige Charakteristika Stuttgarts und erhoffte sich von dem Treiben auf dem Marktplatz einen „Schneeballeffekt, der die Kontakte zwischen diesen beiden Säulen längerfristig wach hält“. *Martina Nicklaus*