

Der Nutzen

Die beteiligten Unternehmen können auf einem Marktplatz:

- sich als „gutes Unternehmen“ darstellen
- für sich eine Zusammenarbeit mit Gemeinwohlorganisationen entwickeln
- sich ohne großen Zeitaufwand einen Überblick über die lokale Bürgergesellschaft verschaffen
- ohne Geldeinsatz in die Entwicklung des Gemeinwesens investieren
- Ihren Mitarbeitern in Kooperationsprojekten ungewöhnliche Erfahrungen anbieten und damit die Mitarbeiterzufriedenheit steigern
- mit ähnlich innovativen Unternehmen zusammen kommen
- ihre Kompetenzen in anderen Themenfeldern ausprobieren
- neue Kunden finden
- von Gemeinnützigen lernen

Die Gemeinwohlorganisationen können auf einem Marktplatz:

- Kontakte zu Unternehmen aufbauen
- über Kooperationen Ressourcen gewinnen, um besser ihre Ziele zu erreichen
- Kontakte zu anderen innovativen Gemeinwohlorganisationen aufbauen und vertiefen
- ihre besonderen Kompetenzen und Fähigkeiten darstellen
- den sozialen Mehrwert präsentieren, den ihre Initiative für das Gemeinwesen bringt
- das Selbstbewusstsein ihrer Organisation steigern
- von staatlichen Leistungen unabhängiger werden
- von Unternehmen lernen

„
MAN MUSS ETWAS NEUES MACHEN,
UM ETWAS NEUES ZU SEHEN.“

GEORG CHRISTOPH LICHTENBERG, 1742–1799,
DT. SCHRIFTSTELLER UND PROFESSOR FÜR PHYSIK

Bitte vormerken:

**Gute Geschäfte Gütersloh.
Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige –
Gegenseitiges Geben ohne Geld.**

Unter diesem Motto findet am
19. März 2010 um 15.30 Uhr
im Foyer des neuen Gütersloher Theaters,
Friedrichstraße,
ein Marktplatz mit jeweils etwa 25 Teilnehmern statt.



Kontakt

Ansprechpartner Unternehmen
Bertelsmann Stiftung
Dr. Gerd Placke, Tel. 81 81 233
Gerd.Placke@bertelsmann-stiftung.de

Ansprechpartnerin gemeinnützige Organisationen
Ehrenamtsbüro Gütersloh
Sabine Gildemeister, Tel. 82 23 37
Mo – Do 8.30 – 12.30 Uhr
Ehrenamt.stadtguetersloh@gt-net.de

Aktuelle Informationen unter
www.gute-geschaefte-gt.de

Der Flyer wurde pro bono realisiert durch



medienfabrik Gütersloh GmbH
www.medienfabrik.de

Gegenseitiges Geben ohne Geld

Gute Geschäfte in Gütersloh



Gute Geschäfte Gütersloh

Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige
Gegenseitiges Geben ohne Geld

www.gute-geschaefte-gt.de

Die Idee

Gemeinnützige Organisationen suchen nach Unterstützern aus der Wirtschaft. Viele Wirtschaftsunternehmen suchen nach vertrauenswürdigen Gegenübern aus der Welt der Vereine. Die Frage ist: Wie findet man für sich den passenden Partner? Die Marktplatz-Methode hat hierauf eine Antwort: Unternehmen und Gemeinnützige treffen sich in einer unterhaltsamen, anregenden Atmosphäre und vereinbaren die gegenseitige Unterstützung in einem konkreten Projekt.

„DIE BÜRGERGESELLSCHAFT DER ZUKUNFT
BRAUCHT INNOVATIVES DENKEN UND HANDELN.
DER MARKTPLATZ „GUTE GESCHÄFTE“ IST EINE
SOLCHE INNOVATIVE IDEE. MACHEN SIE MIT.
WIR PROFITIEREN ALLE DAVON: ORGANISATIONEN,
UNTERNEHMEN – WIR ALLE IN GÜTERSLOH.“

MARIA UNGER, SCHIRMHERRIN

Schirmherrin

Maria Unger, die Bürgermeisterin der Stadt Gütersloh, hat dankenswerterweise die Schirmherrschaft für das Projekt übernommen. Sie wird am 19. März 2010 „Gute Geschäfte Gütersloh“ eröffnen.



Das Prinzip: Gegenseitiges Geben ohne Geld

Auf dem Marktplatz kommen Unternehmen und Gemeinnützige Einrichtungen aus dem Stadtgebiet Gütersloh zusammen. Unternehmen, die sich über ihren Firmenalltag hinaus für das Gemeinwesen einsetzen möchten. Gemeinnützige, die ungewöhnliche Wege gehen, um Unterstützer für die Umsetzung ihrer Projekte zu finden. Sie treffen sich im März 2010 für 90 Minuten im Foyer des neuen Theaters.

Womit sich die Partner unterstützen, welche Formen und Inhalte die vereinbarten Engagements haben, unterliegt keinem Reglement. Gefordert ist allerdings von beiden Seiten ein Quentchen Kreativität. Denn: Zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen fließt kein Geld. Unternehmen können mit Sachleistungen (Räumlichkeiten, Fahrzeugen, Werkzeugen etc.), mit Personalzeit (dem unentgeltlichen Einsatz von Mitarbeitern) und mit ihrer Kompetenz (also unentgeltliche fachliche Leistungen) – Unterstützung liefern.

Auch die Non-Profit-Organisationen machen der Wirtschaft interessante Offerten. Sie bieten eine Mitwirkung bei ihren Projekten an und damit einen einzigartigen Zugang zum zivilgesellschaftlichen Leben. Beim abschließenden Imbiss wird auf die neuen Kooperationen gemeinsam angestoßen.

Mehr als 70 Marktplätze

Die Idee ist neu für Gütersloh, hat sich aber bereits bewährt: Mehr als 70 Marktplätze der „Guten Geschäfte“ gab es seit 2006 in Deutschland lokal und regional bereits. Die Idee stammt aus den Niederlanden und wird seit drei Jahren von der Bertelsmann Stiftung verbreitet – mit Erfolg: Mehr als 3.500 erfolgreiche Kooperationen sind auf Marktplätzen abgeschlossen worden. Dieser Erfolg macht uns Mut, auch für Gütersloh eine solche Veranstaltung zu organisieren.



Die Gütersloher Projektgruppe

Ein Team von Bürgerinnen und Bürgern sowie von engagierten Unternehmen organisiert die Veranstaltung. Vertreter folgender Organisationen wirken mit: Bertelsmann Stiftung, Bürger für Jugend und Ausbildung, Bürgerinformation Gesundheit und Selbsthilfekontaktstelle im Kreis Gütersloh, Ehrenamtsbüro der Stadt Gütersloh, Fa. Giese-PR, Fa. itao GmbH, gtogether – Unternehmen vor Ort, Stadt Stiftung Gütersloh. Die Organisation der Veranstaltung, Öffentlichkeitsarbeit inklusive Internetauftritt und andere Leistungen werden pro bono erbracht. Unsere Unterstützer finden Sie auf www.gute-geschaefte-gt.de.

In den nächsten Monaten werden wir unsere Idee in der Stadt publik machen und Vertreter von Vereinen, Parteien und Verbände sowie Unternehmen und Gemeinnützige ansprechen, ob sie in der ein oder anderen Form mitmachen werden.

Beispiele gefällig?

- Ein Unternehmen stellt einen Trainingsraum für das Rote Kreuz zur Verfügung und bekommt im Gegenzug kostenlose Erste-Hilfe-Lehrgänge für seine Mitarbeiter.
- Ein Landschaftsarchitektur-Büro bereitet für einen Kindergarten eine „Bobby-Car-Bahn“ planerisch vor, dafür betreuen die Mitarbeiter des Kindergartens beim nächsten Betriebsausflug die Kinder der Unternehmensmitarbeiter.
- Eine Unternehmensberatung berät einen Jugendzirkus beim Zeitmanagement. Der Jugendzirkus revanchiert sich mit einem Zirkus-Workshop für die Mitarbeiter des Unternehmens und deren Kinder.
- Eine Marketingagentur unterstützt einen Kulturverein bei der Werbung, der Verein bedankt sich mit Freikarten für seine Veranstaltungen.
- Die Mitarbeiter eines Unternehmens richten das Außengelände einer Bildungseinrichtung her, die Einrichtung lädt im Gegenzug die freiwilligen Unterstützer zu einem Kochkurs in die betriebseigene Küche ein.

