Fachforum 1

„Wirtschaftspartner gewinnen und einsetzen“

am 29.01.2015
in Göttingen

Uta Bauer
Büro für integrierte Planung, Berlin

Wirtschaftspartner gewinnen

- Welche Wirtschaftspartner können gewonnen werden?
- Gibt es Handlungsfelder, wo es besonders gut gelingt?
- Worauf ist zu achten, um Wirtschaftspartner an der Umsetzung von Konzepten zu beteiligen?

Wirtschaftspartner	Handlungsfeld	Gutes Beispiel
Wohnungswirtschaft		
Wohnungsgesellschaft	wohnungsnahe Dienstleistungen	„Wohnen im Klassenzimmer“ Bützow
Tochter gGmbH der GEWO	Treffpunkte/Begegnungsräume	„Quartiersmensa Speyer“
Gewerbetreibende		
Gastronomen	öffentlicher Raum	„Nette Toilette“ 190 Städte
Einzelhandel	öffentlicher Raum	„Sitzrouten“ Frankfurt/M
Unternehmen		
Verkehrsunternehmen	Mobilität	„Familienbus“ Erlensee
Verkehrsunternehmen/ Einzelhändler	Mobilität	„Marktbus“ Losheim
Sparkasse	Wohnberatung	„CuxVITA“ Cuxhaven
Sozialwirtschaft		
gGmbH der Caritas	Versorgung	„Carkauf“ Gelsenkirchen
Caritas, Josephstiftung	Wohnen und Pflege	„Lebensraum“ Teuschnitz
Handwerker		
Handwerkskammer	Qualifizierung	„Regionales Kompetenznetzwerk des Handwerks“ Chemnitz

Sitzrouten Frankfurt/M

Planersocietät

Legende:

- Sitzrouten zu den Parks / Hauptfriedhof
- Geschäftsstraßen
- Umsetzung "Nahmobilität" und weiterer Programme (Umgesetzt/geplant)
- vorhandene Sitzgelegenheiten (Öffentlich/privat)
- Standort "verrückter" Stühle
- Neue Sitzgelegenheit kurzfristig (Bank/ nur Sitzwürfel möglich)
- I.V.m. Städt. Umbauprogrammen
- PPP mit Einzelhändlern
- I.V.m. Begegnungszone
- Zugänge zu den Parks
- Parks und Friedhof

Sitzrouten Frankfurt/M

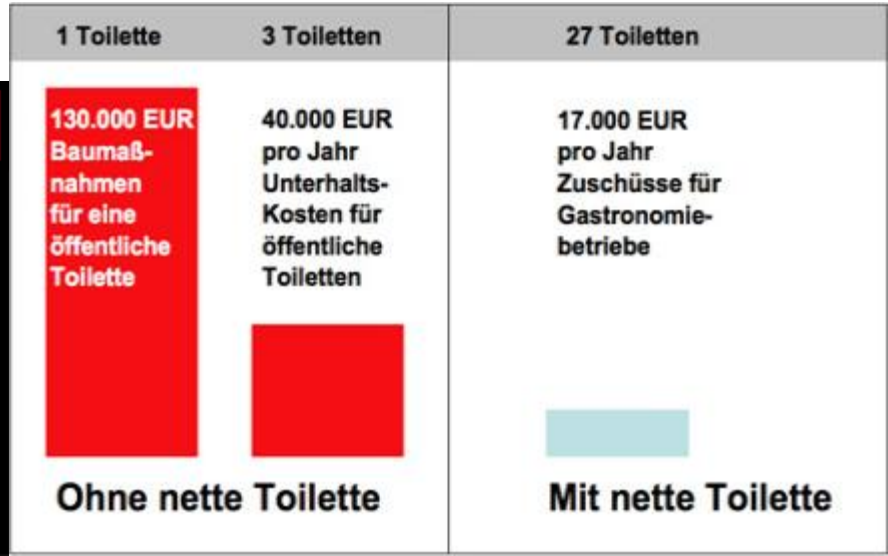
Nette Toilette

Das „öffentliche Örtchen“ in über 190 Städten (2014)

www.nette–toilette.de (auch als App)

Kommunaler Zuschuss an Gastronomen und Einzelhandels-einrichtungen, die ihre Toiletten für die Öffentlichkeit zur Verfügung stellen und barrierefrei umbauen

Projektpartner: Werbeagentur, Kommunen, Gastronomen



DORV Laden in Jülich-Barmen

DORV (Dienstleistung und Ortsnahe Rundum Versorgung)

- Lebensmittel
- Bürgerbüro, Bankautomat, Reinigungsannahme, Reisebüro
- Sozialberatung, Pflegedienst, Hausarzt, Zahnarzt

Organisationsstruktur

- DORV Zentrum GmbH (Betrieb)
- DORV GbR (Kapitalbeschaffung)
- DORV e. V. (Trägerverein)

Wohnberatung altersgerecht umbauen

Mobile Wohnberatung Bensheim

- Konzept: Bewohner- und Eigentümerbefragung
- Organisation: Handwerkskammer Mannheim
- Kooperation: 13 Partner (Architekten, Sparkassen, Handwerk) => Kooperationsvereinbarung
- Koordination: Demografiebeauftrager der Stadt Bensheim
- Durchführung: 17 geschulte ehrenamtliche Wohnberater/innen

CuxVita

- Konzept: keins
- Organisation: Stadtsparkasse Cuxhaven
- Kooperation: Partner (Architekten, Kreishandwerkerschaft, Haus und Grund e.V.)
- Koordination: externe Dienstleistung
- Durchführung: ehrenamtliche Mini-Wohnberater/innen für die Erstansprache (gratis Beratungsgutscheine)

Wohnberatung altersgerecht umbauen

Erfahrungen:

- unterschiedliche Nachfrage (Beratung im Alter: Tabuthema)
- Projektkoordination ist wichtig (Kommune versus externe Beauftragung)
- Erfolg ist häufig von konkreten Personen abhängig

Zusammenfassung in fünf Thesen

1. **„Und was habe ich davon?“**
   Gerade bezüglich der Zielgruppe der „Senioren“ ist die Einbindung von Wirtschaftspartnern kein Selbstläufer. Kooperationen mit Wirtschaftspartnern gelingen nur in einer Win-Win-Situation.
2. **Strategische Konzepte** sind eine wichtige Voraussetzung um Wirtschaftspartner zu gewinnen. Sie liefern Daten und Fakten zum Bedarf und zur Nachfrage und schaffen Verlässlichkeit.
3. **Kooperationen brauchen Vertrauen**. Die frühzeitige Einbindung von Wirtschaftspartnern während der Konzepterarbeitung ist eine Möglichkeit, unterschiedliche Interessen kennenzulernen und miteinander auszuhandeln
4. **„Ach, wir sollen das bezahlen?“**
   Häufig gibt es einen Mix aus unterschiedlichen Kooperationspartnern (Kommune , Ehrenamt, Wirtschaftspartner). Arbeitsstrukturen, Verantwortung und Rollenverteilung müssen klar und verbindlich geregelt sein.
5. **Kommunen haben eine wichtige koordinierende Funktion.**
   Sie vertreten trotz leerer öffentlicher Kassen nach wie vor die „Gemeinwohlinteressen“ , bieten Verlässlichkeit und Kontinuität.

Methoden

Marktplatz-Methode

- Ziel: neue Kooperationen zwischen privaten, öffentlichen und gemeinnützigen Organisationen im lokalen Umfeld anbahnen.
- Innerhalb von ca. zwei Stunden handeln die Akteure - wie auf einem Markt - Kooperationsprojekte aus.
- Gehandelt wird nur mit immateriellen Werten in Form von Dienstleistungen und Know-How, Sachmittel ….

So einfach kann es gehen ...

Gemeinnützige Organisationen bilden die Stationen. Unternehmer bewegen sich von Tisch zu Tisch, um die Organisationen und Möglichkeiten kennenzulernen.

„Makler"

„Makler" stehen Ihnen jederzeit unterstützend zur Verfügung.

„Notar"

Ein „Notar" besiegelt Ihre schriftliche Vereinbarung.

Unternehmen

Verschaffen Sie sich einen persönlichen Überblick über die gemeinnützigen Organisationen, Vereine und Institutionen. Führen Sie kurze Gespräche und entscheiden Sie, ob Sie zu einander passen.

Gemeinnützige

Präsentieren Sie Ihre Organisation und legen Sie dar, warum Ihre Leistungen so wertvoll sind. Lassen Sie Raum für gemeinsame Ideen.

Marktplatz-Methode

Beispiel:

Ein Vertrag kam zustande zwischen dem Förder- und Betreiberverein Pro Mirke e.V. in Wuppertal und dem Malermeister Terstegen: Ausgetauscht werden eine Betriebsfeier im Freibad gegen einen Fassadenanstrich desselben.

Vorteil der Methode: flexibel und niedrigschwellig

Nachteil der Methode: kaum geeignet für dauerhafte Kooperationen und Projekte

Weitere Informationen: www.gute-geschaefte.de