

# Ein Markt, auf dem man nicht mit Geld zahlt

## Firmen und Vereine kommen ins Geschäft

Es sind harte Verhandlungen zwischen der Marketingleiterin der Werbeagentur Symbiosis2, Anja Lütke-Wissing, und Manuela Wagner von den Kunstsammlungen. Die Agentur soll für die Museen ein Werbebanner entwerfen und gestalten. Mit Geld bezahlt wird sie dafür nicht. Wagner muss einen nicht-materiellen Gegenwert leisten – so lautet die wichtigste Spielregel beim „Marktplatz Gute Geschäfte“. Zum zweiten Mal kamen auf Einladung des Freiwilligenzentrums Unternehmen und gemeinnützige Organisationen zusammen, um sich füreinander zu engagieren.

Wenn Geldleistungen nicht erlaubt sind, ist eine Einigung gar nicht so einfach. Schließlich hat die Werbeagentur einiges zu tun, bis das gewünschte Banner druckfertig ist. Dafür muss Museumspädagogin Wagner schon etwas bieten. Schließlich werden die beiden Frauen handelseinig: Für Lütke-Wissing Sohn, 10, und ihre Tochter, 5, wird im Römischen Museum und im Schaezlerpalais jeweils eine Geburtstagsparty veranstaltet. Alle sind zufrieden.

## Firmen können sich so von der Konkurrenz absetzen

Den Kontakt zwischen der Werbeagentur und den städtischen Kunstsammlungen und Museen hat Jutta Koch-Schramm hergestellt. Die Vorsitzende des Fördervereins Freiwilligenzentrum fungiert auf dem Marktplatz als Maklerin, um die Teilnehmer miteinander ins Gespräch zu bringen. Nach ihrer Erfahrung gibt es durchaus Unternehmen, „die mal etwas ganz anderes tun wollen“. Nach einer Einigung begleitet sie die Verhandlungspartner zu einem Notar. So ungewöhnlich die Geschäfte auch sein mögen, sollen sie doch nicht als Jux angesehen werden.

Doch vom Marktplatz Gute Geschäfte profitieren nicht nur Ehrenamtliche, sagt der Geschäftsführer des Freiwilligenzentrums, Wolfgang Krell. Auch Unternehmen hätten Vorteile: Ihr Engagement kann den Unterschied ausmachen, wenn sie sich mit ihren Produkten nicht mehr von der Konkurrenz unterscheiden können; so werden sie zudem für neue Mitarbeiter interessant und stärken die soziale Kompetenz ihrer Belegschaft.

Beim vergangenen Marktplatz im LEW-Kundencenter kamen Vertreter von neun Unternehmen und 15 Organisationen zusammen. 26 Geschäfte wurden innerhalb von etwa 90 Minuten abgeschlossen.

(anda)