

Firmen kooperieren mit sozialen Vereinen

Auftakt des ersten Mindener Marktplatzes „Gute min + din Geschäfte“ mit Gongschlag

Von Stefan Koch

Minden (mt). Gemeinnützige und gewerbliche Unternehmen an einen Tisch zu bringen: Das war am Donnerstag das Ziel des ersten Mindener Marktplatzes im Rathaus. Mehr als 20 Organisationen waren dazu gekommen. „Gute min + din Geschäfte“ lautete das Motto.

Den Auftakt gab der Erste Beigeordnete der Stadt Minden Peter Kienzle per Gongschlag. Danach hatten Vertreter der Mindener Stadtwerke, der DB Systemtechnik, der Schäferbarthold GmbH und vieler anderer Unternehmen die Gelegenheit zum Austausch. Ihre Ansprechpartner waren unter anderem der ADFC, die Mindener Tafel, der Tierschutzverein oder die Friedenswoche. 90 Minuten dauerte der Gesprächstreff im großen Rathaussaal.

Das Kooperationsprojekt wurde von der Freiwilligen-Agentur von PariSozial, dem Arbeitgeberverband des Kreises Minden-Lübbecke, der Kreishandwerkerschaft, der Stelle für bürgerschaftliches



Erster Beigeordneter Peter Kienzle eröffnete den ersten Mindener Marktplatz mit einem Gongschlag. MT-Foto: Stefan Koch

Engagement der Stadt Minden und der städtischen Wirtschaftsförderung organisiert. Karl-Ernst Hunting von der Mindener IHK-Zweigstelle und Thomas Brinkmann von der Kreishandwerkerschaft waren als Beobachter vertreten. Am Ende der 90-minütigen Gesprächszeit hatten die

teilnehmenden Parteien aus dem Sozial- und Wirtschaftsbereich die Möglichkeit, eine Kooperationsvereinbarung zu schließen.

Die Idee für den Mindener Marktplatz stammt ursprünglich aus den Niederlanden. Wie Kienzle in seiner Ansprache erklärte, gebe es seit 2006

Marktplätze dieser Art auch in der Bundesrepublik – unter anderem in Bielefeld, Gütersloh und Kassel. Unter dem Namen „RuhrDax“ seien Projekte in Essen, Dortmund und Oberhausen gelaufen. „Ziel dieser Veranstaltung ist es, neue Partnerschaften zwischen Unternehmen und ehrenamtlich tätigen Organisationen und Vereinen zu stiften sowie einmalige Engagement-Vereinbarungen zu treffen, aus denen sich dauerhafte Beziehungen entwickeln können, aber nicht müssen.“

Wie die Organisatoren am Donnerstag betonten, ging es bei der Veranstaltung nicht um Geld. Die bereits andernorts gestarteten Projekte hatten gezeigt, dass der Vorteil für Unternehmen bei einer Sozialkooperation vor allem auch darin liegen kann, neue Märkte zu erschließen und neue Kunden zu gewinnen. Zudem können sich die Firmen besser an ihrem Standort verankern und Kontakte mit der Politik knüpfen. Weitere positive Folgen sind die Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrades und die Verbesserung des Bildes des Unternehmens in der Öffentlichkeit.