



Dokumentation der Sessions



Inhaltsverzeichnis

Auftaktveranstaltung – das erste große Netzwerktreffen	2
Sophie Grüttner, Engagierte Stadt Radebeul	
Flüchtlinge als Ehrenamtliche	4
Daniela Weickert-Thümmel, SBV Stiftung, und Svenja Mix, Stadt Flensburg	
Beteiligung von Unbeteiligten – wie geht das?	6
Doris Kreinhöfer, Körber-Stiftung	
Best Practice: erfolgreiche Netzwerkbildung	8
Agnes Wellkamp, Verein Leben im Alter in Bocholt, und Anne-Rose Sieland, AWO Ahrensburg	
Elevator Pitch Engagierte Stadt	10
Jochen Sunken, Körber-Stiftung	
Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook: Licht & Schatten	12
Svenja Mix, Stadt Flensburg	
Neues Ehrenamt vs. altes Ehrenamt	14
Jochen Beuckers, Perspektiven für das Leben e.V.	
„So, jetzt lass mal abstimmen!“	16
Jochen Sunken, Körber-Stiftung	
Fünf Tipps für eine nachhaltige Finanzierung	18
Uwe Amrhein, Stiftung Bürgermut	
Das richtige Veranstaltungsformat für Netzwerktreffen	20
Heike Schön, IB Arche Neuenhagen	
Wirkungsmessung und Monitoring – wie geht das?	22
Claudia Ringhoff, Kronach Creativ e.V.	
Auswertung der Befragung zur Flüchtlingssituation in den „Engagierten Städten“ – Was nun?	24
Gerd Placke, Bertelsmann Stiftung	
Wie bringt man unterschiedliche Träger zusammen?	26
Bianca Fliß, Engagierte Stadt Sondershausen	
Neue Netzwerke – Erarbeiten von Metaphern, Analogien und Bildern	27
Anne-Rose Sieland, ES Ahrensburg, und Claudia Ringhoff, ES Kronach	
Das Platzhirsch-Problem	29
Jens Jähne, Engagierte Stadt Elmshorn	

Auftaktveranstaltung – das erste große Netzwerktreffen

Sophie Grüttner, Engagierte Stadt Radebeul

Sophie Grüttner nutzte die Gelegenheit und diskutierte gemeinsam mit den Teilnehmenden ihrer Session, wie sie mithilfe einer Auftaktveranstaltung die wichtigen Akteure vor Ort erreichen und einbinden könnte.

Zunächst beschrieb Sophie Grüttner, wo die Engagierte Stadt Radebeul momentan steht und welche ihre größten Herausforderungen sind. Die Auftaktveranstaltung in Radebeul stehe bevor, und die Organisatorinnen und Organisatoren der Veranstaltung würden sich nun die Frage stellen, wie man die Veranstaltung so organisieren könne, dass die Teilnahme für die lokalen Vereine interessant werde. Denn Ziel solle es sein, durch die Auftaktveranstaltung die Netzwerkarbeit voranzubringen und die teilnehmenden Vereine dazu zu motivieren, sich dauerhaft zu beteiligen. Damit verbunden war die konkrete Frage, ob man direkt mit der Einladung, etwa in Form eines Fragebogens, die Bedarfe der Vereine eruieren solle oder erst während der Veranstaltung.



Vorbereitung und Zieldefinition

Eine Teilnehmerin berichtete, dass sie für die Auftaktveranstaltung Vereine, die sich mit den Themen der Engagierten Stadt beschäftigten, ganz persönlich angesprochen habe, sodass sie sicher gehen konnte, dass die Veranstaltung für diese Relevanz habe. Außerdem betonte sie, dass es wichtig gewesen sei, die Veranstaltung zielführend zu organisieren. Deshalb habe sie mit der Moderatorin gesprochen und sie hinsichtlich der angestrebten Ziele genau instruiert. Während der Veranstaltung seien drei Arbeitsgruppen gebildet worden, in denen sich die Teilnehmenden jeweils 20 Minuten

hätten austauschen können, dann sei gewechselt worden. Ein Grund für den erfolgreichen Abschluss der Konferenz sei vor allem die detaillierte Zieldefinition vorab gewesen.

Uwe Amrhein vom Generali Zukunftsfonds meinte, dass hierin das Geheimnis guter Netzwerkarbeit liege: Gemäß des Ansatzes Collective Impact bedürfe es der Definition eines „Common Pain“, also eines gemeinsamen gesellschaftlichen Problems, das alle lösen wollen, dies jedoch nicht alleine leisten könnten. Dadurch entstehe für alle ein Mehrwert – man arbeite gemeinsam an der Lösung. Und dieser Mehrwert sei für die erfolgreiche Netzwerkarbeit entscheidend, denn dadurch entstünde Verbindlichkeit und der Bedarf, gemeinsam etwas zu erreichen.

Gemeinsam wurde über die Definition des gemeinsamen gesellschaftlichen Problems diskutiert. Das Ziel in Radebeul solle sein, jeder Bewohnerin und jedem Bewohner die Möglichkeit zu geben, sich zu engagieren. Allerdings werde dies momentan durch mangelnde Angebotstransparenz erschwert. Hierin liege eine Herausforderung, die kein Verein alleine, wohl aber das Netzwerk lösen könne.

Eine Teilnehmerin schlug vor, komplexe Probleme herunterzubrechen und an ganz konkreten Aufgaben zusammenzuarbeiten, wie etwa einem einheitlichen Nachweis für ehrenamtliches Engagement. Im Anschluss könne die Netzwerkarbeit nach und nach ausgeweitet werden.

Am Ende kamen die Teilnehmenden der Session noch einmal auf die anfängliche Frage von Sophie Grüttner zurück, nämlich, wie man ganz konkret die Auftaktveranstaltung gestalten könne, sodass die Vereine der Stadt mit ins Boot geholt werden können. Ein Vorschlag war es, die Veranstaltung nicht als klassische Tagung zu organisieren, sondern in Form eines Workshops, bei dem gemeinsam die Herausforderung in Radebeul diskutiert und Lösungen im Netzwerk gefunden werden könnten.

Flüchtlinge als Ehrenamtliche

Daniela Weickert-Thümmel, SBV Stiftung, und Svenja Mix, Stadt Flensburg

Wie kann man Geflüchtete als Ehrenamtliche beschäftigen? Die Teilnehmenden diskutierten über eigene Erfahrungen, Gesetzeslücken und Herausforderungen, die über das eigentliche Ehrenamt hinausgehen.

Daniela Weickert-Thümmel und Svenja Mix berichteten von der aktuellen Herausforderung, geflüchtete Menschen in ehrenamtliche Tätigkeiten zu vermitteln. Die rechtlichen Rahmenbedingungen seien selbst nach intensiver Recherche und Ansprache der Ausländerbehörde noch immer nicht geklärt. Die Zahl der Geflüchteten, die sich gerne ehrenamtlich engagieren würden, sei hoch in der Stadt Flensburg. Vor allem in Sporteinrichtungen gebe es einen großen Bedarf an ehrenamtlichen Helferinnen und Helfern. Wegen der unsicheren Rechtslage könne auf diesen Bedarf aber nicht ausreichend reagiert werden. Die zentrale Rolle bei der Einbindung in ehrenamtliches Engagement spiele nach wie vor der rechtliche Status. Dieser könne mit einer Aufenthaltsgenehmigung und Arbeitserlaubnis verbunden sein oder eben nicht. Hinzu kämen Aspekte wie die finanzielle Aufwandsentschädigung und die Versicherung von Ehrenamtlerinnen und Ehrenamtlern. Diese würden im Fall von asylsuchenden Menschen von den Behörden vermerkt und abgewickelt.



„Einfach mal machen“

Die Angabe über die ehrenamtliche Tätigkeit bei der Ausländerbehörde sei gesetzlich vorgeschrieben, in der Praxis aber auch bereits umgangen worden. Die Sessionsteilnehmenden erzählten von ihren Erfahrungen in der Arbeit mit Geflüchteten. Der bürokratische Aufwand stehe meist in keinem Verhältnis zu dem eigentlichen ehrenamtlichen Einsatz. In der Diskussion wurden

Alternativen genannt, Geflüchtete in Arbeitsabläufe zu integrieren: etwa Integrationspraktika oder der Bundesfreiwilligendienst.

Auch die Anerkennung von Bildungsabschlüssen sei von enormer Wichtigkeit, damit Menschen ihren erlernten Beruf in Deutschland ausüben können. Die Herausforderung, Geflüchtete auch in ehrenamtliche Arbeitsstrukturen zu integrieren, dürfe nicht nur die Engagierten Städte betreffen, sondern müsse auch auf politischer Ebene thematisiert werden, so die Forderung von Sessionsteilnehmenden. Die Absprache und die Vernetzung von Engagierten seien maßgeblich für diese Aufgabe. In der Session wurde explizit der Wunsch geäußert, sich innerhalb eines digitalen Forums über den Tag hinaus zu dem Thema auszutauschen.

Beteiligung von Unbeteiligten – wie geht das?

Doris Kreinhöfer, Körper-Stiftung

Im BegegnungsCentrum Haus im Park der Körper-Stiftung gibt es zahlreiche Angebote für Menschen mit Demenz und Angehörige. Wie aber erreicht man diejenigen, die nicht betroffen sind? Wie schafft man es, das Thema Demenz im Stadtteil bekannter zu machen und so dazu beizutragen, die Krankheit und von ihr betroffene Menschen besser zu verstehen und gegebenenfalls zu helfen?

Das Thema Demenz scheine trotz seiner Bedeutung in unserer Gesellschaft noch immer ein Tabu-Thema zu sein. Dies hat auch Doris Kreinhöfer, die im Haus im Park der Körper-Stiftung den Bereich Prävention und Beratung leitet, festgestellt. Zwar sei es den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gelungen, Betroffene und deren Angehörige zu erreichen und verschiedene Angebote zu entwickeln. Darüber hinaus sei das Ziel, das Thema in den Stadtteil zu tragen und vor allem Geschäfte zu involvieren. Durch verstärkte Öffentlichkeitsarbeit würden perspektivisch Menschen dazu ermutigt und befähigt, mit an Demenz Erkrankten zu kommunizieren und gegebenenfalls zu helfen. Dies sei jedoch bislang nicht ausreichend gelungen. Eine Plakat-Aktion habe kaum Ergebnisse gebracht. Die Suche nach Sponsorinnen und Sponsoren für ein Quiz zum Welt-Alzheimerstag habe zwar finanzielle Unterstützung gebracht, eine langfristige Wirkung habe aber auch hier nicht erzielt werden können. Die Teilnehmenden der Session wurden um Ideen gebeten, wie das Thema vor Ort vorangebracht werden könne.



Ideen aus anderen Engagierten Städten

Die Vorschläge der Teilnehmenden waren vielfältig. Erstens sei es wichtig, die Erwartungen an die Partnerinnen und Partner zu definieren. Gehe es um die Unterstützung von demenzerkrankten

Personen im alltäglichen Leben, so könne man beispielsweise das Konzept „Notinseln“ verankern: Durch einen Aufkleber würden Geschäfte signalisieren, dass beispielsweise jemand, der die Orientierung verloren hat, hier Hilfe finden könne. Außerdem könne man speziell auf die Geschäfte zugehen, die sich bereits im Bereich Alter und Demenz engagierten. Aufgrund ihres bisherigen Engagements seien sie eventuell besonders aufgeschlossen. Wichtig sei es, darzustellen, welchen Mehrwert die Geschäfte durch ihr Engagement hätten. Im Rahmen der Plakat-Aktion etwa sei dies möglicherweise nicht ganz klar geworden und hätte deshalb nicht die gewünschte Resonanz gehabt.

Sensibel mit der eigenen Betroffenheit umgehen

Diskutiert wurde im Anschluss über die Frage, inwieweit bei der Ansprache das Thema „Prävention“ eine Rolle spielen solle. Solle man die Angesprochenen darauf hinweisen, dass auch sie an Demenz erkranken könnten? Mit der Möglichkeit einer eigenen Erkrankung konfrontiert zu werden, könne immerhin auch abschreckend wirken. Nichtsdestotrotz könne es hilfreich sein, über Emotionen an das Thema heranzuführen. Eine Möglichkeit wäre es, darauf hinzuweisen, dass man einmal Sohn oder Tochter eines Vaters bzw. einer Mutter mit Demenz werden könne. Hier werde der persönliche Bezug zum Thema deutlich gemacht, man sei aber nicht selber der oder die Betroffene.

Ein weiterer Vorschlag war es, Berührungspunkte zu schaffen, z.B. durch ein Sommerfest für den Stadtteil, an dem auch Demenzkranke teilnehmen.

Abschließend wurde hervorgehoben, dass das Haus im Park und sein Netzwerk bereits hervorragende Arbeit im Bereich Demenz leiste und viel erreicht habe. Unbeteiligte zu erreichen brauche aber Zeit. Die vier Jahre, die Frau Kreinhöfer dies bereits versucht, seien nicht genug. Ein Teilnehmer riet in diesem Sinne, „mit Beharrlichkeit ans Ziel zu kommen“. Also: immer wieder Aktionen zu starten, um die Stadtteil-Bewohnerinnen und Bewohnern zu erreichen und über die Krankheit zu informieren.

Best Practice: erfolgreiche Netzwerkbildung

Agnes Wellkamp, Verein Leben im Alter in Bocholt, und Anne-Rose Sieland, AWO Ahrensburg

Bei der gemeinsamen Session der Engagierten Städte Bocholt und Ahrensburg ging es um die Frage, wie Netzwerkbildung und -arbeit gelingen könne und um den Austausch von Erfahrungen. So wurden jede Menge Best Practices weitergegeben.

Um das bürgerschaftliche Engagement in Bocholt zu stärken, habe der Verein Leben im Alter eine Möglichkeit gefunden, verschiedene Partner mit ins Boot zu holen – von der Volksbank und der Sparkasse bis hin zur Caritas und AWO. Der Verein habe eine Steuerungsgruppe, bestehend aus den verschiedenen Partnerinnen und Partnern, ins Leben gerufen, die nicht nur die Auftaktveranstaltung der Engagierten Stadt mit organisiert habe, sondern die vor allem auch als Pate für die Arbeitsgruppen fungiere. Diese Arbeitsgruppen wurden zu verschiedene Themen, wie Bildung/Qualifizierung, Nachwuchs, Zusammenarbeit von Vereinen und Wirtschaft sowie Öffentlichkeitsarbeit, gebildet. Ziel sei die Vernetzung bei relevanten Querschnittsthemen gewesen. Dieses Modell habe gut funktioniert, so Agnes Wellkamp. Hiervon zeuge zum einen die Tatsache, dass alle elf der ursprünglichen Patinnen und Paten am Ball geblieben seien und sogar noch weitere fünf hinzugekommen seien. Zum anderen seien konkrete Pläne in den Arbeitsgruppen erarbeitet worden, wie etwa eine Bildungsakademie für Ehrenamtliche oder die Vernetzung von Schulen und Vereinen zur Nachwuchsförderung. Diese Pläne würden nun gemeinsam angegangen. Damit diese Struktur auch langfristig bestehen bleibe, würden die Arbeitsgruppen in Zukunft unter dem Dach der Freiwilligenagentur Bocholt agieren.



Akteure in der Zukunftswerkstatt zusammenbringen

Die Engagierte Stadt in Ahrensburg hat den Weg über das Format Zukunftswerkstatt gewählt, in dem die Partnerinnen und Partner gemeinsam an Themen arbeiten würden. Koordiniert werde das Ganze unter dem Dach des Projektbüros der Engagierten Stadt in Ahrensburg. Dieses habe zunächst mögliche Partnerinnen und Partner aufgelistet, geclustert und diese dann gezielt entsprechend ihrer Expertise angesprochen.

In der folgenden Diskussion wurde deutlich, dass vor allem zwei Aspekte für die erfolgreiche Netzwerkarbeit ausschlaggebend seien: eine gemeinsame Vision und die Möglichkeit, die eigene Stärke und Expertise einzubringen.

Gemeinsame Vision und individuelle Expertise

In einem ersten Treffen könne und solle man eruieren, ob die Partnerinnen und Partner die gleichen Ziele verfolgen. Wichtig hierbei sei es, eine gemeinsame Sprache zu finden. Dies sei vor allem auch dann wichtig, wenn man neue Personen in die Steuerungs- oder in die Arbeitsgruppe hineinhole. Hier solle es vorab ein Einführungsgespräch geben, bevor die Person an einem Treffen teilnehmen könne.

Einig waren sich alle Teilnehmenden darüber, dass Partnerinnen und Partner sich vor allem dann engagieren und sich einbringen, wenn sie deutlich einbezogen würden. Eine Teilnehmerin berichtete zum Beispiel von einer Erhebung zum Thema Ehrenamtlichkeit, die in ihrer Stadt durchgeführt worden sei. Hieran hätten sich alle Partnerinnen und Partner der Engagierten Stadt beteiligt: Einige hätten die Kosten für das Porto oder für den Druck der Fragebögen übernommen, andere für den Versand etc.

Darüber hinaus wurden weitere Möglichkeiten geteilt, wie Netzwerkpartnerinnen und -partner gebunden werden könnten, indem man sie ihre Stärken einbringen lasse:

- Über eine gezielte Ansprache hätten in einer Engagierten Stadt Teilnehmende für Werkstätten zu bestimmten Themen gefunden werden können. So hätten Partnerinnen und Partner, die eine besondere Expertise mitbrachten, direkt eingebunden werden können.
- Marktplatzmethode: Hier kämen Suchende und Bietende zusammen. Es dürfe alles außer finanzieller Leistung „getauscht“ werden.
- Eine der teilnehmenden Engagierten Städte habe im Rahmen der Auftaktveranstaltungen einen Thementisch angeboten, an dem sich jeder, der sich einbringen wollte, habe eintragen können. Dadurch sei eine gewisse Verbindlichkeit erzeugt worden.

Die Herausforderung bei diesen Verfahren sei es aber oft, dass nicht immer die Entscheiderinnen und Entscheider einer Organisation oder Initiative mit am Tisch säßen, sodass nicht immer direkt Vereinbarungen getroffen werden könnten.

Mehrere Teilnehmende berichteten, dass sie gute Erfahrungen damit gemacht hätten, Netzwerkarbeit im Kleinen zu starten und sich thematisch zu fokussieren. Gerade im Bereich der Flüchtlingsarbeit funktioniere das sehr gut. Dann könne man die Kooperationen nach und nach auf andere Bereiche ausweiten. Auch wurde hervorgehoben, dass es immer wieder neue Bedarfe gebe, sodass ein kontinuierlicher Austausch zwischen den Netzwerkpartnerinnen und -partnern essenziell sei.

Elevator Pitch Engagierte Stadt

Jochen Sunken, Körber-Stiftung

Wie kann man das Programm Engagierte Stadt in wenigen Sätzen erklären und das Gegenüber zum Mitmachen motivieren? Jochen Sunken stellte vor, wie so ein „Verkaufsgespräch“ im Aufzug ablaufen könnte. Im Anschluss diskutierten die Teilnehmenden über Visionen, Charakteristika und buzz words und formulierten gemeinsam einen Vorschlag.

Auf den Unterschied zwischen Verständnis und Aktivierung machte Jochen Sunken bereits zu Beginn der Session aufmerksam. Ziel des Elevator Pitches sei es, Menschen nicht nur die Idee hinter der Engagierten Stadt zu vermitteln, sondern sie zugleich zum Mitmachen, Kooperieren und Fördern zu motivieren. Denn nur so funktioniere eine Engagierte Stadt: mit jeder Menge Engagement.



Die Sessienteilnehmenden trugen zunächst Schlüsselbegriffe zusammen: Strukturen, Zusammenarbeit, Vernetzung, Stadtgestaltung, Verantwortungsgemeinschaft, Wir-Gefühl und Hilfe-Atlas waren nur einige der Vorschläge. In der Diskussion wurde deutlich, dass der Begriff „Projekt“ eher negativ konnotiert sei und besser vermieden werden solle. Der trisektorale Ansatz solle hingegen klar hervorgehoben werden, hier waren sich die Teilnehmenden einig. Während der ambitionierten Session, in der eine größere Gruppe eine Selbstdarstellung der Engagierten Stadt formulieren wollte, wurden munter Vorschläge geäußert, diskutiert und wieder verworfen. Die vielfältigen Tätigkeitsfelder der Engagierten Städte in wenigen Sätzen zu formulieren, stellte sich als große Herausforderung heraus.

Was ist die Engagierte Stadt?

Diese Frage konnte zum Ende der Session beantwortet werden und ist das Ergebnis von zahlreichen kreativen Inputs während der Session:

Um gut zusammenleben zu können, brauchen wir bürgerschaftliches Engagement. In einer „Engagierten Stadt“ stellen wir Bürger, Unternehmen und Verwaltung uns großen Aufgaben gemeinsam, indem wir verantwortungsbewusst kooperieren. Dazu verbinden wir unsere Stärken und Ressourcen. Welche sind Ihre?

Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit mit Facebook: Licht & Schatten

Svenja Mix, Stadt Flensburg

„Engagiert in Flensburg“ solle man zukünftig auch in den sozialen Medien finden können. Svenja Mix stellte ihre Idee vor, Facebook für die Vernetzung und PR-Arbeit zu nutzen. Die Sessionteilnehmenden diskutierten über Ziele, Aufwand und Nutzen.

Eigene Seite oder doch eine Gruppe?

Facebook bietet den Nutzerinnen und Nutzern unterschiedliche Varianten, die Plattform zu nutzen. In der Session wurde vor allem der Unterschied zwischen einer „Gruppe“ und einer „Fanpage“ herausgearbeitet. Bei einer Gruppen-Seite werde zwischen einer offenen oder geschlossenen Gruppe unterschieden. Eine offene Gruppe sei für jeden User zugänglich – eine geschlossene Gruppe werde über einen Administrator verwaltet, der über die Teilhabe entscheidet. Zu den Merkmalen einer Gruppen-Seite gehöre die Funktion eines Gruppen-Chats, welcher als Kommunikations-Tool genutzt werden könne. Bei sehr großen Gruppen könne der Chat-Verlauf schnell unübersichtlich werden. In der Diskussion wurde angemerkt, dass eine Gruppen-Seite für die Streuung von Nachrichten weniger geeignet sei. Nachrichten verschwänden schnell in der Timeline und würden nur flüchtig wahrgenommen. So hätten auch „Kredithaie“ und andere ungewollte Besucher der Seite die Chance, Werbung und Nachrichten in eigener Sache zu posten.



Eine Fanpage oder Gefällt-mir-Seite wirke diesem Risiko entgegen, da die Kommunikationsmöglichkeiten besser gesteuert werden könnten. Die Seite könne besonders für das Streuen von Informationen genutzt werden und eine große Reichweite entwickeln. Diese Reichweite differenziere sich in unterschiedliche Zielgruppen (Jugendliche/Menschen mit Migrations- oder Fluchterfahrung), mit denen über Facebook kommuniziert werden könne. Eine Sessionteilnehmerin berichtete davon,

dass sie spezifische Posts in verschiedene Sprachen übersetze und so Informationen an Menschen unterschiedlicher Herkunft über die Plattform verbreiten könne.

Potenziale überwiegen

In der Gruppen-Diskussion wurde deutlich, dass die Betreuung von Gruppen-Seiten oder Gefällt-mir-Seiten viel Zeit in Anspruch nehmen könne. So müssten empfangene Nachrichten beantwortet werden, Posts regelmäßig veröffentlicht und Kommentare kontrolliert. Die Regeln der Kommunikation müssten intern (unter den Administratoren) eingehalten werden, um eine gleichbleibende Qualität der Seite zu gewähren. Eine Facebook-Präsenz könne eine Homepage nicht ersetzen, aber das schnelle Aufsetzen, die hohe Schlagzahl der Kommunikation und die Geldersparnis sprächen für die soziale Plattform. Die Angst vor Urheberrechtsverletzungen und „Fake-Usern“ sowie die Zweifel an der Plattform an sich, sollten laut Teilnehmenden kein Hindernis für das Einrichten einer Facebook-Seite sein.

Es bleibt spannend, ob „Engagiert in Flensburg“ bald in den sozialen Medien zu finden ist.

Neues Ehrenamt vs. altes Ehrenamt

Jochen Beuckers, Perspektiven für das Leben e.V.

Mit Charakteristika wie Projektorientierung, Flexibilisierung und Kurzfristigkeit entsteht seit einigen Jahren ein „neues Engagement“. Wie kann ein sinnvoller Umgang mit dieser Engagementform aussehen? Und wo können Alt und Neu Synergien entwickeln?

Es sind Trends, die besonders stark (aber nicht ausschließlich) in den jüngeren Generationen zu beobachten seien. Verstärkend komme hinzu, dass es durch Social Media immer leichter geworden sei, sich spontan zu koordinieren, zu organisieren und eine Vielzahl an Personen für kurzfristige Aktionen zu mobilisieren. Gerade in der derzeitigen Flüchtlingskrise sei diese neue, „wilde“ Form des Engagements verstärkt in den Fokus gerückt. Schließlich hätten etablierte Strukturen des bürgerschaftlichen Engagements – vermeintlich oder tatsächlich – zu langsam auf die Herausforderungen reagiert.

„Neues Engagement“ als Herausforderung

Diese Entwicklung stelle beispielsweise Freiwilligenagenturen vor das „Imageproblem“, als Teil der „alten“ Strukturen wahrgenommen zu werden und auf den ersten Blick nicht in der Lage zu sein, die Innovationskraft und Energie, die neue, unkonventionelle Engagementformen jenseits etablierter Strukturen ausstrahlen, nutzen zu können. Kern der Session war daher die Frage, was ein zielführender und sinnvoller Umgang mit dem „neuen Engagement“ sein könnte.



Zunächst stand die Frage im Mittelpunkt, wie die neuen Formen des Engagements einzuordnen seien. So gab es auf der einen Seite positive Stimmen, die ihnen ein hohes Maß an Innovationskraft und Kompetenz zusprachen. Sie sehen gerade in der Spontaneität und Rasanz einen großen Vorteil – Impulsen, dieses „Chaos zähmen zu wollen“, dürfe man, bei allem Wissen um die Stärken der

eigenen Strukturiertheit, nicht nachgeben. Vielmehr müsse man sie so nehmen, wie sie seien. Das neue Engagement wurde zwar nicht per se negativ bewertet, nichtsdestoweniger die Vorteile oder gar die Notwendigkeit fester und verlässlicher Strukturen betont. Angesprochen wurden hier etwa Transparenz- und Kontrollaspekte, welche Missbrauch erschweren würden. Hinzu komme mit Blick auf die Qualität der Arbeit, dass gut gemeintes, aber schlecht gemachtes (spontanes) Engagement in Einzelfällen sogar mehr Schaden anrichten könne als Vorteile bringe.

Neues Engagement kennenlernen und einbinden

Weitgehend Einigkeit herrschte hinsichtlich der Einschätzung, dass es kaum möglich sei, dieses „wilde Engagement einzufangen“. Seiner Natur nach entstünde es ja in Abgrenzung zu den als zu langsam empfundenen, einschränkenden Strukturen. Versuche der Vereinnahmung, und seien sie auch noch so gut gemeint, würde eher Abwehrreaktionen hervorrufen. Wichtig und zielführend im Umgang mit ihnen sei aber, niedrigschwellige Hilfsangebote und Hintergrundaktivitäten anzubieten, welche es auf unverbindlicher Ebene ermöglichen, Vorhandenes sichtbar zu machen, um Doppel- und Dreifachstrukturen zu vermeiden und ein Mindestmaß an Koordination und Wissen voneinander zu erreichen. Mit lockeren und offenen Angeboten, beispielsweise mit „Kennenlern-Marktplätzen“ oder onlinebasierten Plattformen, sei schon viel Gutes getan.

Synergien

Wenn auch keine klare, eindeutige Antwort auf die der Session zugrundeliegende Fragestellung gegeben werden konnte, so wurde doch herausgearbeitet, dass eine verstärkte Sensibilität für die Synergien beider „Engagementformen“ sinnvoll sei: Keine der beiden sei besser als die jeweils andere, ganz im Gegenteil gewannen beide jeweils unterschiedliche Typen von Menschen für bürgerschaftliches Engagement.

„So, jetzt lass mal abstimmen!“

Jochen Sunken, Körper-Stiftung

Was passiert, wenn in einer Gruppe kein Konsens herbeigeführt werden kann? Dann wird abgestimmt! Jochen Sunken stellte die verschiedenen Kategorien und Modi von Abstimmungen vor und beschrieb die Komplexität des Prozesses. Die Teilnehmenden brachten ihre ganz unterschiedlichen Erfahrungen mit Wahlen und Abstimmungen ein.

Jochen Sunken beschrieb Wahlen als Aggregation persönlicher Präferenzen zu einer kollektiven Präferenzordnung. Eine Aggregation sei dabei nie verzerrungsfrei und im Ergebnis abhängig von dem Abstimmungsmodus. Dabei könne der Fokus auf einer oder mehreren Präferenzen liegen, auf deren Abfolgen oder der Intensität der Präferenz(en). Der Modus der Abstimmung solle immer transparent, einfach und schnell sein.



In der Diskussion wurde deutlich, dass neben dem Modus (dem Wie?) auch die Wahlleiterin oder der Wahlleiter (das Wer?) eine zentrale Rolle spiele. Diese Person führe die Wahl durch und habe ebenfalls Einfluss auf das Wahlergebnis. Ein Sessionteilnehmer untermauerte dies mit der Unterscheidung zwischen den Abstimmungsfragen: „Sind Sie damit zufrieden?“ oder „Wer ist dagegen?“. Es seien zwei Fragen, die oft zu unterschiedlichen Ergebnissen führen würden. Der strategische Aspekt der Abstimmung führte in der Gruppendiskussion zu Kontroversen. Eine Herangehensweise, die ähnlich einer politischen Wahl strukturiert sei, wurde stark kritisiert. Eine mögliche Alternative zur Abstimmung wurde indes nicht benannt.

„Wenn jeder mal gesprochen hat, war das noch keine Abstimmung.“

Eine Abstimmung solle eine inhaltliche und intensive Diskussion nicht ersetzen. Die Teilnehmenden waren sich darin einig und hoben hervor, dass es in einer kleineren Gruppe einfacher sei, konsensual

auszukommen. An dieser Stelle seien auch Machtstrukturen zu bedenken, die innerhalb einer Gruppe wirksam seien. Eine Abstimmung hingegen sei egalitär und könne helfen, Benachteiligungen zu vermeiden. Eine interessante Komponente seien Veto-Rechte, die einerseits den Einfluss eines Teilnehmenden verstärken würden (nach dem Motto: „Ohne mich geht nichts.“), andererseits die Gruppe zu einer einvernehmlichen Lösung bringen könnten.

Generell solle man sich, bevor es zu einer Abstimmung kommt, fünf Fragen bewusst machen, die für die Wahl eines passenden Abstimmungsmodus entscheidungsleitend seien: Was für eine „Art“ von Ergebnis brauche ich? (eine klare Sieger-Alternative bzw. einen Sieger? mehrere gleichrangige Sieger? Präferenzintensitäten?)? Worüber wird abgestimmt? Wie viele Abstimmungsalternativen habe ich? Wie groß ist meine Gruppe? Wie heterogen ist meine Gruppe? Hierdurch ließe sich die entscheidende Frage klären: Passt der Abstimmungsmodus zum Abstimmungsgegenstand, zur Gruppe und zu den (abstimmungsunabhängigen) Zielen, die ich erreichen möchte?

Erst danach – so viel hat jede und jeder der Teilnehmenden aus der Session mitgenommen – sollte es heißen: „So, jetzt lass mal abstimmen“.

Fünf Tipps für eine nachhaltige Finanzierung

Uwe Amrhein, Stiftung Bürgermut

Uwe Amrhein diskutierte mit den Sessionsteilnehmenden die wichtigsten Herausforderungen der deutschen Förderlandschaft und entwickelte Impulse für eine solide und nachhaltige Finanzierung der Arbeit von gemeinnützigen Organisationen.

Die Förderstrukturen, die sich in den letzten Jahrzehnten in Deutschland etabliert hätten, machten es gemeinnützigen Organisationen nicht gerade leicht, an Fördergelder heranzukommen, konstatierte Uwe Amrhein. Abgesehen davon, dass staatliche Förderungen immer stärker zurückgefahren bzw. unsicherer würden, seien potenzielle Förderinnen und Förderer wie Unternehmen vermehrt dazu übergegangen, vor allem einzelne, möglichst innovative und exklusive Projekte zu unterstützen. Zudem dürften diese geförderten Projekte zumeist nicht vor Beginn der Förderphase starten, was eine langfristige Planung erschwere. Hinzu komme, dass ein Großteil gemeinnütziger Organisationen in erster Linie auf institutionelle Förderung für die eigene Vereinsarbeit und -entwicklung angewiesen sei. Schließlich würden gutes Projektmanagement und gute Öffentlichkeitsarbeit auch Geld kosten. „Overhead-Kosten“ klinge jedoch nicht gerade „sexy“ in den Ohren der Förderinnen und Förderer. Deshalb gingen viele Organisationen dazu über, „institutionelle Finanzlöcher“, die es zu stopfen gilt, in Projektanträgen zu verpacken.



Fünf Impulse für eine solide und nachhaltige Finanzierungsstruktur

Was könnten Organisationen und Vereine vor diesem Hintergrund also tun, um eine nachhaltige Finanzierungsstruktur aufzubauen?

1. Ein breit angelegter Finanzierungsmix, der immer aus drei Säulen bestehen sollte:

- Eigenfinanzierung bzw. Refinanzierung (z.B. über eigene Produkte und Dienstleistungen)

- Beitragsfinanzierung (Mitgliedsbeiträge in Vereinen o.ä.)
- Drittfinanzierung (wiederum trisektoral: 1. Stadt/Kommune, 2. Wirtschaftsunternehmen, 3. zivilgesellschaftliche Förderinnen und Förderer)

→ Ein breites Fördernetzwerk habe den Vorteil, dass auf andere Quellen zurückgegriffen werden könne, sollte eine Säule wegbrechen.

→ Weg von einzelnen Großspenderinnen und -spendern, lieber viele verschiedene Förderinnen und Förderer (→ Fördernetzwerk)

→ Förderinnen und Förderern eine aktive Rolle zuweisen (Beteiligte zu Stakeholdern machen!)

2. Offene Kommunikation: Das „Projektitis-Spiel“ nicht mehr mitmachen. Stattdessen mit Förderinnen und Förderern offen über die Notwendigkeit der Finanzierung von Overhead-Kosten sprechen. Die Zeit dafür sei gut. Auch Unternehmen hätten kein Interesse an „Leuchtturm-Projekten“, die früher oder später zu Ruinen würden. Organisationen sollten potenziellen Förderinnen und Förderern plausibel vermitteln, welche Vorteile auch sie von der Etablierung nachhaltiger Strukturen hätten.

3. Erhöhung des Eigenfinanzierungs-Anteils und eigene Wirkungskette: Welche eigenen Produkte und Dienstleistungen hat die jeweilige Organisation zu bieten? Und welche Vorteile haben diese für die Förderin oder den Förderer? Die Entwicklung von (neuen) eigenen Produkten und Dienstleistungen könne zu einer größeren finanziellen Eigenständigkeit und Unabhängigkeit führen. Dies wiederum wirke auch attraktiv auf Förderinnen und Förderer, vor allem Wirtschaftsunternehmen. (An dieser Stelle entwickelte sich eine kontroverse Diskussion unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern über die Frage: Marktwirtschaft vs. Gemeinnützigkeit. Festgehalten wurde, dass jede Organisation selbst entscheiden müsse, wo für sie die Grenze läge).

4. Flexibel bleiben: Gemeinnützige Organisationen sollten generell nicht in zu starren Strukturen denken, sondern offen und neugierig bleiben, was neue Arten des Förderns und kreative Formen der Mittelverwendung betrafen.

5. Der eigenen Arbeit „ein Gesicht geben“: Organisationen könnten sich (bekannte) lokale bzw. regionale oder überregionale Persönlichkeiten ins Boot holen, die als Fürsprecherin und Fürsprecher zusätzliche Überzeugungsarbeit leisteten.

Das richtige Veranstaltungsformat für Netzwerktreffen

Heike Schön, IB Arche Neuenhagen

Heike Schön tauschte sich mit den Sessionteilnehmenden über die Erfahrungen mit Netzwerktreffen aus und diskutierte anschließend mit ihnen Erfolgsfaktoren sowie geeignete Formate für ein gelungenes Event.

Der Engagierten Stadt Neuenhagen mangle es nicht an Ideen. Die IB Arche Neuenhagen habe zahlreiche Partnerinnen und Partner vor Ort. Sie strebe regelmäßige Netzwerktreffen in vierteljährlichem Turnus an, „zu denen alle kommen“. Eine Auftaktveranstaltung (ohne ein spezifisches Oberthema) habe es bereits gegeben. Diese wäre im Rückblick in Ordnung verlaufen, bedeute aber keinen Durchbruch beim Etablieren einer dynamischen Netzwerkstruktur. Deshalb bat Heike Schön die Teilnehmenden um Erfahrungsberichte und eine Diskussion darüber, wie man künftige Treffen optimieren und effektiver gestalten könne. Die Teilnehmenden hatten hierzu ein paar Ideen:

- Sinnvoll könne eine übergeordnete Ziel- bzw. Themensetzung für die Veranstaltung sein, um zu verhindern, dass der Austausch inhaltlich zu vage bleibe. Einige Teilnehmende merkten an, dass es nicht sinnvoll sei, eine gewisse Offenheit anzustreben und gleichzeitig zu hohe Erwartungen zu haben, insbesondere was das Ergebnis des Netzwerktreffens betreffe. Vielleicht komme nach einer Veranstaltung etwas ganz anderes heraus als vorher gedacht. Dies könne dann ein überraschendes, aber sehr produktives Ergebnis darstellen.
- Die Teilnehmenden waren sich schnell einig, dass eine gute Moderation unabdingbar für eine erfolgreiche Veranstaltung sei. Hier sollte möglichst externe Unterstützung ins Boot geholt werden; eine neutrale Person, die im besten Fall bereits Erfahrungen im ehrenamtlichen Bereich habe und von der Projektträgerin oder dem Projektträger gut gebrieft worden sei. Im Idealfall leite der Moderator mit einer guten Balance aus „hinführen und selber machen lassen“ durch die Veranstaltung und trete in Konfliktsituationen als Vermittler auf.
- Netzwerktreffen sollten grundsätzlich offen gehalten werden und ein Ort sein, an dem Akteure zusammengebracht würden, die sich sonst womöglich gar nicht begegnen würden. Am besten aktiviere man die Teilnehmenden, indem man sie mit ungewöhnlichen Aktionen überrasche, Highlights setze, zum Beispiel mit kulturellen Darbietungen, und verbindende Elemente mit einfließen ließe, die zum kreativen Austausch anregen.



Geeignete Veranstaltungsformate für Netzwerktreffen

Nachdem sich die Sessionsteilnehmenden über Erfolgsfaktoren einer gelungenen Veranstaltung ausgetauscht hatten, erörterten sie gemeinsam Veranstaltungsformate, die für Netzwerktreffen besonders geeignet sind und zum Dialog und Austausch zwischen den Akteurinnen und Akteuren anregen:

- **„Thementische“:** Hier gäbe es verschiedene Themen, die bereits vor oder zu Beginn der Veranstaltung festgelegt seien. Die Teilnehmenden teilten sich auf die verschiedenen Tische auf und arbeiteten gemeinsam an Lösungen. Sinnvoll sei es, einen Themenverantwortlichen festzulegen. Zudem gebe es eine Moderatorin oder einen Moderator, die oder der durch die Veranstaltung führten. Am Ende würden die Ergebnisse aus jedem Themenkomplex gesammelt und dem Plenum vorgestellt. Eine Teilnehmerin berichtete von einem Netzwerktreffen, das in dieser Form mit 170 Teilnehmenden erfolgreich durchgeführt worden sei. Es zeigte sich sogar, dass Teilnehmende einzelner Thementische sich auch nach der Veranstaltung trafen, um weiter an „ihrem“ Thema zu arbeiten.
- **„Marktplatz-Methode“:** Hierbei handele es sich um eine Methode, die für das Format Engagierte Stadt besonders spannend sei. Sie ermögliche es, niedrigschwellig und effektiv neue gesellschaftliche Kooperationen zwischen privaten, öffentlichen und gemeinnützigen Organisationen im lokalen Umfeld anzubahnen. Wie auf einem Markt trafen Angebot und Nachfrage aufeinander. Gemeinsame Projekte könnten hier vereinbart werden. Den Formen des Engagements seien dabei keine Grenzen gesetzt, nur der Einsatz von Geld sei tabu. Stattdessen würden Ressourcen und Kompetenzen für gemeinnützige Anliegen mobilisiert: Zeit und helfende Hände (Corporate Citizenship), Wissen und Kenntnisse, Hilfsmittel und Logistik, Gelegenheiten und Kontakte. Ein sogenannter *Marktplatz* könne regelmäßig in einer Stadt durchgeführt werden und sei offen für alle, funktioniere aber auch für spezielle Themen. Die Marktplatz-Methode sei zwar aufwendig und benötige eine vergleichsweise lange Vorbereitungszeit, sei dafür aber auch eine der wirkungsvollsten Methoden für den Einstieg in die Initiierung neuer sozialer Kooperationen von Unternehmen, Gemeinnützigen und Verwaltung in einer Region. Zur Erhöhung der Verbindlichkeit und Nachhaltigkeit sollten abgeschlossene Kooperationsprojekte eine Patin oder einen Paten bekommen, die als fester Ansprechpartnerin oder der als Ansprechpartner für beide Seiten fungiere und das Projekt über den gesamten Zeitraum begleite.

Wirkungsmessung und Monitoring – wie geht das?

Claudia Ringhoff, Kronach Creativ e.V.

Wenn man sich für etwas stark macht und viel Leidenschaft investiert, möchte man auch wissen, wie viel man erreicht hat – am besten schwarz auf weiß. Wie kann die Wirkungsmessung einer Engagierten Stadt aussehen? Darüber diskutierten die Teilnehmenden der Session.

Das Hauptziel von Claudia Ringhoff – Projektleiterin bei Kronach Kreativ e. V. – ist es, Kronach zu einer „Stadt des bürgerschaftlichen Engagements“ zu machen. Laut Ringhoff sei diesbezüglich bereits viel erreicht worden: Die Atmosphäre habe sich fühlbar geändert. Nun frage sich Ringhoff, wie man diese „gefühlten“ Ergebnisse sichtbar und messbar machen könne – für die eigene Evaluation, aber vor allem auch in Hinblick auf Förderinnen und Förderer, die gerne den konkreten Mehrwert ihrer Investitionen sehen würden.



Qualitativ vs. quantitativ und Sichtbarkeit der Ergebnisse nach außen

Die Teilnehmenden waren sich schnell einig, dass Wirkungsmessung, insbesondere, was soziale Aktivitäten angehe, oftmals schwierig sei. Zurückgreifen könne man beim Monitoring grundsätzlich auf zwei Messsysteme: qualitativ und quantitativ. Welches davon geeigneter für die Wirkungsmessung sei, darüber schieden sich die Geister. Ein Teilnehmer merkte an, dass vor allem Zweck und Adressat entscheidend für die Wahl der richtigen Methode seien, sprich: Wofür bzw. für wen werde die Wirkungsmessung überhaupt gemacht? Wen möchte ich damit überzeugen? Ein weiterer Teilnehmer schlug das Interview als qualitative Methode vor. Man solle möglichst „die Spinne im Netz finden“, das heißt, einen Netzwerker, der überall mitmische und mit diesem dann ein Interview darüber führen, was bereits erreicht worden sei. Am besten sei jemand geeignet, der einer breiteren Öffentlichkeit bekannt sei und sich als Testimonial in den Medien positiv über das Projekt äußern würde. Nach Ansicht der Teilnehmenden entfalte eine solche „Personalisierung der

Ergebnisse“ oft größere Wirkung als blanke Zahlen. Überhaupt waren sich die Teilnehmenden darüber einig, dass es von großer Bedeutung sei, die Ergebnisse nach außen hin sichtbar zu machen und sie in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Es solle vorzugsweise mit lokalen Medien kooperiert werden, die die Entwicklung des Projekts begleiten und möglichst regelmäßig darüber berichten würden.

Meilensteine setzen und messen in Maßen

Wichtig für eine effektive Wirkungsmessung sei nach Meinung der Teilnehmenden die Definition klarer Ziele, die auch messbar seien. Claudia Ringhoff hat für Kronau folgendes übergeordnetes Ziel definiert: „Jeder Bürger ist engagiert“. Auf die anderen Sessionsteilnehmenden wirkte dies eher wie eine Vision. Als Zielvorgabe hielten sie es nicht für geeignet, da es recht schwammig formuliert sei. Es stellte sich hier schnell die Definitionsfrage: Was genau bedeutet „engagiert“? Zählt dazu zum Beispiel jede und jeder, der für das Schulfest einen Kuchen backt? Die Teilnehmenden rieten dazu, eine eigene Wirkungslogik zu entwickeln und ein großes, übergeordnetes Ziel in mehrere kleinere, messbare Ziele zu unterteilen und sich dann zu überlegen, wie man diese am besten operationalisiere. Anschließend sollten dann Meilensteine gesetzt und Etappenziele festgelegt werden. Zusätzlich empfahl ein Teilnehmer, „bloß nicht zu viel zu messen“. Wenige, dafür aber aussagekräftige Zahlen seien sinnvoller als ein großes Zahlenwerk, das womöglich kaum jemand durchdränge.

Auswertung der Befragung zur Flüchtlingssituation in den „Engagierten Städten“ – Was nun?

Gerd Placke, Bertelsmann Stiftung

Was bedeutet der Zuzug von Flüchtlingen für die „Engagierten Städte“? Die Bertelsmann Stiftung wollte es genau wissen und befragte die Teilnehmenden am Programm. In der Session sollte geklärt werden, welche Konsequenzen sich aus der Umfrage für die „Engagierte Stadt“ ergeben.

Anfang November 2015 hat die Bertelsmann Stiftung eine Online-Befragung unter allen 50 Programm-Städten zur Flüchtlingssituation durchgeführt. Die Bewerbungen zur Teilnahme am Programm „Engagierte Stadt“ fanden zu einem Zeitpunkt statt, als die Zahl der Flüchtlinge noch geringer war. Ziel der Befragung sei es deshalb, die aktuelle Situation vor Ort zu erfassen und den Unterstützungsbedarf einzelner Städte und Gemeinden zu ermitteln, um ggf. Anpassungen im Programm vorzunehmen. Viele der Umfrageergebnisse seien aufgrund der rasanten Entwicklungen in den letzten Monaten schon wieder veraltet gewesen.



Die Stimmungslage in den Engagierten Städten – eine Momentaufnahme

Nachdem Gerd Placke den Hintergrund der Studie und die wichtigsten Umfrageergebnisse vorgestellt hatte, stellte er folgende Eingangsfrage an die Sessionsteilnehmenden: „Wie geht es Ihnen in der aktuellen Situation?“ Hier einige der Teilnehmenden-Stimmen:

- Eine Teilnehmerin war froh, dass es inzwischen viele Förderprogramme, -projekte und Helferkreise etc. im Bereich Flüchtlingshilfe gebe. Zum Teil liefе das zwar noch ein bisschen unkoordiniert, aber generell herrsche viel Engagementbereitschaft und es seien auch schon Lernkurven erkennbar.

- Eine Verschiebung des Fokus von Engagement sei durchaus erkennbar – auch im Vergleich zu dem Programm, mit dem man sich für die Engagierte Stadt beworben habe. Mittlerweile läge vielerorts das Hauptaugenmerk auf dem Engagement für Flüchtlinge, während das Engagement für andere soziale Themen und Zielgruppen zunehmend auf der Strecke bliebe.
- Die Gemeinde einer dritten Teilnehmerin habe sich vergleichsweise früh mit der Flüchtlingsthematik auseinandergesetzt, deshalb seien dort die Vernetzungs- und Koordinationsstrukturen schon ausgereifter als anderswo. Die Teilnehmerin zeigte sich jedoch frustriert, dass verschiedene politische Entscheidungen ehrenamtliches Engagement mitunter erschweren bzw. zunichte machen würden. Man könne sich auf nichts verlassen, weil sich die Rahmenbedingungen ständig änderten.
- Weitere Teilnehmende schätzten die Situation ähnlich ein, was die Rolle der Politik bzw. Verwaltung betrifft. Auch sie fanden, dass politische Entscheidungen oftmals ein langfristiges und damit effektives Engagement erschwerten. Darüber hinaus hatten einige das Gefühl, dass vonseiten der Verwaltung inzwischen eine Gegenbewegung einsetze: „Aufgrund der neuen Situation war die Verwaltung kurzzeitig für vieles offen, aber jetzt habe ich das Gefühl, dass die Tür schon wieder zugeht und ein Rückfall in alte Strukturen stattfindet.“
- Viele machten sich Sorgen, wie es weitergehen solle. Sie hätten nicht das Gefühl, dass die aktuelle „Engagementstruktur“ besonders nachhaltig aufgebaut sei. Hier würden sie sich langfristige Ansätze auch seitens der Politik wünschen.

Chancen und Handlungsbedarf

Neben den Teilnehmenden, die die Situation eher skeptisch einschätzten, gab es auch einige, die sie vielmehr als Chance sahen. Sie meinten, dass die aktuell hohe Engagementbereitschaft und das Erhöhen der Etats jetzt optimal genutzt, der momentane Schwung mitgenommen und später dann auch auf andere Engagementformen übertragen werden müsse. Die aktuelle Lage und das vielerorts entstandene Gemeinschaftsgefühl könne ihrer Ansicht nach die Initialzündung für eine größere soziale Bewegung sein. Sollte dies gelingen, sei es auch denkbar, dass sich eine dauerhafte, nachhaltige Engagementstruktur etabliere.

Gerd Placke wollte deshalb zum Ende der Session von den Teilnehmenden wissen: „Unabhängig vom Setting des Programms, was brauchen Sie an Unterstützung, damit eine soziale Bewegung bzw. kontinuierliches Engagement möglich ist?“ Er erhielt folgende Antworten:

- Bedarf an Methoden: Wie kann man mit den „neuen Freiwilligen“ in Dialog treten? Wie schafft man Räume und Partizipationsstrukturen?
- themenbezogene Netzwerktreffen
- Wie erreicht man eine nachhaltige Finanzierung?
- stärkerer Wissenstransfer im Netzwerk Engagierte Stadt (Aufbau einer eigenen Plattform)
- Gestaltung von Beratung vor Ort

Wie bringt man unterschiedliche Träger zusammen?

Bianca Fliß, Engagierte Stadt Sondershausen

Eine wesentliche Arbeit der Engagierten Städte ist es, Akteure zusammenzubringen. Dies stellt sich jedoch oftmals als schwerer heraus, als es sich anhört. Gerade bei dominanten Persönlichkeiten oder großen persönlichen Unterschieden kann sich eine Kooperation schwierig gestalten. Wie lässt sich sinnvoll gegensteuern?



In ihrer Session wollte Bianca Fliß wissen, wie man unterschiedliche Trägerinnen und Träger zusammenbringen und man Sperrung entgegen der Netzwerkarbeit begegnen können. Die Teilnehmenden brachten ihre Ideen ein:

- Die unterschiedlichen Trägerinnen und Träger zusammen an einen Tisch setzen und gemeinsam überlegen, wie man kooperieren könne.
- Für unterschiedliche Trägerinnen und Träger unterschiedliche Ansprachen verwenden. Sprechen Sie die Organisation in der passenden Sprache an und bleiben Sie dabei authentisch.
- Schaffen Sie einen Mehrwert! Versuchen Sie immer, den Gewinn des Netzwerks herauszuarbeiten und versetzen Sie sich in die Lage des Gegenübers. Machen Sie deutlich, worin der konkrete Output der investierten Fördergelder aussieht.
- Lassen Sie Ihre Treffen von neutralen Personen moderieren. Es kann sinnvoll sein, eine neutrale Person als Moderator mit in den Gesprächsrunden zu haben, der diese leitet. Orientieren Sie sich an Tagesordnungen und versuchen Sie, verbindliche Einigungen zu treffen.
- Öffentliche Einladung zu Veranstaltungen wie einem Markt der Möglichkeiten über die lokale Presse.

Neue Netzwerke – Erarbeiten von Metaphern, Analogien und Bildern

Anne-Rose Sieland, Engagierte Stadt Ahrensburg, und Claudia Ringhoff, Engagierte Stadt Kronach

Gerade in der Netzwerkarbeit ist es schwer, das eigene Engagement in Worte zu fassen und sein Tun nach außen zu kommunizieren. Die richtigen Worte oder besser noch die richtigen Bilder dafür zu entwickeln, stellt sich oft als große Herausforderung heraus.

Teilnehmende am Programm Engagierte Stadt kennen die Situation wahrscheinlich: Man lernt jemanden kennen und soll ihm oder ihr vorstellen, was eigentlich genau die Engagierte Stadt ist und wie die konkrete Arbeit vor Ort aussieht. Anders als bei einem Engagement, das ein gesellschaftliches Problem direkt mit einem konkreten Projekt angeht, ist die Netzwerkarbeit im Sinne einer übergeordneten Tätigkeit sichtlich komplizierter zu beschreiben. Das weiß auch Anne-Rose Sieland von der Engagierten Stadt Ahrensburg. Sie suchte daher in ihrer Session nach Bildern und Metaphern, die es erleichtern würden, die Arbeit ihrer Engagierten Stadt zu erklären. Dass sie mit dieser Problematik nicht alleine steht, bestätigten viele der Sessionsteilnehmenden.

In einem Brainstorming wurden im Laufe der Session zwei Metaphern gefunden, die Verwendung finden könnten: ein Stellwerk und eine Apothekerin. Gerade die Apothekerin, die in ihrem Apothekerschrank die richtigen Lösungen für gesellschaftliche „Erkrankungen“ finden könne, hatte es der Referentin angetan.



Neben diesen konkreten Metaphern wurden aber auch unterschiedliche Methoden, wie man ein Bild der eigenen Tätigkeit erzeugen kann, während des Brainstormings genannt:

- Ein graphic recording des letzten Treffens habe ein paar passende Bilder zur Netzwerkarbeit hinzugesteuert
- Beim Entwickeln einer Metapher die Bürgerinnen und Bürger mit ins Boot holen. An Infoabenden könne man abfragen, wie sie sich die Stadt vorstellen und was sie gerne hätten.

- Das Erreichen der Ziele emotionalisieren: In Visionen denken! Wie könnte die Stadt 2025 aussehen?

Neben diesen Versuchen, die Tätigkeiten der Engagierten Städte in greifbare Bilder zu fassen, wurde darauf aufmerksam gemacht, dass bei der Ansprache verschiedene Dinge zu beachten seien. So sei z.B. darauf zu achten, dass verschiedene Zielgruppen auch unterschiedlich angesprochen würden. Eine einzelne Metapher reiche nicht aus. Es gehe darum, schöne Geschichten zu erzählen, um das Engagement greifbar zu machen. So solle man bei der Ansprache von Wirtschaft, Politik oder Zivilgesellschaft unterschiedliche Sprachen verwenden.

Ein Teilnehmer merkte am Ende der Diskussion an, dass nicht nur die verbale Kommunikation, sondern auch die nonverbale Kommunikation für die Ansprache der Zielgruppen von großer Bedeutung sei – gerade beim Gewinnen neuer Ehrenamtlicher. Jeder solle versuchen, spannende und gerne auch lustige Aktionen durchzuführen, um die Arbeit vorzustellen und auf sich aufmerksam zu machen.

Das Entwickeln von Metaphern oder auch der konkreten Kommunikationsmaterialien, bewältige nicht jede Engagierte Stadt in Eigenregie. Wer Unterstützung brauche, könne sich an verschiedene Organisationen wenden, die sich der Qualifizierung im bürgerschaftlichen Engagement widmen:

- Seniortrainer
- Webinare der Engagierten Stadt
- BBE
- Proboneo

Habe man dann die richtigen Bilder, Metaphern und Analogien für die eigene Netzwerkarbeit gefunden und seine Pressematerialien erstellt, könne man sich der eigentlichen Arbeit widmen. Eine weitere Stoßrichtung der Teilnehmerdiskussion war die Frage, wie man neues bürgerschaftliches Engagement in einer Engagierten Stadt fördern könne und wie man die Menschen am besten erreiche.

Aus den Erfahrungsberichten der Teilnehmenden haben sich drei klassische Methoden zur Gewinnung bürgerschaftlichen Engagements herauskristallisiert:

- Kampagnenarbeit: Hier gerade die Arbeit mit großen Flächen und Hauswurfsendungen
- Freiwilligentag: Nach dem Motto „Jeden Tag eine gute Tat!“ würden Bürgerinnen und Bürger direkt angesprochen und neues Engagement könne niedrigschwellig erreicht werden
- Innovationswettbewerbe, wie der der Bagfa

Das Platzhirsch-Problem

Jens Jähne, Engagierte Stadt Elmshorn

Das Platzhirschproblem entsteht dann, wenn ein neuer Akteur in die lokale Engagement-Landschaft eindringt. Er wird konfrontiert mit den etablierten Playern – von der Verwaltung bis zum Wohlfahrtsverband – und muss auf deren Angst vor dem Verlust des Reviers reagieren. Wie – das war Thema der Session.

Nach einer kurzen Vorstellung der Tätigkeit der Engagierte Stadt Elmshorn bzw. des Freundeskreis Knechtsche Hallen Keimzelle Kranhaus e.V. erklärte Jens Jähne das Grundproblem, mit dem der Verein immer wieder zu kämpfen habe: das Platzhirschproblem. Dieses werde immer dann sichtbar, wenn sich jemand durch die Aktivitäten der Engagierten Stadt angegriffen fühle. Dabei handele es sich nicht nur um Politik und Verwaltung, sondern auch um Akteure der Zivilgesellschaft. In ihrer Session interessierten sich die Elmshorner für die Erfahrungen anderer Engagierter Städte – und vor allem auch für Lösungsideen. Dabei stellte sich heraus, dass der Umgang mit sogenannten Platzhirschen von Stadt zu Stadt sehr unterschiedlich ist.



Im Folgenden werden die Vorschläge im Umgang mit dem Platzhirschproblem vorgestellt:

- Ausfindig machen, wer für welche Aufgaben zuständig ist und sich mit den Akteuren an einen Tisch setzen! Suchen Sie sich einen neutralen Ort, an dem Sie sich zusammensetzen können, und versuchen Sie, gemeinsam Wege für eine Kooperation zu finden. Wichtig ist, dass bei den Treffen auch die entscheidenden Funktionsträgerinnen und -träger, wie die Oberbürgermeisterin oder der Oberbürgermeister der Stadt, anwesend sind, die die nötige Autorität mitbringen, um die Dinge in die Wege zu leiten.
- Bottom up, statt top down. Anders als die Verwaltung kann man als Grassroot-Organisation sehr schnell Wirkung entfalten und dort ansetzen, wo Hilfe benötigt wird. In offenen

Bürgertreffs können solche Themen diskutiert werden und so die Bürgerinnen und Bürger mit an Bord geholt werden. Es ist eine Win-Win-Situation für die Engagierte Stadt und die Verwaltung.

- Seien Sie die Eule, nicht der Hirsch! Mit diesem Bild wurde die Problematik anschaulich dargestellt. Ein Hirsch, der auf der Lichtung steht, fühlt sich nicht durch eine Eule gestört, die ihre Kreise zieht. Befindet sich jedoch ein zweiter Hirsch auf der Lichtung, wird er anfangen, diesen zu vertreiben. Versuchen Sie also nicht, das besser zu machen, was die Verwaltung oder die Politik schon macht, sondern machen Sie das, was die Zivilgesellschaft machen kann und machen Sie es gut. Das baut Vertrauen auf und wird auf lange Sicht das Platzhirschproblem entschärfen.
- Lassen Sie sich Zeit und bauen Sie langfristige Partnerschaften auf! Gehen Sie langsam vor. Suchen Sie sich die Nischen, die Sie besetzen können und zeigen Sie, dass Sie die Aufgaben umsetzen können.

Das Barcamp Engagierte Stadt ist eine Veranstaltung des Programms



Unterstützt von



Alle Fotos: Körber-Stiftung/Claudia Höhne, Hamburg