



## Gemeinsam wirken

*Der Newsletter "Gemeinsam wirken" ist Teil des Projektes "Gemeinsam wirken: Initiative zur Förderung von Kooperationen und Netzwerken für das Gemeinwohl"*

### Inhalt

Initiative Gemeinsam wirken	2
Vorgestellt	4
Netzwerke	11
Hinweise	16
Wettbewerbe & Förderung	17
Veranstaltungen	18
Veröffentlichungen	19
Impressum	21

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Sommerferien sind für viele Schülerinnen und Schüler der Abschlussklassen ein wichtiger Schnitt in ihrem Leben: Die Schulzeit ist endgültig vorbei, das Berufsleben startet. Bekanntlich gelingt nicht allen Jugendlichen dieser Schritt. Fast ein Viertel der unter 25-Jährigen ist ohne Arbeits- oder Ausbildungsplatz. Wie Unternehmen mit ihrer spezifischen Kompetenz, dem Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ihrem Netzwerk hier unterstützend tätig sein kann stellen wir Ihnen in diesem Newsletter vor.

Rückblickend auf die im Rahmen der Initiative „Gemeinsam wirken“ veranstaltete Komponententagung zu sektorübergreifenden Netzwerken und Kooperationen im Mai 2012 präsentieren wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse und Erkenntnisse. Der eintägige Austausch wurde von allen Teilnehmenden als so anregend erlebt, dass eine Fortsetzung geplant ist. Eingeladen sind Vertreter/-innen der kommunalen Verwaltung, die sich dem Thema Bürgerengagement mit dem Fokus auf gemeinnütziges Unternehmensengagement widmen oder widmen wollen. Wenn Sie Inte-

#### **Ihr Spende und Ihr Engagement sind willkommen!**

Die Initiative „Gemeinsam wirken“ wird nur in der Anfangsphase vom Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW gefördert. Wir wollen sie jedoch auf jeden Fall längerfristig fortsetzen – auch mit dem vierteljährlichen Newsletter. Hierbei können Sie uns helfen: mit Ihrer Geldspende oder durch ehrenamtliche Mitwirkung – also Ihrer Zeit- und Kompetenzspende. Sprechen Sie uns an (Kontakt s. Impressum) oder überweisen Sie uns Ihren Beitrag zum „Gemeinsamen Wirken“ auf unser Spendenkonto bei der Bank für Sozialwirtschaft (BLZ 370 205 00) Konto 1109800 bzw. online:

[www.3win-institut.de/mitwirken/spenden](http://www.3win-institut.de/mitwirken/spenden)

3WIN e.V. ist gemeinnützig und wird Ihnen jeweils zeitnah eine steuerabzugsfähige Spendenbescheinigung zusenden.



resse an einer Teilnahme haben, melden Sie sich bitte bei Dieter Schöffmann (E-Mail: info@3win-institut.de, Tel. 0221/42 06 07 34).

Unter „Vorgestellt“ stellen wir Ihnen Vertreter/-innen aus Kommunen, Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen vor, die über ihre Erfahrungen mit neuen sozialen Partnerschaften und intersektorale Partnerschaften informieren. In dieser Ausgabe Susanne Kunert von der Kommunalstelle FABE, Stadt Köln und Siegmund Schridde von der Stabsstelle Bürgerengagement, Stadt Rheine, Einblick in ihre Erfahrungen bei der Etablierung des Themas Bürgerengagement in der Verwaltung. Über die Entwicklung des „Marktplatz Gute Geschäfte“ in Bielefeld berichtet Dr. Rolf Engels.

Unser nächster Newsletter erscheint Ende September. Als einen Schwerpunkt werden wir lokale Kooperationen und Netzwerke von Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen und der Öffentlichen Hand in ländlichen Gebieten vorstellen.

Sollten Sie hierzu oder auch weitere im Sinne des „Gemeinsam wirken“ interessante Nachrichten haben, nehmen wir diese gerne auf. Redaktionsschluss ist der 31. August 2012.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und eine schöne Sommerszeit!

Ihr Redaktionsteam

## Initiative Gemeinsam wirken

### Erstmalig in NRW: Kommuentagung zu sektorübergreifenden Netzwerken und Kooperationen

*20 Teilnehmer/-innen, davon 15 Vertreter/-innen von zehn Kommunen trafen sich zum Erfahrungsaustausch. Austausch soll fortgesetzt werden*



Wie können Kommunen Bürgerengagement und speziell Unternehmensengagement fördern? Welche mono- und mehrsektoralen Netzwerke und Kooperationen gibt es? Was sind ihre Erfolgsfaktoren? Wo unterscheiden, wo ähneln sich die Herausforderungen und Chancen von Groß-, Kleinstädten und Landkreisen?

Unter diesen Leitfragen lud 3WIN e.V. Institut für Bürgergesellschaft Vertreterinnen und Vertreter von Kommunen am 15. Mai 2012 zu einem eintägigen Erfahrungsaustausch nach Köln ein. Die Veranstaltung fand statt im Rahmen der Initiative „Gemeinsam wirken“. Diese durch das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Sport und Kultur des Landes Nord-rhein-

Westfalen geförderte Initiative unterstützt den Auf- und Ausbau von sektorübergreifenden Kooperationen und Netzwerken für das Gemeinwohl.

Vordringlichste Themen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren die Schwierigkeiten, verwaltungsintern und ressortübergreifend das Thema „Bürgerschaftliches Engagement“ zu etablieren; die fehlenden kommunalen Mittel; die hohe Be-



deutung von unabhängigen Mittlerstrukturen und der Bedarf nach einer Wirkungsmessung von bürgerschaftlichem Engagement.



Im Vergleich der vertretenen Kommunen und Landkreise zeigte sich, dass es nicht den einen Weg gibt zur erfolgreichen Anregung und Förderung von Bürgerengagement. Insbesondere die Landkreise haben aufgrund der regionalen Ausbreitung mit unabhängigen Verwaltungsstrukturen spezielle Herausforderungen. Voraussetzung in allen Kommunen war aber das Wirken einer treibenden Kraft, die Engagement immer wieder auf

die Tagesordnung setzt, Netzwerke erschließt und Mitstreiter gewinnt. Wichtige Merkmale dieser Person: Geduld, Anerkennung schon bestehender Strukturen und Aufmerksamkeit bezüglich der langfristigen Auswirkungen von einzelnen Fördermaßnahmen.

Immer wieder wurde in der Diskussion betont, dass Bürgerengagement höchst unterschiedlich definiert wird. Je nach Blickwinkel steht das emotional anrührende und medial gerne zitierte soziale Engagement im Vordergrund oder der mündige Bürger, der durch sein Engagement aktiv die Gemeinschaft mitgestaltet. Abhängig davon ist oft auch der kommunale Blick. Hier geht die Spannbreite von Stelleneinsparung über Schönwetterengagement bis zum Verständnis der langfristigen Investition ins Gemeinwesen. Vor diesem Hintergrund ist in der Verwaltung und Kommunalpolitik eine Veränderung der Perspektive und engagementförderlicher Haltung erforderlich, die z.B. durch verpflichtende Fortbildungen zum Thema Bürgerengagement für kommunale Führungskräfte erreicht werden könnte.

Schon zu Beginn begrüßten einzelne Teilnehmer die gebotene Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch. Und schließlich wurde der Wunsch geäußert, den hiermit begonnenen praxisorientierten Austausch fortzusetzen - etwa in Runden nur mit großen Großstädten oder nur mit Landkreisen. 3WIN wie auch das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW haben ihrerseits die grundsätzliche Bereitschaft bekundet, zu einer Fortsetzung des Dialogs in geeigneter Weise beizutragen.

Sie haben Interesse an einer Teilnahme? Informationen zum nächsten Treffen:

3WIN e.V. - Institut für Bürgergesellschaft  
Dieter Schöffmann, Vorsitzender  
Telefon: 0221/42 06 07 34  
Johannisstr. 79  
50668 Köln  
info@3win-institut.de

## Hemmnisse und Lösungen für die Kölner Stadtentwicklung

### *Ergebnisse einer qualitativen Untersuchung liegen vor*

Im Mai und Juni 2012 wurde ein Kooperationsprojekt zur Stadtentwicklung Kölns mit den Partnern 3WIN und Studierenden der Universität zu Köln durchgeführt. Ziel der Untersuchung war, durch Interviews mit verschiedenen Expert/-innen Hindernisse und Schwierigkeiten in der Stadtentwicklung zu identifizieren und Lösungsansätze zu entwickeln. Insgesamt wurden 16 Experten befragt, die u.a. aus den Bereichen der Stadtverwaltung, der Politik, den Medien, der Wirtschaft, privaten Initiativen sowie gemeinnützigen Organisationen stammen.

Drei Hauptprobleme wurden in den Expertengesprächen identifiziert:

1. Mangelnde finanzielle Ausstattung
2. Probleme der konkreten Stadtentwicklung
3. Bildung und Bildungsangebot



Als ein Schlüssel für eine gemeinsame Lösung sahen die Befragten eine Durchmischung der Stadtgesellschaft auf mehreren Ebenen.

Indem die Kommunikations- und Berührungspunkte zwischen unterschiedlichen Milieus ausgebaut werden, wird der Zusammenhalt der Bürgergesellschaft gestärkt. Zudem wird durch das Zusammenbringen verschiedener Akteure der Stadtentwicklung und die Entschlossenheit, Probleme gemeinsam anzugehen, ein bisher ungenutztes Potential erschlossen.

Auf Ebene der Stadtgesellschaft lässt sich eine Durchmischung über die Maßnahme des sozialen Wohnungsbaus steuern und über Kommunikation und tatsächliche Begegnung gestalten.

Dafür sind entsprechende Orte notwendig und es muss sich ein Inklusionsdenken in Verwaltung und Politik durchsetzen, das Personengruppen nicht länger als isoliert zu behandelnde Klientel betrachtet, sondern - gerade in Anbetracht der Vielfalt Kölns - die Bürgergesellschaft als Ganzes wahrnimmt.

Konkret wird es auch darum gehen, Community Organizing in den Stadtteilen zu fördern und auf diese Weise die Selbstermächtigung der Bürger zu begünstigen.

Auf Ebene der Stadt(-verwaltung und -politik) benötigt es ein klares Bekenntnis zu Bürgerteilnahme und -beteiligung. Nur wenn die Bürger mit ihren Beiträgen ernstgenommen werden, kann die Zusammenarbeit zwischen Stadt und Bürgern zusätzlichen Gewinn für die Stadtentwicklung fördern. Auch Wirtschaftsunternehmen sind einzubeziehen. Alleine schon aufgrund ihrer wirtschaftlichen Interessen können Unternehmen einen wichtigen Beitrag, insbesondere im Bereich der (Aus-)Bildung, leisten. Im Gegenzug erhalten die Unternehmen die Möglichkeit, über Förder- und Weiterbildungsmaßnahmen dem Fachkräftemangel selbstständig entgegenzuwirken.

Ermöglicht wurde die Studie durch das „Power Your Life“-Programm des Professional Center der Universität zu Köln, das unter dem Motto „Wissenschaft trifft Wirtschaft“ Studierenden reale Projektaufträge aus Unternehmen und Institutionen vermittelt. Die Studierenden werden dabei jeweils von Mentoren aus den Unternehmen usw. begleitet.

Durchgeführt wurde die Untersuchung von Thomas Ebel, Student der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät und Wiebke Köker, Studentin am Geographischen Institut.

Die Studienergebnisse werden nach der Sommerpause den Studienteilnehmern sowie weiteren Akteuren aus Köln im Rahmen einer Werkstattveranstaltung präsentiert werden. Gemeinsam mit allen Beteiligten sollen dann praktische Schlussfolgerungen gezogen werden. Im Anschluss daran wird die Studie mitsamt den Werkstattsergebnissen veröffentlicht werden.



Dieter Schöffmann (links) bedankt sich bei Thomas Ebel und Wiebke Köker mit einem Zertifikat für ihren Einsatz.

## Vorgestellt

„Unsere Stadtgesellschaft kann nur funktionieren, wenn Bürgerinnen und Bürger sich weiterhin bürgerschaftlich engagieren“

*Interview mit Susanne Kunert, Kommunalstelle FABE, Stadt Köln*



In Köln wurde 2001 die „Kommunalstelle zur Förderung und Anerkennung Bürgerschaftlichen Engagements“, kurz FABE, unmittelbar im Amt des Oberbürgermeisters eingerichtet. FABE setzt sich für die öffentliche Anerkennung des Ehrenamtes, z.B. über den jährlichen Ehrenamtspreis „KölnEngagiert“, und



eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für ehrenamtlich tätige Menschen ein, u.a. über die Geschäftsführung des Kölner Netzwerk Bürgerengagement. Die Kommunalstelle FABE verfügt über zwei Personalstellen und wird seit August 2004 von Susanne Kunert geleitet.

Frau Kunert, Köln ist eine der wenigen Kommunen, die sich eine Kommunalstelle für die Förderung und Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements leistet. Wie kam es dazu?

*Der ehemalige Oberbürgermeister der Stadt Köln, Fritz Schramma, hat die Förderung und Anerkennung von bürgerschaftlichem Engagement zu einem seiner Schwerpunktthemen ernannt. Im Jahr 2000 beauftragte er drei Fachreferenten, den Kölner Ehrenamtstag und den Ehrenamtspreis „KölnEngagiert“ zu organisieren und durchzuführen. Nach dieser Pilotphase brachte der ehemalige Oberbürgermeister die Idee einer zentralen Anlauf- bzw. Vermittlungsstelle in den Kölner Rat. Dort wurde am 14. Dezember 2000 beschlossen, eine Kommunalstelle zur Förderung und Anerkennung bürgerschaftlichen Engagements zu gründen. Diese sollte im Amt des Oberbürgermeisters angegliedert sein. So entstand zum 1. Januar 2001 die Kommunalstelle FABE.*

Wie schaffen Sie es, das Thema Bürgerschaftliches Engagement als Querschnittsaufgabe in der Stadtverwaltung zu implementieren?

*Hier werden bei der Stadt Köln seit 2002 verschiedene Wege genutzt. Im Dezember 2002 wurde ein von der Stadtverwaltung entwickeltes Konzept zur Förderung des Bürgerengagements vom Rat der Stadt Köln verabschiedet. Dieses Konzept wurde den Dezernaten und Amtsleitern über verschiedene Informationskanäle bekannt gegeben, z.B. bei Informationsveranstaltung für alle Amtsleiter.*

*Ein Schwerpunkt dieses Konzeptes ist die Förderung des Engagements der eigenen Mitarbeitenden. So wurde den städtischen Mitarbeitenden bereits 2003 erstmals die Möglichkeit gegeben, sich in gemeinnützigen Projekten zu engagieren. Seit Ende 2004 werden alle städtischen Beschäftigten unter dem Titel „StadtAktiv“ für einen Tag im Jahr für die Umsetzung dieser Projekte freigestellt.*

*Auch viele städtische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wollen nach ihrer Pensionierung für Köln und seine Menschen aktiv sein. Dies wird bei der Stadt Köln seit 2006 mit der Initiative „Ehrenamt im Ruhestand“ gefördert. Hier erhalten alle städtischen Beschäftigten zur Verabschiedung aus dem Berufsleben einen persönlichen Brief des Oberbürgermeisters, in dem dieser auf die Möglichkeiten bürgerschaftlichen Engagements in der nachberuflichen Phase hinweist. Darüber hinaus werden sie zu einer Info-Veranstaltung ins Rathaus eingeladen.*

*Neu ist seit 2010 das sogenannte Sozialpraktikum für die Auszubildenden des nichttechnischen Dienstes der Stadt Köln. Um schon frühzeitig für das Gemeinwohl und Engagement zu sensibilisieren, werden die Auszubildenden für eine Woche freigestellt.*

*Die Aufrufe zur Beteiligung an StadtAktiv-Projekten erfolgen über das städtische Intranet, so dass das Thema regelmäßig präsent ist. Außerdem berichtet das StadtIntern-Journal sehr ausführlich und regelmäßig über das Engagement der Mitarbeitenden.*

*Kölnerinnen und Kölner haben mit Verantwortlichen aus Politik, Verwaltung, Institutionen und Verbänden ein Leitbild für Köln im Jahr 2020 entworfen. Die Förderung und Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements floss als Querschnittsthema in die Leitbilddiskussion ein.*

*Außerdem sind auch viele Engagierte bei der Stadt Köln selbst aktiv, so arbeiten z.B. in den Kölner Museen ca. 400 Menschen ehrenamtlich. Auch für die bei der Stadt Köln ehrenamtlich Beschäftigten ist die Kommunalstelle FABE Ansprechpartner für alle Fragen rund um das Thema Ehrenamt. Wichtig ist hierbei auch die Anerkennung der Arbeit, so werden für diese Personengruppen regelmäßige Empfänge des Oberbürgermeisters im*





*Rathaus ausgerichtet. Auch diese Aktivitäten tragen dazu bei, das Thema weiter in die Verwaltung zu transportieren.*

*Ein weiterer Weg, das Thema Bürgerschaftliches Engagement als Querschnittsaufgabe in der Verwaltung voran zu bringen, ist die Implementierung der „Leitlinien zum Bürgerschaftlichen Engagement“. Die Leitlinien wurden 2006/07 in einer Arbeitsgruppe des Kölner Netzwerks Bürgerengagement erarbeitet, in einem Konsultationsprozess mit ca. hundert Einrichtungen in Workshops diskutiert und am 24. April 2008 vom Kölner Rat verabschiedet. Die Leitlinien beinhalten auch eine Selbstverpflichtung der Stadt Köln, diese vorbildlich umzusetzen.*

*Wer sich in Köln freiwillig engagiert, hat nun die Möglichkeit, Einrichtungen bzw. Initiativen an der Umsetzung der Leitlinien zu messen. Für Organisationen bedeutet dies, dass sie sich mit den Ansprüchen der Engagierten an ein freiwilliges Engagement auseinandersetzen müssen.*

*Mit der Implementierung der Leitlinien innerhalb der einzelnen Dienststellen, in denen Freiwillige tätig sind wie beispielsweise in den städtischen Kindertagesstätten, Museen etc., verfährt die Kommunalstelle FABE zurzeit dergestalt, dass nacheinander deren spezielle Situation besprochen und, falls gewünscht, ein adäquates Fortbildungsangebot für das hauptamtliche Personal bereit gestellt wird.*

Im Jahr 2005 wurde das Kölner Netzwerk Bürgerengagement gegründet, ein freiwilliger Zusammenschluss von Personen und Organisationen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen, politischen und kommunalen Bereichen. In unterschiedlichen Arbeitsgruppen werden Themen wie Bürgerengagement und Schule, Erwerbslosigkeit oder Migration bearbeitet. Welche Funktion übernimmt die Kommune bei diesem Netzwerk?

*Der Oberbürgermeister und die Kommunalstelle FABE haben maßgeblich bereits zur Gründung des Kölner Netzwerks Bürgerengagement beigetragen.*

*Die hauptamtliche Geschäftsführung, die in der Kommunalstelle FABE im Amt des Oberbürgermeisters angesiedelt ist, gibt der Arbeit des Kölner Netzwerks Bürgerengagement Kontinuität. U. a. verwaltet die Geschäftsführung das Netzwerk-Budget, lädt zu den Sitzungen der Steuerungsgruppe ein, hält die Umsetzung der Aufgaben im Blick, bezieht Dienststellen der Stadtverwaltung ein, wenn Zuständigkeit angezeigt ist.*

*Bei der Einrichtung von Arbeitsgruppen im Kölner Netzwerk Bürgerengagement wird darauf geachtet, dass thematisch betroffene Ämter in die Arbeit einbezogen werden, um die behandelten Themen in die Verwaltung zu tragen.*

Was waren oder sind für Sie als Kommune die größten Herausforderungen bei der Moderation und Förderung des bürgerschaftlichen Engagements?

*Unsere Stadtgesellschaft kann nur funktionieren und auch den anstehenden demografischen Wandel bewältigen, wenn Bürgerinnen und Bürger sich weiterhin für ihre Stadt und die Menschen bürgerschaftlich engagieren. Die Förderung des Bürgerengagements kann durch weitere finanzielle und personelle Ressourcen ausgebaut werden.*

Was wünschen Sie sich, um als Kommune weiterhin Bürgerschaftliches Engagement fördern zu können?

*Die weitere Unterstützung durch Stadtspitze und Politik, um unsere erfolgreiche Arbeit fortsetzen zu können.*

Frau Kunert, wir danken Ihnen für das Interview!

Kontakt:

Stadt Köln - Kommunalstelle FABE  
Susanne Kunert



Tel.: 0221/221-23190  
Fax: 0221/221-26581  
susanne.kunert@stadt-koeln.de  
www.stadt-koeln.de

## „In Möglichkeiten denken – und weniger in Schwierigkeiten.“ Interview Siegmар Schridde, Stabsstelle Bürgerengagement, Stadt Rheine



Die Stabsstelle Bürgerengagement wurde 2005 ins Leben gerufen. Sie vermittelt zwischen Engagementinteressierten und gemeinnützigen Organisationen, unterstützt den Austausch zwischen gemeinnützigen Organisationen, hilft bei der Entwicklung ehrenamtlicher Projekte und qualifiziert freiwillig Tätige.

Siegmар Schridde ist seit ihrer Gründung mit einer halben Stelle für die Stabsstelle Bürgerengagement tätig.

Herr Schridde, die Stadt Rheine hat zur Besetzung der Stabsstelle Bürgerengagement seinerzeit zu einem Ideenwettbewerb für deren Aufgaben und Bedingungen eingeladen. Welche Vorschläge wurden eingereicht, welche von der Jury ausgewählt?

*Beim damaligen internen Besetzungsverfahren dieser Stelle hatten sich die Kandidatinnen und Kandidaten einem Wettbewerb zu stellen, welcher durch ein externes Beratungsbüro begleitet wurde. Die Aufgabe bestand darin, ein Konzept zur Ausgestaltung der Stelle zu entwickeln. Eine weitere Besonderheit war, dass Repräsentanten aus der Bürgerschaft bei der Personalauswahl mitentscheiden konnten. Die Jury ist damals zu der Votierung gekommen, die Stelle jeweils zur Hälfte mit einem Bewerber bzw. einer Bewerberin zu besetzen. Zusammen mit meiner Kollegin Wiebke Gehrke wurden in den ersten zwei Jahren Impulsprojekte initiiert und die Unterstützungsbedarfe aus der Bürgerschaft ermittelt.*

*Die Einrichtung einer Freiwilligenbörse, die Durchführung eines Stadtteilwettbewerbs und die Veröffentlichung einer Dokumentation zum bürgerschaftlichen Engagement in Rheine waren zum Beispiel Ideen aus dem Wettbewerb, die in der Startphase dann auch realisiert wurden.*

Empfehlen Sie anderen Kommunen dieses Vorgehen?

*Ich glaube, es ist mittlerweile unstrittig, dass es einer Anlaufstelle im Rathaus bedarf, um die Unterstützung des örtlichen bürgerschaftlichen Engagements als Querschnittsaufgabe in der Verwaltung und als ressortübergreifendes Politikfeld zu etablieren. Die Ausgestaltung dieser Stelle richtet sich allerdings immer nach den örtlichen Gegebenheiten. So gab es beispielsweise in Rheine noch keine Freiwilligenbörse. Die logische Konsequenz war es, diese aufzubauen. In einer Nachbarkommune, die ebenfalls eine Stabsstelle einrichtete, war dies nicht erforderlich, da dort bereits eine ehrenamtlich geführte Agentur existiert.*

*Die Durchführung eines kreativen Auswahlverfahrens zur Stellenbesetzung und /oder die Beteiligung der gemeinwohlorientierten lokalen Akteure bei der inhaltlichen Ausrichtung dieser Stellen kann ich durchaus empfehlen.*



Wenn Sie zurückblicken auf die letzten fast sieben Jahre - wie hat sich die Stelle etabliert?  
Was haben Sie erreicht?

*Zum Start vor sieben Jahren gab es in Teilen der Bürgerschaft eine gewisse Skepsis, weil man - verständlicherweise - noch nicht erkennen konnte, ob die Schaffung einer derartigen Stelle auch wirklich einen Nutzen bringen würde. Insbesondere durch das erste Impulsprojekt, die Freiwilligenbörse, konnten aber der Service praktisch dargestellt und somit Vertrauen aufgebaut werden. Die Stelle hat sich mittlerweile als trägerunabhängiges Kontakt-, Beratungs- und Förderbüro etabliert und ist politik- und fachübergreifend anerkannt. Gemeinsam mit den Serviceangeboten der unterschiedlichen Fachabteilungen der Verwaltung motiviert diese Unterstützung zum eigenverantwortlichen Handeln im bürgerschaftlichen Engagement.*

Welche Erfahrungen haben Sie mit gemeinnützigem Unternehmensengagement mit Personal und Kompetenz gemacht?

*Das Tempo und der Inhalt der Arbeit in dieser Stelle werden maßgeblich bestimmt durch die Wünsche und Bedarfe der Bürgerinnen und Bürger. Eine Stelle stößt dabei aber auch irgendwann an ihre Grenzen - denn nicht alles was wünschenswert ist, ist auch machbar. Wünschenswert ist ganz sicher, auch den Unternehmen Serviceangebote anzubieten. Allerdings braucht es dazu insbesondere die Ressource Zeit. Und eine kommunale Anlaufstelle muss sich die Fragen stellen: Müssen Unternehmen überhaupt zu gesellschaftlichem Engagement motiviert werden? Und muss diese Motivation überhaupt aus dem Rathaus, aus der Verwaltung kommen?*

*Sehr positive Erfahrungen konnten wir mit den örtlichen Unternehmen immer dann machen, wenn ein klar durchdachtes Projekt zum Sponsoring angeboten wurde. Eine Partnerschaft mit einer Win-Win-Situation war und ist nicht selten das Ergebnis.*

Welche Schritte stehen in nächster Zukunft an?

*Aktuell steht die Durchführung einer Bürgerkonferenz in einem Stadtteil an, die zum Ziel hat, ehrenamtliche Mitstreiter/-innen zu finden, um eigenverantwortlich einen sogenannten „selbstbestimmen Bürgertreff“ aufzubauen.*

*Mittelfristig möchte die Stabsstelle Bürgerengagement der Stadt Rheine ihre Mitarbeit anbieten, um die Zusammenarbeit aller Engagement fördernden Einrichtungen in Rheine zu intensivieren. Durch ein optimiertes abgestimmtes Handeln könnten beispielsweise das lokale bürgerschaftliche Engagement noch bedarfsgerechter unterstützt werden und aufgrund neuer Kooperationen und Partnerschaften Synergien mit einem Gewinn für alle Beteiligten entstehen. Denkbare Strukturen dazu wären beispielsweise der Aufbau eines Bündnisses aus Bürgerschaft, Verwaltung/Politik und Wirtschaft, wie zum Beispiel in Augsburg oder ein Vereinszusammenschluss von Privatpersonen, gemeinnützigen Einrichtungen und Unternehmern, wie zum Beispiel beim Centrum für Bürgerschaftliches Engagement in Mülheim.*

Was empfehlen Sie anderen Kommunen, die Bürgerengagement implementieren wollen?

*Die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements als Pflichtaufgabe erkennen und dabei in Möglichkeiten zu denken - und weniger in Schwierigkeiten.*

Herr Schridde, wir danken Ihnen für das Interview!

Kontakt:

Stadt Rheine, Die Bürgermeisterin - Stabsstelle Bürgerengagement  
Interner Service - Ausbildung  
Siegmar Schridde  
Klosterstraße 14  
48431 Rheine





Tel.: 05971/939-273  
Fax.: 05971 939-8273  
siegmar.schridde@rheine.de  
www.rheine.de

„Denen muss man gesellschaftliche Verantwortung nicht erklären, sie leben sie.“

Interview mit Dr. Rolf Engels, Berater und Initiator des Bielefelder Marktplatzes „Gute Geschäfte“



„Es wird über alles verhandelt - nur nicht über Geld!“ - so die wichtigste Regel von „Marktplatz - Gute Geschäfte“, der Vermittlungsbörse zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen.

2005 übertrug die Bertelsmann Stiftung die aus den Niederlanden adaptierte Marktplatz-Methode auf deutsche Verhältnisse. Mit großem Erfolg: In den ersten vier Jahren fanden über 125 Marktplatzplätze an ca. 60 Standorten in Deutschland und Österreich statt, über 7500 Kooperationen zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen wurde beschlossen und die Marktplatz-Methode wurde beim Wettbewerb „Deutschland - Land der Ideen“ als „Ausgewählter Ort 2010“ ausgezeichnet.

Auf Initiative von Dr. Rolf Engels fand im April 2012 der 2. Bielefelder Marktplatz statt. Dr. Engels ist Berater für Organisationen und Unternehmen, Netzwerker und Fundraiser - eine perfekte Kombination für die Implementierung eines Marktplatz „Gute Geschäfte“.

Dr. Engels, über Sie kam der Marktplatz nach Bielefeld. Wie kam der Marktplatz zu Ihnen?

*Durch einen Zufall. Ich hatte von einer Bekannten davon gehört, im Internet recherchiert und war begeistert! Über die Bertelsmann-Stiftung erfuhr ich von anderen Bielefeldern, die sich für die Methode interessierten und wir vereinbarten eine Kooperation.*

Ihr Marktplatz hat sofort großen Anklang gefunden, beim ersten Marktplatz im Jahr 2010 beteiligten sich 50 Unternehmen und 50 Gemeinnützige, beim zweiten Marktplatz 2012 waren es immerhin 34 Unternehmen und 36 Gemeinnützige. Ein Einstand mit solch einem Paukenschlag ist nicht selbstverständlich. Wie erklären Sie sich den Erfolg?

*Ausschlaggebend sind mehrere Faktoren. Zum einen ist der Trägerkreis des Bielefelder Marktplatzes in alle gesellschaftlichen Sektoren sehr gut vernetzt. Die Geschäftsführer des Paritätischen und der AWO, der Vorstand eines Sportclubs und die Prokuristin der städtischen Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft sind darin vertreten, d.h., wir sind perfekt vernetzt in den gemeinnützigen Bereich, zur Unternehmerschaft und in die Verwaltung und Politik.*

*Ich z.B. habe über meine fünfzehnjährige Tätigkeit im Vorstand der v. Bodelschwingschen Stiftungen Bethel engen Kontakt zu Mitgliedern der Bielefelder Kaufmannschaft. Man kennt mich, man glaubt mir mein Interesse und ich weiß von deren Interesse.*

*Im Kontakt mit Marktplätzen aus anderen deutschen Städten merke ich, welche Ressource in unserem Netzwerk steckt. Die Glaubwürdigkeit und das gegenseitige Vertrauen erleichtern es ungemein, Unternehmer für den Marktplatz zu gewinnen.*



*Zudem hat die Unternehmerschaft in Bielefeld auch besondere Kennzeichen, die sie von anderen Regionen in Deutschland abheben. Wir haben größtenteils kleinere und mittlere Familienunternehmen. Die Inhaber sind global handelnde Mittelständler, etliche davon sind sehr religiös. Denen muss man gesellschaftliche Verantwortung nicht erklären, sie leben sie. Eine Idee wie der Marktplatz spricht sie sofort an, ich bekam fast immer die spontane Antwort „Da bin ich dabei!“*

*Auch jetzt geschieht es immer wieder, dass Unternehmer dafür danken, dass wir die Idee nach Bielefeld geholt haben, es macht ihnen einfach Spaß. Die Begeisterung konnte man gut an einer Befragung beim 1. Bielefelder Marktplatz spüren, 95 Prozent der Unternehmer sagten, sie wären beim nächsten Mal wieder dabei.*

Allerdings waren beim 2. Bielefelder Marktplatz weniger Teilnehmer - wie erklären Sie sich das? Haben sich Partnerschaften zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen gebildet, so dass eine Vermittlungsbörse nicht mehr notwendig ist?

*Es war vor allem das Datum. Wir haben den 2. Marktplatz ungeschickter Weise zeitgleich zu der Hannover Messe terminiert, da hatten natürlich viele Unternehmen keine Zeit. Beim nächsten Mal schauen wir genau, was ansonsten noch stattfindet.*

*Das Interesse ist aber noch genauso groß wie beim ersten Mal. Auf meine Ankündigung für den 2. Bielefelder Marktplatz bekam ich viele positive Rückmeldungen und Zusagen. Der Termin verhinderte dann die Teilnahme. Die Inhaber der kleineren und mittleren Familienunternehmen nehmen ihr Engagement sehr ernst und wollen sich auf dem Marktplatz nicht vertreten lassen.*

*Aus dem 1. Marktplatz haben sich mehrere langfristige Partnerschaften zwischen Gemeinnützigen und Unternehmen entwickelt. Das ist ja das Gute am Marktplatzprinzip: Man vereinbart eine befristete Zusammenarbeit und manchmal entwickelt sich daraus eine so gute Beziehung, dass die Kooperation fortgesetzt wird.*

Was planen Sie für die Zukunft?

*Im Herbst werden wir ein halbes Jahr nach dem 2. Marktplatz zu einer Zwischenveranstaltung einladen und geglückte Kooperationen vorstellen. So schaffen wir Anerkennung für die bestehenden Kooperationen und Aufmerksamkeit für den 3. Marktplatz. Der 3. Marktplatz ist sicher, nur das Datum noch nicht.*

Dr. Engels, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Kontakt:

Bielefelder Marktplatz e.V. - Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige

Projektmanagement und inhaltlich Verantwortlicher

Dr. Rolf Engels

Margaretenweg 18

33611 Bielefeld

Tel.: 0521/9886040

info@bielefelder-marktplatz.de

www.bielefelder-marktplatz.de

Informationen, Veranstaltungen und Serviceangebote zum Marktplatz „Gute Geschäfte“ finden Sie auf der Website [www.gute-geschaefte.org](http://www.gute-geschaefte.org)



## Netzwerke

„Uns geht es um eine langfristige Perspektive.“

*Interview mit Carina Zetzmann, Standortleiterin der Joblinge gemeinnützige AG Köln*



Passend zur Zeugnisvergabe titelt die Welt online einen Bericht am 2. 7.

2012 mit „Europas Jugendarbeitslosigkeit ist eine Zeitbombe“. Demnach ist ein Viertel der unter 25-Jährigen in Europa arbeitslos, wobei nur die gezählt wurden, die öffentliche Leistungen erhalten.

Besonders kritisch ist die Phase des (geplanten) Übergangs von der Schule in den Beruf. In Deutschland erhält nur jeder zweite Hauptschulabgänger einen Ausbildungsplatz. Knapp 300 000 junge Menschen zwischen 16 und 25 Jahren sind arbeitslos gemeldet, 325 000 befinden sich in einem Übergangssystem.

Auf Köln herunter gebrochen bedeutet dies: 4000 unter 25-Jährige, deren berufliche Laufbahn vor ihrem Beginn oder kurz danach unterbrochen wurde.

Um diese Jugendlichen auf dem Weg in ein selbstbestimmtes Leben zu unterstützen, wurde im März 2012 der Kölner Standort der JOBLINGE-Initiative offiziell eröffnet.

JOBLINGE gAG Köln ist einer von sechs Standorten der 2008 von The Boston Consulting Group (BCG) und der Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG ins Leben gerufenen gemeinnützigen Initiative JOBLINGE. JOBLINGE will arbeitslosen Jugendlichen echte Jobchancen verschaffen. Das Besondere an der Initiative: Sie verbindet Qualifizierung in der Praxis mit einer persönlichen und individuellen Förderung. Damit das möglich wird, bündelt JOBLINGE das Engagement und die Kompetenzen von verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

In einem rund sechsmonatigen Qualifizierungsprogramm bereiten sich die Teilnehmer auf die Herausforderungen der Berufswelt vor und erarbeiten sich Schritt für Schritt ihren Ausbildungs- oder Arbeitsplatz; aus eigener Kraft, aber nicht allein. Unterstützt und individuell gefördert werden sie von hauptamtlichen JOBLINGE-Mitarbeitern sowie von ehrenamtlichen Mentoren der JOBLINGE-Partnerunternehmen. Ziel ist es, den Jugendlichen den dauerhaften Einstieg in den Arbeitsmarkt zu ermöglichen. JOBLINGE ist aktiv in Deggendorf (Bayerischer Wald), München, Frankfurt, Berlin, Köln und Leipzig.

Carina Zetzmann ist Standortleiterin von JOBLINGE Köln.

Frau Zetzmann, JOBLINGE Köln läuft seit knapp vier Monaten. Wenn Sie zurückblicken - was haben Sie erreicht?

*Bis Ende Juni haben zehn unserer 50 Joblinge bereits vor Programmende eine verbindliche Zusage für einen Ausbildungsplatz erhalten. Das ist für die Jugendlichen, die Mentoren und für uns natürlich ein großer Erfolg.*



*Dies ist nicht alleine möglich. Wir bauen bei JOBLINGE auf ein Netzwerk aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Verwaltung, in dem jeder seine Stärken einbringt. Auch hier sind wir auf einem guten Weg: In den ersten vier Monaten konnten knapp 100 Unternehmen und Institutionen aus Köln und der Region für JOBLINGE Köln gewonnen werden. Dazu gehören z. B. das Festkomitee Kölner Karneval, Carglass, CMS Hasche Sigle, Ebner Stolz Mönning Bachem, Generali, REMONDIS, die Sparkasse KölnBonn*



*und die Stadt Köln. Weitere Finanzierungspartner sind GAG Immobilien AG, Gold-Kraemer-Stiftung, Hasenkamp Holding GmbH und TÜV Rheinland AG. Darüber hinaus kooperieren wir auch mit vielen kleinen und mittleren Unternehmen.*

*Dazu konnten wir rund 50 Mentoren gewinnen. Sie unterstützen für jeweils sechs Monate ihren Mentee, also ihren „Jobling“, bei der Suche nach einem Ausbildungs- oder Arbeitsplatz.*

*Dabei ist uns wichtig, dass die Hilfe langfristig wirkt. Es geht also nicht darum, die Jugendlichen in ihre Traumjobs zu vermitteln, für die sie vielleicht gar nicht geeignet sind. Uns geht es um eine langfristige Perspektive, d.h. darum, den Mentee mit seinen Möglichkeiten und Grenzen vertraut zu machen und darauf aufbauend gemeinsam den weiteren Weg zu planen.*

Der Markt der Anbieter im Bereich Übergangmanagement und berufliche Qualifizierung ist groß und vielfältig. Warum nun auch noch JOBLINGE? Wird hier nicht ein Überangebot geschaffen und etablierte Träger verdrängt?

*Die Grundidee von JOBLINGE ist es, eine sinnvolle Ergänzung zum bewährten Angebot in der Region zu schaffen. Das wird bei jedem Standort vorab ganz genau geprüft. Zudem sprechen wir eine besondere Zielgruppe an, nämlich die Jugendlichen, die oftmals durch das Raster der gängigen Förderangebote gerutscht sind.*

*Zugleich gibt es in Köln einen hohen Bedarf; die Jugendarbeitslosigkeit liegt über dem bundesweiten Durchschnitt. Daher der Standort in Köln und demnächst auch die JOBLINGE Ruhrgebiet mit Sitz in Essen.*

Wie können Unternehmen JOBLINGE unterstützen?

*Unternehmen können mit Praktikums- und Ausbildungsplätzen unterstützen und sich durch das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter in Form von Mentorenschaften beteiligen. Aber auch finanzielle Hilfe, etwa durch Spenden und als Aktionäre eines Standorts, ist willkommen.*

*Von dem Engagement profitieren die Jugendlichen und die Unternehmen gleichermaßen. Zum Beispiel nutzen einige Unternehmen eine Mentorenschaft bei JOBLINGE zur Personalentwicklung für ihre Mitarbeiter. Die Mentoren müssen sich auf die Jugendlichen einstellen, mit ihnen kommunizieren und sich auf die oftmals fremde Lebenswelt einlassen – über den eigenen Tellerrand blicken. Dies sind persönliche Kompetenzen, die auch im beruflichen Leben immer öfters gefordert werden.*

*Andere Unternehmen unterstützen die JOBLINGE, indem sie Rahmenbedingungen für ihre eigenen Mitarbeiter schaffen, z.B. mit einer positiven Beurteilung des Engagements, einer Freistellung oder durch die Übernahme der Fahrtkosten.*

© MARKUS BOLLEN P



*Diese Unterstützung ist für JOBLINGE ein großer Gewinn, da wir bei unseren ehrenamtlichen Mentoren den Anspruch haben, dass diese aktiv im Berufsleben stehen. So verfügen sie über betriebliche Einbindung und ein Netzwerk, das sie für ihre Mentees einsetzen können.*

Haben kleinere und mittlere Unternehmen einen besonderen Schwerpunkt bei den JOBLINGEN?

*Unser Programm zielt darauf ab, dass die Jugendlichen möglichst schnell die betriebliche Realität kennen lernen. Daher sind uns kleinere und mittlere Unternehmen besonders wichtig in Hinblick auf die Ausbildungs- und Praktikumsplätze.*

*Gleichzeitig gelingt es immer wieder, diese Unternehmen auch für die JOBLINGE-Zielgruppe zu öffnen, welche sie bislang für die Sicherung ihres Fachkräftebedarf nicht in Betracht gezogen haben.*



*Auch zeigen die Erfahrungen anderer Standorte, dass es immer wieder gelingt, Partnerunternehmen zu überzeugen, Joblinge als Auszubildende aufzunehmen, die bisher nicht oder nicht mehr ausgebildet haben.*

*In diese Gruppe fallen vor allem kleinere Betriebe, die nicht über ausreichende eigene Kapazitäten verfügen, um die erforderliche intensive Betreuung zu gewährleisten.*

*Darüber hinaus tritt immer wieder ein „Klebeffekt“ bei Unternehmen auf, die ursprünglich nur einen Praktikumsplatz vorgesehen hatten und nach positiven Erfahrungen doch entscheiden, den Joblingen eine Ausbildung anzubieten.*

*Hier ist oft eine große Offenheit zu spüren, mit den eigenen Mitteln und direkt mit den Betroffenen der großen gesellschaftlichen Herausforderung „Jugendarbeitslosigkeit“ etwas entgegen zu setzen.*

Frau Zetzmann, wir danken Ihnen für das Gespräch!

Kontakt:

Joblinge gemeinnützige AG Köln  
Carina Zetzmann, Standortleiterin  
Hansaring 68  
50670 Köln  
Tel.: 0221/291991-41  
carina.zetzmann@joblinge.de  
www.joblinge.de

Unternehmen, die sich als Praktikums- oder Ausbildungsplatzgeber, Mentor oder Mentorenschaftsförderer, Spender oder Aktionär an JOBLINGE beteiligen möchten, sind herzlich willkommen!

JOBLINGE-Dachorganisation  
Ludwigstraße 21  
80539 München  
kontakt@joblinge.de  
www.joblinge.de

„Ich habe richtig Lust entwickelt, mit den JOBLINGEN zu arbeiten.“

*Interview mit Dieter Benninghoff, Geschäftsführer von Sinus - Büro für Kommunikation GmbH und engagiert bei JOBLINGE Köln*



Beruf und Engagement liegen manchmal nah beieinander: Dieter Benninghoff, Geschäftsführer von Sinus - Büro für Kommunikation GmbH, plant und realisiert beruflich unter anderem Projekte zur beruflichen Orientierung. Als er von JOBLINGE Köln hörte, interessierte er sich auch aus beruflichen Gründen. Daraus wurde ein erfolgreiches Engagementprojekt.

Herr Benninghoff, Sie sind als Unternehmer bei JOBLINGE Köln engagiert. Was machen Sie?

*Ich habe einen Praktikumsplatz für einen der sogenannten Joblinge zur Verfügung gestellt. Mit großem Erfolg für beide Seiten, inzwischen macht mein Jobling eine Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau in unserer Agentur.*

Wie kamen Sie zu JOBLINGE Köln?





*Ich kenne viele berufliche Orientierungsmaßnahmen, schließlich ist dies eins unserer Hauptbetätigungsfelder. Die Einladung zur Eröffnung der JOBLINGE Köln hat mich entsprechend neugierig gemacht. Die Jugendlichen oder Joblinge, wie sie genannt werden, haben sich an dem Abend so klasse präsentiert, viel besser als bei einem Vorstellungsgespräch. Sie haben alle Aufgaben übernommen, das Catering, die Organisation, später Tanz, ich habe richtig Lust entwickelt, mit ihnen zu arbeiten. Bei der Veranstaltung fasste ich den Entschluss: ‚Hier möchte ich mich auch persönlich engagieren‘.*

Wie ging es weiter? Haben Sie da schon Ihren passenden Jobling kennen gelernt?

*Nein, ich habe erst einmal intern in unserer Agentur mit den Kolleginnen und Kollegen besprochen, wie sie das sehen. Ich bin zwar der Geschäftsführer, aber das gesamte Team muss dahinter stehen. Wir wussten ja nicht genau, was auf uns zu kam.*

*JOBLINGE Köln hat mir dann sehr passgenaue Angebote gemacht und relativ zeitnah fing ein Jobling bei uns als Praktikant für Veranstaltungsorganisation an. Das Matching war sehr gut, die Zusammenarbeit war für beide Seiten so gewinnbringend, dass aus dem Praktikum eine Ausbildung wurde.*

Das hört sich nach einem sehr gut gelaufenen Prozess an. Benötigten Sie die JOBLINGE überhaupt bei diesem guten Zusammenspiel?

*Ja. Es hört sich leicht an, aber es gab auch Krisen. Mir war es immer wichtig zu wissen, dass mein Jobling dann externe Ansprechpartner hat, die ihn unterstützen. Es gab einige Situationen und Fragestellungen im Leben des jungen Menschen, für die ich als Arbeitgeber nicht der passende Gesprächspartner bin. Ich war froh, dass die JOBLINGE Köln durch die Haupt- und Ehrenamtlichen dann zur Seite standen.*

Haben Sie Ihr Team in die JOBLINGE eingebunden? Haben Sie sie motiviert, sich selber als Mentorinnen und Mentoren zu engagieren?

*Nein, bis jetzt nicht. Aber die Anregung ist gut. Wir werden damit im Herbst starten.*

Herr Benninghoff, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Kontakt:

Sinus - Büro für Kommunikation GmbH

Dieter Benninghoff

Habsburgerring 3

50674 Köln

Tel.: 0221/27 22 55 27

dieter.benninghoff@sinus-bfk.de

www.sinus-bfk.de

„Unternehmen bringen spezifische Ressourcen ein“

**Interview mit Katharina Wehner, Sprecherin „Netzwerk der AusbildungsPatenProjekte NRW“**



Das Netzwerk der AusbildungsPatenProjekte NRW ist ein freiwilliger, trägerübergreifender Zusammenschluss von Vereinen und Initiativen in Nordrhein-Westfalen, die im Mentoring- und Patenschaftsbereich tätig und Träger eines AusbildungsPatenprojektes sind. Innerhalb des Netzwerkes findet ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch und Qualifizierung statt, es werden Qualitätsmerkmale für Patenschaften entwickelt und Lobbyarbeit für Mentorenprojekte betrieben.



Katharina Wehner, Centrum für bürgerschaftliches Engagement e.V. in Mülheim, ist eine der beiden Sprecherinnen des Netzwerk der AusbildungsPatenProjekte NRW.

Frau Wehner, man hat den Eindruck, dass AusbildungsPaten- oder Mentorenprojekte boomen, Wie erklären Sie sich den Erfolg?

*Die 1:1-Begleitung in einer Patenschaft ist eine ganz besondere Form der Unterstützung für benachteiligte Jugendliche. Die Mentees haben eine feste Bezugsperson, die sich für einen befristeten Zeitraum verpflichtet, sie bei der Suche nach einem Ausbildungs- oder Arbeitsplatz zu unterstützen und motivierend zu begleiten. Neben*

*Eltern und Lehrern ist so noch eine weitere Bezugsperson gegeben, die bei der schwierigen Phase der Berufsfindung und dem Einstieg in die Berufswelt unterstützt.*

*Auch von Seiten der Unternehmen bekommen wir nur positive Rückmeldungen. Viele nutzen die AusbildungsPatenenschaften für ihre eigenen Mitarbeiter und Azubis. Sie wissen sie dann in guten Händen und können sich sicher sein, dass Jugendliche so begleitet werden, damit konstante Lebensläufe ohne Lücken und unnötige Warteschleifen entstehen.*

Auch Unternehmen beteiligen sich an Patenschaftsprojekten wie z.B. JOBLINGE oder „Du bist ein Talent“. Sehen Sie in diesen Projekten eine besondere Qualität?

*Unternehmen haben ihre spezifischen Ressourcen, die sie einbringen können: Ein gutes Netzwerk, die Möglichkeiten für Praktika und Ausbildungen und der Transfer von Know-how. Sie können gezielt auf die Anforderungen im Bewerbungsmanagement eingehen und den Jugendlichen entsprechend vorbereiten. Ein wichtiger Aspekt ist auch, dass Unternehmen intern für die Mentorenprojekte werben und im Rahmen von Corporate Volunteering-Programmen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Übernahme von Patenschaften motivieren und im besten Fall unterstützen können.*

*Unsere Erfahrung zeigt, dass besonders die lokale Zusammenarbeit in Netzwerken einen Erfolg der AusbildungsPatenprojekte unterstützt und mit den hauptamtlichen Akteuren des Übergangs Schule-Beruf positive Synergien erzeugt.*

Was wünschen Sie sich von Seiten der Unternehmen für Ihr Netzwerk der AusbildungsPaten-Projekte NRW?

*Ich wünsche mir von Unternehmen eine stärkere Kooperation mit den Trägern von AusbildungsPatenprojekten vor Ort. Die bereits über viele Jahre gesammelten Erfahrungen im Mentoringbereich mit entsprechendem Know-how lassen sich gut mit unternehmerischen Interessen verknüpfen. Unser Kontakt zum Initiativkreis Ruhr ist ein erster Schritt in die richtige Richtung.*

Frau Wehner, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Kontakt:

Centrum für bürgerschaftliches Engagement e.V.

Katharina Wehner

Wallstraße 7

45468 Mülheim an der Ruhr

Tel.: 0208/ 97068 - 18

[katharina.wehner@cbe-mh.de](mailto:katharina.wehner@cbe-mh.de)

[ausbildungspaten-nrw.de](http://ausbildungspaten-nrw.de)



## Hinweise

### Neu auf engagiert-in-nrw.de



Das Portal für bürgerschaftliches und unternehmerisches Engagement in Nordrhein-Westfalen [www.engagiert-in-nrw.de](http://www.engagiert-in-nrw.de) hat seinen Internetauftritt überarbeitet. In der Rubrik „Kommunen und Engagement“ wird neben den Kurzportraits „Gute Beispiele“ kommunaler Engagementförderung auch eine „Kommune im Fokus“ ausführlicher vorgestellt.

Aktuell ist das Mülheim an der Ruhr, als nächstes wird Solingen folgen. Die Kommunen, die eine Ehrenamtskarte einsetzen, sind nun auch über eine interaktive Landkarte mit den jeweiligen Kontaktdaten sichtbar.

[www.engagiert-in-nrw.de](http://www.engagiert-in-nrw.de)

### Offene Kommune - Bürgerbeteiligung auf kommunaler Ebene



Offene Kommune ist eine neutrale Bürgerbeteiligungsplattform mit dem Ziel, einen direkten Dialog zwischen Bürgern, Kommunen und Organisationen zu ermöglichen. OffeneKommune.de basiert auf der Open Source Beteiligungssoftware Adhocracy, die vom Liquid Democracy e.V. entwickelt wird.

Das Projekt wird vom Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB) unterstützt, befindet sich noch in einer frühen Testphase und wird kontinuierlich weiterentwickelt.

Die Plattform lädt alle gesellschaftlichen Akteure ein, zu Diskussionen und Entscheidungsprozessen beizutragen.

[www.offenekommune.de](http://www.offenekommune.de)

### Gegner für einen guten Zweck



Im Jahr 2010 riefen die Stiftung Mercator und VolkswagenStiftung das Charity-Fußballturnier RuhrCup ins Leben. Unter dem Motto „We love football - We love our planet“ kämpften am 15. 6. 2012 zehn Teams der renommiertesten Stiftungen Deutschlands für den guten Zweck.

Zusammen spendeten die teilnehmenden Organisationen 10.000 Euro für den Global United FC e.V., dem weltweit ersten Fußballverein internationaler Profi-Fußballstars, der für den nachhaltigen und sozialen Klimaschutz über den Spaß am Welt-Sport-Fußball eintritt. Die ersten drei Plätze belegten die Vodafone Stiftung, der Stifterverband für die Deutsche Wirtschaft und die Friedrich Ebert Stiftung.

[www.globalunitedfc.com](http://www.globalunitedfc.com)



## „Da staunt der Chef“ - Freistellung fürs Ehrenamt?

In der Arbeitsrechtskolumne „Da staunt der Chef“ veröffentlicht ZEIT ONLINE jeden Mittwoch Antworten des Berliner Arbeitsrechtlers Ulf Weigelt auf Nutzerfragen. Am 30. 5. 2012 war eine Freistellung für eine ehrenamtliche Tätigkeit bei der Freiwilligen Feuerwehr Thema.

*„Einer meiner neuen Mitarbeiter ist Mitglied bei der Freiwilligen Feuerwehr. Jetzt möchte er für einen Lehrgang freigestellt werden. Muss ich das?“ fragt Manfred Kobmann.*

Sehr geehrter Herr Kobmann,

da geht es Ihnen wie vielen anderen Betrieben auch, in denen Mitarbeiter sich für das Gemeinwohl engagieren.

Zunächst ist Ihre Frage kurz und knapp mit einem Ja zu beantworten. Sie müssen Ihre Arbeitnehmer nicht nur für Lehrgänge freistellen, sondern auch für Einsätze. Denn für Mitglieder der Freiwilligen Feuerwehr gelten - anders als bei anderen Ehrenämtern - besondere Regeln, weil sie eine wichtige Grundversorgung für die Allgemeinheit sicherstellen. Den ehrenamtlichen Angehörigen der Feuerwehr (aber auch des Technischen Hilfswerks) dürfen aufgrund ihres Ehrenamts keine beruflichen Nachteile entstehen.

Die Kolumne finden Sie unter ZEIT ONLINE [www.zeit.de](http://www.zeit.de)

## Wettbewerbe & Förderung

### „Helfende Hand“ – Bewerbungsfrist 31. 7. 2012

Zum vierten Mal hat das Bundesministerium des Innern den Förderpreis „Helfende Hand“ ausgeschrieben. Bis zum 31. Juli können sich engagierte Einzelpersonen und Verbände bewerben, die im Bevölkerungsschutz aktiv. Zudem können sich Unternehmen, die das ehrenamtlichen Einsatz ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem Bereich besonderes unterstützen, an dem Wettbewerb beteiligen.

Der Preis ist mit insgesamt 30.000 Euro dotiert und wird unter den Kategorien „Jugend- und Nachwuchsarbeit“ und „Konzepte zur Steigerung der Attraktivität des Ehrenamtes“ aufgeteilt. Die Gewinnerinnen und Gewinner aller Kategorien erhalten die „Helfende Hand“ als Trophäe.

[www.helfende-hand-foerderpreis.de](http://www.helfende-hand-foerderpreis.de)

### „Initiative ergreifen“ – Förderprogramm des Bauministerium NRW

„Initiative ergreifen“ ist ein Förderprogramm des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr (MWEBWV) NRW. Es unterstützt die Verknüpfung von bürgerschaftlichem Engagement mit Anliegen der Stadt- und Stadtteilentwicklung, der Strukturpolitik und der integrierten gebietsbezogenen Stadterneuerung. Der Anstoß zu Projekten muss aus der Bürgerschaft und von zivilgesellschaftlich engagierten Gruppen kommen. In der Folge wird aber erwartet, dass sich die Projektinitiatoren mit der örtlichen Stadt(teil)- und Regionalentwicklung auseinandersetzen und in den kommunalen Qualifizierungsprozess einordnen.

Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr (MWEBWV) des Landes Nordrhein-Westfalen  
Jürgensplatz 1



40219 Düsseldorf  
Margarete Hallmann, Rainer Klenner  
Tel.: 0211/3843 5256 (Margarete Hallmann)  
margarete.hallmann@mwebwv.nrw.de  
www.mwebwv.nrw.de // www.initiative-ergreifen.de

## Veranstaltungen

### 4. 9. 2012: Perspektive Bürgergesellschaft - vhw-Regionalkongress Süd



Unter dem Motto „Perspektive Bürgergesellschaft - Kommunale Lebenswelten als Räume der Beteiligung“ widmet sich der vhw -Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V. bei seinem ersten Regionalkongress Süd Fragen zur Lokalen Demokratie und zur Integrierten Stadtentwicklung. Aufbauen kann das Städtene des vhw mit seinen 18 Teilnehmerstädten auf vielfältige Erfahrungen in der Debatte um eine künftige Bürgergesellschaft. Der Regionalkongress Süd findet in München statt.

Information und Anmeldung:

vhw - Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e. V.  
Fritschestraße 27/28  
10585 Berlin  
Tel.: 030 390473-110  
bund@vhw.de  
www.vhw.de

### 14.-16. 9. 2012 „Bürgerbeteiligung als Motor der kommunalen Entwicklung“ Tagung



Zum 17. Mal wird das „Forum für Bürgerbeteiligung und kommunale Demokratie“ in diesem Jahr durchgeführt. In Themenwerkstätten, Vorträgen und Diskussionen werden die Chancen, Herausforderungen und Potenziale unter verschiedenen Blickwinkeln diskutiert. Am letzten Tag wird das Thema Netzwerken für mehr Bürgerbeteiligung Thema sein. Die Tagung wird in Kooperation zwischen der Stiftung MITARBEIT und der Evangelischen Akademie Loccum durchgeführt.

www.mitarbeit.de

### 20. 9. 2012: „BürgerMachtStadt – Kommunen als Rettungsanker der Demokratie?“ vhw – Verbandstagung 2012



Der vhw - Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e. V. widmet seine diesjährige Verbandstagung dem Thema Bürgerbeteiligung und lokale Demokratie. Ausgehend von der Bedeutung der lokalen Ebene für das Gelingen oder das Scheitern demokratischer Prozesse sieht der vhw den Diskurs über die Zukunft unserer Städte und damit die Stadtentwicklungspolitik





als zentral an. Bürgerbeteiligung und Bürgerteilhabe sind notwendig, um die Zukunft zu einem gemeinsamen Projekt zu machen.

Zu Impulsvorträgen und Diskussion über Bürger, Macht und Stadt sowie über den Stellenwert der Lokalen Demokratie in unserer Gesellschaft lädt der vhw Gäste aus Politik, Wissenschaft und Kommunen ein.

Information und Anmeldung:

vhw - Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e. V.

Fritschestraße 27/28

10585 Berlin

Tel.: 030 390473-110

bund@vhw.de www.vhw.de

www.vhw.de

## Veröffentlichungen

### „Lokale Engagementförderung“ – Studie zu Institutionen der Engagementförderung



Fast flächendeckend sind in den letzten Jahren Einrichtungen zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements entstanden. Was sind die Vor-, was sind die Nachteile dieser räumlich oft sehr nahen Vielfalt an Infrastruktureinrichtungen wie Freiwilligenagenturen, Seniorenbüros, Stadtteilbüros, Mehrgenerationenhäuser u.v.m.? Welche Anlaufstellen, Büros und Agenturen sind noch zeitgemäß? Wie ergänzen sich die Angebote, wo überschneiden sie sich und wo stehen sie in Konkurrenz zueinander?

Dr. Annette Zimmer, Professorin für Vergleichende Politikwissenschaft und Sozialpolitik am Institut für Politikwissenschaft der Universität Münster, und Dr. André Christian Wolf, Projektmanager bei der Regionale 2016 Agentur GmbH in Velen, beantworten diese Frage in ihrer Untersuchung „Lokale Engagementförderung - Kritik und Perspektiven“

Lokale Engagementförderung - Kritik und Perspektiven. Aus der Reihe: Bürgergesellschaft und Demokratie. Verlag: Springer VS

www.springer-vs.de

### „Learning from Partners“ – Studie zu Stiftungen

Wie zufrieden sind Sie mit der Partnerschaft? Wie nehmen Sie uns wahr? Wie schätzen Sie unsere Transparenz ein? Diese und weitere Fragen beantworteten die Partner der Fritz Thyssen Stiftung, Robert Bosch Stiftung, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, Stiftung Mercator, VolkswagenStiftung sowie ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius. Ziel war es, die Stärken und Verbesserungsmöglichkeiten des eigenen Handelns zu identifizieren und so die eigene Arbeit langfristig weiter zu professionalisieren.

Die Ergebnisse der breit angelegten Studie zeigen, dass die Partner mit der Partnerschaft (94 Prozent) und dem Verhältnis zur jeweiligen Stiftung sehr zufrieden (90 Prozent) sind, die Stiftungen in verschiedenen Bereichen aber auch Nachholbedarf haben. So werden sie beispielsweise als mäßig flexibel (42 Prozent) und nur bedingt transparent (56 Prozent) wahrgenommen.



Mehr Informationen:  
[www.stiftung-mercator.de](http://www.stiftung-mercator.de)

## 5. Edelman goodpurpose®-Studie – Zu wenig gesellschaftliches Engagement von Unternehmen

Die Erwartungen sind hoch, die Ergebnisse sind schlecht: 87 Prozent der Deutschen erwarten von Unternehmen, gesellschaftliche Belange mindestens genauso wichtig zu nehmen wie den Profit. Dass sie diese Erwartungen erfüllen schätzen nur 15 Prozent der Deutschen. Das ist eines der Kernergebnisse der 5. goodpurpose®-Studie des PR-Beratungsunternehmens Edelman. Gleichzeitig nutzen die Verbraucher/-innen zunehmend ihren Einfluss:

71 Prozent der Befragten sagen: „Ich würde eine sozial engagierte Marke weiterempfehlen.“ 70 Prozent geben an: „Ich würde die Marke wechseln, wenn eine ähnliche Marke sich sozial engagiert.“ 65 Prozent antworten: „Ich würde helfen, deren Produkte zu bewerben, wenn ein guter Zweck hinter der Marke steht.“

Bei qualitativ und preislich vergleichbaren Produkten ist für deutsche Konsumenten der „gute Zweck“ seit 2008 durchgängig das entscheidende Kaufkriterium. In den vergangenen fünf Jahren hat die steigende Relevanz von ethischem Konsum mit aktuell 61 Prozent die Faktoren Design und Innovation (24 Prozent) sowie Markentreue (15 Prozent) deutlich auf die Plätze verwiesen.

Eine Zusammenfassung der Studie finden Sie auf der Website der Edelman GmbH:  
[www.edelman-newsroom.de](http://www.edelman-newsroom.de)

## Behörden setzen auf ehrenamtliches Engagement gegen Engpässe

Im Januar und Februar 2012 befragte forsa 100 Entscheider/-innen aus 100 großen deutschen Bundes-, Landes- und Kommunalverwaltungen zu den aktuellen Herausforderungen und den bis 2014 geplanten Maßnahmen, um die Effizienz in der Verwaltung zu erhöhen. Bürgerschaftliches Engagement der Bürgerinnen und Bürger wünschten sich 70 Prozent der Befragten, 86 Prozent sehen das Engagement als sehr bedeutend an.

Alle Ergebnisse sind im Branchenkompass 2012 Public Services aufgelistet. Ein Exposé des Branchenkompass finden Sie unter [www.steria.com](http://www.steria.com)

## Broschüre zu „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“



Mit dem durch den Europäischen Sozialfonds geförderten und vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) aufgelegten Programm „CSR -Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“ sollen kleinen und mittleren Unternehmen konkrete Lösungsansätze für eine verantwortliche Unternehmensführung angeboten werden. Am 20. April

2012 fand die Auftaktveranstaltung im Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin statt. In einer Broschüre stellt das BMAS die konkreten Praxisbeispielen der CSR-Beratungsmaßnahmen für Geschäftsführungen, Beschäftigte und Belegschaftsvertreter/innen in den Aktionsfeldern "Arbeitsplatz", "Umwelt", "Markt" und "Gemeinwesen" vor.

Die Broschüre finden Sie auf der Seite des Europäischen Sozialfonds:  
[www.esf.de](http://www.esf.de)

Informationen zu „CSR -Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“:  
[www.csr-in-deutschland.de](http://www.csr-in-deutschland.de)



## Impressum

**Herausgeber:** 3WIN e.V. Institut für Bürgergesellschaft

Johannisstr. 79

50668 Köln

Telefon: 0221/42 06 07 34

Fax: 0221/42 06 07 39

info@3win-institut.de

www.3win-institut.de

Verantwortlich nach § 7 TMG i.S.d.P.G.: Gabi Klein

**Redaktion:** Gabi Klein, Karine Rüber

**E-Mail:** gemeinsam-wirken@3win-institut.de

Ein herzliches Dankeschön an alle, die den Newsletter durch ihre Beiträge unterstützt haben.

©2012 / 3WIN e.V. - Newsletterausgabe Juli-2012

Die Initiative „Gemeinsam wirken“ wird gefördert vom Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen ([www.mfkjks.nrw.de](http://www.mfkjks.nrw.de))

**Ist dieser Newsletter nützlich für Sie?** Wir freuen uns über Ihr Feedback - und auch über eine Spende, die das weitere Erscheinen gewährleistet!

Unser **Spendenkonto:** Bank für Sozialwirtschaft (BLZ 370 205 00) Konto 1109800

WIN e.V. ist gemeinnützig und wird Ihnen jeweils zeitnah eine steuerabzugsfähige Spendenbescheinigung zusenden.