PROF. DR. CHRISTIAN SCHACHTNER

INTERNATIONALE HOCHSCHULE

Public Management

EHRENAMT STRATEGISCH ALS AKTIVE REGIONAL-ENTWICKLUNG EINSETZEN

Quelle: Engagierte Stadt – Handbuch ©

Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

ZU MEINER PERSON

- Seit über 20 Jahren im öffentlichen Dienst, aktuell als kommunaler (Inhouse-) Organisationsentwickler in Bayern, zuständig für Prozessoptimierung, Agilität und wissenschaftliche Trendumsetzung

- Als externer Berater in der D-A-CH Region: Praxisprojekte im Bereich Transformation öffentlicher Dienststellen, Data Sciences, Smart City/Region, Innovationskultur

- In akademischer Perspektive: Studiengangleiter und Professor für Public Management an der IU Internationale Hochschule + Lehrbeauftragter an verschiedenen Hochschulen in Deutschland und der Schweiz

AGENDA

Träger für gesellschaftliches Engagement in Lernnetzwerken ins Arbeiten bringen	1
Das Programm „Engagierte Stadt“ in Deutschland	2
Strategieentwicklung und Selbstverständnis	3
Konkrete erste Schritte, Tipps und Tricks	4

GESELLSCHAFTLICHE HERAUSFORDERUNGEN GEMEINSAM ANGEHEN!

Scope

Großer Wandel unserer Zeit:

- bunter und älter werdende Gesellschaft,
- strukturschwache Regionen und
- gesellschaftlicher Zusammenhalt

Also: betrifft alle und kann deshalb nur gemeinsam gelöst werden!
Zusammenspiel von Staat, Wirtschaft, NGOs zusammen mit engagierten Bürgerinnen und Bürgern muss daher klappen um lebenswerten öffentlichen Raum zu schaffen!

Die Gesellschaft braucht:

- Menschen mit Tatkraft für gemeinschaftliche Belange
- neue Ideen, welche die Gesellschaft weiterbringen
- Engagement für ein demokratisches Zusammenleben

GESELLSCHAFTLICHE NETZWERKE FÜR EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT BILDEN!

Herausforderung 1

Garant für Erfolg sind zivilgesellschaftliche Netzwerke, welche die Herausforderungen unserer Zeit aktiv angehen und ein »Wir-Gefühl« in der Gesellschaft entwickeln

Dazu nötig:

- verbindliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe anstelle von »das müssen doch die anderen lösen«

Daher:

- Die Zahl an Engagierten und der Intensivierungsgrad von Kooperationen steigt nachweislich, wenn engagierte Regionen lokale Koordinierungsstellen für den Prozess der Zusammenarbeit und den Transfer von Wissen bzw. Erfahrungen etablieren

- Ein Netzwerk engagierter Regionen kann nur Ideen sowie konkrete Lösungen entwickeln wenn es voneinander Arbeitsweise erlernt und diese stetig weiterentwickelt und weiterträgt

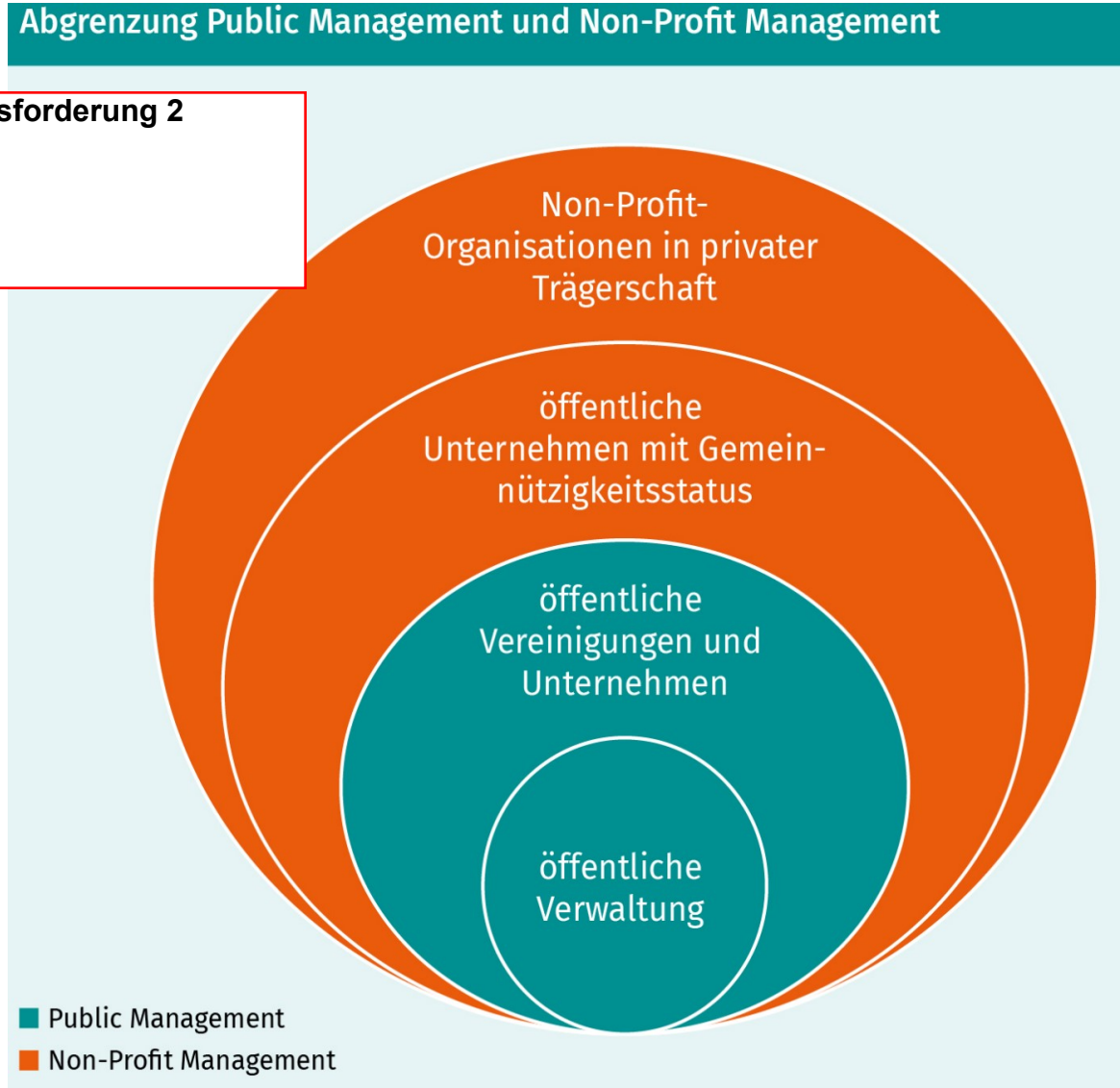
TRÄGER UND FÖRDERER AN EINEN TISCH BRINGEN!

Herausforderung 2

Trisektoralität mit gleichen Stärkeverhältnissen aufbauen meint die drei Sektoren:

- Politik und Verwaltung,
- Unternehmen und Wirtschaft sowie
- die Zivilgesellschaft, also Vereine und Bürgerinnen und Bürger

für die Zusammenarbeit in einen Entwicklungsraum vereinen, in dem Menschen sich einbringen, Ideen entwickeln und umsetzen können in nach Träger gleichermaßen verteilter Verantwortung!



Quelle: IU©
Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

LERNNETZWERKE ZUR DAUERHAFTEN WEITERENTWICKLUNG

Herausforderung 3

Das Lernnetzwerk aufbauen erfolgt auf zwei Ebenen:

1. Auf der Ebene der Träger des Programms, in dem aufgrund der Themenoffenheit die Träger in der praktischen Zusammenarbeit lernen müssen, offen für Entwicklungen jeder Richtung zu sein

2. Auf der Ebene der Teilnehmenden, die zusammenarbeiten lernen müssen, Projektmanagement etc., d.h. etwa
   - wen müssen wir einbinden?
   - Wer macht was?
   - Wie funktioniert der Aufbau einer Datenbank?
   - Wie gelingt da Zusammenbringen bestehender Vereine?
   - Was heisst es, eine Engagementstrategie zu entwickeln?

   u.v.m.

Quelle: IU ©
Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

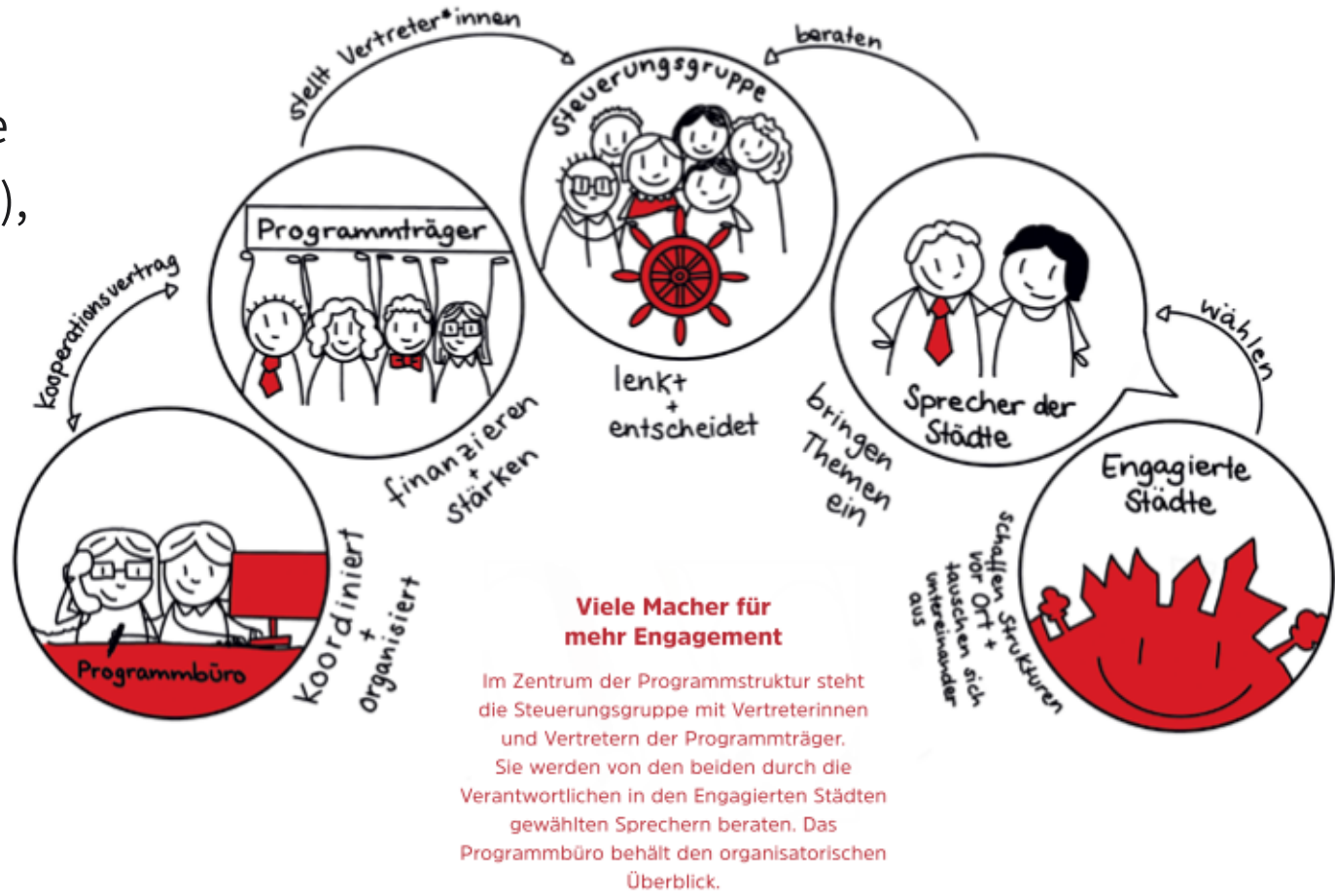
DAS PROGRAMM „ENGAGIERTE STADT“ IN DEUTSCHLAND

Lösungsansatz / Projekt

Mehrere Stiftungen in Deutschland und das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) initiierten eine strategische Partnerschaft (»Memorandum of Understanding«), für mehr Engagementförderung

Kurzfakten zum Programm:

- Seit Beginn 2012 sind 73 Städte mit 10.000 bis 100.000 Einwohnern aktiv
- 5,5 Millionen Euro gaben die Träger der Engagierten Stadt in den ersten fünf Jahren für das Programm für mehr Austausch, mehr Aktivitäten, in der Folge mehr Effizienz direkt in die Gemeinden vor Ort.

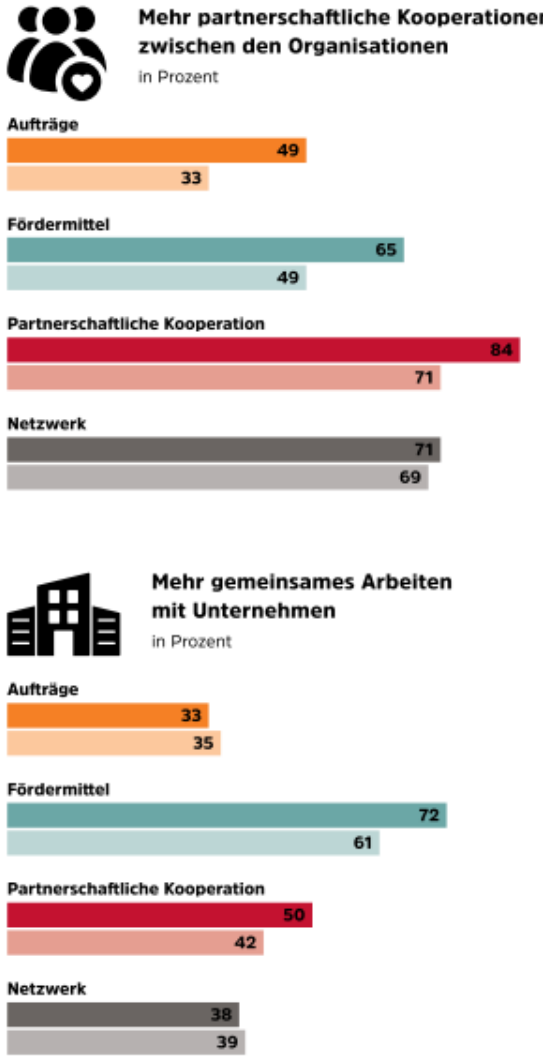


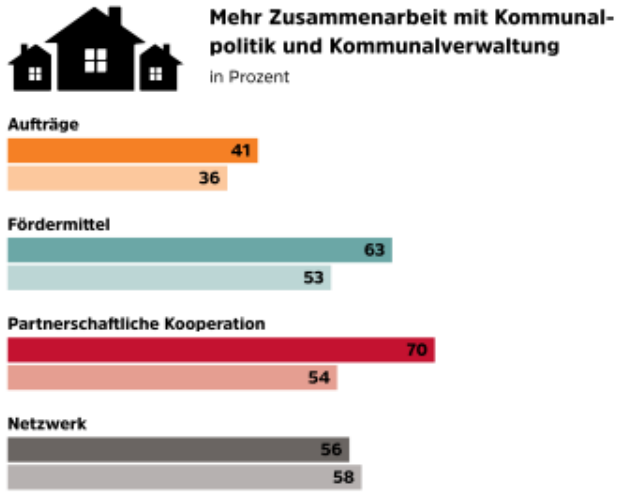
Quelle: Engagierte Stadt Handbuch, S. 17 ©
Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

BILANZ „ENGAGIERTE STADT“-PROGRAMM

Besser vernetzt, mehr Zusammenarbeit in den Engagierten Städten

Das Ergebnis ist eindeutig und freut uns sehr: In den Engagierten Städten sind mehr Organisationen vernetzt, als dies bei den im ZiviZ-Survey bundesweit befragten Organisationen der Fall ist. Und nicht nur das: **Allein 37 Prozent der Engagierten Städte stimmten der Aussage zu, dass sie heute besser von der Politik unterstützt werden als zu Beginn des Programms.** Die Folge der besseren Vernetzung: In Engagierten Städten profitieren gemeinnützige Organisationen deutlich in Form von mehr Aufträgen und Fördermitteln.





Quelle: Wirkungsanalyse Programm Engagierte Stadt: Organisationsbefragung. 2018. Zivilgesellschaft in Zahlen (ZiviZ) gGmbH

Es wurden vier Formen der Zusammenarbeit abgefragt:

Aufträge: Die Organisationen erbringen (z. B. kulturelle oder soziale) Angebote und beziehen dafür in der Regel Leistungsentgelte.
Fördermittel: Die Organisationen erhalten oder vergeben Fördermittel, z. B. für Projektförderungen.
Partnerschaftliche Kooperation: Die Organisationen arbeiten partnerschaftlich zusammen, etwa bei gemeinsamen Veranstaltungen oder Projekten, Angeboten und Maßnahmen.
Netzwerk: Die Organisationen sind mit anderen Akteuren vernetzt und stehen z. B. im inhaltlichen Austausch oder besuchen gemeinsam Abstimmungsformate.

Engagierten Städte
ZiviZ-Survey

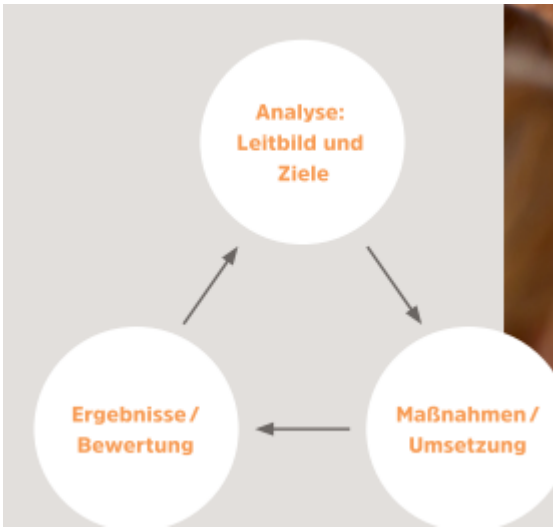
Quelle: Engagierte Stadt Handbuch, S. 56-57 ©
Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

WIE SIEHT EINE STRATEGIE AUS?

Erfahrung / Zentrale Erkenntnis 1

Eine Engagementstrategie stellt ein Konzept als Rahmen der Zusammenarbeit dar und fällt durch umfangreiches Beteiligungsverfahren örtlich unterschiedlich aus. Bausteinen sind häufig:

- Status quo (Ist-Analyse) / Selbstverständnis
- Ziele / Vision
- Maßnahmen /Evaluation



Steuerung und Evaluation, z.B. Methode »collective impact«: unterschiedliche Akteure und Maßnahmen verfolgen aufeinander abgestimmte Ziel inkl. Umsetzung Strukturevaluation nach Wirkung, anstelle von Maßnahmenbewertung nach Kennzahl

Quelle: Engagierte Stadt Handbuch, S. 42-43 ©
Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

Gruppen von Engagierten sind z. B. Senioren, Jugendliche, Migranten
Themenfelder sind z. B. Umweltschutz, Sport, Soziales, Pflege
Inhalte richten sich nach den individuellen Ausgangslagen und Anforderungen, z.B.:

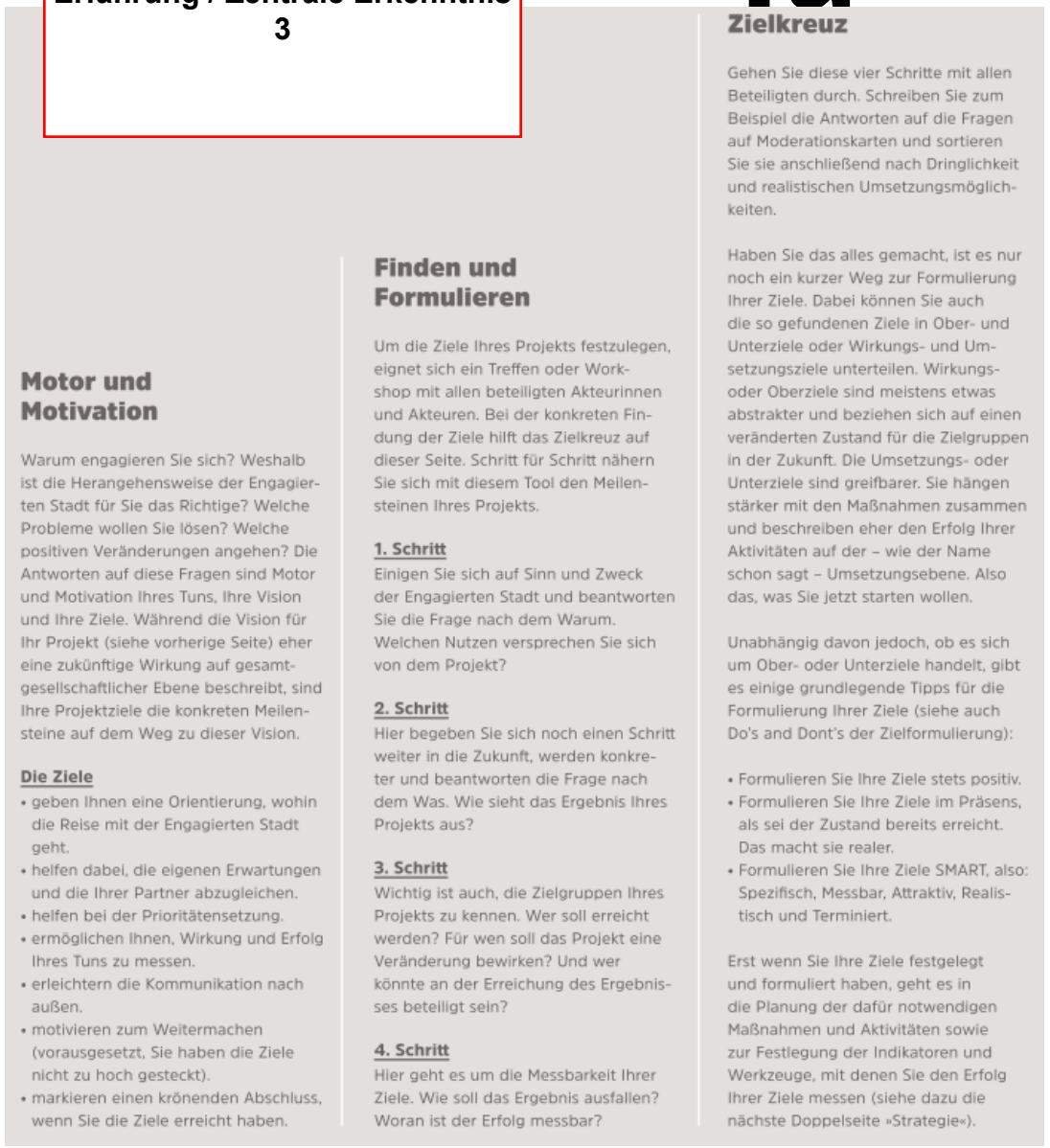
- Zusammenarbeit zwischen Haupt- und Ehrenamt / Einbindung der Wirtschaft
- Qualifizierung und Weiterbildung / Anerkennungskultur

Erfahrung / Zentrale Erkenntnis 2

SELBSTVERSTÄNDNIS ENTWICKELN

- Die Schaffung einer demokratischen, vielfältigen und solidarischen Gesellschaft wird als komplexe gesellschaftliche Herausforderung verstanden
- Bürgerschaftliches Engagement schafft Lebensqualität und ermöglicht das Zusammenleben vor Ort zu verbessern sowie die Attraktivität des Standortes zu erhöhen
- Experten sollen eine Vernetzungs- und Koordinierungsstelle aufbauen um die Informationsverteilung und Entscheidungsprozesse auf Augenhöhe sicherzustellen sowie gemeinsame Zielentwicklung und den Prozess eines Von- und Miteinander-Lernens auf dem Weg der Umsetzung von Projekten zu unterstützen

Erfahrung / Zentrale Erkenntnis 3



Motor und Motivation

Warum engagieren Sie sich? Weshalb ist die Herangehensweise der Engagierten Stadt für Sie das Richtige? Welche Probleme wollen Sie lösen? Welche positiven Veränderungen angehen? Die Antworten auf diese Fragen sind Motor und Motivation Ihres Tuns, Ihre Vision und Ihre Ziele. Während die Vision für Ihr Projekt (siehe vorherige Seite) eher eine zukünftige Wirkung auf gesamtgesellschaftlicher Ebene beschreibt, sind Ihre Projektziele die konkreten Meilensteine auf dem Weg zu dieser Vision.

Die Ziele

- geben Ihnen eine Orientierung, wohin die Reise mit der Engagierten Stadt geht.
- helfen dabei, die eigenen Erwartungen und die Ihrer Partner abzugleichen.
- helfen bei der Prioritätensetzung.
- ermöglichen Ihnen, Wirkung und Erfolg Ihres Tuns zu messen.
- erleichtern die Kommunikation nach außen.
- motivieren zum Weitermachen (vorausgesetzt, Sie haben die Ziele nicht zu hoch gesteckt).
- markieren einen krönenden Abschluss, wenn Sie die Ziele erreicht haben.

Finden und Formulieren

Um die Ziele Ihres Projekts festzulegen, eignet sich ein Treffen oder Workshop mit allen beteiligten Akteurinnen und Akteuren. Bei der konkreten Findung der Ziele hilft das Zielkreuz auf dieser Seite. Schritt für Schritt nähern Sie sich mit diesem Tool den Meilensteinen Ihres Projekts.

1. Schritt

Einigen Sie sich auf Sinn und Zweck der Engagierten Stadt und beantworten Sie die Frage nach dem Warum. Welchen Nutzen versprechen Sie sich von dem Projekt?

2. Schritt

Hier begeben Sie sich noch einen Schritt weiter in die Zukunft, werden konkreter und beantworten die Frage nach dem Was. Wie sieht das Ergebnis Ihres Projekts aus?

3. Schritt

Wichtig ist auch, die Zielgruppen Ihres Projekts zu kennen. Wer soll erreicht werden? Für wen soll das Projekt eine Veränderung bewirken? Und wer könnte an der Erreichung des Ergebnisses beteiligt sein?

4. Schritt

Hier geht es um die Messbarkeit Ihrer Ziele. Wie soll das Ergebnis ausfallen? Woran ist der Erfolg messbar?

Zielkreuz

Gehen Sie diese vier Schritte mit allen Beteiligten durch. Schreiben Sie zum Beispiel die Antworten auf die Fragen auf Moderationskarten und sortieren Sie sie anschließend nach Dringlichkeit und realistischen Umsetzungsmöglichkeiten.

Haben Sie das alles gemacht, ist es nur noch ein kurzer Weg zur Formulierung Ihrer Ziele. Dabei können Sie auch die so gefundenen Ziele in Ober- und Unterziele oder Wirkungs- und Umsetzungsziele unterteilen. Wirkungs- oder Oberziele sind meistens etwas abstrakter und beziehen sich auf einen veränderten Zustand für die Zielgruppen in der Zukunft. Die Umsetzungs- oder Unterziele sind greifbarer. Sie hängen stärker mit den Maßnahmen zusammen und beschreiben eher den Erfolg Ihrer Aktivitäten auf der – wie der Name schon sagt – Umsetzungsebene. Also das, was Sie jetzt starten wollen.

Unabhängig davon jedoch, ob es sich um Ober- oder Unterziele handelt, gibt es einige grundlegende Tipps für die Formulierung Ihrer Ziele (siehe auch Do's and Dont's der Zielformulierung):

- Formulieren Sie Ihre Ziele stets positiv.
- Formulieren Sie Ihre Ziele im Präsens, als sei der Zustand bereits erreicht. Das macht sie realer.
- Formulieren Sie Ihre Ziele SMART, also: Spezifisch, Messbar, Attraktiv, Realistisch und Terminiert.

Erst wenn Sie Ihre Ziele festgelegt und formuliert haben, geht es in die Planung der dafür notwendigen Maßnahmen und Aktivitäten sowie zur Festlegung der Indikatoren und Werkzeuge, mit denen Sie den Erfolg Ihrer Ziele messen (siehe dazu die nächste Doppelseite »Strategie«).

Quelle: Engagierte Stadt Handbuch, S. 42-43 ©

Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

MANAGEMENTSTRUKTUREN, DIE FÜR KOOPERATION GEEIGNET IST

Quelle: IU ©
Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

KONKRETE SCHRITTE, TIPPS UND TRICKS

Wie also mit einer Initiative in der eigenen Region anfangen: Egal welchem Träger Sie angehörend:

Handlungsanforderung 1

1. Finden Sie Knotenpunkte, wo Ehrenamtliche sich zusammenfinden.
   - Einen ersten Überblick verschaffen kann man sich beim Verzeichnis der Vereine und Organisationen, das im Rathaus bei verantwortlichen Personen ausliegt. Es sollte also eine Zuständigkeit bestehen, die sich mit Freiwilligen und der Arbeit für Engagement und Beteiligung beschäftigt!
   - Vielleicht gibt es auch schon mehrere Agenturen in der Region, die sich auf Ebene der Region oder des Bundeslands vernetzt sind?!

2. Weg ins Rathaus und in die Politik suchen, um erste Zugänge zur Wirtschaft zu finden, denn: auch Unternehmer sind häufig Gemeinderatsmitglieder!

3. Ankerplätze an denen man Ehrenamtliche trifft als festen Ort der Begegnung schaffen. Zu berücksichtigen ist dabei, dass die Kernarbeiten der Freiwilligenarbeit in der Nachbarschaftshilfe, Jugendhilfe oder in der Kultur liegen. Bei der Auswahl des Raums ist die Wohlfühlatmosphäre für Einzelgespräche und Gruppenarbeit zu beachten. Daher sind Coworking-Spaces mit guter technischer Infrastruktur (Internet, WLAN, Telefon) für den ersten Austausch zu Zielen, Strategie, Selbstverständnis, Struktur etc. zu empfehlen!

Handlungsanforderung 2

KONKRETE SCHRITTE, TIPPS UND TRICKS

4. Auftakt-Meeting: bereits bei der Einladung Gedanken über verbindliche Zusagen einzelner ›Türöffner‹ (also Projektakteure und Multiplikatoren), gemeinsame Problemstellungen, Tonspur und Kommunikation etc.
   z.b. kann das Kick-off als Feier organisiert sein, um das Projekt einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen.
   Aussagen des ersten Treffens sollten sein:
   - Welche Erwartungen bringt jeder mit?
   - Gibt es bereits Vorstellungen über gemeinsame Ziele?
   - Diskussion erster Kernbotschaft, ggf. auch entwickeln eines Slogans
   - Organisieren von Protokollanten, die mittels Themenspeicher später hinzukommende Akteure fürs nächste Treffen auf den Stand bringen

5. Marke entwickeln: ansprechendes Logo zur Engagierten Arbeit inkl. Webseite, Flyern, Poster etc. Das Logo mit dem Zusatz »Mitglied im Netzwerk engagierte Region« kann neue Teilnehmer und Sponsoren überzeugen und auch neue Vereine etc. als Teil einer Community anlocken.

Handlungsanforderung 3

KONKRETE SCHRITTE, TIPPS UND TRICKS

6. Workshops und Webinare: kostenlose und gesponsorte Workshops offline und online zu diversen Themen helfen Mehrwerte erkennbar zu machen und neue Mitglieder anzuwerben.
   Themen könnten sein:
   - »Lokale Wirtschaft gewinnen«
   - »Aufbau einer Anerkennungskultur fürs Ehrenamt«
   - »Öffentlichkeitsarbeit für Engagementnetzwerke« o.Ä.

   Die Workshops und Webinare stehen allen offen, also auch regionalen und überregionalen Netzwerkpartnern.

6. Lern-Tandems etablieren: zwischen Gemeinden und Regionen sowie Experten rekrutieren von Trägern, die sich gemeinsam auf den Weg einer engagierten und strategischen Partnerschaft machen.

8. Vermarktung und Kommunikation: Kommunikationsaktivitäten wie Zeitungsartikel oder Medienkanäle wie Social Media für Veranstaltungshinweise o.Ä. gewinnen. Die konkrete Zielgruppe entscheidet, welche Kommunikationsinstrumente für eine größere Aufmerksamkeit sorgen! Ziel ist für sämtliche potentielle Partner und Teilnehmer sichtbar zu werden! Je origineller und kreativer, desto besser!

DANKE

KONTAKT:

Prof. Dr. rer. pol. Christian Schachtner
Wirtschaft & Management
Studiengangleiter Master Public Management

IU Internationale Hochschule • IU Fernstudium
Kaiserplatz 1 • D-83435 Bad Reichenhall

Mail: christian.schachtner@iu.org