



**Nachbarschaftshilfe und soziale Dienstleistungen
im Programm „Soziales Wohnen – Zuhause im Alter“**

**Treffen der Projekte
21. März 2012**

**Ergebnisse der Gesprächsrunden des interaktiven
Erfahrungsaustauschs (World-Café-Methode)
zu thematischen Fragenstellungen
aus den Projekten**



Thementisch 1: Neue freiwillige Mitarbeiter/innen gewinnen

Impuls 1: Aus der Perspektive von zukünftigen Freiwilligen

- Was macht Ihr Projekt / Ihr Engagementfeld / Ihre Einrichtung attraktiv, sich freiwillig zu engagieren?
- Sammeln Sie bitte gemeinsam Gründe, weshalb Ihre Projekte attraktiv sind und halten Sie diese auf einem Plakat fest.

- Integration ins Team („Verortung“) / Gruppe – Zugehörigkeit – Gemeinschaft
- „etwas bieten“
- offen für neue Ideen
- Begegnung auf Augenhöhe
- Anerkennungskultur
- soweit möglich, Rahmenbedingungen an Ehrenamtliche anpassen
- Klare Vereinbarungen zu Zeit / Inhalt der Tätigkeit (Kontrakt)
- Selbstorganisation / Projektarbeit
- Gestaltungsspielräume
- Transparenz bzgl. der Informationen / Abläufe
- Ehrenamtliche als (öffentliche) Repräsentanten
- Begleitung der Ehrenamtlichen
- Kompetenzmodell
- Persönliches Wachstum ermöglichen
- Ehrenamt als Zukunftsinvestition für einen selbst
- Kompetenzen einbringen u. Neues ausprobieren können
- Passgenaue Einsatzplanung

Thementisch 1: Neue freiwillige Mitarbeiter/innen gewinnen

Impuls 2: Strategien zur Gewinnung neuer Freiwilliger

Es gibt vielfältige Möglichkeiten, um neue Freiwillige zu gewinnen.

- Sammeln Sie bitte gemeinsam möglichst viele Möglichkeiten, wie neue freiwillige Mitarbeiter/innen gewonnen werden können.
- Mit welchen Strategien haben Sie gute Erfahrungen gemacht? Welche haben nicht funktioniert?

- Persönliche Ansprache / Anerkennung
- Soziale, gesellige Angebote für Interessierte
- Über aktuelle / konkrete Angebote
- Überschaubare Aufgaben
- Multiplikatoren > bspw. Wohnungsunternehmen, Pflegedienst
- Projekt öffentlich bekannt machen
- Über Netzwerke werben / aktivieren
- Attraktive Veranstaltungen
- Attraktiver Ort

Thematisch 2: Formen der Öffentlichkeitsarbeit

Impuls 1: Kreative Marketingideen

Sammeln Sie bitte möglichst viele kreative, ungewöhnliche, witzige ... Werbestrategien und Formen, die Sie kennen, die Sie irgendwo gesehen haben oder mit denen Sie bereits gute Erfahrungen gemacht haben (Thema und Anwendungsbereich spielt dabei keine Rolle).

- Verkleidung in der Einkaufszone (Senioren): Überraschungseffekt
- Problematik erlebbar machen (Age-Anzug)
- Rollator
 - Equipment / Zubehör
 - Rallye/ - Umzug
 - Preisverleihung
 - Ersatzteilbörse
- Ü60, Ü70, Ü80, Ü90 – Party
 - Zumba für Senioren
- Der gelobte Flyer
- Werbeaktionen: Backen & Koche
 - als Generationenkochen,
 - als Contest mit Preisverleihung
 - als mobiles Kaffeekränzchen
 - ist ausbaufähig!
- Dokumentation: Video bei YouTube als Werbung nutzen
- Themen und Sprüche der Zeit aufgreifen
 - T-Shirtdruck
 - Einkaufstasche
 - Regenschirm
- Plakataktionen
- Aktionen, wie „Promis“ einbinden als Magnet
- an Aktionen beteiligen, z.B. DM-Drogerie-Markt
- Spendenübergaben / Sponsoring = Außenwirksamkeit
- Originelle Werbeträger (z.B. Weinflasche)
- Ungewöhnliche Kombinationen

Thematisch 2: Formen der Öffentlichkeitsarbeit

Impuls 2: Formen entwickeln

Überlegen Sie bitte gemeinsam für welche Bereiche und mit welchen Zielen in Ihren Projekten Öffentlichkeitsarbeit erforderlich ist und welche Formen dafür geeignet sind. Erstellen Sie bitte auf einem Plakat dazu gemeinsam ein Mindmap.

- Persönliche Kontakte aufbauen / pflegen
- identifikationsstiftend
- Radio / Film
- Zeitungen, Pressespiegel
- Positive Slogans „Ehrenamtliche leben länger“
 - Eigener Gewinn
 - Anerkennung, Image
- Soziale Netzwerke, wie Facebook, im Internet
- Printmedien: Flyer, Plakate
- Präsenz bei Veranstaltungen, Infostand
- Veranstaltungen / Persönliches Ansprache
- Multiplikatoren/-innen
- Pressefrühstück
- Tag der offenen Tür

Thementisch 3: Sponsoren finden und gewinnen

Impuls 1: Das A, B, C der Sponsorengewinnung

Wie finden Sie geeignete Sponsoren für Ihre Projekte? Welche Wege, Formen und Strategien sind dabei hilfreich? Was muss dabei beachtet werden?

Buchstabieren Sie das bitte gemeinsam mit konkreten Begriffen durch!

z.B. **A** → **A**nsprechen von örtlichen Firmen

- A** Angebote machen / Aktionen durchführen
- B** Beziehungen nutzen
- C** Corporate Identity
- D** Dauerhaftigkeit anstreben / Dank
- E** Erfolge transparent machen / Emotionen wecken
- F** Fördererbindung
- G** Gemeinsame Nenner finden
- H** Horrende Summen annehmen
- I** Interesse wecken / Identifikation herstellen
- J** Jede passende Gelegenheit zur Partnerschaft nutzen
- K** Kontinuierliche Sponsorenpflege / Kontakt / Kommunikation
- L** Langfristigkeit anstreben
- M** Multiplikatoren
- N** Nutzen für beide Seiten
- O** Ohren offenhalten
- P** Prominente ansprechen / Persönlichkeiten für uns gewinnen /
PR-Aktionen veranstalten

- Q** Qualität nach außen zeigen
- R** Recherche
- S** Sponsorenessen / Stifter-helfen.de (EDV) / Signalwirkung
Stammkunden ansprechen
- T** Transparenz über das Projekt / Timing
- U** Unternehmungsk Kooperationen
- V** Volle Kassen / Veranstaltungen / Vertrag schließen / „verführen“
- W** Win-Win-Situationen herstellen / Warum + Wie
- X** Xing (Vernetzung im Internet)
- Y** YouTube
- Z** zeigen, was wir können / Zusammenarbeit auf gleicher Augenhöhe
- Ä** Ärger meiden
- Ö** Öffentlichkeitsarbeit
- Ü** Üben / Überholen mit guten Ideen

Thementisch 3: Sponsoren finden und gewinnen

Impuls 2: Erfolgsgeschichten mit Sponsoring

Sammeln Sie gemeinsam aus Ihrem Erfahrungsschatz „kleine und größere Erfolgsgeschichten“, wie es Ihnen gelungen ist, Sponsoren zu finden und zu gewinnen und halten Sie diese stichwortartig auf einem Plakat fest.

- Partner aus der lokalen Ökonomie -> CSR
- Partner mit Interesse an der eigenen Zielgruppe
- thematische Interessen des potentiellen Sponsors an der Zielgruppe beachten
- Interessante Werbeflächen bieten
- Gemeinsame Interessen finden und benennen, warum ist das Sponsoring meiner Idee genau ein Gewinn für den Sponsor? Bsp.: Aufwertung des Quartiers durch Nachbarschaftsarbeit -> Wohnungsbau
- Persönliche Interessen und Beziehungen der Sponsoren
- Aus Sicht der Sponsoren denken: Interessen / Imagegewinn
 - dabei die eigenen Prioritäten, Passung zum Sponsor nicht vergessen
 - ggf. eigene Zielgruppe / Image schützen

Thementisch 4: Zusammenarbeit hauptamtliche und ehrenamtliche Mitarbeiter/innen (1)

Impuls: Aufgaben und Rollen der Haupt- und Ehrenamtlichen im Projekt

- Welche Aufgaben sollen/ werden von den hauptamtlichen Mitarbeiter/innen wahrgenommen?
- Welche Tätigkeiten sollen bzw. umfassen das Engagement der Ehrenamtlichen?
- Listen Sie bitte die Tätigkeiten der haupt- und ehrenamtlichen in der vorbereiteten Tabelle auf und tauschen Sie sich über die Gemeinsamkeiten und die Unterschiede aus.

Hauptamtliche	Ehrenamtliche
Koordination / Leitung	Leitung / Organisation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cafe / Freizeitangebote... ▪ von Einzelaufgaben
Ideen „sammeln“ -> Projektentwicklung	Einbringen von persönlichen Fähigkeiten und Neigungen
Verantwortlichkeiten festlegen <ul style="list-style-type: none"> ▪ wer, was, wann ▪ mit Ehrenamtlichen 	Multiplikatoren
Öffentlichkeitsarbeit	auf zeitliche Begrenzung achten
(rechtliche) Rahmenbedingungen	
Finanzierung eruieren und sicherstellen	
Qualifizierung der Ehrenamtlichen	
„Runde Tische“ für Ehrenamtliche	

Gemeinsamkeiten des Haupt- u. Ehrenamtes

- Ziele entwickeln und festlegen
- Nachhaltigkeit
- Koordination
- Leitung
- gemeinsames Ziele (Talent)
- umsetzen, gemeinsam planen
- Konzeptentwicklung
- Anerkennungskultur
- regelmäßiger Austausch (Gespräche, neue Medien)
- Vertrauensvorschuss
- Augenhöhe begegnen
- Pflichten / Rechte aufzeigen

Unterschiede des Haupt- u. Ehrenamtes

- Zeitrahmen
- Bezahlung / Aufwandsentschädigung
- Verantwortung

Thema Regeln

These: Alte Regeln sind innovationsfeindlich.

Was verhindert ehrenamtliche Tätigkeiten?

1. Nichtversicherung, wenn ich jemand zum Arzt fahre, könnte speziell versichert werden
2. Regelmäßigkeit als Problem für Ehrenamtliche. Bsp. Freibad -> zeitliche Bindung ist ungünstig. Ehrenamtliche wollen Freiheit.
3. Regeln der Pflege - Abgrenzung, Haftung, Rechtliches: z.B. Nachbar darf nicht geholfen werden
4. Bürokratie schreckt Ehrenamtliche ab

Thementisch 5: Zusammenarbeit hauptamtliche und ehrenamtliche Mitarbeiter/innen (2)

Impuls: Gegenseitige Wünsche

- Erstellen Sie bitte eine Wunschliste „Die 10 wichtigsten Wünsche Ehrenamtlicher“, wenn es um die Zusammenarbeit mit Hauptamtlichen geht.
- Erstellen Sie bitte eine Wunschliste „Die 10 wichtigsten Wünsche Hauptamtlicher“, wenn es um die Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen geht.

Ehrenamtliche wünschen sich...

- Anerkennung
- Freiräume
- Entscheidungsspielraum
- Transparenz
- „Augenhöhe“
- Partizipation
- Wahl des Einsatzfeldes
- Planungssicherheit
- Versicherungsschutz

Hauptamtliche wünschen sich...

- Zuverlässigkeit
- Planungssicherheit
- Klare Aufgabenbeschreibung der Ehrenamtlichen
- Anerkennung von Verantwortlichkeiten

Thementisch 6: Zusammenarbeit im Projekt

Impuls: Erfolgskriterien

- Sammeln Sie bitte gemeinsam möglichst viele Erfolgskriterien, wie die Kooperation innerhalb des Projektes und innerhalb der Organisation besonders gut gelingt.
- Legen Sie bitte im zweiten Schritt eine Rangfolge fest.

- professionelles Projektmanagement
- Zielgruppe (= Kooperationspartner)
- Transparenz
- Budgetkontrolle
- Interessen herausarbeiten, deklarieren und in Zielsetzung integrieren; Erfolg zählt für alle
- freigegebenes Budget
- Abstimmung Ehrenamt/Hauptamt
- Setzen von Meilensteinen
- Klare Aufgabenverteilung
- Reflexion von Teilzielen
- Offene Kommunikation

Thementisch 7: Netzwerkarbeit

Impuls 1: Aufbau von Netzwerken

Welche Schritte sind beim Aufbau von Netzwerken wichtig, bzw. was ist dabei zu beachten?

- Klare Ziele für das Netzwerk formulieren
- möglichst offen formulieren
- Neue festlegen
- Will ich ein Netzwerk oder eine Kooperation?
- Win-Win-Situation schaffen / gleichberechtigte Partner
- Moderation oder Führung ist erforderlich
- Transparenz
- persönliche Kontakte
- Ziele überprüfen, neue Ziele festlegen
- Glaubwürdigkeit
- mehrere Anlaufstellen
- allseits bekannte Regeln / Ansatzpunkte
- „Chefsache“
- Interessenten in Netzwerkbeziehungen einbeziehen, um Störungen von außen zu minimieren
- Verbündete in anderen „Systemen“ suchen (Schule, Vereine, Behörden), Gemeinsamkeiten finden
- Ressourcenaustausch (Koordination)
- gezielte Öffentlichkeitsarbeit

Thementisch 7: Netzwerkarbeit

Impuls 2: Kopfstand: Was verhindert gute Netzwerkarbeit?

Sammeln Sie bitte die 10 besten Strategien, die eine Vernetzung mit den Akteuren und Kooperationspartnern am effektivsten verhindern.

- Hierarchie aufbauen
- Führer mit starker Hand
- Platzhirsch in Gremien
- Themensetzung von „oben“
- ungeklärte Koordination / Zuständigkeiten / Verantwortung
- vorhandene Netze übergehen
- parallele Strukturen aufbauen
- Schmusekurs mit der Umgebung
- unmoderierte Gesprächsrunden
- Institutionen dominieren
- Konkurrenz der Beteiligten schüren
- allgemeine Ziele ohne Konkretes
- pauschale Schlagworte nutzen
- Instrumentalisierung von Bewohnergruppen
- Betroffene ausschließen

Thementisch 8: Zielgruppen

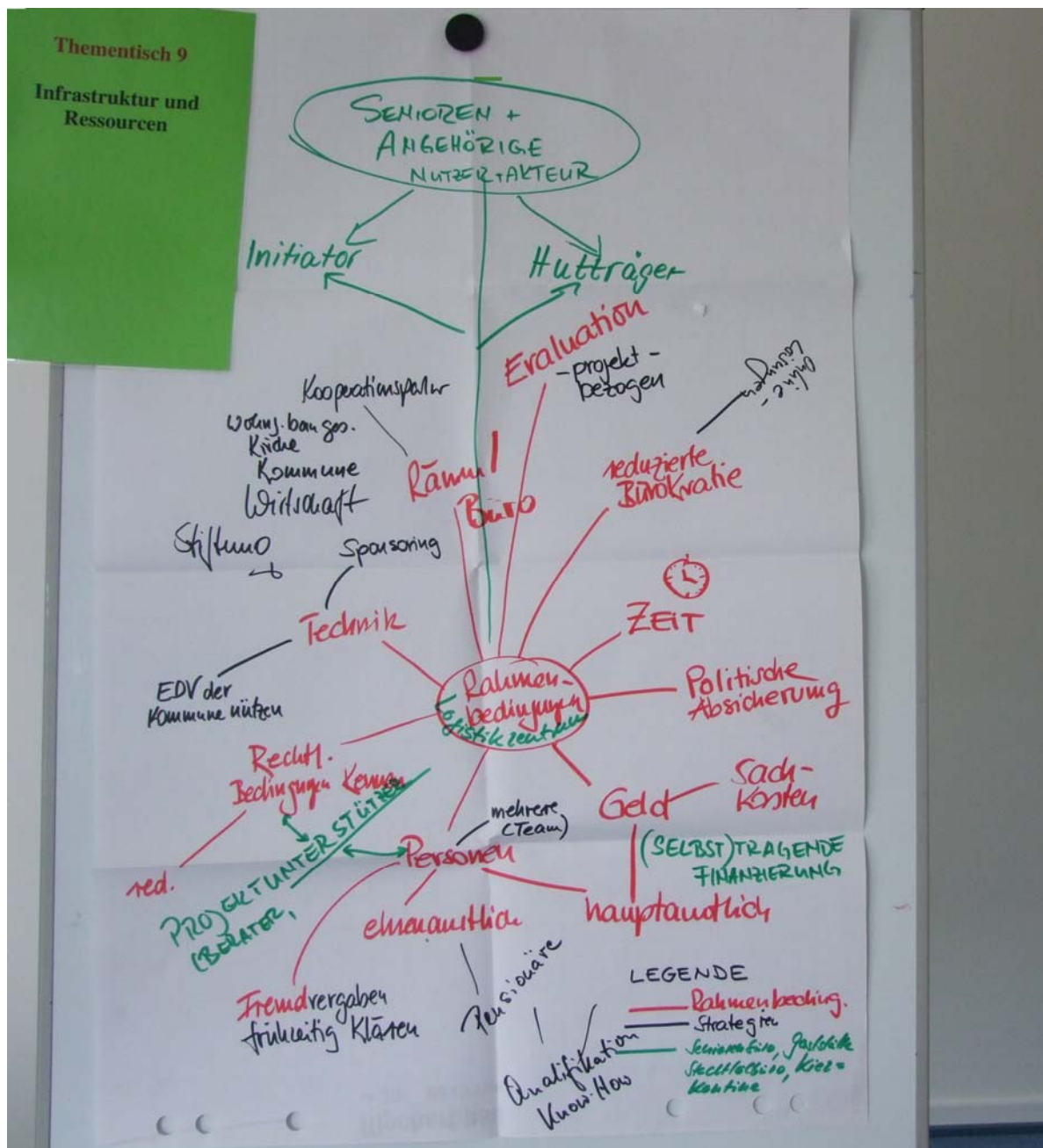
Impuls: Bedürfnisse und Wünsche der unterschiedlichen Zielgruppen

- Welche Zielgruppe(n) möchten Sie mit Ihren Projekten erreichen. Tauschen Sie sich aus und halten Sie die verschiedenen Zielgruppen auf einem Plakat fest.
 - Was glauben Sie, finden Ihre Zielgruppen an Ihrem Projekt besonders interessant und ansprechend?
 - Welche Möglichkeiten kennen Sie, die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Zielgruppen zu ermitteln?
-
- Menschen im Stadtteil (alters- u. kulturübergreifend)
 - nicht mehr mobile (Senioren)
 - Hilfesuchende und Helfer/innen
 - Multiplikatoren
 - Kooperationsstelle, Kooperationspartner
 - Dienstleister
 - Stadtteil-Institutionen
-
- Blick auf den ganzen Stadtteil = alle sind Zielgruppe
 - Lebenlagen-, generations- und kulturenübergreifend
 - aktiv steuern
 - Zuzüge u. Wegzüge steuern
 - Besonderer Fokus auf randständige alte Menschen
-
- methodenoffene Quartiersarbeit „Trüffelschwein“
 - Stadtteilrundgang
 - Stadtteilkonferenz
 - Umfragen
 - Infomaterialien über Kooperationspartner an potentiell Interessierte streuen
 - Rahmenbedingungen schaffen, in denen sich Menschen austauschen und Ideen entwickeln
 - Informationen über „was bereits passiert / geht“
 - Persönliche Kontakte zu Helfern / Hilfesuchenden

Thematisch 9: Infrastruktur und Ressourcen

Impuls: Rahmenbedingungen

- Was braucht es an Infrastruktur und Ressourcen, damit die Projekte erfolgreich laufen können?
- Mit welchen Strategien können wir dies am besten erreichen?
- Erstellen Sie bitte gemeinsam eine Sammlung der erforderlichen Rahmenbedingungen und möglicher Wege, diese zu schaffen und halten diese stichwortartig auf dem Plakat fest.



Thementisch 10: Projektstart

Impuls: Die 10 beliebtesten Fettnäpfchen zum Projektstart

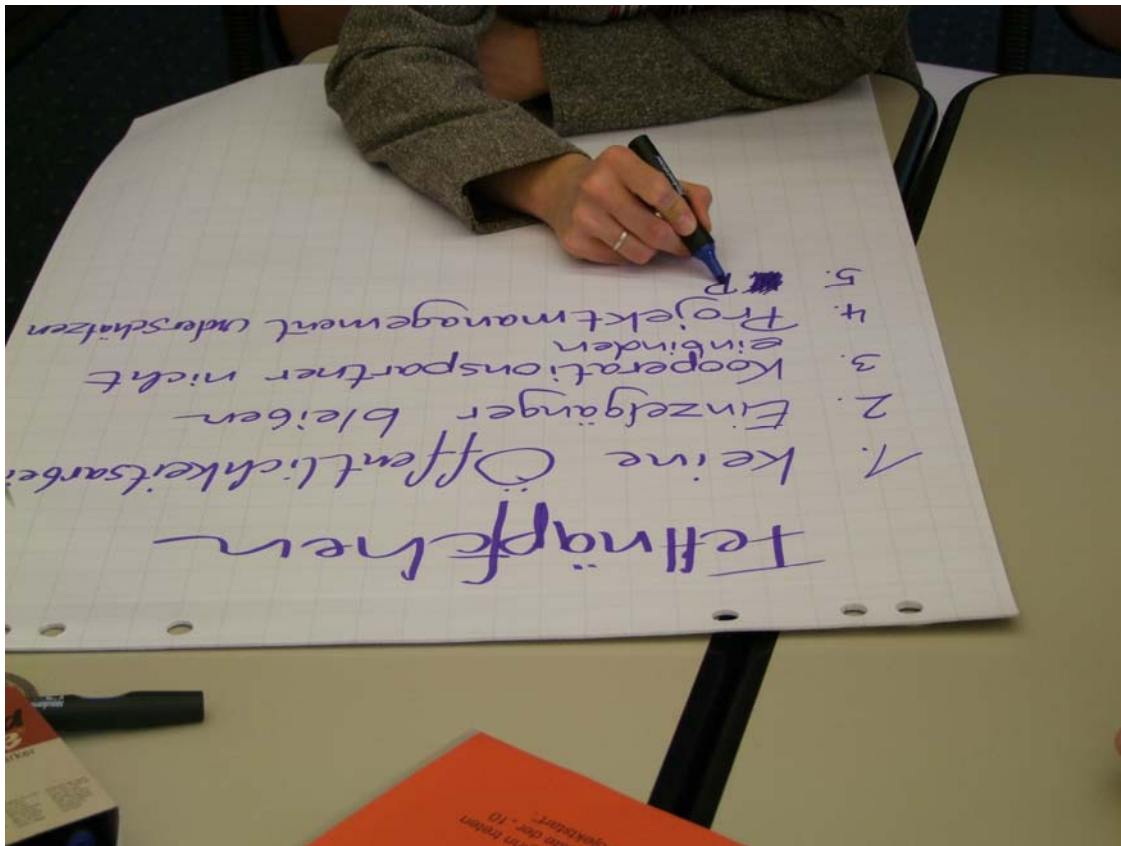
- Der Projektstart hat eine wichtige Signalwirkung auf den weiteren Projektverlauf. Was ist Ihnen aufgrund Ihrer Erfahrungen mit Anfangssituationen in Projekten besonders wichtig?
- Sammeln Sie gemeinsam möglichst viele „Fettnäpfchen“, in die man zu Projektbeginn treten kann und erstellen Sie daraus eine Liste der „10 beliebtesten Fettnäpfchen zum Projektstart“.

Stadtentwicklungsstrategie

1. Zeitl. Rahmen / Verantwortlichkeiten nicht festlegen: Projektsteuerung / -begleitung fehlt
2. Förderantrag und Bedarfsanalyse versäumt
3. Projektbeginn vor Förderung und Bewilligung; Fördersumme falsch verwendet
4. Bei Projektbeginn keine Schlüsselpersonen und Schlüsselinstitutionen vergessen
5. Keine Partizipation
6. Fehlende Zieldefinition
7. Fehlende Meilenstein in der Projektentwicklung
8. Unzureichende Öffentlichkeitsarbeit
9. Fehlende Transparenz / Information / Motivation / Identität
10. Konkurrenz unterschätzt, Marktanalyse
11. Mitarbeiter/-innen von anderen abwerben; qualifizierte Personalaquise
12. Unkenntnis von Rahmenbedingungen (örtlich und rechtlich)
13. Falsche Multiplikatoren / gewinnen
14. Finanzierungsmöglichkeiten nicht klären
15. Projektpartner nicht analysieren und nicht gewinnen

2. Variante

1. Keine Öffentlichkeitsarbeit
2. Einzelgänger bleiben
3. Kooperationspartner nicht einbinden
4. Projektmanagement unterschätzen
5. Politische Entscheidungsträger ignorieren
6. Eigeninteressen in den Vordergrund stellen
7. mangelnde Wertschätzung involvierter Personen
8. Ressourcen (personell, finanziell, zeitlich) überschätzen
9. Nachhaltigkeitsaspekt vernachlässigen
10. Keinen Mut und keine Visionen



Kuratorium
Deutsche Altershilfe



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Zusammenstellung der Ergebnisse:

Stefan Richter und Annette Scholl, Kuratorium Deutsche Altershilfe

Fotos: Daniel Hoffmann, Kuratorium Deutsche Altershilfe

29. März 2012