Treffpunkt Freiburg e.V.
Schwabentorring 2, 79098 Freiburg
Tel.: 0761/ 21 687-30 | Fax: -32
info@treffpunkt-freiburg.de | www.treffpunkt-freiburg.de

Haus des Engagements
Rehlingstraße 9, 79100 Freiburg
info@haus-des-engagements.de | www.haus-des-engagements.de

Was brauchen die Ehrenamtlichen?

Umfrage zum Unterstützungsbedarf des bürgerschaftlichen Engagements in Freiburg 2020/2021

– ENTWURF –

Stand 18.07.22

Mit Unterstützung durch:

Impressum

Herausgeber:
Treffpunkt Freiburg e.V.
Schwabentorring 2, 79098 Freiburg
Tel.: 0761/ 21 687-30 | Fax: -32
info@treffpunkt-freiburg.de | www.treffpunkt-freiburg.de

Autoren: Prof. Dr. Wolfgang Roth und Franz-Albert Heimer
unter Mitwirkung von Martin Badura und Magdalena Langer

Freiburg, Juli 2022

Foto-Hinweise: …
Titelfoto (Quelle)

Arbeitsvermerke

Diese Fassung enthält nun die Ergebnisse von fast allen Fragen (bis auf 2 reine Abgleich-/Ergänzungsfragen).

Nächste Schritte:

- **Auswahl der Daten – Entwurf erledigt**
- **Präsentation der Daten – Entwurf erledigt**
- **Interpretation der Daten – Entwurf erledigt**
- **Schlussfolgerungen schreiben – Entwurf erledigt**
- **Einleitung schreiben – Entwurf erledigt**

- **Foto-Rechte erfragen**
- **Verlinkung vervollständigen**
- **Grußworte anfragen**
- **Letztes Korrekturlesen**
- **Layout/ Gestaltung optimieren**

Inhaltsverzeichnis

Vorwort Redaktion/ Vorstand....5
Grußwort BM Kirchbach....5
Grußwort Prof. Paul-Stefan Roß....5
Zusammenfassung....6
1 Einführung....8
1.1. Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements....8
1.2. Bedeutung der Unterstützung des Engagements....14
1.3. Zweck der Umfrage....15
1.4. Aufbau und Methodik der Umfrage....16
1.5. Mitwirkende und Unterstützende....17
2 Ergebnisse der Umfrage....18
2.1. Allgemeines....18
2.1.1. Namen und Engagementbereich....18
2.1.2. Rechtsform....25
2.1.3. Zielerreichung....27
2.2. Infrastruktur (Räume/Technik)....28
2.2.1. Bisherige Raumnutzung....28
2.2.2. Raumbedarf....33
2.2.3. Raumbedarf nach Nutzungsart....34
2.2.4. Anforderungen an Räume....38
2.3. Information....43
2.3.1. Zugangswege von Engagementinteressierten....43
2.3.2. Bisherige Informationsinteressen....44
2.3.3. Aktueller Informationsbedarf....46
2.4. Öffentlichkeitsarbeit....48
2.4.1. Derzeitige öffentliche Sichtbarkeit....48
2.4.2. Derzeit verwendete Mittel der Öffentlichkeitsarbeit....49
2.4.3. Bedeutung Sozialer Medien für die Engagierten....50
2.4.4. Hemmnisse für die Nutzung sozialer Medien....52
2.4.5. Unterstützungsbedarf bei Öffentlichkeitsarbeit....53
2.5. Personelle Unterstützung....55
2.5.1. Mitgliederzahl....55
2.5.2. Zahl der Engagierten....56
2.5.3. Bedarf an personeller Unterstützung....57
2.6. Finanzielle Unterstützung....60
2.6.1. Derzeitige Finanzierungsquellen....60
2.6.2. Bedarf an finanzieller Unterstützung....61
2.7. Anerkennung/ Würdigung....64
2.7.1. Derzeitige Würdigung des Engagements....64
2.7.2. Geeignete Formen der Anerkennung....65
2.8. Vernetzung....66
2.8.1. Derzeitige Vernetzungsintensität....66
2.8.2. Mehr Vernetzung?....69

2.8.3. Gewünschter Vernetzungszweck....70
2.8.4. Gewünschte Vernetzungsformen....70
2.9. Zielgruppenengagement....73
2.9.1. Bedarf an weiteren Engagierten....73
2.9.2. Zahl der gewünschten Ehrenamtlichen....74
2.9.3. Gewünschte Altersgruppen....75
2.9.4. Gewünschte Bevölkerungsgruppen....76
2.10. Bürgerbeteiligung....79
2.10.1. Bedeutung von Bürgerbeteiligung....79
2.10.2. Mehr Bürgerbeteiligung?....82
2.11. Strategisches/ Engagementpolitik....84
2.11.1. Mitwirkungsinteresse an Freiburger Engagementdialog....84
2.11.2. Gestaltungswünsche an Freiburger Engagementdialog....86
2.12. Corona-Folgen....87
2.12.1. Einschränkungen der Vereinsarbeit....87
2.12.2. Vermutete künftige Änderungen....89
2.12.3. Vermutete finanzielle Langzeitfolgen....92
3 Schlussfolgerungen aus der Umfrage: Ideenspeicher....94
3.1. Infrastruktur (Räume/Technik)....96
3.2. Information....99
3.3. Öffentlichkeitsarbeit....105
3.4. Personelle Unterstützung....107
3.5. Finanzielle Unterstützung....108
3.6. Anerkennung/Würdigung....109
3.7. Vernetzung....111
3.8. Zielgruppenengagement....112
3.9. Bürgerbeteiligung....115
3.10. Strategisches/ Engagementpolitik....117

Vorwort Redaktion/ Vorstand

der Redaktion/ des Vorstands Treffpunkt Freiburg e.V.

Grußwort BM Kirchbach

Erster Bürgermeister Ulrich von Kirchbach, Schirmherr der Umfrage

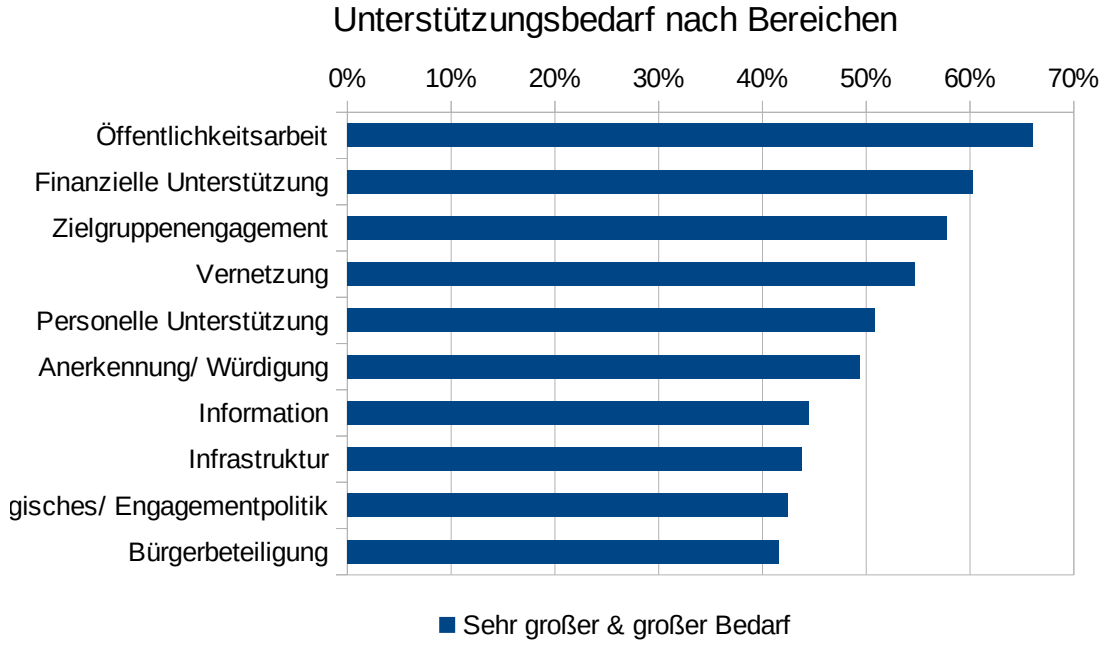
Grußwort Prof. Paul-Stefan Roß

Der Mitgründer des Treffpunkt Freiburg Prof. Dr. Paul-Stefan Roß, Duale Hochschule Stuttgart/Ludwigsburg, Landesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement Baden-Württemberg

Zusammenfassung

(wird als nach den folgenden Kapiteln ausformuliert)

Der Umfrage liegt eine Unterscheidung von 10 Bedarfsbereichen der Engagierten zugrunde. Wir baten die Teilnehmenden um eine Priorisierung: in welchen Bedarfsbereich ist ihr Unterstützungsbedarf am größten? Die Öffentlichkeitsarbeit war mit Abstand an Platz 1, zwei Drittel der Befragten Organisationen legten hierauf den größten Wert. Auf Platz 2 und 3 stehen die finanzielle Unterstützung und das Engagement bestimmter Zielgruppen.



Bedarfsbereich	Sehr großer & großer Bedarf	Sehr großer Bedarf	Großer Bedarf	Wenig Bedarf	Kein Bedarf
Öffentlichkeitsarbeit	66,09 %	14,94 %	51,15 %	25,29 %	8,62 %
Finanzielle Unterstützung	60,24 %	26,32 %	33,92 %	29,24 %	10,53 %
Zielgruppenengagement	57,72 %	19,43 %	38,29 %	28,00 %	14,29 %
Vernetzung	54,65 %	9,88 %	44,77 %	40,70 %	4,65 %
Personelle Unterstützung	50,88 %	14,04 %	36,84 %	37,43 %	11,70 %
Anerkennung/ Würdigung	49,42 %	12,64 %	36,78 %	40,80 %	9,77 %
Information	44,45 %	7,02 %	37,43 %	46,20 %	9,36 %
Infrastruktur	43,75 %	17,61 %	26,14 %	39,20 %	17,05 %
Strategisches/ Engagementpolitik	42,45 %	10,47 %	31,98 %	36,63 %	20,93 %
Bürgerbeteiligung	41,62 %	9,25 %	32,37 %	35,26 %	23,12 %

Der Unterstützungsbedarf

(Kurze zusammenfassende Aussagen zu den einzelnen Bedarfsbereichen:)

Räume: …

Information: …

Öffentlichkeitsarbeit: …

Die Schlußfolgerungen

Räume: …

Information: …

Öffentlichkeitsarbeit: …

1 Einführung

(wird als nach den folgenden Kapiteln ausformuliert)

1.1. Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements

Kaum jemandem muss man noch sagen, dass bürgerschaftliches Engagement wichtig für die Gesellschaft ist. Aber über das Ausmaß seiner Bedeutung mag es noch einige wichtige Dinge zu sagen geben. Darüber gibt es viele Studien; vieles ist in den Berichten des Bundestags-Unterausschusses zum Bürgerschaftlichen Engagement festgehalten. Im folgenden sind einige wichtige Eckpunkte festgehalten, die für das Verständnis der Umfrage wichtig sind.

Bürgerschaftliches Engagement ist nach der bekanntesten Definition

- freiwillig – das Selbstbestimmte ist hierbei entscheidend
- nicht auf materiellen Gewinn gerichtet – auch wenn es mal Aufwandsentschädigungen geben kann
- auf das Gemeinwohl gerichtet – zumindest in Teilen; damit ist vereinbar, dass es auch selbstbezogene Interessen haben kann, z.B. in der Selbsthilfe
- öffentlich
- in der Regel gemeinschaftlich – obwohl es auch mal individuelles Engagement gibt

Für Bürgerschaftliches Engagement werden je nach „Dialekt" auch andere Begriffe verwendet, am häufigsten „Ehrenamt", aber auch „Freiwilligenarbeit" oder freiwilliges Engagement. Für die Zwecke dieser Umfrage haben wir die Begriffe synonym verwendet.

Zivilgesellschaft: Für die Zwecke dieser Umfragen beschränken wir uns auf eine einfache Definition von Zivilgesellschaft: der gesellschaftliche Bereich, der nicht Wirtschaft, nicht Staat und nicht Privates ist – sondern der, in dem Menschen sich freiwillig zusammenschließen, um gemeinsam Probleme anzugehen, die keiner der anderen Sektoren löst bzw. nicht alleine lösen kann. In diesem Bereich findet das meiste bürgerschaftliche Engagement statt, wobei es auch in der Wirtschaft (unternehmerisches bürgerschaftliches Engagement) oder in staatlichen Institutionen (z.B. ehrenamtliche Schöffen) vorkommt. Natürlich gibt es in der Zivilgesellschaft neben den Ehrenamtlichen auch eine erhebliche Zahl an Hauptamtlichen.

Engagementquote: Die Zahl der bürgerschaftlich engagierten Menschen in Deutschland setzt der Freiwilligensurvey von 2009 bei etwa 36% der

BürgerInnen ab 14 Jahren an, der Engagementatlas 2009, der etwas anders fragt, kommt auf etwa 34% der BürgerInnen ab 16 Jahren.

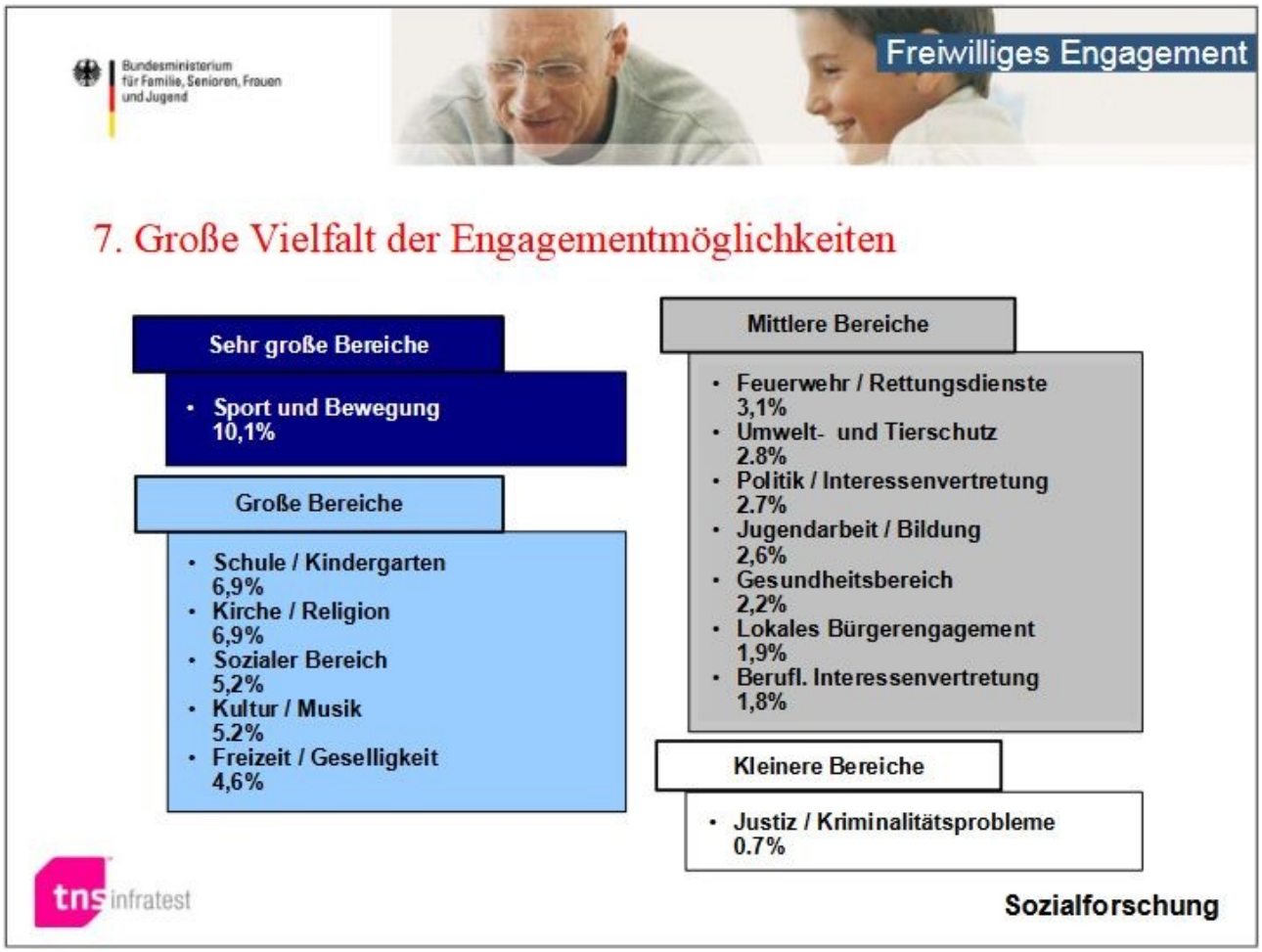
Engagementpotential: Der Anteil der Menschen, die noch nicht engagiert, aber zu einem Engagement bereit sind, sieht der Freiwilligensurvey 2009 bei 11% (bestimmt bereit) und 26% (eventuell bereit) der Menschen ab 14 Jahren, das Engagementpotential betrug also mit 37% noch einmal so viel wie die Engagementquote.

Engagementmotive: der Freiwilligensurvey 2009 unterscheidet verschiedene Motiv-Schwerpunkte, zusammengefasst:

- Solidarität: anderen Menschen helfen und zum Gemeinwohl beitragen, die Gesellschaft mitgestalten
- Geselligkeit: mit Menschen zusammenkommen
- Selbstwirksamkeit: die eigenen Kompetenzen einsetzen und Selbstwirksamkeit erfahren können
- Gestaltungsfreiheit: Spielraum für eigene Entscheidungen haben
- Lernen: neue Kompetenzen erwerben
- Karriere: auch beruflich weiterkommen
- Sozialkapital: Kontakte knüpfen und Ansehen erwerben, Anerkennung erhalten
- Interessenvertretung: im Engagement die eigenen Interessen vertreten können

Das häufig genannte Motiv „Spaß haben" ist hier nicht aufgeführt, da es sich hierbei (wie auch bei Kategorien wie „Zeit haben" oder „Raum haben") um eine Sammelkategorie handelt, in der sich viele, auch unterschiedliche, Motive ausdrücken.

Engagementbereiche: Je nach Bereich gibt es sehr unterschiedliche Zahl an Engagierten



Engagement soziodemographisch: Das Engagement verteilt sich unterschiedlich nach Geschlechtern, Altersgruppen, Bildungsstand, Einkommen und Erwerbsstatus. Männer engagieren sich mit 40% etwas mehr als Frauen (32%), die Altersgruppe zwischen 30 und 55 mehr als die anderen (wobei die Bedeutung des Engagements von SeniorInnen mit dem demographischen Wandel ansteigt). Mit dem Bildungsstand steigt das Engagement, und der Erwerbsstatus spielt eine große Rolle: Arbeitslose Menschen engagieren sich deutlich weniger.

Engagementmilieus: Diese demographischen Unterscheidungen sind interessant, reichen aber bei weitem nicht aus, um das Engagement zu verstehen. Denn Menschen mit den gleichen soziodemographischen Merkmalen können deutlich unterschiedliche Werte, Lebensstile, Konsumgewohnheiten, politische Vorlieben und eben auch Engagementbereitschaften haben. Bei allen bisher genannten Eckwerten ist eine Unterscheidung nach sozialem Milieu notwendig, um ein realistisches Bild zu erhalten. Das ist eine der Schlüsselinformationen sowohl für zivilgesellschaftliche Organisationen, die Unterstützung für ihre Anliegen suchen (neue Engagierte, Kooperationspartner, öffentliche Sichtbarkeit, finanzielle oder politische Unterstützung) als auch für

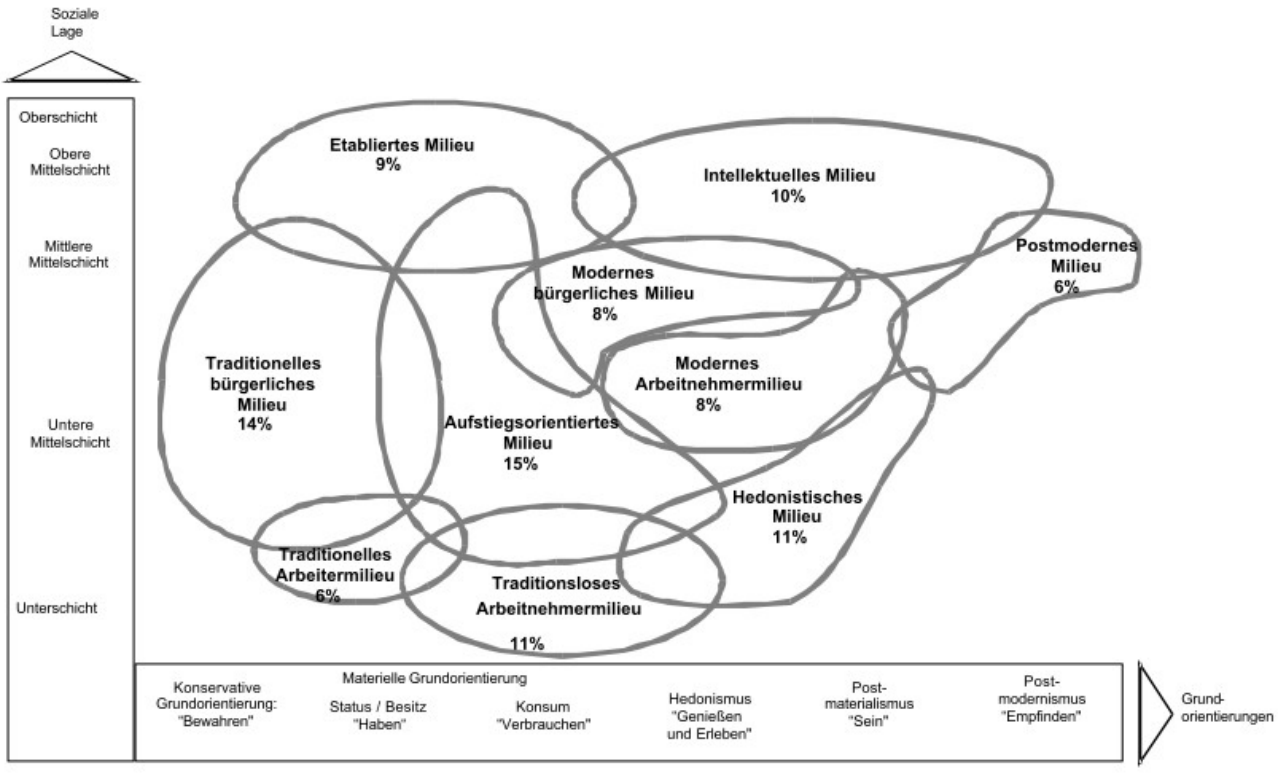
die Engagementförderung, die verstehen will, mit welchen Unterstützungsangeboten und welchen Kommunikationskanälen (und -stilen) sie ihre Zielgruppen wirksam erreichen kann. Es braucht allerdings ein Mindestmaß an Ressourcen, um mit diesem Ansatz arbeiten zu können (mehr).

Es gibt verschiedene Modelle, diese „Sozialen Milieus" oder „Lebensstilgruppen" zu beschreiben. Es ist hier nicht der Platz, diese Ansätze im Detail vorzustellen, zwei kurze Beispiele müssen genügen.

Zunächst zeigt eine im Auftrag des Landes Baden-Württemberg erstellte Studie „Lebenswelt und Bürgerschaftliches Engagement" des SIGMA-Instituts von 2000, dass manche Milieus deutlich mehr als andere zu einem Engagement bereit sind. Diese Milieus sind in relativ rascher Entwicklung, so dass die Grafik als Anhaltspunkt, nicht als aktuelle Information zu verstehen ist.

Die darauf folgende Tabelle entstammt der Studie „Soziale Milieus als Zielgruppen in der Engagementförderung, einer Auswertung von Daten des SINUS-Instituts und dessen Milieumodell von 2008. Sie zeigt, welche Milieus für welche Art von Engagement grundsätzlich zu gewinnen sind.

Die Sozialen Milieus in Deutschland 2000



(Quelle: ...

Zielgruppen für Engagement und Beteiligung in den sozialen Milieus

	Leitmilieus			Traditionelle Milieus			Mainstream-Milieus		Hedonistische Milieus	
	ETB	PMA	PER	KON	TRA	DDR	BÜM	MAT	EXP	HED
Kontinuierliches Engagement	●	●●		●●	●	●●	●			
Übernahme von Ämtern, Gremienarbeit	●●	●●	●	●●		●	●			
Projektartiges Engagement	●	●●	●●				●		●●	●
Mitgliedschaft und Spenden	●●	●●	●	●●	●		●			
Teilnahme an Beteiligungsverfahren	●	●●		●●	○	●●	●	○	●	

Erläuterungen
●● besonders geeignet, da große Offenheit und Bereitschaft zu Engagement und Beteiligung vorhanden
● auch noch geeignet, da grundsätzliche Offenheit vorhanden
○ geringe Offenheit, aber wichtige Zielgruppe

(Quelle: ...

Gesellschaftliche Leistungen:

Problemerkennung: Bürgerschaftlich Engagierte können Seismografen der Gesellschaft sein: sie greifen Probleme und sich ankündigende Entwicklungen auf, lange bevor sie von der Politik und großen Institutionen als bedeutsam erkannt oder gar gestaltet werden können. Sie greifen „Liegengebliebenes" auf, seien es ökologische, soziale oder gesundheitliche Probleme.

Innovationen: Aufgrund ihrer Flexibilität und Unabhängigkeit von vorgegebenen Verwaltungsroutinen lassen sich in kleinen Initiativen/ Vereinen vielfach Modelle entwickeln und ausprobieren, auf die größere Institutionen aufbauen können.

Vielseitigkeit: Während Behörden in der Regel streng nach Ressortgrenzen von Zuständigkeiten arbeiten, arbeiten Initiativen/ Vereine häufig eher querschnittsartig und gehen Probleme umfassender an. Beispielsweise ist es in der Versorgung von Flüchtlingen nicht hilfreich, orientierungslose Ankömmlinge von einer Behörde zur nächsten zu schicken – es braucht eine Ansprechperson, die das alles koordiniert und begleitet.

Flexibilität: Bürgerschaftliches Engagement reagiert flexibel auf Krisen und Herausforderungen. Über längere Perioden trotz hohen Engagements eher im Hintergrund, wird in Krisenzeiten sprunghaft das bisherige und spontanes

zusätzliches Engagement sichtbar und wirkmächtig, so daß die staatlichen Institutionen, die auf den Normalfall eingestellt sind, unterstützt werden können und nicht über die Belastungsgrenzen geraten.

Kompetenzgewinne: Bürgerschaftliches Engagement ist ein wesentlicher Ort für das seit Jahren aufmerksamer betrachtete „informelle Lernen" jenseits von Institutionen. Hier werden Kenntnisse und Fähigkeiten ausgebaut, die für die gesellschaftliche Teilhabe, aber auch für die berufliche Entwicklung hilfreich sind.

Gesundheit: Die Erfahrung von Selbstwirksamkeit wird von manchen als „Antidepressivum" bezeichnet, auch trägt gemeinsames Engagement mit seinem Geselligkeitsaspekt zum Abbau von Isolation bei. Das ist für alle Generationen wichtig, aber insbesondere für SeniorInnen, die dadurch ihre Lebenserfahrung und Kompetenzen weiter nutzen und weitergeben können. So bleiben sie geistig und körperlich länger fit, da sie gefordert und durch die Ideen der Jüngeren herausgefordert werden und beweglich bleiben. Das entlastet das Gesundheitssystem.

Demokratie: Bürgerschaftliches Engagement ist ein Pfeiler unserer repräsentativen Demokratie. Während staatliche Behörden mit strenger Hierarchie, Zuständigkeitsgrenzen und Routinen arbeiten, die Wirtschaft in der Regel an der Gewinnerzielung orientiert ist, ist die Zusammenarbeit in der Zivilgesellschaft tendenziell an demokratischen Regeln ausgerichtet. Hier wird im Kleinen Eigeninitiative und Demokratie gelebt und gelernt, auch wenn es im Einzelfall auch antidemokratisches Engagement gibt. Bereits das Vorhandensein und die Spielräume des zivilgesellschaftlichen Sektors sind ein Indikator für den Demokratisierungsstand einer Gesellschaft.

Volkswirtschaftliche Aspekte: Die Volkswirtschaftslehre ordnet den vier o.g. gesellschaftlichen Bereichen eigene Kalkulationen ihrer wirtschaftlichen Leistungen zu – die Eigen-, Staats- und Marktproduktion, zu denen als viertes die wirtschaftlich messbaren Leistungen des zivilgesellschaftlichen Sektors bzw. des bürgerschaftlichen Engagements treten. Der Engagementatlas 2009 geht von einem durchschnittlichen ehrenamtlichen Einsatz von monatlich 16,2 Stunden pro engagiertem Mensch aus. In der Summe aller Engagierten kommt die Studie für 2009 auf 4,6 Milliarden ehrenamtliche Arbeitsstunden pro Jahr in Deutschland. Das waren etwa 7,5% der 57 Milliarden von Erwerbstätigen in diesem Jahr in Deutschland geleisteten Arbeitsstunden. Bei einem niedrig angesetzten Stundenlohn von 7,50 Euro entspricht das einem Wert von fast 35 Milliarden Euro. Dies entspricht etwa 2% des Volkseinkommens von 1.827 Milliarden Euro – etwas mehr als z.B. der Beitrag des Gastgewerbes mit ca. 33 Milliarden und deutlich mehr als der Beitrag der Land- und Forstwirtschaft mit 17,5 Milliarden.

Bilanz: Insgesamt ist das freiwillige, ehrenamtliche, bürgerschaftliche Engagement eine kaum zu überschätzende Ressource, die es zu pflegen und zu fördern gilt.

Freiwilliges, bürgerschaftliches Engagement ist angesichts der Krisen, die sich am Horizont zusammenbrauen, und zu denen die bisherigen Umweltveränderungen, Migrationsströme und Pandemien nur Vorläufer sein dürften, wichtiger denn je. Ob wir es „Resilienz" oder „Sozialkapital" nennen mögen, die Widerstandsfähigkeit und der Zusammenhalt der Freiburger Stadtgesellschaft, der deutschen wie der Weltgesellschaft wird auf die Probe gestellt werden. Bürgerschaftliches Engagement kann entscheidend dazu beitragen, die Krisen friedlich und demokratisch zu bewältigen und eine zukunftsfähige Entwicklung der Gesellschaft zu erreichen.

1.2. Bedeutung der Unterstützung des Engagements

Bürgerschaftliches Engagement

- ist notwendiger als früher, denn die Krisenerscheinungen nehmen lokal wie global zu
- ist wahrscheinlicher als früher, denn die grundsätzliche Bereitschaft zum Engagement nimmt zu
- ist voraussetzungsvoller als früher, denn Wertewandel, berufliche Mobilitätsanforderungen und andere Trends ändern die Bedingungen

Angesichts des gesellschaftlichen Nutzens des bürgerschaftlichen Engagements und angesichts seiner Wachstumspotentiale steigt auch die Bedeutung seiner Förderung. Es gibt Studien zum volkswirtschaftlichen Nutzen des Engagements, die davon ausgehen, dass 1 in die Engagementförderung investierter Euro einen volkswirtschaftlichen Ertrag von 10 Euro erzeugt.

Deshalb stellt sich die Förderung bürgerschaftlichen Engagements seit Anfang der 1990er Jahren allmählich von der klassischen Vereinsförderung auf eine systematische Unterstützung um. Dabei nimmt Baden-Württemberg eine Vorreiterrolle ein, mit einer regen Entwicklung in Kommunen und Landkreisen und einer dauerhaften Unterstützung durch das Landesnetzwerk bürgerschaftliches Engagement, koordiniert von Sozialministerium, Städtetag, Gemeindetag und Landkreistag Baden-Württemberg.

Wenn wir einerseits den uns bisher bekannten Unterstützungsbedarf und andererseits die Aufgabenprofile der KollegInnen im Land betrachten, dann ist die Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements in Freiburg geschätzt bei 10-20% dessen, was an Unterstützung notwendig und möglich wäre. Dabei haben wir hier teils andere Schwerpunkten als in anderen Kommunen, aber

diese dürften auch nicht bei mehr wesentlich mehr liegen – mal drunter, mal drüber.

1.3. Zweck der Umfrage

Bereits 2003, 2007 und 2001 führten wir Umfragen durch, um die Bedürfnisse der Engagierten zu erfassen, allerdings beschränkt auf unsere Raum-Nutzergruppen. Die Umfrage unserer ehemaligen AG „Bildung im Wandel" zum Bedarf zivilgesellschaftlicher Organisationen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit/ Informationsangebote an Schulen/ Bildungseinrichtungen war bereits an eine weitergefaßte Zielgruppe gerichtet. Zu unserem 20jährigen Jubiläum in 2020 haben wir nun die Zielgruppe auf Engagierte in ganz Freiburg erweitert.

Mit dieser Umfrage ging es uns nicht darum, Strukturdaten zum Bürgerschaftlichen Engagement in Freiburg zu erheben oder gar zu einem dauerhaften Monitoring beizutragen. Zum einen gibt es dazu aussagekräftige überregionale Untersuchungen wie den seit 1999 alle fünf Jahre durchgeführten Freiwilligensurvey sowie den 2009 und 2015 durchgeführten Engagementatlas. Zum anderen würde ein lokales Monitoring unsere Möglichkeiten überschreiten. Wir regen ein Monitoring, also eine langfristige Beobachtung des bürgerschaftlichen Engagements in Freiburg zwar bereits seit 2009 an, aber sehen das aus Ressourcengründen als eine städtische Aufgabe. Das Amt für Statistik hat ja bereits punktuell Daten dazu im Rahmen seiner Bürgerumfrage erhoben, die allerdings durch eine regelmässige Wiederholung und eine bessere Vergleichbarkeit mit dem vom Bundesfamilienministerium beauftragten überregionalen Freiwilligensurvey gewinnen würden.

Stattdessen ist der Zweck der Umfrage, praxisorientiert und systematisch den Unterstützungsbedarf der Engagierten abzufragen. Eine solche Erhebung wurde unseres Wissens bisher noch nicht durchgeführt, diese Lücke wollten wir schließen. Damit wollen wir der Engagementförderung ermöglichen, ihre Angebote gemäss dem Bedarf der Engagierten weiterzuentwickeln und ggf. dort Schwerpunkte zu setzen, wo es den Engagierten am meisten bringt.

So haben wir mit unserer Idee eines „Haus des Engagements" 2019 einen „Prototyp" an einem zweiten Standort eröffnet, an dem wir unser Konzept der Engagementförderung testen und veranschaulichen können, an dem jedoch die Fläche nicht ausreicht, um das Konzept vollständig umzusetzen. Für die Suche nach geeigneteren Standorten sind u.a. mehr Daten über den Raumbedarf der Engagierten hilfreich.

Gleichzeitig übernehmen in den letzten Jahren in Freiburg zunehmend bisherige und neue Akteure einzelne Aufgaben der Engagementförderung, inzwischen dürften es um die 30 sein. Eine Abstimmung ihrer Aktivitäten könnte dazu beitragen, die Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements

zu intensivieren und ggf. entsprechend des Unterstützungsbedarfs der Engagierten Schwerpunkte zu bilden.

Diese Schwerpunktsetzung würde sehr davon profitieren, wenn sie durch die Akteure aus Zivilgesellschaft, Engagementforschung und -förderung, Stadtverwaltung und Kommunalpolitik gemeinsam erfolgt. Daher schlagen wir für diese gemeinsame Auswertung der Umfrageergebnisse einen „Freiburger Engagementdialog" vor, wie ihn andere Städte bereits haben (s. Kapitel Schlußfolgerungen).

1.4. Aufbau und Methodik der Umfrage

Zielgruppe: Wir richten diese Befragung nicht an einzelne Engagierte, sondern an zivilgesellschaftliche Organisationen (Gruppen, Vereine, Stiftungen usw.); eine Grundgesamtheit von geschätzt 3000 Organisationen in Freiburg. Wir folgen dabei der Hypothese, dass wir durch die Abstimmung innerhalb der Organisationen eine höhere Wahrscheinlichkeit haben, bereits aggregierte Daten zu erhalten und so den Anteil subjektiver Einschätzungen zu reduzieren. Auch ist dadurch der Aufwand geringer als bei der Befragung von Einzelpersonen, ausreichend Antworten für ein aussagekräftiges Ergebnis zu erhalten. Aussagekräftig wären die Daten bereits bei einigen Dutzend Antworten gewesen, da hier benennbare Organisationen ihren Unterstützungsbedarf melden.

Engagementbereiche: Wir haben bei den Engagementbereichen die Systematik des Freiwilligensurveys zugrundegelegt, um eine gewisse Vergleichbarkeit herzustellen. Eine Ausnahme war die Ausweisung des Teil-Engagementbereichs „Migration/ Integration", um dem Informationsbedarf des städtischen Amts für Migration und Integration der Stadt Freiburg entgegenzukommen. Die Orientierung an Engagementbereichen sollte auch die Aussagekraft steigern; wir haben bestimmte Mindestzahlen von Antworten aus den verschiedenen Engagementbereichen zu erreichen versucht.

Bedarfsbereiche: die Umfrage ist entsprechend unserer bewährten Systematik der 10 Aufgabenbereiche der Engagementförderung bzw. Bedarfsbereiche der Engagierten aufgebaut, über die man hier mehr erfahren kann.

Bedarf & Bestand: Innerhalb jedes Bedarfsbereichs haben wir Fragen zum Bestand (Ist-Zustand) und zum Bedarf der Engagierten gestellt. In der Auswertung stehen die Bedarfsfragen im Mittelpunkt, die Bestandsfragen haben v.a. den Zweck, einen Kontext für die Bedarfe herzustellen.

Qualitativer Anteil: da uns keine systematische Erhebung des Unterstützungsbedarfs von bürgerschaftlich Engagierten bekannt ist, haben wir

uns trotz jahrelangem Kontakt zu Engagierten und Kenntnis ihres Unterstützungsbedarfs in einer explorativen Phase gesehen. In der ist es uns besonders wichtig, die Antwortoptionen nicht zu einem Korsett für die Antworten der Engagierten werden zu lassen, sondern ihnen viel Spielraum für die Benennung ihres Bedarfs zu lassen. Daher haben drei Viertel der Fragen die Möglichkeit, Textantworten zu geben. Das in unterschiedlichem Ausmaß, vom einfachen Kommentar der ankreuzbaren Antwortmöglichkeiten über die Antwortoption „Sonstiges" bis zu reinen Textantworten ohne Ankreuzoptionen. Durch diesen hohen Anteil an qualitativen Daten war die Auswertung zwar ertragreich, aber sehr arbeitsintensiv. Wir sind jede einzelne Textantwort durchgegangen, haben daraus eine Schlagwortliste erstellt und die Textantworten damit verschlagwortet. So entstanden aus den meisten qualitativen Antworten schließlich quantitative Daten. Für eine eventuelle künftige Wiederholung der Umfrage stehen nun differenzierte zusätzliche Antwortoptionen zur Verfügung, was den Arbeitsaufwand deutlich senkt. Allerdings macht eine solche Wiederholung erst Sinn, wenn Schlussfolgerungen aus dem hier dokumentierten Unterstützungsbedarf gezogen und prioritäre Unterstützungsangebote umgesetzt wurden. Das dürfte mindestens 5 Jahre dauern.

Erhebungsmethode: Anfangs haben wir die Befragung ausschließlich online durchgeführt. Um eine höhere Repräsentativität zu erreichen, haben wir die Erhebung später durch telefonische Interviews mit Organisationen aus bis dahin wenig vertretenen Engagementbereichen ergänzt. Um eine ähnliche Befragungssituation zu gestalten, erhielten die telefonischen Gesprächspartner vorab die Fragen zu ihrer Vorbereitung zugesandt.

1.5. Mitwirkende und Unterstützende

Redaktionsteam: …
Beratung:
Finanzierung der Beratung:
Schirmherrschaft: Stadt Freiburg, BM Kirchbach,
Finanzielle Unterstützung: Stabsstelle BE Gerhard Rieger für Kosten der Umfragesoftware und Coaching-Gutscheine
Fortbildungs-Gutscheine: ...

2 Ergebnisse der Umfrage

2.1. Allgemeines

2.1.1. Namen und Engagementbereich

An der Umfrage haben folgende Organisationen teilgenommen:

Engagementbereich Sport/Bewegung

1 JDAV Freiburg
2 Capoeira Angola Floresta Negra e.V.
3 Breisgau Twirlers Freiburg e.V.
4 Akademische Fliegergruppe Freiburg
5 Turnverein Lahr von 1846 e.V.
6 Deutscher Alpen Verein
7 SC Freiburg
8 DAV Sektion Freiburg
9 SvO Rieselfeld
10 TSV Alemannia Freiburg-Zähringen
11 Schwarzwaldverein Freiburg-Hohbühl e.V.
12 TSV Alemannia Zähringen, Turn.und Gymnastikabteilung

Engagementbereich Schule/ Kindergarten

1 Südwind Freiburg e.V. - Schulkindbetreuung
2 Förderverein der Vigelius-Grundschule e.V.
3 FLUSS e.V.
4 Agentur COGO GGmbH
5 Familien-Treff MütZe Hochdorf e.V.
6 Förderverein Arbeitskreis Behinderte an der Christuskirche
7 Förderkreis Staudinger-Gesamtschule e.V.

Engagementbereich Kirche/ Religion

1 Geistiger Rat der Bahai in Freiburg oder Bahai Gemeinde
2 Buddhistisches Zentrum Freiburg der Karma Kagyü Linie e.V.
3 Internationale Christengemeinde Freiburg
4 Kirche Jesu Chrsiti der Heiligen der Letzten Tage Freiburg
5 Church of Pentecost

6 Baptisten Gemeinde Freiburg
7 Kirche im Vauban

Engagementbereich Soziales

1 Ombudsstelle für wohnungslose Menschen Freiburg
2 Wendepunkt e. V.
3 Freiburger StraßenSchule e.V.
4 Talent - Tauschring e.V. Freiburg
5 Graupner Ute-Maria
6 GeWo-Netz Freiburg, Netzwerk für gemeinschaftliches Wohnen
7 IFF Interdisziplinäre Fachgruppe für Familienbildung
8 Arbeitskreis Adoptiveltern Freiburg
9 Rock Your Life Freiburg e.V.
10 KoKo - Konstruktive Konfliktbearbeitung e.V.
11 Geburtswohnung Kuckucksnest e.V. - Raum für selbstbestimmte Geburt
12 Deutscher Kinderschutzbund KV Freiburg/Breisgau-Hochschwarzwald e.V.
13 Diakonisches Werk wellcome-praktische Hilfe nach der Geburt
14 Freundeskreis Altenhilfe Freiburg
15 Mobiler Freiburger Altenservice e. V.
16 Freundeskreis der Altenhilfeeinrichtungen der Heiliggeistspitalstiftung Freiburg im Breisgau e.V.
17 Evangelisches Stift Haus Schloßberg
18 LABYRINTH - Wohn- und Lebenshilfe für Menschen mit Demenz e.V.
19 Netzwerk Landwasser e.V.
20 Welcome (Diakonie)

Engagementbereich Soziales, Unterbereich Migration

1 Guineische Deutsche Verein Freiburg und Umgebung GDVFU
2 FAIRburg e.V.
3 Bulgarische Gesellschaft 681 e.V.
4 Südwind Freiburg e.V.- Verein für soziale und interkulturelle Arbeit
5 AsGam, Association of Gambains in Freiburg e.V.
6 Uni für Alle Freiburg e. V.
7 Resqship e.V.
8 capoa
9 Yoga im sozialem Raum
10 Association des Ressortissants Senegalais de Freiburg e. V. (A.R.S.F. e. V.)
11 Gambia-Hilfe Freiburg e.V.
12 hävi e.V.
13 Deutscher Alpen Verein
14 Kodomokai - Japanischer Freundeskreis Freiburg e.V.
15 fi.schlierberg
16 IngenieureOhneGrenzen-Freiburg
17 Flüchtlingsinitiative im Westen DIEFI/IDA eine Bürgerinitiative unter dem Dach von K.I.O.S.K e.V.

im Rieselfeld
18 ProVenezuela Sektion Freiburg
19 Yoga im sozialen Bereich
20 Diakonie Freiburg, Fachbereich Flucht & Migration

Engagementbereich Kultur/ Musik

1 Kultur leben e. V.
2 Akaishi Daiko Freiburg e.V.
3 Freiburger Briefmarken-Sammler-Verein 1898 e.V.
4 Vivace Freiburg e.V.
5 Tertulia Freiburg e.V.
6 Freiburger Männerchor Frohsinn und Concordia
7 Freiburger Blues Association e.V.
8 GEDOK Freiburg e. V.
9 Kubus³ Verein für Kunst, Bildung und Schule
10 Esperanto-Gruppe Freiburg
11 Musikverein Zähringen
12 Förderkreis Archäologie in Baden e.V.
13 Deutsch-italienischer Chor
14 Initiative zur Erinnerung an die Badische Revolution
15 Junge Kulturfreunde Freiburg
16 Deutsch-Französische Gesellschaft Freiburg e.V.
17 Schwere(s)Los! e.V.
18 Akkordeonclub Eichstetten e.V.
19 Chorvereinigung Hochdorf e.V.
20 Internationaler Chor

Engagementbereich Freizeit/ Geselligkeit

1 Menschentreff
2 Rollenspielverein Freiburg e.V.

Engagementbereich Rettungsdienste

1 Rettungstaucher Freiburg
2 Suchhundestaffel Freiburg e.V.
3 DLRG: Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft Ortsgruppe Freiburg e.V.

Engagementbereich Umwelt- und Tierschutz

1 Plan B e.V.
2 Nabu Freiburg e.V.
3 Naturfreunde Freiburg e.V.
4 Klimabuennis Freiburg
5 Verein der Gartenfreunde Freiburg West e.V.
6 Die Freibohnen

7 foodsharing Freiburg
8 Ernährungsrat Freiburg & Region e.V.
9 NAJU im NABU
10 Anti-Atom-Gruppe Freiburg
11 Kind und Umwelt Freiburg - Verein für Gesundheitsförderung e.V.
12 ADFC
13 Initiative "Ein Weltacker für Freiburg"
14 Health for Future Freiburg
15 Fossil Free Freiburg
16 Klimagarten
17 BUND-Ortsverband Freiburg
18 Gartenleben Freiburg
19 Klimagarten Freiburg
20 Gemeinwohlökonomie
21 Privatperson
22 Treue Begleiter e.V.
23 Achillea-Heilpflanzengarten e. V.

Engagementbereich Politik und Interessenvertretung

1 Europa–Union Kreisverband Freiburg e.V.
2 Gemeinwohlökonomie Baden-Württemberg, OG Freiburg
3 Eine Welt Forum Freiburg e.V.
4 Informationsstelle Peru e. V.
5 Allianz für werteorientierte Demokratie e.V.
6 Süd-Nord-Forum e.V.
7 gbs freiburg e.v.
8 African Information Movement e.V.
9 terre des hommes AG Freiburg
10 Movement e.V.
11 Tukolere Wamu, gemeinsam für Eine Welt e.V.
12 Brasilieninitiative Freiburg e.V.
13 Omas gegen Rechts
14 Aufstehen gegen Rassismus Freiburg

Engagementbereich Jugendarbeit/ Erwachsenenbildung

1 Förderkreis Ferienzentren e.V.
2 KUMU Gewaltprävention
3 Life Shelter Foundation e.V.
4 Jugendkunstschule im JBW e.V.
5 Stadtjugendring Freiburg e.V.
6 Freiburger Linux User Gruppe
7 Stadtpiraten Freiburg e.V.
8 Trama Brasileira Kultur Zentrum für Eltern und Kinder

9 Debattierclub Freiburg e.V
10 Gewaltfreie Kommunikation und Mediation
11 Jugend des Deutschen Alpenvereins Sektion Freiburg
12 kauFRausch e.V.
13 LandFrauenbezirk Freiburg
14 Alterskompetenz

Engagementbereich Gesundheit

1 Förderverein Beratungsstelle ZAKS e.V.
2 AMSEL -MS-Gruppe
3 Outdoorschule Süd e.V.
4 SHG ME/CFS
5 SHG Hautkrebs Freiburg
6 EUSG e. V
7 ASK! e.V.
8 Selbsthilfe Angehörige psychisch erkrankter Menschen
9 Selbsthilfe mit Köpfchen e.V.
10 Männer-Selbsthilfe-Gruppe Depression - SmK
11 Kneippverein Kirchzarten e.V.
12 SHG Blasenkrebs Freiburg Südbaden
13 SmKev, Selbsthilfe mit Köpfchen e. V., SHG Männer Depression
14 Selbsthilfegruppe Sarkoidose
15 bla
16 Selbsthilfegruppe Hashimoto / Basedow
17 Christliche Krankenhaushilfe

Engagementbereich Lokales Bürgerengagement

1 Forum Weingarten e.V.
2 Treffpunkt Freiburg e.V.
3 Bürgerverein Freiburg-Opfingen e.V.
4 Bürgerverein Stühlinger e.V.
5 Quartiersarbeit Vauban
6 Bürgerverein Oberwiehre-Waldsee e.V.
7 Stadtteilverein K.I.O.S.K. im Rieselfeld e.V.
8 bi4w – Bürgerinnen und Bürger initiativ für ein gutes Leben in Weingarten
9 Bürgerverein Betzenhausen-Bischofslinde e.V.
10 Bürgerverein Freiburg-Landwasser e.V.
11 Netzwerk-Herdern-Neuburg
12 Älter werden im Rieselfeld
13 FARBE e.V. (Freie Arbeitsgemeinschaft Bürgerschaftliches Engagement)
14 Freiburger Bürgerstiftung
15 BürgerInnenVerein Rieselfeld e.V.
16 Bürgerforum Sedanquartier und Im Grün

17 Bürgerverein Haid e.V.

Engagementbereich Berufliche Interessenvertretung

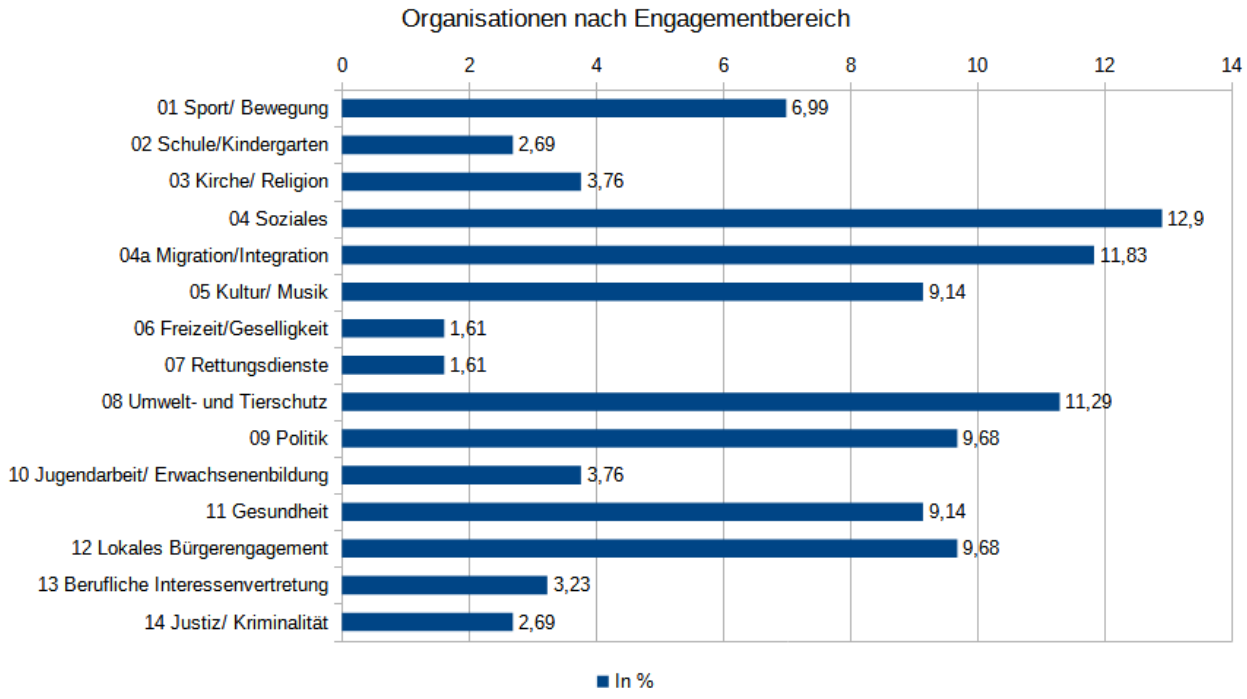
1 Badischer Weinbauverbande.V.
2 Bäckerinnung Freiburg Südbaden
3 Wirtschaftsjunioren Freiburg
4 futura menoring e.V.
5 DGfK Dt. Gesellschaft f. Kartographie e.V. Sektion Südbaden

Engagementbereich Justiz/Kriminalitätsprobleme

1 Bewährungs- und Gerichtshilfe, Einrichtung Freiburg
2 Sicheres Freiburg e.V.
3 WEISSER RING e.V.
4 Cocon e.V. Freiburg
5 Bezirksverein für soziale Rechtspflege Freiburg

Datenschutz – Hendrik fragen

– Liste noch prüfen
Sortierung
Schreibweise



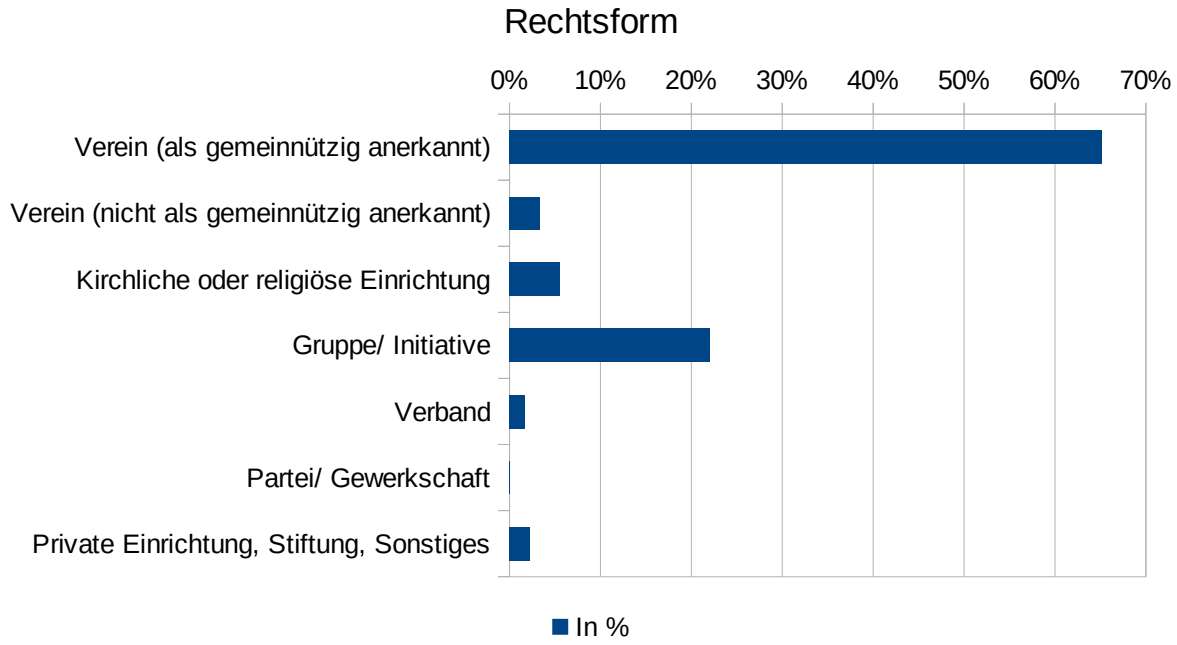
– Original-Grafik ist unbrauchbar
– Selbsteinschätzung ist zu prüfen; Daten könnten den Ergebnis von Frage 1 widersprechen – erledigt
- Daten von F1 sind der Standard, daraus Grafik erstellen – erledigt
- VIELLEICHT zusätzlich Tabelle von F3 nehmen, vereinfachen, und Werte von F1 hiermit abgleichen = eine einzige Tabelle, an dieser Stelle einbauen.

Zum Vergleich hier die Verteilung der Engagierten auf Engagementbereiche nach dem Freiwilligensurvey 2009:

Die Zahlen des Freiwilligensurveys beziehen sich auf einzelne Engagierte, während wir Organisationen befragten, daher sind die Zahlen nicht direkt vergleichbar. Aber sie weisen darauf hin, dass bei unseren Befragten manche Engagementbereiche unterrepräsentiert sind, z.B. Sport, Schule/Kindergarten oder Freizeit, während andere überrepräsentiert sind, wie z.B. Umwelt, Gesundheit und Lokales Bürgerengagement.

2.1.2. Rechtsform

Der größte Teil der antwortenden Organisationen umfasst mit 65% gemeinnützige eingetragene Vereine. An zweiter Stelle stehen mit 22% die Gruppen/ Initiativen, die sich in der Regel selbst als ohne Rechtsform wahrnehmen, aber aus juristischer Sicht wie alle informellen Zusammenschlüsse automatisch die Rechtsform GbR (Gesellschaft des bürgerlichen Rechts) erhalten. An dritter Stelle stehen mit 5,5% kirchliche/religiöse Gemeinschaften (die gemischte Rechtsformen aufweisen und häufig Körperschaften öffentlichen Rechts sind).



Frage 2: Welche Rechtsform hat Ihre Organisation?

Rechtsform	In %	Nennungen
Verein (als gemeinnützig anerkannt)	65,19 %	118
Verein (nicht als gemeinnützig anerkannt)	3,31 %	6
Kirchliche oder religiöse Einrichtung	5,52 %	10
Gruppe/ Initiative	22,10 %	40
Verband	1,66 %	3
Partei/ Gewerkschaft	0,00 %	0
Private Einrichtung, Stiftung, Sonstiges	2,21 %	4
Sonstiges (bitte angeben)		15
Beantwortungen		*181*
Übersprungen		*5*

Frage 2 Rechtsform – Kommentare unter „Sonstiges"

Rechtsform	Nennungen
01 Privates Engagement Einzelperson	2
02 Initiative	1
03 Teil eines e.V.	5
04 Teil einer Stiftung	1
05 Anstalt d.ö.R.	1
06 Körperschaft d.ö.R.	2
07 gGmbH	1
unklar	2
Beantwortungen	*15*

Zivilgesellschaft ist der gesellschaftliche Sektor, der weder Staat noch Wirtschaft noch Privatbereich ist.

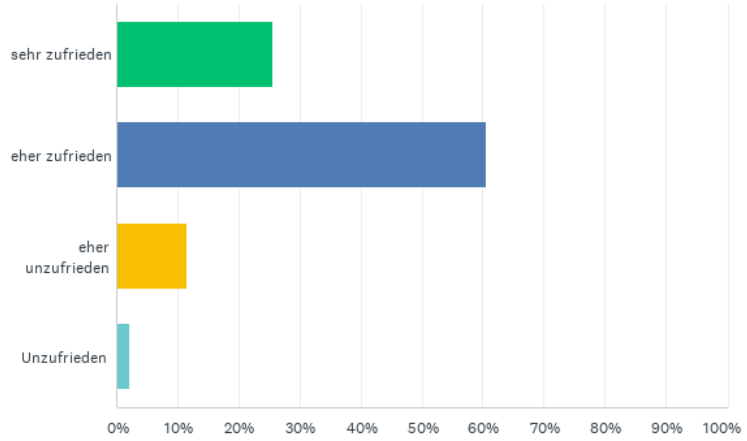
Die unter „Sonstiges" angeführten Rechtsformen deuten auf die **Übergangsbereiche** hin, in denen die Zivilgesellschaft an die anderen gesellschaftlichen Sektoren angrenzt:

- Privatbereich: Einzelpersonen, die sich ohne einen Zusammenschluss ehrenamtlich engagieren
- Staat: Anstalten oder Körperschaften öffentlichen Rechts; wobei eher letztere gelegentlich zivilgesellschaftlichen Organisationen verliehen wird; es findet aber auch in Institutionen der öffentlichen Hand bürgerschaftliches Engagement statt (z.B. die Schöffen)
- Wirtschaft: gemeinnützige GmbH (ähnlich die gemeinnützige Genossenschaft, Unternehmergesellschaft, Aktiengesellschaft); es findet aber auch seitens nicht ausdrücklich als gemeinnützig anerkannten Unternehmen bürgerschaftliches Engagement statt („unternehmerisches bürgerschaftliches Engagement", „corporate citizenship").

2.1.3. Zielerreichung

Frage 6 Ziele erreichen

F6 Wie gut erreicht Ihre Organisation bislang diese Ziele? (Bitte geben Sie an, wie zufrieden Ihre Organisation mit ihrer Wirkung ist)



Was bringt der Indikator?

Kann interpretiert werden als Hinweis darauf, dass die Engagierten sich in der Regel realistische, erreichbare Ziele setzen… und die Möglichkeiten finden, sie zu erreichen.

… Einwand 1: das kann aber u.U. auch eine „sozial erwünschte Antwort" sein – wer sich nicht als erfolgreich darstellt, kratzt am eigenen Selbstwirksamkeitsgefühl und riskiert, Unterstützung in Form von Mitgliedern, Spenden und Zuschüssen zu verlieren.

Einwand 2: die Engagierten führen in der Regel keine aussagekräftige Wirkungsmessung durch. Wenn also Ziele als erreicht bezeichnet werden, dürfte sich das auf den unmittelbaren Output beziehen, also Zahl der betreuten Kinder, Zahl der Kurse für Eltern, Zahl der beratenen Menschen, Summe des an Entwicklungsprojekte gespendeten Gelder, Zahl der durchgeführten Veranstaltungen usw.. Selten dürften echte gesellschaftliche Effekte gemessen werden wie die Zahl der durch Rettungshunde geretteten Menschen, auch weil die Wirkungsmessung auf dieser Ebene generell schwierig ist, auch weil z.B. bei dem Abbremsen des Klimawandels die Effekte vieler Akteure zusammenwirken und ein solcher Effekt kaum einem Akteur alleine zugerechnet werden kann.

… also eine offene Frage, was wir mit dem Indikator wirklich anfangen können.

2.2. Infrastruktur (Räume/Technik)

Engagierte brauchen einen Ort für ihr Engagement. Das umfasst Räume für Sitzungen, Büroarbeit und Veranstaltungen, als Werkstätten oder Lager, für Sport oder Proben ebenso wie Außenflächen für Kinderangebote, Sport, Gartenbau, Feiern und vieles mehr. Und dazu braucht es entsprechendes Mobiliar und geeignete Technik.

In diesem Fragenblock wollten wir erfahren, wie die Vereine derzeit mit Infrastruktur ausgestattet sind und v.a. welchen Infrastrukturbedarf sie haben.

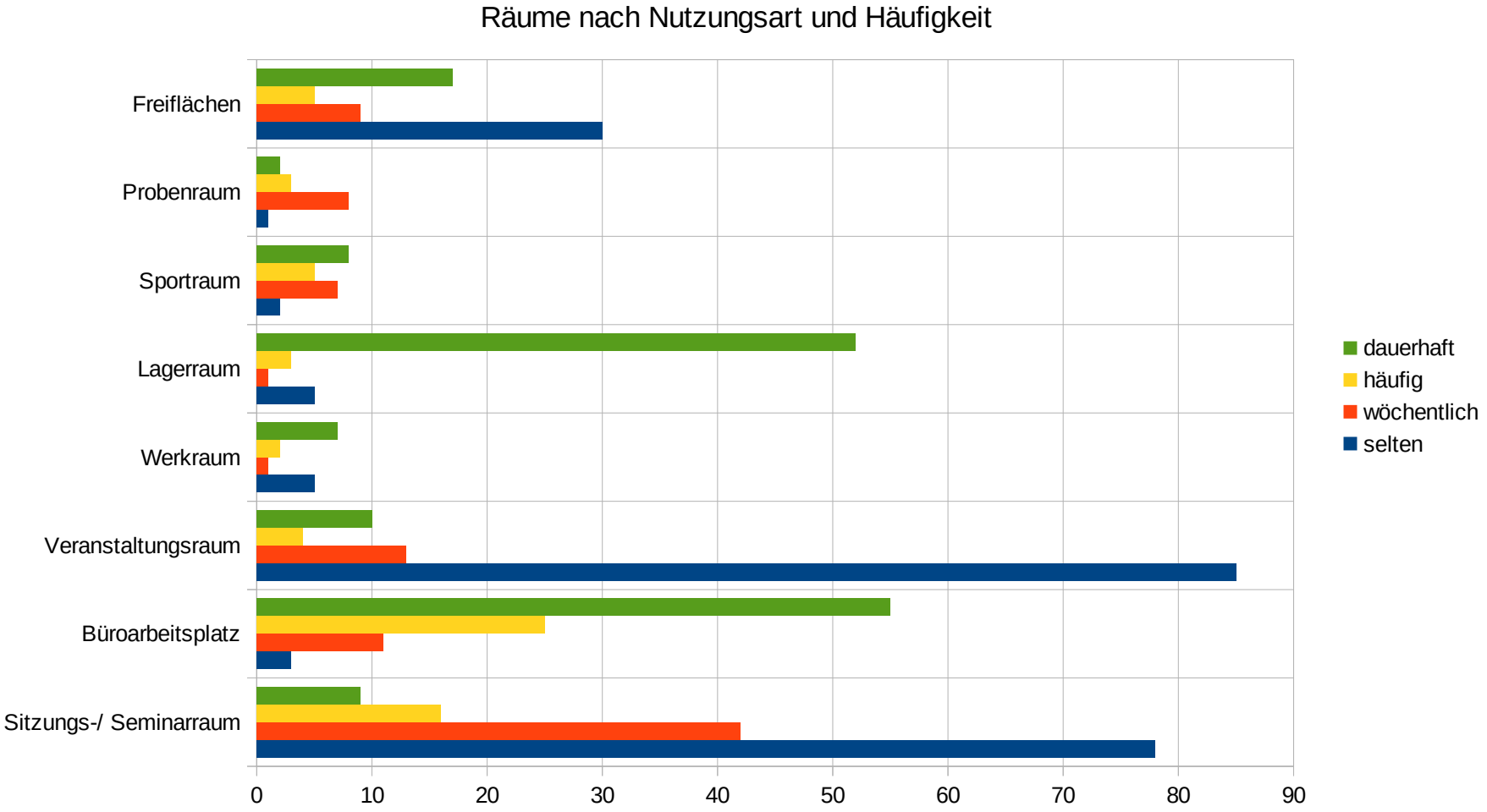
2.2.1. Bisherige Raumnutzung

Die TeilnehmerInnen wurden nach der Art der bisherigen Raumnutzung gefragt (Frage 8): Sitzungsräume, Büroräume, Veranstaltungsräume usw. Dabei haben wir nach Häufigkeit der Nutzung, Eigentum und Kosten gefragt.

Häufigkeit: Die wichtigsten Nutzungsarten sind Sitzungs/-Seminarräume, Büroarbeitsplätze und Veranstaltungsräume. Bei Sitzungsräumen ist die seltene Nutzung (bis 1x monatlich) mit 78 Nennungen (53%) die mit Abstand wichtigste, gefolgt von der wöchentlichen mit 42 Nennungen (28%). Bei Büroarbeitsplätzen ist die dauerhafte Nutzung mit 55 Nennungen (48%) an Platz 1, gefolgt von der häufigen Nutzung mit 25 Nennungen (22%). Bei Veranstaltungsräumen kommt fast nur die seltene Nutzung vor mit 85 Nennungen (70%), aber auf die kleinen Anteile wöchentlicher und dauerhafter Nutzungen sei hingewiesen. Lagerraum wird in der Regel dauerhaft genutzt; 52 Nennungen (61%), aber einige der Organisationen nannten auch befristete Nutzungszeiten.

Eigentum: Räume von Institutionen werden mit 163 Nennungen mit Abstand am häufigsten genutzt. Am zweithäufigsten werden eigene gemietete Räume genannt (99 Nennungen), ähnlich hoch liegen Räume, die die Organisation selbst besitzt (80 Nennungen). Räume anderer Vereine wurden 85 mal genannt. Eine überragende Rolle spielen Räume von Institutionen bei Sitzungs-, Veranstaltungs-, Sport- und Probenräumen. Dagegen liegen bei Büroarbeitsplätzen die eigenen Räume (ob im Eigentum oder gemietet) deutlich vorne. Bei Werk- und Lagerräumen werden vor allem die eigenen und die Räume anderer Vereine genutzt.

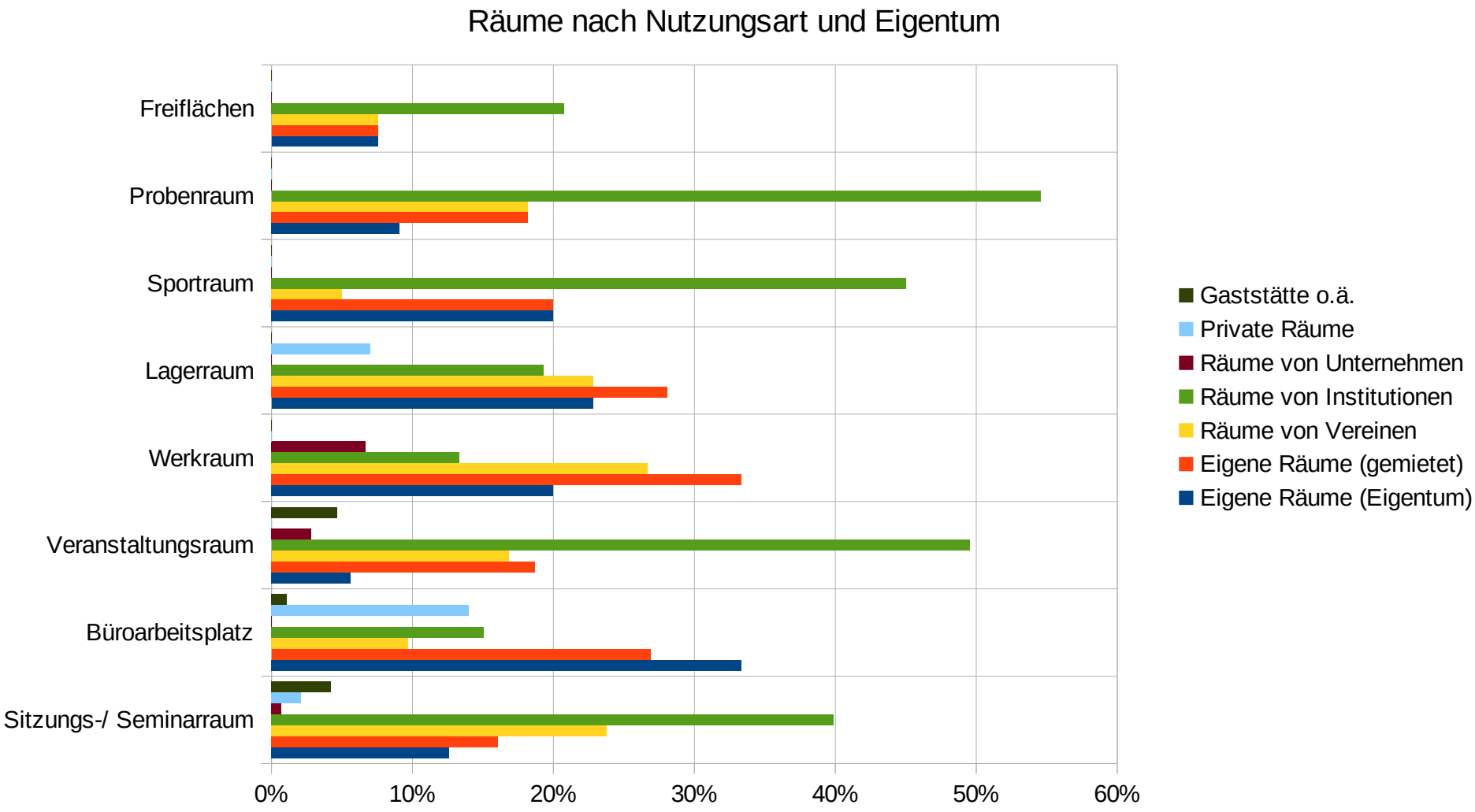
Kosten: Die Kostensituation wird vorrangig von kostenloser Nutzung geprägt (252 Nennungen), gefolgt von 163 Fällen, in denen Miete gezahlt wird. In nur 25 Fällen ist die Lösung, dass die Organisationen die Räume gegen eine kleine Spende nutzen. Sitzungsräume sind in 66% der Fälle kostenlos, in 25% wird Miete gezahlt. Eine ähnliche Verteilung findet sich auch bei anderen Nutzungsarten; anders ist es bei Veranstaltungs-, Sport- und Probenräume, bei denen die Nutzung gegen Miete überwiegt.



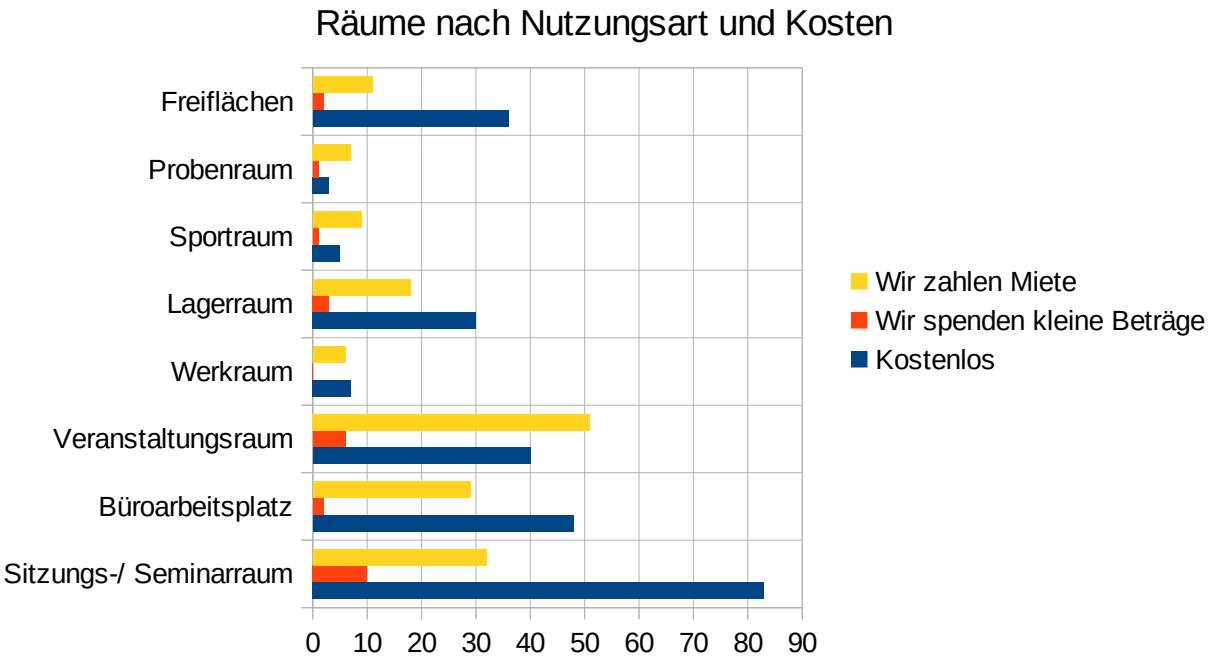
(Grafik ist farbig, Betrachtung in pdf-Datei empfehlenswert)

Frage 8: Wie nutzt Ihre Organisation bislang Räume? – Räume nach Nutzungsart und Häufigkeit

Nutzungsart	nie		Selten (bis 1 x im Monat)		Wöchentlich (bis 5 x im Monat)		Häufig (bis 20 x im Monat)		Dauerhaft (über 20 x im Monat)		Total
Sitzungs-/ Seminarraum	2,03 %	3	52,70 %	78	28,38 %	42	10,81 %	16	6,08 %	9	148
Büroarbeitsplatz	17,54 %	20	2,63 %	3	9,65 %	11	21,93 %	25	48,24 %	55	114
Veranstaltungsraum	7,44 %	9	70,25 %	85	10,74 %	13	3,31 %	4	8,27 %	10	121
Werkraum	76,56 %	49	7,81 %	5	1,56 %	1	3,12 %	2	10,94 %	7	64
Lagerraum	28,24 %	24	5,88 %	5	1,18 %	1	3,53 %	3	61,18 %	52	85
Sportraum	67,65 %	46	2,94 %	2	10,29 %	7	7,35 %	5	11,76 %	8	68
Probenraum	78,79 %	52	1,52 %	1	12,12 %	8	4,55 %	3	3,04 %	2	66
Freiflächen	26,51 %	22	36,14 %	30	10,84 %	9	6,02 %	5	20,48 %	17	83
Sonstiges											72
Beantwortungen											*176*
Übersprungen											*10*



(Grafik ist farbig, Betrachtung in pdf-Datei empfehlenswert)

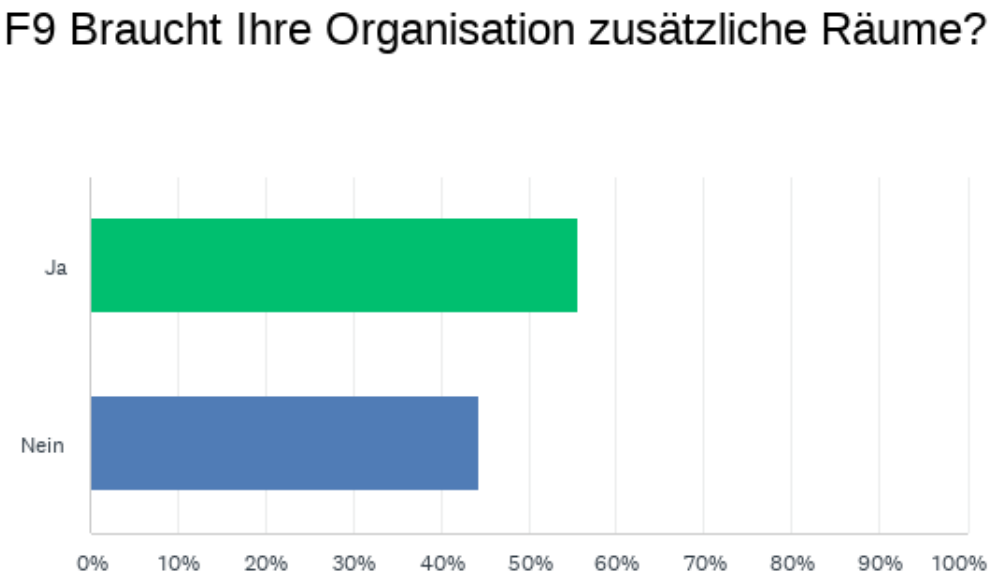


Frage 8: Räume nach Nutzungsart und Kosten (Tabelle)

Nutzungsarten	Kostenlos		Wir spenden kleine Beträge		Wir zahlen Miete		Total
Sitzungs-/ Seminarraum	66,40 %	83	8,00 %	10	25,60 %	32	125
Büroarbeitsplatz	60,76 %	48	2,53 %	2	36,71 %	29	79
Veranstaltungsraum	41,24 %	40	6,19 %	6	52,58 %	51	97
Werkraum	53,85 %	7	0,00 %	0	46,15 %	6	13
Lagerraum	58,82 %	30	5,88 %	3	35,29 %	18	51
Sportraum	33,33 %	5	6,67 %	1	60,00 %	9	15
Probenraum	27,27 %	3	9,09 %	1	63,64 %	7	11
Freiflächen	73,47 %	36	4,08 %	2	22,45 %	11	49
Summen		252		25		163	
Sonstiges							72
Beantwortungen							*176*
Übersprungen							*10*

2.2.2. Raumbedarf

Entscheidend ist die Frage nach dem bestehenden Raumbedarf. Das Ergebnis ist deutlich: Mehr als die Hälfte der befragten Organisationen meldete Bedarf an zusätzlichen Räumen an.



Frage 9: Braucht Ihre Organisation zusätzliche Räume?

	In %	Nennungen
Ja	55,62 %	99
Nein	44,38 %	79
Beantwortungen		*178*
Übersprungen		*8*

2.2.3. Raumbedarf nach Nutzungsart

Wir erfragten differenzierte Daten zum Raumbedarf.

Sitzungs- und Seminarräume weisen die höchste Nachfrage auf (48 Nennungen). Sie werden v.a. für bis zu monatliche (44%) und für wöchentliche Nutzung (27%) gesucht.

Die Nachfrage nach Büroarbeitsplätzen richtet sich v.a. auf eine dauerhafte (31%) und eine wöchentliche Nutzung (21%).

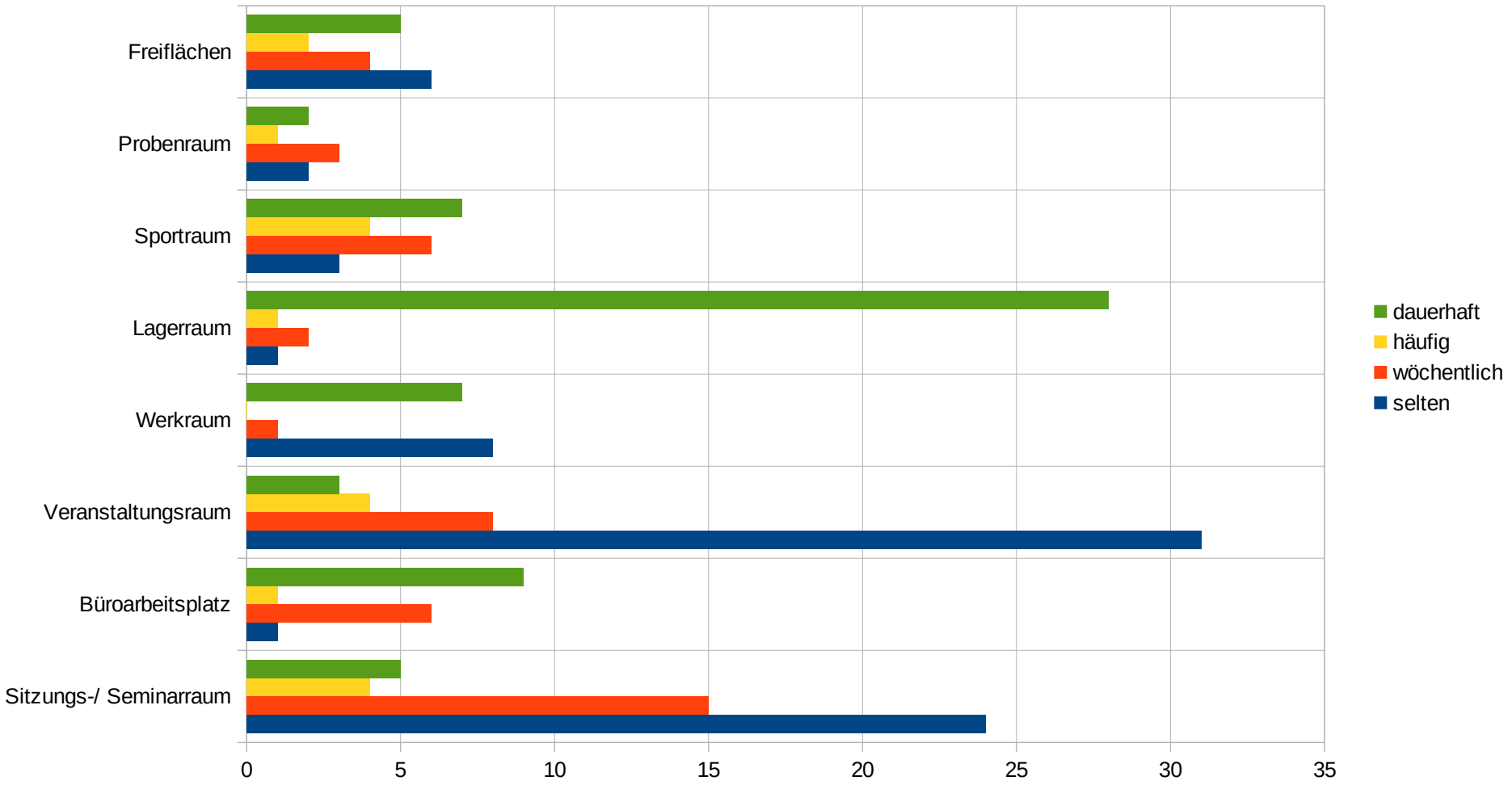
Veranstaltungsräume weisen die zweithöchste Nachfrage auf (46 Nennungen). Sie werden v.a. selten, also bis zu monatlich, benötigt (57%).

Werkräume werden entweder selten (30%) oder dauerhaft (26%) benötigt.

Lagerraum liegt auf Platz 3 in der Nachfrage (32 Nennungen). Er wird erwartbar weit überwiegend für eine dauerhafte Nutzung gesucht (67%).

Sporträume, Probenräume und Freiflächen weisen keine großen Unterschiede auf, sie werden für alle Nutzungszeiten in ähnlichen Anteilen gesucht.

Raumbedarf nach Nutzungsart und Häufigkeit



(Grafik ist farbig, Betrachtung in pdf-Datei empfehlenswert)

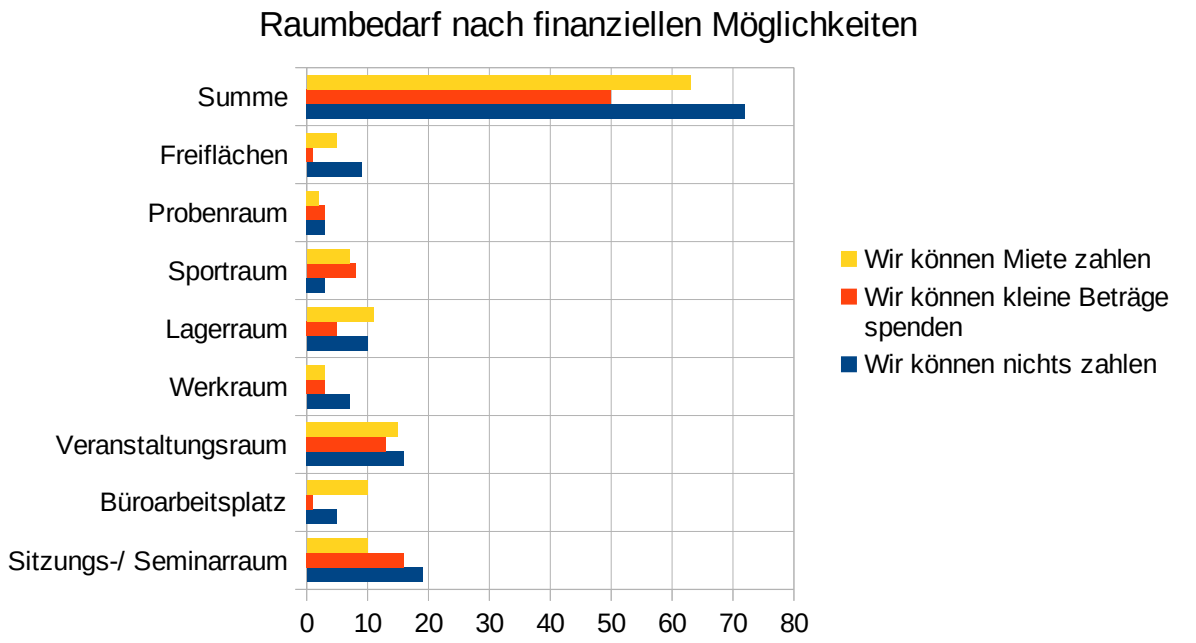
Frage 10: Falls ja: welche zusätzlichen Räume braucht Ihre Organisation?

Raumbedarf nach Häufigkeit

Nutzungsart	kein Raumbedarf		selten (bis 1x im Monat)		wöchentlich (bis 5x im Monat)		häufig (bis 20 x im Monat)		dauerhaft		Total	Nachfrage
Sitzungs-/ Seminarraum	12,73 %	7	43,64 %	24	27,27 %	15	7,28 %	4	9,09 %	5	55	48
Büroarbeitsplatz	34,48 %	10	3,45 %	1	20,69 %	6	3,45 %	1	31,03 %	9	29	17
Veranstaltungsraum	14,81 %	8	57,41 %	31	14,81 %	8	7,40 %	4	5,56 %	3	54	46
Werkraum	40,74 %	11	29,62 %	8	3,70 %	1	0,00 %	0	25,93 %	7	27	16
Lagerraum	23,81 %	10	2,38 %	1	4,76 %	2	2,38 %	1	66,67 %	28	42	32
Sportraum	44,44 %	16	8,34 %	3	16,67 %	6	11,11 %	4	19,44 %	7	36	20
Probenraum	69,23 %	18	7,69 %	2	11,54 %	3	3,85 %	1	7,69 %	2	26	8
Freiflächen	39,29 %	11	21,43 %	6	14,29 %	4	7,14 %	2	17,86 %	5	28	17
Sonstiges											59	
Beantwortungen											*102*	
Übersprungen											*84*	

Raumbedarf nach finanziellen Möglichkeiten

72 der raumsuchenden Organisationen sehen sich nicht in der Lage, dafür etwas zu bezahlen, 50 könnten kleine Beträge spenden und 63 könnten Miete zahlen. Die Anteile sind je nach gesuchter Nutzungsart etwas unterschiedlich.

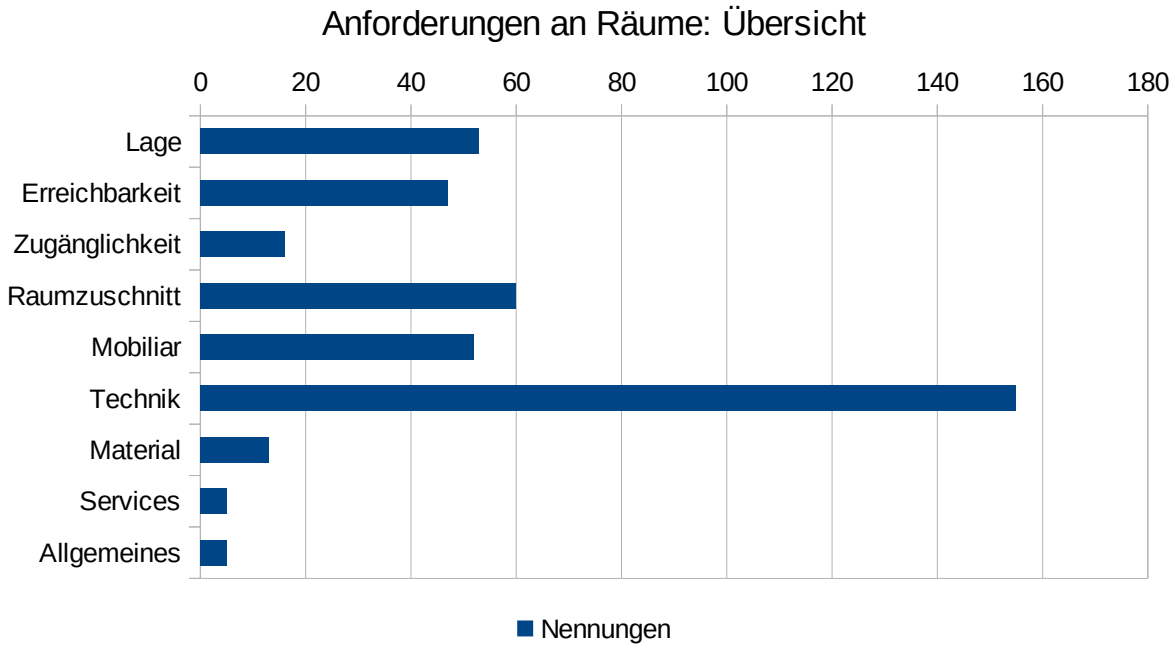


Nutzungsarten	Wir können nichts zahlen		Wir können kleine Beträge spenden		Wir können Miete zahlen		Total
Sitzungs-/ Seminarraum	42,22 %	19	35,56 %	16	22,22 %	10	45
Büroarbeitsplatz	31,25 %	5	6,25 %	1	62,50 %	10	16
Veranstaltungsraum	36,36 %	16	29,55 %	13	34,09 %	15	44
Werkraum	53,85 %	7	23,08 %	3	23,08 %	3	13
Lagerraum	38,46 %	10	19,23 %	5	42,31 %	11	26
Sportraum	16,67 %	3	44,44 %	8	38,89 %	7	18
Probenraum	37,50 %	3	37,50 %	3	25,00 %	2	8
Freiflächen	60,00 %	9	6,67 %	1	33,33 %	5	15
Summe		72		50		63	
Sonstiges							59
Beantwortungen							*102*
Übersprungen							*84*

2.2.4. Anforderungen an Räume

Die Engagierten machten auch Angaben zu ihren Anforderungen an Räume bezüglich Lage, Erreichbarkeit, Zuschnitt, Ausstattung usw. (Fragen 11 und 12).

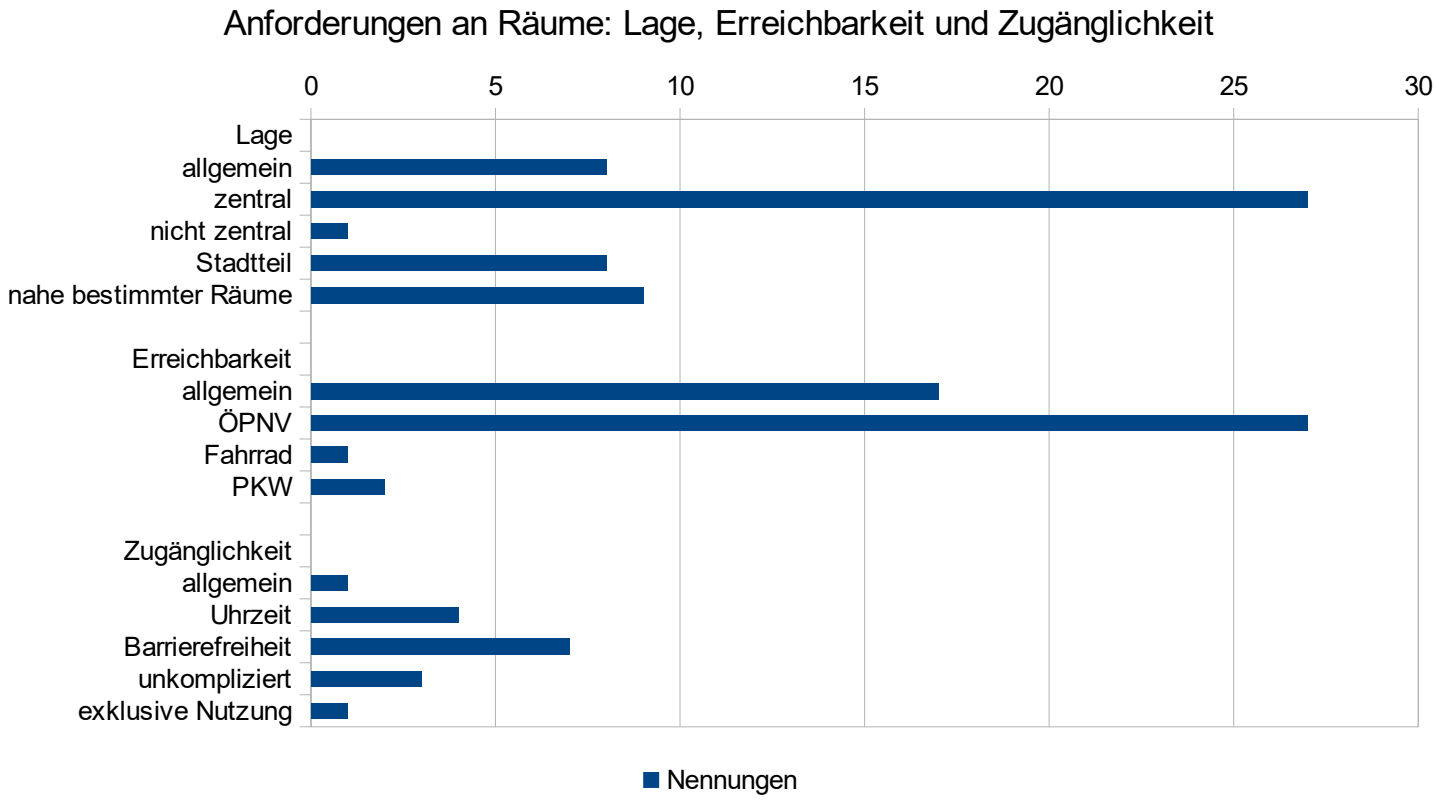
An Platz 1 der Raumanforderungen steht mit großen Abstand der Technikbedarf der Engagierten, den fast alle Antwortenden formulieren. Erst danach folgen Raumzuschnitt, Mobiliar, Lage und Erreichbarkeit.



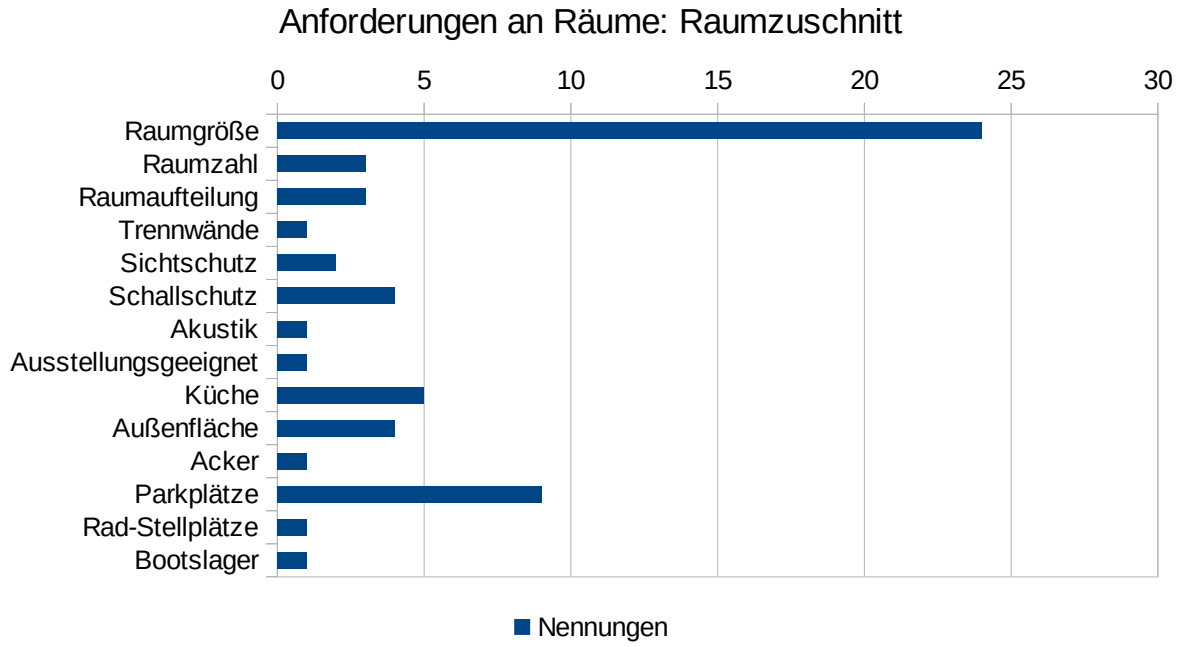
Bei den Anforderungen an die **Lage** zeigt sich einerseits der weit vorne liegende Wunsch nach einer zentralen Lage, andererseits wurden auch Bedürfnisse nach nichtzentraler Lage (wg. Luftverschmutzung, die man den Kindern nicht zumuten möchte), nach Lage im Stadtteil oder in der Nähe bereits vorhandener eigener Räume genannt. Häufig gab es die unspezifische Antwort „Lage", die könnte das Bild etwas ändern, wir vermuten, dass dahinter in der Regel Wünsche nach Zentralität stehen.

Bei der **Erreichbarkeit** war der Anschluß an den öffentlichen Nahverkehr mit Abstand am häufigsten genannt worden, die anderen Verkehrsmittel rangieren deutlich weiter hinten. Auch hier gab es unspezifische Antworten „Erreichbarkeit", deren Interpretation ist schwieriger und könnte die nachrangigen Verkehrsmittel weiter nach vorne bringen.

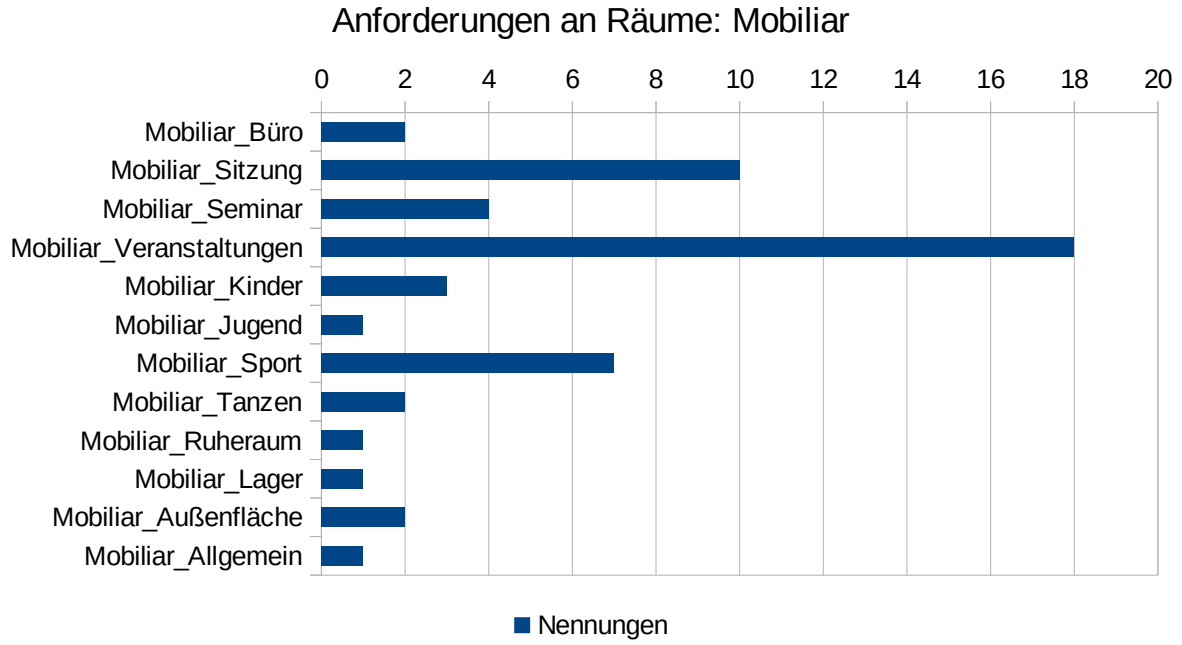
Bei der **Zugänglichkeit** war den Engagierten v.a. die Barrierefreiheit wichtig, aber auch die Zugänglichkeit zu den von ihnen benötigten Zeiten sowie ein unbürokratischer, unkomplizierter Zugang. In einem Fall wurde der Bedarf nach der ausschließlichen Nutzung eines Raums genannt.



Ein wichtiges Thema war auch der **Raumzuschnitt**, bei dem ganz oben der Bedarf an ausreichend großen Räumen steht, teils verbunden mit einem Bedarf in Bezug auf Raumzahl und Raumaufteilung. Als zweiten Bedarfsblock kann man den nach einer Küche und nach Schallschutz beobachten. Auf die Außenflächen bezogen steht der Bedarf an PKW-Stellplätzen ganz oben, danach folgen Grünflächen.

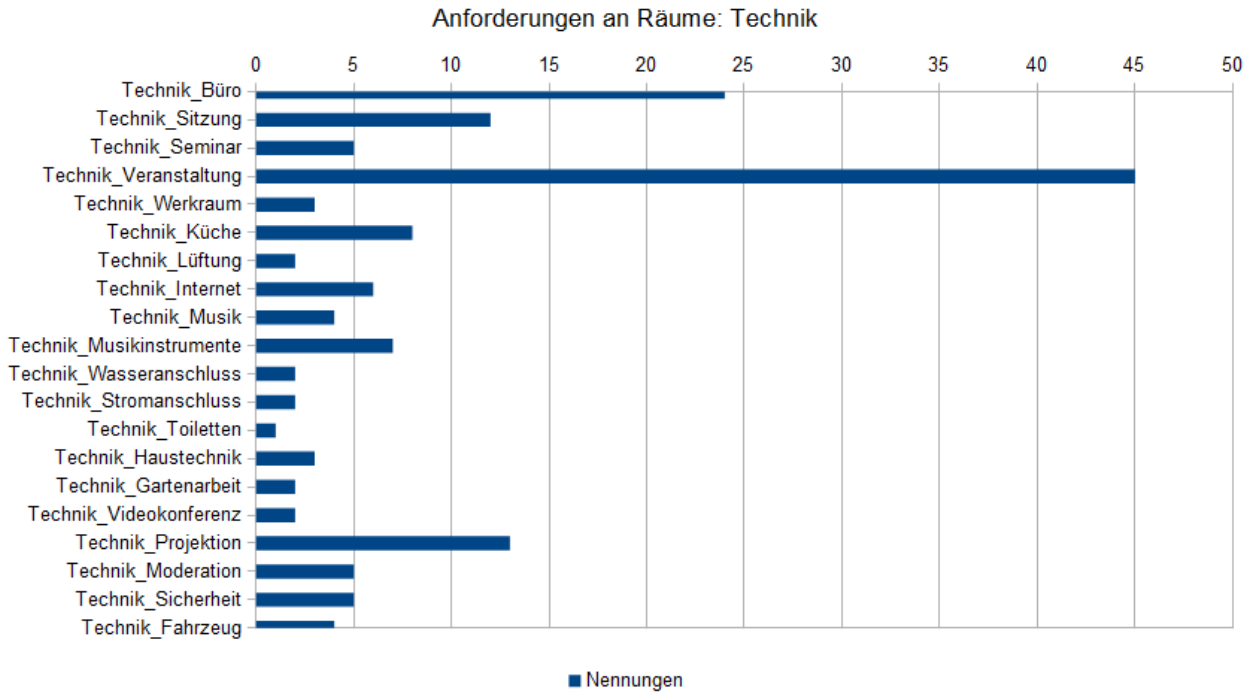


Der Bedarf an **Mobiliar** ist sehr eindeutig an die bereits in der letzten Frage betrachteten Nutzungsarten gekoppelt: Veranstaltungs-Ausstattung steht ganz oben, gefolgt von Sitzungen, Sport und Seminaren.

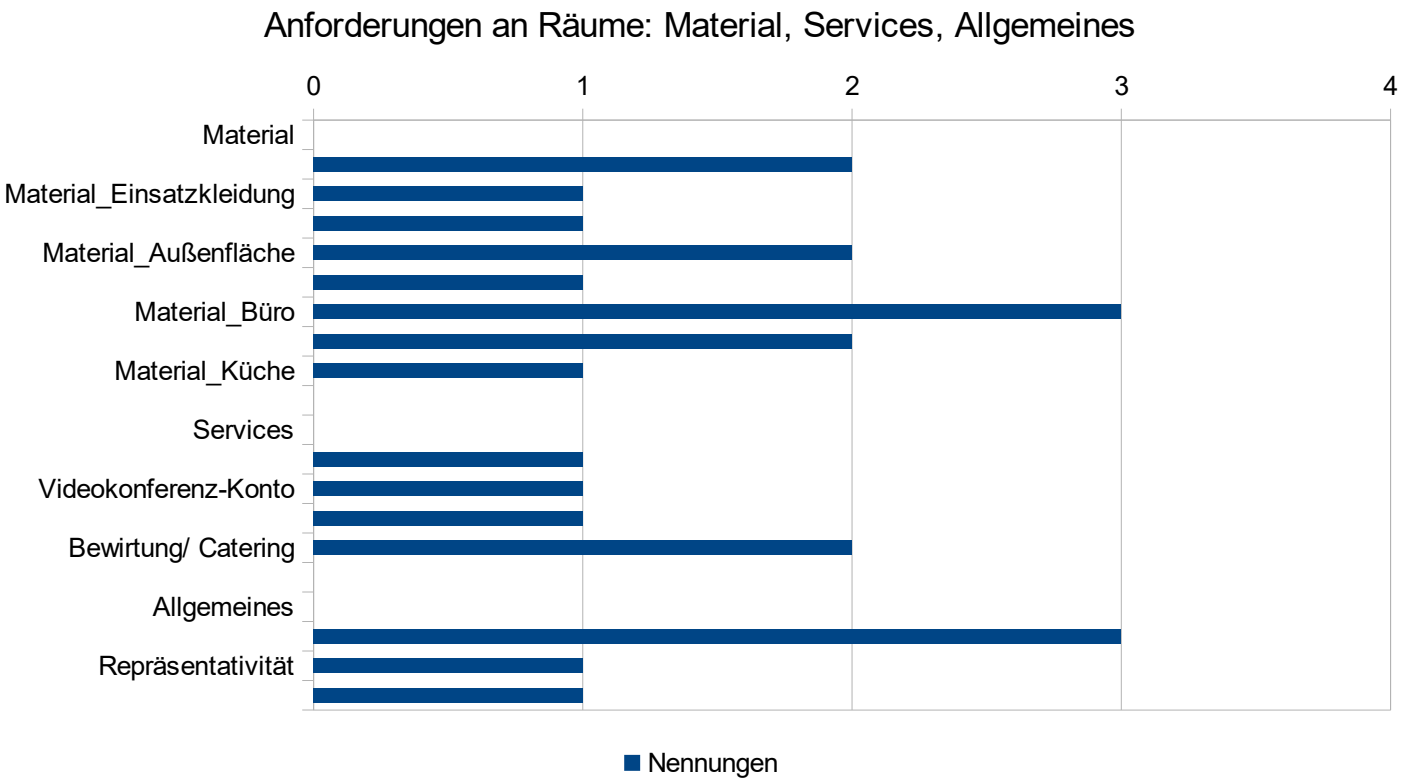


Auch der im Bereich **Technik** genannte Bedarf ist an die in der Vorfrage erhobenen Nutzungsarten gekoppelt: Ganz oben steht wieder Veranstaltungstechnik, gefolgt von Bürotechnik und Sitzungstechnik. Die gesondert genannten Bedarfe an Projektionstechnik, Moderationstechnik und Videokonferenztechnik stehen quer zu den drei zuerst genannten Bereichen (Veranstaltungen, Seminare und Sitzungen) und unterstreichen deren Bedarf weiter. Daran schließen sich spezifischere Nutzungen wie Küche, Musik und Gartenarbeit an sowie ein allgemeiner Bereich Haustechnik, der häufig auf Außenflächen bezogen wurde.

Die Kategorien, die wir in dieser Grafik abbilden, scheinen sich zunächst zu überschneiden. Tatsächlich ist es so, dass die Vereine sehr differenziert geantwortet haben und deutlich wird, dass sie ziemlich genaue Vorstellungen haben von dem was sie brauchen. Das kann hier mit den folgenden Kategorien nur grob dargestellt werden, es lohnt sich aber, diese Kategorien genauer anzuschauen. Wir suchten eine Balance zwischen „nah an den Aussagen der Engagierten bleiben“ und einer handhabbaren Zusammenfassung.
– Stelle?



Als letzte Bereiche in den Anforderungen an Räume lassen sich **Material, Services und allgemeine Bedarfe** wie Bezahlbarkeit und eine bestimmte Atmosphäre feststellen. Die Zahl der Nennungen ist gering, aber es gilt wie bei allen Daten dieser Umfrage die Hypothese, dass für jeden Verein, der an der Umfrage teilgenommen und einen Bedarf gemeldet hat, eine Vielzahl an weiteren steht, die den gleichen Bedarf haben.



Grafik auf Stabilität prüfen, ggf. NEU exportieren

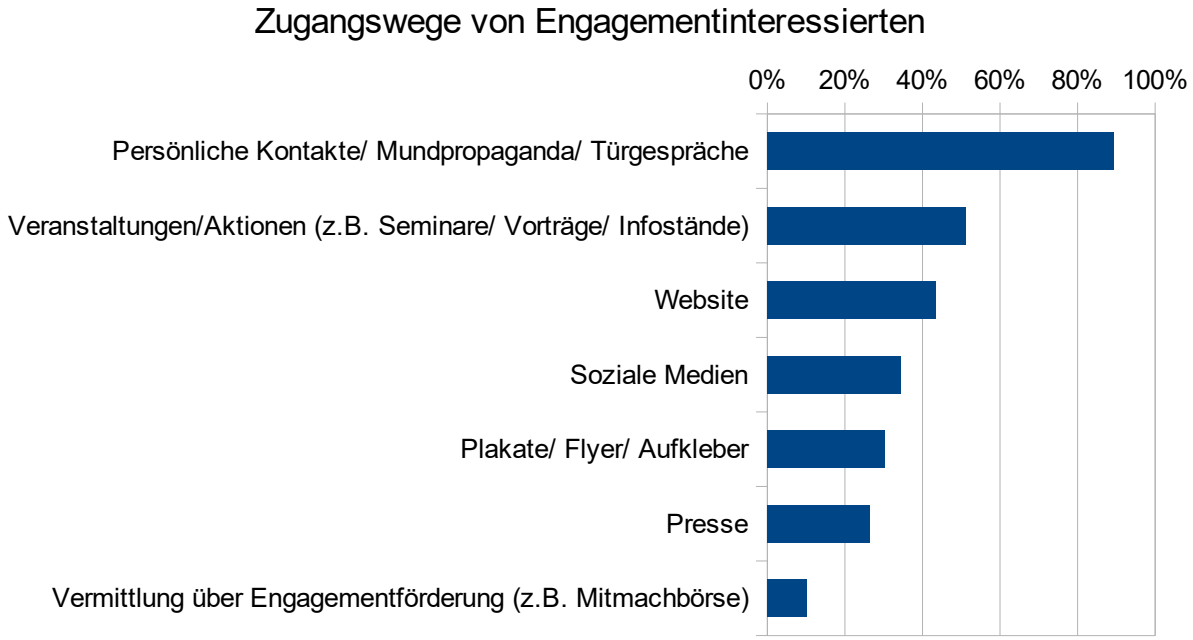
2.3. Information

Unterstützung durch Information umfasst die Formen Informationsmaterial, Fortbildung, Beratung und Coaching. Dabei war unser Ziel, sowohl den Informationsbedarf von bereits in Organisationen engagierten Menschen zu erfragen als auch Hinweise auf den Informationsbedarf bzw. die Informationswege der Engagementinteressierten zu erhalten.

2.3.1. Zugangswege von Engagementinteressierten

Als Einstieg fragten wir danach, auf welchen Wegen Engagementinteressierte zu der Organisation fanden, um Hinweise auf deren Suchgewohnheiten und Informationsbedarf zu erhalten (Frage 13).

Der Zugangsweg über persönliche Kontakte wird von fast 90% der befragten Organisationen als „sehr wichtig" oder „wichtig" eingeschätzt. Er ist also, wenig überraschend, mit Abstand der wichtigste. An Platz zwei stehen mit ca. 50% Veranstaltungen. Erst danach werden mit ca. 43% die Website und mit ca. 34% die Sozialen Medien genannt. Eigene Printmedien stehen nur bei etwa 30%, die Presse bei 26%. Mit etwa 10% hat die Vermittlung über die Engagementförderung nur eine geringe Bedeutung. – Es ist die Frage, welche Trends im Zeitalter der Digitalisierung bestehen…. – Schlussfolgerung: Gelegenheit für persönliche Gespräche schaffen...



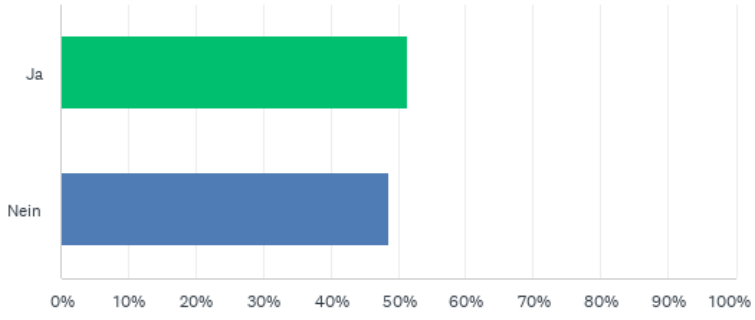
Frage 13: Zugangswege von Engagementinteressierten

Zugangswege	Viele		Wenige		Total
Persönliche Kontakte/ Mundpropaganda/ Türgespräche	89,33 %	159	10,67 %	19	178
Plakate/ Flyer/ Aufkleber	30,19 %	48	69,81 %	111	159
Website	43,59 %	68	56,41 %	88	156
Soziale Medien	34,48 %	50	65,52 %	95	145
Veranstaltungen/Aktionen (z.B. Seminare/ Vorträge/ Infostände)	51,26 %	82	48,75 %	78	160
Presse	26,49 %	40	73,51 %	111	151
Vermittlung über Engagementförderung (z.B. Mitmachbörse)	10,14 %	14	89,85 %	124	138
Beantwortungen					*184*
Übersprungen					*2*

2.3.2. Bisherige Informationsinteressen

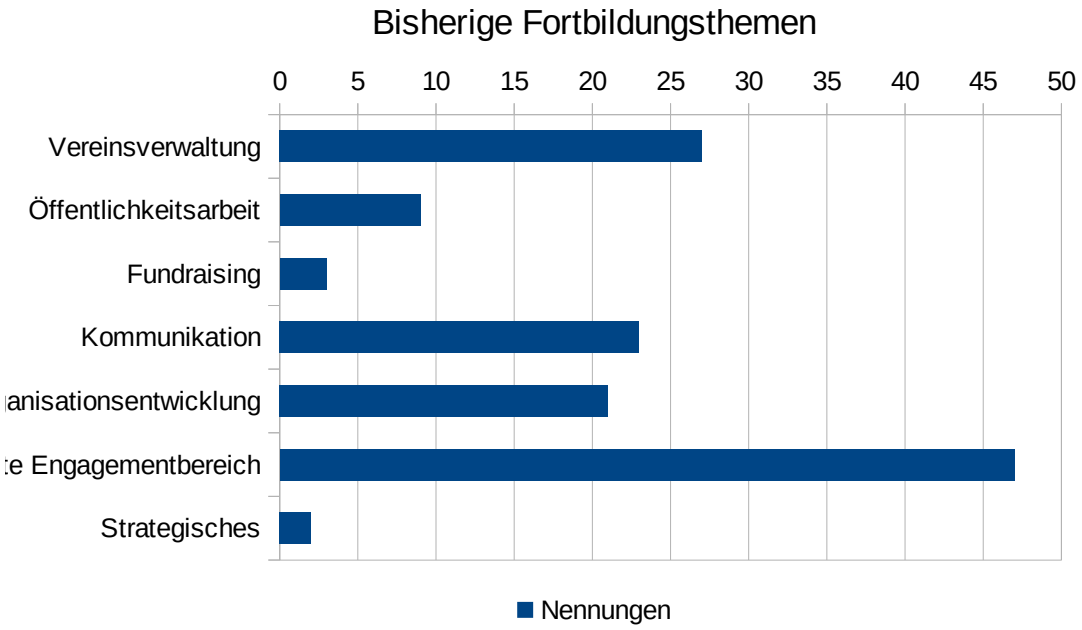
Die derzeitige Nutzung von Fortbildung, Beratung oder Coaching ist bereits hoch, bei über 50% der befragten Organisationen hatten Engagierte solche Angebote in Anspruch genommen.

F14 Hat Ihre Organisation im letzten Jahr Fortbildungen, Beratung oder Coaching in Anspruch genommen?



Eine Auswertung der Textantworten im Kommentarfeld ergab folgende bisherigen Interessen: Unter den dabei bisher gesuchten Themen steht die Vertiefung von Inhalten des eigenen Engagementbereichs mit großem Abstand vorne. Im Mittelfeld folgen Vereinsverwaltung, Kommunikation und

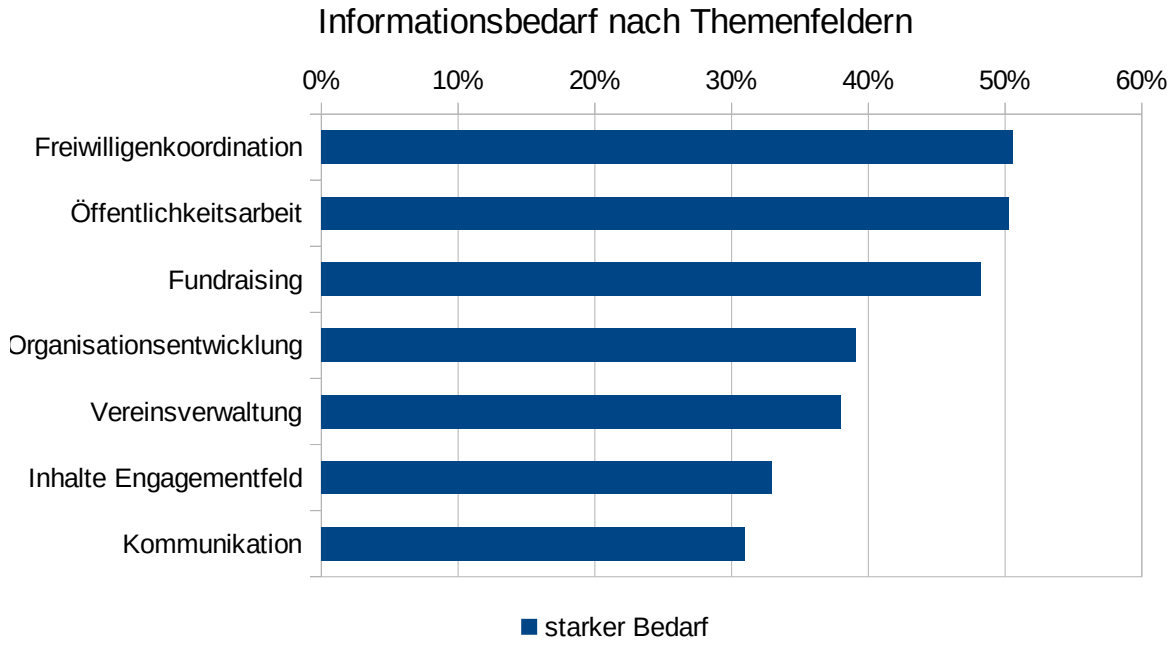
Organisationsentwicklung. Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising und Strategisches wurden nur selten genannt.



2.3.3. Aktueller Informationsbedarf

Auch in diesem Fragenblock ist die entscheidende Frage, welchen Informationsbedarf die Engagierten haben (Frage 15).

Einen starken Bedarf meldeten die antwortenden Organisationen in erster Linie bei Freiwilligenkoordination und Öffentlichkeitsarbeit mit jeweils 50%, gefolgt von Fundraising mit 48%. Organisationsentwicklung und Vereinsverwaltung stehen mit 39% und 38% im Mittelfeld. Als letzte stehen Inhalte des eigenen Engagementfelds (was beim bisherigen Fortbildungsbesuch an Platz 1 stand) mit 33% und Kommunikation mit 31%.



Frage 15: Informationsbedarf nach Themenfeldern

Themenfelder	starker Bedarf		wenig Bedarf		Total
Freiwilligenkoordination	50,59 %	86	49,41 %	84	170
Öffentlichkeitsarbeit	50,29 %	87	49,71 %	86	173
Fundraising	48,25 %	83	51,74 %	89	172
Organisationsentwicklung	39,06 %	66	60,95 %	103	169
Vereinsverwaltung	38,01 %	65	61,99 %	106	171
Inhalte Engagementfeld	32,91 %	52	67,09 %	106	158
Kommunikation	30,95 %	52	69,05 %	116	168
Kommentar					36
Beantwortungen					*178*
Übersprungen					*8*

Der große Unterschied zu den Aussagen über den bisherigen Fortbildungsbesucht liegt darin… Dies zeigt, dass Engagierte möglicherweise bestimmte Fortbildungsthemen noch nicht kannten oder unterschätzten, was dieses KnowHow zur Lösung ihrer Probleme beitrage kann. So stehen viele vor der Herausforderung, neue Engagierte zu finden, aber auch das lässt sich erlernen.

2.4. Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit soll die eigene Organisation sichtbarer machen und umfaßt

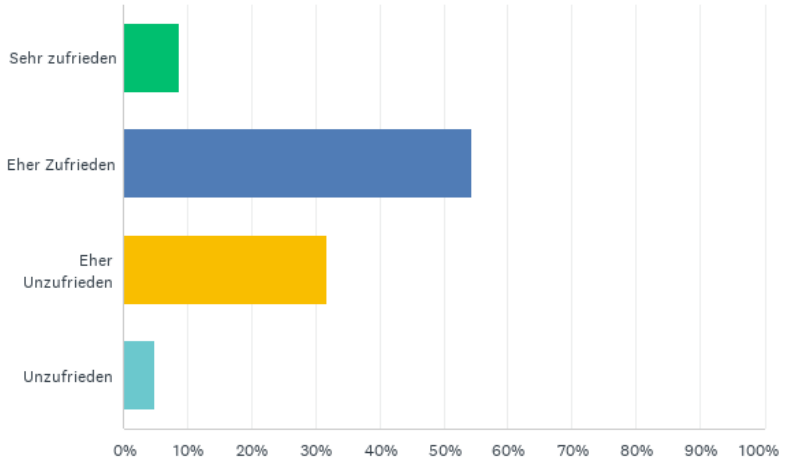
- die Herausgabe eigener Medien (Print wie digital)
- die Arbeit mit Medien anderer (ebenso Print/digital), also Pressearbeit/ Medienarbeit
- die Kommunikation mit Menschen auf eigenen oder anderen Veranstaltungen
- Einzelgespräche, ob an Haustüren oder mit MultiplikatorInnen

In diesem Fragenblock ging es uns darum, Hinweise auf die bisherige öffentliche Sichtbarkeit und den hierfür bestehenden Unterstützungsbedarf zu erhalten.

2.4.1. Derzeitige öffentliche Sichtbarkeit

Die bisherige Sichtbarkeit erfragten wir anhand der Zufriedenheit der Vereine damit (Frage 16). Sehr zufrieden ist nur eine kleine Gruppe von 10% der Befragten. Eher zufrieden mit der eigenen Sichtbarkeit ist mit etwas über 50% die Mehrheit, wobei diese Kategorie noch Verbesserungspotential einschließt. Ein Schmerzpunkt ist die öffentliche Sichtbarkeit für knapp 40% der befragten Organisationen (eher unzufrieden/ unzufrieden).

F16 Wie zufrieden sind Sie mit der öffentlichen Aufmerksamkeit für die Anliegen und die Aktivitäten Ihrer Organisation?

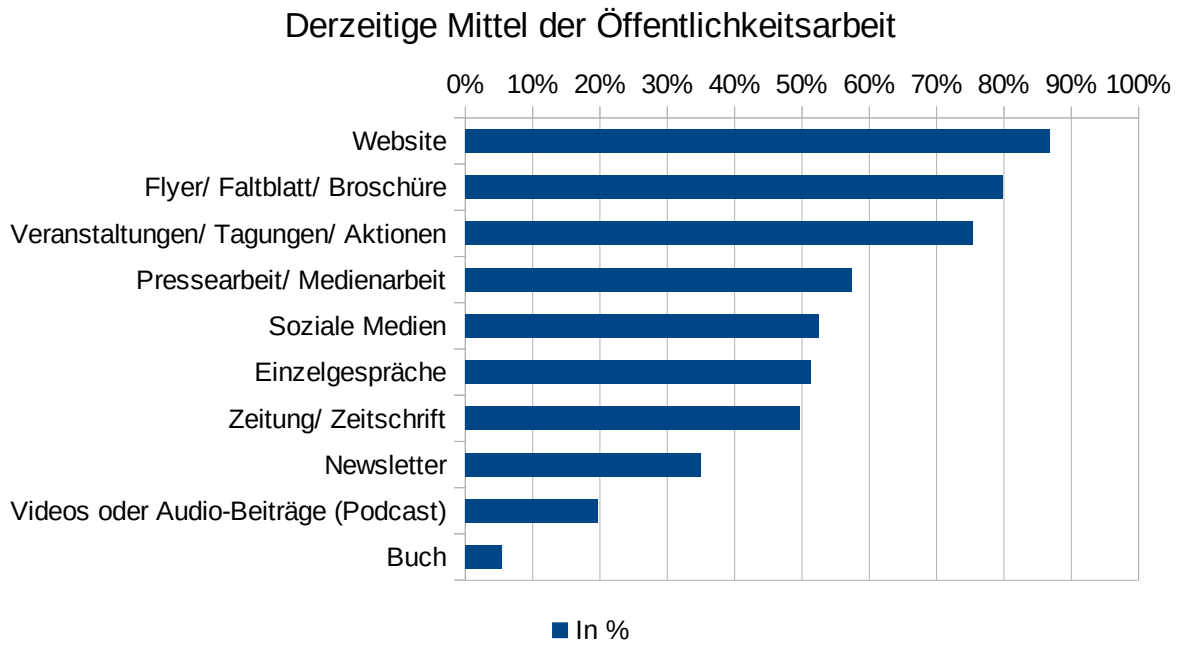


2.4.2. Derzeit verwendete Mittel der Öffentlichkeitsarbeit

Desweiteren fragten wir nach den bisher dafür genutzten Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit (Frage 17). Die Website, einfache Printmedien und Veranstaltungen wurden deutlich am häufigsten genutzt.

Dahinter ist ein Mittelfeld zu beobachten: Nur etwas mehr als 50% der befragten Organisationen betrieben Pressearbeit. Soziale Medien, Einzelgespräche und aufwendigere Printmedien (eigene Zeitschriften/Zeitungen) lagen mit etwa 45% knapp darunter.

Eine geringere Rolle spielten eigene Email-Newsletter und die Verwendung von eigenen Video- oder Audiobeiträgen. Kaum eine Rolle spielen sehr aufwendige Printmedien (Bücher).



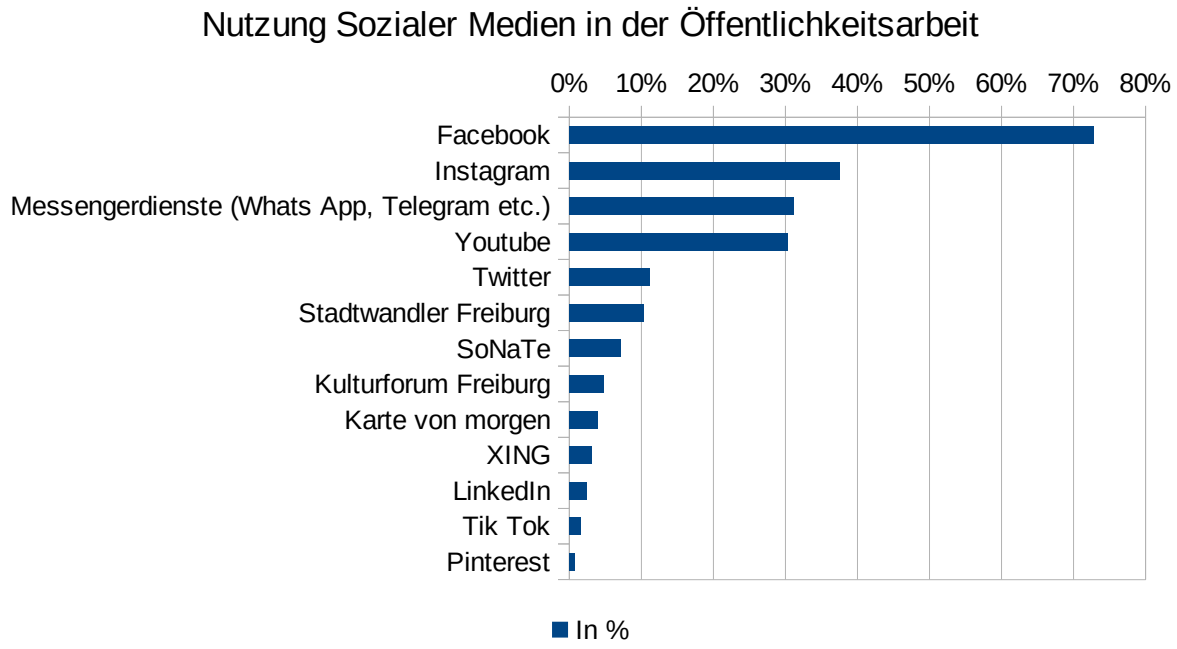
Frage 17: Derzeitige Mittel der Öffentlichkeitsarbeit

Mittel der Öffentlichkeitsarbeit	In %	Nennungen
Website	86,89 %	159
Flyer/ Faltblatt/ Broschüre	79,78 %	146
Veranstaltungen/ Tagungen/ Aktionen	75,41 %	138
Pressearbeit/ Medienarbeit	57,38 %	105
Soziale Medien	52,46 %	96
Einzelgespräche	51,37 %	94
Zeitung/ Zeitschrift	49,73 %	91
Newsletter	34,97 %	64
Videos oder Audio-Beiträge (Podcast)	19,67 %	36
Buch	5,46 %	10
Für uns spielt Öffentlichkeitsarbeit keine Rolle	1,09 %	2
Sonstiges (bitte angeben)	20,22 %	37
Beantwortungen		*183*
Übersprungen		*3*

2.4.3. Bedeutung Sozialer Medien für die Engagierten

Eine vertiefende Frage sollte die Frage klären helfen, welche Bedeutung die viel diskutierten Soziale Medien in der Praxis der Engagierten derzeit haben (Frage 18), wobei wir auch die Bekanntheit einiger in Freiburg verfügbaren Plattformen abfragten, die nicht im engeren Sinn zu den Sozialen Medien gehören. Aus heutiger Sicht hätten wir Telegram vermutlich besser eigens aufgeführt, statt es nur in der summarischen Kategorie „Messengerdienste" aufzulisten, da es über diese Rolle inzwischen hinausgewachsen ist und sich zum Sozialen Medium entwickelt hat.

Facebook ist mit ca. 70% der Nennungen erwartbar das am häufigsten genutzte Soziale Medium. Mit einigem Abstand folgen Instagram mit … und Youtube mit … Die summarische Kategorie „Messengerdienste" wird von … % genutzt. Twitter spielt mit … % eine auffallend geringe Rolle.

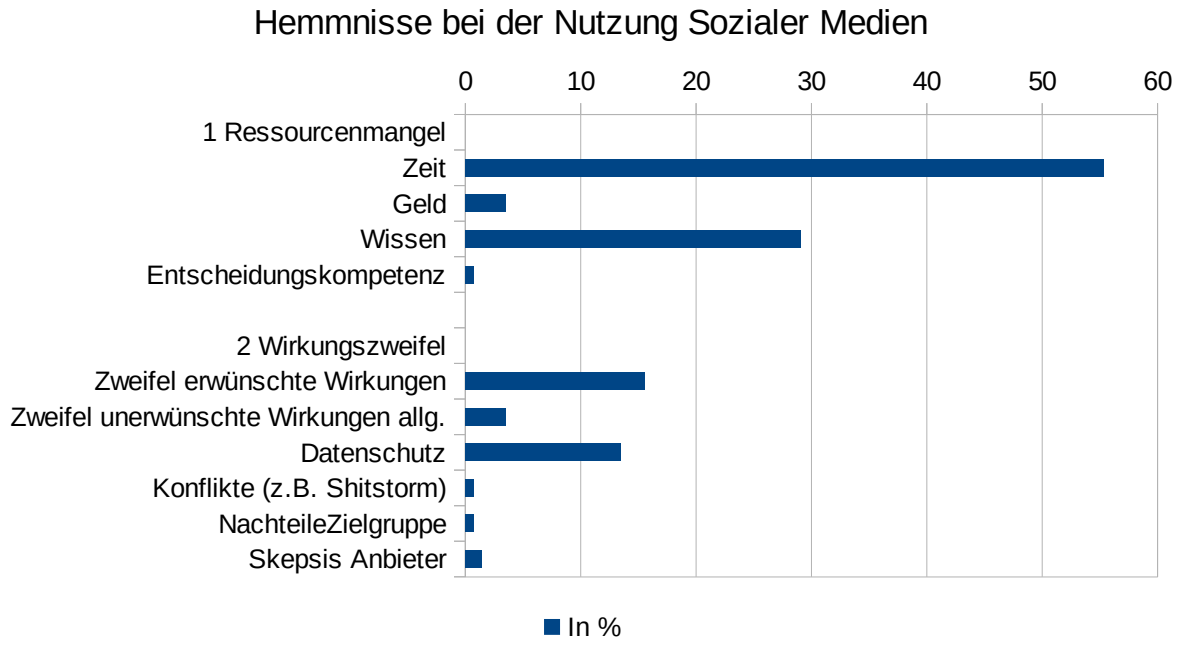


Frage 18 Nutzung sozialer Medien/ Plattformen

Soziale Medien u.ä.	In %	Nennungen
Facebook	72,80 %	91
Instagram	37,60 %	47
Messengerdienste (Whats App, Telegram etc.)	31,20 %	39
Youtube	30,40 %	38
Twitter	11,20 %	14
Stadtwandler Freiburg	10,40 %	13
SoNaTe	7,20 %	9
Kulturforum Freiburg	4,80 %	6
Karte von morgen	4,00 %	5
XING	3,20 %	4
LinkedIn	2,40 %	3
Tik Tok	1,60 %	2
Pinterest	0,80 %	1
Sonstiges (bitte angeben)	29,60 %	37
Beantwortungen		*125*
Übersprungen		*61*

2.4.4. Hemmnisse für die Nutzung sozialer Medien

Daran schließt sich die Frage an, welche Rolle Sozialen Medien für die Praxis der Engagierten tatsächlich spielen könnten, weshalb wir nach den Hemmnissen für deren Nutzung fragten (Frage 19). Ganz deutlich oben standen mangelnde Ressourcen wie Zeit mit … % und Wissen mit …%. Für einen kleineren Teil der befragten Organisationen spielten auch Zweifel eine Rolle, ob die erwünschte Wirkung (öffentliche Sichtbarkeit) mit diesen Medien tatsächlich erreichbar sei (…%) und den Aufwand rechtfertige. Einige befürchteten auch unerwünschte Wirkungen, v.a. Datenschutzprobleme (…%).



	In %	Nennungen
1 Ressourcenmangel		
Zeit	55,32	78
Geld	3,55	5
Wissen	29,08	41
Entscheidungskompetenz	0,71	1
2 Wirkungszweifel		
Zweifel erwünschte Wirkungen	15,60	22
Zweifel unerwünschte Wirkungen allg.	3,55	5
Datenschutz	13,48	19
Konflikte (z.B. Shitstorm)	0,71	1
NachteileZielgruppe	0,71	1
Skepsis Anbieter	1,42	2

2.4.5. Unterstützungsbedarf bei Öffentlichkeitsarbeit

Die wichtigste Frage dieses Blocks ist die nach dem Unterstützungsbedarf der befragten Organisationen für ihre Öffentlichkeitsarbeit (Frage 20).

Interessant ist, dass das KnowHow zur Öffentlichkeitsarbeit mit 46% deutlich an Platz 1 steht, dicht gefolgt von Auslage- und Aushangmöglichkeiten für die eigenen Printmedien mit 42%.

Im zweiten Block (zwischen 30 und 40%) liegen Medienarbeit, eine Online-Plattform für Terminankündigungen und Kontakte zu MultiplikatorInnen.

Ein dritter Block (zwischen 25 und 30%) weist Videos/Audios, Veranstaltungen und eine Online-Plattform zur Vorstellung der eigenen Organisation auf.

Weiter abgeschlagen liegen Online-Plattformen für die Veröffentlichung der eigenen Artikel, für Suche- und Biete-Anfragen (Schwarzes Brett-Funktion) und für Unterschriftenlisten.

Immerhin 30 Organisationen (17%) gaben an, keine Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit zu benötigen.

Frage 20: Unterstützungsbedarf bei Öffentlichkeitsarbeit

	in %	Nennungen
Know-How für wirksame Öffentlichkeitsarbeit	46,47 %	79
Auslage- und Aushangmöglichkeiten für Flyer, Plakate usw.	42,35 %	72
Unterstützung bei Pressearbeit/ Medienarbeit (Kontakte etc.)	34,71 %	59
Online-Plattform/ Email-Newsletter zur Ankündigung Ihrer Termine	32,35 %	55
Unterstützung durch Kontakt zu MultiplikatorInnen	31,18 %	53
Unterstützung bei der Erstellung von Videos oder Audio-Beiträgen	28,24 %	48
Veranstaltungen/ Messen/ Infomärkte	27,65 %	47
Online-Plattform/ Email-Newsletter zur Vorstellung Ihrer Organisation	25,29 %	43
Online-Plattform/ Email-Newsletter zur Veröffentlichung Ihrer Artikel	18,82 %	32
Wir benötigen keine Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit	17,65 %	30
Online-Plattform/ Email-Newsletter für Suche-/ Biete-Anfragen	11,76 %	20
Online-Plattform für Ihre Unterschriftenlisten/ Petitionen	8,24 %	14
Sonstiges (bitte angeben)	18,24 %	31
Beantwortungen		*170*
Übersprungen		*16*

2.5. Personelle Unterstützung

Personelle Unterstützung von Engagierten durch externe Hauptamtliche kann sie von Verwaltungstätigkeiten entlasten, damit sie sich ihrem eigentlichen Anliegen zuwenden können. Dies kann umfassen (in zunehmender Intensität der Unterstützung aufgelistet):

- Anlaufstelle bei Problemen, Beschwerden und Ideen von Ehrenamtlichen
- Initiierung von Projekten (Engagementförderer stellen Bedarf fest und gewinnen Engagierte für die Idee, ziehen sich nach einer Startphase zurück)
- Mitwirkung an Projekten (Engagementförderer übernehmen einzelne Aufgaben, die Koordination erfolgt weiter durch die Ehrenamtlichen selbst)
- Leitung von Projekten (Engagementförderer übernehmen Projektmanagement/ Leitung des Projekts)

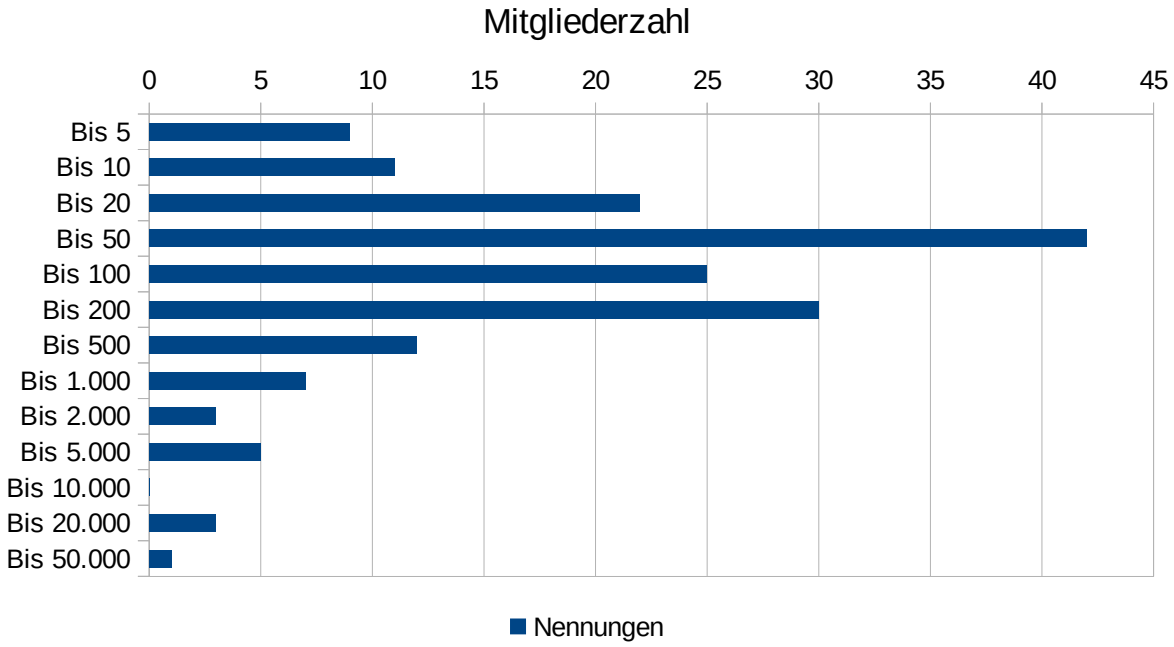
Je nach Verein kann dies z.B. bei der Buchhaltung, der Moderation von Strategieworkshops oder der Formulierung von Finanzanträgen hilfreich sein.

In diesem Fragenblock wollten Hinweise darauf erhalten, wo in den befragten Organisationen Aufgaben mangels Arbeitskapazität nicht (zufriedenstellend) erledigt werden können – und wo dabei externe hauptamtliche Hilfe als hilfreich eingeschätzt wird.

Einleitend fragten zwei Bestandsfragen die derzeitige personelle Lage ab, zunächst die Mitgliederzahl (Frage 21), dann die Zahl der Engagierten (Frage 22).

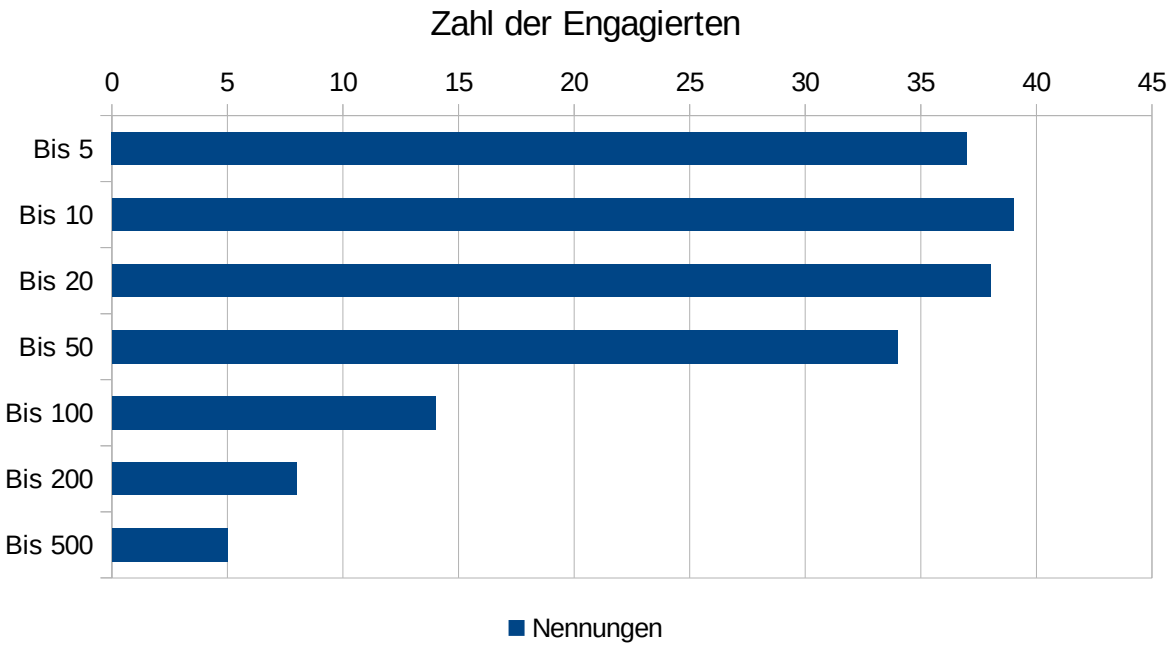
2.5.1. Mitgliederzahl

Bei der Mitgliederzahl haben die beteiligten Organisationen mit Abstand am häufigsten (über 40 Nennungen) Werte zwischen 20 und 50 Mitgliedern genannt. An Platz zwei stehen mit 30 Nennungen Vereine mit 100-200 Mitgliedern. Darauf folgen Vereine mit 50-100 und solche mit 10-20 Mitgliedern. Damit liegt das Gros der befragten Organisationen im mittleren Bereich, daneben haben sich einige sehr kleine Initiativen und einige sehr mitgliederstarke Vereine an der Umfrage beteiligt.



2.5.2. Zahl der Engagierten

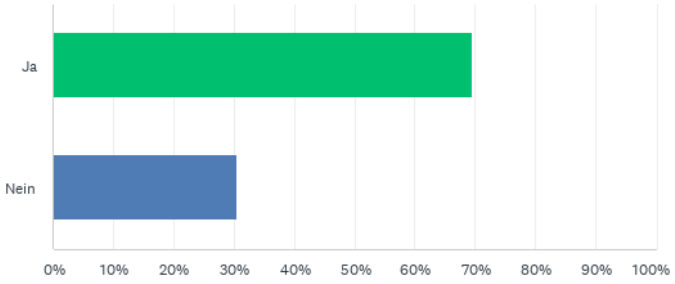
Wichtiger ist die Bestandsfrage nach der Zahl der Engagierten (Frage 22). Von den befragten Organisationen liegen die meisten relativ gleichauf in den Bereichen bis 5, bis 10, bis 20 und bis 50 Engagierte. Mit einigem Abstand folgen die Organisationen mit höheren Engagiertenzahlen.

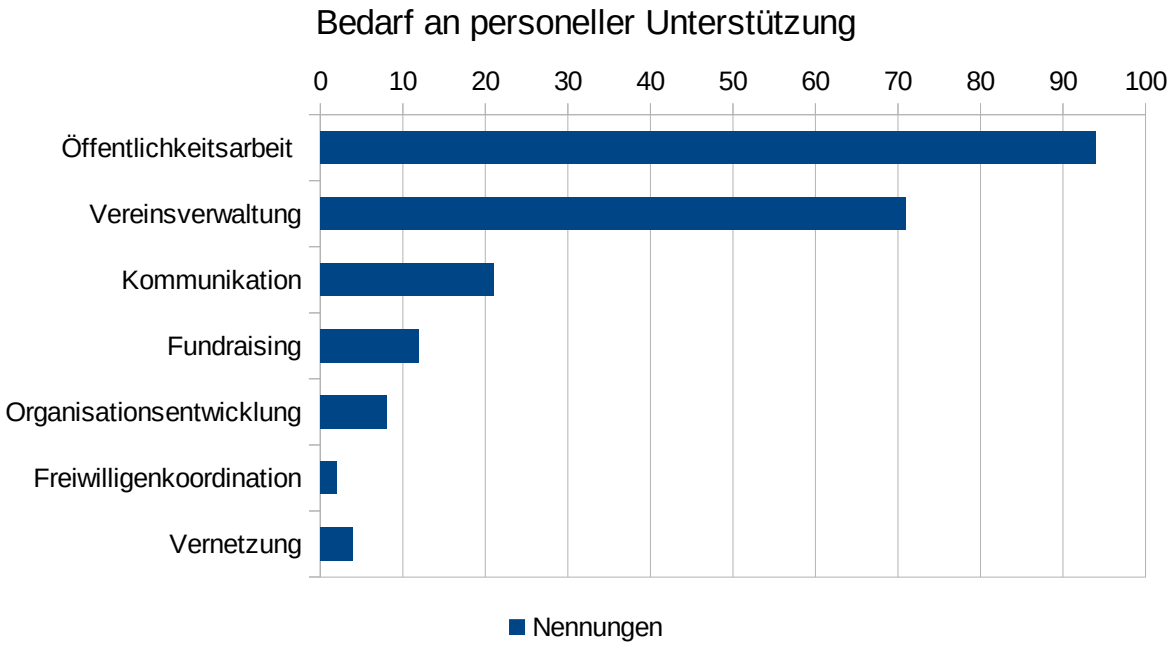


2.5.3. Bedarf an personeller Unterstützung

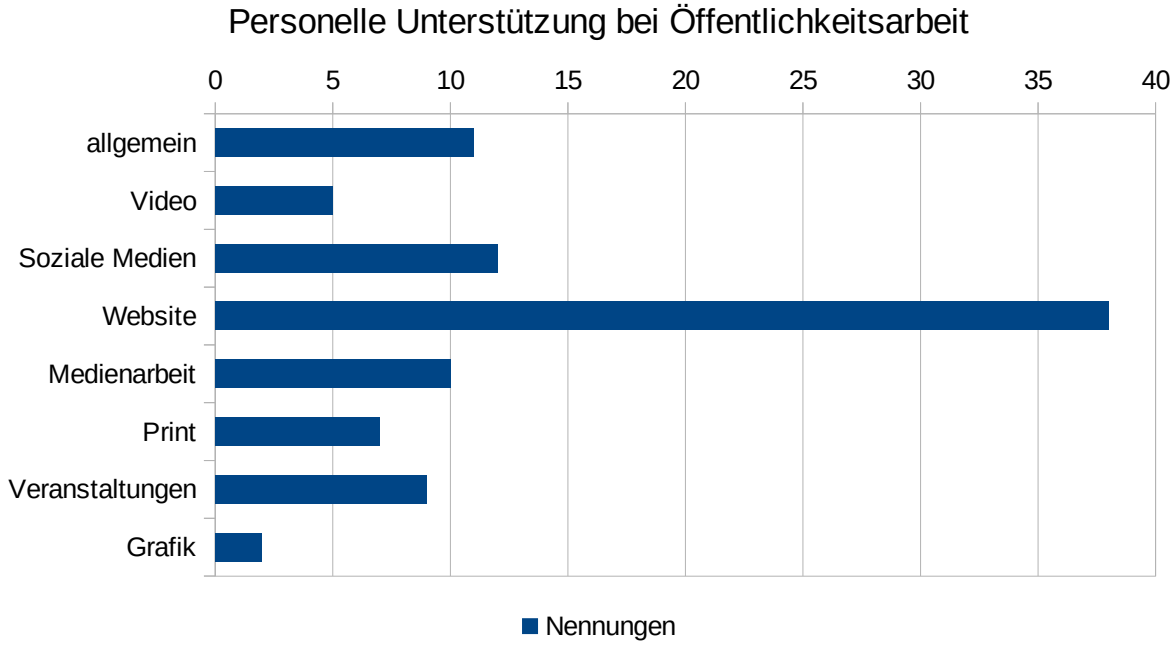
Entscheidend ist auch in diesem Fragenblock die nach dem Unterstützungsbedarf (Frage 23). 70% der befragten Organisationen meldeten hier Bedarf an. Dieser richtete sich mit großem Abstand zunächst auf Öffentlichkeitsarbeit, gefolgt von Vereinsverwaltung.

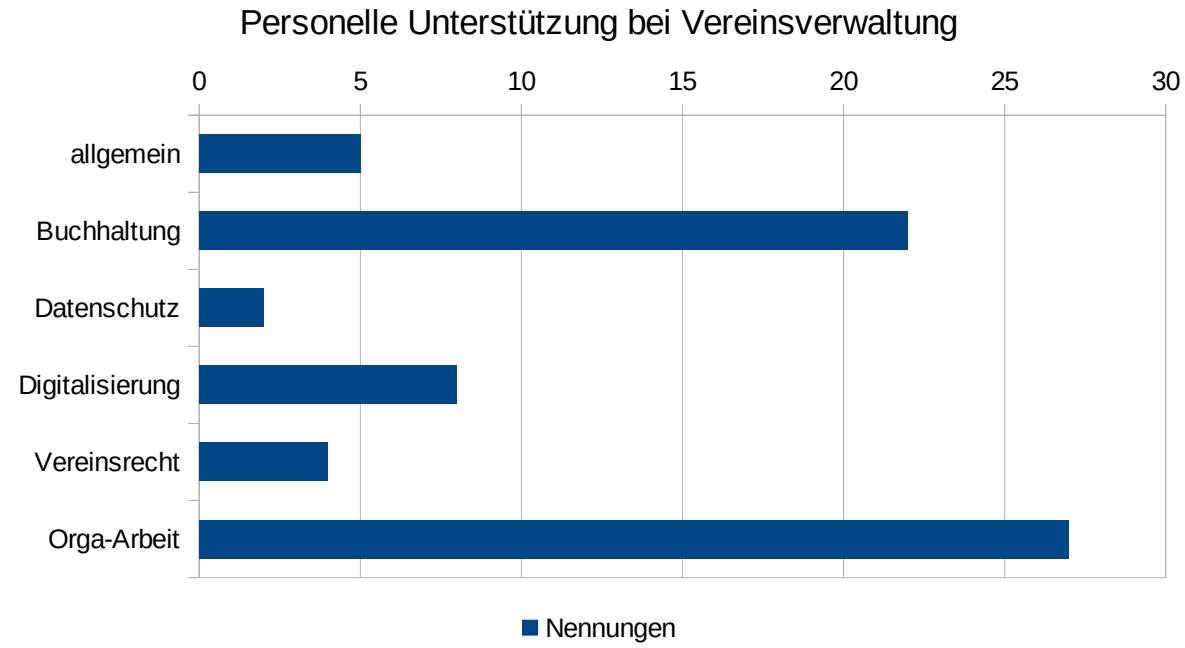
F23 Es gibt die Idee, einen Fachkräftepool zur kostenlosen oder kostengünstigen personellen Unterstützung für Engagierte aufzubauen. Gibt es Aufgaben in Ihrer Organisation, bei denen Ihnen diese externe Unterstützung weiterhelfen würde?(z.B. durch Fachleute für Moderation, Buchhaltung oder Webdesign)

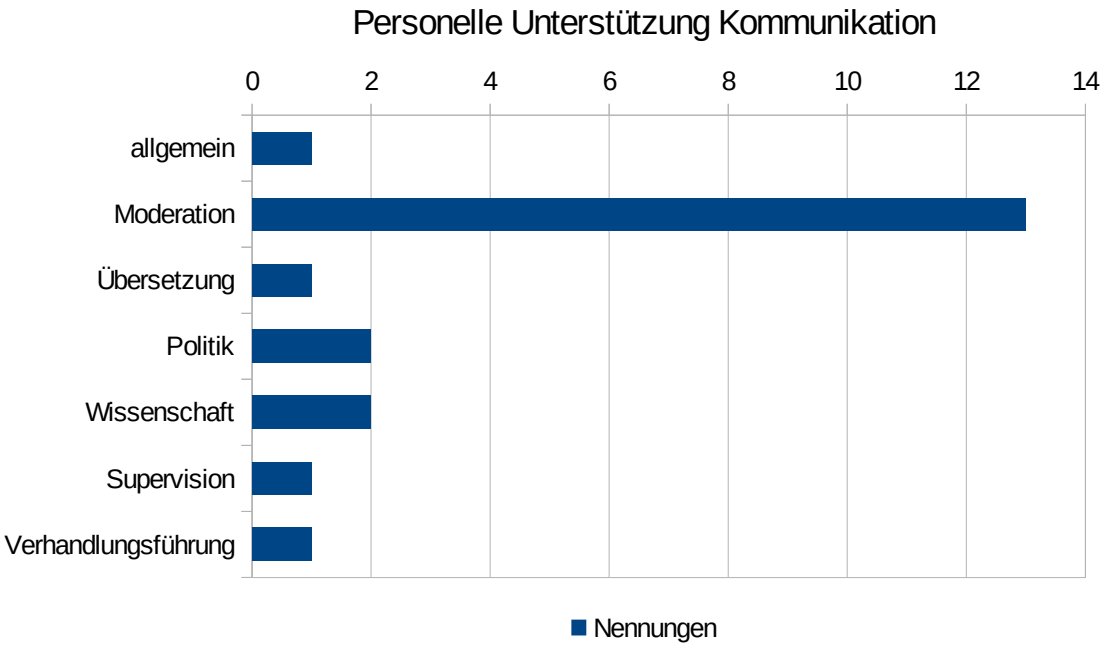




Die drei am häufigsten genannten Bereiche haben wir weiter aufgeschlüsselt. Im Bereich **Öffentlichkeitsarbeit** wird mit Abstand am häufigsten Unterstützung bei Websites gewünscht, alle anderen Themen werden deutlich seltener genannt. Im Bereich **Vereinsverwaltung** ist der Bedarf bei allgemeiner Organisationsarbeit und bei der Buchhaltung am größten. Im Bereich **Kommunikation** liegt mit Abstand der Unterstützungsbedarf bei Moderation vorne.





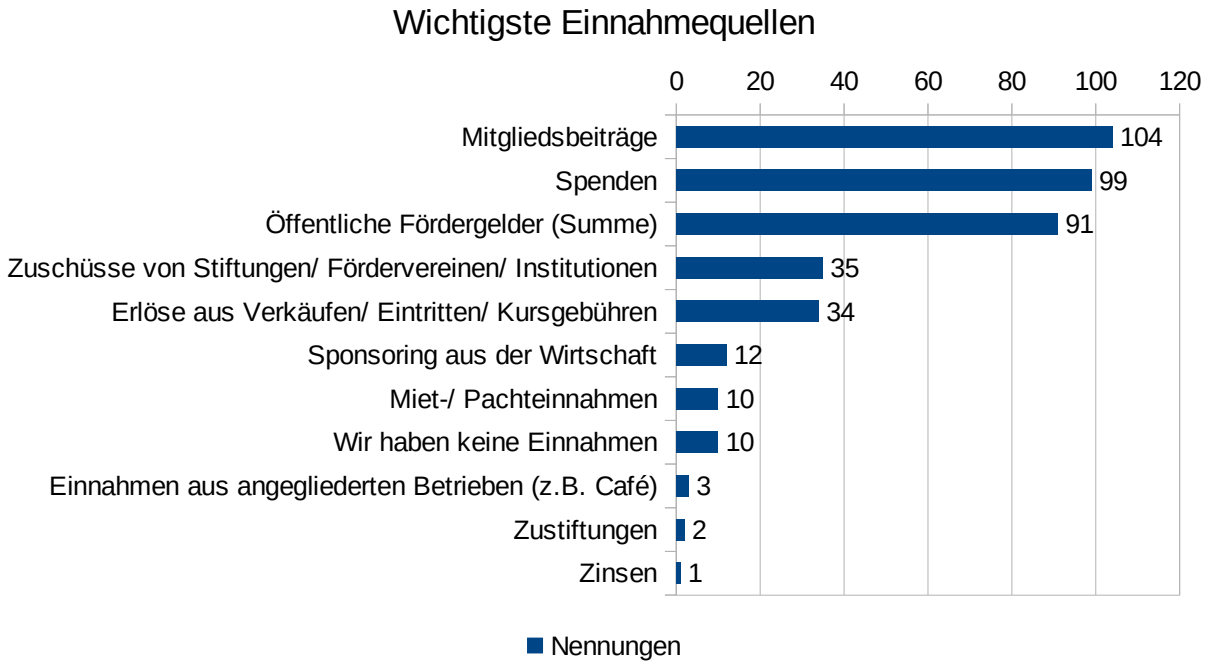

Personelle Unterstützung Kommunikation
0
2
4
6
8
10
12
14
allgemein
Moderation
Übersetzung
Politik
Wissenschaft
Supervision
Verhandlungsführung
Nennungen

2.6. Finanzielle Unterstützung

Finanzielle Unterstützung, ob als Grund- oder Projektfinanzierung, als Anschub- oder langfristige Finanzierung brauchen viele Vereine.

2.6.1. Derzeitige Finanzierungsquellen

Einleitend fragten wir nach den derzeitigen Finanzierungsquellen. Die drei wichtigsten Finanzierungsquellen sind mit Abstand Mitgliedsbeiträge, Spenden und öffentliche Fördergelder. Alle anderen Quellen werden nur in geringerem Maß genannt.



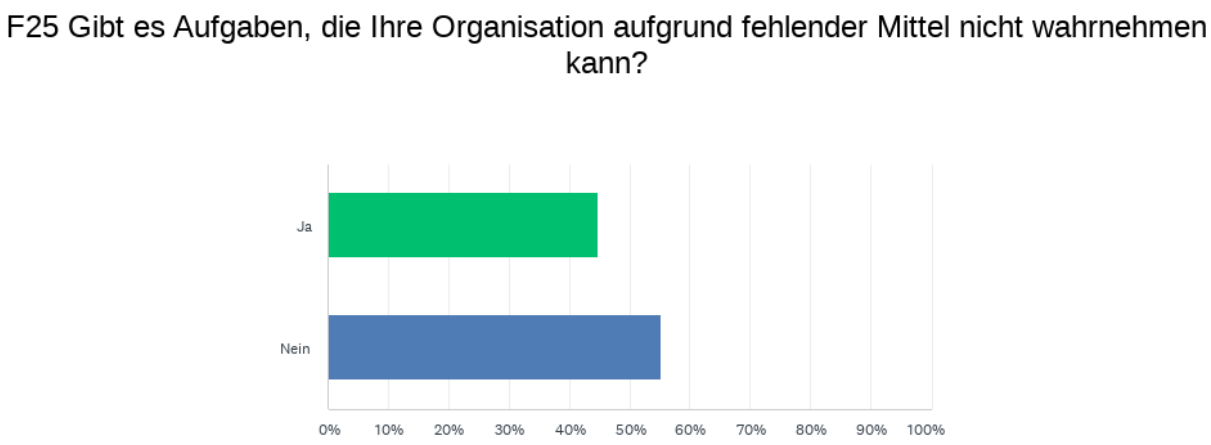
Frage 24: Wichtigste Einnahmequellen

Einnahmequellen	In %	Nennungen
Mitgliedsbeiträge	57,14 %	104
Spenden	54,40 %	99
Öffentliche Fördergelder (Summe)	50,00 %	91
a) Öffentliche Fördergelder: städtische Zuschüsse	31,87 %	58
b) Öffentliche Fördergelder: Zuschüsse Land/ Bund/ EU	18,13 %	33
Zuschüsse von Stiftungen/ Fördervereinen/ Institutionen	19,23 %	35
Erlöse aus Verkäufen/ Eintritten/ Kursgebühren	18,68 %	34
Sponsoring aus der Wirtschaft	6,59 %	12
Miet-/ Pachteinnahmen	5,49 %	10
Wir haben keine Einnahmen	5,49 %	10
Einnahmen aus angegliederten Betrieben (z.B. Café)	1,65 %	3
Zustiftungen	1,10 %	2
Zinsen	0,55 %	1
Sonstiges (bitte angeben)	21,43 %	39
Beantwortungen		*182*
Übersprungen		*4*

2.6.2. Bedarf an finanzieller Unterstützung

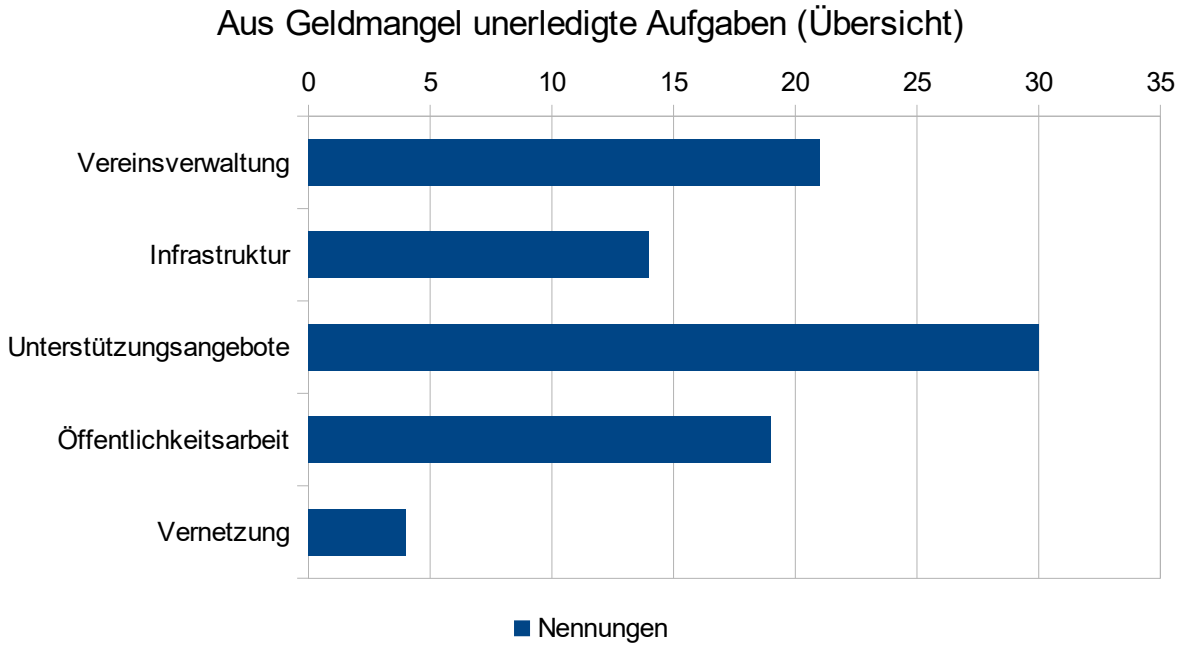
Wichtiger noch ist die Frage nach dem Unterstützungsbedarf (Frage 25). Dieser ist hier schwer zu erheben, weil bei diesem Faktor die Elastizität enorm ist: Geld hat man nie genug, denn je mehr Geld ein Verein erhält, desto mehr kann er für seine Zielgruppe leisten. Auch ist offen, wofür genau ein Verein das Geld einsetzt, es kann in Ressourcen aller Art investiert werden. Wenn man also nach Zahlen fragt, wird die Gefahr groß, dass eine beliebige Liste daraus folgt. Daher haben wir nach dem gefragt, worum es eigentlich geht: den aus finanziellen Gründen brachliegenden Aufgaben.

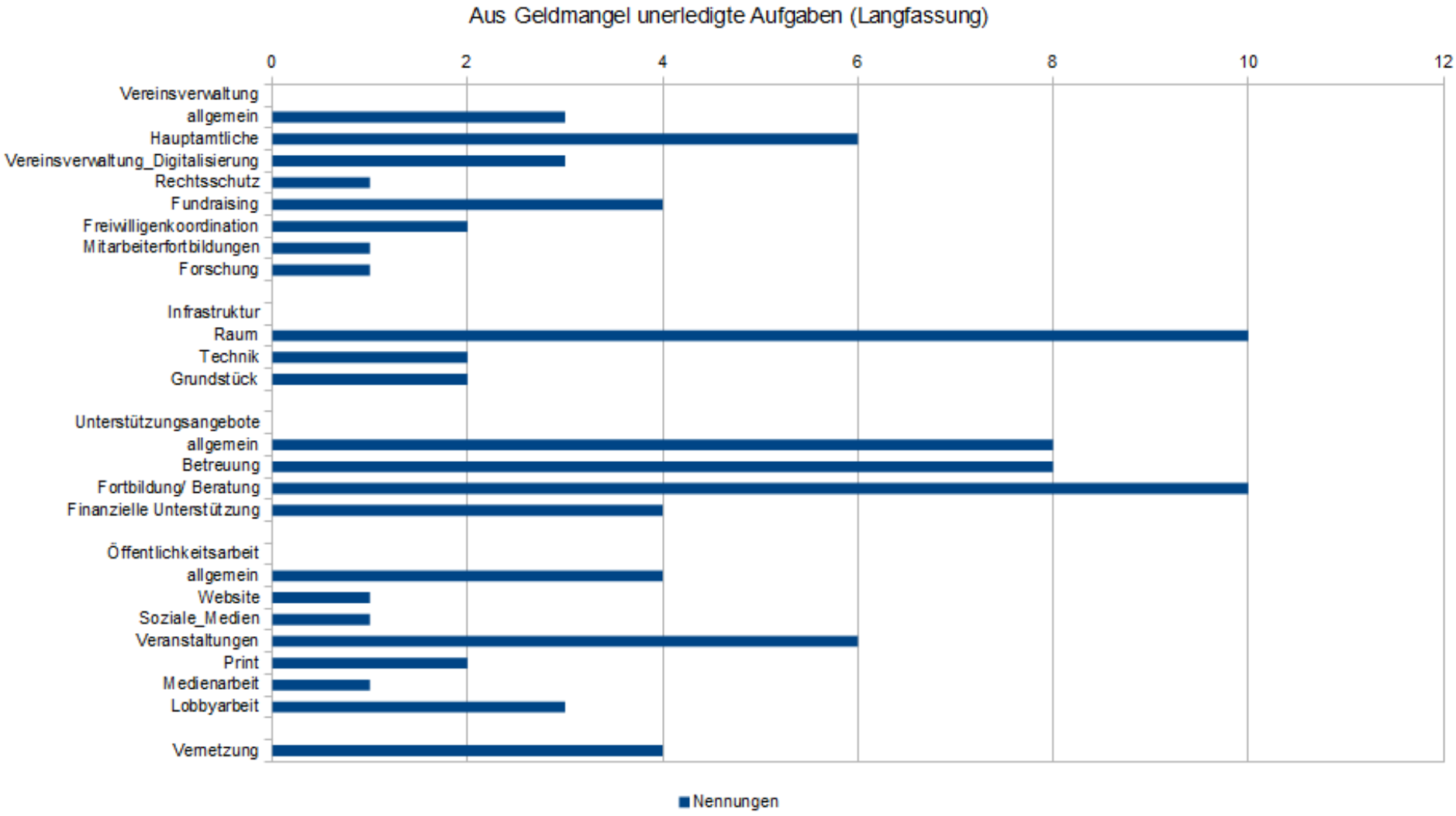
Interessanterweise geben nur etwa 45% der Organisationen an, dass sie aus Finanzgründen bestimmte Aufgaben nicht wahrnehmen können.



Unter den aus Geldmangel unerledigten Aufgaben steht ganz vorne der eigentliche Zweck der Organisation: die Unterstützungsangebote. Darunter haben wir alles das zusammengefasst, was Leistungen des Vereins für seine Zielgruppen meint, also seine inhaltliche Arbeit wie z.B. Kinderbetreuung, Trainingsangebote und Seenotrettung.

Mit einigem Abstand folgen die Tätigkeiten, die die Voraussetzung für die Unterstützungsangebote sind: zunächst die Vereinsverwaltung und die Öffentlichkeitsarbeit, danach die Infrastruktur (v.a. Räume).




Aus Geldmangel unerledigte Aufgaben (Langfassung)
0
2
4
6
8
10
12
Vereinsverwaltung
allgemein
Hauptamtliche
Vereinsverwaltung_Digitalisierung
Rechtsschutz
Fundraising
Freiwilligenkoordination
Mitarbeiterfortbildungen
Forschung
Infrastruktur
Raum
Technik
Grundstück
Unterstützungsangebote
allgemein
Betreuung
Fortbildung/ Beratung
Finanzielle Unterstützung
Öffentlichkeitsarbeit
allgemein
Website
Soziale_Medien
Veranstaltungen
Print
Medienarbeit
Lobbyarbeit
Vernetzung
Nennungen

2.7. Anerkennung/ Würdigung

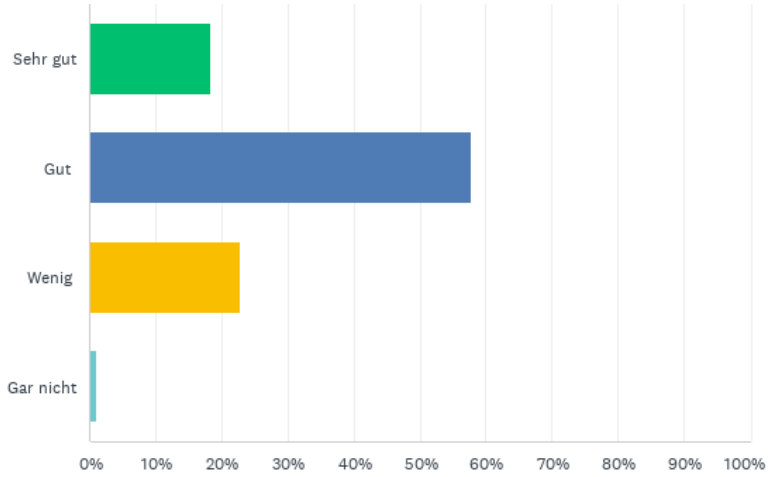
Anerkennung bzw. Würdigung ist ein menschliches Grundbedürfnis, das oft dort eine besondere Rolle spielt, wo eine Tätigkeit unentgeltlich ausgeübt wird. Beim bürgerschaftlichen Engagement geht es um ein ehrliches Danke, verbunden mit Zeit und der einen oder anderen Kleinigkeit. In der baden-württembergischen Engagementförderung fast legendär ist der ehemalige Bürgermeister der schwäbischen Gemeinde Dürmentingen, der jedes Jahr zum Erntedankfest seinen Ehrenamtlichen eigenhändig einen Ochsen am Spieß briet. Natürlich: so vielfältig wie die Engagementmilieus, so vielfältig sollten die Formen der Anerkennung sein; beispielsweise können jüngere Generationen eher nicht soviel mit Ehrennadeln anfangen.

In diesem Fragenblock wollten wir erfahren, inwieweit die Engagierten ihren Einsatz gewürdigt sehen und welche Formen sie dafür als geeignet ansehen.

2.7.1. Derzeitige Würdigung des Engagements

Einleitend fragten wir, ob die Organisation bzw. ihre Engagierten genug Anerkennung für ihr Engagement erhalten (Frage 26). Wir haben dabei die subjektive Einschätzung abgefragt. Zwar kann auch dieser Faktor im Einzelfall sehr elastisch sein, aber dadurch, dass wir nicht Einzelpersonen, sondern Organisationen befragten, rechnen wir mit einer summierten Einschätzung.

F26 Wie sehen Sie das Engagement Ihrer Organisation bislang anerkannt/ gewürdigt?



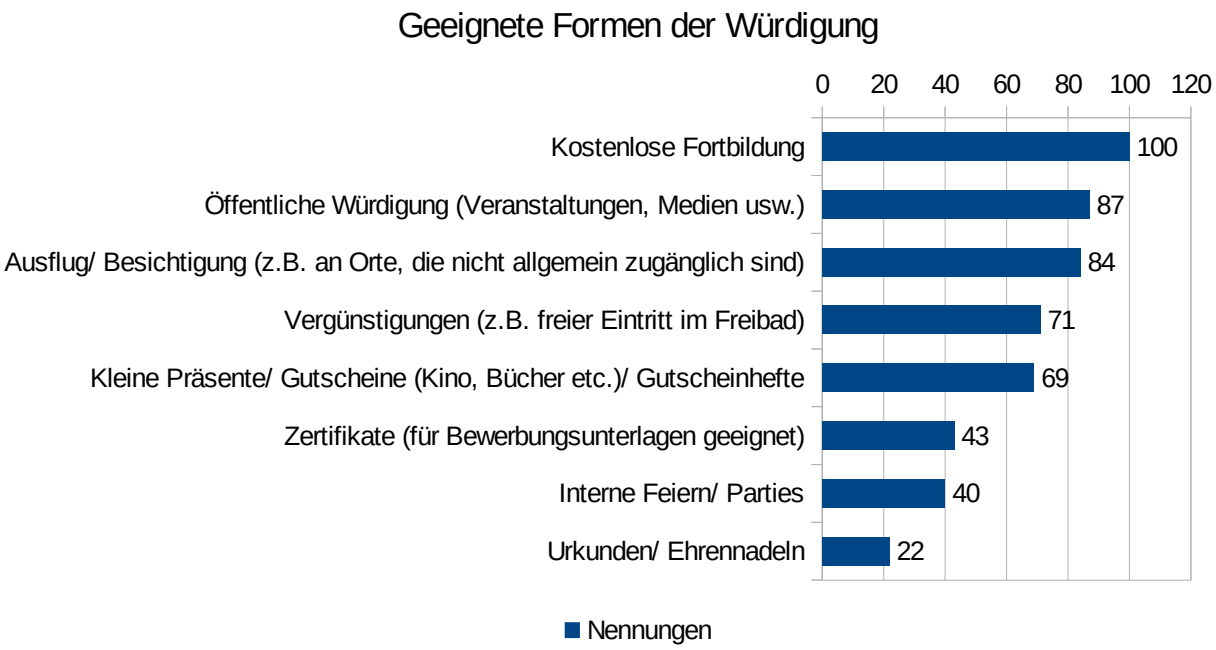
2.7.2. Geeignete Formen der Anerkennung

Die folgenden Formen schätzten die antwortenden Organisationen als geeignet ein (Frage 27).

An erster Stelle stehen kostenlose Fortbildungen mit 100 Nennungen. An zweiter folgen eine öffentliche Würdigung (87 Nennungen) und Ausflüge/Besichtigungen (84 Nennungen).

Im Mittelfeld stehen Vergünstigungen (71 Nennungen) und kleine Präsente/ Gutscheinhefte (69 Nennungen).

Weiter abgeschlagen stehen Zertifikate, interne Feiern und Urkunden bzw. Ehrennadeln.



2.8. Vernetzung

Engagierte BürgerInnen entfalten eine enorme Vielfalt an Aktivitäten und müssen sich dabei notgedrungen spezialisieren. Oft wissen sie daher nicht genug voneinander, dabei würde dies wertvoll für ihre Arbeit sein. Bei Vernetzung geht es zum einen um den Austausch von Informationen – für alle, die das Rad nicht neu erfinden möchten; denn gemeinsam lernt man schneller, entwickelt sich schneller. Zum andern geht es um Zusammenarbeit – für alle, die dem Einzelkämpfermodus nicht so viel abgewinnen können; denn gemeinsam erreicht man mehr. Vernetzung kann folgende Stufen umfassen, nach zunehmender Intensität gegliedert:

- den einfachen *Informationsaustausch* im Sinne des „auf dem Laufenden bleiben"
- den vertieften *Erfahrungsaustausch* im Sinne des „was funktioniert bei Euch, und was nicht?"
- die Suche nach *Kooperationspartnern* für einzelne *Projekte*
- die Suche nach *Kooperationspartnern* für gemeinsame große *Kampagnen*

Aber Vernetzung kann zeitaufwendig sein und ist wie alle Aktivitäten von einer Kosten-Nutzen-Abwägung der Engagierten abhängig.

In diesem Fragenblock wollten wir Hinweise auf den Vernetzungsgrad der Vereine erhalten und vor allen Dingen erfahren, welchen Vernetzungsbedarf die Engagierten sehen: wünschen sie mehr Austausch? Wenn ja: mit wem und in welcher Form?

2.8.1. Derzeitige Vernetzungsintensität

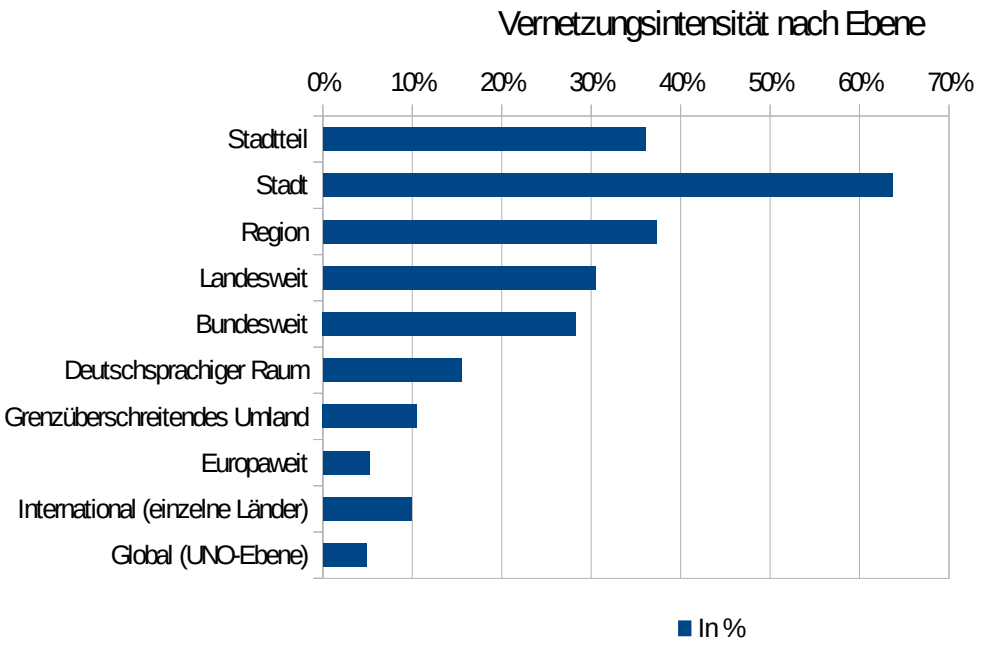
Einleitend erfragten wir den derzeitigen Vernetzungsgrad der Engagierten (Frage 28).

Die Vernetzung auf stadtweiter Ebene steht mit Abstand auf Platz 1: 64% der antwortenden Organisationen schätzten ihre Vernetzung auf dieser Ebene als „intensiv" oder „sehr intensiv" ein.

Etwa gleichrangig folgt die Vernetzung auf regionaler Ebene (37%) und im Stadtteil (36%).

Im Mittelfeld liegt die Vernetzung auf Landesebene (30%) und Bundesebene (28%).

Interessant ist, dass Freiburger Engagierte in ihrer Vernetzung teils weit darüber hinausreichen, immerhin knapp 5% sind sogar global vernetzt.


Vernetzungsintensität nach Ebene
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
Stadtteil
Stadt
Region
Landesweit
Bundesweit
Deutschsprachiger Raum
Grenzüberschreitendes Umland
Europaweit
International (einzelne Länder)
Global (UNO-Ebene)
In %

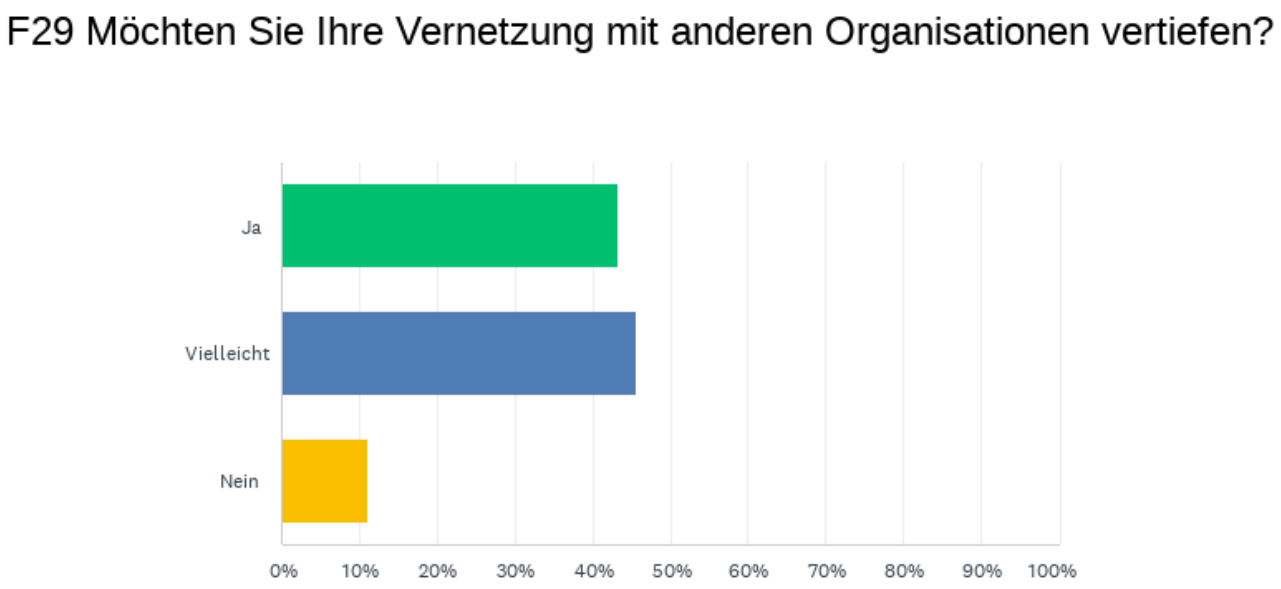
Frage 28 Wo und wie intensiv steht Ihre Organisation in Erfahrungsaustausch oder Zusammenarbeit mit anderen Organisationen?

	Intensiv		Eher intensiv		Wenig intensiv		Nicht vorhanden		Total
Stadtteil	18,35 %	29	17,72 %	28	28,48 %	45	35,44 %	56	158
Stadt	29,17 %	49	34,52 %	58	30,36 %	51	5,95 %	10	168
Region	9,94 %	16	27,33 %	44	37,89 %	61	24,84 %	40	161
Landesweit	9,32 %	15	21,12 %	34	36,02 %	58	33,54 %	54	161
Bundesweit	11,32 %	18	16,98 %	27	41,51 %	66	30,19 %	48	159
Deutschsprachiger Raum	3,23 %	5	12,26 %	19	32,90 %	51	51,61 %	80	155
Grenzüberschreitendes Umland (Nordwestschweiz, Elsaß)	5,26 %	8	5,26 %	8	28,95 %	44	60,53 %	92	152
Europaweit	0,65 %	1	4,55 %	7	26,62 %	41	68,18 %	105	154
International (einzelne Länder)	2,65 %	4	7,28 %	11	25,17 %	38	64,90 %	98	151
Global (UNO-Ebene)	0,69 %	1	4,17 %	6	12,50 %	18	82,64 %	119	144
Kommentar									32
Beantwortungen									*179*
Übersprungen									*7*

2.8.2. Mehr Vernetzung?

Beim Vernetzungsbedarf (Frage 29) ist das Bild sehr eindeutig. 43% der befragten Organisationen möchten die Vernetzung mit anderen Organisationen vertiefen, und 45% möchten dies vielleicht. Nur 11% haben daran kein Interesse.

Der große Anteil an „Vielleicht"-Antworten ist so zu deuten, dass die Engagierten sensibel auf die Kosten-Nutzen-Abwägung achten: Vernetzung nur um der Vernetzung willen ist nicht das Ziel, sondern der Aufwand muss überschaubar und der Nutzen spürbar sein.

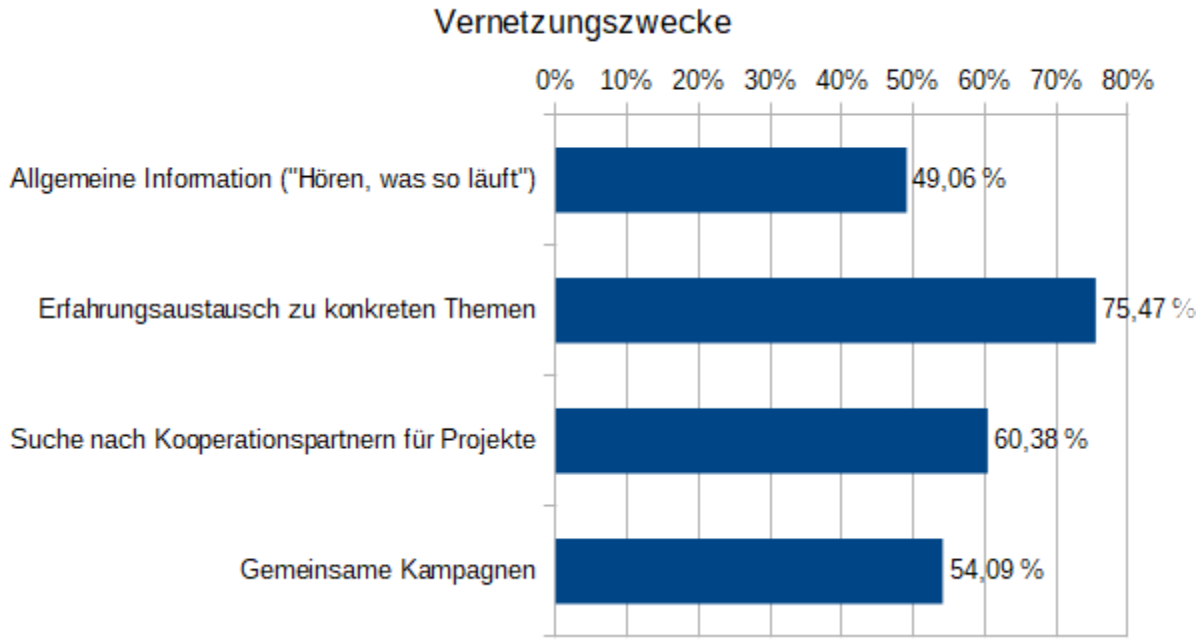


Frage 29: Möchten Sie Ihre Vernetzung mit anderen Organisationen vertiefen?

	In %	Nennungen
Ja	43,33 %	78
Vielleicht	45,56 %	82
Nein	11,11 %	20
Beantwortungen		*180*
Übersprungen		*6*

2.8.3. Gewünschter Vernetzungszweck

Um die Kosten-Nutzen-Abwägung der Engagierten zu verstehen, ist der von ihnen gewünschte Nutzen der Vernetzung, also ihr Zweck, zentral (Frage 30). Klar an Platz 1 steht die mittlere Stufe, der Erfahrungsaustausch, den sich 75 % wünschen. An zweiter Stelle steht die Suche nach Kooperationspartnern für Einzelprojekte mit 60 %, gefolgt von der Suche nach Kooperationspartnern für gemeinsame Kampagnen mit 54%. Der allgemeine, eher unverbindliche Erfahrungsaustausch steht unten in der Prioritätenliste, aber ist immerhin noch für 49 % interessant. Die Kommentare der Befragten geben Beispiele für jede der Vernetzungsstufen, wobei etwa zur Hälfte sehr konkrete Projektvorhaben angesprochen wurden.



2.8.4. Gewünschte Vernetzungsformen

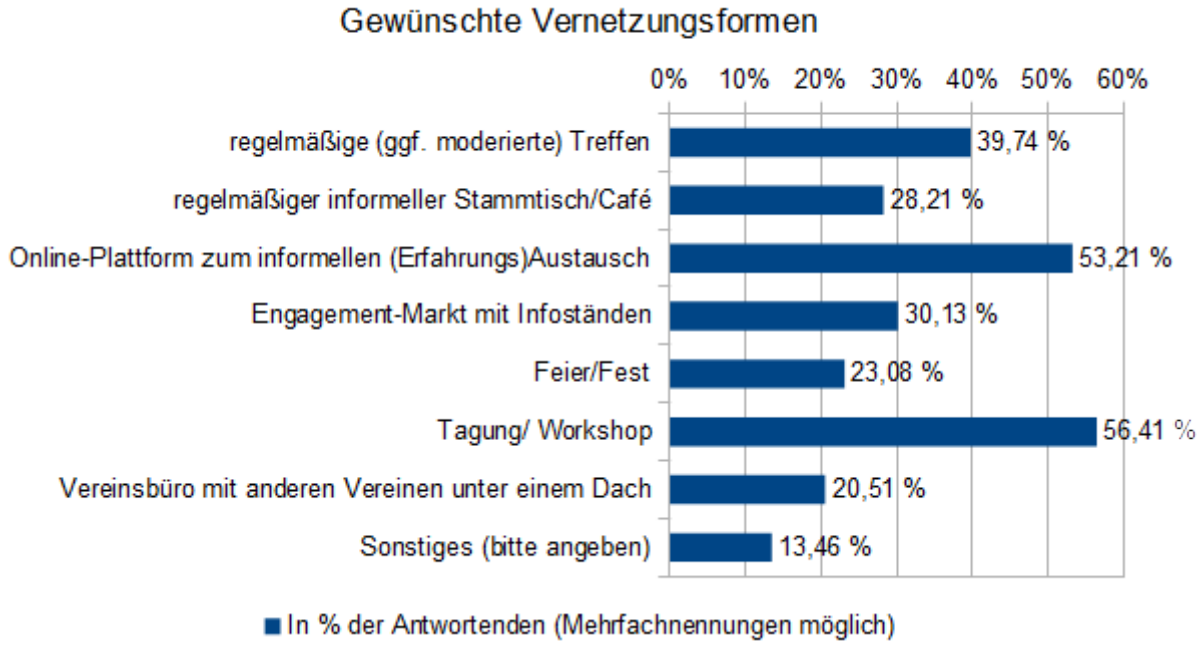
Bei der Frage nach den gewünschten Vernetzungsformen (Frage 31) geht es um beide Teile der Kosten-Nutzen-Abwägung der Engagierten: Welche Form würde den Aufwand der Engagierten in nachvollziehbaren Grenzen halten und den von ihnen gewünschten Zweck erreichen?

Mit Abstand vorne liegen Tagungen/ Workshops (56%) und ein Online-Plattform für informellen Austausch (53%).

Bei regelmäßigen Treffen werden moderierte Treffen (knapp 40%) gegenüber Treffen mit informellem Stammtsich-Charakter (28%) klar bevorzugt.

An vierter Stelle steht ein Engagement-Markt mit Infoständen mit 30%.

An letzter Stelle, aber immerhin für ein Fünftel der Antwortenden eine Option, stehen Feiern/ Feste (23%) und „Vereinsbüro mit anderen Vereinen unter einem Dach" (20%); letzteres erklärt sich vermutlich teilweise daraus, dass nicht alle Vereine Vereinsbüros haben oder anstreben.



Frage 31: Welche Formen der Vernetzung wären für Ihre Organisation interessant?

Vernetzungsformen	In %	Nennungen
regelmäßige (ggf. moderierte) Treffen	39,74 %	62
regelmäßiger informeller Stammtisch/Café	28,21 %	44
Online-Plattform zum informellen (Erfahrungs)Austausch	53,21 %	83
Engagement-Markt mit Infoständen	30,13 %	47
Feier/Fest	23,08 %	36
Tagung/ Workshop	56,41 %	88
Vereinsbüro mit anderen Vereinen unter einem Dach	20,51 %	32
Sonstiges (bitte angeben)	13,46 %	21
Beantwortungen		*156*
Übersprungen		*30*

Die Kommentare unter „Sonstiges" sind gering an der Zahl, die Nennungen pro Aussagetyp würden nichts aussagen. Daher stellen wir sie hier rein qualitativ dar, thematisch zusammengefasst, aber ohne Zahlen damit zu verbinden:

Format-Anforderungen
nicht regelmässig
Kontinuität gewährleisten
Effizienz gewährleisten
Wissenstransfer gewährleisten
Neue Akteure einbinden
Verschiedene Perspektiven
berücksichtigen
Koordination
bestehende Formate nutzen
bestehende Formate zusammenlegen
Besser veröffentlichen/bewerben
Online
Persönliche Kontakte

Formatvorschläge
Fortbildungen
Fest
Hundetraining
Konzertreise
Themenbezogene Treffen
Kooperation
Kooperation_Projekt
Projektbeirat

2.9. Zielgruppenengagement

Bei diesem Fragenblock geht es um das Engagement bestimmter Zielgruppen wie SchülerInnen, Jugendliche, SeniorInnen, MigrantInnen, Arbeitslose oder Unternehmen. Beim Zielgruppenengagement geht es darum, die Engagementförderung auf die spezifische Lage und die konkreten Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe auszurichten.

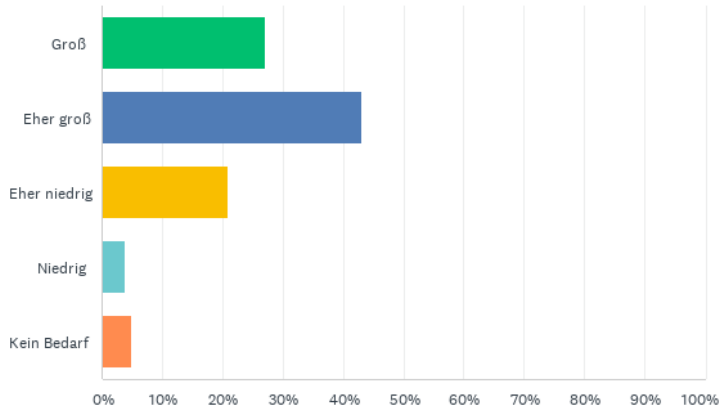
Diese Zielgruppen werden in der Engagementförderung üblicherweise in den Blick genommen, weil mit einer Bevölkerungsgruppe ein besonderes Engagementpotential oder ein besonderer Bedarf verbunden wird. In Rahmen dieser Umfrage geht es nun darum, diese Einschätzung anhand der Einschätzung der Engagierten zu überprüfen.

Dazu erfragten wir, inwiefern die Vereine bestimmte Bevölkerungsgruppen besonders als Quelle von neuen Mit-Engagierten oder generell deren verstärktes Engagement als wünschenswert ansehen.

2.9.1. Bedarf an weiteren Engagierten

Die erste Frage (Frage 32) richtete sich einleitend auf den Bedarf an weiteren ehrenamtlichen MitstreiterInnen. 70% der Antwortenden hatte sehr großen und großen Bedarf an weiteren Engagierten, 25% eher niedrigen oder niedrigen und 5% keinen Bedarf an zusätzlichen Engagierten.

F32 Wie groß ist der Bedarf Ihrer Organisation an weiteren ehrenamtlich Engagierten?



Frage 32: Wie groß ist der Bedarf Ihrer Organisation an weiteren ehrenamtlich Engagierten?

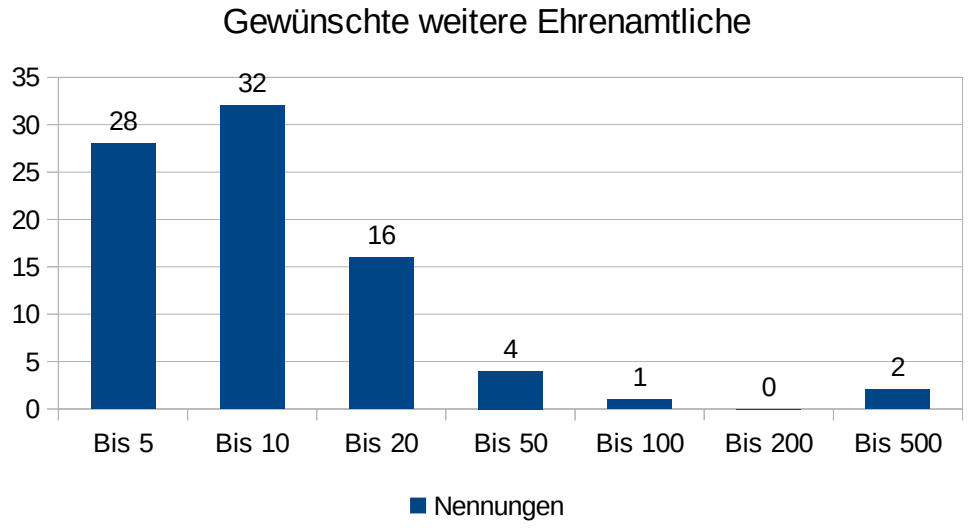
	In %	Nennungen
Groß	27,07 %	49
Eher groß	43,09 %	78
Eher niedrig	20,99 %	38
Niedrig	3,87 %	7
Kein Bedarf	4,97 %	9
Bei Bedarf: wie viele Personen ungefähr? (bitte nur Zahlen angeben)		83
Beantwortungen		*181*
Übersprungen		*5*

Zusammengefasst:	In %	Nennungen
Großer Bedarf	70,16 %	127
Niedriger Bedarf	24,86 %	45
Kein Bedarf	4,97 %	9

2.9.2. Zahl der gewünschten Ehrenamtlichen

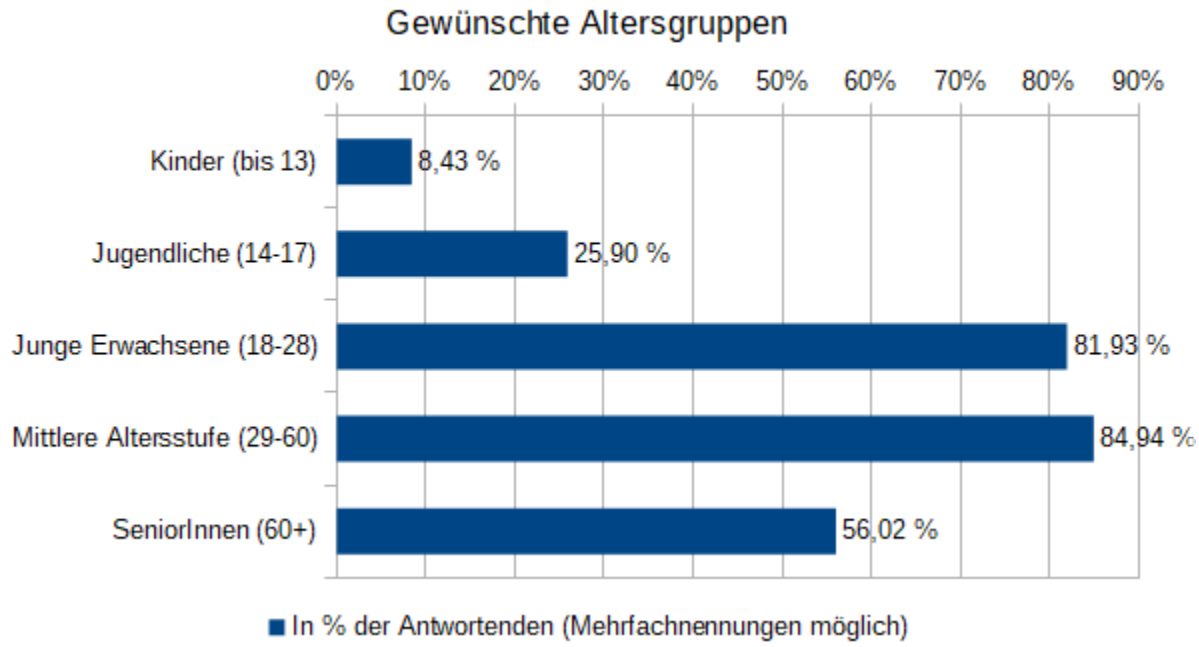
83 der antwortenden Organisationen nannten auch konkrete Zahlen, die wir wie folgt zusammengefasst haben: der größte Anteil (33 Organisationen) hatte einen Bedarf an bis zu 10 weiteren Engagierten, an zweiter Stelle stand mit 28 Organisationen der Bedarf an bis zu 5 zusätzlichen Engagierten. Zusammen sind das 60 von 83 Organisationen, die bereits mit 5 oder 10 weiteren Engagierten „versorgt" wären.

Davon trennen kann man die Organisationen mit großen Bedarf: 16 Organisationen haben einen Bedarf an bis zu 20 Engagierten und es folgen einige, die 50, 100 oder bis zu 500 Ehrenamtliche suchen.



2.9.3. Gewünschte Altersgruppen

Die einfachste Form, Bevölkerungsgruppen zu unterscheiden, ist über das Alter (Frage 33). Fast gemeinsam an Platz 1 stehen die mittlere Altersstufe (29-60) mit 85% und die jungen Erwachsenen (18-28) mit 82%. Mit Abstand folgen SeniorInnen mit 56% und Jugendliche mit 26%.



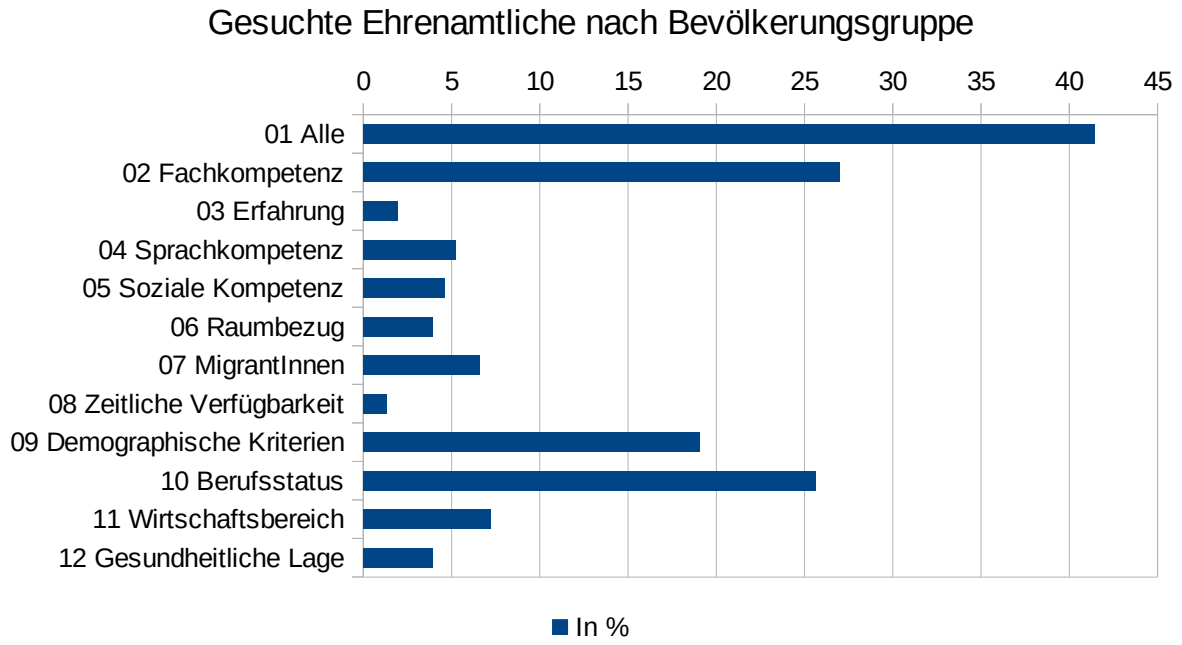
Frage 33: Aus welchen Altersgruppen möchte Ihre Organisation neue Engagierte gewinnen? (Mehrfachnennungen möglich)

	In %	Nennungen
Kinder (bis 13)	8,43 %	14
Jugendliche (14-17)	25,90 %	43
Junge Erwachsene (18-28)	81,93 %	136
Mittlere Altersstufe (29-60)	84,94 %	141
SeniorInnen (60+)	56,02 %	93
Beantwortungen		*166*
Übersprungen		*20*

2.9.4. Gewünschte Bevölkerungsgruppen

Zusätzlich haben wir die Frage nach den gewünschten Bevölkerungsgruppen (Frage 34) nochmals vollständig offen, d.h. ohne Antwortvorgaben gestellt. Hierbei ging es darum herauszufinden, welche Unterscheidungskriterien die Engagierten selbst als wichtig empfinden.

Das Ergebnis ist erstens eine große Zahl (41%) von Antwortenden, die keine Unterscheidung vornehmen wollten. Zweitens eine Zahl von knapp 27% der Antwortenden, denen Fachkompetenz wichtig ist, wenn man dazu die Bereiche Erfahrung, Sprachkompetenz und Soziale Komptenz dazu zählt, haben wir einen noch größeren Anteil von 39%, der gezielt bestimmte Kompetenzen sucht. Drittens eine Zahl von knapp 20% der Antwortenden, die gezielt unter der Bevölkerungsgruppe der Studierenden nach Verstärkung sucht. Viertens sind die Angaben ansonsten so fein auf eine große Zahl von Unterscheidungskriterien verteilt, dass sich daraus nichts Wesentliches mehr aussagen lässt, als daß hierbei die enorme Vielfalt des Engagements sichtbar wird. Je nach Engagementbereich sind die Bedürfnisse unterschiedlich.



Frage 34 Aus welchen Bevölkerungsgruppen möchte Ihre Organisation neue Engagierte gewinnen?

	Nennungen	In %
Beantwortungen	**152**	
01 Alle	**63**	41,45
02 Fachkompetenz	**41**	26,97
Fachkompetenz_allgemein	14	
Fachkompetenz_Gartenbau	1	
Fachkompetenz_Weinbau	1	
Fachkompetenz_Tauchen	1	
Fachkompetenz_Technik	1	
Fachkompetenz_EDV	5	
Fachkompetenz_Buchhaltung	2	
Fachkompetenz_Fundraising	1	
Fachkompetenz_Kunst	2	
Fachkompetenz_Musik	4	
Fachkompetenz_Geographie	1	
Fachkompetenz_Pädagogik	2	
Fachkompetenz_Frühe Kindheit	2	
Fachkompetenz_Behinderung	1	
Fachkompetenz_Psychologie	1	
Fachkompetenz_Handwerk	1	
Fachkompetenz_Sport	1	
03 Erfahrung	**3**	1,97
Erfahrung_Kleinkindbetreuung	2	
Erfahrung_Kinder_und_Jugendliche	1	
04 Sprachkompetenz	**8**	5,26
Sprachkompetenz_Italienisch	1	
Sprachkompetenz_Deutsch	1	
Sprachkompetenz_Türkisch	1	
Sprachkompetenz_Kurdisch	1	
Sprachkompetenz_Französisch	2	
Sprachkompetenz_Spanisch	1	
Sprachkompetenz_Japanisch	1	
05 Soziale Kompetenz	**7**	4,61
06 Raumbezug	**6**	3,95
Nachbarschaft	1	
Stadtteil	5	
07 MigrantInnen	**10**	6,58
MigrantInnen_allgemein	9	
MigrantInnen_Afrika	1	

08 Zeitliche Verfügbarkeit	**2**	1,32
Zeitliche Verfügbarkeit_dauerhaft	1	
Zeitliche Verfügbarkeit_Schulferien	1	
09 Demographische Kriterien	**29**	19,08
Frauen	10	
Männer	3	
Mütter	1	
Väter	1	
Eltern	3	
Adoptiveltern	1	
Familien	1	
Familien_Junge	1	
Großmütter	1	
SeniorInnen/Rentnerinnen	4	
Junge Erwachsene	3	
10 Berufsstatus	**39**	25,66
Studierende	29	19,08
SchülerInnen	3	
Berufstätige	4	
UnternehmerInnen	1	
Erwerbslose	1	
Prekäre soziale Lage	1	
11 Wirtschaftsbereich	**11**	7,24
Landwirtschaft	1	
Ernährungswirtschaft	1	
Kulturschaffende	1	
KulturfördererInnen	1	
Gesundheitswesen	1	
Soziale Berufe	2	
Pflegeberufe	1	
Verwaltung	1	
Politik	1	
Forschung	1	
12 Gesundheitliche Lage	**6**	3,95
Behinderung	1	
Seelische Belastung	2	
Betroffene_Sucht	2	
Angehörige_Sucht	1	

2.10. Bürgerbeteiligung

Bürgerbeteiligung ist die politische Beteiligung der BürgerInnen an Entscheidungen der Legislative, in Freiburg also des Gemeinderats. Damit ist sie abzugrenzen von Formen der repräsentativen Demokratie, bei denen BürgerInnen VertreterInnen wählen, die in ihrem Auftrag die Entscheidungen treffen, und von direkter Demokratie, in denen BürgerInnen die Entscheidungen per Volksabstimmungen direkt treffen. Sondern es geht um Formen der „kooperativen Demokratie", bei der BürgerInnen und VertreterInnen bei der Vorbereitung von Entscheidungen zusammenarbeiten, auch wenn diese letztlich im Parlament getroffen werden. Das kann umfassen

- Beteiligung an der Entscheidung über einzelne Projekte wie z.B. einen Kinderspielplatz oder einen Straßenbau
- Beteiligung an räumlich begrenzten Plänen wie Bebauungsplänen oder Stadtteilentwicklungsplänen
- Beteiligung an stadtweiten Plänen für einzelne Politikbereiche wie Verkehrsentwicklungsplan, Kulturentwicklungsplan, Flächennutzungsplan oder übergreifend am Haushaltsplan
- Beteiligung an der strategischen Steuerung der ganzen Kommune (lokale Leitbildprozesse oder Nachhaltigkeitsprozesse etc.)

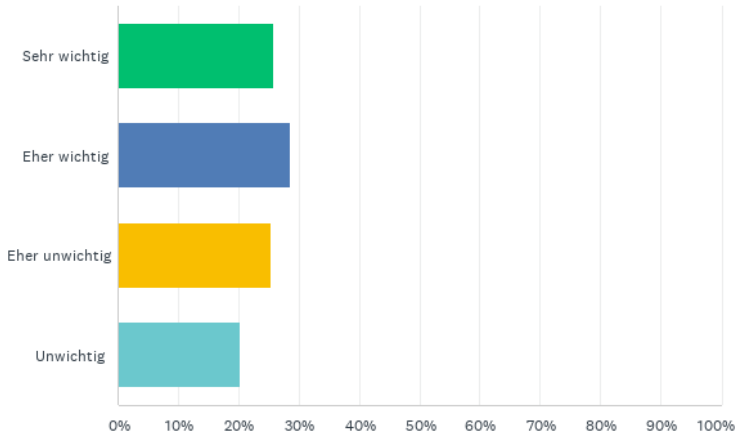
Bürgerbeteiligung ist fachlich (und in verschiedenen Kommunen im Land auch personell) mit der Engagementförderung verbunden. Dahinter steht die Hypothese: je mehr BürgerInnen an den Entscheidungen beteiligt werden, desto mehr identifizieren sie sich mit dem Gemeinwesen und engagieren sich auch ehrenamtlich dafür. Der Leitsatz für den dahinter stehenden Bedarf der Engagierten: „wer mitrudern soll, will auch mitsteuern". Eine Kommune, die mehr ernstgemeinte Mitwirkungsmöglichkeiten eröffnet, hat auch mehr engagierte BürgerInnen. Insofern ist die Durchführung von Bürgerbeteiligung gleichzeitig auch Förderung von bürgerschaftlichem Engagement. Gleichzeitig ist sie auch Demokratieförderung – sie hilft, die sichtbar erodierende Legitimation der repräsentativen Demokratie zu stärken.

In diesem Fragenblock interessiert uns, inwiefern eine intensivierte Bürgerbeteiligung von den Vereinen als förderlich für ihr Engagement angesehen wird und welche Vorstellungen sie zur Gestaltung der Bürgerbeteiligung haben.

2.10.1. Bedeutung von Bürgerbeteiligung

Bürgerbeteiligung ist aktuell für 55% der antwortenden Organisationen sehr wichtig und wichtig, für 45% eher unwichtig und unwichtig.

F35 Wie wichtig ist für die Arbeit Ihrer Organisation Ihre Beteiligung (jenseits von Wahlen und Bürgerentscheiden) an politischen Entscheidungen in Freiburg?(z.B. Bürgerversammlung, Zukunftswerkstatt, Online-Beteiligungshaushalt, Leitbild-Dialog oder andere Formen der Bürgerbeteiligung)



	In %	Nennungen
Sehr wichtig	25,84 %	46
Eher wichtig	28,65 %	51
Eher unwichtig	25,28 %	45
Unwichtig	20,22 %	36
Kommentar (bei Bedarf)		38
Beantwortungen		*178*
Übersprungen		*8*

Zusammengefasst:	In %	Nennungen
Wichtig	54,49 %	97
Unwichtig	45,50 %	81

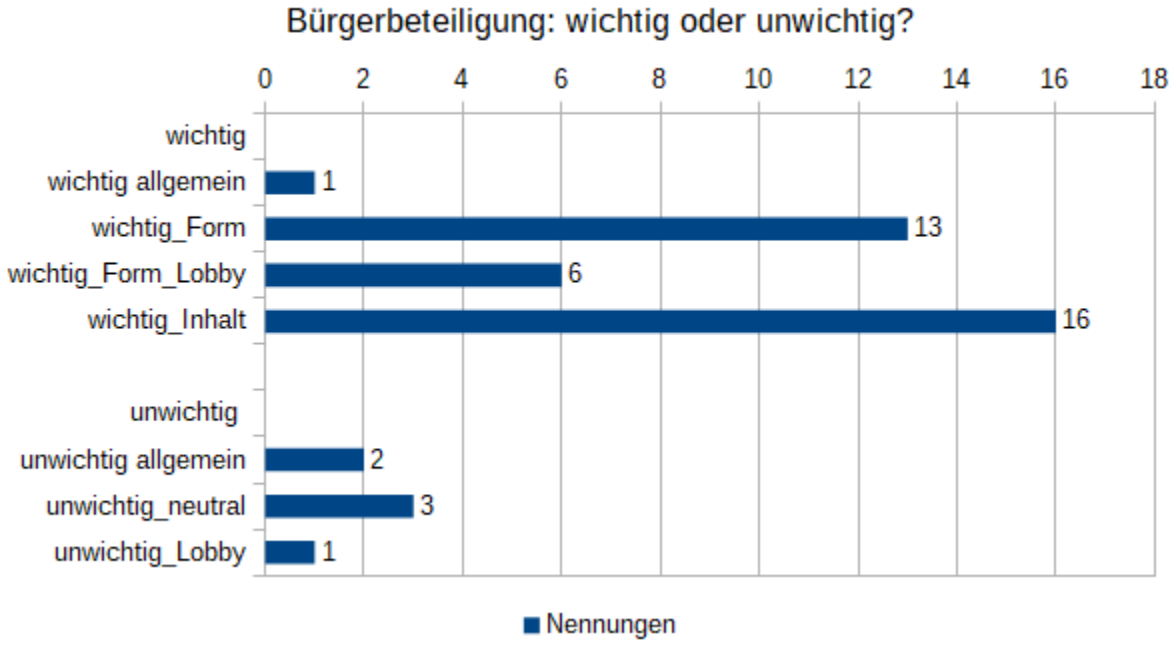
Interessant sind die Kommentare zu diesen Prioritätensetzungen.

Unter denjenigen, die ein mehr an Bürgerbeteiligung als wichtig einschätzen, sind 13, die damit konkrete Wünsche an die Form verbinden und teilweise ihr Mitwirken von einer angemessenen Beteiligungsform abhängig machen; sie nennen Formate gemeinsamer Beteiligung wie z.B. Runde Tische, Online-Beteiligungshaushalt sowie Bürgerversammlungen und betonen, dass es nicht nur eine „pro forma-Beteiligung" sein solle. Im Gegenpol verbinden 6 der

„wichtig"-Priorisierungen damit, in klassischer Lobbyarbeit Einzelgespräche mit MandatsträgerInnen zu führen und für ihre eigene Organisation eine bessere Finanzierung zu erreichen. 16 der „wichtig"-Priorisierungen verbinden damit, dass die Themen ihres Vereins verhandelt würden, sowohl in der Form einzelner städtischer Vorhaben als auch in Bezug auf Konzepte für ganze Politikfelder.

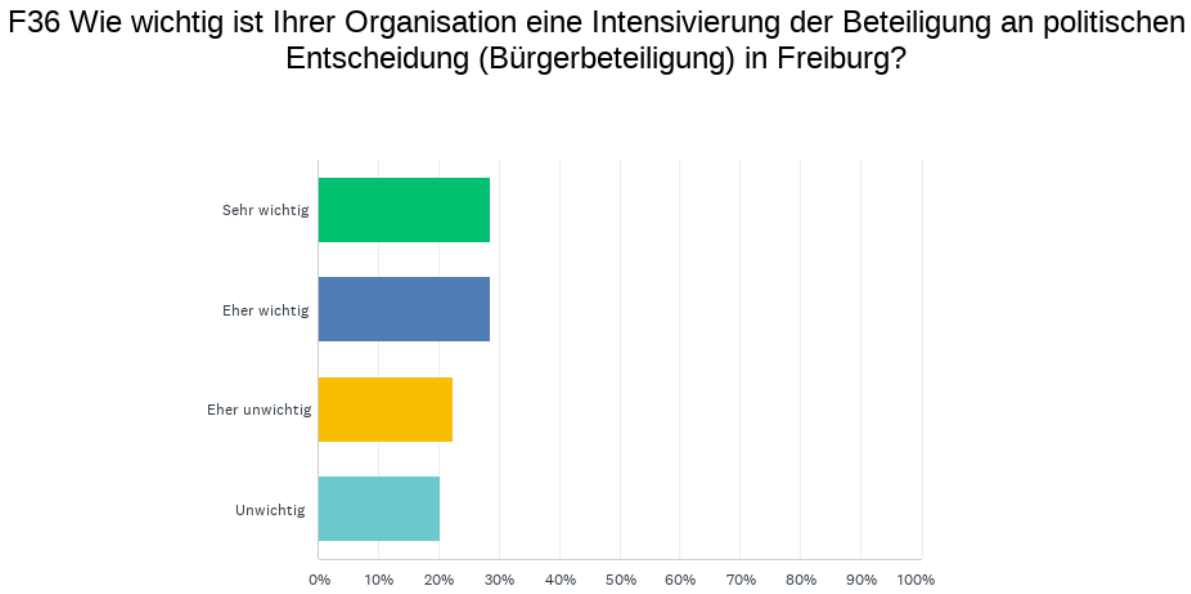
Deutlich weniger Antwortende begründen ihre „unwichtig"-Priorisierung. Darunter sind Neutralitäts-Begründungen, die die eigene Organisation z.B. aus religiösen Gründen als „parteipolitisch neutral" ansehen. Daneben findet sich eine Begründung damit, dass doch ohnehin jeder Verein seine individuellen Lobby-Kontakte habe.

Es zeichnen sich also sowohl bei den „wichtig"- als auch den „unwichtig"-Priorisierung zwei Denkweisen ab: eine eher gemeinschaftliche und eine eher individualistische Vorstellung von Bürgerbeteiligung.



2.10.2. Mehr Bürgerbeteiligung?

Das war der aktuelle Stand, aber was wünschen sich die Engagierten für die Zukunft? Ein Mehr an Bürgerbeteiligung ist für 57% der antwortenden Organisationen wichtig bis sehr wichtig, für 43% weniger wichtig bis unwichtig, also im Vergleich zum Ist-Stand eine leichte Verschiebung der Priorisierung in Richtung „Wichtig".



Frage 36: Wie wichtig ist Ihrer Organisation eine Intensivierung der Bürgerbeteiligung in Freiburg?

	In %	Nennungen
Sehr wichtig	28,65 %	51
Eher wichtig	28,65 %	51
Eher unwichtig	22,47 %	40
Unwichtig	20,22 %	36
Haben Sie Gestaltungsvorschläge für die Bürgerbeteiligung?		34
Beantwortungen		*178*
Übersprungen		*8*

Zusammengefasst:	In %	Nennungen
Wichtig	57,30 %	102
Unwichtig	42,69 %	76

Gestaltungsvorschläge zur Bürgerbeteiligung

Dabei fragten wir nach Gestaltungsvorschlägen für die Bürgerbeteiligung. 34 der Antwortenden haben dazu Vorschläge gemacht, wobei die Vorschläge sich gegenseitig ergänzen und die Zahlen sich wiederum so fein verteilen, dass es für den Zweck dieser Umfrage ausreicht, rein qualitativ die Antworten unabhängig von Zahlen zusammenzustellen:

01 Allgemeine Inhalte
Wertevermittlung
Gewaltfreie Kommunikationskultur
Politische Bildung

02 Zielgruppen
Jugendbeteiligung
Stadtteilbeteiligung
MigrantInnenbeteiligung
Beteiligung in der Psychiatrie

03 Beteiligungsgegenstand
Prüfung von Bauprojekten durch BürgerInnen

04 Anforderungen
Frühzeitigkeit
Ergebnisoffenheit
Aktive Vorab-Information
Sinnvolle Häufigkeit
Hauptamtliche Stelle für Jugendbeteiligung
Datensparsamkeit
Verschlüsselung
s. Vorschläge Projektgruppe Beteiligungshaushalt
Echte Beteiligung/ mehr Mitgestaltung
Effiziente Formate
Initiierung durch Bürgerschaft möglich
Niedrigschwellige Angebote
Menschen zum Engagement aktivieren
Offenheit von Entscheidungsträgern
Mehr Transparenz

05 Formate
Moderation
Persönlicher Dialog
Arbeitskreise
Rederecht im Gemeinderat
Antragsrecht im Gemeinderat
Wirtschaftskonvent
Losverfahren
Beteiligung des GR an zivilgesellschaftlichen Beteiligungsveranstaltungen
Regelmässiger Austausch mit Polizei
Planungszelle
Aktivierende Befragung

2.11. Strategisches/ Engagementpolitik

Strategische Arbeit meint, die Menschen und Organisationen zusammenzubringen, die mit ihren Ressourcen (finanzielle, fachliche, symbolische) zu einer erfolgreichen, wirksamen Förderung des bürgerschaftlichen Engagements beitragen können: die zivigesellschaftlichen Organisationen, die Fachleute in Engagementforschung und Engagementförderung, die Öffentliche Verwaltung und die Politik und ebenso die Wirtschaft. Dabei sind folgende Aktivitäten zu beobachten:

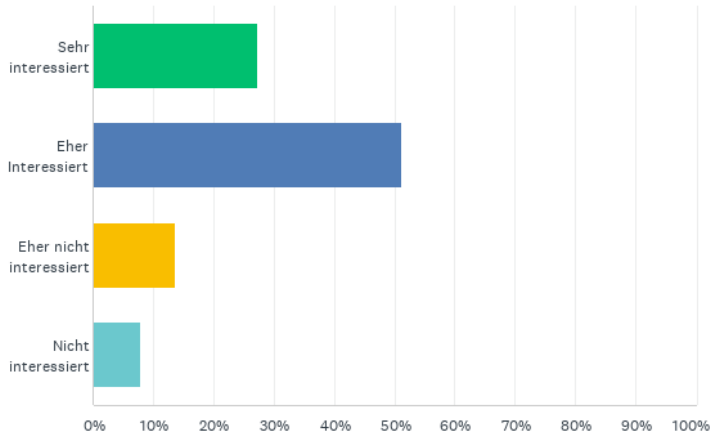
- die Entwicklung des Bürgerengagements beobachten (Monitoring), einordnen und Orientierungen erarbeiten
- Schulung und Begleitung der haupt- wie ehrenamtlichen Engagementförderung, z.B. der ehrenamtlichen BürgermentorInnen (= mobile, ehrenamtliche Engagementförderer in einem Stadtteil oder zu einem Thema)
- Vernetzung zwischen Engagementförderern innerhalb der eigenen Kommune und überregional
- Schnittstelle zwischen Bürgerschaft/ Politik/ Verwaltung/ Wirtschaft (zur Verbesserung der gegenseitigen Information)
- Informations- und Überzeugungsarbeit für zeitgemäße Engagementförderung bei Politik und Verwaltung
- Aufbau lokaler Koordinationskreise mit koordinierenden und steuernden Funktionen, zur Erarbeitung und Umsetzung einer abgestimmten Gesamtstrategie der Engagementförderung, zusammengesetzt aus Zivilgesellschaft, Engagementforschung und -förderung, Verwaltung, Politik und Wirtschaft; ein Beispiel ist das „Forum Ehrenamt" der Stadt Karlsruhe

In diesem Fragenblock geht es darum, inwieweit die Vereine bei der Gestaltung der Engagementförderung bzw. der Engagementpolitik ihrer Kommune mitreden möchten und welche Vorstellungen sie von so einem „Mitreden" haben.

2.11.1. Mitwirkungsinteresse an Freiburger Engagementdialog

78% der beantwortenden Organisationen meldeten ein großes bis sehr großes Interesse an, an einem Engagementdialog teilzunehmen. 22% hatten daran eher kein oder kein Interesse.

F37 Ist Ihre Organisation daran interessiert, sich an einem kommunalen Dialog darüber zu beteiligen, wie Engagierte wirksamer unterstützt werden können?



Frage 37: Ist Ihre Organisation daran interessiert, sich an einem kommunalen Dialog darüber zu beteiligen, wie Engagierte wirksamer unterstützt werden können?

	In %	Nennungen
Sehr interessiert	27,27 %	48
Eher Interessiert	51,14 %	90
Eher nicht interessiert	13,64 %	24
Nicht interessiert	7,95 %	14
Was müsste bei einem solchen Dialog besonders beachtet werden?		44
Beantwortungen		*176*
Übersprungen		*10*

Zusammengefasst:	In %	Nennungen
Interessiert	78,41 %	138
Nicht interessiert	21,59 %	38

2.11.2. Gestaltungswünsche an Freiburger Engagementdialog

44 der befragten Vereine haben auch Wünsche zur Gestaltung eines solchen Engagementdialogs mitgeteilt. Auch hier ist die Zahl der Nennungen so gering und ihre Verteilung so gleichmässig, dass wir sie rein qualitativ wiedergeben, ohne damit Zahlen zu verbinden.

01 Allgemeine Inhalte
Politische Aufwertung des Ehrenamts/ der Engagementförderung
Offenheit der Stadt

02 Zielgruppen
Alle Engagementbereiche

03 Anforderungen
Termine_ehrenamtsfreundlich
Einladungen rechtzeitig
Zeitaufwand gering
Moderation_unabhängig
Moderation_professionell
Moderation_MigrantInnen
Ergebnisorientierung_konkrete Maßnahmen
Differenzierung nach Engagementbereichen
Differenzierung nach Stadtteilen
Niedrigschwellig
Gelegenheit zu Austausch/Vernetzung
Grundlagen-Informationen/ Transparenz
Ergebnisse der Umfrage präsentieren
Sitzungsort gut erreichbar
Nicht online/ nicht nur online
Verständliche Sprache
Wertschätzender Umgang/ Dialog auf Augenhöhe/ Gegenseitiges Zuhören
Alle kommen zu Wort
Redezeitbegrenzung
Erwartungsabgleich

04 Mögliche Maßnahmen
Fortbildung_GFK
Aufwandsentschädigungen
Ehrenamtskarte

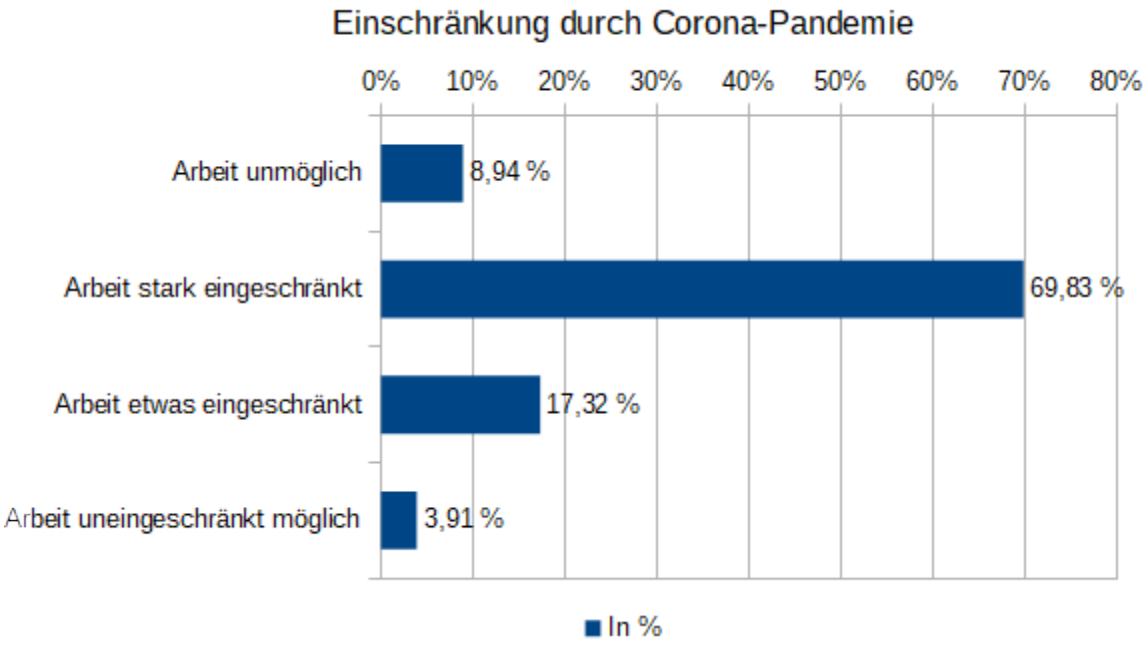
2.12. Corona-Folgen

Die Corona-Pandemie hat sich auch auf die Zivilgesellschaft massiv ausgewirkt. In diesem Fragenblock geht es darum, Hinweise auf diese Auswirkungen zu erhalten.

2.12.1. Einschränkungen der Vereinsarbeit

Wir fragten danach, wie stark die Pandemie sich auf die Vereinsarbeit auswirkte (Frage 38).

79% der befragten Organisationen sahen ihre Arbeit stark eingeschränkt oder unmöglich. Für 21% war die Arbeit nur etwas eingeschränkt oder sogar uneingeschränkt möglich.



	In %	Nennungen
Arbeit unmöglich	8,94 %	16
Arbeit stark eingeschränkt	69,83 %	125
Arbeit etwas eingeschränkt	17,32 %	31
Arbeit uneingeschränkt möglich	3,91 %	7
Was waren/sind die wichtigsten Änderungen?		110
Beantwortungen		*179*
Übersprungen		*7*

Zusammengefasst:	In %	Nennungen
Interessiert	78,77 %	141

Nicht interessiert	21,23 %	38

Die Kommentare zu den Einschränkungen lassen sich wie folgt zusammenfassen. Auch hier ist eine rein qualitative Darstellung ohne Zahlen ausreichend.

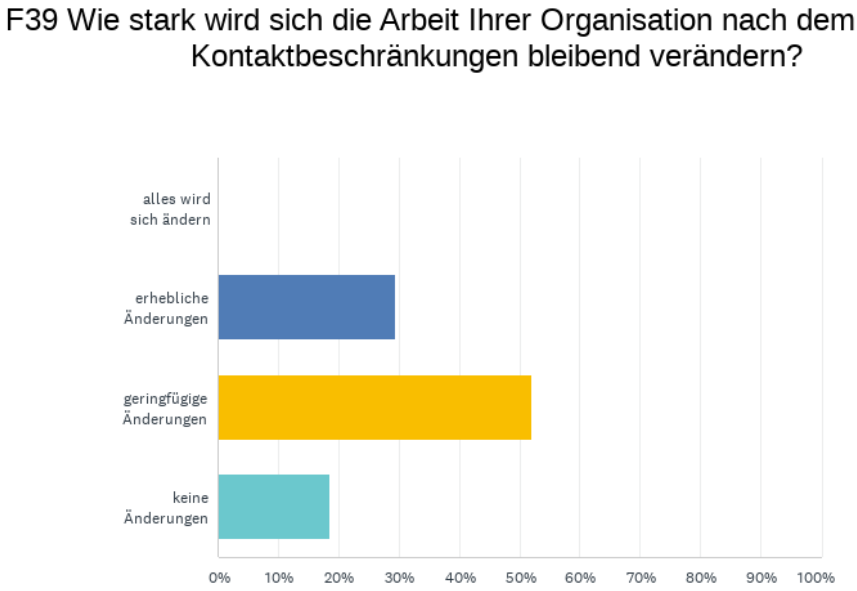
Frage 38 Corona-Einschränkungen

Schlagwortliste rein qualitativ, ohne Zahlen
Unterstützungsangebote sind weniger möglich oder unmöglich
Unterstützungsangebote sind notwendiger
Innerer Zusammenhalt im Verein leidet
Ehrenamtlich Engagierte bleiben weg
Einnahmen schwinden
Mehrarbeit ist notwendig
Öffentlichkeitsarbeit weniger möglich oder unmöglich
Kreativität ist gefragt

2.12.2. Vermutete künftige Änderungen

Wir fragten die Engagierten nach ihrer Einschätzung dazu, wie sich nach dem Ende der Kontaktbeschränkungen ihre Arbeit verändern dürfte (Frage 39).

29% der befragten Organisationen sahen erhebliche Änderungen auf sich zukommen, 52% rechneten nur mit geringfügigen Änderungen und 19% vermuteten, dass es keine Änderungen ihrer Arbeit geben werde.



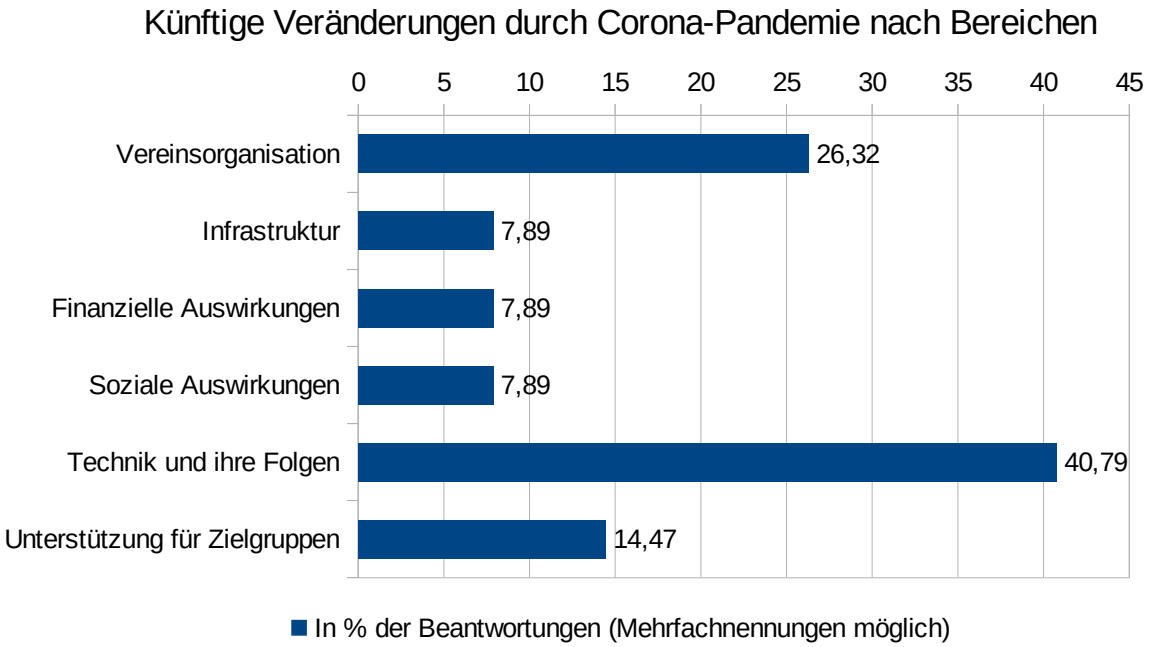
Frage 39: Vermutete bleibende Änderungen der Arbeit

	In %	Nennungen
alles wird sich ändern	0,00 %	0
erhebliche Änderungen	29,48 %	51
geringfügige Änderungen	52,02 %	90
keine Änderungen	18,50 %	32
Was werden voraussichtlich die wichtigsten Änderungen sein?		76
Beantwortungen		*173*
Übersprungen		*13*

76 Organisationen machten nähere Angaben über die vermuteten Änderungen. Diese waren geprägt von der Einschätzung „Nach der Pandemie ist vor der Pandemie".

41% von ihnen sahen Folgen im technischen Bereich, v.a. die dauerhafte Zunahme von Online-Kommunikation. Dies wurde teils positiv bewertet, da dadurch mehr Vernetzung möglich werde; in einem Fall wurde das Beispiel gegeben, dass es im Verlauf der Pandemie selbstverständlich wurde, bei internationalen Projekten Besprechungen mit Partnern aus anderen Kontinenten durchzuführen.

26% der antwortenden Organisationen sehen Folgen für die Vereinsorganisation auf sich zu kommen, z.B. dauerhafte Gültigkeit von Hygieneregeln und Mehrarbeit bei der Organisation bestimmter Veranstaltungen.

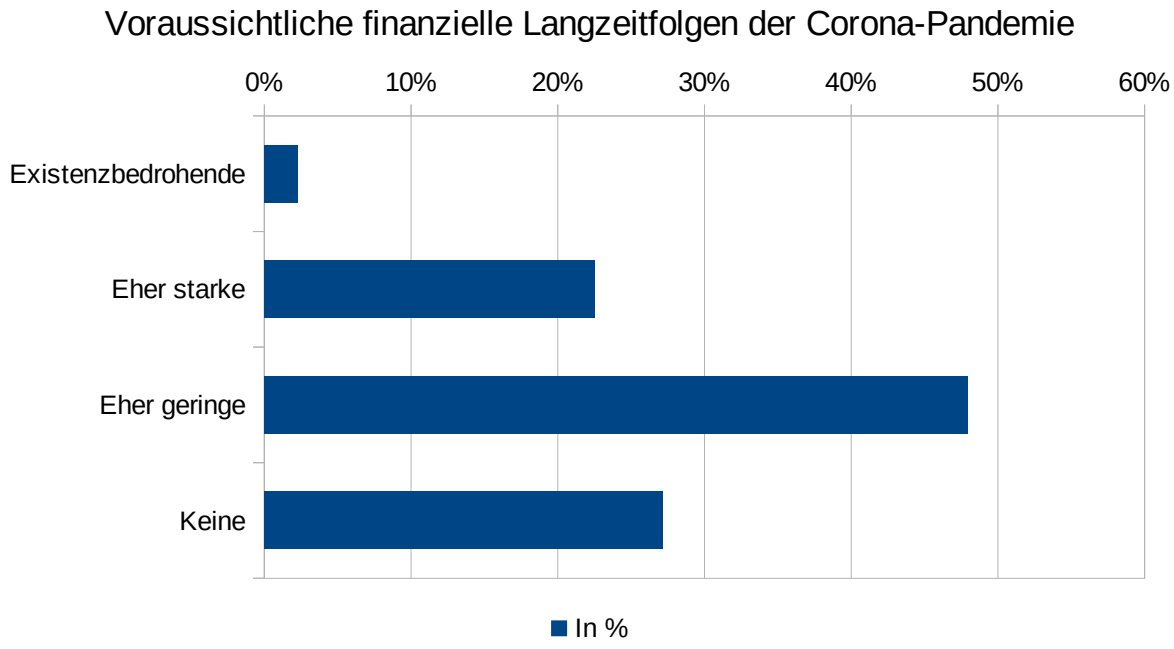


Grafik anders exportieren!

Frage 39: Vermutete bleibende Änderungen der Arbeit - Kommentare	Nennungen
Beantwortungen	76
Vereinsorganisation	**20**
Weniger Ehrenamtliche	4
Weniger Mitglieder	2
Mehr Mitglieder	1
Weniger Aktive (z.B. SängerInnen)	1
Mehraufwand für Wiederaufnahme der Aktivitäten/Kontakte	6
Mehraufwand Hygieneregeln	4
Organisatorische Änderungen bei Unterstützungsangeboten	1
Mehraufwand für pandemiesichere (Doppel-) Planung	1
Infrastruktur	**6**
Raumverlust	2
Mehr Bedarf an kostenlosen Räumen	2
Mehraufwand bei Raumsuche	1
Mehr Bedarf an Sitzungsräumen	1
Finanzielle Auswirkungen	**6**
Weniger Einnahmen	3
Finanzprobleme	2
Mehraufwand bei Fundraising	1
Soziale Auswirkungen	**6**
Weniger Gemeinschaftsaktivitäten	2
Weniger Zusammenhalt	3
Weniger Motivation	1
Technik und ihre Folgen	**31**
Mehr Online-Kommunikation	27
Mehr Vernetzung	2
Mehr Homeoffice	1
Weniger Kosten bei globaler Kooperation	1
Unterstützung für Zielgruppen	**11**
Änderungen bei Zielgruppen	1
Weniger Nachfrage seitens der Zielgruppe	2
Junge Generation bei Zielgruppe ging verloren	1
Änderungen der Ansprache notwendig	2
Mehraufwand für Erreichen (bisheriger und neuer) Zielgruppen	1
Manche Zielgruppen online leichter erreichbar	1
Mehr Unterstützungsbedarf bei manchen Zielgruppen	1
Veränderung der Angebote	2

2.12.3. Vermutete finanzielle Langzeitfolgen

Abschließend haben wir einen der Bereiche, die erwarteten finanziellen Folgen, genauer beleuchtet. Drei Viertel der Antwortenden sehen geringe bis keine Folgen, ein Viertel starke Folgen, darunter befürchteten vier Vereine existenzbedrohende Folgen.



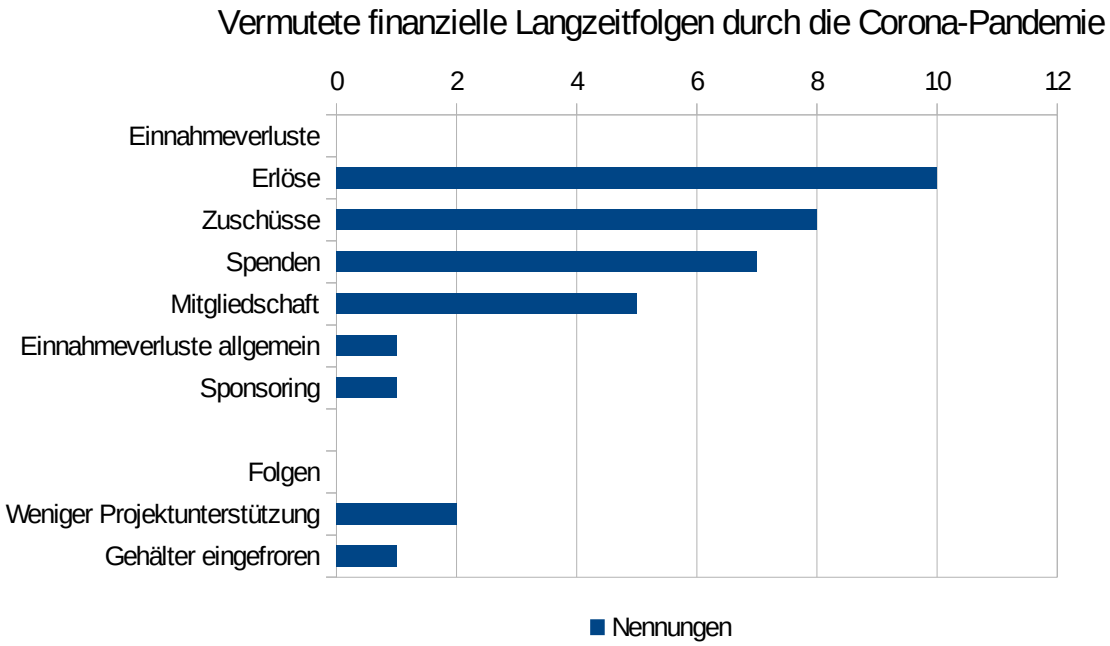
	In %	Nennungen
Existenzbedrohende	2,31 %	4
Eher starke	22,54 %	39
Eher geringe	47,98 %	83
Keine	27,17 %	47
Kommentar		54
Beantwortungen		*173*
Übersprungen		*13*

Zusammengefasst:	In %	Nennungen
Starke Folgen	24,85 %	43
Geringe Folgen	75,15 %	130

Art der finanziellen Langzeitfolgen
54 der befragten Organisationen kommentierten die Art der erwarteten finanziellen Langzeitfolgen.

Die häufigste Voraussage war die von Einnahmenverlusten. Am häufigsten wurde eine Senkung der Erlöse der Vereinsaktivitäten befürchtet, gefolgt von verringerten Zuschüssen und sinkenden Spenden. Geringer waren die Sorgen um ein Sinken von Mitgliederzahlen und Mitgliedsbeiträgen. Am geringsten war die Sorge vor sinkenden Sponsoring-Einnahmen, vermutlich weil diese Einnahmequelle bei vielen Vereinen ohnehin keine Rolle spielt.

In der Folge sehen manche Vereine ihre Unterstützungsangebote zurückgehen und die Gehälter ihrer Hauptamtlichen eingefroren.



3 Schlussfolgerungen aus der Umfrage: Ideenspeicher

Zum Bericht über eine Umfrage zum Unterstützungsbedarf der Engagierten gehören Aussagen über mögliche Maßnahmen und Projekte, die diesen decken könnten.

Quellen – Für diesen Ideenspeicher haben wir herangezogen
- den Bedarf und die Projektideen aus dieser Umfrage
- den Ideenspeicher Engagementförderung, den wir seit 2009 führen und ergänzen, er enthält Ideen von Engagierten und Engagementförderern
- die Empfehlungen der Agenda 21-Projektgruppe Beteiligungshaushalt von 2008
- die Dokumentation der Fragen und Wünsche der Vereine zur Bürokratieentlastung/ Gemeinnützigkeit (anlässlich der öffentlichen Veranstaltung zur Initiative des Landes zur Bürokratieentlastung für Vereine Anfang 2021)
- laufende Maßnahmen/Projekte in Freiburg
- Aktivitäten der Engagementförderung in anderen Kommunen

Merkmale – Diese Ideen sind, soweit möglich und sinnvoll, beschrieben nach
- vermutete Priorität (hoch/mittel/niedrig)
- Umsetzungsstatus
- Anlaß/Problem
- Ziel
- Aktivität
- beteiligte Akteure
- Beispiele aus anderen Kommunen

Zweck – Der Sinn dieses Ideenspeichers
Diese Liste soll nicht für sich stehen, sondern Wirkung entfalten – ihr Zweck ist es, in späteren Schritten von vielen Akteuren gemeinsam ergänzt und priorisiert zu werden. Dazu mehr im Punkt „Strategisches".

Besonders im Vergleich der Fragenblöcke zu personeller und finanzieller Unterstützung ist das Prinzip der kommunizierenden Röhren anzuwenden: wenn ein Verein kostenlose Räume oder personelle Unterstützung oder finanzielle Unterstützung erhält, hat er mehr Mittel für seine eigentliche Arbeit. Auf welchem Weg die Unterstützung kommt, ist vom Ergebnis her gedacht in manchen Fällen austauschbar.

Arbeitsschritte:

- Einleitungstexte schreiben – erledigt
- Quellen auswerten
- Verweise auf Datenteil einfügen
- Beispiele aus anderen Kommunen einfügen
- Alles verlinken, was möglich ist

3.1. Infrastruktur (Räume/Technik)

Entfaltungsräume für Engagierte

Ob für Sitzungen, Büroarbeit oder Veranstaltungen, für Werkstätten oder Lager, für Sport, Proben oder Feiern – die Engagierten haben in dieser Umfrage erheblichen Bedarf an Räumen, Außenflächen, Mobiliar und Technik angemeldet (s. 2.2 Infrastruktur).

Projektidee: Zentrale Anlaufstelle für Engagierte: es fehlt nach wie vor eine zentrale Anlaufstelle in der Innenstadt, wie sie aus anderen Städten wie Karlsruhe oder Nürtingen bekannt ist. Eine zentrale Lage in der Innenstadt würde den Zugang für die BürgerInnen erheblich erleichtern.

Gleichzeitig kann eine solche Anlaufstelle für die Stadtentwicklung interessant sein. In Zeiten von Digitalisierung und Versandhandel, großen Ladenketten und Anbietern „auf der grünen Wiese", Mietsteigerungen und Geschäftsaufgaben sieht sich die Stadtgesellschaft mit schwierigen Entwicklungen in der Innenstadt konfrontiert. Es wird beklagt, dass diese auf Kosten der lokalen Wirtschaft, Kultur und Demokratie gingen. Ein lebendiges Haus, das viele Engagierte in die Innenstadt zieht, kann einen Beitrag zu einer lebendigen Innenstadt leisten.

Beispiele aus anderen Kommunen:

Das Aktivbüro im Rathaus Karlsruhe, mit eigenem Eingang

Der Bürgertreff Nürtingen, Sitz der Engagementförderer in der zentralen Einkaufsstraße, mit dem inklusivem, von Ehrenamtlichen geführten „Café Regenbogen“. Das Rathaus nebenan und die Stadtbibliothek im gleichen Gebäude erhöhen die Zentralität.

Auch das städtische Engagementzentrum, zuständig für Bürgerbeteiligung und Bürgerengagement, ist sehr zentral mitten in der Fußgängerzone untergebracht – im Stadtbüro Leipzig.

Und in Freiburg? Vielleicht in der Karlskaserne am Siegesdenkmal?

Projektidee: Zusätzliche Räume für Engagierte: Es gibt einige Raum-Angebote für Engagierte, stadtweit z.B. das Haus des Engagements oder das FZE und in Stadtteilen z.B. die Stadtteilzentren der Quartiersarbeit. Wie die Umfrage zeigt, wird der Bedarf der engagierten BürgerInnen damit bei weitem noch nicht abgedeckt. Es gibt nicht genug Räume für Sitzungen, Büroarbeit und Veranstaltungen, und sie sind nicht groß genug. Seit Jahren ist das Haus des Engagements auf der Suche nach einem geeigneten Standort, der groß genug für den Bedarf der Engagierten ist. Mit der Karlskaserne gäbe es eine Möglichkeit, einen erheblichen Teil dieses Bedarfs zu decken.

Projektidee: Übersicht über Freiburger Räume für Engagierte: viele der vorhandenen Raum-Angebote sind nicht allgemein bekannt. Eine leicht auffindbare und bedienbare, vollständige und aktuelle Übersicht würde den Engagierten helfen. Die Online-Raumdatenbank des Amts für Migration und Integration ist ein guter Ansatz (s. auch im Abschnitt „Information"), sie müsste ergänzt werden, z.B. um weitere städtische Räume und um solche für verschiedene Nutzungswünsche wie Veranstaltungsräume und Lagerraum; auch wären Hinweise auf die jeweils verfügbare Technik sinnvoll, um den Engagierten Zeit sparen zu helfen. Ergänzend ist eine Werbekampagne hilfreich, um weitere Räume zu finden und die Raumdatenbank unter Raumsuchenden bekannter zu machen. Die Redaktionsarbeit für die Erinnerung an Aktualisierungen wäre einzuplanen. Beispiele aus anderen Kommunen: München (Online-Raumbörse) Karlsruhe (Printbroschüre) oder Reutlingen (pdf-Datei online).

Projektidee: Materialverleih und Raumdatenbank koppeln: die Raumdatenbank des Amts für Migration und der Materialverleih des Haus des Engagements sollten gekoppelt werden, um den Engagierten, die nach geeigneter Infrastruktur suchen, diese Suche zu vereinfachen.

Projektidee: digitale Infrastruktur für Engagierte: Kleine Vereine und Gruppen tun sich teils schwer, eine eigene Website aufzubauen und zu pflegen. Für diese und andere Internet-Aktivitäten kann ein lokales Angebot hilfreich sein, das Webhosting und Unterstützung bei Aufbau und Pflege bietet, mit fließenden Übergängen zu entsprechenden Fortbildungs- und Beratungsangeboten (s. Abschnitt Information). Daran könnten sich evtl. weitere Webservices anschließen.

3.2. Information

Wissen, das nützt

Ob durch Infomaterial, Fortbildung, Beratung oder Coaching – die Engagierten haben in dieser Umfrage hohen Informationsbedarf angemeldet (S. 2.3 Information).

Projektidee: die Online-Mitmachbörse bekannter machen. Die Freiburger Freiwilligenagentur bietet mit der Mitmachbörse eine Online-Datenbank an, in der Engagementinteressierte Engagementangebote finden. Sie ist noch nicht bekannt genug, wird nur von wenigen Vereinen genutzt, was durch verschiedene Aktivitäten verbessert werden könnte.

Fortbildungen ausbauen: Ein Ausbau der Fortbildungen wäre ein wichtiger Baustein. Dabei wären Angebote entlang des von Engagierten gemeldeten Bedarfs hilfreich, z.B. bei Vereinsarbeit und Öffentlichkeitsarbeit.

- **Projektidee: Einstiegsfortbildung „Einführung in die Vereinsarbeit" für Vereins-NeugründerInnen**, mit besonderer Berücksichtigung des Engagementbereichs Migration. Soll Einstieg in viele mögliche Fortbildungsthemen ermöglichen, die in anderen FB vertieft werden, damit die Engagierten im Sinne einer „Checkliste" eine umfassende Übersicht über das KnowHow erhalten, das sie für eine erfolgreiche Arbeit benötigen und nichts übersehen.

- **Projektidee: Einstiegsfortbildung Freiwilligenkoordination**. Die derzeit angebotene dreitägige Fortbildung „Basiskurs Freiwilligenkoordination" ist für viele Engagierte zu zeitaufwendig und könnte durch eine kürzere ergänzt werden, die als Einstieg ins Thema fungiert.

- **Projektidee: Intensivere Fortbildungen zu Fundraising**: Neben einer Einführungsfortbildung sind auch Antragswerkstätten als „Fortgeschrittenenkurse" interessant, die die Engagierten bei der konkreten Formulierung und Kalkulation von Förderanträgen unterstützen.

Beratung für Engagierte ausbauen: Fortbildungen richten sich an mehrere TeilnehmerInnen und können die Fragen einzelner Vereine nicht ausreichend behandeln. Beratung wie z.B. die Helpdesks im Haus des Engagements kann mehr in die Tiefe gehen.

- **Projektidee: Erstberatung für neue Vereine**: welches KnowHow brauchen sie grade besonders? Kooperation mit Wegweiser Bildung? Für Migrationsbereich mit AMI? Vereinsregister? Ist das Thema attraktiv für Engagierte oder zu unspezifisch, um den Bedarf zu treffen?

- **Projektidee: Finanzierungsberatung für Ehrenamtsprojekte**: Erheblicher Informationsbedarf besteht bezüglich Finanzierungsmöglichkeiten für bürgerschaftliche Projekte. Eine kompetente Finanzierungsberatung ist notwendig, die über Anträge an Stiftungen und Förderprogramme auf Landes-, Bundes- und evtl. auch die aufwendige EU-Ebene berät. Eine solche Stelle hätte den Vorteil, dass sie erhebliche Geldmittel nach Freiburg bringen und sich dadurch indirekt finanzieren könnte.

- **Projektidee: Organisationsberatung für Vereine und Gruppen**: Auch in Vereinen menschelt es – immer mal wieder stehen ehrenamtlich Engagierte vor der Herausforderung, ihre Zusammenarbeit effizient und in einer guten Arbeitsatmosphäre zu gestalten. Hilfe von außen kann dabei helfen, die Strukturen der Zusammenarbeit zu verbessern, damit die Arbeit an den Inhalten erleichtert wird. Eine sinnvolle Ergänzung der Engagementförderung wäre es deshalb, diesen unbelasteten Blick von außen anzubieten, d.h. eine professionelle Organisationsberatung. – Erste Ansätze gab es in früheren Jahren z.B. über die Pro-Bono-Organisationsberatung der jugitatio GmbH (einmal monatlich einen Termin für kostenlose Organisationsberatung), die auch den Freiburger Vereinsstammtisch organisierte. – Beispiel München.

Coaching-Angebote ausbauen: Über eine punktuelle Beratung hinaus kann ein Coaching mehr Zeit und eine längere Dauer umfassen.

- **Projektidee: Coaching zu Organisationsentwicklung für Engagierte**: Dieses Coaching wäre eine Vertiefung der o.g. Organisationsberatung. Während der Umfrage sammelten wir Erfahrung damit, 5 von der Stadt Freiburg finanzierte Coaching-Gutscheine wurden unter den teilnehmenden Vereinen verlost, die positive Rückmeldungen gaben. Nach diesem Test könnte man dieses Angebot auf eine breitere Basis stellen und mehr Vereinen zugänglich machen.

Projektidee: Curriculum für Engagierte: Zusammenstellung aller grundsätzlich für Engagierte interessanten Themen für Fortbildungen/ Beratung/ Coaching. Status: läuft; Treffpunkt Freiburg. Der aktuelle Stand kann im Fragenblock „Information“ eingesehen werden.

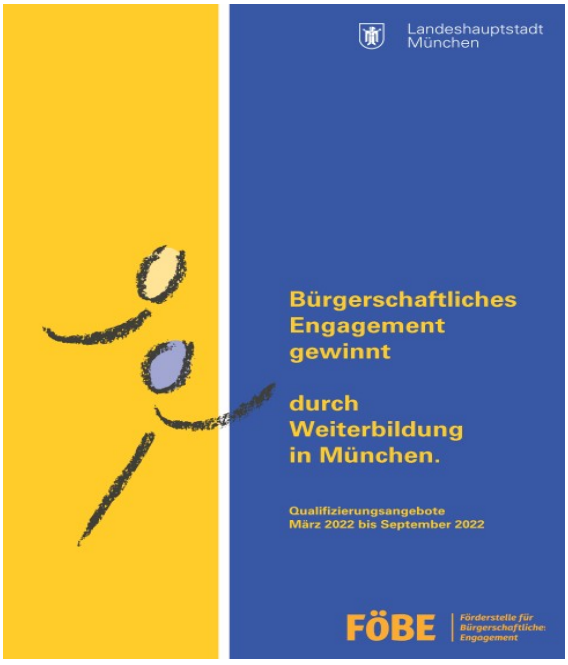
Projektidee: Abfrage der Informationswünsche der Engagierten: regelmäßig, z.B. jährlich.

Projektidee: Abstimmung der Angebotsinhalte: um zu gewährleisten, dass die Freiburger Engagierten die ganze Bandbreite an Inhalten zur Verfügung haben, kann eine Abstimmung der Anbieter von Fortbildung/ Beratung/ Coaching hilfreich sein. Diese könnte über ein jährliches Netzwerktreffen dieser Anbieter organisiert werden.

Projektidee: Weiterentwicklung der Fortbildungsqualität: hier für könnten ein Qualitätszirkel, ein gemeinsames Evaluierungsformular und die Besprechung des Feedbacks in diesem Zirkel hilfreich sein.

Fortbildungswerbung bündeln: In Freiburg gibt es diverse Anbieter von Fortbildungen für Ehrenamtliche, aber viele Engagierte kennen diese Fortbildungsangebote noch nicht. Es ist sinnvoll, den Ehrenamtlichen den Zugang zu diesen Fortbildungen zu erleichtern, indem alle Freiburger Fortbildungen für Ehrenamtliche gemeinsam angekündigt werden.

- **Projektidee: Eine gemeinsame Broschüre mit Fortbildungs-Halbjahresprogramm**. Ein Beispiel ist die free-Akademie in Stuttgart, wo unter dem Dach der VHS die Kursangebote Stuttgarter Anbieter gebündelt dargestellt werden. Begleitet wird dies von einem Fachbeirat. Für die Erstellung der zweimal im Jahr erscheinenden Broschüre beträgt der Personalaufwand eine 10%-Stelle, für die Koordination des Beirats werden weitere 10% verwendet. Ein anderes Beispiel ist die entsprechende Broschüre aus München.



- **Projektidee: Gemeinsame digitale Werbung für Fortbildungstermine**. Neben einer solchen Print-Lösung ist im Zeitalter der Digitalisierung eine digitale Ankündigung sinnvoll, die über das Online-Stellen der pdf-Version hinausgeht. Eine Lösung dafür ist die moderne Funktion des Megafon-Kalenders (s. auch Öffentlichkeitsarbeit), bei der Veranstaltungstermine nur noch einmal eingegeben werden müssen, um auf beliebig vielen Websites dargestellt zu werden. Diese kostenlose Funktion setzt eine Werbekooperation der Fortbildungsanbieter voraus, die dafür ihre eigenen Websites als „digitale Litfaßsäulen" einzubringen, d.h. die Gesamtheit der Termine bei sich einzubinden hätten.

Informationsmaterial Print und Digital bereitstellen: Zu den gleichen Themen, die auch in Fortbildungen, Beratung und Coaching sinnvoll sind, gibt es in der Regel gedrucktes und/oder Online-Informationsmaterial. Es wäre eine Unterstützung, dies den Engagierten gebündelt zur Verfügung zu stellen. Beispiele:

- **Projektidee: Übersicht über Fundraising/ Fördermöglichkeiten: Hinweise zum Fundraising anbieten** (Beispiel).

Projektidee: Engagementpolitik auf städtischer Website intensiver darstellen: Die Angebote der Freiburger Engagementförderung sind dort teilweise dargestellt, eine umfassendere und leichter auffindbare Präsentation wäre hilfreich.

Projektidee: Rathausinformation stärker einbinden: Die Rathausinformation ist ein Anlaufpunkt für BürgerInnen, insbesondere auch NeubürgerInnen, die u.a. auch nach Engagementmöglichkeiten fragen. Es gab bereits vor Jahren eine Abstimmung mit den dortigen MitarbeiterInnen. Es wäre sinnvoll, das wieder aufzugreifen und die Präsentation von Bürgerengagement und Engagementförderung dort zu intensivieren.

Projektidee: Engagementkompetenzen ins Bildungssystem integrieren: Die Informationsangebote durch die Engagementförderung arbeiten daran, Kompetenzlücken zu schließen, die das Bildungssystem hinterlassen hat. Es wäre gesellschaftlich erheblich effizienter, wenn bereits im Bildungssystem Kenntnisse und Fähigkeiten wie Vereinsarbeit und Datenschutz, Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising oder Moderation und Gewaltfreie Kommunikation vermittelt würden. Von diesen Schlüsselkompetenzen würde auch die berufliche Entwicklung profitieren. Das könnte sowohl in

Standardangeboten von Schulen und Hochschulen als auch in zusätzlichen Angeboten wie einem Seniorenstudium eingebaut werden.

Projektidee: Brücke Wissenschaft/ Zivilgesellschaft: In der Wissenschaft gibt es erhebliche Schätze, die der Zivilgesellschaft von Nutzen wären. Umgekehrt kann die Wissenschaft von einer praktischen Umsetzung ihrer Ergebnisse und von einer Herausforderung ihrer spezialisierten Ressortgliederung profitieren. Seit Jahren läuft eine Diskussion über eine Wissenschaftskommunikation, die auch der Zivilgesellschaft dient – neben einer Politikberatung und Unternehmensberatung wäre auch eine Beratung zivilgesellschaftlicher Organisationen gesellschaftlich nützlich. Ein Beispiel ist die Beratung zum Thema soziale Milieus in der Öffentlichkeitsarbeit bzw. der Nachhaltigkeitskommunikation. Bisherige Ansätze des Wissenstransfers leiden aber unter Ressourcenmangel und unterschiedlichen Anreizstrukturen – so haben WissenschaftlerInnen, um Anerkennung in ihrem System zu erhalten, Dinge zu beachten wie den Publikationszwang, die in ihrem Fach als legitim angesehen Themen und den jeweils geforderten „Sprachcode", der zu einem für die Zivilgesellschaft unzugänglichen akademischem Jargon führen kann. Umgekehrt hat die Zivilgesellschaft in der Regel nicht genug Ressourcen, KnowHow aus der Wissenschaft aufzunehmen und in die Praxis umzusetzen. Das betrifft v.a. die kleinen und mittleren Vereine und Initiativen, es sind eher die großen Verbände, die das leisten könnten und teilweise auch tun. Häufig werden dabei die Inhalte des eigenen Engagementbereichs in den Blick genommen, Querschnitts-KnowHow wird seltener aufgenommen (mehr zur Projektidee).

Projektidee: Engagement-Wegweiser

- Priorität: Hoch
- Anlaß: Es gibt in Freiburg zahlreiche Engagementförderer und damit Unterstützungsangebote für Engagierte und Engagementinteressierte, die nicht bekannt genug sind.
- Idee: Um den Engagierten den Zugang zu erleichtern, sollen alle engagementfördernden Einrichtungen und ihre Angebote aufgelistet und verlinkt werden. In einer komfortablen und an den Suchgewohnheiten der Engagierten ausgerichtete Darstellung auf einer Website. Mit einer Redaktion, die u.a. an die Aktualisierung der Daten erinnert und teils selbst übernimmt.
- Beteiligte: Datenerhebung: Treffpunkt Freiburg e.V., Eine Welt Forum Freiburg e.V., Amt für Migration. Umsetzung im Web: Eine Welt Forum, Haus des Engagements, Stadtwandler, Stabsstelle Bürgerengagement, …

3.3. Öffentlichkeitsarbeit

Mehr Sichtbarkeit fürs Engagement

In diesem Bereich haben die Engagierten den höchsten Unterstützungsbedarf angemeldet (s. Kapitel 2.4 Öffentlichkeitsarbeit). Ob mit eigenen Medien oder mit den Medien anderer, durch Veranstaltungen oder Einzelgespräche – noch vieles ist notwendig, um die öffentliche Sichtbarkeit des Engagements zu verbessern.

Projektidee: "Engagiert in Freiburg", Zeitschrift für das Bürgerschaftliche Engagement in Freiburg: : von Engagementförderern und zivilgesellschaftlichen Netzwerken seit 2009 herausgegeben, in der Corona-Zeit pausiert. Sie macht bürgerschaftliches Engagement in Vereinen und Initiativen sichtbarer. Jährlich 28 Seiten, 4000 Ex. Auflage, an über 200 Auslagestellen in der Stadt verteilt. Ein städtischer Druckkostenzuschuß von 3000 Euro wäre hilfreich, mit 4000 Euro wären auch die Grafikkosten abgedeckt, mit 5000 Euro könnte man die bisherige Auflage (4000 Ex.) um 2000 Exemplare erhöhen.

Projektidee: im städtischen Amtsblatt mehr über Ehrenamtliche berichten: Möglich wären Formen wie

- Rubrik "Freiburg engagiert" mit Kurzberichten & Fotos (Arbeitstitel)
- Kasten mit den Adressen der Freiburger Engagementförderung
- Hinweis auf die Zeitschrift "engagiert in Freiburg"

Projektidee: "Stadtplan des Engagements": Eine übersichtliche Darstellung der zivilgesellschaftlichen Organisationen in Freiburg auf einer Karte, um Vereine, Gruppen und Stiftungen leichter auffindbar zu machen. Ursprünglich als Papier-Stadtplan gedacht, ist nun eine hauptsächlich digitale Lösung der Kern der Idee. Die Basis ist eine Datenbank, die sowohl in Listen- als auch Kartenform darstellbar und beliebig filterbar ist (z.B. nach Engagementbereichen oder Stadtteilen). Es gibt dafür die Karte von morgen, die nach dem Wikipedia-Prinzip funktioniert (alle dürfen eintragen) und derzeit v.a. im deutschsprachigen Raum genutzt wird, mit Redaktionen auch in Weissrussland. Einträge gibt es in allen west- und osteuropäischen Ländern, ebenso in Afrika, Asien, Australien und den Amerikas. In Deutschland arbeiten rund 40 ehrenamtliche Regionalredaktionen daran, Organisationen darin einzutragen. Das Projekt ist v.a. darauf ausgerichtet, der Nachhaltigkeit verpflichtete Organisationen aus Zivilgesellschaft und Wirtschaft darzustellen, ist aber offen für alle Engagementbereiche. Es lassen sich daraus Printversionen herstellen. Die Karte von morgen bietet mit dem Megafon-Kalender auch die Möglichkeit an, Termine anzukündigen und sie in beliebiger Filterung auf beliebig vielen Websites darzustellen (s. gesonderte Projektidee). In Freiburg fehlt derzeit eine Regionalredaktion. In Freiburg besteht das lokale

Projekt Stadtwandler, das ebenso schwerpunktmässig auf nachhaltigkeitsorientierte zivilgesellschaftliche Organisationen und Unternehmen ausgerichtet ist. Einträge werden von einer Redaktion vorgenommen. Es stellt sie in einer Liste und einer Karte dar. Daneben bieten die Stadtwandler einen Nachhaltigkeits-Blog, auf dem die Redaktion in unregelmässigen Abständen Artikel veröffentlicht, sowie einen Newsletter.

Projektidee: Terminankündigungen von Engagierten sichtbarer machen mit dem Megafon-Kalender

- Priorität: hoch
- Status: läuft in Freiburg in einer Pilotphase, Kooperation von Treffpunkt Freiburg e.V. mit der Karte von morgen, mit Unterstützung der Sparkasse Freiburg und RENN.Süd.
- Anlaß: zahlreiche Webkalender laden Engagierte ein, dort Termine anzukündigen – allein im Stadtteil Vauban wurden 17 gezählt. Das ist für Vereine und Gruppen nicht zu schaffen.
- Idee: der kostenlose Megafon-Kalender schafft einen Terminpool, dessen Inhalt in beliebiger Filterung auf beliebig vielen Websites darstellbar ist. Ein Umweltverein kann z.B. alle Umwelt-Termine in Freiburg und Umgebung darstellen, ein Sportverein alle Sport-Termine, ein Bürgerverein alle Termine in seinem Stadtteil. Die Vision: ein Termin muss nur noch einmal eingetragen werden, um automatisch auf hunderten Websites aufzutauchen. Lokale Kalender können automatisiert ihre Termine in der Karte von morgen eintragen. Das Prinzip ist „Schwarmintelligenz" – viele tragen dazu bei, dass alle Engagierten sichtbarer werden.

Projektidee: Medienkampagne zur besseren öffentlichen Sichtbarkeit von Engagement: auf das Stadtgebiet und auf Stadtteile bezogen.

Projektidee: Markt der Möglichkeiten: eine Möglichkeit für zivilgesellschaftliche Organisationen, sich gemeinsam der Öffentlichkeit in der Innenstadt zu präsentieren, würde zur öffentlichen Sichtbarkeit beitragen.

3.4. Personelle Unterstützung

Unter die Arme greifen

Entlastung von bürokratischen Tätigkeiten kann Engagierten helfen, mehr Zeit für ihre eigentlichen Anliegen zu haben. Bei zahlreichen Aspekten bürgerschaftlichen Engagements kann eine externe hauptamtliche personelle Unterstützung hilfreich sein, ob durch Hauptamtliche der Engagementförderung oder über einen Fachkräftepool (s. Kapitel 2.5 Personelle Unterstützung).

Projektidee: Unterstützung von kleinen Vereinen/Gruppen beim Fundraising: Das könnte Antragstellung, Zahlungsverkehr, Buchhaltung, Verwendungsnachweise etc. umfassen. Der Treffpunkt Freiburg e.V. verfügt über Erfahrungen bei der entsprechenden Unterstützung von Gemeinschaftsgärten.

Projektidee: Unterstützung kleiner Vereine bei der Buchhaltung: Einen externen Buchhaltungsservice oder eine stundenweise intern eingesetzte Buchhaltungskraft für kleine Vereine finanziell erschwinglich machen.

Projektidee: mehr BUFDI-Plätze für Vereine: Über den Bundesfreiwilligendienst setzen sich Freiwillige in sozialen, ökologischen und kulturellen Bereichen ein. Ein Einsatz dauert in der Regel 12 Monate, kann im Einzelfall zwischen 6 und 24 Monaten dauern. Die Einsatzstellen haben dabei Pflichten zu beachten, die für kleine Vereine erhebliche bürokratische Hürden beeinhalten. Ein zentraler Träger für Freiburg könnte diese Hürden übernehmen und so mehr personelle Unterstützung für die kleinen und mittleren Vereine organisieren. Das wäre mit Freiburger Trägern und der Bundesebene auszuhandeln. Analoges ließe sich für das Freiwillige soziale Jahr und das Freiwillige ökologische Jahr denken.

3.5. Finanzielle Unterstützung

Ohne Moos nix los?

Ob für Sachausgaben oder Personal – viele Vereine brauchen mehr finanzielle Mittel für die Erfüllung von Aufgaben, die sonst unerledigt blieben (s. Kapitel 2.6 Finanzielle Unterstützung).

Projektidee: Projekte-Fonds Freiburg aufstocken: BürgerInnen, die teils viel Arbeit und Zeit in Projekte investieren, sind oft nicht in der Lage und/ oder nicht bereit, auch noch die Sachkosten zu finanzieren. Dies zu übernehmen, hat außerdem gleichzeitig einen Anerkennungseffekt. Dabei sind oft relativ kleine Summen ausreichend. Förderanlässe könnten z.B. ein Flyer, ein Fortbildungsbesuch, ein moderierter Workshop etc. sein. Der von der Stadt Freiburg eingerichtete „Projektefonds" mit 5000 Euro jährlich, der Projekten mit Zuschüssen von bis zu 500 Euro unbürokratisch unter die Arme greift, ist eine Erleichterung. Der Bedarf ist aber etwa 3 bis 4 mal so hoch. Er könnte auf 10.000 Euro/Jahr aufgestockt werden.

Projektidee: städtische Antragsverfahren vereinfachen: städtische Förderprogramme prüfen, wo sie die Antragsverfahren vereinfachen und barrierefreier gestalten können, um die Aufwand und die Hürden für Engagierte zu senken. Das betrifft das gesamte Verfahren, z.B. die verwendete Sprache, die Förderkriterien, die Gestaltung von Antragsformularen und von Verwendungsnachweisen. Auch ist zu prüfen, ob ein laufendes Antragsverfahren ohne feste Fristen möglich, d.h. personell leistbar ist.

Projektidee: städtisches Beteiligungsverfahren „Beteiligungshaushalt" transparenter gestalten: s. Abschnitt „Beteiligung".

Projektidee: auf Bundesebene finanzielle Erleichterungen für Ehrenamtliche erreichen (bei Rente und auch Studium anrechnen). Es wäre dafür hilfreich, wenn die Stadt über den Städtetag und die GemeinderätInnen in ihre Parteien dieses Anliegen auf Landes- und Bundesebene tragen könnten

3.6. Anerkennung/Würdigung

Ein ehrliches Danke

Freiwilliges, unentgeltlich ausgeübtes Engagement für das Gemeinwohl verdienen eine angemessene Würdigung und gelegentlich auch ein greifbares Dankeschön – so vielfältig wie es das Engagement selbst ist (s. Kapitel 2.7 Anerkennung).

Projektidee: neue und kreative Ideen zur Anerkennung für Engagierte entwickeln: es wäre sinnvoll, einen befristeten Arbeitskreis zur Entwicklung und Umsetzung solcher Ideen zu bilden.

Projektidee: die Umfrageergebnisse einbeziehen: die befragten Organisationen (s. 2.7. Anerkennung) bewerten z.B. Anerkennungsformen wie kostenlose Fortbildungen, öffentliche Würdigung und Ausflüge/Besichtigungen als besonders geeignet.

Projektidee: Anerkennungskultur solidarischer gestalten: Einmal jährlich richtet die Stadt Freiburg (Stabsstelle Bürgerschaftliches Engagement) eine Würdigungsveranstaltung für Freiburger Engagierte aus. Dabei wird auch ein Preis vergeben. Auch andere Akteure vergeben Preise an ausgesuchte Ehrenamtliche, um sie zu würdigen. Seit Jahren gab es aus der Vereinslandschaft verschiedentlich Kritik daran, dass Preise und vor allem Wettbewerbe Würdigungsformen mit einem aufwendigen und konkurrenzorientierten Charakter sind, der dem gemeinwohlorientierten und solidarischen Charakter des bürgerschaftlichen, freiwilligen Engagements widerspreche. Es stellt sich die Frage, ob diese Anerkennungsformen kontraproduktive Impulse setzen, weil sie diejenigen Ehrenamtlichen frustrieren, die sich gleichfalls intensiv engagieren, sich aufwendig bewerben, aber über Jahre nicht ausgewählt werden. Manche Vereine empfinden dies so, dass damit unabsichtlich engagierte BürgerInnen gegeneinander ausgespielt werden. Dabei gibt es im Land zahllose Beispiele von Anerkennungsformen, die im Gegenteil den Gemeinschaftsgeist fördern und allen Engagierten zugute kommen. In diese Richtung könnte sich auch die Freiburger Anerkennungskultur entwickeln.

Projektidee: Begrüßungsrede bei der städtischen Anerkennungsveranstaltung: eine Engagierte merkte an, dass es ein Zeichen der Wertschätzung wäre, bei dieser Begrüßung die Reihenfolge umzukehren – nicht zuerst die HonoratiorInnen begrüßen, sondern zuerst die Ehrenamtlichen.

Projektidee: Übergabe von Engagementpreisen dezentralisieren: z.B. könnte man die Übergabe des Integrationspreises in die Wirkstätte von PreisträgerInnen verlegen

Projektidee: Würdigungsveranstaltungen in Stadtteilen: Feste und Feierlichkeiten, von der Verwaltung in Zusammenarbeit mit lokalen PartnerInnen organisiert

Projektidee: GemeinderätInnen stärker in Würdigungsaktivitäten einbinden: z.B. zu Preisverleihungen, Netzwerktreffen und sonstigen Würdigungsveranstaltungen

Projektidee: Engagementnachweis Baden-Württemberg in Freiburg propagieren: dieser Engagementnachweis ist für Ehrenamtliche nützlich und attraktiv, er kann z.B. Bewerbungsunterlagen beigelegt werden. Er könnte auch in Freiburg bekannter gemacht werden.

3.7. Vernetzung

Gemeinsam mehr erreichen

Eine stärkere Vernetzung würde für Engagierte die gegenseitige Sichtbarkeit verbessern, Informationen und Erfahrungen leichter verfügbar machen, Kooperationen bei Projekten oder Kampagnen anregen sowie Fortbildungseffekte haben (s. Kapitel 2.8 Vernetzung).

Projektidee: Vernetzung in Engagementbereichen: Die Vernetzung der Engagierten bzw. zivilgesellschaftlichen Organisationen ist in manchen Bereichen schon recht wirksam, z.B. beim Sport, im Bereich Eine Welt oder bei Gemeinschaftsgärten. Andere Engagementbereiche haben noch Nachholbedarf und würden von Vernetzungsimpulsen besonders profitieren. Diese Vernetzungsstrukturen sollten dem Wunsch der Engagierten folgende auf Effizienz ausgelegt sein und Überschneidungen mit anderen Bereichen sollten durchdacht werden.

Projektidee: bereichsübergreifende Vernetzung: Vernetzungsstrukturen, die Engagierte aus mehreren Bereichen zusammenbringen, hätten ihre eigenen Vorteile. Ein Beispiel wäre ein Nachhaltigkeitsnetzwerk, aber auch eine Vernetzungsrunde über alle 14 Engagementbereiche hinweg hätte positive Effekte, wobei hier besonders auf die Effizienz zu achten ist.

Projektidee: Engagementprojekte gemeinsam entwickeln: Die Plattform Freiburg Macht Zukunft plant neue Angebote, darunter Community-Tools, bei denen Projekte vorgeschlagen, kommentiert und gemeinsam weiterentwickelt werden können.

Projektidee: Vernetzung von FreiwilligenkoordinatorInnen: Auch eine Vernetzung der FreiwilligenkoordinatorInnen in Verbänden, Einrichtungen, Kirchen, der Stadtverwaltung (z.B. Gartenamt) wäre nützlich, um gemeinsam die Gewinnung von weiteren Engagierten zu verbessern. Es gibt bereits ein regelmäßiges Treffen für den Engagementbereich Soziales.

3.8. Zielgruppenengagement

Viele Wege führen ins Engagement

Das Engagement bestimmter Bevölkerungsgruppen zu fördern, bei denen besonderes Potential gesehen wird, bedeutet, die o.g. Unterstützungsbereiche für jede Zielgruppe „durchzudeklinieren", d.h. eine auf sie zugeschnittene Förderung zu entwickeln, um sie wirksam zu erreichen und zu unterstützen.

Projektidee: Studierendenengagement stärker fördern: In der Umfrage gaben viele der Befragten Vereine/Gruppen an, unter Studierenden nach neuen Engagierten zu suchen. Daher wäre es sinnvoll, die Vermittlung von Ehrenamtlichen in Freiburg in diese Richtung auszubauen. Aktiv ist hier z.B. die Freiburger Freiwilligen-Agentur. Für eine intensivere Förderung studentischen Engagements wäre eine Kooperation mit Ansprechpersonen aus der Uni-Verwaltung, den Studierendenorganisationen und dem Studierendenwerk hilfreich.

Projektidee: SchülerInnenengagement stärker fördern: je früher im Leben Menschen zum Engagement finden, desto wahrscheinlicher, dass sie sich auch später wieder engagieren. Organisationen wie der SchülerInnenrat, das Jugendbüro und der Stadtjugendring sind auf jeweils eigene Weise an diesem Thema dran.

Projektidee: SeniorInnenengagement stärker fördern: angesichts des demographischen Wandels stellen sich hier besondere Herausforderungen und zeigen sich gleichzeitig besondere Potentiale. Zentral sind hier der Stadtseniorenrat Freiburg e.V., das Seniorenbüro der Stadt Freiburg und die Bürgerschaftsstiftung Soziales Freiburg.

Projektidee: Unternehmerisches bürgerschaftliches Engagement stärker fördern: Eine systematische Förderung des „corporate citizenship" wäre auch in Freiburg hilfreich. In diesem Bereich ist bereits die städtische Stabsstelle Bürgerschaftliches Engagement aktiv.

Projektidee: migrantisches Engagement stärker fördern: Für das große Thema der Integration spielt aber das Engagement *von* MigrantInnen selbst eine kaum zu überschätzende Rolle. Engagierte MigrantInnen bringen ganz spezifische Kompetenzen ein, bauen selbst weitere persönliche Ressourcen auf, sind Vorbilder für andere und erreichen diese teils schwer zugängliche Zielgruppe besser. Eine systematische Förderung ihres Engagements wäre ein wertvoller Beitrag dazu, die in Jahrzehnten gewachsenen Herausforderungen zu bewältigen. Hierbei ist insbesondere das städtische Amt für Migration und Integration bereits sehr aktiv und hat sogar einen eigenen Strategieprozess

organisiert, an dessen Ende eine gehaltvolle Liste an Projekten stand (ist in diesem Ideenspeicher eingearbeitet). Desweiteren sind hier z.B. der Fairburg e.V. und das Haus des Engagements aktiv. Im folgenden die Projektideen aus diesem Strategieprozess, soweit sie nicht für alle Engagierten verallgemeinerbar sind (dann stehen sie im jeweiligen Bedarfsbereich):

Information

- **Projektidee: Anlaufstelle für MigrantInnenorganisationen**: die Koordinationsstelle für bürgerschaftliches Engagement im Amt für Migration steht allen Organisationen ihres Bereichs als Anlaufstelle für Fragen rund ums Engagement zur Verfügung.
- **Projektidee: Wegweiser für MigrantInnen überarbeiten**: Der Wegweiser listet alle Unterstützungsangebote für MigrantInnen auf. Er ist damit auch eine wichtige Informationsquelle für alle in diesem Bereich Engagierten. U.a. wird er auch über die Gemeinschaftsunterkünfte kommuniziert. Beteiligt: Amt für Migration und Integration, verschiedene MigrantInnenorganisationen, MigrantInnenbeirat.
- **Projektidee: Übersicht über Organisation und Aufgaben der Gemeinschaftsunterkünfte**: für Engagierte, die in oder im Umfeld dieser Unterkünfte aktiv sind, ist eine solche Übersicht hilfreich.
- **Projektidee: aktivere Werbung für ein Engagement im Bereich Migration**: digital über Kontaktbögen und die Mitmachbörse, mit Flyern und persönlich bei Festen, Märkten, Treffpunkten und Unternehmen; über alte und neue MultiplikatorInnen (vgl. Projekt BrückenbauerInnen; s. Abschnitt Strategisches/Projektidee BürgermentorInnen)
- **Projektidee: verstärkter Stadtteilbezug der Engagementwerbung**: durch StadtteilpatInnen und stadtteilspezifische Öffentlichkeitsarbeit (u.a. mit Willkommenstaschen)
- **Projektidee: Organisationsberatung speziell für Vereine im Bereich Migration zu Freiwilligenkoordination**: z.B. Befähigung dazu, leicht zugängliche Engagementmöglichkeiten anzubieten

Vernetzung

- **Projektidee: Verbesserte Zusammenarbeit zwischen Engagierten und Gemeinschaftsunterkünften**: Bei Umzügen aus den Unterkünften in private Wohnräume wird die Zusammenarbeit zwischen Engagierten und Hauptamtlichen intensiviert.
- **Projektidee: Verbesserte Zusammenarbeit zwischen Engagierten und Einrichtungen der Arbeitsmarktintegration**: Ein effektives Konzept für den Austausch zwischen Engagierten und dem Kompetenz-Center für Neuzugewanderte (Jobcenter, Agentur für Arbeit, Amt für Migration) wird erarbeitet und Engagierten zur Verfügung gestellt. Dabei wird auf vorhandenen Formaten wie dem Austauschformat „Im Gespräch mit dem Kompetenz-Center" aufgebaut.

- **Projektidee: Verbesserte Zusammenarbeit zwischen Engagierten und Bildungseinrichtungen**: Ein Netzwerk für den Bereich Schule/ Lernunterstützung bearbeitet die Frage, wie die Kommunikation zwischen Lehrenden, Nachmittagsbetreuung, Schulsozialarbeit und Engagierten sinnvoll und nachhaltig optimiert werden kann. Hierbei wird auf dem Netzwerk Hausaufgaben aufgebaut.
- **Projektidee: Vernetzungstreffen der Organisationen im Engagementbereich Migration/Integration**: jährlich organisiert durch das Amt für Migration und Integration.

Bürgerbeteiligung

- **Projektidee: Partizipation von MigrantInnen**: MigrantInnenbeirat und Amt für Migration klären, in welchen Gremien zusätzlich eine Sichtweise von Freiburger MigrantInnen sinnvoll wäre. Diese werden dann gezielt angesprochen.

Strategisches

- **Projektidee: Kooperation zu Fortbildungen für Engagierte im Bereich Migration/Integration**: Bedarfsabfrage, Übersicht, inhaltliche Abstimmung, gemeinsame Werbung, u.a. durch den Newsletter des Amts für Migration, gemeinsame Qualitätsentwicklung mit Qualitätszirkel und Evaluationsformular usw.

3.9. Bürgerbeteiligung

Wer mitrudern soll, will mitreden

Wer mit anpackt, will auch mit entscheiden, wohin das Boot fährt, in dem wir alle sitzen. Erfahrungen in anderen Kommune im Land deuten darauf hin: Eine Kultur der Bürgerbeteiligung führt dazu, dass BürgerInnen sich mit ihrem Gemeinwesen stärker identifizieren und sich darin mehr engagieren. In Freiburg findet bereits seit Jahren viel Bürgerbeteiligung statt, aber uneinheitlich gestaltet und kommuniziert.

Projektidee: Zuständigkeit für stadtweite Bürgerbeteiligung in der Stadtverwaltung: eine Organisationseinheit innerhalb der Stadtverwaltung, die ämter- und dezernatsübergreifend für Bürgerbeteiligung (und möglicherweise auch Bürgerengagement und das Nachhaltigkeitsmanagement) zuständig ist, die entsprechenden Kompetenzen aufbaut, große Beteiligungsprozesse selbst durchführt und bei kleineren Verfahren die anderen Einheiten der Stadtverwaltung berät sowie ggf. organisatorisch unterstützt.

Projektidee: Gemeinderats-Ausschuss für Bürgerbeteiligung: Entsprechend dieser verwaltungsseitigen Zuständigkeit ist es auf politischer Ebene sinnvoll, einem gemeinderätlichen Ausschuß dieses Politikfeld zuzuweisen.

Projektidee: Arbeitskreis Bürgerbeteiligung: eine Runde, in der VertreterInnen aus Verwaltung, Gemeinderat und Bürgerschaft sich über die Gestaltung von Bürgerbeteiligung austauschen und Empfehlungen formulieren. Beispiel Heidelberg…..

Projektidee: Leitlinien der Bürgerbeteiligung: partizipativ von Zivilgesellschaft, Verwaltung und Kommunalpolitik entwickelte Leitlinien, vom Gemeinderat verabschiedet, können helfen, Transparenz und Qualität der Freiburger Bürgerbeteiligung weiter zu steigern. Zwar gibt es die 2017 beschlossenen relativ detaillierten Freiburger Leitlinien zur Öffentlichkeitsbeteiligung, jedoch betreffen diese nur den Baubereich. Beispiel Wuppertal, Beispiel Heidelberg, Übersicht über kommunale Leitlinien für Bürgerbeteiligung.

Projektidee: Vorhabenliste: Die Bürgerschaft erfährt oft spät von Vorhaben, bei denen sie eine Mitsprache interessieren würde. Hierfür hat sich in anderen Kommunen bereits die Vorhabenliste bewährt, die eine regelmässig aktualisierte Übersicht über kommunale Vorhaben ab einer bestimmten Größenordnung bietet. In Freiburg gibt es eine gut gemachte Vorhabenliste, jedoch nur auf den Bereich Bauen bezogen. – Beispiel Stadt Heidelberg.

Projektidee: städtischen Beteiligungshaushalt transparenter gestalten: vor den Start des regelmässigen Verfahrens sollte eine öffentliche Informations- und Dialogveranstaltung geschaltet werden „Wie funktioniert der städtische Beteiligungshaushalt?"

Projektidee: Qualitätskriterien für wirksame Bürgerbeteiligung diskutieren: In dieser Umfrage nannten die befragten Organisationen zahlreiche Qualitätskriterien (s. 2.10 Bürgerbeteiligung). Darunter war auch der Verweis auf eine Analyse und Handlungsempfehlungen der bürgerschaftlichen Agenda 21-Projektgruppe Beteiligungshaushalt, die seit 2004 für ein Beteiligungsverfahren zum städtischen Haushaltsplan warb, dieses seit 2007 begleitete und 2008 eine Zwischenbilanz zur ersten Runde veröffentlichte. Zu diesen beiden Listen von Empfehlungen gehören Punkte wie:

- ausreichende Personalausstattung der für Bürgerbeteiligung zuständigen Verwaltungseinheit
- transparente Kommunikation des Verfahrens
- zielgruppengerechte Gestaltung des Verfahrens, so dass es verschiedene Bevölkerungsgruppen/ soziale Milieus erreicht, z.B. auch für Jugendliche offen ist; dazu gehört z.B., Verfahren sowohl in Versammlungen als auch online anzubieten; stadtweit zu diskutieren, aber auch in die Stadtteile zu gehen und vieles mehr
- Informationsphase, in der der Bürgerschaft alle notwendigen Informationen zum Haushalt auf geeignete Weise zur Verfügung gestellt werden
- Konsultationsphase, in der die Bürgerschaft Prioritäten setzen kann
- Rechenschaftsphase, in der Verwaltung und Gemeinderat darlegen, was aus den Voten der Bürgerschaft wurde

Diese Empfehlungen wären in einem Beratungsgremium wie dem o.g. Arbeitskreis Bürgerbeteiligung zwischen Zivilgesellschaft, Verwaltung und Gemeinderat zu diskutieren.

3.10. Strategisches/ Engagementpolitik

Gemeinsam Engagierte besser unterstützen

Um eine optimale Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements zu erreichen, ist es hilfreich, die Menschen und Organisationen zusammenzubringen, die mit ihren Ressourcen zum Erfolg einer städtischen Engagementpolitik beitragen können.

Projektidee: Beobachtung des Engagements/ Freiburger Freiwilligensurvey: bislang fehlen Zahlen über das bürgerschaftliche Engagement in Freiburg, die gleichzeitig langfristig und über Freiburg hinaus vergleichbar sind. Im Internationalen Jahr der Freiwilligen 2001 hatte das städtische Amt für Statistik eine sehr interessante Untersuchung im Rahmen der ersten Bürgerumfrage vorgenommen, die sehr detailliert Auskunft gibt. Jedoch sind diese Daten nicht mit der bundesweit alle 5 Jahre im Auftrag des Bundesfamilienministeriums vorgenommen Untersuchung "Freiwilligensurvey" vergleichbar, weil einer anderen Zielgruppe (BürgerInnen ab 18 Jahren statt ab 14) andere Fragen gestellt wurden. Auch war das eine einmalige Erhebung, die nicht über die Entwicklung des Engagements in Freiburg Auskunft geben kann.

Eine mögliche Lösung wäre die externe Vergabe dieser langfristigen Beobachtung. 2011 wurde beim Forschungsinstitut TNS Infratest Sozialforschung, das seit 1999 mit der Durchführung des Freiwilligensurveys beauftragt war, ein Angebot erfragt, solche Befragungen auch in einzelnen Städten durchzuführen. Eine solche (alle 5 Jahre durchzuführende) Untersuchung würde der Freiburger Engagementpolitik die Möglichkeit geben, eine regelmäßige Bestandsaufnahme der Entwicklung des Engagements in Freiburg zu erhalten und die Wirkung der eigenen Unterstützungsangebote besser einschätzen zu können. Damals bot Infratest eine solche städtische Befragung für 40.000 Euro an (= 8000 Euro/ Jahr); inzwischen ist ein anderes Forschungsinstitut für die Durchführung des Freiwilligensurvey zuständig.

Projektidee: Vernetzung der Engagementförderer/ Engagementforschung: Etwa 30 Freiburger Institutionen, Vereine und Unternehmen leisten Beiträge zur Engagementförderung (s. Anhang). Mit Instituten der Evangelischen Hochschule und der Katholischen Hochschule haben wir zwei in Freiburg ansässige Träger der Engagementforschung. Ein regelmäßiger Austausch wäre hilfreich.

Projektidee: BürgermentorInnen stärker unterstützen: BürgermentorInnen sind ehrenamtliche Engagementförderer, die in ihrem Stadtteil oder Engagementbereich andere Engagierte unterstützen. Es gibt ein landesweites Programm, in dem in vielen Kommunen BürgermentorInnen

ausgebildet und begleitet wurden. In Freiburg wurden Anfang der 2000er Jahre etwa 50 BürgermentorInnen ausgebildet. Die für ihren Erfolg notwendige engmaschige Begleitung u.a. in regelmäßigen Treffen fand aber nur in Ansätzen statt. Hier könnte man prüfen, diesen Ansatz wieder aufzugreifen. Im Haus des Engagements fand mit dem Projekt „BrückenbauerInnen" 2021/22 eine Ausbildung von ehrenamtlichen MultiplikatorInnen im Engagementbereich Migration/Integration statt; das könnte ein Ansatzpunkt sein. Auch in der Quartiersarbeit gibt es Ansätze dazu (Projekt Haslach & Details von Christel erfragen)…..

Projektidee: stärkere Vernetzung mit der Engagementförderung auf Landesebene: es besteht aus Freiburg Kontakt zum Landesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement und einigen seiner Untergliederungen (Städtenetzwerk, Fachkräftenetzwerk, Bürgerschaftliches Netzwerk). Dieser Kontakt ist mangels Ressourcen eher sporadisch und auf Einzelpersonen begrenzt, eine Intensivierung wäre zum Erfahrungsaustausch und zur Weiterentwicklung hilfreich.

Projektidee: Besichtigung/ Besuch bei anderen Kommunen: Gelegentliche Besuche bei der Engagementförderung anderer Kommunen würden den Austausch und das gegenseitige Lernen fördern. Mögliche Ziele wären z.B. Karlsruhe, Mannheim, Heidelberg, Stuttgart, Nürtingen, Tübingen und Konstanz. Die Frage „Wie machen es die anderen?" wäre sowohl für die Engagementförderung als auch GemeinderätInnen erhellend.

Projektidee: Austausch mit Freiburgs Partnerstädten: Bei den ohnehin stattfindenden Treffen aller Partnerstädte Freiburgs könnte man einen Erfahrungsaustausch über die jeweilige Engagementpolitik/ Engagementförderung einbauen. Die Engagementkulturen sind europaweit bzw. international ja recht unterschiedlich, woraus sich besondere Anregungen ergeben werden.

Projektidee: Grenzüberschreitender regionaler Austausch der Engagementförderung: Kontakte mit der Engagementförderung in Basel, Mulhouse und Straßburg wären hilfreich. Eine Förderung durch das Interreg-Programm ist hierbei denkbar.

Projektidee: Zusammenlegung der verwaltungsseitigen Zuständigkeiten für Bürgerengagement, Bürgerbeteiligung und Nachhaltigkeitsmanagement: Politisch bzw. fachlich hängen diese Aufgaben eng zusammen. Eine auch personelle Zusammenlegung in einer Organisationseinheit könnte ihre Erfüllung unterstützen.

Projektidee: Zusammenlegung der gemeinderätlichen Zuständigkeiten für Bürgerengagement, Bürgerbeteiligung und Nachhaltigkeitsmanagement: entsprechend könnte es der Aufgabe gut tun,

dem gleichen Gemeinderats-Ausschuss diese drei Zuständigkeiten zuzuweisen. Diesem Ausschuss wäre jährlich über die Entwicklung der Engagementpolitik zu berichten. – Beispiel Nürtingen?

Projektidee: Arbeitskreis/ Beratungsgremium Engagementförderung: Analog zum Freiburger Nachhaltigkeitsrat und anderen Beiräten wäre ein Beratungsgremium sinnvoll, in dem Zivilgesellschaft, Engagementforschung/-förderung, Stadtverwaltung und Gemeinderat (ggf. auch Wirtschaft) regelmäßig über die Weiterentwicklung der Freiburger Engagementpolitik beraten. Beispiele Karlsruhe (Forum Ehrenamt; Archiv), Erlangen (Runder Tisch Ehrenamt; Archiv), München (Fachbeirat für Bürgerschaftliches Engagement, mit etwas anderer Zusammensetzung/ Aufgaben)

Projektidee: Leitlinien/ Strategie der Engagementpolitik: Eine zusammenhängende Strategie der städtischen Engagementpolitik, die Ziele, Maßnahmen und die regelmäßige Überprüfung der Zielerreichung (Monitoring/ Wirkungsmessung) vorsieht, würde ihre Wirkung weiter verbessern.

Projektidee: Freiburger Engagementdialog

- Priorität:
- Anlaß: die Chance auf Umsetzung möglichst vieler dieser Ideen und damit auf eine intensivere Förderung bürgerschaftlichen Engagements in Freiburg steigt, wenn wir möglichst viele Akteure für einen Dialog gewinnen, die hier vorgelegte Übersicht über Projektideen gemeinsam zu ergänzen, zu priorisieren und nach den Ressourcen zu suchen, sie zu realisieren.
- Idee: ein mehrstufiger Dialog von Zivilgesellschaft, Engagementforschung/ Engagementförderung, Stadtverwaltung und Gemeinderat. Professionell moderiert und systematisch angelegt, um möglichst wirksame Ergebnisse zu erzielen.
- Zur kommunikativen Einbindung: Begleitgruppe mit VertreterInnen der vier Bereiche
- Zu den Stufen: eine Beratungsrunde Zivilgesellschaft, eine Runde mit Engagementforschung/-förderung, eine Runde mit zusätzlich Stadtverwaltung/ Gemeinderat
- Zur Arbeitsweise von Runde 1 und 3: Einführung, 2-3 Workshoprunden mit 10 AGs zu den Bedarfsbereichen, gemeinsame Auswertungsrunde
- Zur Priorisierung der Projektideen: ein naheliegendes Kriterium ist die Effizienz = Maßnahmen, die
  - in Bedarfsbereichen mit dem größten gemeldeten Unterstützungsbedarf angesiedelt sind
  - den Nutzen für die größtmögliche Zahl an Engagierten bringen
  - mit vertretbarem/leistbarem Aufwand zu verwirklichen sind
- Zur Ressourcenabschätzung: was braucht es für Ressourcen, um die Projektidee xy umzusetzen? (Qualifikationen, fachliche Ansätze, Entscheidungskompetenzen, Personal- und Sachkosten)

- Zur Identifizierung der Träger: wer könnte die Projektidee xy sinnvollerweise umsetzen? Teils ergibt sich das automatisch, teils könnten Konkurrenzen auftreten, weshalb von Anfang an auf Transparenz, Interessenausgleich und Kooperationen zu setzen wäre.
- Zur Finanzierung: ab einer bestimmten Größenordnung wird die Umsetzung einer Projektidee zusätzliche Personal- und Sachmittel benötigen. Hierfür sollte gezielt auf (Ko-)Finanzierung durch Fördermöglichkeiten auf lokaler, regionaler, Landes- und Bundesebene gesetzt werden. Gemeinsame Antragstellung und die argumentative Einbindung in ein städtisches Gesamtkonzept erhöhen dabei die Chancen.

Projektidee: Bürokratieentlastung und Gemeinnützigkeit für Vereine: zahlreiche bürokratische Regeln erschweren die Arbeit der Vereine; sie verursachen Mehrarbeit und errichten Hürden für Vorhaben der Vereine. Es wäre sinnvoll, diese Hürden auf jeder politischen Ebene anzusprechen (Stadt, Land, Bund). Das Land Baden-Württemberg verfolgt eine Initiative zur Bürokratieentlastung, ein Austausch mit dem federführenden Staatsministerium wäre hilfreich. Für die Bündelung der Anliegen der Vereine und ihre Kommunikation mit den zuständigen Stellen wäre ein befristeter oder dauerhafter Arbeitskreis sinnvoll. Die bisher dokumentierten Anliegen der Engagierten umfassen (Beispiele):

Transparenz:
- Offenlegung von Behördenstrukturen, Arbeitsprozessen und Ansprechpersonen, um sowohl den Engagierten als auch den Behörden Zeit zu sparen
- Übersendung von Dokumenten in digitaler Form ermöglichen
- Übersicht über Vereinspflichten erstellen bzw. bekannter machen, was an Übersichten ggf. schon vorhanden ist

Steuern/ Gemeinnützigkeit:
- Erleichterte Rücklagenbildung für Vereine
- Einheitliche Schulung für Vereinsbeauftragte in Finanzämtern
- Erweiterte und transparente Regeln für die Gemeinnützigkeit

Anträge/ Verwendungsnachweise:
- Vereinfachte, einheitliche Formulare für Anträge und Verwendungsnachweise
- Vereinsfreundlichere Regeln bei Eigenmitteln/ Kofinanzierung
- Abschaffung des Antragskriteriums „innovativ“