

Kölner Freiwilligen Agentur e.V.	
Clemensstraße 7	50676 Köln
Telefon: 0221.923 33 64	Telefax: 0221.210 37 63
www.koeln-freiwillig.de	
e-mail: info@koeln-freiwillig.de	
Spendenkonto	Kölner Bank von 1867 e.G.
Konto 421 030 006	BLZ 371 600 87

Kölner Freiwilligen Agentur e.V.

Jahresbericht 2003

RESÜMEE VORAB	3
GESCHÄFTSBEREICH KLASSISCHE VERMITTLUNG	4
BERATUNG VON FREIWILLIGEN	4
Beratung von Freiwilligen	4
Beratung von Einsatzstellen	4
Öffentlichkeitsarbeit	4
Zielgruppen-Projekte	5
LESEWELTEN	5
ERFAHRUNGSWISSEN FÜR INITIATIVEN (EFI)	5
Tätigkeiten	5
Öffentlichkeitsarbeit	5
Ausblick	6
GESCHÄFTSBEREICH INTERNATIONALER FREIWILLIGENDIENST	6
Junge Menschen engagieren und qualifizieren sich	6
...Freiwillige aus Köln	6
...Freiwillige aus den Partnerstädten	7
Benachteiligte Jugendliche aus Köln werden bewußt einbezogen	7
Das Gemeinwesen profitiert	
... Einrichtungen in Köln	8
... Einrichtungen in den Partnerstädten	8
... Vernetzung in Köln	8
Städtepartnerschaften werden vertieft	9
Bürgerschaftliches Engagement wird gefördert	9
GESCHÄFTSBEREICH CORPORATE VOLUNTEERING	9
KÖLNER KULTURPATEN	9
SEITENWECHSEL	10
ERSTER KÖLNER FREIWILLIGENTAG	10
FORTBILDUNGEN	11
RESSOURCEN	11
Mitglieder und Förderer	11
Ehrenamtliche in der Kölner Freiwilligen Agentur	12
Hauptamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	12
Finanzierung	12
VERNETZUNG	13
Kölner Arbeitskreis bürgerschaftliches Engagement (KABE)	13
Paritätischer Wohlfahrtsverband	13
Sozialsponsoring	13
„Prüfet alles – das Beste behaltet!“ – Haushalts-Konsolidierung als bürgerschaftlicher Prozess	14
Leitbild Köln 2020	14
Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa)	14
Projektgruppe Freiwilligendienst im Bundesnetzwerk Bürgerengagement (BBE)	14
AUSBLICK	15
ANLAGEN	16
Zahlen : Personen, die vermittelt wurden	16
Zahlen: Einrichtungen, in die vermittelt wurde	16
Mitglieder	18
Ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	18
Hauptamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	18
Spenden	18
Haushaltsabschluss der Kölner Freiwilligen Agentur 2003	20

RESÜMEE VORAB

1. Das Jahr 2003, das fünfte der Kölner Freiwilligen Agentur, hat eine erfreuliche Ausweitung und Stabilisierung der Arbeit gebracht. Es war wiederum erfolgreich. Zu den klassischen Vermittlungen kommen weiterhin Vermittlungen aus zielgruppenspezifischen Projekten. Insbesondere durch breite Beteiligung am Kölner FreiwilligenTag, durch erfolgreiche Abschlüsse über das KulturPaten-Programm und durch mehr Entsendungen von Jugendlichen in Einsatzstellen von Partnerstädten Kölns und umgekehrt stieg die Zahl der Vermittlungen insgesamt um 80% auf 289 Vermittlungen. Zugleich wurden erste Schritte im Blick auf Studierende als Zielgruppe getan.
2. Daneben geht es der Kölner Freiwilligen Agentur um Ausweitung von Bürgerengagement im Bereich von "Vater Staat" bzw. "Mutter Stadt". So beteiligt sie sich unter dem Motto „Prüfet alles und behaltet das Beste!“ daran, tragfähige Wege aus der Finanzkrise unserer Stadt zu entwickeln und Leitlinien zu formulieren für den notwendigen Umbau der sozialen und kulturellen Infrastruktur, die bürgerschaftlich orientiert ist. Sie verstehen sich als ein praxisorientierter, konstruktiver Beitrag zur Bewältigung der dramatischen Haushaltssituation und wichtiger Schritt auf dem Weg zu einem Bürgerhaushalt für die Stadt Köln.
3. Die Stimmung in der Kölner Freiwilligen Agentur ist besser als ihre langfristige finanzielle Absicherung. An dem Ziel, dass Kölner Bürgerinnen und Bürger die Kölner Freiwilligen Agentur auch finanziell tragen, wird festgehalten. Immerhin erbrachten bei einem Stundensatz von 20 Euro qualifizierte ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Berichtszeitraum innerhalb der Agentur geldwerte Leistungen von gut 90.000 Euro (s.u. Ressourcen, Mitglieder und Förderer).

GESCHÄFTSBEREICH KLASSISCHE VER- MITTLUNG

BERATUNG-UNG VER- MITTLUNG VON FREIWIL- LIGEN

Im Berichtszeitraum nahmen 347 Personen bzgl. Ehrenamtliches Engagement Kontakt zur Kölner Freiwilligen Agentur auf. Zu einer persönlichen Beratung kamen 216 Interessierte, 62 konnten erfolgreich in eine Einrichtung vermittelt werden. Die Anzahl der Anfragen und der Beratungen hat sich im Vergleich zum Vorjahr erhöht. Die Vermittlungen sind nicht parallel zu den Beratungen angestiegen. Das liegt in erster Linie daran, dass trotz Nachfragen die beratenen Freiwilligen keine Rückmeldung über eine erfolgreiche Vermittlung geben. Aus unseren Erfahrungen der letzten Jahre lässt sich allerdings sagen, dass circa 30-35% aller Beratungen zu einer Vermittlung führt. Das Beratungskonzept der Kölner Freiwilligen Agentur sieht vor, dass individuelle Interessen und Fähigkeiten der Freiwilligen zu den Einsatzfeldern der Einrichtungen passen sollen. Alle Beratenen erhalten – je nach Interesse und Angebot – mehrere Vermittlungsvorschläge.

O-Ton aus der Beratung:
„Ich will nicht in die Fänge von Einrichtungen und Organisationen geraten, die nur Geld sparen und mich ausnutzen wollen. Ich gehe davon aus, dass Ihre Einrichtung unabhängig ist.“

Beratung von Freiwilligen

Neben einer hauptamtlichen Fachkraft (Diplom-Pädagogin) werden auch Ehrenamtliche für die Beratung von Freiwilligen eingesetzt, die für ihre Aufgabe vorbereitet und geschult werden. Die Schulung beinhaltet

eine Einführung in die Datenbank FreiNet, die Vorstellung der Einrichtungen und ihrer

O-Ton aus der Beratung:
„Ich interessiere mich für ehrenamtliches Engagement, weiß aber nicht genau, was für mich in Frage kommt und was zu mir passt. Ich brauche unabhängige Unterstützung dabei, das Richtige zu finden.“

Tätigkeitsfelder sowie das Einüben von typischen Beratungssituationen.

Der „typische“ Freiwillige, der eine Beratung in Anspruch nimmt, ist weiblich, ca. 40 Jahre alt, ledig und hat einen Universitäts-/ Fachhochschulabschluss. Sie interessiert sich für die Betreuung und Begleitung von Menschen, in erster Linie von Kindern und nennt als Motivation für ihr ehrenamtliches Engagement „etwas für sich und andere tun“.

Die Vermittlung erfolgt mit der Datenbank FreiNet, die eigens für Freiwilligenagenturen entwickelt wurde.

Beratung von Einsatzstellen

Im Jahr 2003 interessierten sich 42 Einrichtungen für die Kölner Freiwilligen Agentur. 27 wurden in die Kartei der nach Mithelfern suchenden Einrichtungen aufgenommen.

Alle Einrichtungen werden hinsichtlich der Bedingungen von freiwilligem Engagement besucht und ausführlich beraten. Dabei werden Punkte wie Erstkontakt mit Freiwilligen, Beschreibung der Tätigkeitsfelder, Begleitung im Prozeß, Ausgabenerstattung, weitere Ansprachen und Anerkennungskultur besprochen. Diese Beratungen werden von „Scouts“ übernommen, die die Einrichtungen besuchen und sich so einen persönlichen Eindruck über die Engagementsbedingungen verschaffen.

Der größte Teil der Einrichtungen sucht im Sozialbereich Unterstützung bei der Betreuung

von Kindern und Jugendlichen, gefolgt von der Arbeit mit Behinderten. Die kulturellen Einrichtungen suchen Mithelfer im Bereich Organisation, Archivierung und Büroarbeit.

Eine Liste der neuen Einsatzstellen sowie eine Liste der Einsatzstellen, in die wir Freiwillige vermitteln konnten, findet sich im Anhang.

Öffentlichkeitsarbeit

Anzeigen in verschiedenen regionalen Zeitungen sollen den Bekanntheitsgrad der Kölner Freiwilligen Agentur weiter erhöhen und die Aufmerksamkeit auf die verschiedenen Engagemöglichkeiten lenken.

In mehreren Hörfunksendungen und einem Fernsehbeitrag des WDR wurde über die Kölner Freiwilligen Agentur berichtet.

In einer ZDF Livesendung berichtet Vorstandsmitglied Dr. Anke Ortlepp über die verschiedenen Möglichkeiten des Engagements in Köln. Darauf melden sich mehrere Interessierte zu einem Beratungsgespräch an.

Am 22. Juni fand am Tanzbrunnen die Verleihung des Ehrenamtspreises der Stadt Köln durch den Oberbürgermeister statt. Die Kölner Freiwilligen Agentur beteiligte sich an der parallel durchgeführten Infobörse, an der sich interessierte Bürger über ehrenamtliches Engagement informieren können.

O-Ton aus der Beratung:
„Ich möchte auf jeden Fall etwas im Kunst- und Kulturbereich machen, möchte aber nicht einfach ein Theater oder Museum ansprechen. Ich möchte mich im Vorfeld über Tätigkeiten informieren und brauche dafür den richtigen Ansprechpartner.“

O-Ton aus der Beratung:
„Ich war eine Leseratte. Mein Gott, was habe ich in unserer Bücherei geschmökert. Leider habe ich weder Kinder noch Enkelkinder. Aber die Lust auf Schmökern möchte ich gern Kindern vermitteln, die oft nur Fernsehen kennen und nicht die Lust an eigenen Bildern und Phantasien.“

Zielgruppen-Projekte

Internationale Filmschule

Die ifs internationale filmschule köln führt in Zusammenarbeit mit der Kölner Freiwilligen Agentur ein Studienprojekt durch. Im Rahmen der dreijährigen Film- ausbildung können die Studierenden das Wahlpflichtfach „Soziales Praktikum“ belegen. Die Mitarbeit in einer sozialen Einrichtung im Sinne des bürgerschaftlichen Engagements soll die Studierenden mit unbekanntem Milieus in Kontakt bringen, sie für fremde Lebensrealitäten sensibilisieren und ihre eigene soziale und kommunikative Kompetenz fördern. Die Kölner Freiwilligen Agentur vermittelt die sozialen Projekte und begleitet die Studierenden während ihres Engagements.

Friedrich-Ebert-Stiftung

Die Alfred-Nau-Akademie der Friedrich-Ebert-Stiftung möchte den Bedarf an der Qualifizierung Ehrenamtlicher in Köln ausloten. Die Kölner Freiwilligen Agentur organisiert dazu am 25.11. eine Veranstaltung mit Personen aus verschiedenen Bereichen des ehrenamtlichen Engagements.

LESEWELTEN

LeseWelten ist ein Projekt der Kölner Freiwilligen Agentur, das sie zur Zeit für die Zielgruppe Kinder im Alter bis 12 Jahren plant. Ehrenamtliche Vorleserinnen und Vorleser lesen ihnen an verschiedenen Orten vor, wie Zentralbibliothek, Stadtteilbibliotheken, Schulen und Begegnungsstätten. Diese Ehrenamtli-

chen sollen für diese Tätigkeit gesucht, geschult und begleitet werden.

Im Herbst hat sich eine Projektgruppe gegründet mit dem Ziel, zunächst Unterlagen zu erstellen und Sponsoren zu finden.

Durch die Gründung einer Projektgruppe für LeseWelten sowie der Gewinnung von neuen Beraterinnen und Beratern ist die Mitarbeit Ehrenamtlicher im Bereich Klassische Vermittlung im Berichtszeitraum angestiegen.

ERFAHRUNGSWISSEN FÜR INITIATIVEN (EFI)

Im Berichtsjahr hat sich die Kooperation von Ceno und der Kölner Freiwilligen Agentur bewährt.

Das Curriculum, das im ersten Durchlauf mit der ersten Staffel (EFI I/2002) noch wenig zielgerichtet war, wurde 2003 stringenter aufgebaut und vermittelt wichtige Fertigkeiten, die als sehr nützlich angesehen werden. Allerdings bleibt weitere Fortbildung ein wichtiger Punkt, der auch für die künftige Arbeit der seniorTrainerinnen und Trainer eine Rolle spielt. Die Frage, wie das finanziert werden soll, ist derzeit noch offen.

2003 bestand die Arbeit der Agenturen in folgenden

Maßnahmen

- Auswahl der senior- Trainerinnen und Trainer. Begleitung während der Fortbildungsphase.

Da eine curriculare Ergänzung um die Praxisphase für den Kursbeginn im Rheinland kurz vor Beginn der Seminarblöcke kam, konnte diese zwar in die Begleitung der seniorTrainerinnen und Trainer mit aufgenommen werden, konnte aber nicht konsequent durchgesetzt werden.

- Praxis

Die Kölner seniorTrainerinnen und Trainer haben ihre Praxisphasen entweder in ihren schon bestehenden Ehrenämtern durchgeführt oder wurden zum „Schnuppern“ in den Agenturen eingesetzt.

- Projektplanung und Entwicklung. Beratung und Begleitung

bei Umorientierungen. Organisationsberatung zum Einsatz von seniorTrainerinnen und Trainern.

Es hat sich gezeigt, dass es in vielen Organisationen noch keine adäquaten Einsatzfelder für seniorTrainer gibt. Die Agenturen beraten die Organisationen bei der Entwicklung von geeigneten Einsatzfeldern.

Ausgeübt werden von den seniorTrainerinnen und Trainern der zweiten Staffel folgende

Tätigkeiten

Wohnberatung für wohn mobil in Köln: Umbaumaßnahmen werden beaufsichtigt und soziale Kontakte zu den Betroffenen während der Maßnahme gepflegt.

Organisatorin eines Vereins für seniorTrainerinnen und Trainer, der vielfältige Aktivitäten anbietet. Neues Projekt: Enkelstamm-tisch.

Schärfung des Gesundheitsbewusstseins von sozial benachteiligten und arbeitslosen Frauen. Das Projekt ist im Kölner Arbeitslosenzentrum angesiedelt und in der Aufbauphase.

„Babyparkplatz“ heisst ein neues Projekt in einem Kölner Stadtteil Angebot für Mütter von Kleinkindern. Dreimal wöchentlich können die Kinder für die Dauer eines Arztbesuches oder Einkaufs in die Obhut von kompetenten Seniorinnen und Senioren gegeben werden. Das Projekt wird in einem Bürgerzentrum angesiedelt. Es wird noch ein Träger gesucht.

Kompetenzangebot

- Beratung bei Projektplanungen im Hinblick auf ökonomische Zusammenhänge
- Auf Abruf Organisation und Durchführung von Veranstaltungen
- Kunstaustellungen in leeren Ladenlokalen „verwaiste“ Schau-fenster werden bis zur Weitervermietung zur Ausstellung von Kunstobjekten junger Künstler genutzt. Aus dem Verkaufserlös fließt ein Teil in die Künstlersozialkasse.

Öffentlichkeitsarbeit

Im Zusammenhang vieler Werbekontakte wurde

- im Juni 2003 im Rahmen einer Telefonaktion des Köl-

ner Stadt-Anzeigers explizit auf EFI hingewiesen. Drei Bewerberinnen und Bewerber für die dritte Staffel stammen aus dieser Telefonaktion.

- Ebenfalls im Juni 2003 ist in der Zeitschrift Kölner Leben ein Hinweis auf EFI erschienen.
- Am 29.12.2003 wurde in der Sendung des WDR Fernsehen „Hier und Heute“ explizit auf EFI aufmerksam gemacht. Im Rahmen einer Telefonaktion gab es hierzu auch einige Anrufe.
- Während einer gemeinsamen Veranstaltung der Kooperationspartner im Mai 2003 wurde EFI werbewirksam vorgestellt.

O-Ton aus der Beratung:
 „Ich finde prima, wie viel Zeit Sie sich dafür nehmen, dass ich meinen Fähigkeiten und Bedürfnissen auf die Spur komme. EFI kommt mir gerade jetzt sehr entgegen.“

Ausblick

Für die dritte Staffel haben sich bereits 17 Interessentinnen und Interessenten in beiden Agenturen gemeldet.

Im kommenden Berichtsjahr wird die Zusammenarbeit mit Organisationen Priorität haben, um weitere, für senior-Trainerinnen und Trainer interessante und herausfordernde Tätigkeitsfelder einzurichten. Dazu werden wir am 18. November 2004 einen Workshop für Einsatzstellen zum Thema Nutzung von EFIs und Schaffung von Einsatzfeldern und -möglichkeiten für EFIs veranstalten.

Eine offene Frage ist die Weiterführung des Programms über die Pilotphase hinaus. Zwar ist die Finanzierung bis 2006 gesichert, aber darüber hinaus gibt es bisher keine Aussagen, wie das Programm auf Dauer etabliert werden soll. Die Kölner Freiwilligen Agentur ist in Kooperation mit Ceno dringend daran interessiert, das Programm auszuwerten und weiter zu entwickeln.

GESCHÄFTSBEREICH INTERNATIONALER FREIWILLIGENDIENST

Im Projekt "Internationaler Freiwilligendienst" engagieren sich junge Menschen für das Gemeinwohl und leisten einen Vollzeitfreiwilligendienst in sozialen, kulturellen, ökologischen oder sportlichen Vereinen und Einrichtungen. Damit verbunden ist ein Aufenthalt im Ausland, und zwar in einer der Partnerstädte Kölns. Das Projekt ist beidseitig angelegt. Angesprochen werden nicht nur junge Menschen aus Köln, sondern auch Jugendliche aus den Partnerstädten, die zu einem Freiwilligendienst nach Köln kommen. Einbezogen sind auch benachteiligte Jugendliche. Der Freiwilligendienst dauert zwischen sechs und zwölf Monaten.

Silke : „...Diese Erfahrung in Istanbul hat mir die herausragende Andersartigkeit unserer Kulturen verdeutlicht und war es wert gelebt zu werden. Ich vermisse die vor Freude strahlenden Augen der Behinderten...“

Junge Menschen engagieren und qualifizieren sich

Im Jahr 2003 wurden 11 junge Leute aus Köln in einen Freiwilligendienst in die Partnerstädte vermittelt. 8 Freiwillige aus den Partnerstädten begannen im Laufe des Jahres 2003 ihren Freiwilligendienst in Kölner Einrichtungen.

Bis Ende des Jahres 2003 haben insgesamt 26 Jugendliche einen Internationalen Freiwilligendienst begonnen.

Die Vermittlungszahlen des Jahres 2003 im Überblick:
 (Die Vermittlung wird ab jetzt – im Unterschied zum Vorjahresbericht - in dem Jahr gezählt, in dem der Freiwilligendienst beginnt.)

Entsendung

Planung		Realisierung	
2002	4	2002	7
2003	9	2003	11
Summe	13		18

Aufnahme

Planung		Realisierung	
2002	3	2002	0
2003	6	2003	8
Summe	9	Summe	8

Bei der Entsendung wurden die Erwartungen übertroffen, während die Aufnahme später als geplant begann und die Erwartungen leicht unterschritten wurden.

...Freiwillige aus Köln

373 Anfragen von Jugendlichen gingen bei uns ein und wurden beantwortet. Die anfragenden Jugendlichen wurden informiert über die Rahmenbedingungen eines internationalen Freiwilligendienstes, über die Angebote im Ausland sowie über die Bewerbungsbedingungen und -fristen.

88 junge Menschen aus Köln bewarben sich daraufhin für einen internationalen Freiwilligendienst. Sie wurden im Detail über die zur

Verfügung stehenden Projekte im

Ausland informiert, individuell beraten und passende Einsatzmöglichkeiten mit ihnen besprochen.

39 Bewerberinnen und Bewerber haben wir im Berichtszeitraum für Plätze im Ausland vorgeschlagen.

Die große Anzahl von Anfragen und Bewerbungen interpretieren wir als großes Interesse der Kölner Jugendlichen an einem internationalen Freiwilligendienst.

Andrea : „...Ich habe das Säckchen meiner Vorurteile, die ich mitgebracht habe eingetauscht gegen eine großartige Erfahrung und kann nun behaupten, dass meine Türkiskenntnisse recht passabel sind...“

Festzuhalten ist aber auch, dass es eine Lücke zwischen Angebot und Nachfrage gibt und das Interesse von Jugendlichen an Freiwilligendiensten sehr viel größer ist als unsere gegenwärtige Vermittlungskapazität.

Hannah: „...Was mir am meisten gefallen hat, war, dass ich ganz selbstständig in einem anderen Land gelebt habe. Ich habe innerhalb der zehn Monate viele Kontakte geschlossen und viel von Irland gesehen...“

Die Freiwilligendienste derer, die ihren Dienst bereits begonnen haben, verliefen in der Mehrzahl gut. Bei zwei Freiwilligen traten größere Schwierigkeiten auf, so dass sie sich aus persönlichen Gründen entschieden, den Freiwilligendienst kurz nach dessen Beginn abzubrechen.

Das zeigt uns, dass die Vermittlung überwiegend passgenau war und die Freiwilligen die für sie richtigen Einsatzstellen gefunden haben.

Die elf Kölner Freiwilligen, die im Laufe des Jahres 2003 ihren Freiwilligendienst begannen, verteilten sich auf alle fünf im Jahr 2003 angebotenen Partnerstädte Barcelona, Cork, Istanbul, Lille und Rotterdam. Einige der Einrichtungen nahmen bereits zum zweiten Mal Freiwillige von uns auf. Die überwiegende Mehrzahl der Freiwilligen arbeitete im sozialen Bereich (Tauschläden in Rotterdam, Kinderheim in Istanbul, Behindertenarbeit in Istanbul und Cork), darüber hinaus im Jugendbereich (Jugendzentren in Istanbul) und in kulturellen Einrichtungen (Künstlerwerkstatt in Rotterdam, Jugendtheater in Cork, Kunstprojekt in Lille).

Mehrere Bewerberinnen und Bewerber haben sich im Laufe des Bewerbungsprozesses umorientiert. Als sie merkten, dass ein internationaler Freiwilligendienst zur Zeit nicht das Richtige ist, haben sie sich für ein Kurzzeit-Engagement in Köln entschieden. Um ein Beispiel zu nennen: Eine junge Frau, die von der Cork Simon Community (Obdachlosenhilfe) eine Absage erhielt, engagiert sich jetzt bei Balu und Du als Mentorin für einen kleinen Jungen, der Schwierigkeiten in der Schule hat. Sie ist begeistert von ihrem Engagement, auch wenn es nicht das ist, was sie sich ganz zu Anfang vorgestellt hatte. Ein gutes Zeichen für die Durchlässigkeit der

Angebote in der Kölner Freiwilligen Agentur.

...Freiwillige aus den Partnerstädten

Unsere Kooperationspartner in den Partnerstädten informierten und berieten Jugendliche, begleiteten sie bei ihrer Bewerbung und legten der Kölner Freiwilligen Agentur die Bewerbungen vor.

Atilim : „...Das ist für mich Lebenserfahrung, nicht nur Sprache. Du bist allein hier und kennst nichts und du musst immer neue Sachen lernen und neue Kontakte finden...“

Aus den Partnerstädten erhielten wir 22 Anfragen und 15 Bewerbungen.

14 Bewerberinnen und Bewerber könnten wir in Einrichtungen in Köln vorschlagen.

Die Bewerbungen von Jugendlichen aus den Partnerstädten haben zugenommen. Im Jahr 2003 konnten wir zum ersten Mal Freiwillige in Köln aufnehmen. Alle acht kamen aus Istanbul. Auch Partnerorganisationen in den anderen vier Partnerstädten warben für den Freiwilligendienst in Köln, erhielten aber keine große Resonanz.

Die ausländischen Freiwilligen sind in den folgenden Kölner Einrichtungen tätig: zwei Kinderheime, drei Jugendzentren, ein Gemeinwesenprojekt, eine Einrichtung der Obdachlosenhilfe und eine Kindertagesstätte (s. Anlage). Einige der türkischen Freiwilligen hatten Erwartungen an den Freiwilligendienst, die nicht ganz mit der Realität in den Einrichtungen und dem Alltagsleben in Köln übereinstimmten. Dies führte dazu, dass Mitte Januar 2004 ein Freiwilliger seinen Dienst nach einem Monat beendete. Da die meisten Einrichtungen zum ersten Mal internationale Freiwillige beschäftigten, waren in den ersten Wochen viele Fragen zu klären. Zum Ende des Berichtszeitraums waren die meisten Freiwilligen erst 6 Wochen in Köln und damit noch in der Eingewöhnungs- und Einarbeitungszeit.

Benachteiligte Jugendliche aus Köln werden bewußt einbezogen

Als Merkmale von Benachteiligung werten wir: Kommt aus einer Familie mit Migrationshintergrund. Besitzt keine deutsche Staatsbürgerschaft. Ist nicht in Deutschland geboren. Schulabschluss unterhalb von Hochschulreife und Fachhochschulreife. Arbeitslos. Wohnungslos.

Für Jugendliche mit einem oder mehreren dieser Merkmale werden Plätze im Freiwilligendienst reserviert.³⁸ Benachteiligte Jugendliche haben sich im Berichtszeitraum bei uns für einen internationalen Freiwilligendienst beworben. 34 Jugendliche wurden umfassend informiert und beraten.

Von den 38 benachteiligten Bewerberinnen und Bewerbern haben 14 einen konkreten Vermittlungsvorschlag angeboten bekommen und 3 wurden im Jahr 2003 in einen Freiwilligendienst vermittelt.

Unsere Zusammenarbeit mit drei Trägern der Jugendhilfe konnte intensiviert werden. Die Träger, „Zug um Zug“, der „Ehrenfelder Verein für Arbeit und Qualifizierung“ (E.V.A.) und „Tertia“ führen Sprungbrett-Maßnahmen für Jugendliche durch, die Sozialhilfe beziehen. Wir haben eine feste Kooperation vereinbart. Inhalt der Kooperation: Die Kölner Freiwilligen Agentur informiert die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an den Sprungbrett-Maßnahmen regelmäßig über den Internationalen Freiwilligendienst. Zu diesem Zweck werden Veranstaltungen für 6 bis 8 Teilnehmerinnen und Teilnehmer durchgeführt, in den Räumen der Kölner Freiwilligen Agentur oder bei den Trägern der Jugendhilfe. Im Berichtszeitraum fanden drei Veranstaltungen dieser Art statt, weitere sind geplant. Ähnliche Veranstaltungen fanden in Jugendzentren und Berufskollegs statt.

Darüber hinaus wurde mit dem Ehrenfelder Verein für Arbeit und Qualifizierung (E.V.A.) ein Modellprojekt „Praktikum als Freiwilligendienst“ gestartet. Hier wird Jugendlichen ein Freiwilligendienst in Köln angeboten, der

zwischen zwei und sechs Monaten dauert. Dem liegt die Überlegung zugrunde, dass der Schritt ins Ausland für einige benachteiligte Jugendliche ein zu großer ist. Ihnen soll angeboten werden, zunächst einen kürzeren Freiwilligendienst in Köln zu machen. Dafür stehen zur Zeit sechs Einrichtungen zur Verfügung. Die Angebote wurde den E.V.A.-Gruppenleiterinnen und -Leitern im Dezember 2003 im Einzelnen vorgestellt. Diese werden die Jugendlichen darüber informieren.

Mit einem lokalen Freiwilligendienst haben wir ein zusätzliches niedrigschwelliges Angebot geschaffen. Es bleibt abzuwarten, wie stark es von den Jugendlichen, für die das Angebot bestimmt ist, auch genutzt wird.

Das Gemeinwesen profitiert

... Einrichtungen in Köln

In sieben Kölner Einrichtungen wurden Freiwillige vermittelt (siehe Anlage). In Köln haben wir mit weiteren Einrichtungen Kontakt aufgenommen. Viele Einrichtungen wurden besucht, um vor Ort die Möglichkeiten eines Freiwilligeneinsatzes zu besprechen. Dabei wurden die Einrichtungen von uns beraten bei der Erstellung der Tätigkeitsprofile für Freiwillige, Fragen zur Zusammenarbeit von Haupt- und Ehrenamtlichen wurden erörtert, rechtliche Rahmenbedingungen und Versicherungsfragen geklärt und nicht zuletzt verschiedene Formen der Anerkennung von Freiwilligen ins Spiel gebracht – eben alles, was zu einem guten Freiwilligenmanagement gehört.

Herr Otten, Hövi-Land: „...Wir haben unsere ‚Bauchentscheidung‘, Nese aus Istanbul als Freiwillige aufzunehmen nicht bereut. Unser Verständnis von Freiwilligenarbeit ist es nicht, eine günstige Arbeitskraft zu bekommen, sondern vielmehr profitieren wir von dem persönlichen Kontakt auch nach Istanbul und wir möchten Nese mög-

lichst viele positive Erfahrungen aus Deutschland mitgeben.

...Auch für die Jugendlichen aus unserem Viertel ist der Kontakt eine spannende Bereicherung...“

Bisher haben 16 Einrichtungen zugesagt, demnächst Freiwillige bei sich aufzunehmen, doppelt so viele wie im letzten Jahr. Dazu kommen die Einrichtungen, die Stellen für den lokalen Freiwilligendienst anbieten.

Herr Vonderbank, Kinderheim St. Josef-Stift: „...Atilim, unser Freiwilliger aus Istanbul, war für uns ein absoluter Volltreffer. Ein zurückhaltender, feiner Mensch.“

Die Einrichtungen, die mit uns im internationalen Freiwilligendienst kooperieren, liegen zum großen Teil im Kinder- und Jugendbereich. Aber auch Einrichtungen wie Bürgerzentren, Sportvereine sowie kulturelle Einrichtungen sind mehrfach vertreten. Mit dieser Mischung sind wir sehr zufrieden, stellt sie doch ein breites Angebot für die Freiwilligen dar. Der ökologische Bereich fehlt allerdings noch immer.

... Einrichtungen in den Partnerstädten

In den Partnerstädten haben wir Zugang zu noch mehr Einsatzstellen. Mit Einrichtungen und Kooperationspartnern aus allen beteiligten Partnerstädten wurden Gespräche geführt und Möglichkeiten der Kooperation ausgelotet.

Mit 33 aktuellen Einsatzstellen hat sich unser Angebot in diesem Jahr erheblich gegenüber dem letzten Jahr ausgeweitet (siehe Anlage).

Jeweils mit mehreren Einrichtungen ist der Kinder- und Jugendbereich, die Behindertenarbeit, Bürger- und Kulturzentren und die Medien- und Vernetzungsarbeit vertreten. Hier ist der Sportbereich ebenso wie der ökologische Bereich etwas unterrepräsentiert. Unserer Einschätzung nach ist die Vielfalt,

unter der die Freiwilligen wählen können, durchaus beachtenswert.

Gespräche zur Weiterentwicklung der Zusammenarbeit wurden geführt in Cork (mit Einrichtungen in Cork) und in Köln (mit unseren beiden Partnerorganisationen aus Rotterdam).

Im Oktober 2003 lud die Kölner Freiwilligen Agentur 12 Organisationen aus 7 Partnerstädten zu einem Seminar nach Köln ein. Zu den bisherigen Partnerstädten, mit denen wir kooperieren, kamen zwei neue hinzu, in Katowice (Polen) und Cluj Napoca (Rumänien). Die einzelnen Schritte der Zusammenarbeit wurden besser aufeinander abgestimmt und unsere Partner konnten die in Köln zur Verfügung stehenden Einsatzstellen kennenlernen.

... Vernetzung in Köln

Die Freiwilligen bauten Freundeskreise auf, die regelmäßig über den Verlauf des Freiwilligendienstes informiert wurden und Geld spendeten.

In 2003 kamen zum ersten Mal Kölner Freiwillige aus den Partnerstädten zurück. Sie informierten die interessierte Öffentlichkeit über ihre Erfahrungen (Veranstaltung am 29. Nov 2003 im Museum für Ostasiatische Kunst) und veröffentlichten Berichte über ihren Freiwilligendienst (Dokumentation „Freiwillige erzählen“, kann in der Kölner Freiwilligen Agentur angefordert werden).

Mit der offiziellen Verabschiedung der Kölner Freiwilligen und dem Empfang des ersten Istanbul Freiwilligen hat die Stadt Köln nicht nur das Engagement dieser jungen Menschen gewürdigt sondern sich selbst auch als weltoffene Stadt gezeigt, die einen internationalen Austausch fördert.

Neuer Kooperationspartner der Kölner Freiwilligen Agentur wurde die Katholische Fachhochschule NRW – Abteilung Köln. Wir unterstützten die Katholische Fachhochschule beim Aufbau ihrer „Informations- und Beratungsstelle für Freiwilligendienste und Praktika“, in der sich Stu-

dierende über Internationale Freiwilligendienste informieren können. Eine Studentin im Praxissemester machte sich in der Kölner Freiwilligen Agentur fit in Sachen internationaler Freiwilligendienst und transportierte dieses Know How in die Katholischen Fachhochschule. Am 5. Dezember 2003 wurde das Auslandsbüro an der Katholischen Fachhochschule feierlich eröffnet.

Städtepartnerschaften werden vertieft

Neu hinzugekommen ist eine Kooperation mit Lille. Zum ersten Mal konnten wir auch eine Einsatzstelle in Lille anbieten, die auch direkt besetzt werden konnte. Diese Kooperation wird von der Deutsch-Französischen Gesellschaft sehr begrüßt. Die Deutsch-Französische Gesellschaft unterstützt einen Kölner Freiwilligen in Lille mit einem monatlichen Geldbetrag. Diese beispielhafte Kooperation wurde förmlich besiegelt bei der Feier des zehnjährigen Jubiläums der Deutsch-Französischen Gesellschaft im Oktober 2003.

Projekte wie der Internationale Freiwilligendienst sind kleine aber wirkungsvolle Bausteine, die den kulturellen Austausch zwischen den Partnerstädten voran bringen.

Bürgerschaftliches Engagement wird gefördert

Einen Know-How-Transfer zwischen den Partnerstädten gab es in vielen kleinen und großen Fragen.

Frau Wieland: „... Ich engagiere mich für den Internationalen Freiwilligendienst, weil ich so dazu beitragen kann, dass junge Menschen Lebenserfahrungen in einem fremden Umfeld sammeln können und somit zu einer besseren Verständigung der Menschen in Europa beitragen. Mir persönlich ist der Kontakt zu jungen Leuten wichtig, die ich dazu bewegen kann, neugierig auf die Vielfalt der Lebenswelten zu werden...“

Positive Erfahrungen konnten wir weiterhin mit dem Einbezug von Ehrenamtlichen machen. Ehrenamtliche arbeiteten zum einen mit in der Projektgruppe, die den Aufbau des Internationalen Freiwilligendienstes steuert und beteiligten sich an wichtigen Aufgaben wie zum Beispiel der Durchführung von Informationsveranstaltungen oder der pädagogischen Begleitung der Freiwilligen. Zum anderen wurden zum ersten Mal weitere Ehrenamtliche für eine spezielle Aufgabe gewonnen. Als persönliche

Begleiter einzelner Freiwilliger (Mentoren) unterstützten sie die Freiwilligen aus Istanbul tatkräftig – für beide Seiten eine wertvolle Erfahrung. Damit leisteten die Ehrenamtlichen einen wichtigen Beitrag zum Gelingen des Projekts.

Ein neues Element in der internationalen Freiwilligenarbeit könnte eine nichtstaatliche Zertifizierung werden, die zur Zeit von der Robert-Bosch-Stiftung entwickelt wird. Ziel der Zertifizierung ist ein Qualitätsnachweis für Anbieter von nationalen und internationalen Freiwilligendiensten, der es Interessierten und Förderern erlaubt, Entscheidungen an der Qualität der Freiwilligenarbeit auszurichten. Die Bildungsreferentin in der Kölner Freiwilligen Agentur beteiligt sich an der Entwicklung des Zertifizierungsverfahrens, das in diesem Sommer erstmals von der neu gegründeten Berliner „Agentur für Qualität in Freiwilligendienstes“ angewendet wird.

GESCHÄFTSBEREICH CORPORATE VOLUNTEERING

Kölner KulturPatzen

Ziel des Projekts „Kölner KulturPatzen“ ist einerseits, Kulturbetriebe der freien Szene durch das Fachwissen erfahrener Unternehmensmitarbeiter zu unterstützen etwa in den Bereichen Betriebswirtschaft, Recht, Marketing, EDV, PR usw.. Andererseits

dient das Projekt dazu, Betätigungsfelder für die Engagementbereitschaft von Unternehmen zu schaffen. Innovativ ist das Projekt insofern, als es auf die gezielte, am Bedarf der Einrichtung orientierte und in diesem Sinne passgenaue Vermittlung von Expertenwissen ausgerichtet ist. Es geht darum, die Engagementbereitschaft von Unternehmen für die Bewältigung konkreter, praktischer Probleme zu nutzen. Der Gewinn für die Mitarbeiter bzw. den jeweiligen Patzen besteht vor allem in dem Professionalisierungseffekt, der durch die Anwendung seines Fachwissens in einem neuen, fremden Umfeld zustande kommt. Über die persönliche Bereicherung hinaus, etwas Sinnvolles und Gutes getan zu haben, eröffnet eine KulturPatzen-Schaft neue Sichtweisen und Horizonte und führt zu mehr Verständnis für die eigensinnige Funktionsweise von Kulturbetrieben.

Bisher konnten rund 20 Patzen bzw. Partnerschaften mit unterschiedlichen Arbeitsaufträgen und verschiedener Dauer vermittelt werden. Dafür drei Beispiele:

1) Die Werbeagentur CREATIVE COMMUNICATION CHRISTOPH PRACHT- GRAF GmbH (CCCP), die Kunden aus Handel, Medien und öffentlichen Institutionen (u.a. Filmstiftung NRW) betreut, hat neue Flyer, Außenwerbung und eine langfristige Marketingstrategie für die „Orangerie im Volksgarten“ erstellt, eine gemeinnützige GmbH, die ziemlich versteckt auf dem Gelände der ehemaligen städtischen Gärtnerei seit 1999 Theater, Tanz, Ausstellungen etc. veranstaltet. Neben technischen Ausbesserungsarbeiten (Dach, Türsicherungen usw.) konnte der Orangerie durch den Aufbau und die Pflege einer Internet-Seite und die Anwerbung von Sponsoren und Werbeträgern z.B. für die Finanzierung von Flyern und den Verkauf von Eintrittskarten geholfen werden.

2) Die Rechtsanwalts-gesellschaft Korts mbH mit Erfahrungen insbesondere im Steuer- und Gesellschaftsrecht leistete steuer- und vereinsrechtliche Beratung für den Musikveranstalter LOFT, ein renommierter Auffüh-

rer zeitgenössischer Musik in Köln und seit 30 Jahren im Kölner Musikleben tätig. Es zeigte sich, dass der Inhaber mit juristischer Unterstützung das LOFT in einen gemeinnützigen Verein umwandeln mußte. Am 14. 10. 03 wurde der Nachfolgeverein „2nd floor“ gegründet.

3) Die Veranstaltungsagentur „The Event People“ macht PR-Arbeit für das Tanzprojekt „Sinnesverschiebung Teil III“, eine Initiative zum Zusammenspiel von Choreographie, Bühnenobjekten und Klanginstallation im Hohlkörper der Deutzer Rheinbrücke mit eigenem Echo (Architektur), den Geräuschen des Rheins von unten (Natur) und den Geräuschen des Verkehrs von oben (Technik) stattfinden. Die Veranstaltungen wurden daraufhin entdeckt und erfreulich gut besucht, nach dem die professionelle PR Arbeit alle wichtigen Monatszeitschriften angesprochen hat. Ihr ist gelungen, die Veranstaltung in der Sendung Kulturpunkt des WDR zu platzieren. Auch die WDR-Sendung Mosaik hat berichtet und der Kritiker des Stadtanzeigers hat eine positive Kritik geschrieben. Das Engagement der professionellen Veranstaltungsmanagerin, das ca. 15 - 20 Stunden umfaßte, hat entscheidend dazu beigetragen, dass alle 5 Vorstellungen mit jeweils 55 – 60 Zuschauern in der Deutzer Brücke ausverkauft waren.

Neben der Vermittlung konkreter Projekte bestand die Arbeit im Jahr 2003 vor allem in Aufbau und Betreuung des „Kölner KulturPaten e.V.“, in dem die Stadt Köln, die Industrie- und Handelskammer Köln und die Kölner Freiwilligen Agentur zusammenwirken.

Am 28. Juli fand im Studio DuMont eine Veranstaltung statt, auf der einige Partnerschaften vorgestellt wurden. Im November hatten Gerd Conrads und Dr. Thomas Günther Gelegenheit, das Projekt auf einer städtischen Veranstaltung Kölner Unternehmen im Historischen Rathaus vorzustellen.

Seit dem Sommer wurde die Idee eines Siegels entwickelt, KFA Jahresbericht 2003

das den im Projekt beteiligten Unternehmen verliehen werden und von ihnen als Marketinginstrument und seitens des Vereins als Projektförderungsmittel genutzt werden soll.

SeitenWechsel

Nachdem das Projekt SeitenWechsel(r) Ende 2002 aus personellen Gründen ruhen musste, hat Dr. Thomas Günther das Programm im Rahmen der Corporate Volunteering - Aktivitäten der Kölner Freiwilligen Agentur mit neuem Schwung versehen.

August und September waren durch Besuche zahlreicher Sozialeinrichtungen bestimmt. Insgesamt hat jede/r Ehrenamtliche etwa 60 Stunden für das Projekt aufgebracht. Dafür gab es ein Dankesessen und einen Ausflug mit Führung unter dem Kölner Dom. 2004 wird es eine erneuerte Arbeitsgruppe geben müssen.

O-Ton aus einem Vorgespräch:
„Mitarbeiterschulung muß sein. Es fehlt vor allem an sozialer Kompetenz. Wenn mein erster Versuch mit Ihrer Vermittlung in soziale Einrichtungen in Köln was bringt, haben Sie mich gewonnen. Weder Seminare noch survival training haben mich bisher wirklich überzeugt.“

Einige Firmen (DIS, Victoria, AXA, BMW und RWE) haben Interesse signalisiert. Viele sind in wirtschaftlich angespannter Situation (Deutz AG, RWE u.ä.). Es ist erst für 2004 mit einer Entscheidung zu rechnen. AXA Corporate Solutions hat eine verbindliche Zusage für 2 - 3 SeitenWechseln gemacht.

Erster Kölner Freiwilligen-Tag

Erstmalig in Deutschland fand am 12./13.09.2003 ein Aktionstag für bürgerschaftliches Engagement statt, der sich ausschließlich an Unternehmen richtete – Der 1. Kölner Freiwilligen-Tag!

O-Ton nach dem Dankesessen: „Aus meinem Beruf weiß ich, dass alle tun, was gefordert ist. Hier habe ich erlebt, dass alle tun, was den Freiwilligentag erfolgreich macht. Das war ein Geist, den ich mir immer gewünscht habe“

Die Ziele des FreiwilligenTages

- **Wirkliche Hilfe:** Neue Partnerschaften zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Einrichtungen entstehen und unterstützen das Kölner Gemeinwesen. Arbeiten, für die sonst keine Ressourcen vorhanden sind, können erledigt werden.
- **Ein Angebot zum Ausprobieren:** Ein abgeschlossenes, eintägiges Projekt wird als niedrigschwelliges Schnupperangebot von Unternehmens- und Organisationsseite angenommen.
- **Bedarfsdeckend:** Die vielen Nachfragen interessierter Einrichtungen nach Unternehmen als Partner werden beantwortet.
- **Öffentlichkeitswirksam:** Viele Projekte an einem Tag bewirken ein größeres Medieninteresse als einzelne Projekt an unterschiedlichen Tagen.

Die Aufgaben der Kölner Freiwilligen Agentur

Sie wirbt und begleitet Ehrenamtler bei der Organisation und Durchführung des 1. Kölner FreiwilligenTages, akquiriert Unternehmen und Einsatzstellen, führt Planungs- und Auswertungsworkshops durch, gewährleistet die Öffentlichkeitsarbeit, sucht Sponsoren sowie Unterstützer und organisiert das Abschlußfest.

Die Planung, Koordination und Durchführung des 1. Kölner FreiwilligenTages übernahmen 13 Freiwillige sowie eine Honorarkraft. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer wählten ihr Tätigkeitsfeld nach individuellen

Vorlieben und zeitlichen Möglichkeiten aus .

O-Ton nach der Mitgliedervers.:
„Die Kölner Freiwilligen Agentur - und das gefällt mir - greift immer mal wieder neue Themen auf. Eins führt zum Anderen. Ich glaube: wir sind am Puls der Zeit.“

Öffentlichkeitsarbeit

Die Kommunikationsagentur VIS a VIS konzipierte und realisierte auf pro bono Basis die Öffentlichkeitsarbeit für den 1. Kölner FreiwilligenTag.

Für die Öffentlichkeitsarbeit wurde ein **Flyer** mit Basisinfos und ein **Internetauftritt** erarbeitet. Die Medien wurden durch **regelmäßige Presseberichte** und Pressemitteilungen sowie eine Pressekonferenz im Vorfeld informiert. Die teilnehmenden Mitarbeiter wurden im Rahmen des **Abschlußfest** gewürdigt und erhielten eine Urkunde.

Durch die Unterstützung eines Filmemachers und einer Filmproduktionsfirma konnte ein 8-minütiger **Kurzfilm** mit Kurztinterviews gedreht werden. Dieser wurde während des Abschlußfest gezeigt, allen Beteiligten mit dem Pressespiegel zugeschickt und kann weiterhin zur Öffentlichkeitsarbeit für Corporate Volunteering eingesetzt werden. Zudem wurde eine **PowerPoint-Präsentation** mit Fotos aus allen Projekten beim Abschlußfest gezeigt.

Die Zusage des Kölner Oberbürgermeister Fritz Schramma, die **Schirmherrschaft** zu übernehmen, trug wesentlich zu öffentlichkeitswirksamer Darstellung des 1. Kölner FreiwilligenTages bei.

Fazit

Der 1. Kölner FreiwilligenTag kann als Erfolg gewertet werden, die Erwartungen sind nicht nur erfüllt sondern sogar übertroffen worden. 177 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 14 Kölner Unternehmen und Institutionen engagierten sich unter dem Motto „Gemeinsam. Für Köln.“. In 15 sozialen und kulturellen Einrich-

tungen fanden Projekte statt - von Renovierungs- und Gartenarbeiten, über PC-Schulungen, Ausflüge und Freizeitangebote für Kinder und Flüchtlingsfamilien bis hin zu einer kartographischen Dokumentation des jüdischen Friedhofes. In vielen Projekten konnte mehr geschafft werden als ursprünglich geplant. Die Mitarbeiter der Unternehmen waren begeistert, ihre Kolleginnen und Kollegen in Situationen außerhalb der täglichen Arbeit kennen zu lernen. Die Einrichtungen waren nicht nur über die zuverlässigen und motivierten Helfer erfreut. Das Interesse an ihrer Arbeit und die aufmerksamen Fragen der Freiwilligen boten auch Gelegenheit zur Information.

O-Ton zwischendurch:
„Manche Aufgaben waren mir fremd. Aber die gemeinsame Idee hat mich beflügelt: Lass es uns doch einfach probieren! Und dann gab es immer wieder Erfolgsmeldungen. Aus den mindestens 7 beteiligten Unternehmen wurden plötzlich 14: doppelt so viele. Und doppelt so viel Arbeit. So What“

Bei fast der Hälfte der Partnerschaften wurde eine Fortsetzung der Zusammenarbeit überlegt oder auch schon konkret vereinbart. Und der Termin für den 2. Kölner FreiwilligenTag steht schon fest: Am 17./18. September 2004 folgt die Fortsetzung!

Ohne den Einsatz von allen Ehrenamtlichen, ihre vielen Stunden der Planung und Umsetzung, ihre guten Ideen und die Begeisterung, mit der sich alle beteiligt haben, wäre der 1. Kölner FreiwilligenTag nicht zustande gekommen.

FORTBILDUNG

Im Berichtszeitraum fanden folgende Fortbildungsveranstaltungen statt:

06. 01. Information und Austausch über neue Einsatzmöglichkeiten für Ehrenamtliche

16. 01. Internationaler Freiwilligendienst für Jugendliche – wo konsolidieren, wo ausweiten?

23. 01. Informationsveranstaltung für Engagementinteressierte bzgl. Corporate Volunteering

21. 02. FreiNet – die Vermittlungsdatenbank für Freiwilligenagenturen

06. 03. Bürgerschaftliches Engagement in Köln – Anreiz zum Umbau der Förderlandschaft in Zeiten des Sparkurses

11. 03. Ehrenamtliches Engagement in Köln – Einführung für neue Beraterinnen und Berater

14. 04. Neue Kriterien für die Aufnahme von Einrichtungen

08. 05. Fundraising

03. 07. Vorstellungen über ein soziales Köln in Zeiten knapper Kassen

09. 10. Senioren, Engagement und Pflichtdienst

09. 10. Information und Austausch über neue Einsatzmöglichkeiten für Ehrenamtliche

04. 12. Corporate Citizenship und die Rolle der Kölner Freiwilligen Agentur

RESSOURCEN

Mitglieder und Förderer

Die wichtigste Ressource der Kölner Freiwilligen Agentur ist ihr soziales Beziehungsgeflecht, d.h. die Menschen, mit denen die Kölner Freiwilligen Agentur verbunden ist, denn sie sind es, die

- innovative Ideen und Initiativen entwickeln, aus denen bürgerschaftliche Projekte von und mit Freiwilligen entstehen können,

- Aktivitäten der Kölner Freiwilligen Agentur ideell und materiell unterstützen,

- Verbindungen zwischen den verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen herstellen,

- die Kölner Freiwilligen Agentur in der Bürgerschaft und der Stadt Köln verankern, ein Netzwerk bilden, das vielfach über Köln hinausreicht. Gründungsimpuls der Kölner Freiwilligen Agentur war und ist: Wir fördern das bürgerschaftliche Engagement. Und wir praktizieren als Agentur selbst, was wir pro-

pagieren: freiwillige, ehrenamtliche Bürgerarbeit. Daneben ist uns die Unterstützung der Spender und Förderer besonders wichtig, sind sie doch die Stimme aus der Bürgerschaft, die uns zeigt, dass wir gebraucht werden.

Das aktive und finanzielle Engagement unserer Mitglieder und Förderer, die vielen Spenden von Zeit und Geld bilden das Rückgrat der Kölner Freiwilligen Agentur. Sie garantieren die Unabhängigkeit der Kölner Freiwilligen Agentur. Das gilt erst recht in Zeiten knapper öffentlicher Kassen.

Die Anzahl der Mitglieder blieb im Berichtszeitraum unverändert (20). Die Anzahl der Spender und Förderer, darunter eine erfreulich große Zahl aus den Freundeskreisen des Internationalen Freiwilligendienstes (IFD), hat sich mit 71 gegenüber dem Vorjahr (52) deutlich erhöht. Und die Gesamtsumme der Mitglieds- und Förderbeiträge sowie Spenden konnte um 64 Prozent auf ca. 30.000 EUR gesteigert werden (in 2002: ca. 18.250 EUR). Sie machen damit elf Prozent der gesamten Einnahmen aus.

Ehrenamtliche in der Kölner Freiwilligen Agentur

Die vielen Aktivitäten der Kölner Freiwilligen Agentur hätten sich ohne die engagierte Mitarbeit und den Ideenreichtum vieler Freiwilliger nicht realisieren lassen. Sei es die Projektgruppe Corporate Volunteering, seien es die Scouts/BeraterInnen oder die Gruppe Internationaler Freiwilligendienst – sie alle sind selbst lebendiger Ausdruck und produktiver Beweis bürgerschaftlichen Engagements.

Die Kölner Freiwilligen Agentur sucht ständig nach weiteren interessierten Freiwilligen, die sich in den bereits vorhandenen Bereichen engagieren. Ebenso wichtig ist es aber auch, dass neue Ideen von Freiwilligen initiiert werden und somit das Spektrum an Möglichkeiten für die ehrenamtliche Mitarbeit innerhalb der Kölner Freiwilligen Agentur ständig wächst.

Im Berichtsjahr wurden erstmals die Stunden erfasst, die in Form von Zeitspenden für die Arbeiten erbracht wurden. In Arbeitsgruppen, bei Beratungen von Freiwilligen und Besuchen von Einsatzstellen, im Vorstand und anderen Gremien arbeiteten 50 qualifizierte Freiwillige mit. (Namen s. Anhang) Knapp die Hälfte beteiligte sich von Juli bis Dezember 2003 an einem exakten Stundennachweis. Bei einem Stundensatz von 20 € erbrachten hochgerechnet die 50 Freiwilligen im Jahr 2003 geldwerte Leistungen im Wert von gut 90.000 €.

Hauptamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Trotz des sehr hohen Anteils ehrenamtlicher Mitarbeit unterhält die Kölner Freiwilligen Agentur inzwischen auch eine mit hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besetzte Geschäftsstelle, die – ohne Berücksichtigung von Fachausgaben – im Jahr Kosten in Höhe von insgesamt ca. 170.000 EUR verursachen. Nur zum Teil sind diese durch öffentliche Zuschüsse gedeckt.

Die Kölner Freiwilligen Agentur beschäftigte im Berichtsjahr insgesamt fünf hauptamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon drei in Teilzeit. Die Kölner Freiwilligen Agentur hat sich bewusst für diesen institutionellen Weg entschieden. Die Erfahrung der zurückliegenden fünf Jahre zeigt nämlich, dass die Gewinnung bürgerschaftlichen Engagements und die Durchführung von Freiwilligeneinsätzen einer Logistik bedarf, die ohne hauptamtliche nicht auskommt. Die Ausgaben sind also notwendig. Darüber hinaus führt die Kölner Freiwilligen Agentur exemplarisch vor, dass bürgerschaftliches Engagement nicht hauptamtliche Arbeit ersetzt, sondern neue Arbeitsplätze schafft.

Neben ihrer hauptamtlichen Tätigkeit als Bildungsreferentin übt Ulla Eberhard ehrenamtlich die Tätigkeit als Geschäftsführerin der Kölner Freiwilligen Agentur aus. Als Geschäftsführerin nimmt sie an den regelmäßigen Vorstandssitzungen teil und bildet damit ein wichtiges Bindeglied

zwischen den ehrenamtlichen Gremien und den hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Finanzierung

Das Rechnungsjahr 2003 schloss in Einnahmen und Ausgaben mit gerundeten 307.000 EUR (siehe Anlage), wovon ca. 51.000 EUR zweckgebunden für Ausgaben, die in 2004 fällig werden, in die Rücklage gestellt werden konnten. Der Haushalt der Kölner Freiwilligen Agentur wuchs damit gegenüber dem Vorjahr (218.000 EUR) um circa 41 Prozent. Das Wachstum verdankt sich im Wesentlichen dem Ausbau der Produktbereiche Internationaler Freiwilligendienst, Kulturpaten und Corporate Volunteering, letzterer mit den beiden Angeboten Freiwilligentag und Seitenwechsel. Mit diesen Projekten beschreitet die Kölner Freiwilligen Agentur nicht nur inhaltlich, sondern auch finanziell neue Wege, indem sie dafür private Spenden, Leistungsentgelte und Stiftungsmittel zu erschließen versucht. So haben sich z.B. der Freiwilligentag und Seitenwechsel aus Leistungsentgelten und vielen ehrenamtlichen Zeitspenden praktisch selbst finanziert.

Der Vorstand legt der Mitgliederversammlung Anfang Mai einen ausgeglichen Jahresabschluss 2003 vor. Der Kölner Freiwilligen Agentur ist es gelungen, ihre finanzielle Basis auf mehrere Säulen zu stellen, in der die Beiträge und Rücklagen im Berichtsjahr ca. 24 Prozent (im Vorjahr: 23 Prozent), die Spenden und Stiftungsmittel ca. 37 Prozent (32 Prozent), arbeitsplatzbezogene Zuschüsse ca. 19 Prozent (ebenfalls 19 Prozent), Zuschüsse der EU, des Bundes und Landes ca. 15 Prozent (3 Prozent), Leistungsentgelte 5 Prozent (1 Prozent) und die Grundfinanzierung der Stadt ca. 10 Prozent (23 Prozent) ausmachen. Die o.g. Wertschöpfung durch die unentgeltlich geleistete Arbeit ist im Haushalt nicht ausgewiesen.

In der Gründungsphase waren wir guten Mutes, dass die als notwendig erkannte Förderung und Vermittlung bürgerschaftli-

che Engagements auch neue Finanzierungsquellen erschließt. Das Berichtsjahr liefert ein Jahr mehr den Beweis, dass diese Annahme stimmt. Allen, die dazu beigetragen haben, sei hiermit herzlich gedankt!

Neben den Eigenmitteln bildet die Grundfinanzierung durch die Stadt Köln den finanziellen Grundstock, der für das Einwerben von Drittmitteln zwingend erforderlich ist. Vorstand und Mitgliederversammlung sind zuversichtlich, dass die erfolgreiche Arbeit der Kölner Freiwilligen Agentur trotz der nach wie vor sehr angespannten Haushaltslage der Stadt Köln auch in den kommenden Jahren finanziell und institutionell abgesichert werden kann.

VERNETZUNG

Die Kölner Freiwilligen Agentur ist Mitglied in mehreren Vereinigungen und Dachverbänden und arbeitet dort aktiv mit:

Kölner Arbeitskreis bürgerschaftliches Engagement (KABE)

Im Kölner Arbeitskreis Bürgerschaftliches Engagement (KABE) arbeiten alle Kölner Vermittlungsorganisationen zusammen, die Ehrenamtliche in Engagements vermitteln. Neben der Kölner Freiwilligen Agentur gehören dazu: Büro für Bürgerengagement (AWO), Centrum zur nachberuflichen Orientierung (Der Paritätische), Kölsch Hätz (Caritas, Diakonie), Mensch zu Mensch (Caritas, Diakonie) und die SkF-Börse für bürgerschaftliches Engagement (Caritas). Gäste sind die Aidshilfe Köln und die städtische Kommunalstelle zur Förderung des bürgerschaftlichen

Engagements (FABE). Die Geschäfte der KABE wurde im Jahr 2003 von Ludger Hengefeld (Caritas) geführt. Mehr unter www.kabe-koeln.de

Neben dem Informations- und Erfahrungsaustausch war die KABE als Netzwerk aktiv:

- Die Vermittlungsorganisationen machten gemeinsam Infostände. Und zwar bei einer Ver-

O-Ton Vorstand:
„Unsere finanzielle Absicherung hatte ich mir vor 5 Jahren so vorgestellt, dass viele Kölner Bürger und Bürgerinnen kapieren: Die Kölner Freiwilligen Agentur ist in ihrem Interesse aktiv und die Kölner Bürger und Bürgerinnen tragen das auch finanziell mit.“

anstaltung zum Leitbild Köln 2020 im Januar, beim Museumsfest im Mai, beim Kölner Ehrenamtstag im Juni und bei der Veranstaltung der Stadt Köln zum Thema Corporate Citizenship im November 2003.

- Die Fachveranstaltung „Ei-genart des Ehrenamts“ am 20. Februar fand regen Anklang und wurde von über 80 Personen besucht. Schwerpunkt der Diskussion war die Frage, wie die Ergebnisse der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages zum Thema „Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements“ auf Köln zu übertragen sind.

- Der Kölner Stadtanzeiger schaltete am 18. Juni eine Hotline zu Fragen des Ehrenamtes, auf die die KABE-Mitglieder Antworten gaben.

- Am gleichen Tag wurde bei einer Podiumsdiskussion im Studie DuMont Meinungen zum „Mythos Bürgerstadt Köln“ ausgetauscht.
- Im Herbst 2003 begann die Arbeit am „Kölner Konzept zur Förderung bürgerschaftlichen Engagements“, das der Rat der Stadt Köln auf seiner Sitzung im Mai 2003 in Auftrag gab. Die KABE ist mit Ludger Hengefeld und Ulla Eberhard in der Steuerungsgruppe vertreten.

Diese gemeinsamen Aktionen waren erfolgreich.

- Meinungsverschiedenheiten gab es dagegen an zwei Punkten. Zum einen unterschieden sich die inhaltlichen Positionen zum Thema „Bürgerengagement in Zeiten knapper Kassen“, zu dem die Kölner Freiwilligen

Agentur gemeinsam mit dem Centrum zur nachberuflichen Orientierung ein Positionspapier veröffentlichte, das den anderen KABE-Mitgliedern zu weitreichend war.

- Zum anderen gibt es keine gemeinsame Position der KABE-Mitglieder zu den Förderrichtlinien, nach denen die Stadt Köln Gelder an die Vermittlungsorganisationen verteilt. Während die Kölner Freiwilligen Agentur die Initiative der Stadtverwaltung begrüßt und eine an Beratungs- und Vermittlungszahlen orientierte Förderung entsprechend des Erfolgs favorisiert, wird dies von den anderen Vermittlungsorganisationen abgelehnt. Die Diskussionen werden weiter geführt.

Paritätischer Wohlfahrtsverband

Die Kölner Freiwilligen Agentur ist Mitglied im Paritätischen Wohlfahrtsverband. An der Mitgliederversammlung der Kölner Kreisgruppe im Juni 2003 nahmen wir teil.

Sozialsponsoring

Seit der Vereinsgründung im Jahr 2001 arbeitet die Kölner Freiwilligen Agentur mit im Verein Sozialsponsoring Köln. Dem Verein geht es um die Vermarktung des Gütesiegel Sozialsponsor / Sozialsponsorin als Logo für gemeinnütziges Engagement. Mit einem jährlichen Sponsorenbeitrag können sozial engagierte Unternehmen tatkräftig Kölner Sozialeinrichtungen unterstützen. Die Einnahmen aus der Verpachtung des Logos kommen den Mitgliedsorganisationen des Vereins Sozialsponsoring Köln zu gleichen Teilen zugute und werden von diesen für ihre kontinuierliche, dringend notwendige Arbeit verwendet (mehr unter www.sozialsponsoring-koeln.de)

Alle Vereine verpflichten sich, Sponsoren zu gewinnen und Öffentlichkeitsarbeit zu machen. Die Kölner Freiwilligen Agentur hat im Jahr 2003 (immerhin) einen Sponsor gewonnen, an der Planung der Infostände mitgewirkt und zwei Infostände durchgeführt.

„Prüfet alles – das Beste behaltet!“ – Haushalts-Konsolidierung als bürger-schaftlicher Prozess

In der größten Finanzkrise der Stadt Köln haben sich der Katholikenausschuss in der Stadt Köln, das Sozialwerk des Evangelischen Stadtkirchenverbandes Köln, das Kölner Arbeitslosenzentrum KALZ e.V. und die Kölner Freiwilligen Agentur e.V. zu einer für weitere Trägerorganisationen und Personen offenen Bürgerinitiative zusammengeschlossen, die sich unter dem Motto „Prüfet alles und behaltet das Beste!“ zum Ziel gesetzt hat, tragfähige Wege aus der Krise zu entwickeln und Leitlinien zu formulieren, an denen sich Bürgerschaft, Trägerlandschaft, Politik und Verwaltung beim notwendigen Umbau der sozialen und kulturellen Infrastruktur orientieren können. Diese Vorschläge sollen im politischen Dialog mit dem Rat und der Verwaltung diskutiert werden und verstehen sich insofern als ein praxisorientierter, konstruktiver Beitrag zur Bewältigung der dramatischen Haushaltssituation und wichtiger Schritt auf dem Weg zu einem Bürgerhaushalt für die Stadt Köln.

Köln ist kein Einzelfall: Der Sozialstaat steht am Beginn des 21. Jahrhunderts vor neuen, großen Herausforderungen, die dringend der Lösung bedürfen. Rückläufige öffentliche Einnahmen, demographischer Wandel, Migration, der Wandel der Arbeitsgesellschaft, europäischer Binnenmarkt und Globalisierung, Individualisierung, bürger-schaftliche Ansprüche auf Partizipation und Mitgestaltung – alle diese Faktoren führen dazu, dass tradierte, weitgehend noch immer an klassischen Erwerbsbiographien orientierte Formen der sozialen Sicherung und Wohlfahrtsproduktion nicht mehr ausreichend greifen, weil die dafür notwendigen Ressourcen nicht mehr zu erwirtschaften sind und alternative Ressourcen noch nicht wirklich gesucht, geschweige denn erschlossen werden. In einer Millionenstadt wie Köln zeigen sich diese gesellschaftlichen

Wandlungsprozesse zwar wie in einem Brennglas gebündelt und vielfach verschärft, aber doch `nur` exemplarisch.

Im Sinne der Subsidiarität und orientiert am Leitbild der Bürgerkommune und Aktivbürgerschaft sucht die Initiative nach einem neuen Verständnis zwischen individueller und kollektiver Verantwortung. Im Besonderen will sie sozial-, ordnungs- und finanzpolitische Eckpunkte zur Sicherstellung der notwendigen Infrastruktur und Reform der Sozialverwaltung formulieren und dabei Wege aufzeigen, wie brachliegende Potentiale bürger-schaftlicher Mitgestaltung und Fähigkeiten zur Eigenverantwortung erschlossen und Akteurinnen und Akteure im Dreieck von Bürgerschaft, Staat und Markt so miteinander vernetzt werden können, dass auch bei knappen Kassen soziale und kulturelle Leistungen erbracht und soziale Gerechtigkeit geschaffen werden können.

Im Anschluss an die öffentliche Bürgerversammlung und – anheörung, die am 3. Juli 2003 am Historischen Rathaus stattfand, sind (vorerst befristet) bis Herbst 2004 mehrere fachbezogene Bürgerforen geplant. Das erste, sehr gut besuchte Forum fand am 18. Dezember im Internationalen Zentrum mit Bundes- und Landtagsabgeordneten sowie Vertreterinnen und Vertretern von lokalen Beschäftigungsinitiativen, der Stadt Köln und des Arbeitsamtes statt und widmete sich der Frage „Wie hart(z) wird der Kölner Arbeitsmarkt?“.

Leitbild Köln 2020

Die Kölner Freiwilligen Agentur war bei der Erarbeitung des Leitbilds Köln 2020 vertreten. Über die Mitarbeit in der Projektgruppe „Demographie und Zukunft der Arbeit“ konnte das Thema Bürgerengagement gut platziert werden. Freiwilliges Engagement und Ehrenamt kommen an mehreren Stellen der Handlungsfelder vor. Damit kommt zum Ausdruck, dass Bürgerengagement - zumindest in den Kreisen, die bei der Erstellung des Leitbildes beteiligt waren- als wichtiger Faktor für die Zukunft der Stadt angesehen

wird. Das Leitbild ist nachzulesen unter www.stadt-koeln.de (auf der Startseite das Icon „Leitbild Köln 2020“ anklicken).

Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa)

Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) ist der trägerübergreifende Zusammenschluss lokaler und regionaler Freiwilligenagenturen, -börsen und –zentren. Die bagfa ist fachliches Netzwerk und Interessenvertretung gegenüber Politik und Verwaltung auf Bundesebene (mehr unter www.bagfa.de).

Die Kölner Freiwilligen Agentur arbeitet sowohl auf regionaler Ebene wie auf Bundesebene mit den bagfa-Mitgliedern zusammen. Die Regionaltreffen dienen dem Erfahrungsaustausch. Auf Bundesebene geht es um Strategie-Überlegungen im Blick auf stärkere Verankerung bürgerschaftlichen Engagements im politischen Raum. In bundesweiten Arbeitsgruppen werden einzelne Themen vertieft, so Coporate Citizenship und Jugend und Engagement.

Projektgruppe Freiwilligendienst im Bundesnetzwerk Bürgerengagement (BBE)

Das Bundesnetzwerk Bürgerengagement wurde im Jahr 2002 ins Leben gerufen und setzt sich dafür ein, dass Freiwilligenarbeit, Selbsthilfe und Ehrenamt einen höheren Stellenwert in unserer Gesellschaft bekommen. Das Netzwerk versteht sich als kompetenter Ansprechpartner für Parlamente, Regierungen und die bundesdeutsche Öffentlichkeit in allen Fragen rund um bürgerschaftliches Engagement (mehr unter www.b-b-e.org).

Im Auftrag der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) arbeitet eine Vertreterin der Kölner Freiwilligen Agentur mit in der Projektgruppe Freiwilligendienst. Hier wurde ein Vorschlag für die Weiterentwicklung von Freiwilligendiensten in Deutschland erarbeitet, auf den sich die unterschied-

lichen Träger überraschenderweise einigen konnten. Der Vorschlag wurde überreicht an die von der Bundesregierung eingesetzte Kommission „Impulse der Zivilgesellschaft“. Empfohlen

wurde die Entwicklung eines „generationsübergreifenden Freiwilligendienstes“, der allen Altersgruppen offen steht und in vielen gesellschaftlich wichtigen Bereichen geleistet werden

kann. Ob dieser Vorschlag, den auch die Kölner Freiwilligen Agentur umsetzen könnte, im parlamentarischen Raum aufgegriffen wird, ist allerdings noch offen.

AUSBLICK

Fazit 2003: Die Kölner Freiwilligen Agentur sieht zwar kommen, dass ihrer Arbeit im Blick auf finanzielle Absicherung schwierige Zeiten bevorstehen. Sie arbeitet aber ungebrochen in ihrer Gründungsüberzeugung, dass gute Arbeit in einem unabweislichen Zukunftsfeld langfristig auch die notwendige Unterstützung finden wird.

1. Die Zielgruppendifferenzierung der Arbeit muss weiter betrieben werden z.B. im Blick auf die junge Generation, also in Köln auch im Blick auf die Hochschulen. Zugleich hat sich die weitere Hinwendung zu Kultur und Wirtschaft bewährt. Auch sie muß weiter ausgeweitet werden. Die Kontakte mit dem europäischen Ausland haben die Arbeit bereichert und werden weiter vorangetrieben.
2. In unseren Gremien - von den Arbeitsgruppen bis zum Vorstand - wird inzwischen professioneller, d.h. klarer, flinker und mit weniger Reibungsverlusten gearbeitet. Dennoch gilt es, die Arbeit weiter zu professionalisieren und auch finanziell auf mehr Beine zu stellen ist.
3. Die Grunderfahrung auch des Jahres 2003 ist, dass die Arbeit und die positiven Resonanzen darauf langsam, aber stetig weiter gewachsen sind. Dadurch fühlen sich alle ehren- und hauptamtlichen Mitträgerinnen und Mitträger ermutigt. Die Potenzen der Kölner Bürgerschaft, für ein selbstbewusstes produktives Zusammenwirken zum Wohl ihrer Stadt weiter gezielt zu mobilisieren, ist ein inspirierendes Vorhaben. Kurz gesagt: Die gute Grundstimmung für die Zukunft hat eine solide Basis.

ANLAGEN

Zahlen : PERSONEN, die vermittelt wurden

Hier wird in Zahlen aufgeführt, wie viele Einzelpersonen sich an die verschiedenen Geschäftsbereiche der Kölner Freiwilligen Agentur gewandt haben und was ihnen geboten wurde. Insgesamt sind 289 Personen in Einsätze vermittelt worden:

	Anfragen	Beratungen	Vermittlungs- vorschläge	Vermittlungen
Ehrenamt	347	216	216	62
Erfahrungswissen für Initiativen				7 (zusammen mit Ceno)
Internationaler Freiwilligendienst	395	102	53	19
KulturPaten				14 Personen in 14 Projekten
FreiwilligenTag				187 Personen in 19 Projekten
Gesamt				289

Zahlen: EINRICHTUNGEN, in die vermittelt wurde

Genannt sind die Einrichtungen, in denen einer oder mehrere Freiwillige im Berichtszeitraum ihre Tätigkeit aufgenommen haben:

Ehrenamt	<ul style="list-style-type: none"> - AIDS-Hilfe - Angie Hiesl Produktion - Balu und Du - Beratungsstelle für Familienplanung - Bundesgeschäftsstelle Deutscher Sängerbund - Bundesvereinigung der Stotterer-Selbsthilfe - Bürgerzentrum Alte Feuerwache - Café IN VIA - Corporate Volunteering (Projekt der Kölner Freiwilligen Agentur) - Diakoniehaus Salierring - Freundeskreis Geistig behinderte Erwachsene - Gedok - Gesundheitsladen Köln - Initiative Dritte Lebensphase - Internationaler Freiwilligendienst (Projekt der Kölner Freiwilligen Agentur) - IP-Tanz / Ilona Plaszthy - Johanneshaus - Johanniter Seniorenhaus Gut Heuserhof - Kölner Freiwilligen Agentur - Kunst- und Museumsbibliothek - LeseWelten (Projekt der Kölner Freiwilligen Agentur) - Lotse - Mitternachtsmission - Museum für Angewandte Kunst - Museums-Arbeitskreis Wallraf-Richartz-Museum/ Museum Ludwig - NordSüdforum Köln - Orchester Damals und Heute - Quäker Nachbarschaftsheim - Schachfreunde Mülheim - Selbsthilfegruppe Sehbehinderte Frauen - Tanzsociety - Therapiezentrum für Folteropfer - Vringstreff e.V.
----------	---

	- Zeit mit Kindern
Erfahrungswissen für Initiativen	- Die kontaktierten Einrichtungen müssen sich darauf einstellen, dass die EFIs mit neuen Ideen kommen, die sie umzusetzen wollen.
Internationaler Freiwilligendienst	Einrichtungen in den Partnerstädten: - Barcelona, PIUNE, Betreuung von behinderten Studierenden - Cork, Boomerang Youth Theater, Theater mit Jugendlichen - Cork, St Laurence Cheshire Home, Betreuung Behinderter - Istanbul, Youth Organisation for Habitat & Agenda 21, Jugendzentrum - Istanbul, Kinderheim, Betreuung von Kindern aus dem Erdbebengebiet - Istanbul, Florya Sommercamp & Koordinationszentrum für Behinderte - Lille: UniCité, Projekt im Rahmen der Kulturhauptstadt Lille 2004 - Rotterdam, Atelier van Lieshout, Künstler-Arbeitsgemeinschaft Einrichtungen in Köln: - Don-Bosco-Club, Jugendzentrum - Eliashaus, Einrichtung für Obdachlose - Hövi-Land, Kinder- und Jugendarbeit - Kinderheim St. Josef-Stift, Köln - TeenTown, Jugendzentrum - Städtische Kinderheime Sülz - Waldorfindertagesstätte Refrath
KulturPaten	- Autorenforum e.V. - Casamax Theater - Cassiopeia Theater - Die Kulturtechniker - Jugendkunstschule Köln - Orangerie im Volksgarten e. V. - Kunstkontakte e.V. - Kunstwerk e.V. - LOFT - Museum für ostasiatische Kunst - Psychotainment e.V. - Rheinischer Verein für Denkmalpflege - Tanzprojekt Sinnesverschiebung - Spielball Theater
FreiwilligenTag	Die Partner des 1. Kölner FreiwilligenTages: - Alte Feuerwache Köln & Deutsche Telekom AG, Geschäftskunden Niederlassung Köln - Deutscher Familienverband Köln e.V. & Deutsche Telekom AG, Geschäftskunden Niederlassung Köln - Diakonie Michaelshoven e.V., Elisabeth Fry Haus & GE Capital mietfinanz GmbH & Co. KG - Gnadenbrotweide Tierheim Dellbrück & Stadt Köln - Jugendzentrum Glashüttenstraße, Porz & Wal-Mart GmbH & Co. KG Köln-Porz - Kath. Beratungsstelle für Eltern, Kinder und Jugendliche/Erziehungs- und Familienberatung & Prognos AG - Kölner Freiwilligen Agentur e.V. & VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH - Kölner Selbsthilfe e.V. - Kinder- und Jugendarbeit & SITA Deutschland GmbH - Paul Kraemer Haus Behindertenwohnstätte & UPS Deutschland Inc. & Co. OHG - St. Christophorus Wohnhaus & Stadt Köln - Städtisches Behindertenzentrum Dr. Dormagen-Guffanti & Ford-Werke AG - Städtische Max-Ernst-Gesamtschule & Industrie- und Handelskammer zu Köln - Städtisches Kinderheim Sülz & Stadt Köln - Städtisches Kinderheim Sülz & ISD Interseroh AG - Synagogen-Gemeinde Köln & Notariat Dr. Hans Henrici - Therapiezentrum für Folteropfer/Caritas-Flüchtlingsberatung Köln e.V. & Bach, Langheid & Dallmayr - Therapiezentrum für Folteropfer/Caritas-Flüchtlingsberatung Köln e.V. & Random House Audio GmbH - Theaterpädagogisches Zentrum & VIS a VIS Agentur für Kommunikation GmbH Individuelle FreiwilligenTage - Zirkus- und Artistikzentrum Köln (ZAK) und VIS a VIS

Die Einrichtungen, in die Freiwillige vermittelt wurden, sind nur ein kleiner Ausschnitt. Aus Platzgründen werden nicht alle Einrichtungen aufgeführt, die mit uns zusammen arbeiten und uns ihren Bedarf an ehrenamtlicher Mitarbeit melden.

MITGLIEDER

Eva-Maria Antz
Erhard Bleit
Ulla Eberhard
Claudia Ehlert
Dr. Hans Henrici
Carola Hoffmann
Dr. Sabine J6o
Petra Jung
Rolf Kiklasch
Barbara Lindner
Ullrich Lotz
Dr. Dieter Manecke
Barbara Maubach
Dr. Thomas M6unch
Dr. Anke Ortlepp
Monika Pausch-K6orner
Stefan Peil
Dr. Werner Peters
Martin R6uttgers
Dieter Sch6offmann
Dr. Frank Thomas
Birgit Weber
Martin Winkelheide
Frieder Wolf
Susanne Zander

EHRENAMTLICHE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Vorstand

Dr. Hans Henrici
Dr. Dieter Manecke
Dr. Anke Ortlepp
Frieder Wolf

Gesch6aftsf6uhrung

Ulla Eberhard

Finanzverwaltung

Uwe Kamella
Haubold Sasse

Finanzierungskomitee

Dr. Werner Peters
Dieter Sch6offmann
Anne Urbanczek
Frieder Wolf

Projektgruppe Scouts & Beraterinnen und Berater

Erhard Bleit
Claudia Ehlert
KFA Jahresbericht 2003

Carola Hoffmann
Astrid Karwoth
Barbara Lindner
Dr. Dieter Manecke
Barbara Maubach
Monika Pausch-K6orner
Annette Schumacher
Rudi Vo6emer

Projektgruppe Erfah- rungswissen f6ur Initiativen

Dr. Dieter Manecke
Barbara Maubach

Projektgruppe LeseWelten

Dr. Ulrich Blumentritt
Dr. Hans Henrici
Sonja Kargel
Dr. Dieter Manecke
Dorothee Reel
Ulrike Turek
Ute Zimmermann

Projektgruppe Intern. Freiwilligendienst

Dr. Sabine J6o
Rolf Kiklasch
Tomonari Maeda
Monika Pausch-K6orner
Karla Wieland
Eva-Maria Willach

Mentorinnen und Mentoren im Internationalen Freiwilligendienst

Sabine B6ar
Inken Bohn
Monika Bongartz
Christine Eschbach
Dr. Sabine J6o
Rolf Kiklasch
Vaska Nikolova
Karla Wieland
Eva-Maria Willach

Projektgruppe Freiwilli- genTag

Nadia Dimassi
Ulla Eberhard
Maria Fuchs
Carola Hoffmann
Heike Klas
Gabi Klein
Heike M6uller-Drexel
Katja Schmittner
Monika Smith
Katrin Trost
Anne Urbanczyk
Rudi Vo6emer

Markus Wietfeld

Projektgruppe Seiten- Wechsel

Nina Birnbach
Stefanie Hendriks
Martina Herring
Dietrich Molitor
Martin Ortner

HAUPTAMTLICHE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Ulla Eberhard (Intern. Freiwilligendienst)
Christine Eschbach (Intern. Freiwilligendienst)
Dr. Thomas G6unther (KulturPatent)
Heike Klas (Honorarkraft FreiwilligenTag)
Gabi Klein (Honorarkraft FreiwilligenTag)
Nanni Meißner (Ehrenamt)
Vaska Nikolova (Praktikantin)

SPENDEN

Geldspenden: Spender und Spenderinnen, F6orderkreis und Freundeskreise

Sabine Adams
Dr. Peter Bach
Anne Bergheim-Mersch
Thomas Bittner
Doro Bock
Annemarie und Helmut B6orner
Stiftung
Ralf Braun
Deutsch-Franz6osische Gesellschaft
Bruno Eschbach
Evolutionsfonds Apfelbaum
Hannelore Fick
Dr. Alexander Gro6
Dr. Hans Henrici
Karl und Margaritta Herweg
Vera Hohmeier
Barbara Hunz
Gudrun Janssen
Werner Kiefer
Torsten Koch
K6olner Bank von 1867
Kretzer GmbH
Daniela Lehnertz
LIAG Lammerting
Rolf Linke
Judith Mohr
Renate und Michael Mohr

Hartmut Müller
Neering und Partner
Klaus Neumann
Rainer Neumann
Hedwig Neven DuMont
Ute Ortlepp
Dr. Werner Peters
Hanne Radmacher
Birgitt Reuter
Robert-Perthel-Haus
Klaus Roggendorf
RPR Hilft e.V.
Gabriele Schmitz
Katharina Schmitz
Arnd Schürmann
Norbert Singer
Gaby Stecker
Peter Steffen
Florian Steinig
Brigitte Stieg
Frieder Wolf
Anita-Maria Wüst
Birgit Zimmer

Stadt Köln (Ausrichtung der
Pressekonferenz und der Betei-
ligung an der Saalmiete).
Vis a Vis (Öffentlichkeitsarbeit).

Nicht namentlich erwähnt wer-
den möchten zehn weitere Mit-
glieder der Freundeskreise.

Sachspenden im Jahr 2003

Bauhaus (Werkzeugartikel)
Christina Bröker (Computer)
Christine Eschbach (Computer)
Henkel KGaA (Computer)
Hans Henrici (Computer)
Lachnitz (Software)
Stephan Leitzke (Computer)
Macromedia (Internetauftritt)
Edith Müller (Regal)
r.hänsel e.k. (Büromöbel)

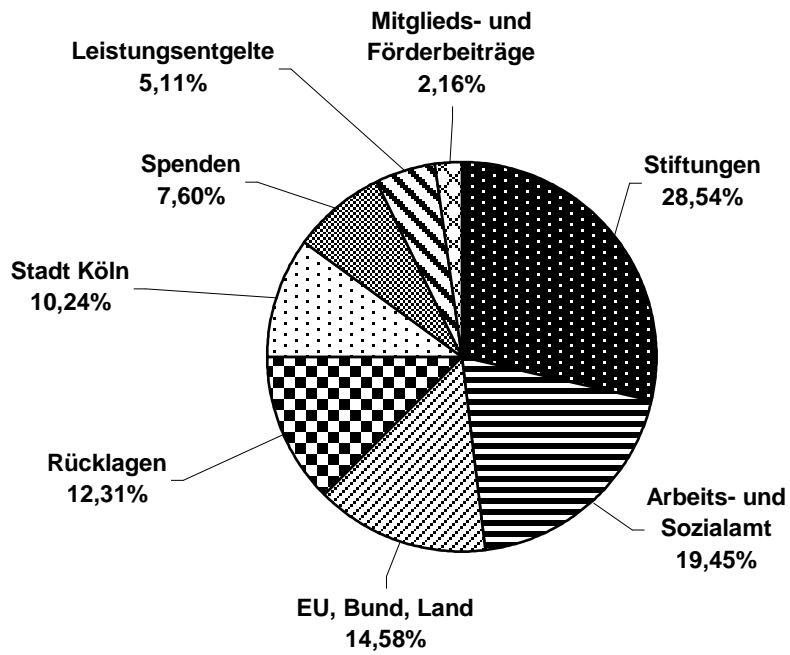
Unterstützer des 1. Kölner Freiwilligen Tages

Martin Bauer (Produktion und
den Schnitt des Filmes).
Stefan Ostler, Makromedia
(Einstellen der Informationen
auf unserer Webseite).
Beate Zimmermann, Claudia
Bienefeld, Daniel Mundhenke,
Karsten Drexler und Michael
Meschede (Filmen an den Akti-
onstagen).
Maria Schulz (Fotografieren der
einzelnen Projekte).
Carsten Müller-Drexel (Organi-
sation von Laptop und Beamer
beim Abschlussfest).
Ulrike Trost und Przenek Rog-
la (musikalische Begleitung des
Abschlussfestes).
Ton Technik Stoecker (teilwei-
se kostenlose Betreuung im
Bürgerhaus Stollwerck).

HAUSHALTSABSCHLUSS der Kölner Freiwilligen Agentur 2003

	KFA	Hauptkostenstellen						%
	gesamt	Verein	Ehren- amt	Int. Freiw Dienst	Kultur- Paten	Freiwill. Tag	Seiten- Wechsel	
EINNAHMEN								
Eigenmittel	45.480	9.625	6.017	18.412	32	11.393	0	17
Mitgliedsbeiträge	1.200	1.080	30	58	32	0	0	0
Förderbeiträge	5.245	5.245	0	0	0	0	0	2
Spenden	23.338	3.300	3.000	16.638	0	400	0	9
Leistungsentgelte	15.697	0	2.987	1.717	0	10.993	0	6
Zuschüsse	223.448	0	27.487	157.080	38.881	0	0	83
Arbeitsamt	20.807	0	-230	21.037	0	0	0	8
Sozialamt	38.881	0	0	0	38.881	0	0	14
Stadt Köln	31.417	0	25.317	6.100	0	0	0	12
Landesmittel	0	0	0	0	0	0	0	0
Bundesmittel	2.400	0	2.400	0	0	0	0	1
EU	42.347	0	0	42.347	0	0	0	16
Stiftungen	87.596	0	0	87.596	0	0	0	33
Zinserträge	185	0	46	89	50	0	0	0
Summe Einnahmen	269.112	9.625	33.550	175.581	38.963	11.393	0	100
Auflösung Rücklagen	37.786							
Gesamtsumme Einnahmen	306.898							
AUSGABEN								
Zinsaufwendungen	509	0	127	244	138	0	0	0
Personalkosten	170.848	0	47.736	79.105	41.486	2.521	0	67
Räume (Miete/Reinigung/Instandhaltung)	15.434	0	3.858	7.408	4.167	0	0	6
Aktivitäten & Versicherungen	40.459	229	1.003	34.651	1.056	3.586	-67	16
Vorsteuer 7%	255	0	71	168	95	-79	0	0
Vorsteuer 16%	1.842	0	566	1.313	739	-709	-67	1
Mitgliedsbeiträge	927	100	207	397	223	0	0	0
Gremien, Projektgruppen	895	0	0	630	0	265	0	0
Tagungen, Ehrungen, Geschenke	10.435	129	159	6.038	0	4.109	0	4
Leistungen an Freiwillige	25.269	0	0	25.269	0	0	0	10
Päd. Begleitung, Beratung, Recherche	837	0	0	837	0	0	0	0
Sachkosten	28.720	881	4.492	14.513	5.404	2.532	897	11
Werbungskosten/Öffentlichkeitsarbeit	7.447	477	305	2.778	966	2.250	672	3
Repräsentationskosten	515	48	86	214	120	0	48	0
Bewirtung 80% incl. Ust	97	0	0	50	0	47	0	0
Reisekosten	1.866	207	318	985	45	134	178	1
Kurierdienste	101	0	15	70	16	0	0	0
Reparaturen & Instandhaltung	27	0	7	13	7	0	0	0
Wartungskosten Hard-&Software(Comp.)	1.501	0	375	720	405	0	0	1
Abschreibungen auf Sachanlagen	716	0	179	344	193	0	0	0
Sofortabschreibung gwg	850	0	213	408	230	0	0	0
Porto	2.767	144	611	1.173	839	0	0	1
Telekommunikation	2.329	0	627	1.204	498	0	0	1
Büromaterial	1.282	0	324	613	345	0	0	1
Druck- und Kopierkosten	3.879	0	160	3.256	363	100	0	2
Zeitschriften & Bücher	231	0	11	207	12	2	0	0
Rechts- & Beratungskosten	200	0	50	96	54	0	0	0
Buchführungskosten	2.281	0	570	1.095	616	0	0	1
Abschluß- & Prüfungskosten	1.400	0	350	672	378	0	0	1
Kosten Geldverkehr	792	5	184	404	199	0	0	0
Sonst. Betriebl. Aufwendungen	437	0	109	210	118	0	0	0
Summe Betriebsausgaben	255.970	1.110	57.217	135.923	52.250	8.639	831	100
Bildung von neuen Rücklagen	50.928							
Gesamtausgaben	306.898							
Einnahmen/Ausgaben	0							

Einnahmen 2003



Ausgaben 2003

